

La mort de l'open innovation est-elle proche ?

Vous aussi, vous en avez marre d'entendre parler à tout-va d'open innovation ? Médias, grands groupes, incubateurs, accélérateurs ... et même politiques : tout le monde s'y met ! L'open innovation a depuis plusieurs années le vent en poupe. Et cela en agace déjà certains. Mais de quoi parle-t-on exactement ? Comment l'open innovation a-t-elle vu le jour ? Pourquoi est-elle indispensable malgré tout ? Et surtout : quelle sera sa place au sein des entreprises de demain ?

Pour répondre à ces questions et approfondir le débat, Maddyness est allé à la rencontre d'un spécialiste du sujet, Richard Biquillon, cofondateur et CEO de Yoomap, startup française qui s'est donné pour mission de construire des ponts entre deux mondes qui ne se comprennent pas toujours, afin d'organiser et formaliser leurs relations.

Il était une fois l'open innovation

Remontons aux origines. L'open innovation, c'est avant tout l'oeuvre d'Henry

Chesbrough, professeur américain qui en 2003 a été le premier à définir le concept d'innovation ouverte : « *l'innovation ouverte est l'utilisation de flux de connaissances sortants et entrants pour accélérer à la fois l'innovation interne et le marché des usages externes de l'innovation. Le paradigme de l'innovation ouverte peut être compris comme l'antithèse du modèle traditionnel d'intégration verticale où les activités internes de la R&D conduisent à des produits développés en interne qui sont ensuite distribués par l'entreprise* ». Plus simplement, l'open innovation se traduit par la capacité des entreprises à intégrer un monde ouvert et technologique dans l'ensemble de leurs stratégies de développement.

Habituées à travailler avec des technologies digitales et avoir accès à l'information rapidement, les sociétés IT américaines ont été les premières sur le coup au début des années 2000. Arrivée avec un peu de retard, l'open innovation à la française a elle aussi été portée par les entreprises déjà sensibilisées au monde du digital, avec des cycles de développement relativement courts. En 2016, l'open innovation a investi l'ensemble des entreprises françaises et s'est faite une place de choix dans leur transformation.

En effet, d'après Richard Biquillon, les entreprises qui s'aventurent dans une démarche d'open innovation le font pour la plupart du temps pour 3 raisons fondamentales :

- Le stress du secteur : « *plus un secteur est en stress, plus il a besoin d'innovation* ».
- Le drame commercial : « *face à un nouvel acteur technologique sur le marché, l'open innovation se révèle être une solution efficace* ».
- L'impulsion de la direction : « *un patron qui a les antennes et qui souhaite accompagner la transformation de son entreprise peut faire le choix stratégique de l'open innovation* ».

Malheureusement, les grands groupes français semblent encore un peu en retard sur ce dernier point, avec des conseils d'administration composés majoritairement de personnes en fin de carrière, avec une sensibilité à l'innovation et au numérique parfois peu évidente. « *Pour beaucoup de générations, c'est encore difficile à comprendre et à intégrer. L'open innovation étant un changement profond dans la manière de travailler, elle concerne l'ensemble des métiers. S'il n'y a pas au-dessus un grand patron qui est convaincu de son intérêt et qui impulse la dynamique, cela ne peut pas fonctionner* », précise Richard Biquillon.

L'open innovation en 2016 : une question de survie

Ce qui est certain, c'est que l'open innovation dans les faits est bien là, au coeur de l'entreprise, à chaque instant et à chaque décision. Aujourd'hui, si

90% des entreprises ont un programme d'open innovation, ce n'est pas pour rien. La prise de conscience n'est plus une question.

« Travailler avec des startups est une condition indispensable pour faire face à l'avenir et rester compétitif. C'est un fait enfin admis par tous »

Richard Biquillon

Pour les grands groupes, les startups représentent incontestablement un vivier de compétences qu'on ne retrouve pas au sein des grands groupes. Côté startups, les grands groupes sont quant à eux un véritable terrain de jeu pour se développer et gagner en visibilité. La grosse difficulté, c'est généralement la mise en oeuvre. Lorsque deux univers veulent travailler ensemble mais n'ont pas le même langage, *« tout l'enjeu est de trouver le meilleur équilibre pour se comprendre et trouver un deal équitable pour les deux parties et réussir à travailler ensemble »*.

Startups VS Grands Groupes - Deux mondes, deux langages.

Pour se développer et trouver de nouvelles solutions ou de nouveaux business models, les entreprises doivent faire appel aux compétences extérieures et convaincre en interne de l'intérêt de travailler avec les startups. *« Le savoir-faire interne ne suffit plus : l'open innovation est clairement un sujet de change management. Il faut transformer l'entreprise de l'intérieur en semant à tous les niveaux, du top management aux opérationnels, une dynamique d'ouverture »*.

Pour Yoomap, les directions du digital et/ou de l'innovation doivent garder à l'esprit 3 étapes incontournables lorsque l'on souhaite faire adopter l'open innovation comme un nouveau moyen de se remettre en question et de se développer :

- La discussion interne : étape indispensable pour faire résonner en interne la voix de l'open innovation. En parler, la présenter et en débattre ensemble permet à tous de mieux comprendre en quoi elle est nécessaire et pertinente à chacun des métiers.
- La rencontre externe : pour créer le déclic et la rendre « palpable », aller à la rencontre des startups est un passage obligé pour toutes les entreprises qui souhaitent innover.
- L'intégration interne/externe : expérimenter au quotidien et dans la durée un travail de co-construction avec les startups est l'étape ultime : elle engage les collaborateurs dans la transformation de leur entreprise.

Vous avez dit open innovation washing ?

L'open innovation n'en est qu'à ses débuts et le fait qu'elle soit emportée dans une logique de communication et de marketing est une bonne chose. Pour Richard Biquillon, c'est même « *la première phase : elle est peut-être facile, beaucoup semblent brasser du vent, mais elle est nécessaire. C'est une étape indispensable pour un grand groupe : il faut faire de la pédagogie, communiquer, mobiliser, stimuler ... pour éveiller les consciences et transformer l'entreprise en profondeur* » .

En parler beaucoup, partout et tout le temps est une manière efficace de faire de l'open innovation le fer de lance de la transformation des entreprises. À terme, cela va permettre d'opérer des changements essentiels : nouveaux process, nouvelle culture, nouvelles relations entre les différents départements et surtout, nouveau rapport aux risques.

« C'est important de parler d'open innovation, et surtout de ce que cela deviendra dans les années à venir. Ce qui est important ce n'est pas le terme en lui-même, mais bien ce qu'il y a derrière »

Richard Biquillon

La relation doit ensuite fonctionner dans les deux sens : « *une startup n'est pas un fournisseur comme les autres, c'est un partenaire innovant. Il est donc primordial côté entreprise d'aborder la relation avec bienveillance et courtoisie* ». Quant aux entrepreneurs, le challenge se situe dans leur curiosité : ils doivent apprendre ce qu'est une grande entreprise et comprendre comment elle fonctionne pour déceler le bon du mauvais et avancer sereinement dans leurs projets. Les startups qui ont réussi, ce sont d'ailleurs généralement celles qui ont su s'adapter aux grands groupes et mettre en place une relation constructive ...

L'open innovation : la norme de demain

En quelques années, nous sommes donc passés d'une approche technique et scientifique à une approche de services. La technologie n'est plus qu'un outil qui permet de designer un service, et c'est une révolution culturelle totale et irréversible. Petit à petit, nous avons vu apparaître plusieurs termes qui se ressemblent et s'assemblent : innovation ouverte, co-création, projets collaboratifs, travail en réseaux, transformation digitale etc. Tout comme un marché qui se crée, les expressions et acteurs se multiplient et construisent ensemble de nouveaux modèles pour construire le futur de nos sociétés.

Mais d'après Richard Biquillon, le marché va se rationaliser dans les 10 prochaines années et nous parlerons bientôt d'un seul et unique phénomène qui englobera tous les autres. Demain, nous ne parlerons probablement plus d'open innovation : « *nous parlerons de projets d'entreprise qui naturellement seront mis en place de manière collaborative et digitale. Ce sera la norme. D'ici 2030, ces termes disparaîtront progressivement et les entreprises qui survivront seront celles qui sauront travailler efficacement avec les startups* ».

Demain, les départements d'open innovation seront des fonctions supports au même titre que les autres.

Demain, l'acheteur sera innovant, le juriste saura jongler entre projets traditionnels et projets innovants, les directions porteront l'innovation dans chacune de leurs décisions et le digital ne fera qu'un avec l'entreprise.

Demain, le succès de l'open innovation sera sa propre disparition.

À propos de Yoomap : startup éditrice d'un logiciel qui gère la relation entre les entreprises et les startups pour booster l'open innovation et transformer les business avec plusieurs logiciels et innovathons.