

Séminaires interdisciplinaires
« Créativité, réseaux d'innovation et développement territorial »

MESHS

Vendredi 13 mars 2009 (14h-17h)

Innovation et créativité : l'individu, l'entreprise et le système

Par Christine LIEFOOGHE, Maître de conférences en géographie économique, Laboratoire TVES, Université de Lille 1.

Objectif de la présentation :

On se propose de faire une analyse critique et comparée de deux ouvrages écrits par des universitaires américains sur la créativité. Ouvrage de psychologie d'une part, ouvrage à l'usage du management d'autre part, les auteurs ont apparemment une approche antinomique de la créativité. Pour Robinson et Stern, les entreprises peuvent tirer parti de la créativité innée de tous leurs salariés : il s'agit de la faire surgir par des méthodes adéquates et surtout de valoriser ces idées émises sous la forme d'innovations de produits, de process ou d'organisation. Csikszentmihalyi analyse quant à lui des personnalités créatives de renom, et en déduit les difficiles conditions d'émergence et de valorisation de ces compétences créatives. Les processus de sélection et de valorisation par le milieu sont également stricts. La créativité est-elle donc un don de quelques uns ou bien est-elle tapie au fond de chaque être humain ? Comment passer de l'individu créatif à l'entreprise créative, voire à la ville créative ? Y a-t-il des lieux favorables à l'émergence de la créativité ? Telles sont les questions qu'amène à se poser la lecture comparée de ces ouvrages. Chacun à leur manière, ils invitent à s'interroger sur l'articulation entre la créativité individuelle et la capacité des systèmes (entreprise, organisation, territoire) à valoriser et reconnaître ce potentiel créatif.

Résumé des ouvrages présentés :

Robinson A-G., Stern S., 2000, *L'entreprise créative. Comment les innovations surgissent vraiment*, Paris, Editions d'organisation.

A-G. Robinson, professeur à l'université du Massachussets, et S. Stern, professeur à l'université d'Etat de l'Oregon, ont parcouru le monde pour comprendre les processus de créativité à l'œuvre dans les entreprises, au-delà des spécificités

culturelles et géographiques. Comment stimuler et maîtriser les innovations si la créativité est le fruit du hasard, de l'initiative individuelle et d'heureuses coïncidences ? A travers une histoire des systèmes de stimulation de la créativité en entreprise, les auteurs plaident pour un modèle d'organisations créatives, ouvertes aux expérimentations officieuses et prêtes à franchir les frontières des disciplines et des méthodes classiques de management de l'innovation.

Csikszentmihalyi M., 2006, *La créativité. Psychologie de la découverte et de l'invention*, Paris, Robert Laffont.

M. Csikszentmihalyi, figure de proue du courant de la psychologie positive, est chercheur au Claremont College en Californie. Il décrypte le processus créatif grâce à des entretiens effectués auprès de 91 personnalités créatives réputées. De ce fait, sa définition de la créativité est exigeante : c'est un processus systémique d'interaction entre un « domaine », un « individu créatif » et un « milieu », et par lequel un champ culturel, scientifique ou technique se trouve profondément modifié. Les grands centres de créativité sont situés à l'intersection de différentes cultures et permettent à des individus de transgresser les frontières disciplinaires en mettant en relation différents champs du savoir. Pour l'auteur, il est plus facile de favoriser la créativité en modifiant l'environnement d'une personne qu'en l'encourageant à penser de façon plus créative. Il en tire quelques conclusions, tant pour les entreprises qui doivent innover qu'en matière de développement personnel.