

Innovations

Cahiers d'économie
et de management de l'innovation

Appel à contribution – Numéro spécial

LA CRÉATIVITÉ ENTREPRENEURIALE

Éditeurs invités:

Thierry BURGER-HELMCHEN

Université de Strasbourg

Christophe LERCH

Université de Strasbourg

Mai THI THANH THAI

HEC Montréal

Vesa PUHAKKA

Université d'Oulu

Ces dernières années, les entreprises ont pris conscience du rôle joué par la créativité dans la ré-industrialisation et l'élaboration de nouveaux modèles d'affaires. L'entrepreneuriat et l'innovation sont les principaux atouts contre la crise et les moteurs de la relance économique. L'entrepreneuriat, la créativité et l'innovation sont abordés et définis dans de nombreux travaux (voir *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*, 2013) et de grands auteurs comme Schumpeter et Drucker ont depuis longtemps souligné les connexions existantes entre ces deux notions. Toutefois, la gestion des projets innovants a grandement évolué depuis les travaux de ces précurseurs.

Ce numéro spécial d'*Innovations Cahiers d'Économie et de Management de l'Innovation* est destiné aux travaux qui réexaminent les pratiques de management des projets innovants des entrepreneurs créatifs. L'entrepreneuriat est un comportement proactif, de prise de risque, dans le but d'obtenir et d'exploiter une innovation. Les soumissions doivent porter sur les problématiques suivantes ou afférentes : i) la créativité dans le lancement et le management de nouvelles start-ups innovantes, ii) la créativité et son impact sur la performance de l'entreprise entrepreneuriale.

- **Créativité dans le lancement et le management des start-ups innovantes:** Dans une économie basée sur la connaissance, la création de nouvelles activités devient un objectif stratégique pour les entreprises, (Dyer, Gregersen et Christensen, 2012). Ce renouvellement constant prend place dans un écosystème d'affaires dynamique dans lequel les prévisions basées sur les expériences passées sont difficiles (Dew, Read, Sarasvathy et Wiltbank, 2011). Dans ce processus, les entrepreneurs occupent une place centrale en reconnaissant la valeur économique des nouvelles inventions, découvrant les besoins inassouvis des consommateurs, organisant les ressources humaines et financières pour finalement transférer les activités nouvellement créées à des entreprises industrielles plus grandes. Le développement des NTIC qui participent également à ce mouvement d'ensemble dans la mesure où elles impactent la plupart des activités de la chaîne de valeur, et transforment le climat créatif dans lequel évolue l'entrepreneur. La manière de concevoir, de fabriquer et vendre les produits, la manière de gérer les ressources humaines et les fournisseurs, la manière de collecter les ressources financières est modifiée par l'emploi des outils de l'économie digitale.

La façon d'entreprendre, de créer des entreprises, d'assurer leur développement est-elle véritablement profondément renouvelée ou transformée par l'émergence de ce nouveau contexte ? L'entrepreneur d'aujourd'hui est-il fondamentalement différent de ceux qui ont contribué au développement de l'activité industrielle ?

- **La créativité et son impact sur la performance de l'entreprise entrepreneuriale:** Simon (1990) note que *"We have lots of different attitudes, but in one of our attitudes as human beings, we make up a romantic tale about ourselves. Falling in love is mysterious, thinking is mysterious... and so we create great words like 'creativity'. Creativity is thinking; it just happens to be thinking that leads to results that we think are great"*. Aujourd'hui le mot créativité est associé avec l'hypothèse que le produit, l'idée, le service et le modèle d'affaires sont meilleurs, plus efficaces, plus évolués... L'entrepreneur créatif aura du succès, les entreprises créatives seront plus performantes, une industrie créative aura une croissance plus soutenue... Combien de ces hypothèses seront validées ? Les entreprises qui se disent créatives sont-elles plus durables ? Devons-nous utiliser des critères de performances économiques et opérationnelles classiques pour juger de la créativité (Harvey et Kou, 2013)? Comment distinguer la part de la performance d'une entreprise due à sa créativité de la part de la performance issue du management de l'innovation plus classique comme la qualité de l'exécution opérationnelle ou du marketing (Reinartz et Saffert, 2013) ? Comment expliquer le fait que toutes les entreprises créatives ne sont pas performantes et à l'inverse comment expliquer qu'il existe des entreprises performantes qui ne se distinguent pas par leur créativité ? Peut-on identifier les contextes dans lesquels il est souhaitable de limiter la créativité ?

Ce numéro spécial est ouvert aux travaux innovants en lien avec la thématique générale de cet appel à contribution, qu'il s'agisse de projets d'innovations incrémentales ou radicales, relatifs à des industries traditionnelles ou nouvelles, théoriques ou empiriques. Les méthodologies qualitatives mais aussi quantitatives sont les bienvenues.

SOUSSION

Les travaux soumis ne devraient pas être publiés ni être en évaluation dans un autre support de publication. Toutes les soumissions feront l'objet d'une évaluation anonyme. Veuillez à faire apparaître le titre du numéro spécial dans la soumission et envoyer une copie supplémentaire par email à Thierry Burger-Helmchen (burger@unistra.fr).

Instructions aux auteurs:

http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2008/01/INNO_instructions_aux_auteurs.pdf

DATES IMPORTANTES

Date limite de soumission : 1 septembre 2014

Commentaires aux auteurs : 1 décembre 2014

Remise de la version finale: 1 février 2015

Acceptation finale: 1 mars 2015