

"Open innovation", boîte à idées

Universités

ALLARD VAN RIEL

- Professeur de logistique et gestion de la supply chain HEC-Ecole de Gestion de l'Université de Liège.
- A.VanRiel@ulg.ac.be



D.R.

Longtemps, l'innovation est née essentiellement dans les laboratoires, les centres de recherche et les bureaux. Depuis lors, les choses changent et le processus d'innovation s'inverse. Ce n'est plus exclusivement dans les laboratoires et les entreprises que la vraie innovation apparaît, mais plutôt dans l'esprit de l'utilisateur, du client. On passe d'un paradigme "push", où les nouveaux produits et services sont lancés sans demander l'avis des utilisateurs, vers un paradigme "pull", où le client initie l'innovation, le développement et l'amélioration des produits. Le client est devenu le principal partenaire dans le processus d'innovation, c'est lui qui demande que les produits et les services soient adaptés, voire développés, sur mesure selon l'évolution de ses propres besoins. Cela exige un changement radical d'attitude des dirigeants d'entreprise. Mais cela demande également une adaptation du comportement des clients. Face à cette nouvelle fonction, certains d'entre eux vont rejoindre des communautés de consommateurs pour avoir ainsi accès à de l'information, à un nouveau statut social, voire même à un certain pouvoir. Le rôle de ces communautés (virtuelles ou non) pourrait se substituer au rôle individuel du client partenaire de l'innovation. Dans la mesure où le client n'accepte plus le produit ou le service "tel quel", il devra exprimer ses besoins

et communiquer ses idées. La boîte aux idées est, dès lors, ouverte aux suggestions des clients et utilisateurs. Je ne veux pas dire pour autant que les entreprises doivent se limiter aux suggestions des clients.

Les entrepreneurs ont souvent de très bonnes idées de par leur connaissance de la cible. Il ne faut pas non plus attendre toutes les idées des clients. En matière d'innovation, une approche proactive de l'entreprise est importante. La tendance est à l'innovation ouverte, participative, parfois désignée par l'expression "open innovation".

Les rôles de l'inventeur, de l'entreprise et du client ne sont plus aussi distincts qu'avant. On entre dans une logique de création de valeur. En créant, par l'écoute des produits et des services qui satisferont au mieux les clients, les entreprises engendrent de manière crédible et durable de la valeur économique. Les clients profitent alors de l'utilité augmentée des innovations. L'intégration des clients peut se faire dès le départ du processus d'innovation, l'objectif est de connecter les aspects techniques aux besoins des clients. Le client va fournir à l'entreprise de précieuses informations sur ses attentes et un feed-back sur les nouveautés. L'interaction va avoir lieu aussi bien avant qu'après la consommation du bien ou du service. Cette interaction peut renforcer la fidélité du client à un produit, un service, une marque...

Contexte

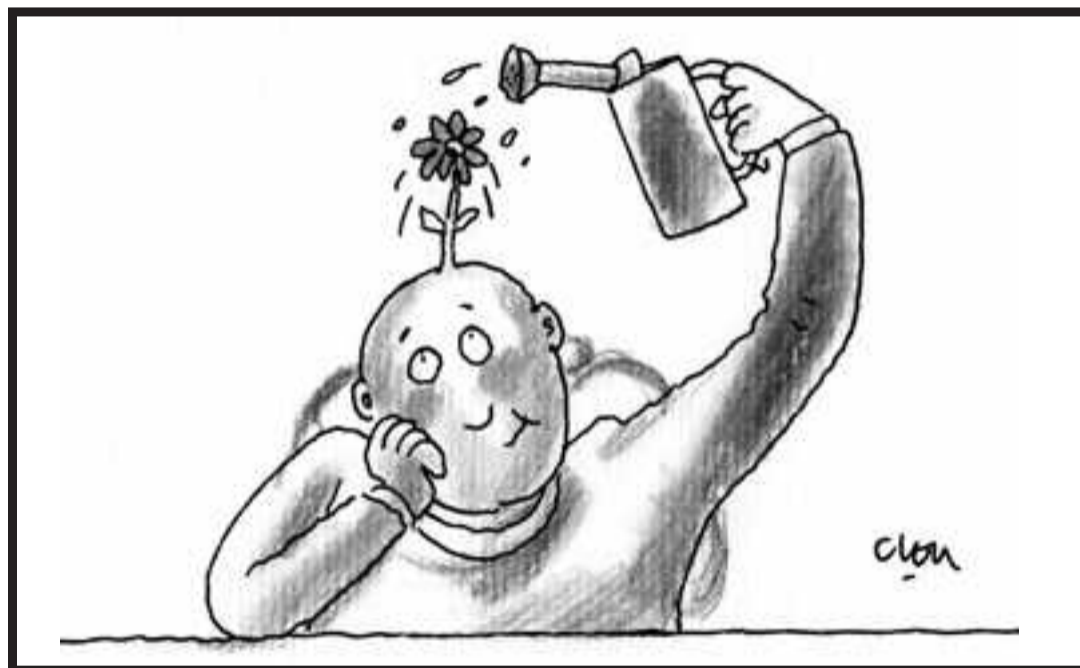
Innovater, créer des nouveaux produits, proposer de nouveaux services... Concrètement, comment cela se passe-t-il ?

Thèse

Longtemps, l'innovation naissait presque exclusivement dans les laboratoires, dans les centres de recherche scientifique et dans les bureaux.

Conclusion

On y inventait de nouvelles technologies, de nouveaux produits, souvent sans savoir à quoi cela pourrait servir.



Parole d'expert



D.R.

Pour un pluralisme économique

Les voitures vont vite parce qu'elles ont de bons freins et que les routes sont bien tracées. Pour avoir oublié cette vérité première et s'être affranchi des règles de prudence qui lui avaient été imposées, le capitalisme financier va envoyer dans le fossé une foule de passagers et de piétons qui n'imaginaient pas que des conducteurs aussi adroits et convaincants pouvaient se comporter de manière aussi irresponsable. Assoiffés de rentabilité maximale à court terme, ces derniers roulaient en état d'ivresse et cette ébriété collective n'avait cessé de s'étendre. Les premières réponses à de tels excès sont évidemment à chercher dans de nouvelles formes de régulation macroéconomique. Mais cela ne suffira pas pour freiner les tentations hégémoniques des marchés financiers dont les sensations, les humeurs, les craintes et les jugements, avec pour seule boussole le profit, en arrivent à

défier, voire à dicter leurs lois aux institutions démocratiques. C'est pourquoi il faut rappeler plus que jamais la nécessité de cultiver et renforcer le pluralisme économique. Oui, bien sûr, à la liberté d'entreprendre et de commercer en recherchant son intérêt personnel ! Mais oui aussi à l'action économique de l'Etat, que nous redécouvrons comme le seul véritable garant du bien commun ! Et oui aussi à ce troisième secteur qu'est l'économie sociale, tissée surtout par des dizaines de milliers d'asbl, des coopératives et des sociétés à finalité sociale. Avec 15 pc de l'emploi salarié et une croissance de celui-ci 2,5 fois plus rapide que dans le reste de l'économie depuis près de dix ans, l'économie sociale, comme tout le non-marchand privé et public, a le mérite de rappeler dans le contexte actuel :

- 1) que l'on peut produire des biens et prester des services avec des travailleurs compétents et motivés sans chercher son dynamisme dans l'appât du gain;
- 2) qu'il est heureux, et ô combien !, que de nombreux services essentiels aient été soustraits aux lois du marché par

nos sages collectives qui ont grandi à l'abri des diktats boursiers; 3) que si les mécanismes de marché peuvent conduire à une allocation efficace des ressources, il faut éviter de se laisser aveugler par des dogmes quand il s'agit de services qui doivent rester à la portée de tous. En temps de crise, la tentation du chacun pour soi et du sauve-qui-peut pourrait faire le lit du "tout au marché". Nos systèmes économiques retrouveront un bien meilleur équilibre interne en réalisant que

leurs plus grandes réussites, de prospérité partagée, se sont toujours appuyées sur une vraie diversité de types d'entreprises, de finalités poursuivies et de modes d'allocation des ressources.

Jacques Defourny
Directeur du Centre d'économie sociale. Université de Liège.

LA PREMIÈRE

LIBRE €XCHANGE

Des étudiants se penchent sur l'actualité économique et initient le débat.

Retrouvez toutes leurs contributions sur <http://libreexchange.lalibreblogs.be/>