



HAL
open science

Innovation sociale et innovation de service : première ébauche d'un dialogue nécessaire

Faridah Djellal, Faïz Gallouj

► **To cite this version:**

Faridah Djellal, Faïz Gallouj. Innovation sociale et innovation de service : première ébauche d'un dialogue nécessaire. 2011. hal-01111706

HAL Id: hal-01111706

<https://hal.science/hal-01111706>

Preprint submitted on 30 Jan 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Communication à l'Ecole d'été du Réseau de Recherche sur l'Innovation (RRI),
"Entrepreneuriat, innovation et développement durable", 31 août-3 septembre 2011,
Dunkerque**

Innovation sociale et innovation de service : première ébauche d'un dialogue nécessaire

**Faridah Djellal et Faiz Gallouj
Clersé, Université Lille 1**

Résumé :

Les problématiques de l'innovation sociale et de l'innovation de service se sont développées parallèlement durant ces deux dernières décennies en se croisant trop rarement. Pourtant elles ont de très nombreux points communs quand elles ne désignent pas tout simplement la même réalité socio-économique. Cet article vise à contribuer à établir un dialogue entre ces deux champs encore marginaux, mais prometteurs de la théorie économique et des sciences sociales en général. Il rend compte de manière succincte de ces deux champs, les met en perspective et examine de différentes manières les liens entre eux.

Mots clés : innovation économique, innovation sociale, services

Key words : business innovation, social innovation, services

Introduction

La problématique de l'innovation sociale, d'une part, et celle de l'innovation de service, d'autre part, occupent une place encore marginale dans la théorie économique. C'est probablement le rapport au marché (ou plutôt l'absence de rapport, réel ou supposé), dans le premier cas, et le rapport à la matérialité, dans le second, qui doivent être incriminés à titre principal. En effet, l'innovation sociale est souvent envisagée comme une réponse à la défaillance des marchés (mais aussi de l'Etat) et les services sont essentiellement définis par leur immatérialité.

Cependant, sans être au cœur de la théorie économique, ces problématiques ont fait l'objet, depuis deux décennies, d'une littérature de plus en plus abondante, dont la croissance ne se dément pas. Ce succès s'explique en particulier par le caractère chronique de la crise socio-économique dans les économies développées, depuis les années 70, par les évolutions démographiques (en particulier le vieillissement des populations dans les pays riches), par l'échec des politiques de développement, par la montée en puissance des préoccupations environnementales et par la réhabilitation de la société de service dans la pensée économique et le discours institutionnel et politique. On assiste en effet à la remise en cause des mythes des services improductifs, peu intensifs en capital, peu innovants, inadaptés à l'échange et du mythe de la société de services comme « société de serviteurs » (Gallouj, 2002a).

Comme nous le rappellerons dans cet article, les points communs entre ces deux problématiques sont extrêmement nombreux. Tout d'abord, l'innovation sociale est bien souvent une innovation de service (une nouvelle solution immatérielle), qu'elle voie le jour dans une organisation du secteur des services lui-même (innovation dans les services), des secteurs industriels ou agricoles (innovation de service), dans la société civile, les

mouvements sociaux ou des collectifs hétérogènes mobilisant des acteurs issus de ces différents domaines. Mais, de manière plus générale, au-delà de cette éventuelle identité, les efforts de définition de l'innovation sociale et de l'innovation de service sont confrontés aux mêmes difficultés : une certaine invisibilité (aux indicateurs traditionnels de mesure de l'innovation que constituent la R-D et les dépôts de brevets), une place importante de l'informel et de l'interaction (coproduction), des problématiques de régime d'appropriation, une défaillance ou une inadaptation des politiques publiques de soutien.

Malgré ces points communs et cette identité (dans certains cas), ces deux trajectoires de recherche se sont peu croisées à quelques rares exceptions près (Gershuny, 1978, 1983 ; Crozier et al., 1982 ; Harrisson et al., 2010, par exemple). Cela ne signifie pas bien entendu que l'économie et la socio-économie des services n'abordent jamais la question de l'innovation sociale ou que les spécialistes de l'innovation sociale ne se préoccupent pas de services, mais que le dialogue de fond tel qu'il peut être concrétisé, par exemple, par les échanges de références (les citations réciproques) entre ces deux communautés scientifiques est particulièrement limité. Ainsi, dans leurs efforts de définition de l'innovation sociale, les spécialistes de l'innovation sociale retiennent le plus souvent comme base de référence le champ ancien et robuste (bien que souvent inadapté) de l'innovation technologique, ignorant les débats (pourtant proches des leurs, mais moins bien établis) dans le domaine de l'innovation dans les services.

Cette étrange méconnaissance réciproque peut s'expliquer de différentes manières. Elle peut s'expliquer, tout d'abord, dans les services, par le centrage initial de la littérature sur les approches technologistes, dans une perspective d'assimilation (supposant une identité de nature entre l'innovation dans l'industrie et dans les services), alors que l'innovation sociale renvoie d'emblée davantage à des aspects immatériels et non-technologiques. Elle peut s'expliquer également par le centrage initial de cette littérature sur les services de haut niveau intensifs en connaissances (KIBS) au détriment des services de proximité à la personne, ou des services publics, plus sensibles à l'innovation sociale. Une autre explication réside dans une certaine division disciplinaire du travail. En effet, l'innovation sociale a été davantage investie par la sociologie, tandis que c'est l'économie et les sciences de gestion qui se sont (pour l'essentiel) emparées du champ de l'innovation de services ou dans les services.

Dans le champ de l'innovation dans les services, le desserrement de la perspective « assimilationniste » ou technologiste et la montée en puissance de perspectives « servicielles » et « intégratrices », de même que le déplacement des investigations empiriques des services intensifs en connaissances (KIBS) vers des services moins complexes (services à la personne, services de proximité, services de « care », certains types de services publics), mais aussi la montée en puissance de la multidisciplinarité, plaident pour un rapprochement des deux problématiques.

L'objectif de cet article est précisément de tenter de contribuer à un dialogue entre ces deux problématiques. Les deux premières parties sont consacrées à un compte rendu succinct des deux notions d'innovation sociale et d'innovation de service, du point de vue de leur nature, de leur mode d'émergence et d'organisation. Elles mettent en évidence, pour chaque notion, des perspectives analytiques différentes, qui leur confèrent des périmètres à géométrie variable. Dans la troisième partie, nous mettons en perspective les résultats ainsi établis et nous examinons, de différentes manières, les liens qu'entretiennent entre eux l'innovation sociale, les services et l'innovation de service.

1. L'innovation sociale : à la recherche désespérée d'une définition

Malgré de nombreux efforts de clarification, la notion d'innovation sociale reste encore particulièrement floue. Elle est hétérogène et éclectique et elle couvre des périmètres à géométrie variable (Cloutier, 2003 ; Goldenberg, 2004 ; Moulaert et al., 2005 ; Danduran, 2005 ; Harrisson et Klein, 2007 ; Drewe et al., 2008 ; Harrisson et al., 2010 ; Harrisson et Vezina, 2006 ; Pol et Ville, 2009 ; Howaldt et Schwarz, 2010 ; Phills et al., 2008, Hamalainen et Heiskala, 2007).

Dans l'expression « innovation sociale », c'est à la fois le substantif « innovation » et le qualificatif « social » qui posent problème.

Le terme « *innovation* » soulève la question traditionnelle (récurrente pour tout type d'innovation) de la frontière entre le changement et l'innovation réelle. L'acuité de cette question est amplifiée dans le cas de l'innovation sociale. En comparaison de l'économie de l'innovation traditionnelle, la socio-économie de l'innovation sociale semble en effet adopter une conception relativement plus souple et relâchée de la nouveauté. Ainsi, comme le soulignent Chambon, David et Devevey (1982, p. 11 et 13), dans leur ouvrage de référence, « le terme innovation sociale recouvre des pratiques qui ne sont pas forcément nouvelles, du moins si on l'entend comme synonyme d'inédites ou d'inventives. Contrairement à ce qui se passe pour les innovations technologiques, elles ne collent à ces qualificatifs que par hasard et de façon secondaire (...) Les pratiques dont il s'agit se posent en contraste de pratiques existantes. (...) Nouveau signifie alors non figé, non bridé, et surtout hors normes. (...) innover n'est pas faire nouveau, mais faire autrement, proposer une alternative. Et cet autrement peut parfois être un réenracinement dans des pratiques passées ».

Le qualificatif « *social* » soulève des problèmes encore plus redoutables, dans la mesure où il peut être interprété de multiples manières. Il peut ainsi a priori être utilisé pour décrire toute activité humaine, un secteur particulier, un type de problème particulier, une manière (méthode) particulière pour aborder un problème (implication, empowerment), une motivation ou une intention particulière de l'innovateur, un impact particulier de l'innovation, la facette non économique des interventions économiques, etc. (Harrisson et al., 2010, Phills et al., 2008). On trouve ainsi, dans la littérature, différentes perspectives plus ou moins satisfaisantes pour aborder cette question de l'innovation sociale, couvrant des périmètres plus ou moins larges. Une perspective extrême consiste à appréhender le qualificatif social dans son sens large (le rapport à la société). L'innovation étant une activité de résolution de problèmes (par définition sociaux), toutes les innovations sont sociales. L'expression innovation sociale apparaît ainsi comme un pléonasme. L'innovation traditionnelle des économistes (innovation technologique et organisationnelle) est une composante de l'innovation sociale, tout comme le sont d'autres types d'innovations (artistiques, culturelles, juridiques, etc.). Bien entendu, plus le concept d'innovation sociale est englobant et universel, moins il a d'intérêt scientifique, dans la mesure où, si tout devient innovation sociale, rien n'est plus innovation sociale. Il est donc nécessaire de fixer des limites au territoire de l'innovation sociale, si l'on veut garantir une certaine utilité et pertinence à ce concept. La solution la plus fréquente consiste à définir l'innovation sociale par référence et par opposition à l'innovation économique (business innovation). Nous évoquons cette solution avant de rendre compte, de manière plus précise, d'un certain nombre de caractéristiques générales de l'innovation sociale qui ressortent de la littérature.

1.1. L'innovation sociale par opposition à l'innovation économique

Dans leur quête d'une définition opérationnelle et d'une théorie de l'innovation sociale, les spécialistes concernés se sont tournés tout naturellement vers le champ bien établi de l'économie de l'innovation et en particulier vers les travaux fondateurs de Schumpeter et ceux

du courant néoschumpétérien. L'innovation sociale est ainsi envisagée par opposition à ce qu'il peut être commode d'appeler l'innovation économique (bien que les économistes utilisent rarement ce terme), pour désigner essentiellement l'innovation technologique, mais aussi l'innovation organisationnelle. L'innovation économique est extérieure et complémentaire à l'innovation sociale. Elle est avant tout, il faut le noter, une innovation industrielle, dans la mesure où les constructions théoriques correspondantes, à commencer par celle de Schumpeter, ont été élaborées pour le secteur industriel.

Cette perspective générale est parfaitement reflétée par la typologie représentée dans le tableau 1 (adaptée de Hochgerner, 2009). L'innovation économique comprend les catégories retenues par le Manuel d'Oslo de l'OCDE (catégories qui s'inspirent elles-mêmes de la typologie bien connue de Schumpeter¹). Elle réunit ainsi l'innovation technologique de produit et de process et l'innovation non-technologique d'organisation et de marketing. L'innovation sociale concerne quant à elle la société civile, les mouvements sociaux et l'Etat, mais aussi les entreprises. Hochgerner la subdivise en trois sous-catégories, qui ne sont que des exemples indicatifs (parmi d'autres) : la participation ou l'implication des parties prenantes, les procédures dans la prise de décision et les comportements.

Tableau 1 : Typologie de l'innovation (d'après Hochgerner, 2009)

Innovations économiques				Innovations sociales		
Innovation technologique dans l'entreprise		Innovations non technologiques dans l'entreprise		Innovations sociales dans l'entreprise, la société civile, l'Etat		
Product*	Process*	Organisation*	Marketing*	Participation	Procédures	Comportements

* Innovation selon le Manuel d'Oslo (OCDE, 2005)

Cette typologie suscite un certain nombre de commentaires.

1) Si elle rend compte de l'innovation technologique de produit et de process ainsi que de plusieurs formes d'innovations non technologiques (organisation, marketing, participation, procédures, comportements), en revanche, elle omet l'innovation non technologique de produit (innovation de service). Bien qu'exclue pour l'instant du Manuel d'Oslo, celle-ci est fréquente dans le secteur des services. Il peut s'agir par exemple d'un nouveau produit financier, d'un nouveau contrat d'assurance, d'un nouveau champ d'expertise dans le conseil, etc. L'innovation non technologique de produit est également de plus en plus fréquente dans les firmes industrielles elles-mêmes, qui fournissent de nombreux nouveaux services « autour du produit » (Furrer, 2010), qu'il s'agisse de services avant-vente, après-vente ou indépendants de la vente. Il est important d'intégrer ce type d'innovation non technologique de produits du côté des innovations économiques comme de celui des innovations sociales. C'est ce que nous proposons dans le tableau 2.

2) Afin de mieux rendre compte de l'innovation sociale dans l'entreprise, nous suggérons de la dissocier des autres champs de l'innovation sociale (ceux mis en œuvre par la société civile et l'Etat), en introduisant un type séparé (tableau 2). Ainsi, l'innovation sociale dans l'entreprise peut concerner, la participation, les procédures, le comportement, mais aussi le produit, le process, le service, l'organisation, le marketing.

Comme le soulignent Hillier, Moulaert et Nusbaumer (2004), « dans la littérature des sciences sociales orthodoxes des années 1990, le terme « innovation sociale » se rapporte en premier

¹ Cette typologie distingue cinq types d'innovation : l'introduction d'un nouveau bien, d'un nouveau procédé, l'ouverture d'un nouveau marché, la découverte d'une nouvelle source de matière première et autres inputs, la création d'une nouvelle organisation.

lieu à la transformation des organisations afin d'augmenter leur efficacité ». Il s'agit donc d'innovations organisationnelles. On peut citer à titre d'exemple la qualité totale, la réingénierie, le juste à temps, le self-service. Cloutier (2003) confirme le constat que l'innovation sociale au sein des entreprises, fait essentiellement référence aux nouvelles formes d'organisation du travail. Elle distingue cependant dans la littérature deux perspectives différentes : une première perspective dans laquelle l'innovation sociale désigne « un nouvel arrangement social qui favorise la création de la connaissance et de l'innovation technique », sans référence particulière à la qualité de vie au travail ; une deuxième perspective qui désigne les nouvelles formes d'organisation du travail comme des innovations sociales parce que leur finalité première est d'améliorer la qualité de vie au travail.

Ces débats mettent en évidence un certain nombre de problèmes de frontières entre les types d'innovation. Il s'agit tout d'abord de problèmes de frontières entre les innovations organisationnelles « pures » (« non sociales) et les innovations organisationnelles sociales. Il est ainsi probable qu'une bonne partie de l'innovation sociale dans l'entreprise n'échappe pas (ou plus) à nos dispositifs d'identification et de mesure, puisqu'elle peut être assimilée à de l'innovation organisationnelle. Il s'agit ensuite de problèmes de frontières, au sein même des innovations sociales, entre, d'une part, les innovations sociales de type participation, procédures, comportements et, d'autre part, les innovations organisationnelles ou de process. Ces deux groupes apparaissent, dans certains cas, comme identiques et redondants.

3) L'innovation sociale qui se manifeste au niveau de la société civile, des mouvements sociaux et de l'Etat peut concerner non seulement des procédures, une participation, des comportements, comme le suggère la typologie de Hochgerner, mais aussi des organisations, des process (à moins que ces deux catégories ne soient identiques aux trois précédentes) et des « produits » ainsi que des services.

Tableau 2 : Une nouvelle typologie de l'innovation

Innovations économiques				Innovations sociales						
Innovation dans l'entreprise				Innovation dans la société civile et l'Etat						
Innovations technologiques dans l'entreprise		Innovations non technologiques dans l'entreprise		Innovations sociales dans l'entreprise			Innovations sociales dans la société civile et l'Etat			
Produit	Process	Organisation	Marketing	Participation	Procédures	Comportements	Participation	Procédures	Comportements	
		<i>Produit nt (Service)</i>	<i>Process nt</i>	<i>Produit</i>	<i>Process</i>	<i>Organisatio n</i>	<i>Product</i>	<i>Process</i>	<i>Organisati on</i>	<i>Produit nt (Service)</i>
				<i>Marketing</i>	<i>Produit nt (Service)</i>					

4) Cette typologie ne doit pas induire une lecture statique et occulter les relations dynamiques entre les différents types d'innovation. Il est important de noter, comme le font d'ailleurs de nombreux économistes (Schumpeter, 1942 ; Kuznets, 1974 ; Freeman, 1991), que les innovations « économiques » ne sont pas indépendantes des innovations sociales. Ainsi, pour pouvoir se développer efficacement, l'innovation technologique a besoin de s'appuyer sur des innovations sociales. Par exemple, le succès de l'automobile en tant qu'artefact technique est étroitement lié à des innovations sociales et/ou de services : les garages, les stations d'approvisionnement d'essence, les écoles de conduite, la signalisation routière, l'assurance et l'assistance, le crédit automobile, les systèmes de gestion du trafic. A l'inverse l'innovation sociale peut induire des innovations technologiques. Cette nécessaire articulation de l'innovation technologique et de l'innovation sociale et institutionnelle est au cœur du concept de paradigme sociotechnique (Perez, 1983 ; Djellal, 1995) et de toutes les constructions théoriques systémiques et résilières (Lundvall, 1992 ; Callon, 1991 ; Edquist, 1997).

5) Cette typologie ne doit pas non plus enfermer l'innovation, qu'elle soit technologique ou sociale, dans des frontières institutionnelles (l'organisation ou l'entreprise, la société civile, l'Etat). Bien au contraire, comme l'innovation technologique, et sans doute davantage qu'elle, l'innovation sociale peut se développer dans des réseaux hétérogènes, d'ampleur variable, mobilisant de multiples agents. Ce caractère ouvert de l'innovation sociale ne facilite pas, il faut le noter, les exercices d'identification et de mesure.

1.2 Les caractéristiques générales de l'innovation sociale

Les tentatives de définition de l'innovation sociale mettent en évidence un ensemble de caractéristiques qui contribuent à esquisser le pourtour (fluctuant) de cette innovation, sans pour autant en permettre une définition satisfaisante. L'innovation sociale est ainsi souvent définie dans les termes suivants, qui la décrivent dans sa forme ou sa nature, son processus et ses acteurs, sa cible, ses finalités : elle serait immatérielle, non technologique, organisationnelle, non économique, non marchande, informelle, locale, destinée à résoudre des problèmes sociaux, etc. Quel que soit leur intérêt pour avancer dans la définition de l'innovation sociale, ces différentes caractéristiques ne fournissent pas des critères techniques indiscutables. Elles doivent être relativisées car il n'y a aucune difficulté à formuler des exceptions qui les remettent en cause. Elles doivent simplement être considérées comme un faisceau d'indices.

La cible de l'innovation sociale

Comme le note Cloutier (2003), dans son excellente synthèse de la littérature, l'innovation sociale peut viser trois cibles (inter-reliées) : l'individu dont il s'agit d'assurer le bien-être, le milieu ou le territoire (envisagé au niveau local, régional, national, supranational) dont il s'agit d'assurer le développement économique et de tempérer les effets pervers ainsi engendrés (urbanisme, pollution, inégalités, etc.), et enfin l'entreprise dont il s'agit d'accroître la performance. Dans ce dernier cas, l'innovation sociale fait essentiellement référence aux nouvelles formes d'organisation du travail et au changement des structures de pouvoir.

Sa forme ou sa nature

La littérature socioéconomique désigne souvent l'innovation sociale comme un objet immatériel (un nouveau service, une nouvelle organisation, une nouvelle procédure, un nouveau comportement, une nouvelle institution, une nouvelle législation, etc.). Comme le souligne Cloutier (2003), « elle (l'innovation sociale) fait essentiellement référence à des « façons de faire », des actions, des pratiques. Elle s'oppose donc à la notion de produit ». Cette immatérialité suppose que l'innovation sociale s'oppose à l'innovation technologique et qu'elle entretient une grande proximité avec l'innovation organisationnelle.

Cependant ce rapport de l'innovation sociale à l'immatérialité est discutable. Sans tomber dans l'excès qui consiste à considérer toute innovation technologique comme une innovation sociale dans la mesure où elle consiste à résoudre un problème social, on peut multiplier les exemples d'innovations technologiques (donc matérielles) ayant une finalité sociale (même dans le sens restreint d'inclusion et de cohésion sociale). On peut citer, par exemple, les technologies propres, les médicaments génériques, les lignes téléphoniques de secours. Ces exemples remettent également en question la nature strictement organisationnelle de l'innovation sociale. Cependant, pour maintenir l'hypothèse d'immatérialité, on pourrait considérer que l'innovation sociale ne réside pas dans l'artéfact technique en tant que tel, mais dans les caractéristiques (les fonctions) de service supplémentaires qu'il introduit et qui sont de nature sociale et civique. C'est la démarche adoptée par les approches de l'innovation dans les services en termes de caractéristiques (« characteristics-based approaches »), que

nous évoquerons plus loin dans cet article (Gallouj et Weinstein, 1997 ; Windrum et Garica-Goni, 2008).

Son processus et ses parties prenantes

L'innovation sociale ne se distingue pas de l'innovation traditionnelle par sa seule « nature », mais aussi par ses modes de production et ses acteurs. Une autre caractéristique essentielle de l'innovation sociale est sa nature « locale » (grass-root) et la participation indispensable des usagers à son émergence et à sa mise en œuvre. Cette participation des usagers recouvre la notion de co-production qui est au cœur l'économie et de la gestion services. Mais elle peut revêtir un contenu plus large, puisqu'il s'agit d'une prise ou d'une (re)prise en charge de soi, de son environnement (de son territoire) et de son destin. Certains auteurs vont même jusqu'à définir l'innovation sociale, principalement voire exclusivement, par ce seul élément de participation active (Lallemand, 2001). Les processus de production en question sont souvent locaux et accordent une place importante à l'informel et à une diversité d'acteurs.

Il n'y a pas de difficulté à imaginer qu'une innovation sociale de nature technologique (un artefact technologique) puisse être mise au point « en laboratoire », sans participation de l'utilisateur. On peut trouver de la même manière des exceptions aux dimensions « informelle » et « locale » de l'innovation sociale. Ainsi, il est vrai que l'innovation sociale qui a lieu dans l'économie sociale est souvent le fruit d'acteurs sociaux provenant de la société civile, qui peuvent agir soit de manière autonome, soit avec le soutien de l'Etat, soit en créant des partenariats, qu'il s'agisse de groupes communautaires, de mouvements sociaux ou d'entrepreneurs sociaux (Harrisson et al., 2010). Mais, dans une perspective historique, on peut aussi dresser les grands changements de l'économie sociale et des gouvernances politiques nationales dans une perspective formalisée venant du haut (perspective top down).

Ses finalités

La finalité de l'innovation sociale n'est pas (directement) économique. Les promoteurs de cette forme d'innovation ne sont généralement pas motivés par une perspective de maximisation du profit. Leur activité n'est généralement pas ou peu lucrative. La finalité de l'innovation sociale est de résoudre des problèmes sociaux. Il ne faut pas cependant donner au terme « problème » une acception nécessairement négative (dans ce cas les difficultés sociales). On peut en effet distinguer, comme le suggère Milan Kubr (1988) dans un tout autre contexte (celui du consulting) : les problèmes curatifs (« corrective »), préventifs (« progressive ») et créatifs (« créative »). Dans le cas traditionnel des problèmes curatifs, l'innovation est une thérapie entreprise pour redresser une situation difficile. Dans celui des problèmes préventifs, il s'agit d'améliorer une situation donnée dont on craint, par anticipation, la détérioration. Dans le cas, enfin, des problèmes créatifs, il s'agit de créer une situation totalement nouvelle. Les problèmes sociaux qui sont résolus par l'innovation sociale ne sont pas n'importe quels problèmes sociaux. Il s'agit de problèmes qui ne peuvent être résolus par la voie de l'innovation « traditionnelle », en raison de la défaillance ou du désintérêt du marché ou de l'Etat. De manière plus générale, en cherchant des solutions aux différents types de problèmes, la finalité de l'innovation sociale est d'augmenter la qualité ou la quantité de vie d'un individu ou d'un groupe d'individus (Pol et Ville, 2009) ou leur « mieux-être » (Bouchard et al., 1999). Cette finalité de qualité de vie ou de mieux-être se décline aux différents niveaux (cibles) évoqués précédemment : l'individu, le territoire et l'entreprise.

S'il est vrai que les innovations sociales visent avant tout un développement social (qui peut être exprimé de manière simplificatrice par l'idée de qualité de vie), certaines innovations sociales ont (aussi) des finalités de développement économique. C'est le cas, par exemple, des

dispositifs de réinsertion des personnes en difficulté, de la microfinance c'est-à-dire de la fourniture de microcrédits, de dispositifs d'épargne ou d'assurance à des populations pauvres exclues des systèmes bancaires traditionnels. Beaucoup d'innovations sociales qui voient le jour au sein même des entreprises combinent des finalités de développement social et de développement économique. Ce sont des innovations organisationnelles, suscitées par la hiérarchie ou portées par la base, qui améliorent la qualité de travail des employés et qui interviennent positivement sur la productivité des entreprises. On notera également que certaines innovations sociales nées pour satisfaire un besoin de développement social peuvent être adoptées par des entreprises capitalistes visant la maximisation du profit. On peut citer, parmi d'autres, le cas de l'apprentissage ou de la médecine à distance.

2. L'innovation de services : rendre visible l'innovation cachée

Bien que des efforts restent à réaliser, dans de nombreux domaines, si l'on veut rendre justice et tirer le meilleur parti d'activités économiques qui sont désormais les principaux moteurs de la croissance des économies contemporaines, la littérature sur l'innovation dans les services a connu un indéniable essor ces dernières années (Gallouj et Weinstein, 1997 ; Sundbo, 1998 ; Miles, 2002 ; Den Hertog 2002 ; Gallouj, 2002b,, Rubalcaba, 2006 ; Windrum and Garcia-Goni, 2008 ; Tether ; 2005 ; Hipp and Grupp, 2005). Un certain nombre de synthèses récentes de cette littérature existent (Gallouj et Savona, 2009 ; Howells, 2007 ; Gallouj et Djellal, 2010 ; Gallouj, 2010). Sans insister sur le contenu précis des différents travaux, nous nous contenterons donc ici de formuler de manière synthétique un certain nombre de résultats à nos yeux importants pour un débat avec le champ de l'innovation sociale.

2.1 Les spécificités des services et leurs conséquences sur l'innovation

Dans le prolongement de l'analyse d'Adam Smith, selon lequel « les services s'évanouissent au moment même où ils sont produits... », la littérature économique s'est efforcée d'isoler les caractéristiques intrinsèques de ces activités. Ainsi, les services sont considérés comme immatériels ou intangibles et interactifs (c'est-à-dire coproduits). Ces caractéristiques théoriques sont des idéaux-types qui permettent de formuler un certain nombre d'hypothèses sur les spécificités de l'innovation dans les services.

L'*immatérialité* du service traduit le fait que son produit est un acte, un protocole de traitement, une formule, autrement dit un process et une organisation. Il est difficile, dans bien des cas, de tracer la frontière de la prestation. La "topographie" des services doit non seulement tenir compte de leur degré de matérialité ou tangibilité, mais aussi de l'horizon temporel de la prestation (le service "en actes" par opposition à ses effets à long terme). Autrement dit, contrairement à un bien, un service n'a pas d'existence autonome, inscrite dans ses spécifications techniques. Il est une *construction sociale* qui s'inscrit de différentes manières dans le *temps* (horizon temporel) et dans *la matière* (degré de matérialité).

Le caractère flou (immatériel, intangible) de l'output a plusieurs conséquences en termes d'analyse de l'innovation. Il contribue à dévier les analyses vers les composants les plus tangibles de la prestation, en particulier vers les process (qu'ils soient innovants ou non). Il rend difficile la distinction entre innovation de produit (entendue généralement comme la mise au point de fonctionnalités et de qualités nouvelles) et innovation de process (orientée vers la réduction des coûts), l'appréciation du degré de nouveauté (et la différence entre une innovation véritable et les mécanismes traditionnels de différenciation et de diversification...), le dénombrement de l'innovation ou encore l'évaluation de ses effets économiques (par exemple en termes d'emplois ou d'effets sur les ventes). Le caractère immatériel et volatil du "produit" compromet tout effort de protection de l'innovation et facilite l'imitation. En revanche, ce caractère immatériel permet d'envisager l'existence

d'innovations de produit ou de process immatériels, ainsi que des formes d'innovation qui visent à rendre le service moins flou (innovation de formalisation).

L'interactivité, la deuxième caractéristique des services, traduit une certaine forme de participation du client à la production de la prestation (coproduction). Elle a différentes conséquences théoriques sur la question de l'innovation, qu'il s'agisse de sa nature ou de son mode d'organisation. Elle permet de mettre en lumière l'importance de certaines formes particulières d'innovations : innovations sur mesure, innovations ad hoc, qui échappent à la fois aux appareillages théoriques et aux instruments de mesure traditionnels. Elle semble peu compatible avec la conception linéaire traditionnelle de l'innovation qui suppose l'existence de structures de R-D spécialisées indépendantes des structures de production et de commercialisation. Elle l'est davantage avec le modèle d'innovation interactif (Kline et Rosenberg, 1986), centré notamment sur des groupes de projets à géométrie variable, associant différents professionnels de l'entreprise, mais aussi des clients. Ainsi, le client est non seulement coproducteur, mais il peut également être co-innovateur, ce qui soulève des problèmes d'appropriation de l'innovation.

2.2 La prise en compte de l'innovation « invisible »

Sur le plan de la conception générale de l'innovation dans les services, on a assisté à un glissement (selon la grille suggérée par Gallouj, 1994) de la perspective d'assimilation vers une perspective de démarcation puis d'intégration. Cela signifie qu'après avoir réduit l'innovation dans les services à la production et plus généralement à la simple adoption de systèmes techniques, on a cherché à identifier des formes spécifiques d'innovation, invisibles à l'appareillage traditionnel, puis à envisager l'innovation dans les services et dans les biens en termes d'intégration, dans une perspective de convergence entre les biens et les services. *L'intégration* considère ainsi qu'il faut traiter avec les mêmes outils analytiques l'innovation dans les biens et dans les services, l'innovation technologique (l'innovation visible) et l'innovation non technologique (l'innovation invisible).

L'innovation visible est celle qui est perçue par les indicateurs traditionnels, tels que la R-D et les brevets. Elle traduit donc une vision technologiste et assimilationniste de l'innovation, dans laquelle celle-ci est pour l'essentiel fondée sur la production de systèmes techniques à base scientifique. Réduire l'innovation à une telle conception aboutit au résultat selon lequel les services sont relativement moins innovants que l'industrie, malgré les progrès associés à l'intégration des TIC. Cette conception technologiste et scientifique de l'innovation ne permet d'appréhender que le côté émergé de l'iceberg de l'innovation.

L'innovation invisible ou cachée constitue donc un champ de recherche important et encore largement inexploité, qu'il est essentiel de continuer d'explorer. L'innovation invisible n'est pas une catégorie homogène. On regroupe souvent la diversité de ses expressions sous la dénomination d'innovation non technologique. Il s'agit d'une formulation commode, mais qui cache une grande diversité de formes d'innovation : innovations sociales, innovations organisationnelles, innovations méthodologiques, innovations marketing, innovation de produit ou process immatériel...

Le caractère non technologique de ces innovations invisibles ne signifie pas qu'elles ne s'appuient pas ou ne peuvent pas s'appuyer sur une technologie matérielle (des systèmes informatiques ou de télécommunication, des moyens de transports, par exemple), mais qu'elles ne leur sont pas consubstantielles et qu'elles peuvent dans certains cas se passer d'elles. Autrement dit, il serait injustifié de considérer qu'il n'y a innovation que lorsque la

nouveauté s'incarne dans un système technique. Ne pas admettre cela, c'est fortement sous-estimer la capacité d'innovation dans les services.

Certaines formes non technologiques de l'innovation (dans les services, mais aussi dans l'industrie) sont prises en compte, depuis peu, dans les Manuels de l'OCDE et les enquêtes internationales (ex CIS). Le manuel d'Oslo, qui est le recueil des indicateurs d'innovation, a été révisé à plusieurs reprises. Dans sa dernière version (2005), dont les applications empiriques sont encore relativement réduites, le manuel distingue outre les innovations technologiques de produit et de process, des innovations de commercialisation et des innovations organisationnelles. Ainsi, les enquêtes communautaires successives (CIS) se sont ouvertes à un nombre de plus en plus grand de services et à certaines formes « non technologiques » de l'innovation. L'*innovation gap* a eu tendance à se réduire, mais des progrès restent encore à réaliser, en particulier dans les domaines suivants : les innovations non technologiques de produit (par exemple, un nouveau contrat d'assurance, un nouveau produit financier, un nouveau domaine d'expertise dans le conseil), les innovations non technologiques de process (méthodologies, protocoles), les innovations ad hoc et sur mesure, l'innovation dans les services publics, l'innovation dans les assemblages (packages) complexes encore appelés nouveaux concepts, nouvelles formules (par exemple dans le commerce, l'hôtellerie, etc.).

2.3 Le glissement sectoriel des investigations empiriques

Les premiers travaux consacrés à la spécificité de la nature de l'innovation dans les services ont porté sur une catégorie particulière de services (considérée comme la plus représentative des spécificités de ces activités) à savoir les services aux entreprises intensifs en connaissances et en particulier le conseil (Gadrey et Gallouj, 1998 ; Miles et al. 1994). L'hypothèse sous-jacente à ce choix est l'idée que si l'innovation dans les services présente des spécificités, c'est dans les services les plus purs (c'est-à-dire les plus immatériels et les plus interactifs) qu'on en trouvera le plus facilement des illustrations empiriques.

Puis on a quitté le domaine des services purs et des services intensifs en connaissances (KIBS, banques, assurances) pour s'intéresser aux spécificités de l'innovation dans les services souvent considérés comme moins nobles ou moins intensifs en connaissances (transport, nettoyage, services de soins aux personnes âgées). On assiste plus récemment à un regain d'intérêt pour l'innovation dans les services publics (Windrum et Koch, 2007 ; Becheikh et al., 2009).

Il serait fastidieux et inutile de rendre compte des nombreuses typologies ad hoc élaborées dans les différentes activités. Ce qu'il faut retenir de ces travaux, c'est que partout sont identifiées des formes d'innovation non technologiques, qui généralement échappent aux outillages traditionnels.

Ce glissement sectoriel des travaux empiriques sur l'innovation vers les services de proximité et les services publics constitue, sans aucun doute, un facteur favorable à la rencontre des champs de l'innovation sociale et de l'innovation de service.

2.4 Du modèle linéaire au modèle ouvert

La dynamique de l'innovation peut être spontanée (imprévisible) ou programmée (prévisible). Elle est programmée et prévisible lorsqu'elle s'inscrit dans des structures bien identifiées (par exemple, des départements de R-D, des groupes de projets) et dans des processus établis a priori. Bien entendu, des activités d'innovation programmée de ce type sont mises en œuvre

par les organisations de services (Sundbo et Gallouj, 1999 ; Tidd et Hull, 2010). Ainsi, il existe en sciences de gestion une tradition théorique féconde qui préconise d'appliquer aux services les méthodologies du New Product Development (NPD), c'est-à-dire d'envisager la création de nouveaux services selon des processus planifiés et systématiques dans le cadre d'une perspective théorique qualifiée de New Service Development (NSD) (Scheuing et Johnson, 1989 ; De Brentani, 1991).

Cependant, la littérature sur l'innovation dans les services a insisté sur le rôle de structures et de processus interactifs, qui s'inscrivent dans une perspective générale d'open innovation, englobant des modèles coopératifs différents plus ou moins sophistiqués et formalisés.

La perspective générale de l'open innovation intègre ainsi le modèle d'interaction en chaînes ou modèle interactif de Kline et Rosenberg, que nous avons déjà évoqué. Mais elle recouvre aussi un certain nombre de modèles non programmés ou émergents tels que le modèle d'application rapide, le modèle fondé sur la pratique, l'innovation de bricolage et l'innovation ad hoc. Le modèle d'application rapide est un modèle dans lequel la planification ne précède pas la production, comme dans le modèle linéaire traditionnel. Une fois l'idée apparue elle est immédiatement développée dans le cadre de la fourniture d'un service. Ainsi, le processus de fourniture du service et le processus d'innovation sont confondus (Toivonen, 2010). Le modèle fondé sur la pratique (*practice-based model*) consiste à identifier les changements dans la pratique du service et à les développer et à les institutionnaliser. Le modèle d'innovation de bricolage décrit le changement et l'innovation comme la conséquence d'activités non planifiées d'ajustement aux événements aléatoires, d'essais et d'erreurs, réalisées sur le tas (Sanger et Levin, 1992 ; Fuglsang, 2010, Styhre, 2009). L'innovation ad hoc quant à elle (Gallouj, 1991 ; Gallouj et Weinstein, 1997) peut être définie comme le processus de construction d'une solution (inédiée) à un problème de l'entreprise-cliente. Ce processus interactif qui nécessite la participation du client lui-même est qualifié d'ad hoc parce qu'il est « non programmé » ou « émergent », ce qui signifie qu'il se confond avec le processus de prestation dont il ne peut être dissocié qu'a posteriori. L'innovation ad hoc n'est reconnue en tant que telle qu'a posteriori.

L'open innovation recouvre également des réseaux d'innovations particuliers, encore peu connus², mais qui se développent dans une économie de service dominante : les réseaux d'innovation public-privé dans les services (RIPPS). Les RIPPS décrivent des collaborations (coopérations) entre organisations de services publiques et privées et du tiers secteur dans le domaine de l'innovation (Gallouj, Rubalcaba et Windrum, 2012). Ils diffèrent des réseaux d'innovation traditionnels de plusieurs manières. Tout d'abord, les relations entre les *acteurs publics et non marchands* et les *acteurs privés* sont placées au centre de l'analyse. Ensuite, les *prestataires de services* y sont les acteurs principaux. Enfin (et c'est le corollaire de la caractéristique précédente), l'innovation *non technologique (innovation de service)*, souvent négligée dans la littérature, y est prise en compte. Le développement des RIPPS dans nos économies peut être interprété à la fois comme un phénomène statistique et comme une construction sociale. En effet, si on assiste à une augmentation réelle du nombre de RIPPS, cette augmentation est également due à la simple prise de conscience de leur existence, c'est-à-dire à la découverte d'une réalité invisible jusqu'à présent. La reconnaissance de ce type de réseaux d'innovation est étroitement liée à la reconnaissance de formes d'innovations de service dites cachées ou invisibles à nos indicateurs traditionnels.

² Ces réseaux d'innovation ont fait l'objet d'un projet européen intitulé ServPPIN (The Contribution of Public and Private Services to European Growth and Welfare, and the Role of Public-Private Innovation Networks, FP7).

L'open innovation recouvre également bien entendu toute la dynamique de l'innovation tirée par la demande (le client ou l'utilisateur), dynamique d'innovations particulièrement importante dans les services.

3. Premiers éléments d'un dialogue entre la recherche sur l'innovation sociale et la recherche sur l'innovation de services

Il s'agit dans cette troisième partie de mettre en perspective, d'une part, l'innovation sociale et, d'autre part, les services et l'innovation de service afin de tracer les contours des différents terrains de débat possible entre les deux champs. Nous commençons par un rapide bilan de ce que la littérature sur les services nous dit de l'innovation sociale et de ce que la littérature sur l'innovation sociale nous dit de l'innovation de service.

3.1 Ce que la recherche sur les services nous dit de l'innovation sociale et ce que la recherche sur l'innovation sociale nous dit des services

Comme nous l'avons souligné en introduction, les problématiques de l'innovation sociale et de l'innovation de service se sont développées pour l'essentiel séparément, sans vraiment se croiser. Sur le fond théorique, les références réciproques entre les deux champs sont ainsi rares. On évoque ici quelques exceptions.

L'innovation sociale chez Gershuny : une conception restrictive, technologiste et économiste

Parmi les spécialistes de l'économie des services le principal auteur qui se soit intéressé de manière significative à l'innovation sociale est probablement Gershuny (1983), le promoteur de la théorie du self-service (voir aussi Gershuny et Miles, 1983). L'avènement de la société de self-service (et le déclin relatif des services) s'explique selon lui par une innovation sociale définie comme le changement du mode de satisfaction d'un besoin (fonction) par le consommateur. Les besoins des consommateurs peuvent en effet être satisfaits de deux manières différentes : en faisant appel à la sphère *formelle* (il s'agit de l'acquisition du service auprès d'un prestataire extérieur) ; en ayant recours à la sphère *informelle* (il s'agit alors de la combinaison de deux facteurs : un bien (équipement) acheté et le travail domestique nécessaire pour le mettre en œuvre). Les exemples de cette alternative sont nombreux et, pour n'évoquer que les plus classiques, citons : la fonction transport qui peut être satisfaite soit par l'usage du véhicule personnel, soit par l'usage des transports en commun ou du taxi ; la fonction loisir qui peut être satisfaite soit par la fréquentation du théâtre, du cinéma ou du concert, soit par l'achat d'équipements audio-visuels (radio, télévision, magnéscope, etc.). L'innovation sociale c'est le passage de la satisfaction formelle à la satisfaction informelle. Elle possède une double composante technologique et sociale. La mise en œuvre de cet appareillage conceptuel sur le plan analytique et statistique conduit Gershuny à conclure que l'effet de l'innovation sociale est un glissement d'une société de service vers une société de self-service (préférence pour la satisfaction « informelle » du besoin). Le principal argument analytique invoqué pour expliquer ces évolutions est la faible productivité relative des services, et donc leur prix relatif plus élevé par rapport aux biens.

L'innovation sociale prend chez Gershuny un contenu fortement économiste et technologiste qui diffère des acceptions traditionnelles, souvent larges et vagues, que nous avons évoquées précédemment. Selon les propres termes de Gershuny (1983, p. 50) «"l'innovation sociale" est utilisée pour décrire le processus à travers lequel le mode de satisfaction d'une fonction change dans le temps. (C'est une utilisation particulière qui exclut certaines catégories de changements sociaux qui seraient compris dans une acception plus large du terme.)».

Au-delà des conceptions technologistes de l'innovation sociale

Par son contenu social (à savoir l'intervention des modes de vie et de leurs changements), l'innovation sociale permet de prendre en compte un élément jusqu'alors négligé par les approches purement technologistes : la participation de l'utilisateur, son intervention en tant que consommateur ayant à arbitrer entre des solutions différentes. Cependant, l'apport de Gershuny de ce point de vue reste limité car il ne conçoit l'innovation sociale que comme consubstantielle à la technologie matérielle. Or, comme l'analysent Dumoulin *et al.* (1991), "cette innovation aura *parfois* une composante technologique mais elle aura *toujours*³ une composante sociale".

Normann (1984, p. 84) donne à ce contenu social un sens beaucoup plus large. Selon lui, l'une des raisons pour laquelle l'innovation de service est moins spectaculaire que l'innovation industrielle est qu'elle est fondée sur des innovations sociales c'est-à-dire "des innovations qui créent de nouveaux types de comportements sociaux, qui utilisent de l'énergie sociale ou humaine plus efficacement, qui lient entre eux des contextes sociaux de manière nouvelle".

Ainsi, l'innovation sociale ne se limite-t-elle pas aux modalités de participation ou d'arbitrage du client mais elle comprend également :

- l'utilisation de capacités de production techniques ou humaines non utilisées et ne demandant qu'à l'être. C'est ainsi que certaines firmes de services informatiques seraient nées de la volonté d'utiliser les surcapacités des départements informatiques des grandes entreprises (Crozier et al. 1982). De mêmes certaines firmes spécialisées dans les séjours linguistiques d'été ont construit leur succès sur l'exploitation des surcapacités suivantes : les écoles vides pendant les périodes de vacances ; les vols charters en milieu de semaine ; les professeurs d'anglais désireux d'augmenter leurs revenus, mais surtout de perfectionner leur propre pratique de la langue ; les familles désireuses de recevoir des élèves étrangers pour des raisons financières, mais aussi de revalorisation sociale.
- l'introduction, dans une organisation, de nouvelles fonctions conduisant à de nouveaux rôles ou ensembles de rôles. Un exemple ancien et bien connu de ce type d'innovation sociale est celui des "gentils organisateurs" (G.O.) du Club Méditerranée.
- la mise en contact de contextes et d'acteurs ayant des besoins potentiellement complémentaires. J.C. Decaux est un exemple de ce type d'innovation sociale. Le service rendu par cette entreprise est fondé sur la mise en contact de quatre groupes d'acteurs : les collectivités locales auxquelles sont fournis gratuitement des abri-bus et qui sont déchargées de leur entretien ; les annonceurs publicitaires auxquels sont loués des supports publicitaires de qualité, parfaitement entretenus (les abri-bus) ; les passagers des autobus et le public en général qui bénéficient des avantages de ce "mobilier urbain".

Intégrer l'innovation sociale dans les représentations des services et de l'innovation dans les services : les approches fondées sur les caractéristiques

L'approche des services en termes de caractéristiques est une construction théorique d'inspiration lancastérienne qui prétend fournir une représentation théorique intégratrice de l'innovation dans les biens et les services. Gallouj et Weinstein (1997) (cf. aussi Gallouj, 2002a) définissent ainsi le produit (qu'il s'agisse d'un bien ou d'un service) comme la mise en relation de vecteurs de caractéristiques et de compétences : caractéristiques de service [Y], caractéristiques techniques internes [T] et externes [T'], compétences internes [C] et externes [C']. L'innovation est ensuite envisagée à travers la dynamique de ces caractéristiques, qui peuvent être ajoutées, supprimées, associées, dissociées, etc.

³ Les accentuations sont de notre fait.

Gallouj (2002b, voir aussi Djellal et Gallouj, 2010) considère qu'une telle représentation est à même de prendre en compte certains aspects « sociaux » et certaines dimensions de l'innovation sociale. En effet, on peut y intégrer des caractéristiques de services durables, sur le plan socio-économique comme sur le plan écologique (par exemple, des caractéristiques de services sociales et civiques), ainsi que les compétences et les caractéristiques techniques correspondantes. On peut citer à titre d'exemple les caractéristiques sociales et civiques suivantes dans le cas des services postaux (cf. Gallouj, Gadrey, Ghillebaert, 1999) : le traitement équitable des usagers (guichets, tournées), l'accessibilité équitable, la non discrimination (jeunes, étrangers) dans les contacts, l'assistance aux populations marginalisées, les tarifs « sociaux », les services de « banque sociale » (acceptation d'ouverture de comptes pour les faibles revenus, sanctions « humanisées », conseils aux personnes en difficulté).

Ce que la littérature sur l'innovation sociale nous dit de l'innovation de service

Il semble que les passerelles jetées par l'école de l'innovation sociale vers celle de l'innovation dans les services soient plus fragiles. L'innovation sociale s'est davantage préoccupée d'établir des liens avec la théorie de l'innovation (industrielle) et de se construire une identité par rapport à elle. Aucune des références théoriques que nous avons mobilisées dans ce travail ne s'appuie véritablement sur le cœur de la littérature sur l'innovation dans les services, à l'exception d'un chapitre de Harrisson et al. (2010) dans le *handbook of innovation and services* (Gallouj et Djellal, 2010).

- Si sous l'angle théorique l'innovation sociale ne nous dit rien sur l'innovation de service, il n'en reste pas moins que les services sont souvent évoqués dans les définitions de l'innovation sociale. Nous en donnons ici quelques illustrations significatives (les accentuations sont de notre fait).

(Social innovations are) « Innovative activities and *services* that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organisations whose primary purposes are social » (Mulgan et al., 2007, p. 8).

« Social innovators identify and deliver *new services* that improve the quality of life of individuals and communities using innovative processes aiming for instance at new labour market integration, social inclusion, finding new ways to address health care, education delivery, resource efficiency and environmental challenges ». (European Commission, 2011).

« Social innovation' seeks new answers to social problems by: identifying and delivering *new services* that improve the quality of life of individuals and communities; identifying and implementing new labour market integration processes, new competencies, new jobs, and new forms of participation, as diverse elements that each contribute to improving the position of individuals in the workforce. » (OECD Forum on Social Innovation, 2000).

- De même, on constate que de nombreux travaux sont consacrés à l'innovation sociale dans des activités particulières de service, sans qu'un lien soit réellement établi avec le champ de la socio-économie de l'innovation dans les services. On peut citer, parmi d'autres, les activités de services suivantes : les services d'aide à domicile (Degrave et Nyssens, 2008), les services publics en général (Barreau, 2002), etc.

- Quelques rares (et récents) travaux, enfin, se contentent de souligner rapidement (sans développer l'argument) la nécessité d'ajouter la problématique de l'innovation dans les services à l'agenda de recherche sur l'innovation sociale. C'est le cas de Howaldt et Schwarz

(2010) et de Mulgan et al. (2007). Mulgan et al. (2007, p. 43) constatent ainsi que : « another major issue is that most understanding of innovation has been derived from studying manufacturing. Less is known about innovation in services – and many business involved in services find the innovation literature unsatisfactory (IBM for example has called for a new ‘services science’ to rectify this)».

3.2 Une mise en perspective de l’innovation sociale et de l’innovation de service

Nous abordons ici un certain nombre de points (qu’il s’agisse de similitudes, de différences...) qui exigent un débat ou qui peuvent faire l’objet d’un débat (renforcé) entre l’innovation sociale et l’innovation de services.

L’innovation sociale : innovation dans les services et innovation de services

La question de l’innovation sociale dans ses relations aux services peut être envisagée selon deux perspectives différentes : l’une sectorielle (l’innovation sociale comme innovation *dans* les services), l’autre fonctionnelle (l’innovation sociale comme innovation *de* service).

Le propre de l’innovation sociale est qu’elle peut se développer sur n’importe quel terrain socio-économique et n’importe quel secteur : dans l’entreprise comme à l’extérieur de l’entreprise, dans le public, le semi-public comme dans le privé, dans les services comme dans l’industrie ou dans l’agriculture, dans la société civile... Elle est souvent une innovation de service, même quand elle ne voit pas le jour dans le secteur des services. En effet, quel que soit le secteur considéré (y compris l’industrie et l’agriculture), l’innovation sociale consiste souvent en la fourniture de « services » pour répondre à des problèmes socio-économiques. Ce constat est vrai dans les économies contemporaines. Mais il trouve aussi sa confirmation dans l’analyse historique. Ainsi, le bilan historique des innovations sociales dans les économies capitalistes au 19^{ème} siècle (provenant ou concernant des ouvriers de l’industrie) met en lumière essentiellement des innovations de services. On peut citer à titre d’exemple (Harrisson et al., 2010) : la création de divers types de coopératives, la mise en œuvre de différents services de protection des travailleurs (prise en charge des funérailles, financements sociaux pour l’acquisition de logements, etc.).

Cependant, bien qu’elle transcende les secteurs économiques, on constate que le tertiaire et les services constituent pour elle un terrain de prédilection. Bien que l’ensemble des services soit concerné, elle connaît ainsi un développement particulièrement important dans les secteurs suivants : le secteur public, les services à la personne et en particulier le secteur de l’économie sociale et solidaire ou « third sector » (constitué d’organisations sans but lucratif et de coopératives et mutuelles qui appuient le développement économique).

Cette relation privilégiée entre l’innovation sociale et les secteurs de services peut s’expliquer de différentes manières. On peut invoquer, tout d’abord, une explication mécanique : l’irrésistible montée du poids des services dans les économies contemporaines, qu’il s’agisse de la richesse créée ou de l’emploi. Mais cette relation s’explique surtout par la nature particulière des activités de services qui sont fondées sur des interactions sociales fortes entre consommateurs, usagers et prestataires. Elle s’explique aussi par la nature des valeurs (équité, solidarité) qui prédominent dans les secteurs publics et le tiers secteur (économie sociale et solidaire).

Les perspectives théoriques

Le champ de l’innovation dans les services comme celui de l’innovation sociale sont à la recherche de cadres théoriques qui soient en mesure de rendre compte de leur nature et de leur

dynamique. Pour les deux champs, le point de repère évident est l'innovation industrielle et il n'est donc pas étonnant qu'ils aient tenté de se construire et de se définir par rapport au champ académique robuste qu'est l'innovation industrielle. Cependant, malgré ce point d'ancrage commun, les perspectives théoriques ont suivi des chemins différents, pour aboutir finalement à un même résultat : la prise en compte des dimensions à la fois technologiques et non technologiques.

En effet, comme nous l'avons rappelé dans notre première partie, dans le domaine des services, la question de l'innovation est passée d'une phase de méconnaissance, à une phase d'assimilation à l'innovation technologique (ou industrielle), puis à une phase de démarcation et finalement à une phase d'intégration ou de synthèse. La perspective d'assimilation (selon laquelle l'innovation dans les services est similaire à l'innovation dans l'industrie) a longtemps été dominante et elle continue d'être influente aujourd'hui.

Dans le domaine de l'innovation sociale, c'est plutôt la perspective de démarcation qui semble avoir dominé d'emblée, l'innovation sociale étant définie par opposition à l'innovation industrielle (technologique). La perspective d'assimilation (au moins partielle), c'est-à-dire la prise en compte de certaines formes d'innovations technologiques dans l'innovation sociale (exemple les technologies vertes) est une prise de position plus tardive. La perspective extrême, universaliste, de l'innovation sociale ne doit pas, quant à elle, être confondue avec la perspective intégratrice défendue dans les services. En effet, elle n'intègre pas dans un même modèle différents types d'innovations, mais elle se contente d'établir une identité entre innovation et innovation sociale.

Au total, d'une certaine façon, on peut dire qu'en prenant appui de manière différente sur l'innovation industrielle, les écoles de l'innovation sociale et de l'innovation de service ont poursuivi, mais en sens inverse, le même chemin entre l'assimilation et la démarcation. Ce chemin parcouru dans des directions différentes les conduit à une perspective similaire dans laquelle in fine l'innovation sociale, comme l'innovation de services est envisagée à la fois sous ses composants technologiques (assimilation) et non technologiques (démarcation).

La nature de l'innovation et la question de sa mesure

L'immatérialité est un point commun évident longuement débattu par les deux champs de l'innovation sociale et de l'innovation de service. Ce point commun signifie que certaines innovations de services sont des innovations sociales. Mais il ne suffit pas bien entendu pour établir une identité systématique entre innovation de service et innovation sociale. En effet, comme nous l'avons vu dans la partie 2, certains fruits « immatériels » de l'innovation sociale ne sont pas des produits-services, mais des règles, des comportements, des législations, des institutions. Par ailleurs, l'innovation dans les services, comme l'innovation sociale n'est pas nécessairement immatérielle, puisqu'elle peut s'incarner, dans un cas comme dans l'autre, dans un artefact technique.

L'innovation sociale comme l'innovation de service est difficile à appréhender par une enquête. Elle pose des problèmes de mesure. La difficulté tient à la grande diversité de leurs formes: un produit, un service, un process, une organisation, un principe, une législation, une institution mais surtout à la combinaison de tout ou partie de ces éléments. Par exemple, une formule touristique durable ou de commerce équitable sont des innovations qui se laissent difficilement enfermer dans les catégories officielles des questionnaires. Elles ont une nature combinatoire et la nouveauté provient souvent de la combinaison d'éléments déjà existants. Le tourisme durable combine ainsi des hôtels, des restaurants, des moyens de transport, des moyens de réservation, des paysages naturels, etc. De même, les « diagnostic health lines »

associent un téléphone, une infirmière et un logiciel de diagnostic. La difficulté, dans le cas des innovations sociales, tient également à l'unité institutionnelle qui les prend en charge. Il ne s'agit plus seulement de l'entreprise. Il s'agit aussi de catégories analytiques qui se prêtent plus difficilement à l'enquête : des citoyens ou des collectifs hétérogènes mobilisant des acteurs multiples et variés.

On constate cependant que, si les institutions internationales ont consenti des efforts pour élaborer des indicateurs susceptibles de faciliter la mesure de l'innovation dans les services (Manuel d'Oslo de l'OCDE), tel n'est pas le cas pour l'innovation sociale. On peut cependant penser que certaines innovations sociales des entreprises (les artéfacts techniques qui ont une composante sociale ainsi que certaines innovations organisationnelles qui concernent l'amélioration des conditions de travail ou les réarrangements des structures de pouvoir) sont désormais prises en compte (au moins partiellement) sans être envisagés sous leur facette d'innovations sociales. On ne peut bien entendu se contenter de cet effet d'externalité positive lié au progrès dans la prise en compte de l'innovation de service. Des efforts doivent être consentis pour mesurer de manière positive l'innovation sociale en elle-même.

La question de l'appropriation

Dans le courant de l'innovation de service, la question des régimes d'appropriation est envisagée sous l'angle positif de la difficulté de protection d'outputs immatériels et interactifs. La réflexion porte ainsi non sur la légitimité de la protection, mais sur les modalités techniques de l'appropriation d'innovations qui ne se plient pas aux modalités techniques traditionnelles comme le brevet (Miles et al., 2000 ; Blind et al., 2010). Dans le courant de l'innovation sociale, la question de la protection est rarement posée ou n'est pas considérée comme légitime. Une innovation sociale est un succès quand elle se diffuse au-delà de ses promoteurs, autrement dit quand elle est imitée par d'autres. C'est le cas par exemple du microcrédit et de la fameuse Grameen Bank du prix Nobel de la Paix Muhammad Yunus, ou encore des Restos du cœur. Bien entendu cette conclusion doit être relativisée, car elle est plus difficile à appliquer lorsqu'on envisage des artéfacts matériels. Par ailleurs, cette question de l'appropriation peut être source de conflits lorsque l'innovation sociale est portée par des réseaux hybrides associant des acteurs de différentes origines (public, privé, société civile). En effet, les philosophies en matière de régime d'appropriation diffèrent entre les organisations publiques et non marchandes et les organisations privées. Les premières poursuivent une logique de mission publique et de diffusion large des connaissances. Les secondes privilégient l'appropriation privative des sources de valeur ajoutée.

Les modes d'organisation de l'innovation

La participation du client ou de l'utilisateur (coproduction) occupe une place centrale dans l'innovation de service, comme dans l'innovation sociale. Dans ce dernier cas, certains auteurs n'hésitent pas à définir la nature profonde de l'innovation sociale par cette coproduction, autrement dit à identifier la nature de l'innovation à son mode d'organisation. Dans les deux champs de recherche, le modèle de l'innovation linéaire est envisageable. Ainsi dans les deux cas, les artéfacts matériels peuvent être élaborés en laboratoire selon une procédure linéaire. De même, la mise au point de certains nouveaux services (en particulier financiers ou d'assurance) peut s'inscrire dans la logique linéaire et « stage-gate » des modèles du « New Service Development » (NSD). Cependant, dans l'innovation sociale, comme dans l'innovation de service, ce qui domine c'est l'ouverture (« openness ») et l'interaction, mais aussi l'informel et le non programmé. Les dispositifs que nous avons appelés les Réseaux d'innovation publics privés dans les services (RIPPS) (Gallouj, Rubalcaba et Windrum, 2012) sont des arrangements institutionnels nouveaux qui rendent

compte de la manière dont différents acteurs interagissent pour produire, non seulement des innovations technologiques, mais aussi des innovations sociales ou de service.

La question de la mesure des performances

Pour évaluer la performance des organisations de services, l'économie des services a développé une tradition d'évaluation multicritère qui peut être appliquée à l'innovation sociale, qu'elle soit de service ou non (Gadrey, 2006, Djellal et Gallouj, 2008). En nous inspirant librement des travaux de l'École des conventions (Boltanski et Thévenot, 1991), on considère que les effets de l'innovation sociale peuvent être définis et évalués selon des critères de justification différents, qui correspondent aux cinq types suivants de performance : performance industrielle et technique (privilégiant les évaluations de volumes, de trafics), performance marchande et financière (privilégiant les opérations monétaires et financières), performance relationnelle (relative aux liens interpersonnels), performance civique (relative à l'égalité, l'équité, la justice), performance de réputation (relative à l'image de marque). Contrairement à certains préjugés, les performances civiques, relationnelles, de réputation et ne sont pas fermées à toute forme de quantification.

Conclusion

L'innovation sociale et l'innovation de service sont deux champs de recherche encore marginaux, mais particulièrement dynamiques, qui se situent dans ce que Kuhn appelle une phase pré-paradigmatique, c'est-à-dire une période dans laquelle une multitude de définitions, de théories plus ou moins contradictoires se concurrencent sans qu'aucune ne s'impose aux autres. Ces champs se sont constitués en s'appuyant tous les deux (de manière positive ou négative) sur la forteresse académique bien établie de l'innovation industrielle et technologique. Malgré de nombreuses proximités analytiques (quand ce n'est pas simplement une identité de nature), et des difficultés théoriques et méthodologiques similaires, ces deux champs se sont développés, de manière parallèle, en ne se croisant qu'à de rares occasions.

Cet article s'est efforcé d'établir un certain dialogue entre ces deux champs de recherche, qui peuvent s'enrichir mutuellement. Le dialogue est d'autant plus souhaitable que non seulement l'innovation sociale est souvent une innovation *de* services, mais qu'elle est aussi souvent (et de plus en plus) une innovation *dans* les services. En effet, le secteur des services est un lieu particulièrement propice à l'innovation sociale. C'est vrai des services marchands compte tenu de la densité des interactions sociales (en particulier avec les clients) qui les caractérise. C'est encore plus vrai des administrations publiques, dans lesquelles la densité de ces interactions sociales se réalise dans un « esprit de service public » fondé sur les principes de continuité, d'équité et d'égalité de traitement. Mais c'est vrai à un degré plus élevé encore pour le conglomerat d'activités tertiaires en très forte croissance dans les économies développées, qu'on réunit sous l'appellation de « third sector » (économie sociale et solidaire).

Les terrains de dialogue évoqués dans cet article exploratoire sont les perspectives théoriques privilégiées, la nature de l'innovation et la question de son identification et de sa mesure, ses modes d'organisation, ses régimes d'appropriation, l'évaluation de ses effets. Mais d'autres terrains mériteraient d'être exploités, en particulier celui des politiques publiques de soutien à l'innovation sociale et à l'innovation de service. Une meilleure compréhension de l'innovation sociale à la lumière l'innovation de service et réciproquement devrait contribuer à réduire davantage encore le fossé de l'innovation cachée ou invisible dans nos économies, et nous permettre d'avancer vers un nouveau paradigme global de l'innovation.

Bibliographie

- Barreau J. (2002), *Les services publics français et l'innovation sociale* in Djellal F. et Gallouj F., (eds), p. 165-185.
- Becheikh N., Halilem N., Jbilou J., Landry R. (2009), Vers une conceptualization de l'innovation dans le secteur public, *Economies et Sociétés*, Série EGS, n°10, 4/2009, p. 579-614.
- Blind K., Evangelista R., Howells J. (2010), *Knowledge Regimes and Intellectual Property Protection in Services: A Conceptual Model and Empirical Testing*, in Gallouj F., Djellal F. (eds), *The Handbook of Innovation and Services*, Edward Elgar.
- Boltanski, L. et Thévenot, L. (1991), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Gallimard, Paris.
- Callon M., 1991, *Réseaux technico-économiques et irréversibilité*, in Boyer., et al. (ed.), *Figures de l'irréversibilité en économie*, Paris, Edition de l'EHESS, p.195-230.
- Chambon, J.-L., David A. et Devevey J.-M. (1982), *Les innovations sociales*, Paris : Presses Universitaires de France., Collection Que sais-je.
- Cloutier J. (2003), *Qu'est-ce que l'innovation sociale ?*, Cahier de recherche du CRISES, n° ET0314, UQAM, novembre.
- Crozier M., Normann R., Tardy G. (1982), *L'innovation dans les services*, Mission à l'innovation, rapport n°8, mars.
- Dandurand L. (2005), Réflexion autour du concept d'innovation sociale, approche historique et comparative, *Revue française d'administration publique*, 3, n°115, p. 377-382.
- De Brentani U. (1991), Success factors in developing new business services, *European Journal of marketing*, 25(2), p. 33-59.
- Degrave F., Nyssens M. (2008), L'innovation sociale dans les services d'aide à domicile. Les apports d'une lecture polanyienne et féministe, *Revue française de socio-économie*, 2008/2, p. 79-98.
- Den Hertog P. (2002), *Co-producers of Innovation: On the Role of Knowledge-Intensive Business Services in Innovation*, in Gadrey, J. and F. Gallouj (eds) *Productivity, Innovation and Knowledge in Services*, Cheltenham: UK, Edward Elgar, pp. 223-255.
- Djellal F. (1995), *Changement technique et conseil en technologie de l'information*, L'Harmattan.
- Djellal F., Gallouj F. (2008), *Measuring an Improving productivity in services : issues, strategies and challenges*, Edward Elgar Publishers, Cheltenham.
- Djellal F., Gallouj F. (2010), *Innovation in services and sustainable development*, in Kieliszewski, Maglio et Spohrer (eds), *The Handbook of Service Science*, Springer, 533-557.
- Drewe, P., Klein, J.L. and E. Hulsbergen (eds) (2008), *The Challenge of Social Innovation in Urban Revitalization*, Amsterdam: Techne Press.
- Edquist C. (ed) (1997), *Systems of Innovation : technologies, Institutions and Organizations*, Pinter.
- European Commission (2011), *FP7 Cooperation Work programme 2011, theme 8, Socio-economic sciences and humanities*.
- Freeman C. (1991), Innovation, change of technoeconomic paradigm and biologic analogies in economics, *Revue économique*, n°2, mars, p. 211-232.
- Fuglsang L. (2010), Bricolage and invisible innovation in public service innovation, *Journal of Innovation Economics*, 1(5), p. 67-87.
- Furrer O. (2010), *A customer relationship typology of product services strategies*, in Gallouj F., Djellal F. (eds), *The handbook of innovation and services*, Edward Elgar.
- Gadrey J. (1996), *Services : la productivité en question*, Desclée de Brouwer, Paris.

- Gadrey J. and F. Gallouj (1998), The provider-customer interface in business and professional services, *The Service Industries Journal*, 18 (2), April, 1-15.
- Gadrey J., Ghillebaert E., Gallouj F. (1999), Formes et coûts de la production de cohésion sociale dans les relations de service public : le cas des guichets à La Poste, *Liens social et politiques-Revue internationale d'action communautaire*, 40, automne, p. 75-87
- Gallouj F. (1991), Les formes de l'innovation dans les services de conseil, *Revue d'économie industrielle*, n°57, troisième trimestre, p. 25-45.
- Gallouj F. (1994), *Economie de l'innovation dans les services*, Editions L'Harmattan, Logiques économiques, Paris.
- Gallouj F. (2002a), Innovation in services and the attendant old and new myths, *Journal of socio-economics*, Vol. 31, p. 137-154.
- Gallouj F. (2002b), *Innovation in the service economy: the new wealth of nations*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Gallouj F. (2010), *Services innovation: assimilation, differentiation, inversion and integration*, chapter 75, in Bidgoli H. (ed), *The Handbook of Technology Management*, John Wiley and Sons, p. 989-1000.
- Gallouj F. et Weinstein O. (1997), Innovation in Services, *Research Policy*, Vol. 26, n°4-5, p. 537-556.
- Gallouj F., Djellal F. (eds) (2010), *The Handbook of Innovation and Services: a multidisciplinary perspective*, Edward Elgar Publishers.
- Gallouj F., Rubalcaba L. Windrum P. (2012), *Public Private Innovation Networks in Services*, Edward Elgar (forthcoming).
- Gallouj F., Savona M. (2009), Innovation in services: a review of the debate and perspectives for a research agenda, *The Journal of Evolutionary Economics*, Volume 19, 2, p. 149-172.
- Gershuny J. (1978), *After industrial society? the emerging self-service economy*, Mac Millan.
- Gershuny J. (1983), *Social innovation and the division of labour*, Oxford University Press.
- Gershuny J. Miles I. (1983), *The new service economy : the transformation of employment in industrial societies*, Frances Pinter.
- Goldenberg M. (2004), *L'innovation sociale au Canada. Comment le secteur à but non lucratif sert les Canadiens*, Rapport de recherche W/25, Réseau de la main-d'œuvre, Réseaux canadiens de recherche et politiques publiques, Ottawa. www.rcrpp.org.
- Hamalainen, T.J., Heiskala, R. (Eds), *Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance*, Edward Elgar, Cheltenham, p. 52-79.
- Harrisson D. and Klein J.L. (2007), *Introduction : Placer la société au centre de l'analyse des innovations* in Juan-Luis Klein and Denis Harrisson (eds), *L'innovation sociale : Émergence et effets sur la transformation des sociétés*, Québec: PUQ, p. 1-14.
- Harrisson D. and Vézina M., (2006), 'L'innovation sociale : une introduction', *Annals of Public and Cooperative Economics*, 77 (2), 129-138.
- Harrisson D., Klein J.-L., Leduc Browne P. (2010), *Social innovation, social enterprise and services*, in Gallouj F., Djellal F. eds, *The Handbook of Innovation and Services: a Multi-disciplinary Perspective*, Edward Elgar, p. 197-218.
- Hillier J., Moulaert F., Nussbaumer J. (2004), Trois essais sur le rôle de l'innovation sociale dans le développement territorial, *Géographie, Economie et Société*, 2004/2, Vol 6, p. 129-152.
- Hipp, C. and H. Grupp (2005), Innovation in the service sector: the demand for service-specific innovation measurement concepts and typologies, *Research Policy*, 34 (4), 517-535.
- Hochgerner J. (2009), *Innovation process in the dynamics of social change*, in Loudin J., Schuch K. (eds), *Innovation cultures. Challenge and Learning Strategy*, Prague, Filosofia, p. 17-45.

- Howaldt J., Schwarz M. (2010), Social Innovation: Concepts, research fields and international trends, Sozialforschungsstelle Dortmund ZWE der TU-Dortmund.
- Howells J. (2007), *Services and innovation: conceptual and theoretical perspectives*, in Bryson, J. R. and P. W. Daniels (eds), *The Handbook of Service Industries*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 34-44.
- Kline S., Rosenberg N. (1986), *An overview of innovation* in Landau R., Rosenberg N. (eds), *The positive sum strategy : harnessing technology for economic growth*, National Academy Press, Washington DC.
- Kubr M. (1988), *Management Consulting : a Guide to the Profession*, BIT, Genève.
- Kuznets S. (1974), *Population, capital and growth : selected essays*, Heinemann Educational, London.
- Lallemand D. (2001), *Les défis de l'innovation sociale*, Issy-les-Moulineaux, ESF Editeur.
- Laville J.-L. (2010), *sociologie des services*, èrès.
- Lévesque B. (2005), *Innovations et transformations sociales dans le développement économique et le développement social : approches théoriques et politiques publiques*, mai, Cahiers du CRISES n° ET0507, UQAM.
- Lundvall B.-A. (ed) (1992) *National systems of innovation*, Pinter Publishers.
- Miles I., Kastrinos N., Flanagan K., Bilderbek R., den Hertog P., Huntink W., Bouman M. (1994), *Knowledge-Intensive Business Services: Their Role as Users, Carriers and Sources of Innovation*, PREST, University of Manchester.
- Miles I. (2002), *Services innovation: Towards a tertiarization of innovation studies*, in Gadrey J. and F. Gallouj (eds), *Productivity, Innovation and Knowledge in Services*, Cheltenham UK, Northampton USA: Edward Elgar, pp. 164-196.
- Miles I., Andersen B., Boden M., Howells J. (2000) *Service Production and Intellectual Property*. *International Journal of Technology Management*, 20(1/2): 95-115.
- Moulaert F., Martinelli F., Swyngedouw E. and Gonzalez S. (2005), *Toward Alternative Model(s) of Local Innovation*, *Urban Studies*, 42 (11), 1969-1990.
- Mulgan G., Tucker S., Rushanara A., Sanders B. (2007), *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, Skoll centre for social entrepreneurship, Oxford Said Business school, working paper, The Younf Foundation.
- Normann R. (1984), *Service management : strategy and leadership in service business*, John Wiley and sons.
- OCDE (2005), « Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique », Manuel d'Oslo.
- OECD LEED Forum on Social Innovations (2000) http://www.oecdorg/document/53/0,3343,fr_2649_34459_39263221_1_1_1_1,00.html-28k-.
- Perez C. (1983), *Structural change and the assimilation of new technologies in the economic and social system*, *Futures*, vol. 15, n°4, p. 357-375.
- Phills J.A., Deiglmeier K., Miller D.T. (2008), *Rediscovering social innovation*, *Stanford Social Innovation Review*, Fall, p. 34-43.
- Pole E., Ville S. (2009), *Social innovation : Buzz word or enduring term ?*, *The Journal of Socio-Economics*, 38, p. 878-885.
- Rubalcaba L. (2006), *Which policy for innovation in services?* *Science and Public Policy*, 33 (10), 745-756.
- Sanger M. B., Levin M. A. (1992), *Using Old Stuff in New Ways: Innovation as a Case of Evolutionary Tinkering*, *Journal of Policy Analysis and Management*, 11(1), p. 88-115.
- Scheuing E.E, Johnson E.M. (1989), *A poposed model for new service development*, *Journal of service marketing*, 3(2), p. 25-35.
- Schumpeter J. (1975)[1942], *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper, New York.

- Styhre A. (2009), Tinkering with material resources: Operating under ambiguous conditions in rock construction work. *The Learning Organization* 16 (5), p. 386-397.
- Sundbo J, Gallouj F. (1999), Innovation as a loosely coupled system in services, *International Journal of Services Technology and Management*, Vol. 1, n°1, 15-36.
- Sundbo J. (1998), *The organisation of innovation in services*, Copenhagen: Roskilde University Press.
- Tether B., (2005), Do Services Innovate (Differently)?: Insights from the European Innobarometer Survey, *Industry and Innovation*, 12, 153-184.
- Tidd J., Hull F. (2010), *Service innovation: development, delivery and performance*, in Gallouj F. Djellal F. (eds), *The handbook of innovation and services*, Edward Elgar, p. 250-278.
- Toivonen M. (2010), *Different types of innovation processes in services and their organisational implications*, in Gallouj F. Djellal F. (eds), *The handbook of innovation and services*, Edward Elgar, p. 221-249.
- Windrum P., Koch P. (ed.) (2007), *Innovation in Public Sector Services – Entrepreneurship, Creativity and Management*, Cheltenham UK, Northampton MA, USA, Edward Elgar.
- Windrum P., Garçia-Goni M. (2008), A neo-Schumpeterian model of health services innovation, *Research Policy*, 37 (4), 649-672.