



HAL
open science

Les compétences émotionnelles au service de la créativité organisationnelle: cas des startups de la région Occitane

Adnane Chader, Dahn Ovono Beyeme

► To cite this version:

Adnane Chader, Dahn Ovono Beyeme. Les compétences émotionnelles au service de la créativité organisationnelle: cas des startups de la région Occitane. Colloque "La gouvernance dans tous ses états", lab. CORHIS, Université Paul-Valéry, Université du Québec en Outaouais, Montpellier, 28-29 Juin 2018, Jun 2018, Montpellier, France. hal-03185399

HAL Id: hal-03185399

<https://hal.science/hal-03185399>

Submitted on 30 Mar 2021

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

La gouvernance dans tous ses états !
28 et 29 juin 2018
Colloque organisé par le laboratoire CORHIS de l'Université Paul Valéry, Montpellier 3 et
l'Université du Québec en Outaouais, Québec, Canada

LES COMPETENCES EMOTIONNELLES AU SERVICE DE LA CREATIVITE ORGANISATIONNELLE : CAS DES STARTUPS DE LA REGION OCCITANIE

Adnane CHADER

Doctorant en Sciences de Gestion

Laboratoire CORHIS

adnane.chader@univ-montp3.fr

(+ 33) 06 12 76 92 21

Université Paul-Valéry Montpellier 3

Site St Charles Rue du Professeur Henri Serre

34080 Montpellier

Dahn OVONO BEYEME

Doctorant en Sciences de Gestion

Laboratoire CORHIS

ovonodahn@yahoo.fr

(+ 33) 06 58 78 24 62

Université Paul-Valéry Montpellier 3

Site St Charles Rue du Professeur Henri Serre

34080 Montpellier

RESUME :

Cette étude vise à étudier la relation entre les compétences émotionnelles des dirigeants de startups et la créativité organisationnelle de leurs entreprises, dans un contexte marqué par une mutation des entreprises stimulée par les nouvelles technologies et de nouvelles relations au travail.

MOTS CLEFS :

Compétences émotionnelles, créativité, créativité organisationnelle, innovation, startups

KEYWORDS:

Emotional competencies, Creativity, Organizational Creativity, Innovation, Startup

LES OBJECTIFS : QUESTION DE DEPART - PROBLEMATIQUE

Considérées comme un sujet de curiosité, les startups ont éveillé un enthousiasme certain depuis la fin des années 90 de la part du monde économique, financier et du secteur de l'emploi. Cet enthousiasme s'est traduit notamment par un encouragement des acteurs institutionnels pour les incubateurs visant à la création et à la multiplication des startups.

Ainsi notre première interrogation porte sur les modes de gouvernance des startups, plus précisément les divers leviers relatifs à l'innovation et la créativité. En effet, nous pouvons définir une startup comme étant une jeune entreprise innovante à fort potentiel de croissance. De ce fait, dans leurs définitions, les startups sont le plus souvent reliées à l'innovation.

C. Gaujard (2008) décrit les membres de startup comme motivés principalement par le goût de l'aventure et la passion. Ce sont des joueurs qui veulent ressentir des émotions intenses. Ainsi dans un deuxième temps, nos interrogations porteront sur le rôle des émotions et des compétences émotionnelles des dirigeants dans ce genre d'entreprises.

Enfin, nous nous interrogerons sur la relation entre les compétences émotionnelles des dirigeants de startups et la créativité organisationnelle de ces entreprises. À noter que ces compétences permettent une adaptation à un environnement complexe, dynamique et incertain ; elle-même étant le fruit d'une recherche de solutions, donc d'une certaine créativité de la part des acteurs.

REVUE DE LA LITTERATURE

Les mutations des entreprises (flexibilité, spécialisation, compétitivité, concurrence internationale...), les nouveaux comportements et les nouvelles relations au travail ont été favorable à l'apparition d'un tout nouveau type d'entreprise. En effet, la multiplication des startups dans les années 90 est due à l'exploration de nouvelles activités, au développement de nouvelles capacités organisationnelles, et à la captation des opportunités, sinon à l'innovation. Boutillier et Uzunidis (1999) ont expliqué que la capacité des entreprises à innover dépend d'un environnement favorable à l'innovation. L'un des meilleurs moyens de favoriser l'innovation est d'instaurer une culture de la créativité au sein des organisations.

Les définitions de la créativité sont nombreuses dans la littérature. Craft (2005) définit la créativité comme « l'élaboration d'idées nouvelles » (p. 19), ainsi la créativité peut et doit pouvoir se manifester dans n'importe quel type d'entreprise. Une organisation est créative lorsque ses employés font quelque chose de nouveau et de potentiellement utile sans qu'on ne leur ait montré ou appris directement.

Les études traitant de la créativité organisationnelle succèdent à celles sur la créativité, qui proposent de décrire la nature des personnes créatives dans un milieu spécifique qui est celui de l'organisation, de construire la mesure de la créativité des individus, de définir les facteurs dispositionnels (caractéristiques personnelles, émotions) et situationnels (contexte interne de l'organisation, groupe de travail) favorables ou non à l'expression de cette dernière (Dominguez, 2013 ; Joo et al., 2013 ; Sarooghi et al., 2015 ; Parmentier et Szostak, 2015). (Parmentier et Szostak, 2015)

C'est pour cette raison que cette recherche explore dans un premier temps le concept de l'émotion et son rôle sur la créativité (Isen, 1999), pour ensuite s'intéresser au concept des

compétences émotionnelles désignant la capacité – mise en pratique – à identifier, à comprendre, à exprimer, à gérer et à utiliser ses émotions et celles d'autrui (Mikolajczak, 2014).

Enfin cette littérature aborde le lien entre compétences émotionnelles et créativité organisationnelle. Comme l'affirment certains chercheurs, la conscience ou l'expression des émotions, est un levier pour l'amélioration de la productivité, de l'innovation et la créativité (Cherniss et Goleman, 2001).

METHODOLOGIE

Dans la perspective d'étudier l'influence des compétences émotionnelles des dirigeants sur la créativité organisationnelle des dirigeants des PME et plus précisément les dirigeants des startups (ceux de la région Occitanie), nous avons privilégié une méthodologie qualitative. Ainsi la démarche est plutôt exploratoire, s'appuyant sur un raisonnement abductif où « la connaissance se construit par interaction entre la théorie et les données empiriques » (Mbengue et Vandangeon-Derumez, 1999). En ce sens 17 entretiens semi-directifs ont été menés auprès des dirigeants des startups en se basant sur un guide d'entretien regroupant des thèmes déclinés en sous-thèmes.

Les données récoltées feront l'objet d'un traitement qualitatif à l'aide du logiciel de traitement Nvivo11 afin d'effectuer une analyse thématique de contenu (Bardin, 2013).

RÉSULTATS

Notre recherche étant actuellement en cours, nous sommes toujours à l'étape de la collecte des matériaux, nous comptons augmenter le nombre d'entretiens pour ensuite commencer l'analyse et l'interprétation des résultats, de ce fait les résultats de notre recherche seront prêts pour juin.

APPORTS DE LA RECHERCHE ET IMPLICATION

D'un point de vue théorique, notre recherche vise à comprendre et à expliquer comment la créativité organisationnelle participe au renouveau des organisations et plus précisément à sa stratégie d'innovation.

Par ailleurs, cette recherche vise à apporter un éclairage sur les mécanismes relatifs à la relation des compétences émotionnelles des dirigeants et la créativité organisationnelle.

D'un point de vue managérial, l'objectif est de, non seulement, saisir l'importance des compétences émotionnelles des dirigeants de startups mais aussi les inclure dans les programmes des formations à l'entrepreneuriat et d'aide à la création des startups afin de développer leurs compétences émotionnelles.

BIBLIOGRAPHIE

BARDIN, L., (2013). *L'analyse de contenu* (2e édition). Paris: PUF.

CSIKSZENTMIHALYI, M., (1996), The creative personality, *Psychology today*, vol. 29, n°4, p. 36–40.

CRAFT, A., *Creativity in schools. Tensions and dilemmas*, New York, Routledge, 2005

GOLEMAN, D. (2014). *L'Intelligence émotionnelle*. J'ai lu. Paris

GOLEMAN, D., 2002. *Primal leadership*. Harvard Business School Press, Boston.

- LUBART, T., MOUCHIROUD, C., TORDJMAN, S. & ZENASNI, F., (2015), *Psychologie de la créativité - 2e édition*, Armand Colin, Paris, 240 p.
- M'BENGUE A., VANDANGEON-DERUMEZ I., (1999), « Analyse causale et modélisation », in Thiétart R.A (dir .), et al., (1999), (Ed.), *Méthodes de Recherche en Management*, Dunod , Paris pp.335-372.
- MIKOLAJCZAK M. (2014), « Chapitre 1. Les compétences émotionnelles : historique et conceptualisation », in Moïra Mikolajczak, *Les compétences émotionnelles*, Dunod «Psycho Sup», Paris.
- PIANE J-M (2017), *Théorie des organisations*, 5e éd., Edition Dunod, Collection Les topos, Paris.
- STERNBERG, R. J., (2011), *Handbook of Creativity*, Cambridge University Press, Cambridge, U.K.; New York, 504 p.
- WOODMAN R. W., SAWYER J. E. & GRIFFIN, R. W., (1993), Toward a Theory of Organizational Creativity, *The Academy of Management Review*, vol. 18, n°2, p. 293-321.
- PARMENTIER G., SZOSTAK B., (2015), « *La créativité organisationnelle vue comme sous l'angle du management stratégique : proposition du concept de capacité créative d'une organisation* », Communication AIMS, XXIV Conférence Internationale de Management Stratégique, Paris.