

## Qui peut le mieux accompagner l'innovation?

**PAR ANTOINE LOROTTE** S'il est essentiel d'accompagner les jeunes entreprises sur un chemin qui peut être long et périlleux, comment faire pour distinguer le bon grain de l'ivraie? Pour Bilan, Antoine Lorotte, directeur du bureau d'ingénieurs FiveCo, propose quelques axes de réflexion.



Antoine Lorotte, directeur de FiveCo.

A la fin du mois aura lieu à Genève la 45ème édition du Salon des inventions. Il y a quelques semaines, à la suite d'un concours d'architecture, on découvrirait à quoi ressemblerait le futur Parc Suisse d'Innovation situé à Bienne.

Ces événements illustrent à eux-seuls tous les efforts qui sont entrepris par notre pays pour favoriser les entreprises qui feront notre avenir économique. Il faut dire que sur ce point, nous nous portons plutôt bien dans les classements internationaux. Ainsi nous figurons au quatrième rang de l'indice Bloomberg 2017,

derrière la Corée du Sud, la Suède et l'Allemagne.

Dans une société où la technologie règne, la frénésie de l'innovation est partout. Tout est fait pour. On cherche à la favoriser, à la choyer, à la chouchouter.... les dispositifs externes aux entreprises innovantes sont pléthores.

Pour prendre une image, de la même manière que tout un système agricole se développe autour d'une semence qui mènera celle-ci de la récolte à la chaîne industrielle, il y a toute une « chaîne » autour de la jeune pousse qui va de

l'incubateur au marché en passant par le prototypage industriel. C'est dans ce contexte que l'on a vu se développer le culte de la start-up. Ce mot aujourd'hui possède des vertus quasi-magiques. Le simple fait de qualifier ainsi une entreprise lui confère de facto des attributs d'entreprise innovante.

Or, on assimile trop souvent à tort la «nouveau» d'une entreprise à l'innovation, alors que ce sont deux choses bien distinctes. De ce point de vue, il faut se méfier des miroirs aux alouettes. Le culte de la start-up innovante a été poussé jusqu'à l'absurde et on a vu se mettre en place des dispositifs d'aides à l'innovation dans lesquels les entrepreneurs passaient plus de temps à chasser les aides mises à disposition que de tenter d'innover.

### **L'innovation ne se décrète pas**

A un tel point, que certains consultants se sont spécialisés sur la recherche de subventions aux entreprises. S'il est essentiel d'accompagner les jeunes entreprises sur un chemin qui peut être long et périlleux, comment faire pour distinguer le bon grain de l'ivraie ? Une administration est-elle apte à faire ce travail de sélection ? Il est évident qu'en la matière la compétence des experts ne suffit pas, si celle-ci n'est pas doublée d'une forte expérience. Ne faut-il pas déjà avoir été soi-même à la tête d'une entreprise pour être capable de juger d'une telle structure et pour être capable d'évaluer quels sont ses besoins ?

A cela s'ajoute que les organismes qui sont dédiés à l'accompagnement des entreprises ont souvent des grilles et doivent remplir certains objectifs en fonction de certains critères prédéfinis. Or, l'innovation ne se décrète pas et elle est rarement où on l'attend. Certes les futurologues et les statisticiens peuvent faire

des vaticinations et imaginer qu'il est essentiel d'encourager systématiquement toutes les jeunes entreprises qui se lancent sur le secteur de l'intelligence artificielle. Mais ce n'est pas parce que le secteur est innovant que l'entreprise qui en fait partie, le sera elle-même. Car, reconnaissons-le, l'innovation peut venir de partout et surtout de où on ne l'attend pas forcément.

### **Les ressources des mécanismes «du passé»**

Ainsi, qui imaginerait que dans un secteur tel que la boulangerie, par exemple, on puisse encore créer la surprise ? C'est pourtant le cas de ce boulanger qui a lancé la baguette des motards. Courbée au milieu celle-ci peut plus facilement être rangée dans un sac à dos. Cet exemple démontre à quel point l'innovation n'est pas seulement une affaire de technologie, elle touche tous les secteurs. A cela s'ajoute une notion d'intemporalité : les mécanismes dits «du passé» n'ont pas encore dévoilé toutes leurs ressources. En effet, si on prend la mécanique horlogère, par exemple, on s'aperçoit qu'il existe des innovations quotidiennes sur des processus et des mécanismes qui ont été pensés il y a plus de 200 ans. Et nous ne parlons pas ici de la montre connectée. Non, nous parlons bien de mouvements horlogers traditionnels, pour lesquels des artisans continuent d'améliorer la précision, la lubrification....

Pourtant celui qui inventera la complication de demain ne ferait sans doute pas lever un sourcil à l'administrateur d'un fonds public dédié à l'innovation. Il passerait sous ses radars car n'entrant pas dans ses critères des «secteurs dits innovants». Enfin, aucune innovation ne peut se décréter en elle-même. Seul le marché

au final peut dire ce qu'il considère comme étant une véritable innovation.

### **La tablette de Bill Gates**

Le meilleur exemple est sans doute la tablette. Bill Gates avec Microsoft n'a jamais réussi à lancer sa tablette portable. Steve Jobs, a contrario, a su trouver le coeur du public. Le premier était sans doute trop en avance, le second a toujours eu le nez pour décréter quand une innovation était bonne à mettre sur le marché. Mais c'est bien les consommateurs qui, au final, ont vu dans l'iPad la véritable innovation qui correspondait bien à leur demande et ce, contre toute attente.

Certes, personne ne peut songer à remettre en cause les politiques d'aide à l'innovation, mais les quelques considérations évoquées nous amènent à la conclusion que ceux qui sont le mieux à même d'aider les entreprises doivent répondre au moins à trois critères : ils doivent avoir eux-mêmes une expérience d'entrepreneur, ils ne doivent pas faire leur choix en fonction de quotas de politiques d'innovation, mais doivent au contraire rester ouverts d'esprit à tous types de sujets et tous types de secteurs d'activités.

Au final, on se rend compte que dans le cadre d'une démarche innovante, ce sont les entrepreneurs qui sont les mieux à même d'aider d'autres entrepreneurs.