

Appel à articles - Numéro thématique

Innovations et innovateurs, quelles trajectoires ?

Sophie Boutillier, Université du Littoral-Côte d'Opale
Cédric Perrin, Université Evry Val d'Essonne

Nos vies quotidiennes sont peuplées d'une multitude d'objets industriels (télévision, radio, téléphone, ordinateur, pâte à tartiner, boisson pétillante, conserves et surgelés, appareils électroménagers, parfum et produits de maquillage, jeans...) ainsi que d'une grande variété de services (banques, commerces divers - y compris électroniques -, assurances, loisirs, tourisme...) qui façonnent nos sociétés de consommation. Ces produits peuvent sembler éternels aux consommateurs, qui ne les questionnent pas à chaque fois qu'ils s'en servent. Pourtant, ils ont d'abord été des innovations derrière lesquelles se trouvent des inventeurs, des scientifiques et des entrepreneurs, plus largement des innovateurs. Certains n'ont que partiellement participé à leur conception, alors que d'autres ont donné le coup de pouce décisif pour transformer une invention en innovation puis en bien de consommation, habillé avec un message publicitaire adéquat. Par son activité, ils contribuent tous à transformer leur environnement et la société, les modes de travail et de consommation. Des historiens de l'économie ont proposé d'explorer sur le temps long de l'histoire la façon dont les entrepreneurs ont fondamentalement participé à ces évolutions (Landes et al., 2010). Les entrepreneurs sont longtemps restés les grands oubliés de l'histoire économique. A titre d'exemple, le sommaire de *l'Histoire économique et sociale de la France* (Braudel, Labrousse, 1979) propose des chapitres sur les entreprises, mais pas sur les entrepreneurs, ni sur les innovateurs. Ces derniers ont ensuite été appréhendés par les historiens à partir de la grille d'analyse schumpetérienne (Aldrich, 2011 ; Boutillier, Uzunidis, 2017 ; Casson, Casson, 2013 ; Chadeau, 1982). Schumpeter (1911, 1942) avait bien salué en son temps, l'entrepreneur comme le révolutionnaire de l'économie. L'entrepreneur n'est pas forcément un inventeur, mais il est un innovateur, en réalisant généralement la mise sur le marché du nouveau produit ou service. Par ailleurs, depuis la théorie de Galbraith (1968), de la filière inversée, il est acquis que l'offre crée la demande et que les entrepreneurs offrent sur le marché les produits que les consommateurs ... attendent. Depuis les années 1980, l'histoire des entreprises a enrichi et diversifié ses approches de l'entrepreneur et de l'innovateur en

s'interrogeant sur leurs environnements socio-culturels (système de valeurs, réseaux, diaspora...) ou encore politiques en intégrant l'économie des institutions (cadre juridique, politiques de l'innovation, investissements et équipements publics...) (Jones, Zeitlin, 2007). Ainsi, si les entrepreneurs-innovateurs transforment leur société, leur réussite dépend aussi des conditions et des ressources qu'ils trouvent en elle, des contextes socio-historiques.

L'objectif de ce numéro de *Marché & organisations* est de réunir les contributions de chercheurs, historiens, économistes ou sociologues, spécialistes de ces sujets. Les propositions d'articles partiront de cas précis d'un produit, d'un service ou d'un entrepreneur-innovateur bien identifiés. Elles pourront retracer la trajectoire de l'idée au bien de consommation, en d'autres termes la création d'un marché, interroger le(s) rôle(s) des entrepreneurs-innovateurs dans ce processus, mettre en évidence les circonstances, les contextes et les ressources dont ceux-ci ont bénéficié. Le choix des périodes historiques et des aires géographiques est totalement ouvert ; le chercheur pourra se concentrer sur une période très ancienne ou au contraire relative à l'époque contemporaine.

Références

- Aldrich H. E., 2011, *An Evolutionary Approach to Entrepreneurship*, Edward Elgar.
Boutillier S., Uzunidis D., 2017, *The entrepreneur*, ISTE Editions.
Braudel F., Labrousse E., 1979, *Histoire économique et sociale de la France*, Presses universitaires de France.
Casson M, Casson C., 2013, *The entrepreneur in History*, Palgrave macmillan.
Chadeau E., 1982, *L'économie du risque : les entrepreneurs de 1850 à 1980*, Olivier Orban.
Jones G., Zeilin J., 2007, *The Oxford Handbook of Business History*, Oxford.
Galbraith J. K., 1968, *Le nouvel état industriel*, Gallimard.
Landes D. S., Mokyr J., Baumol W.J., 2010, *The invention of enterprise. Entrepreneurship from Ancient Mesopotamia to Modern times*, Princeton University Press.
Schumpeter J. A., 1911, *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz (édition 1935).
Schumpeter J. A., 1942, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot (édition 1979).

Calendrier :

30 Octobre 2019 : envoi du résumé (300 mots et références bibliographiques)

15 novembre 2019 : réponse du comité scientifique

1^{er} Mars 2020 : envoi des textes

1^{er} avril 2020 : retour des évaluateurs

30 juin 2020 : envoi du texte final

Septembre 2020 : publication du numéro de *Marché & organisations*

Les résumés et les textes sont à envoyer à :

- Sophie.boutillier@univ-littoral.fr
- Cédric Perrin : cp2002@orange.fr

***Marché & Organisations* sur Cairn :**



Call for Papers - Thematic Issue

Innovations and innovators: which trajectories?

Guest Editor (s):

Sophie Boutillier, Université du Littoral-Côte d'Opale
Cédric Perrin, Université Evry Val d'Essonne

Our daily life is full of industrial items (TV set, radio, telephone, soft chocolate spread, soda, canned and frozen food, household appliances, perfume and make-up products, jeans...), as well as a large range of services (banking, trade – traditional and electronic-, insurance, leisure and tourism) which all shape our consumer society. To consumers, who rarely question their purchases, these items and services often seem to be eternal. Nevertheless, each one was once an innovation; and behind them there are innovators, scientists and entrepreneurs. Some of them only participated partly in their conception, while others played a radical role in transforming an invention into an innovation then in cosume goods, thanks to adequate advertising. Through their activity, innovators and entrepreneurs have contributed to

transforming their environment and more generally their society, including ways of working and consuming. Economic historians have proposed studying the long time of the history to explain how these entrepreneurs are taken place to this evolution (Landes et al., 2010). For a long time, entrepreneurs have been neglected by economic history. For example, the content of Braudel's book, "Histoire économique et sociale de la France" (Braudel, Labrousse, 1979) proposes some sections of the history of enterprises, but includes nothing relating to entrepreneurs and innovators. More recently the Schumpeterian analytical grid (Schumpeter, 1911, 1942) has been used (Aldrich, 2011; Boutillier, Uzunidis, 2017; Casson, Casson, 2013; Chadeau, 1982;) to study the role of entrepreneur as an economic revolutionary. The entrepreneur is not always an inventor but he's an innovator because he places new products or services on the market. Moreover, since Galbraith's theory (Galbraith, 1967) of the reverse chain, it has been admitted that it is enterprise which creates demand. Entrepreneurs put on the market products... that consumers have been waiting for. Since the 1980s, the business history has enriched and diversified its approaches to the entrepreneur and the innovator, studying them in relation to their socio-cultural (system of value, network, diaspora...) or political environment integrating in the institutional economics (juridical context, innovation policies, public investments and equipment) (Jones, Zeitlin, 2007). Thus entrepreneurs-innovators transform their society. Their success depends on the resources that they find in society according to the socio-historical contexts where they are embodied.

The objective of this issue of *Marché & Organisations* is to gather various contributions from specialist researchers in history, economics, sociology and other related disciplines. Proposals for papers will be based on a particular product, service or entrepreneur-innovator. They will present the trajectory from idea to consumer product; or in other words, the creation of the market. They will also question the role of entrepreneur-innovators in this process and highlight circumstances, contexts and resources that they have benefited. The choice of historical periods and geographical areas is completely free and open according to preference.

References

- Aldrich H. E., 2011, *An Evolutionary Approach to Entrepreneurship*, Edward Elgar.
- Boutillier S., Uzunidis D. 2017, *The entrepreneur*, ISTE Editions.
- Braudel F., Labrousse E., 1979, *Histoire économique et sociale de la France*, Presses universitaires de France.
- Casson M, Casson C., 2013, *The entrepreneur in History*, Palgrave Macmillan.
- Chadeau E., 1982, *L'économie du risque : les entrepreneurs de 1850 à 1980*, Olivier Orban.
- Jones G., Zeitlin J., 2007, *The Oxford Handbook of Business History*, Oxford Handbook.
- Galbraith J. K., 1967, *The New Industrial State*, Princeton University Press.
- Landes D. S., Mokyr J., Baumol W.J., 2010, *The invention of enterprise. Entrepreneurship from Ancient Mesopotamia to Modern times*, Princeton University Press.
- Schumpeter J. A., 1911, *The Theory of the Economic development*, Transaction Publishers, (edition 1981).
- Schumpeter J. A., 1942, *Capitalism, socialism and democracy*, Haper Perennial Modern Classics (edition 2008).

Calendar

30th October 2019: abstract submission (300 words and references)
15th November 2019: reply to the scientific committee
1st March 2020: full text submission
1st April 2020: reply of the reviewers
30th June 2020: final text
September 2020: publication of the issue of *Marché & Organisations*

Please, send the abstracts and the paper to:

- Sophie.boutillier@univ-littoral.fr
- Cédric Perrin : cp2002@orange.fr

***Marché & Organisations* in Cairn:**

<https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations.htm>