JETIR.ORG ISSN: 2349-5162 | ESTD Year : 2014 | Monthly Issue
JOURNAL OF EMERGING TECHNOLOGIES AND INNOVATIVE RESEARCH (JETIR)
An International Scholarly Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

De l'imitation à l'agilité stratégique : capacité d'absorption et résilience organisationnelle dans le secteur de l'assurance non-vie au Burkina Faso — Une enquête qualitative

Dr Hamidou TEGUERA, Expert en marketing stratégique, marketing des services, négociation et gestion clientèle, technique de vente en assurance IARDT, Gestion de portefeuille client. Enseignant-Chercheur dans les Instituts d'Enseignement Supérieur (IES), Bobo-Dioulasso, Burkina Faso.
E-mail : teguera88@gmail.com

Résumé

Cet article reformule l'imitation concurrentielle comme un processus d'apprentissage et examine comment la capacité d'absorption transforme l'imitation en agilité stratégique et en résilience organisationnelle dans une industrie de services émergente régulée. Le marché de l'assurance non-vie (IARDT) du Burkina Faso constitue le terrain. L'étude mobilise le matériau qualitatif d'une thèse doctorale : entretiens semi-directifs avec 50 dirigeants et responsables, observations de terrain et documents secondaires. Une analyse thématique abductive est conduite, structurée par une procédure de codage de type Gioia ancrée dans la capacité d'absorption, l'agilité stratégique et la résilience organisationnelle. L'imitation est ambivalente : la réplication passive érode la différenciation, tandis que l'imitation réflexive — soutenue par une capacité d'absorption — alimente l'adaptation rapide des produits, des réponses commerciales agiles et la résilience sous hostilité. Environ 18 % des firmes se comportent comme imitatrices adaptives. L'agilité stratégique apparaît comme le tissu connectif entre routines d'absorption et résultats résilients. L'article développe un modèle processuel d'imitation adaptive dans un terrain francophone ouest-africain peu étudié. Il dépasse la dichotomie imitation/innovation en montrant comment la capacité d'absorption convertit l'imitation en résilience.

Mots-clés

Capacité d'absorption ; agilité stratégique ; résilience organisationnelle ; imitation adaptive ; assurance ; Burkina Faso ; marchés émergents.

1. Introduction

L'imitation a longtemps été positionnée comme l'opposé conceptuel de l'innovation. Le récit dominant veut que les innovateurs créent des rentes et que les imitateurs les érodent (Lieberman & Asaba, 2006 ; Schumpeter, 1934/2008). Pourtant, la recherche organisationnelle récente reformule l'imitation comme une capacité

sophistiquée plutôt qu'une stratégie déficiente (Posen et al., 2023 ; Shenkar, 2010), et comme un mécanisme par lequel les firmes apprennent et se renouvellent (Cohen & Levinthal, 1990 ; Zahra & George, 2002).

Cette reformulation est particulièrement pertinente dans les marchés émergents, où les firmes opèrent sous forte incertitude (Khanna & Palepu, 2010 ; Marquis & Raynard, 2015). Observer ses concurrents n'est pas un simple réflexe défensif : c'est souvent la principale ressource cognitive des décideurs (Boso et al., 2019). La conversion de cette observation en avantage dépend cependant de ce que les firmes font de la connaissance qu'elles absorbent.

S'appuyant sur la capacité d'absorption (Cohen & Levinthal, 1990 ; Zahra & George, 2002), l'agilité stratégique (Doz & Kosonen, 2010 ; Weber & Tarba, 2014) et la résilience organisationnelle (Duchek, 2020 ; Lengnick-Hall et al., 2011), cet article pose la question : comment les assureurs non-vie au Burkina Faso convertissent-ils l'imitation concurrentielle en agilité stratégique et en résilience organisationnelle ?

Trois contributions sont attendues. Premièrement, le développement d'un modèle processuel d'imitation adaptive ancré dans des données qualitatives, complémentaire à la littérature à dominante quantitative (Posen et al., 2023). Deuxièmement, l'intégration de la capacité d'absorption avec l'agilité stratégique et la résilience dans un cadre explicatif unifié (Duchek, 2020 ; Khan et al., 2021). Troisièmement, l'apport de preuves issues d'un contexte francophone ouest-africain sous-représenté (Boso et al., 2019 ; Zoogah et al., 2015).

2. Arrière-plan conceptuel

2.1 Reformuler l'imitation comme apprentissage organisationnel

Les perspectives classiques traitent l'imitation soit comme rationnelle économiquement sous incertitude (Lieberman & Asaba, 2006), soit comme institutionnellement induite par les pressions isomorphiques (DiMaggio & Powell, 1983). Les reformulations contemporaines intègrent ces courants et soutiennent que l'imitation est, en soi, une capacité complexe nécessitant interprétation et adaptation (Posen et al., 2023 ; Shenkar, 2010).

2.2 Capacité d'absorption

Cohen et Levinthal (1990) ont introduit la capacité d'absorption comme la capacité d'une firme à reconnaître la valeur d'une connaissance externe, à l'assimiler et à l'appliquer commercialement. Zahra et George (2002) ont étendu le construit en quatre dimensions — acquisition, assimilation, transformation, exploitation — distinguant la capacité d'absorption potentielle de la capacité réalisée. Le construit a été mobilisé pour expliquer comment les firmes convertissent les signaux externes en innovation (Lewin et al., 2011) et en résilience (Sadeghi et al., 2021).

2.3 Agilité stratégique

L'agilité stratégique désigne la capacité d'une firme à rester en alerte, à redéployer ses ressources rapidement et à les recombiner sous pression (Doz & Kosonen, 2010 ; Weber & Tarba, 2014). Elle repose sur trois fondations : sensibilité stratégique, unité de leadership et fluidité des ressources (Doz & Kosonen, 2010).

2.4 Résilience organisationnelle

La résilience est la capacité d'une organisation à anticiper, faire face et s'adapter aux événements perturbateurs (Duchek, 2020 ; Lengnick-Hall et al., 2011). Dans les contextes émergents marqués par la volatilité macroéconomique et sécuritaire, la résilience devient une dimension décisive de la performance (Williams et al., 2017).

2.5 Un cadre intégratif

En articulant les trois concepts, l'article propose que la capacité d'absorption agit comme fondation cognitive transformant les pratiques observées en connaissance utilisable ; l'agilité stratégique en constitue la traduction comportementale ; et la résilience constitue l'issue à plus long terme de cycles répétés d'adaptation agile (Schilke et al., 2018).

3. Méthodologie

3.1 Approche de recherche

L'étude adopte un design qualitatif interprétativiste et abductif (Alvesson & Sköldberg, 2018 ; Tavory & Timmermans, 2014). Suivant Gioia et al. (2013), la procédure analytique vise la trustworthiness, la transparence et le développement conceptuel.

3.2 Terrain empirique

Le terrain est le marché de l'assurance non-vie au Burkina Faso, régulé par le Code CIMA (Alhassan & Biekpe, 2017 ; Teguera, 2026). Les données ont été collectées à Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Koudougou.

3.3 Sources de données

Trois flux de matériau qualitatif sont mobilisés : (i) entretiens semi-directifs avec 50 dirigeants et responsables (10 dirigeants d'administration et 40 responsables de compagnies) ; (ii) observations participantes et non participantes en agences ; (iii) documents secondaires (textes réglementaires CIMA, rapports APSAB, rapports de marché, documents internes). La triangulation entre sources renforce la crédibilité (Lincoln & Guba, 1985 ; Yin, 2018).

3.4 Procédure analytique

Les données ont été analysées via une procédure de codage Gioia (Gioia et al., 2013). Les codes de premier ordre ont saisi les pratiques d'imitation, routines d'apprentissage et logiques d'adaptation rapportées par les informants. Les thèmes de second ordre ont été développés en reliant les codes aux construits de capacité d'absorption, d'agilité et de résilience. Les dimensions agrégées ont émergé de la convergence thématique. La saturation théorique a été évaluée itérativement (Saunders et al., 2018). La Figure 1 synthétise la structure de codage.

3.5 Trustworthiness et réflexivité

Suivant Lincoln et Guba (1985), la trustworthiness est soutenue par la crédibilité (triangulation entre sources, member checks avec informants sélectionnés), la transférabilité (description épaisse du contexte), la dépendabilité (audit trail de codage) et la confirmabilité (peer debriefing). L'imitation étant un thème socialement sensible — souvent perçu comme « honteux » par les informants — l'étude a recouru au questionnement indirect, à l'anonymisation et à la construction de rapport (Bell et al., 2022).

3.6 Considérations éthiques

Le consentement éclairé a été obtenu auprès de tous les participants. L'anonymat des individus et des compagnies est préservé par codage agrégé, pseudonymisation et retrait des éléments identifiants. L'étude a suivi les procédures éthiques institutionnelles (référence ECD-2023-014, 18 mars 2023).

4. Résultats

L'analyse qualitative révèle quatre dimensions interdépendantes par lesquelles les assureurs burkinabè convertissent l'imitation concurrentielle en agilité et résilience : la dualité de l'imitation, les quatre phases d'absorption, la réponse commerciale agile, et la plateforme résiliente. La Figure 1 présente la structure de codage Gioia, et le Tableau 1 résume les données illustrant chaque thème.

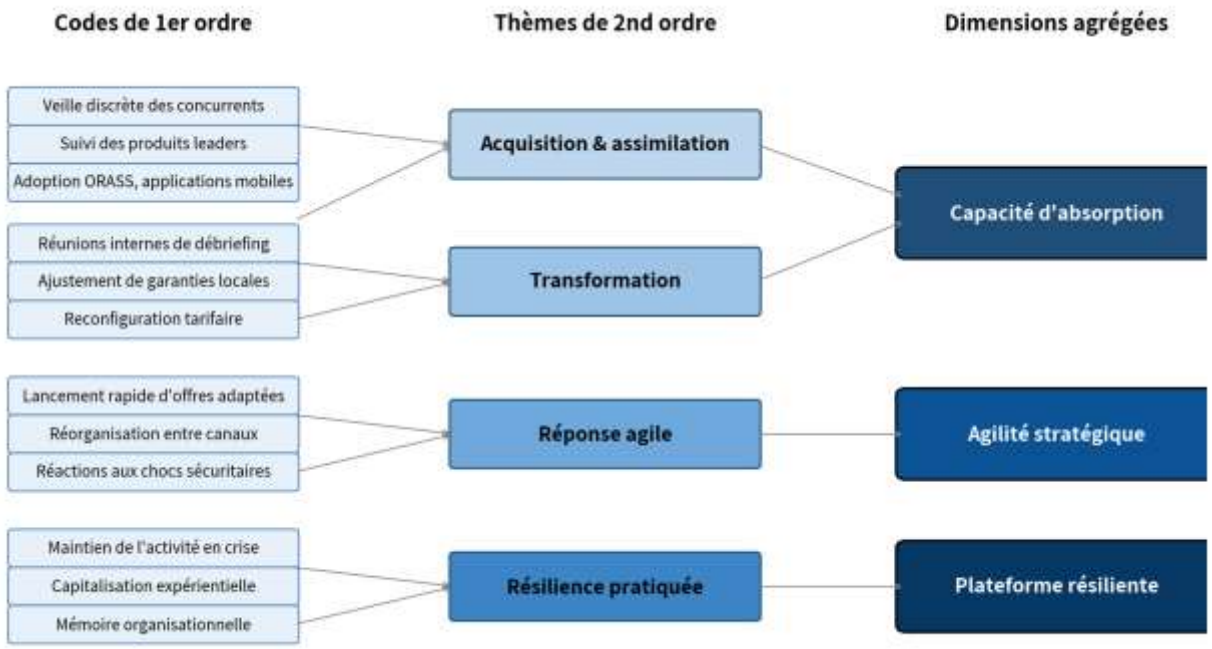

Figure 1. Structure de codage Gioia — synthèse des codes de 1er ordre, thèmes de 2nd ordre et dimensions agrégées.

Tableau 1. Cartographie analytique des dimensions, thèmes et codes

Dimension agrégée	Thème de 2nd ordre	Codes de 1er ordre exemplaires
Capacité d'absorption	Acquisition & assimilation	Veille discrète des concurrents ; suivi des produits leaders ; débriefings internes mensuels
Capacité d'absorption	Transformation	Ajustement de garanties au contexte local ; reconfiguration tarifaire ; redesign d'interfaces digitales
Agilité stratégique	Réponse agile	Lancement rapide d'offres adaptées ; recalibrage tarifaire post-choc ; réallocation entre canaux
Plateforme résiliente	Résilience pratiquée	Maintien de l'activité en période de crise ; capitalisation expérientielle ; mémoire organisationnelle

4.1 La dualité de l'imitation : copie passive versus imitation réflexive

Deux logiques contrastées coexistent dans l'échantillon. La logique dominante est l'imitation passive, que les informants décrivent souvent en termes défensifs voire honteux. Elle implique la duplication intégrale d'offres concurrentes, de grilles tarifaires et d'outils opérationnels. Les informants y associent une logique de minimisation du risque, de légitimation au sein de la communauté professionnelle et de soulagement commercial à court terme. La seconde logique, l'imitation réflexive, est pratiquée par environ 18 % des firmes. Elle suppose une observation systématique, une sélection prudente et une adaptation substantielle des pratiques imitées.

« Vous savez, dans notre secteur, on regarde tout le temps ce que les autres font. Mais admettre qu'on imite, ça reste tabou. On parlera plutôt de veille stratégique, de benchmarking. Le mot imitation, on le dit rarement à voix haute. »

— Directeur général, compagnie challenger, plus de 20 ans d'expérience

« Quand l'opération réussit, vous avez peur qu'on vous prenne pour quelqu'un sans talent ; quand elle échoue, c'est doublement la honte. Donc on en parle peu, mais tout le monde le fait. »

— Responsable marketing, compagnie suiveur, 12 ans d'expérience

« Imiter pour imiter, c'est de la singerie. Mais imiter pour adapter, ajouter quelque chose qui correspond à notre client burkinabè, c'est intelligent. Notre client n'est pas le client français. »

— Directeur commercial, compagnie leader, 18 ans d'expérience

Les imitateurs réflexifs revendiquent ainsi un travail interprétatif et adaptatif. Le caractère honteux du mot « imitation » est néanmoins largement partagé : la plupart des informants utilisent des termes substitutifs comme « benchmarking », « veille stratégique » ou « intelligence économique » pour désigner ce qu'ils font.

4.2 Les quatre phases d'absorption

Les imitateurs réflexifs mobilisent des routines visiblement alignées sur les quatre phases de la capacité d'absorption.

Acquisition. Les firmes développent une intelligence concurrentielle structurée — réseaux informels au sein de la communauté professionnelle, suivi des firmes leaders, observation des évolutions réglementaires.

« On a un petit groupe de quatre ou cinq cadres qui se réunissent chaque mois. On fait le tour de ce que les autres concurrents ont sorti. On regarde leurs publicités, leurs prix, ce que disent nos clients. C'est devenu une routine. »

— Chef d'agence, compagnie challenger, Ouagadougou

Assimilation. Les pratiques observées sont interprétées dans des espaces collectifs internes — direction marketing, direction de production, agences de première ligne.

« On ne décide pas tout seul de copier. On en discute en réunion d'équipe : est-ce que ça marche pour nous ? Est-ce qu'on peut adapter ? Est-ce que ça vend ? On filtre. »

— Responsable de production, compagnie challenger, 14 ans d'expérience

Transformation. Les pratiques observées sont reformulées : garanties recalibrées, tarification ajustée, interfaces digitales redessinées pour l'usager local.

« L'exemple parfait, c'est la garantie collisions avec animaux qu'un concurrent a sortie. C'est inspiré de garanties européennes contre la faune sauvage, mais ici on a beaucoup de chèvres, de vaches, de bovins sur les routes. Ils ont vu, ils ont compris, ils ont adapté. Et ça a explosé. »

— Directeur commercial, compagnie suiveur, 16 ans d'expérience

Exploitation. Les offres transformées sont commercialisées avec des messages explicites distinguant la nouvelle offre de l'originale.

« Quand on lance, on ne dit jamais que c'est inspiré d'un concurrent. On met en avant nos plus : la prime, le délai d'indemnisation, le service. C'est notre signature. »

— Directeur général, compagnie challenger, 19 ans d'expérience

4.3 La réponse commerciale agile

Les routines d'absorption alimentent une réponse commerciale agile selon trois patterns. Premièrement, un time-to-market accéléré : les firmes à fortes routines d'absorption déploient des offres adaptées significativement plus vite que les firmes pratiquant l'imitation passive. Deuxièmement, un recalibrage tarifaire rapide en réponse aux chocs sécuritaires ou macroéconomiques. Troisièmement, une réallocation plus fluide des ressources entre agences, canaux et plateformes digitales.

« Quand il y a eu les attaques dans la zone Est, on a dû revoir nos primes auto en deux semaines. Avant, ça nous aurait pris trois mois. Maintenant, on a une cellule rapide qui décide. »

— Directeur général, compagnie challenger, 22 ans d'expérience

« Bouger quand les autres regardent encore — c'est ça la différence aujourd'hui. Avant, on attendait que tout le monde s'aligne. Aujourd'hui, celui qui bouge trois mois avant les autres, il prend la part de marché. »

— Responsable marketing, compagnie suiveur, 9 ans d'expérience

Les jeunes cadres expriment l'agilité comme la compétence stratégique contemporaine, tandis que les cadres plus seniors la regardent parfois avec prudence — voire scepticisme.

« Les jeunes adorent ce mot, agile. Mais agile sans réflexion, c'est juste de l'impulsion. Il faut savoir bouger, mais aussi savoir attendre. »

— Directeur général, compagnie leader, 26 ans d'expérience

4.4 La plateforme résiliente

Les cycles répétés d'absorption et de réponse agile génèrent ce que l'analyse nomme une plateforme résiliente. Elle est composée de routines d'apprentissage récurrentes, d'expérience d'adaptation accumulée et d'un portefeuille d'offres tailored localement. Les firmes dotées d'une telle plateforme naviguent les chocs sectoriels plus efficacement.

« Pendant la crise sécuritaire, beaucoup de petites compagnies ont vacillé. Nous, on a tenu parce qu'on avait déjà l'habitude d'ajuster vite. Cette habitude-là, ça vaut de l'or. »

— Directeur commercial, compagnie challenger, 20 ans d'expérience

« On a appris à apprendre plus vite que le marché. C'est ça notre vraie défense. Les produits, les concurrents les copient en six mois. Notre façon d'apprendre, ils ne peuvent pas la copier. »

— Directeur général, compagnie challenger, 23 ans d'expérience

La plateforme est intangible et difficile à imiter en elle-même, ce qui constitue la base sur laquelle des positions concurrentielles plus durables peuvent être construites.

4.5 Conditions limites

Trois conditions limites apparaissent. Premièrement, l'unité de leadership compte : lorsque les cadres seniors divergent sur l'interprétation des signaux concurrentiels, les routines d'absorption s'effondrent en copie défensive.

« Quand le DG et le directeur commercial ne sont pas d'accord sur ce qu'il faut faire, on finit par juste copier ce que fait le voisin. C'est plus simple que de trancher. »

— Chef d'agence, compagnie suiveur, 11 ans d'expérience

Deuxièmement, l'infrastructure digitale conditionne l'agilité : les firmes mieux dotées numériquement convertissent plus rapidement l'absorption en déploiement.

« Sans notre application mobile, on ne pourrait pas ajuster nos offres en quelques jours. Le digital, c'est notre vitesse. »

— Responsable marketing, compagnie challenger, 8 ans d'expérience

Troisièmement, l'hostilité environnementale, douloureuse, renforce paradoxalement la valeur de la plateforme résiliente, car les firmes opérant dans des environnements bénins voient souvent leurs routines d'absorption se diluer.

« C'est dur ici, oui. Mais c'est cette dureté qui nous a forcés à apprendre. Si tout était facile, on serait devenus paresseux comme certains marchés. »

— Directeur général, compagnie leader, 24 ans d'expérience

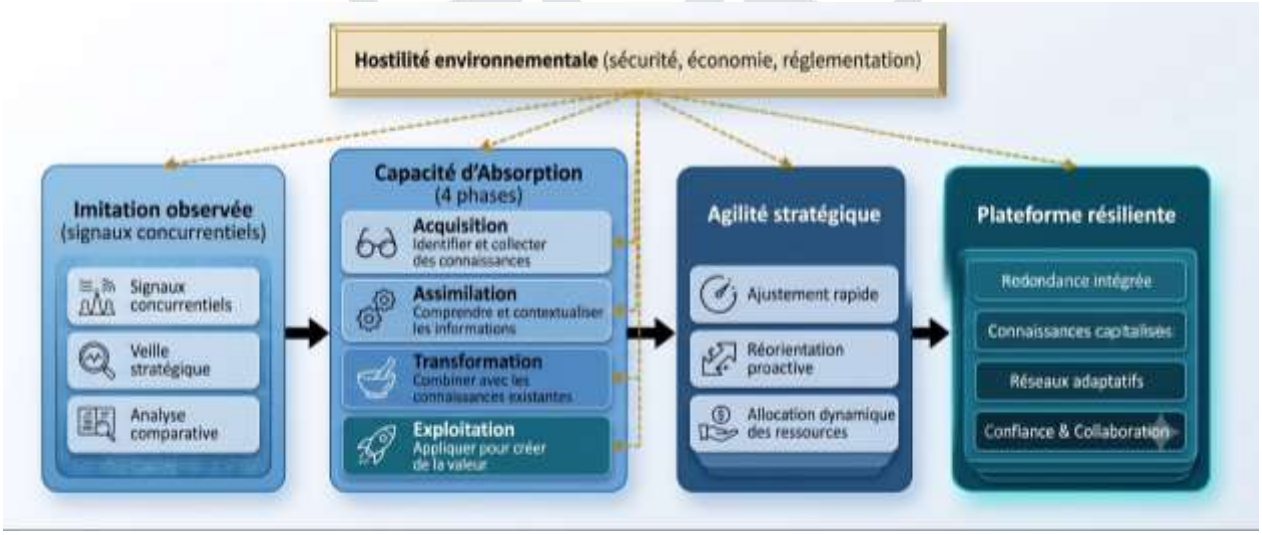

Figure 2. Modèle processuel — De l'imitation à la résilience via la capacité d'absorption

.

5. Discussion

5.1 Vers un modèle processuel d'imitation adaptive

Les résultats soutiennent un modèle processuel dans lequel la capacité d'absorption transforme l'imitation concurrentielle en agilité stratégique, et les réponses agiles répétées construisent la résilience organisationnelle. Ce modèle contribue aux reformulations de l'imitation comme capacité sophistiquée (Posen et al., 2023 ; Shenkar, 2010), s'aligne sur les recherches en capacité d'absorption insistant sur la nature dynamique du construit (Lewin et al., 2011 ; Zahra & George, 2002) et répond aux appels pour des études processuelles de l'apprentissage organisationnel (Schilke et al., 2018) et de la résilience (Duchek, 2020).

5.2 Implications théoriques

Trois implications théoriques se dégagent. Premièrement, la dichotomie imitation/innovation est trompeuse : les données montrent que les firmes les plus innovantes sont aussi parmi les plus attentives à imiter (Lee & Zhou, 2012 ; Posen et al., 2023). Deuxièmement, la capacité d'absorption est le maillon manquant expliquant pourquoi certaines firmes convertissent l'imitation en renouveau et d'autres en stagnation (Cohen & Levinthal, 1990 ; Zahra & George, 2002). Troisièmement, agilité stratégique (Doz & Kosonen, 2010 ; Weber & Tarba, 2014) et résilience (Duchek, 2020 ; Lengnick-Hall et al., 2011) sont mieux comprises non comme capacités parallèles mais comme issues séquentielles de cycles répétés d'absorption.

5.3 Implications contextuelles

L'étude étend la recherche sur les marchés émergents en montrant que l'hostilité environnementale, souvent présentée comme un obstacle, peut aussi être le stimulus par lequel les firmes développent des plateformes résilientes (Khanna & Palepu, 2010 ; Marquis & Raynard, 2015). Elle contribue également à la recherche sur le management africain en fournissant des preuves qualitatives approfondies issues d'un contexte ouest-africain francophone (Boso et al., 2019 ; Zoogah et al., 2015).

5.4 Implications managériales

Quatre lignes directrices émergent : (1) concevoir l'intelligence concurrentielle comme une activité interprétative ; (2) formaliser des routines de transformation ; (3) traiter la digitalisation comme infrastructure d'agilité plutôt que feature à imiter ; (4) investir dans la plateforme résiliente en codifiant l'apprentissage post-adaptation (Schilke et al., 2018).

6. Conclusion, limites et pistes futures

En traçant comment la capacité d'absorption transforme l'imitation en agilité et résilience, l'étude dépasse le traitement conventionnel de l'imitation comme stratégie faible. Elle développe un modèle processuel ancré dans des données qualitatives issues du secteur de l'assurance non-vie au Burkina Faso.

Trois limites méritent reconnaissance. Premièrement, le design qualitatif privilégie la profondeur sur l'étendue, et le modèle bénéficierait d'une réplication quantitative. Deuxièmement, la focalisation mono-pays appelle une comparaison entre États CIMA. Troisièmement, le biais de désirabilité sociale demeure une préoccupation résiduelle malgré les stratégies de mitigation. Les recherches futures devraient explorer les fondations digitales des routines d'absorption, examiner comment l'unité de leadership modère l'absorption, et étudier si la plateforme résiliente se traduit en avantage durable mesurable.

Références

Alhassan, A. L., & Biekpe, N. (2017). Liberalization outcomes and competitive behaviour in an emerging insurance market. African Development Review, 29(2), 122–138. https://doi.org/10.1111/1467-8268.12245

Alvesson, M., & Sköldberg, K. (2018). Reflexive methodology: New vistas for qualitative research (3e éd.). SAGE.

Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2022). Business research methods (6e éd.). Oxford University Press.

Boso, N., Adeleye, I., Donbesuur, F., & Gyensare, M. (2019). Do entrepreneurs always benefit from business failure experience? Journal of Business Research, 98, 370–379. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.063

Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. Administrative Science Quarterly, 35(1), 128–152. https://doi.org/10.2307/2393553

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. American Sociological Review, 48(2), 147–160. https://doi.org/10.2307/2095101

Doz, Y. L., & Kosonen, M. (2010). Embedding strategic agility: A leadership agenda for accelerating business model renewal. Long Range Planning, 43(2–3), 370–382. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.006

Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. Business Research, 13(1), 215–246. https://doi.org/10.1007/s40685-019-0085-7

Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. Organizational Research Methods, 16(1), 15–31. https://doi.org/10.1177/1094428112452151

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis (8e éd.). Cengage.

Khan, S. H., Majid, A., & Yasir, M. (2021). Strategic renewal of SMEs: The impact of social capital, strategic agility and absorptive capacity. Management Decision, 59(8), 1877–1894. https://doi.org/10.1108/MD-12-2019-1722

Khanna, T., & Palepu, K. G. (2010). Winning in emerging markets: A road map for strategy and execution. Harvard Business Review Press.

Lee, R. P., & Zhou, K. Z. (2012). Is product imitation good for firm performance? An examination of product imitation types and contingency factors. Journal of International Marketing, 20(3), 1–16. https://doi.org/10.1509/jim.12.0019

Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. Human Resource Management Review, 21(3), 243–255. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2010.07.001

Lewin, A. Y., Massini, S., & Peeters, C. (2011). Microfoundations of internal and external absorptive capacity routines. Organization Science, 22(1), 81–98. https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0525

Lieberman, M. B., & Asaba, S. (2006). Why do firms imitate each other? Academy of Management Review, 31(2), 366–385. https://doi.org/10.5465/amr.2006.20208686

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. SAGE.

Marquis, C., & Raynard, M. (2015). Institutional strategies in emerging markets. Academy of Management Annals, 9(1), 291–335. https://doi.org/10.5465/19416520.2015.1014661

Posen, H. E., Ross, J. M., Wu, B., Hong, S., & Zhu, J. (2023). Reconceptualizing imitation: Implications for dynamic capabilities, innovation, and competitive advantage. Academy of Management Annals, 17(1), 74–112. https://doi.org/10.5465/annals.2021.0044

Sadeghi, J. K., Struckell, E., Ojha, D., & Nowicki, D. (2021). Absorptive capacity and disaster immunity: The mediating role of information quality and change management capability. Journal of Knowledge Management, 25(4), 714–742. https://doi.org/10.1108/JKM-06-2020-0404
Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. Quality & Quantity, 52(4), 1893–1907. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8
Schilke, O., Hu, S., & Helfat, C. E. (2018). Quo vadis, dynamic capabilities? A content-analytic review of the current state of knowledge and recommendations for future research. Academy of Management Annals, 12(1), 390–439. https://doi.org/10.5465/annals.2016.0014
Schumpeter, J. A. (2008). The theory of economic development. Transaction Publishers. (Œuvre originale publiée en 1934)
Shenkar, O. (2010). Copycats: How smart companies use imitation to gain a strategic edge. Harvard Business Review Press.
Tavory, I., & Timmermans, S. (2014). Abductive analysis: Theorizing qualitative research. University of Chicago Press.
Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, 18(7), 509–533.
Teguera, H. (2026). Régulation CIMA, Pressions Institutionnelles et Différenciation Stratégique Sous Contrainte: Une Lecture Institutionnelle du Marché de L'assurance Non-Vie au Burkina Faso. International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies. https://www.multiresearchjournal.com/arclist/list-2026.6.3/id-6462
Weber, Y., & Tarba, S. Y. (2014). Strategic agility: A state of the art. California Management Review, 56(3), 5–12. https://doi.org/10.1525/cmr.2014.56.3.5
Williams, T. A., Gruber, D. A., Sutcliffe, K. M., Shepherd, D. A., & Zhao, E. Y. (2017). Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. Academy of Management Annals, 11(2), 733–769. https://doi.org/10.5465/annals.2015.0134
Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6e éd.). SAGE.
Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. Academy of Management Review, 27(2), 185–203. https://doi.org/10.5465/amr.2002.6587995
Zoogah, D. B., Peng, M. W., & Woldu, H. (2015). Institutions, resources, and organizational effectiveness in Africa. Academy of Management Perspectives, 29(1), 7–31. https://doi.org/10.5465/amp.2012.0033