



**HAL**  
open science

## Editorial

Zahir Yanat

► **To cite this version:**

| Zahir Yanat. Editorial. Intelligence collective et co-créativité, 2020, pp.2-3. hal-02872764

**HAL Id: hal-02872764**

**<https://hal.science/hal-02872764>**

Submitted on 25 Jun 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Éditorial

---

Conceptualisée par le sociologue Pierre Lévy il y a trois décennies, l'intelligence collective est la capacité d'une communauté à mettre en synergie intelligence, compétences et connaissances de ses membres, pour tendre vers un objectif commun. Concept proche, la co-créativité qui repose sur un partage des points de vue permet également de susciter un grand nombre d'idées. Leur mise en œuvre dans l'entreprise apporte de nouvelles façons de travailler, un nouveau mode de management qui repose sur la motivation des employés, leur implication organisationnelle, y compris au niveau des processus d'apprentissage, et permet d'augmenter la notoriété de l'entreprise.

Ce dossier donne divers exemples de mise en œuvre de synergies d'intelligence collective et de co-créativité.

**Samir Debbah, Pierre Piré-Lechalard et Delphine van Hoorebeke** explorent l'intelligence collective de collectifs de contributeurs qui collaborent, au moyen de plateformes dites collaboratives, à la conception de biens communs. Les auteurs séparent l'intelligence qui s'y développe de celle qui prend forme dans les foules d'internautes. Leur recherche est réalisée à partir d'une étude netnographique du développement d'une application intelligente, Pl@ntNet, auquel participent des contributeurs en ligne de Tela Botanica, un site de science participative en botanique.

**Eric Stevens et Ronald Boucher** analysent la façon dont les entreprises ont adopté une approche en co-création, fondée sur des outils digitaux permettant l'interaction avec les clients et la co-construction des attributs de l'offre. Ils montrent comment les logiques de co-création amènent à transformer les processus habituels de développement de nouvelles offres. Les implications de ces changements sur le processus d'apprentissage organisationnel, habituellement associé à la création de nouveaux produits. Leur étude aboutit à un quadruple constat : la co-création implique de nouveaux acteurs dans les processus de développement, ceux-ci se déroulent en deux phases très différenciées ; elle fait également émerger la recherche d'une forte cohérence des produits et de leur image ; la création de plateformes informatiques destinées à la co-création n'est pas basée sur l'adoption des principes de co-création.

Pour **Abderrahman Jahmane, Shohei Kadogami et Amira Nouri**, le secteur de l'hôtellerie est particulièrement attentif à la motivation et l'implication organisationnelle des réceptionnistes car ceux-ci reflètent l'image de l'établissement aux yeux de ses clients. Leur étude vise à établir les possibles relations entre les facteurs de motivation définis par la théorie de l'auto-détermination et l'implication organisationnelle chez les réceptionnistes en hôtellerie. Ils démontrent un effet significatif de l'implication sur les facteurs de motivation au moyen d'une modélisation en équations structurelles, avant d'énoncer des implications managériales.

**Rey Dang, L'Hocine Houanti, Mustapha Meziani et Tiziri Makhoulouf** s'attachent à présenter les conséquences du désengagement des employés au travail et leur répercussion sur la réputation perçue de l'entreprise. Leur recherche est basée sur un raisonnement hypothéticodéductif, qui les conduit à réaliser une étude quantitative dont l'outil d'investigation est le questionnaire. Les données collectées par questionnaire auprès de 131 chefs et responsables de 20 entreprises tunisiennes aboutissent à des tests statistiques permettant de confronter leur modèle conceptuel de recherche à la réalité. Les résultats de ces tests montrent que ce modèle de recherche est non corroboré par les données du terrain. Toutefois, ils permettent de conclure qu'une politique de diffusion d'informations sociétales, perçue comme plus visible par les employés, améliore l'impact positif des responsabilités à caractère Éthico-Philanthropique et Économico-Légal sur la réputation perçue de l'entreprise.

**Driss Ferar**, dans le cadre d'un questionnement sur la réflexion de plusieurs pays émergents relative à un nouveau modèle de gestion innovant susceptible d'induire un développement durable pour les citoyens, se tourne vers le Maroc, parmi les pays en quête d'un modèle de management des ressources humaines, qui a adopté des réformes structurelles ambitieuses considérées comme une avancée pionnière dans les pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Ces réformes démocratiques, économiques, et socio-éducatives permettent-elles de générer un modèle de management RH innovant susceptible de répondre aux attentes des générations actuelles et futures ? L'auteur se propose de répondre à cette question, en adoptant une méthodologie qualitative, basée sur une enquête exploratoire auprès de chefs d'entreprise et de salariés.

*Varia*

**Philippe Robert Demontrond** et **Amélie Bellion** présentent les contours théoriques de la théorie des pratiques sociales (TPS), sa portée heuristique pour le champ du marketing ainsi que ses limites. Ils montrent comment la TPS, en étudiant les pratiques de consommation dans leurs dimensions actives, offre ainsi au marketing un cadre d'étude permettant de renouveler l'analyse de la consommation.

**Richard Delaye-Habermacher** et **Alexandra de Toledo** ciblent, à l'intérieur du thème majeur qu'est la santé en entreprise, spécifiquement les dirigeants, dont la santé leur paraît liée à la responsabilité sociale de l'entreprise tant elle contribue à la continuité de l'entreprise et participe ainsi activement à la création de valeur. Leur enquête exploratoire tente de cerner la perception que peuvent avoir, dirigeants et managers de petites, moyennes et grandes entreprises, de différentes générations et de différents pays, de leur santé ainsi que de leur impact dans le fonctionnement des organisations qu'ils dirigent.

En décrivant une intervention, négociée avec une collectivité territoriale dans le cadre d'un appel à projet lancé par l'État, destinée à faciliter la coopération entre des acteurs de l'insertion et des bénéficiaires des dispositifs sociaux, **Élise Marcandella** s'interroge sur sa légitimité, en tant que chercheuse en sciences de gestion, à aborder les acteurs transversaux que sont les « publics éloignés de l'emploi » et à créer un collectif de travail interdisciplinaire et interprofessionnel, le collectif PICOTE (Projets Innovants COLlaboratifs TErritoriaux). Elle conclut à l'importance du retour réflexif du chercheur sur sa pratique pour mieux prendre en compte les parties prenantes et s'orienter vers un système d'évaluation de la qualité de la recherche qui prenne en compte ses impacts sociétaux.

**Zahir YANAT**  
Rédacteur en chef