

Éditorial

Un numéro autour des Business Models

*François DE CORBIÈRE**

* IMT Atlantique, LEMNA

Avec la crise sanitaire et la crise économique que notre société vit actuellement, beaucoup d'entreprises ont cherché ou pensent à renouveler, aménager, voire transformer leurs business models. Cela concerne en particulier les entreprises en contact avec des clients consommateurs confinés et celles dont l'activité de base a été suspendue pour limiter la propagation du virus. Ce numéro de SIM autour des business models tombe ainsi à point nommé pour apporter un regard scientifique sur la contribution des systèmes d'information au renouvellement des business models.

La première contribution est un article invité rédigé par Raphaël Maucuer, Alexandre Renaud, Yuliya Snihur, et Neva Bojovic. Les auteurs présentent une revue de littérature sur les systèmes d'information et les business models. Avec une analyse bibliométrique mixte, couplant une analyse de co-citation de références et une analyse de couplage bibliographique de documents, les auteurs mettent en évidence la contribution historique de la littérature SI sur les business models et présentent un agenda de recherche pour notre communauté sur cette thématique.

L'article de recherche de Marie Joachim et Alexis Laszczuk s'intéresse au rôle des communautés en ligne sur le réagencement des business models dans l'industrie des jeux d'argent en ligne. Ces communautés en ligne sont des sources de valeur, tant pour les clients que pour les entreprises du secteur. Les auteurs proposent une taxonomie des ressources et compétences collectées dans les communautés en ligne et démontrent alors que la participation des membres des communautés en ligne conduit à de nouvelles ressources et compétences qui enrichissent la proposition de valeur.

Enfin, Rostand Affogbolo, Claire Gauzente, Pascale Kuntz et Alain Guénoche présentent un article de recherche sur les business models de l'Internet des objets. Par une méta-analyse des motivations – bénéfiques et challenges – risques associés à l'Internet des objets sur des études managériales interrogeant plusieurs milliers d'organisations, ils analysent les changements du business model liés à l'introduction de l'Internet des objets tant sur la création de valeur, la proposition et la délivrance de la valeur, que la capture de la valeur.