

Qu'est-ce que... l'open innovation ?

Cette démarche consiste à mener des recherches conjointement avec plusieurs partenaires – industriels, fournisseurs, clients – pour en partager les retombées.

Lorsque le constructeur automobile PSA s'allie avec la compagnie aéronautique EADS pour développer des biocarburants ou avec les chimistes DuPont et Rhodia pour inventer de nouveaux plastiques, il met en œuvre une démarche d'«open innovation» (innovation ouverte). Cette pratique consiste à mener des recherches technologiques en partenariat avec d'autres industriels afin d'en partager les coûts, mais aussi les fruits.

Cette méthode relativement récente fut formalisée pour la première fois par Henry Chesbrough, professeur à l'université de Berkeley, dans un article de la «Harvard Business Review», puis reprise dans un livre publié en 2003. «Ce chercheur a montré que les entreprises, parce qu'elles adoptent des procédures de plus en plus lourdes, s'essouffent et deviennent moins innovantes», explique Frédéric Fréry, directeur de l'European Executive MBA à ESCP Europe. D'où la nécessité de faire appel à des contributions extérieures, qui peuvent être de toutes origines : fournisseurs, sous-traitants et même clients. Cette dernière piste est d'ailleurs de plus en plus exploitée et de nombreuses entreprises encouragent les consommateurs à leur donner des idées. Starbucks, par exemple, a lancé un blog (My Starbucks Idea) qui a fait naître de nouvelles saveurs de thé et a permis de développer l'usage de gobelets en matériaux recyclés.

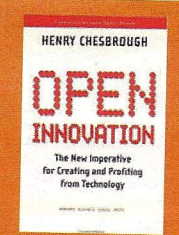
Un processus encore marginal. Pourtant, certains groupes rechignent à pratiquer l'open innovation. Leur crainte ? Voir les bonnes idées partir dans la nature sans moyen de les protéger. Une peur en grande partie infondée. L'innovation ouverte réserve en effet aux seuls industriels ayant participé aux recherches le bénéfice de leur exploitation. Quant aux autres découvertes, elles sont protégées et brevetées. Mais le processus reste encore marginal : en France, 86% des entreprises déclarent que 20% au maximum de leurs innovations proviennent d'une démarche «ouverte», selon une

LE CONSORTIUM VERT D'ALCATEL-LUCENT



Diviser par 1000, d'ici 2012, la consommation d'énergie du high-tech : tel est l'objectif que s'est fixé Alcatel-Lucent il y a deux ans. Pour cela, il faut améliorer la technologie, trouver de nouveaux composants... "En si peu de temps, c'est impossible seul", reconnaît Jean-Luc Beylat, directeur France des Bell Labs. Le consortium GreenTouch, qui rassemble une soixantaine de labos et d'industriels (AT&T, China Mobile...), a donc été créé pour participer aux recherches, dont les résultats bénéficieront à chacun.

À LIRE



"Open innovation", de Henry Chesbrough, Harvard Business School Press, 13 €.

PHOTOS : DR

étude réalisée par le cabinet de conseil Bluenove. «Nous n'en sommes qu'au début», résume Martin Duval, son président.

Sites Web dédiés. Internet pourrait contribuer à amplifier le phénomène. Depuis quelques années, des sites dédiés à l'innovation fleurissent sur la Toile. Des industriels y exposent leur problématique et rémunèrent les chercheurs (inscrits à titre individuel) qui trouvent la solution, la rétribution pouvant atteindre des centaines de milliers de dollars. Les plates-formes les plus connues ont pour nom Planetinnov (française), YourEncore (réservée aux scientifiques à la retraite) et InnoCentive (la plus importante, elle regroupe 250 000 chercheurs). Grâce à cette dernière, Procter & Gamble a trouvé, en trente minutes, un nouveau procédé pour mélanger le fluor à la pâte dentifrice. Ses équipes de chimistes se cassaient les dents sur ce problème depuis des mois. C'est un électricien qui leur a donné l'étincelle. ■ **Sébastien Pierrot**