

Table des matières

| | |
|--|----|
| Préface | 1 |
| Michela BERETTA | |
| Présentation des auteurs | 5 |
| Introduction | 9 |
| Émilie RUIZ | |
| Chapitre 1. La gestion de l'ouverture avec les plateformes multifaces | 17 |
| Guy PARMENTIER | |
| 1.1. Les plateformes multifaces. | 18 |
| 1.2. Stratégie d'ouverture | 20 |
| 1.3. Outils et mécanismes de contrôle | 22 |
| 1.4. Effet sur la créativité des utilisateurs et de l'organisation. | 24 |
| 1.5. Conclusion | 27 |
| 1.6. Bibliographie. | 29 |
| Chapitre 2. Des capacités pour bénéficier du <i>crowdsourcing</i> pour innover. | 33 |
| Émilie RUIZ | |
| 2.1. Le <i>crowdsourcing</i> (CS) d'activités créatives : une forme de <i>crowdsourcing</i> pour innover. | 34 |

| | |
|---|----|
| 2.2. Des bénéfiques et des difficultés questionnant les frontières organisationnelles | 37 |
| 2.3. Des capacités pour bénéficier du CS d'activités créatives | 41 |
| 2.4. Conclusion | 47 |
| 2.5. Bibliographie | 47 |

Chapitre 3. Le rôle des capacités créatives dans l'ouverture du processus d'innovation de *business model* 53

Romain GANDIA

| | |
|--|----|
| 3.1. Le processus d'innovation de <i>business model</i> (BM) et la dynamique de l'ouverture | 55 |
| 3.2. Comprendre la dynamique d'ouverture du processus d'innovation de BM à travers le prisme des capacités créatives des organisations (CCO) | 59 |
| 3.3. Le cas Ankama : un modèle atypique des CCO pour organiser une dynamique d'ouverture interne et externe du processus d'innovation de BM | 62 |
| 3.4. Le cas Airbnb : un modèle numérique de coproduction des CCO pour organiser l'ouverture du processus d'innovation de BM | 66 |
| 3.5. Regards croisés sur les modèles des CCO d'Ankama et Airbnb : quels enseignements ? | 70 |
| 3.6. Conclusion | 73 |
| 3.7. Bibliographie | 74 |

Chapitre 4. L'entreprise libérée : l'ouverture, une dimension complémentaire pour explorer les capacités créatives 79

Sandra DUBOULOZ et Caroline MATTELIN-PIERRARD

| | |
|---|----|
| 4.1. Entreprise libérée : un terreau fertile pour la créativité ? | 81 |
| 4.1.1. Entreprise libérée et créativité organisationnelle. | 82 |
| 4.1.2. Entreprise libérée et créativité individuelle et collective | 83 |
| 4.2. Entreprise libérée et créativité : exploration d'une nouvelle dimension à l'aune de l'ouverture | 86 |
| 4.2.1. Ouverture et créativité | 86 |
| 4.2.2. Entreprise libérée et capacités créatives multiniveaux | 88 |
| 4.2.3. Une direction générale ouverte aux expériences et à l'intégration de tous les collaborateurs aux processus de créativité et d'innovation | 89 |
| 4.2.4. Une ouverture interne propice à la créativité | 90 |
| 4.2.5. Une ouverture externe propice à la créativité. | 91 |
| 4.3. Le modèle multidimensionnel des capacités créatives de l'entreprise libérée | 95 |

| | |
|------------------------------|----|
| 4.4. Conclusion | 97 |
| 4.5. Bibliographie | 98 |

Chapitre 5. Le tiers-lieu pour développer des capacités créatives 103

Aurore DANDROY

| | |
|--|-----|
| 5.1. La généalogie du concept de tiers-lieu | 103 |
| 5.2. Faire tiers-lieu plutôt qu’être un tiers-lieu | 104 |
| 5.3. Définir le tiers-lieu par l’ancrage territorial et l’ancrage émotionnel | 105 |
| 5.4. Sceaux Smart, la communauté et le territoire avant le lieu | 107 |
| 5.5. Les capacités créatives d’un tiers-lieu : un entrelacs multidimensionnel | 109 |
| 5.6. La régulation du tiers-lieu : entre autorité, légitimité et autonomisation créatives | 111 |
| 5.7. Les tiers-lieux pour renforcer les capacités créatives individuelles | 112 |
| 5.8. Les tiers-lieux pour renforcer les capacités créatives organisationnelles | 113 |
| 5.9. Les tiers-lieux pour renforcer les capacités créatives civiques et politiques | 115 |
| 5.10. Un schéma pour résumer | 116 |
| 5.11. Conclusion | 117 |
| 5.12. Bibliographie | 117 |

Chapitre 6. Très grandes infrastructures de recherche et industrie pharmaceutique : partenariats et capacités créatives 121

Nuria MORATAL

| | |
|---|-----|
| 6.1. Introduction | 121 |
| 6.2. Collaborations et créativité dans la pratique scientifique | 123 |
| 6.3. Le cas d’un partenariat autour d’une grande base de données | 124 |
| 6.3.1. Un besoin de monter en compétences | 126 |
| 6.3.2. Des besoins de plus en plus exigeants | 128 |
| 6.3.3. Des échanges de plus en plus intenses | 130 |
| 6.3.4. Des collaborations préconcurrentielles | 132 |
| 6.4. Discussion : impact sur les capacités créatives | 134 |
| 6.4.1. Des interactions régulières et des formations spécialisées pour assurer un transfert de compétences | 135 |
| 6.4.2. Des projets collaboratifs pour aller au-delà du transfert de compétences | 137 |
| 6.5. Conclusion | 138 |
| 6.6. Bibliographie | 139 |

Chapitre 7. L'industrie phonographique : s'appuyer sur l'ouverture pour enrichir la créativité musicale. 143

Margaux VALES

| | |
|---|-----|
| 7.1. Capacités créatives et création artistique. | 145 |
| 7.1.1. Le Confort Moderne : générer et enrichir une idée créative | 146 |
| 7.1.2. La Salle Gueule : organiser l'ordinaire de la créativité | 148 |
| 7.2. Capacités créatives et production | 150 |
| 7.2.1. Maloka : évaluer les groupes à produire. | 151 |
| 7.2.2. Les Acteurs de l'Ombre : créer l'exceptionnel. | 153 |
| 7.3. Capacités créatives et distribution | 155 |
| 7.3.1. Believe : ouvrir les outils de distribution | 156 |
| 7.3.2. Universal : intégrer les tendances du secteur. | 157 |
| 7.4. Conclusion | 158 |
| 7.5. Bibliographie. | 160 |

Chapitre 8. Innover avec une communauté en ligne : les cas de Yoomaneo et d'EDF Pulse and You 163

Zoé MASSON et Guy PARMENTIER

| | |
|--|-----|
| 8.1. Contexte et description de Yoomaneo et d'EDF Pulse and You. | 165 |
| 8.1.1. Le contexte de création de la communauté Yoomaneo | 165 |
| 8.1.2. La communauté Yoomaneo | 165 |
| 8.1.2.1. Un espace de discussion. | 166 |
| 8.1.2.2. Un espace de projets | 166 |
| 8.1.3. Le contexte de création d'EDF Pulse and You. | 167 |
| 8.1.4. La communauté EDF Pulse and You | 168 |
| 8.1.4.1. Fonctionnement de la communauté | 168 |
| 8.1.4.2. Déroulement d'un projet | 168 |
| 8.2. La gestion d'une communauté d'innovation en ligne (CIL) : animation, communication et plateformes | 171 |
| 8.2.1. Quelles stratégies d'animation ? | 171 |
| 8.2.1.1. Yoomaneo | 172 |
| 8.2.1.2. EDF Pulse and You | 172 |
| 8.2.2. Quelles stratégies de communication ? | 173 |
| 8.2.2.1. Yoomaneo | 173 |
| 8.2.2.2. EDF Pulse and You | 173 |
| 8.2.3. Des fonctionnalités propres à la plateformes | 174 |
| 8.3. Les membres des CIL. | 176 |
| 8.4. Les apports des CIL pour les entreprises et les participants | 177 |

| | |
|--|------------|
| 8.4.1. Transversalité : quels rôles et apports pour les différents acteurs travaillant avec la CIL ? | 177 |
| 8.4.1.1. Yoomaneo, au centre des stratégies d’Ixiade | 177 |
| 8.4.1.2. EDF Pulse and You, pour toutes les équipes EDF | 179 |
| 8.4.2. Les résultats générés par les CIL | 181 |
| 8.4.2.1. Les résultats générés par Yoomaneo | 181 |
| 8.4.2.2. Les résultats générés par EDF Pulse and You | 182 |
| 8.5. Les enjeux et défis des CIL | 185 |
| 8.5.1. Les enjeux liés aux membres des communautés | 185 |
| 8.5.2. Les enjeux liés à la confidentialité | 186 |
| 8.5.3. Les enjeux liés à l’environnement concurrentiel | 186 |
| 8.6. Conclusion | 188 |
| 8.7. Bibliographie | 190 |
| | |
| Conclusion | 193 |
| Émilie RUIZ | |
| | |
| Liste des auteurs | 199 |
| | |
| Index | 201 |