

Pour plus d'efficacité, il est temps de repenser le format des hackathons

Alors qu'organisateur et développeurs sollicités lui reconnaissent des défauts structurels et récurrents, le hackathon reste encore l'un des dispositifs d'open innovation les plus fréquemment utilisés. C'est un peu le « faute de grives, on mange des merles » de l'open innovation. Chez bluenove, on a une autre idée de ce qu'un hackathon devrait être. Martin Duval, président et COO de la société, nous explique pourquoi il est temps de hacker les hackathons et comment en repenser le format.

Pour rappel, le hackathon consiste à organiser, sur un format de type concours, un événement de 2 jours environ qui mobilise des développeurs (au sens large : en freelance ou issus de startups, étudiants, chercheurs, etc.) pour prototyper des applications (le plus souvent mobiles sur iOS, Android ou Microsoft) ou créer des Dataviz (dans un contexte d'Open Data) pour répondre à un enjeu proposé par une ou plusieurs marques. Certains hackathons sont aussi organisés parfois en interne au sein d'entreprises pour stimuler la créativité et les méthodes agiles au sein de leurs propres équipes de développement.

Le hackathon a des avantages...

C'est une mécanique basique et bien huilée : une marque organisatrice (parfois en partenariat), un thème, un nom (avec son incontournable hashtag), une date (et son 'Save the date'), son 'petit site web pour la Com', sa sous-traitance d'organisation et d'animation à une agence, un lieu emblématique, ses fameux 2 jours/1 nuit de code par les équipes concurrentes (avec sa quantité de bières et pizza), le jury et les Awards remis aux 3 gagnants (qui se partagent rarement plus que 10k€ de récompenses).

C'est une opération rapide, visible et à budget raisonnable : bref, un bon compromis pour que l'entreprise organisatrice montre qu'elle a livré quelque chose de concret dans sa feuille de route d'innovation et son budget est « raisonnable » : de 20 000 à 40 000 euros pour l'agence (hors lots de récompense).

Son mode d'animation présentiel présentent des avantages par rapport à l'animation d'échanges online, et le hackathon permet de repérer des talents à recruter. Ce format ouvre la possibilité (lorsque c'est prévu) de sensibiliser les équipes internes aux enjeux de l'Open Data et de l'ouverture d'APIs et enfin c'est l'occasion de faire découvrir et de transférer des méthodes agiles de développement vers l'interne et à la culture d'innovation de l'entreprise organisatrice.

Et puis comme le dirait un organisateur, « On est pas à l'abri d'avoir une belle idée d'App parmi les gagnants » !

Mais aussi des défauts

Avec le hackathon, les organisateurs admettent que le curseur est plutôt mis sur la communication que sur l'innovation elle-même parce qu'il est rare d'en faire sortir des projets de rupture. Le hackathon reste un événement ponctuel qu'il n'est pas facile de lier à un besoin d'animation continue de la communauté (ou plutôt du groupe cible, le terme Communauté étant ici souvent galvaudé) qu'il restera à mobiliser dans la durée. Ce format souffre de son propre succès : comment communiquer et faire émerger un énième hackathon parmi la multitude lancés chaque année ?

Les montants prévus pour les récompenses ne permettent pas de développer les applications au-delà de la phase de maquette/prototype : on se retrouve généralement quelques mois après en se demandant ce que sont devenues les idées d'Apps gagnantes. Il est aussi de plus en plus difficile de mobiliser les développeurs devenus désormais plus exigeants ; notamment sur la capacité de l'organisateur à poursuivre le projet au-delà de la remise des prix pour parvenir au bout du développement de l'App.

Le niveau d'innovation démontré laisse souvent les organisateurs sur leur faim : le problème ne réside pas tant dans le manque de créativité des développeurs mais plutôt du fait que le format n'intègre pas (suffisamment) de moments et de ressources dédiés à accompagner à la fois l'appropriation du thème/enjeu proposé (phase de « sense making ») et la phase proprement dite d'idéation en amont du maquettage et du code.

Voici quelques pistes pour réinventer et réussir votre hackathon

En tant que marque organisatrice, osez annoncer votre engagement à poursuivre le (ou les) projet arrivé premiers en partenariat avec l'équipe gagnante : c'est de loin le plus puissant levier motivationnel pour les participants au delà des quelques milliers d'Euros de récompense

En amont de l'événement, lancez un débat d'intelligence collective en ligne pour co-définir et affiner les thèmes du hackathon avec l'ensemble des parties prenantes de votre écosystème innovant ; y compris certains de vos clients : les développeurs apprécieront particulièrement l'opportunité d'échanger avec certains de vos clients 'Lead Users' pour anticiper les champs d'opportunité. Cette phase vous permettra aussi d'impliquer vos équipes internes et de leur permettre d'interagir avec les développeurs externes pour identifier des opportunités et des freins en amont de l'événement. De plus, ce débat permettra potentiellement de créer une dynamique et une visibilité online auprès d'un nombre bien plus important que les seuls participants à l'événement. Enfin, dans une logique d'animation continue de la communauté de développeurs que vous espérez fidéliser par la suite autour de vos données ouvertes et de vos APIs, vous y détecterez les profils les plus actifs en nouvelles idées et complémentaires tels que ceux les plus à même de contribuer au passage de l'idée au projet, ceux qui assurent des connexions et du lien entre les contributeurs ou ceux qui remplissent le mieux le rôle de veille.

Remontez votre exigence sur le curseur sur l'innovation (versus la com') et donnez vous des objectifs plus ambitieux sur la dimension rupturiste des projets gagnants. Enfin, enrichissez votre offre auprès des développeurs par de la formation par exemple : comme nous le percevons chez certains de nos clients les plus en pointe en Open Innovation, les dispositifs de type concours sont désormais l'occasion de former les participants sur différentes dimensions comme le Pitch, les techniques d'animation de la créativité, la constitution d'équipes innovantes, le design thinking, etc. Il est en effet tout à fait concevable que les participants à un hackathon y voient aussi à l'avenir l'intérêt d'être formés voire certifiés dans certains domaines.

Prêts à inventer et lancer votre nouveau format de hackathon en 2016 ?