

**Camille Carrier et Sylvie Gélinas, *Créativité et gestion : les idées au service de l'innovation*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2011, 347 p.**

Louise Cadieux, DBA

Volume 24, Number 1, 2011

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1012557ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1012557ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (print)

1918-9699 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Cadieux, L. (2011). Review of [Camille Carrier et Sylvie Gélinas, *Créativité et gestion : les idées au service de l'innovation*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2011, 347 p.] *Revue internationale P.M.E.*, 24(1), 197–198.  
<https://doi.org/10.7202/1012557ar>

## **CRÉATIVITÉ ET GESTION: LES IDÉES AU SERVICE DE L'INNOVATION**

**Camille Carrier et Sylvie Gélinas**

**Québec, Presses de l'Université du Québec, 2011, 347 p.**

Pour toute entreprise qui innove, la créativité est cruciale. Des comportements individuels teintés de curiosité et d'ouverture, une capacité à travailler efficacement en équipe, des pratiques de gestion et un leadership de la direction en ce sens sont quelques-unes des compétences clés à retrouver dans toute organisation voulant demeurer compétitive dans des environnements de plus en plus turbulents (Amabile, 1997; Pullen *et al.*, 2009; Trépanier, 2005). C'est donc dans cette perspective que dans cet ouvrage, les auteures consacrent à la « créativité » la place qu'elle mérite dans la gestion de l'innovation, de manière fort habile et cohérente.

Comment détecter et recruter les personnes créatives? Comment réfléchir ou aborder un problème autrement? Quelles sont les pratiques à encourager pour cultiver l'innovation? Comment repérer et exploiter les nouvelles occasions d'affaires? Voilà quelques questions pièges auxquelles les auteures, toutes deux expertes en la matière, répondent avec brio du début à la fin de cet ouvrage original tant au chapitre du contenu que de la forme. Ainsi, après une introduction sur le leadership nécessaire à la créativité dans une organisation innovante, les auteures abordent le thème de la personne créative, selon différentes perspectives afin de montrer au lecteur dans quelle mesure « ce germe » se trouve en chacun de nous, pourvu bien sûr, que nous l'acceptons. Ensuite, le chapitre 3 met en exergue les différentes pratiques de gestion favorisant une culture d'innovation. Le droit à l'erreur, une mission inspirante, des structures souples, la valorisation des individus et des groupes créatifs sont quelques-uns des thèmes couverts qui, subtilement, introduisent le chapitre suivant, lequel fait un survol de l'évolution, de l'utilité et des facteurs de réussite des programmes de suggestion mis en place dans les organisations sensibles aux idées émises par leurs employés.

Au cœur du sujet, c'est au chapitre 5 que sont présentés différents processus créatifs invitant le lecteur, même néophyte, à rapidement se familiariser avec certaines approches comme la synectique, Triz (Theory of Inventive Problem Solving), les six chapeaux de De Bono et le CPS (Creative Problem Solving). Poursuivant la logique, les chapitres 6 et 7 font, pour leur part, un excellent tour d'horizon des différentes techniques de créativité où convergence et divergence sont les mots d'ordre. Ce qui, dans la foulée, permet au lecteur de saisir rapidement pourquoi et comment différentes techniques doivent être favorisées, selon l'étape du processus ou les objectifs à atteindre. Enfin, les auteures ferment la boucle avec les trois derniers chapitres qui,

respectivement, expliquent les principales différences entre la créativité et l'innovation, le processus de développement de produit et le concept d'intrapreneuriat, qui, pour sa part, est une attitude à encourager dans toute organisation où l'innovation est prioritaire.

S'attaquant à un sujet complexe, cet ouvrage est empreint d'une générosité rare puisque, intentionnellement, les auteures remettent entre nos mains un « coffre aux trésors » dans lequel se trouvent des bijoux d'outils tout aussi éclatants les uns que les autres. Les théories sont habilement abordées, les exemples sont riches, les tableaux détaillés et les techniques de créativité bien expliquées pour en faciliter l'utilisation. Voilà ce dont nous avons besoin pour bien saisir dans quelle mesure la « créativité » est essentielle dans un contexte d'innovation et, dans la foulée, nous permettre de continuer à évoluer dans un champ de plus en plus solide et cohérent. Et cela, même si au fil des chapitres, nous aurions aimé trouver une section, voire quelques-unes consacrées aux PME, qui, comme chacun sait, évoluent dans des contextes différents des plus grandes organisations. Alors, à mon tour d'être créative et d'imaginer un prochain livre sur la gestion de la créativité dans les PME où, d'entrée de jeu, les ressources nécessaires à l'innovation sont souvent plus restreintes.

Louise Cadieux, DBA  
*Professeure en management*  
*Membre de l'Institut de recherche sur les PME*  
*Université du Québec à Trois-Rivières*

## Bibliographie

- AMABLE, T.M. (1997), « Motivating creativity in organisations: on doing what you love and loving what you do », *California Management Review*, vol. 40, n° 1, p. 39-58.
- PULLEN, A., P. De WEERD-NEDERHOF, A. GROEN, M. SONG et O. FISSHER (2009), « Successful patterns of internal SME characteristics leading to high overall innovation performance », *Creativity and Innovation Management*, vol. 18, n° 3, p. 209-223.
- TRÉPANIÉ, M. (2005), « Collaborer pour innover : regard sur les caractéristiques des relations interorganisationnelles efficaces », *INFOPME*, vol. 5, n° 3, p. 1-8.