



Publié sur *Le Cercle Les Echos* (<http://lecercle.lesechos.fr>)

Le diktat de l'innovation

L'innovation est partout. Tout le monde fait de l'innovation. Je pose donc la question : si tout le monde fait de l'innovation, qui fait de l'innovation aujourd'hui ? Et de quelle innovation parle-t-on ? Peut-on résolument penser que seule l'innovation technologique est moteur de croissance et de développement ?

Du latin "innovare", de "novus", neuf, l'innovation se définit littéralement comme l'action d'innover, l'action d'introduire du nouveau. Toutefois, l'innovation comporte dans les faits de nombreuses définitions, qui tiennent, en partie, aux influences de celles et ceux qui les formulent (économistes ou non), même si elles convergent souvent autour d'une même idée de potentiel économique décuplé grâce à l'innovation, considérée comme l'action de renouveler l'économie. Et si le sens de l'innovation diverge aussi ; d'aucuns y voient une démarche, certains un processus, d'autres un résultat ; personne ne semble contester sa prédominance dans la pensée économique et, plus prosaïquement, dans les entreprises aujourd'hui. C'est un fait, l'innovation est devenue un absolu pour les entreprises et les économies, le gage ultime de la réussite, la condition sine qua non de la pérennité et de la compétitivité. L'innovation fait d'ailleurs l'objet d'un tel culte que ce serait une déraison pour tout chef d'entreprise de ne pas en faire la première de ses priorités.

La vague déferlante de l'innovation

Et c'est le cas, tout au moins d'un point de vue marketing. Qui ne vend pas aujourd'hui de produits ou de services innovants ? Quelle entreprise n'est pas innovante dans sa manière de produire, de gérer les ressources humaines ? Quelle entreprise n'a pas sous le coude au moins un projet innovant, des équipes innovantes ou n'est pas quelque peu spécialiste en innovation, quand elle n'en a pas fait le maître mot de son positionnement ? Quelle entreprise technologique ne fournit pas aujourd'hui de produits innovants, n'a pas son responsable innovation, son laboratoire d'innovation et ses méthodes pour développer l'innovation ? Le théoricien américain Peter Drucker aurait de quoi se réjouir, "L'entreprise a deux fonctions essentielles, et deux seulement : le marketing et l'innovation. Le marketing et l'innovation produisent des résultats, le reste n'est que dépenses".

Une vague d'innovation déferlante qui ne se réduit d'ailleurs pas qu'au marketing des entreprises, les écoles de management rivalisent d'ingéniosité et de qualificatifs pour attirer leurs jeunes recrues dans leurs filières innovantes "Intégrez notre cursus en innovation sociale / Devenez un professionnel de la prospective et de l'innovation / Suivez notre Master en innovation". Derrière toutes ces promesses, il en va surtout de la réputation de l'établissement, car sans innovation, pas de

crédibilité. Et peu importe que les cours, après tout, demeurent toujours un peu les mêmes, du moment que les programmes changent de nom.

Après avoir anglicisé les noms de certaines écoles françaises de management "Lambda Management School" dans les années 2000, il n'y a qu'un pas pour que le terme de management se fasse voler la vedette par celui d'innovation. Et ne croyez pas que j'ai la dent plus dure avec les écoles de management que les autres (Ingénieurs, etc.) ; en réalité, le constat est que la tendance est la même dans l'ensemble des formations supérieures. C'est bonnet blanc, blanc bonnet, pour la simple et bonne raison que c'est tout le système économique qui regorge aujourd'hui d'innovation, auprès de chacune de ses parties prenantes, au premier rang desquelles la finance et, plus précisément, les financements aux entreprises.

Quels financements aujourd'hui ne font pas les yeux doux aux entreprises innovantes ? Crédit Impôt Recherche (CIR), financement OSEO, Grand Emprunt..., dans la course aux financements, rendus particulièrement nécessaires dans un contexte économique troublé et fortement concurrentiel, l'innovation s'est, depuis plusieurs années, appropriée tous les bénéfices au détriment des autres motifs d'investissement des entreprises. Et ce qui est vrai des financements se retrouve également dans les différents types d'aides ou mécanismes associés aux nouvelles entreprises (pépinières d'entreprise, incubateurs...), largement plus avantageux pour celles qui peuvent témoigner de leur capacité d'innovation. Ce qui n'a rien de surprenant d'ailleurs puisque cela répond, en fin de compte, à la volonté active de mettre en œuvre la Stratégie de Lisbonne, établie en 2000 et à l'échelle européenne afin de "repenser les conditions de la compétitivité dans le cadre d'une économie de la connaissance, dans laquelle l'innovation joue un rôle majeur." (Eli Cohen, "Politique économique et croissance en Europe", 2006).

De quelle innovation parle-t-on ?

Certes, la volonté est louable, mais est-elle seulement juste, pertinente et adaptée ? Par ailleurs, de quelle innovation parle-t-on réellement ? Et n'allez pas croire que je ne confère pas à l'innovation toute la nécessité qui est la sienne ; mais voilà, depuis quelques années, je constate non sans une certaine gêne, voire un peu d'exaspération, que l'innovation technologique (R&D), plus que l'innovation au sens large – étant entendu que l'innovation ne se réduit pas à l'innovation technologique et à la R&D, n'en déplaise à certains – est devenue le seul critère pertinent pour juger de l'intérêt économique d'une entreprise. Pire encore, elle est devenue l'apanage de toutes celles et tous ceux qui veulent témoigner de leur dynamisme, de leur faculté à créer et de leur envie d'entreprendre.

Un peu comme si c'était finalement moins noble de parler d'entreprise que d'entreprise technologiquement innovante, de produit ou de services que d'innovations technologiques. Mais passons sur ces aspects marketing et de communication qui n'ont jamais fait naître d'innovations là où il n'y en avait pas, tout comme je ne m'arrêtera pas plus sur les truchements qui ont poussé et poussent les entreprises à développer de pseudo projets innovants afin d'obtenir quelques réductions d'impôts et subventions (CIR). Certains en ont fait leur fonds de commerce, comme d'autres avant eux l'avaient fait des budgets de formation professionnelle. Ce qui m'interroge se place plutôt du côté de l'innovation, la vraie.

Tout d'abord, si l'innovation technologique est probablement intimement liée au développement sain et serein de l'entreprise, au sens de l'entrepreneur dynamique de Joseph Alois Schumpeter, le cycle des affaires (1939), et ses fameuses grappes d'investissement, elle ne peut prétendre porter à elle seule la croissance durable et profitable de l'entreprise. Les efforts consentis ces dernières années pour stimuler l'innovation et permettre aux entreprises de financer leur R&D n'ont pas permis de renverser une tendance économique particulièrement délicate, signe que l'équilibre est probablement à chercher aussi ailleurs.

Quand je constate notamment que nous avons bien des difficultés à créer des emplois pour tous, je me dis que produire et proposer du travail quitte à ne pas être bien innovant est déjà une belle aventure. Quand je constate également l'acuité de plus en plus forte des questions sociales dans nos sociétés, je ne peux manquer de penser que nous avons omis quelque chose dans nos mécanismes de croissance et de développement. Mais, ce n'est visiblement pas de l'avis de notre écosystème entrepreneurial actuel qui semble ne s'intéresser véritablement et prioritairement qu'à celles et ceux qui sauront apporter de l'innovation technologique ; ses recrutements se font dans les rangs des industries de pointe, des innovateurs technologiques, mais pas auprès des entrepreneurs dont la seule motivation de donner vie à une activité n'est pas suffisante et suffisamment valorisable.

L'innovation, ensuite, n'est pas incontestable et à l'abri de légitimes contradicteurs. Qui peut prétendre que toute innovation est bonne, bénéfique et durable ? Les défis planétaires portés par le concept de développement durable et ses 3 piliers indissociables (People, Planet, Profit) sont autant de défis qui appellent des innovations, si ce n'est un minimum de recul et d'introspection, quelques épreuves par le feu, au risque de devenir autant de trompe-l'œil pour demain, dont l'inutilité serait finalement le moindre mal – et si votre iPad servait aussi le café ?

À ce titre, les travaux de recherche pré-normatifs, conduits notamment par Altran Research sont particulièrement intéressants, puisqu'ils partent du postulat qu'il est finalement devenu nécessaire d'évaluer rigoureusement la qualité des innovations technologiques, afin de s'assurer de leur durabilité et leur réelle capacité responsable. Leur concept "d'innovation pérenne" m'apparaît d'autant plus pertinent qu'il interroge les innovations sur leur réelle création de valeur durable. Sans tarir la dynamique à produire et à favoriser les innovations, il est sans doute nécessaire d'oser les défier avant de les élever jusqu'aux nues.

L'innovation, enfin, n'est pas le seul remède à la crise, parce que nos entreprises et nos sociétés souffrent d'un mal bien plus grave que la capacité à se renouveler, elles ont perdu la capacité de conquête, seule capable de les projeter dans le futur. Et en la matière, il en va moins de l'art d'exercer la créativité que celui d'insuffler une vision qui transcende et porte autant d'espoirs que de défis collectifs. En cela, Steve Jobs était bien plus qu'un innovateur, c'était avant tout un visionnaire et un passionné absolu, ce qui lui a valu cette merveilleuse citation : "Si l'on considère l'innovation, c'est une situation qu'on choisit parce qu'on a une passion brûlante pour quelque chose".

J'en arrive donc à la passion, cet état émotionnel qui est pleinement humain et totalement absout de toute considération d'innovation, qui plus est technologique. Cet état émotionnel qui, lorsqu'il devient le moteur conscient de l'action, tire l'innovation là où elle n'aurait jamais été, en même temps qu'il entraîne dans son sillage tout un peuple faire ses premiers pas sur la lune, toute une entreprise lancer le premier ordinateur personnel (cf. Apple). "Rien de grand ne s'est jamais accompli dans le monde sans passion", Hegel.

L'innovation castratrice

Ainsi donc, alors que l'innovation est sur tous les radars des entreprises et des nations européennes, je me demande si elle n'est pas finalement un peu aussi la cause de nos maux, vécue comme une course sans fin. Et si l'innovation technologique au final nous privait de trouver en nous-mêmes les ressorts pour construire demain en nous entraînant dans une poursuite sans passion ?

À l'heure du monde interconnecté, c'est souvent le bon sens qui fait défaut dans les entreprises, ce sont les gestes simples qui ont disparu d'un quotidien surexposé à la technologie sans cesse en renouvellement, si bien que mis à nu de l'essentiel nous avons perdu jusqu'à notre simple bon sens. Est-il déraisonné d'en appeler à moins d'innovations pour plus de passions ? À moins d'innovations pour plus de projets collectifs ? "Beaucoup d'entre nous mourront ainsi sans jamais être nés à leur humanité, ayant confiné leurs systèmes associatifs à l'innovation marchande, en couvrant de mots la nudité simpliste de leur inconscient dominateur", Henri Laborit.

La vision, cette capacité à regarder loin, nous sommes en train de la perdre définitivement. Nous la tronquons, chaque jour un peu plus, contre quelques aisances technologiques qui nous permettent d'apprécier désormais que ce qui se trouve à quelques centimètres à peine de nos yeux (écrans, tablettes, téléphones, etc.). La technologie nous a fait perdre la vue. Nous l'avons tronquée également en réduisant le temps de la pensée à une peau de chagrin.

Là où hier, il fallait du temps pour avoir le ton juste, la pensée suffisamment éclairée ; là où hier, l'effort d'écrire était récompensé par un travail des idées décuplé, le souvenir de la pensée confortablement installé sur le papier noirci ; il n'y a plus aujourd'hui que des touches qui ne permettent pas l'incubation des idées, la maturation qui fait grandir la pensée et peut-être aussi les ambitions qui nourrissent les passions... et si l'innovation n'était qu'une quête impossible, la perte de ce que nous sommes ?

[Emeline Pasquier](#)

URL source: <http://lecercle.lesechos.fr/economie-societe/recherche-innovation/innovation/221145588/diktat-innovation>