
LIGNE ÉDITORIALE

L'innovation correspond à la conception et à la commercialisation de nouvelles marchandises et de nouvelles technologies, à l'application de nouvelles méthodes de travail, ou encore à la conquête de nouveaux marchés. Dans la société de la connaissance d'aujourd'hui, l'innovation naît des fortes interactions entre entreprises, universités, institutions publiques et consommateurs. Les puissants réseaux d'innovation créent des connaissances et les transforment en nouvelles marchandises, en nouveaux procédés industriels, et en nouvelles méthodes de production et de distribution. L'innovation est considérée comme tout changement technique, commercial et organisationnel. Les auteurs des articles de la revue *Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation (ICEI)* sont ainsi amenés à discuter les stratégies d'innovation des entreprises et, plus globalement, des organisations pour analyser les impacts de l'innovation sur les organisations et sur la société en général. Comment l'entreprise innovante apparaît ? Comment applique-t-elle les processus d'innovation ? Comment l'innovation contribue-t-elle à l'amélioration de la compétitivité et des performances d'une entreprise ou d'une économie ? Genèse, appropriation, diffusion des innovations...

Le changement technique, l'action des entrepreneurs, la stratégie des firmes, les politiques publiques de croissance, l'évolution des rapports sociaux, les mouvements économiques, mais aussi le besoin constant de nos sociétés en nouveautés de toutes sortes soulèvent des interrogations auxquelles les auteurs tenteront de répondre. La revue *ICEI* est une revue universitaire dans laquelle sont publiés en priorité des articles de sciences économiques (économie de l'innovation, économie industrielle, économie internationale, économie du travail). Sont également acceptées des contributions en sciences sociales, de gestion, politiques, etc. lorsqu'elles traitent des origines et des implications des innovations économiques et sociales.

RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS

LONGUEUR

Entre 4 000 et 8 000 mots (10 à 25 pages dactylographiées d'un seul côté avec interligne de 1,5 pts et avec marges), y compris les tableaux, graphiques, figures, notes et bibliographie.

NOMBRE DE COPIES

Les textes doivent être envoyés au directeur de publication, de préférence par courriel (uzunidis@univ-littoral.fr) ou en 3 exemplaires (le nom de l'auteur et son adresse doivent précéder le texte sur une page à part).

RÉSUMÉS, MOTS CLÉS, CODES

Les articles doivent être accompagnés d'un résumé en français et d'un autre en anglais de 300 mots au maximum chacun ; de 5 à 7 mots clés et des codes JEL cor-

respondants (http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html).

NOTES/RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

L'auteur est invité à ne pas multiplier les appels de notes. Ceux-ci sont numérotés successivement dans le corps du texte et renvoient aux notes en bas de page. Les références bibliographiques dans le corps du texte doivent comporter, entre parenthèses, l'indication du nom de l'auteur et la date de publication de l'ouvrage ou de l'article cité et éventuellement le numéro de page (exemple : Schumpeter, 1949, p. 438).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES EN FIN D'ARTICLE

Les auteurs doivent y figurer par ordre alphabétique, avec indication du nom (en majuscules), de l'initiale du prénom, de la date de publication, du titre de l'ouvrage (en italiques pour un titre de livre, entre guillemets pour un titre d'article, indication du titre de la revue en italiques, du volume et du numéro et des pages concernées). Lorsque plusieurs ouvrages du même auteur sont publiés la même année, on adjoint à la mention de celle-ci une lettre minuscule : 1981a, 1981b, etc. Exemples :

PENROSE, E. 1959, *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford, Basil Blackwell.

MACHLUP, F. 1967, "Theories of the firm: marginalist, managerial, behavioural", *American Economic Review*, n° 57, p. 1-33.

TABLEAUX

Ils doivent être précédés d'un titre et numérotés consécutivement.

GRAPHIQUES ET FIGURES

Les graphiques et figures sont soumis aux mêmes règles. Leur numérotation doit être indépendante de celle des tableaux.

SOUSSION D'ARTICLES

Les textes doivent être envoyés au directeur de publication à l'adresse suivante : Dimitri Uzunidis – *Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation* – Lab.RII, Maison de la Recherche en Sciences de l'Homme – 59140 Dunkerque – France – labrii@univ-littoral.fr

Les articles soumis à la revue *ICEI* sont envoyés à deux rapporteurs anonymes. Au vu des ces rapports, le comité de rédaction accepte, refuse ou demande aux auteurs d'effectuer les ajustements et modifications nécessaires.

Innovations étant distribuée en texte intégral sur le site internet www.cairn.info, tout auteur accepte que son article soit publié sous les deux formats : papier et électronique.

RÉPERTOIRES

Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation est répertorié dans EconLit (American Economic Association), dans l'index de Oswego, State University of New York (États-Unis) et dans Ressources pour une économie de la recherche et de la science du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (France). *ICEI* bénéficie du soutien du Réseau de Recherche sur l'Innovation (<http://trifr.univ-littoral.fr>)