Industrie

Les entreprises boudent l'open innovation

Isabelle Bourgeois

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4729>

DOI : 10.4000/rea.4729

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2014

Pagination : 43

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

Isabelle Bourgeois, « Industrie », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 114 | octobre 2014, mis en ligne le 01 octobre 2016, consulté le 15 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4729>

Ce document a été généré automatiquement le 15 septembre 2020.

© CIRAC

Industrie

Les entreprises boudent l'open innovation

Isabelle Bourgeois

- 1 Mode ou outil performant pour accroître la compétitivité ? En management de l'innovation, le concept d'« innovation ouverte » (*open innovation*), diffusé depuis 2003 par le chercheur américain Henry Chesbrough est considéré comme la panacée. Partant du principe que le processus classique d'innovation fonctionne de plus en plus comme en 'circuit fermé' dans l'enceinte de l'entreprise, dès lors coupée de toutes les évolutions d'un monde extérieur de plus en plus complexe où germent en permanence des savoirs qui pourraient, s'ils étaient mieux partagés, se révéler bénéfiques, cette nouvelle approche cherche à mieux tirer parti des potentiels de l'économie de la connaissance et de ses mécanismes de partage des savoirs.

Une enquête de l'Institut Fraunhofer ISI

- 2 L'Institut Fraunhofer ISI de Karlsruhe, spécialisé dans la recherche sur l'innovation, notamment dans le domaine de la production industrielle, vient de se pencher sur la mise en pratique ou non de ce nouveau concept du management de l'innovation par les entreprises industrielles allemandes (*Modernisierung der Produktion*, n° 66, août 2014). Résultat : alors que l'*open innovation* connaît un réel succès dans les milieux de la recherche, les industriels restent sceptiques, se demandant ce que ce concept peut bien leur apporter dans la pratique.

Impulsions tant internes qu'externes

- 3 Ce qu'il ressort du sondage mené par l'ISI auprès d'un échantillon représentatif d'entreprises industrielles allemandes, c'est d'abord le constat que l'innovation est presque toujours au moins partiellement déclenchée par des impulsions venant de l'extérieur. Dans le développement de produits, par exemple, 64 à 77 % des entreprises recourent tant aux idées internes qu'externes ; la moitié d'entre elles mêle les deux pour l'innovation en matière de services. En revanche, dès qu'il s'agit de l'organisation interne des entreprises, les impulsions viennent de l'intérieur dans les deux tiers des cas et émanent de la direction – il est vrai qu'un étranger à l'entreprise (même un expert) ne peut que difficilement comprendre les nuances de son fonctionnement

interne. Et en matière d'innovation process, les impulsions sont majoritairement (68 %) internes, remontant souvent des équipes elles-mêmes.

Sources externes : le traditionnel réseau de partenariats

- 4 Quelles sont ces sources externes auxquelles recourent les entreprises ? Presque toujours les clients (80 % des citations), les partenaires des échanges lors de salons professionnels (36 %), les fournisseurs (35 %) et les centres de R&D externes, de type Fraunhofer (21 %). En réalité, ce sondage voué au modernisme dernier cri semble enfoncer des portes ouvertes : ces sources externes sont les partenaires de toujours des entreprises allemandes, grandes ou petites, qui pratiquent une culture de réseaux de partenariats très développée. Mais si le très sérieux institut ISI cède ainsi en apparence aux modes venues d'outre-Atlantique, c'est au fond pour affiner encore cette culture et mieux l'ancrer dans le XXI^e siècle. Sa conclusion : « *Au fond, l'open innovation ne peut pas mener au succès sans une culture interne vouée en permanence à l'apprentissage et à l'innovation* ». CQFD...
-

INDEX

Mots-clés : économie du savoir, entreprise, innovation, industrie, institut de recherche, management