

## Session thématique Forum Innovation 2025

### La science-fiction, porteuse d'innovations : marchés et organisations

#### Noms et institutions du ou des enseignants chercheurs responsables de la session :

Thomas Michaud, Laboratoire ISI/Lab RII, Université du Littoral, Côte d'Opale.  
[michaud.thomas@yahoo.fr](mailto:michaud.thomas@yahoo.fr)

#### Description du thème :

La science-fiction est souvent présentée comme une source de divertissement véhiculant un imaginaire technique abondant. Il semble par ailleurs qu'elle soit devenue ces dernières années un outil de prospective particulièrement pertinent dans les organisations avec les modes managériales du *design fiction*, du *science fiction prototyping* et du design spéculatif, entre autres. Plusieurs dizaines de ces fictions tendent à optimiser les visions stratégiques et du futur des armées, entreprises, think tanks, et universités et font l'objet d'analyses multiples. Placée en amont du processus d'innovation, l'utilisation de la science-fiction permet de prototyper de nouveaux objets, ou de tester l'incursion d'innovations dans des systèmes sociotechniques. Ainsi, cet axe du RRI s'orientera vers cinq directions principales :

- 1) **Comment la science-fiction façonne les organisations** : Cette problématique est particulièrement centrale, dans la mesure où elle cherche à définir les modalités de contribution de l'imaginaire à la vie des organisations, à la construction de leur identité à travers notamment le *storytelling*, le *sensemaking*, et l'élaboration de leurs discours stratégiques. Cette recherche s'appuie sur l'analyse d'œuvres de science-fiction institutionnelle, mais aussi sur l'étude des discours d'acteurs les créant et les utilisant, afin de mieux comprendre les rouages institutionnels à l'œuvre dans l'élaboration et la diffusion de ces fictions à vocation innovante. Les recherches de Smith et al (2001) sont à l'origine de cette problématique visant à déterminer l'impact de l'imaginaire dans la construction du sens et des visions du futur des organisations.
- 2) **L'histoire de la science-fiction et de ses rapports avec les innovations** : Cette recherche vise à analyser différentes œuvres et auteurs de science-fiction particulièrement visionnaires qui ont inspiré par la suite des ingénieurs, chercheurs et entrepreneurs dans leur quête d'innovations révolutionnaires. Ce sous-axe implique une analyse de l'histoire de la science-fiction et de la mettre en rapport avec l'histoire des technosciences depuis environ deux siècles. De nombreuses études sur les origines de cet imaginaire permettent une connaissance accrue de l'histoire des technologies utopiques. Le but est de déterminer quelle est la nature de l'influence conjointe entre la science et la science-fiction. Nous nous interrogerons

dans la lignée de Steinmueller (2017) sur les relations entre science-fiction et innovation.

- 3) **Science-fiction, économie et management** : Il s'agira dans ce sous-axe de développer une théorie de l'apport de la science-fiction aux phénomènes économiques. Cette approche s'inscrira dans la lignée de l'économie narrative de Robert Shiller, qui présente les discours comme des virus qui se propagent d'un individu à un autre à la manière d'une épidémie, occasionnant des faits économiques majeurs. Ainsi, nous nous demanderons dans quelle mesure la science-fiction a participé lors des deux derniers siècles à la diffusion de concepts techniques ayant donné naissance à des grappes d'innovation, des innovations radicales et incrémentales.
- 4) **Science-fiction et prospective** : Nous concevons l'imaginaire comme un moyen de connaître le futur, et donc comme un outil d'aide à la décision. Un tel sous-axe est intéressant dans la mesure où il pose la question de l'utilisation à des fins pragmatiques de la science-fiction. En effet, les organisations tendent de plus en plus à utiliser l'imaginaire pour créer de nouveaux produits en amont et en aval du processus d'innovation.
- 5) **Science-fiction et marketing** : Le marketing est un ensemble de techniques visant à satisfaire les clients d'une entreprise et à commercialiser un bien ou un service. Cette discipline peut utiliser la science-fiction dans un but publicitaire, mais aussi pour développer les produits en amont du processus de conception. Capter l'imaginaire du grand public pour le réaliser permet ainsi de s'assurer un certain succès ultérieur. Le marketing a donc intérêt à étudier l'imaginaire SF, particulièrement influent sur les marchés, notamment dans les secteurs technologiques, afin d'évaluer les discours pouvant faciliter ou entraver l'incursion d'un nouveau produit sur le marché. Trévily (2023) a ainsi montré que les « utopies noires » de la science-fiction avaient pu porter atteinte à une diffusion massive de la maison communicante. Nos recherches portent actuellement sur la contribution et les limites de la science-fiction dans l'acceptation ou l'éventuel rejet du métavers par le grand public.

La prise de conscience de l'apport de la science-fiction, et plus largement de l'imaginaire, à l'innovation technique étant relativement récente dans le monde de l'entreprise (Zaccarato et al, 2024), il est fort probable que le design ait encore de beaux jours devant lui. La courbe de Gartner des pratiques innovantes le plaçait ainsi en 2024 au tout début d'un cycle de croissance qui pourrait durer au minimum dix ans. Il convient donc de consacrer un axe de recherche à cette pratique novatrice, afin d'en saisir l'utilité et les limites. Nous pourrions aussi proposer des pistes d'optimisation et de lancer une réflexion sur l'éthique de cette technique de créativité. En effet, tous les imaginaires sont-ils toujours bons à divulguer ? Certaines organisations pourraient en effet se révéler être animées par la volonté de réaliser

certaines cauchemars de la science-fiction dans un but d'enrichissement économique ou de conquête du pouvoir militaire ou politique. D'autres, au contraire, chercheront à réaliser les utopies technologiques. Nous avons nommé « entrepreneurs hyperréels » ces industriels qui à l'instar d'Elon Musk pour la conquête spatiale et Mark Zuckerberg pour le métavers cherchent à réaliser la science-fiction.

### References:

- Steinmueller W. Edward, Science fiction and innovation: A response, *Research Policy*, 46(3), 2017, p. 550-553. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.07.009>
- Smith Warren, Higgins Matthew, Parker Martin, Lightfoot Geoff, *Science Fiction and Organization*, London, Routledge, 2001.
- Trévily Julie, Les représentations de la maison du futur dans la science-fiction, quel impact sur l'imaginaire collectif et sur les laboratoires de recherche ?, *Technologie et Innovation*, vol. 9. DOI : [10.21494/ISTE.OP.2024.1127](https://doi.org/10.21494/ISTE.OP.2024.1127)
- Zoccarato Francesca, Lettieri Emanuelle, Radaelli Giovanni, Ghezzi Antonio, Toletti Giovanni, Taking Science Fiction seriously : Unveiling its relationship with employees's Innovative Work Behavior, *Technovation*, vol. 136, 2024, <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103071>.

Soumission des propositions de communication jusqu'au 30 avril 2025 :  
<https://foruminnov25.univ-littoral.fr/soumission/>