

INNOVER...

Le grand économiste et théoricien autrichien du début du XXe siècle, Josef Schumpeter, l'avait bien prédit: l'avenir des économies européennes repose sur leur capacité à innover. Encore faut-il savoir de quoi l'on parle. Il définit l'innovation comme une rencontre entre une nouveauté et un marché.

Cette définition peut être légèrement modifiée aujourd'hui à la lumière des expériences acquises ces dernières années, et nous pouvons maintenant affirmer :

- que l'innovation résulte de la synergie réussie entre une offre de nouveauté et un usage, cet usage pouvant relever d'une logique marchande (innovation de produit, de distribution, de service marchand), mais également d'une demande sociétale (innovation de service social, ou d'organisation du travail par exemple) ;
- qu'elle est plus que jamais, dans un contexte de mondialisation de la production, un élément clé pour repositionner nos économies avancées et un levier fondateur de leur développement durable.

Elle nous rappelle quelques principes essentiels :

Il n'y a pas identité entre invention et innovation : la première peut rester dormante pendant des années (cas de la photographie instantanée par exemple) ou ne jamais déboucher sur un usage concret.

La valeur d'usage en est l'élément clé, même s'il s'agit là d'une notion complexe que les études de marché, qui, par définition, ne voient qu'un état présent de l'économie, sont bien souvent incapables d'anticiper (cas du « walkman » de Sony).

L'innovation procède donc plus d'une logique du besoin et de l'usage que d'une logique de l'offre. Une stratégie d'innovation doit donc se différencier d'une démarche de « transfert » de savoir-faire, même si ce savoir-faire est indispensable en amont de l'innovation.

Du fait de l'évolution de nos sociétés et des économies, l'innovation est de moins en moins une affaire de technologies, et de plus en plus le produit d'une lecture attentive et anticipative des besoins de la société, donc un mouvement

complexe, systémique, procédant d'une logique d'écoute, capable de mobiliser les ressources créatrices diverses.

L'organisation d'une stratégie en faveur du développement de l'innovation en France ne peut donc se résumer à une politique unidirectionnelle de « transfert de technologies », mais doit prendre en compte tout le système d'acteurs à y impliquer.

Le rôle des laboratoires, publics ou privés, de recherche y est central car ils offrent d'une part un potentiel majeur de création de nouveautés, aliment essentiel de l'innovation, et d'autre part une capacité d'expertise et d'anticipation indispensable à l'évaluation des changements de notre société et de ses besoins.

L'innovation dans son acception moderne est donc d'essence pluridisciplinaire, à l'articulation des sciences et techniques "dures" et des sciences humaines et de la société.

Il importe donc de permettre à des initiatives innovantes d'éclorre : c'est le rôle des incubateurs de projets, bénéficiant d'un soutien actif et déterminé des collectivités territoriales, que de remplir cette fonction. Ils se situent au plus près des sources potentielles d'innovation, et ils doivent fournir une capacité d'expertise des chances de succès de la proposition d'innovation.

Le succès dépend cependant de nombreux facteurs difficiles à quantifier : prise en compte des usagers de l'innovation, capacité des porteurs initiaux des projets à s'auto évaluer, à évoluer, à se compléter, possibilité de mobiliser les ressources tant financières qu'immatérielles, etc.

Le rôle des personnes étant de premier plan, il importe également que chaque projet innovant puisse s'adjoindre une équipe de porteurs motivés et compétents. Les dispositifs permettant le renforcement humain des équipes innovantes (CIFRE par exemple) doivent être encouragés.

La place d'agences comme OSEO-ANVAR qui combine les fonctions financières et d'évaluation est centrale dans le dispositif français et devrait faire l'objet de partenariats renforcés de la part des collectivités territoriales.

Cependant, il ne faudrait pas oublier qu'un gisement prometteur d'innovations réside au sein des entreprises elles-mêmes. Les dispositifs, notamment humains, qui permettent la définition puis la maturation de leurs projets (conseillers technologiques, organisés en réseaux régionaux) devraient être renforcés afin que nulle entreprise, quelque soit sa taille, ne puisse ignorer leur présence et bénéficier de leurs services.

Enfin, il est clair que les services bancaires de proximité devraient être associé à tout dispositif, dont la dimension régionale semble la mieux adaptée pour un pilotage efficace.