

# OPEN INNOVATION

**62%** C'est le pourcentage d'entreprises de plus de 1000 salariés qui ont mis en place une démarche d'Open innovation (39% ont une démarche en cours, 12% mènent un projet d'expérimentation et 11% ont entamé une réflexion).

Source : Etude BVA-blunove janvier 2014

## De quoi parlons-nous ?

L'Open innovation (ou innovation ouverte) vise à connecter la stratégie d'innovation interne des entreprises à leur environnement externe (clients, Universités, clusters, Start-Ups, concurrents, ...). Il s'agit de stimuler et développer l'innovation, à moindre coût.

Concrètement cela peut passer par des partenariats, du développement de Start-Ups, des projets collaboratifs, etc.

Le concept d'Open innovation a été théorisé en 2003 par Henry Chesbourg, théoricien des organisations et professeur à l'Université Berkeley, dans son livre *Open Innovation : The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, HBS Press.

## Quels enjeux ?

Les entreprises adoptent ce modèle car elle sentent que leurs organisations classiques deviennent trop « lourdes » pour suivre le rythme de l'innovation. L'Open innovation permet d'être agile et rapide en s'appuyant sur des structures externes plus souples, et d'être plus innovant en bénéficiant d'une multitude d'idées et de compétences.

Elle permet également de réduire considérablement les coûts des services R&D, qui ne sont pas épargnés par les restrictions budgétaires.

Quelques freins persistent quant à la mise en place d'une stratégie d'Open innovation : la peur du vol ou le détournement de la propriété intellectuelle, la peur de perdre le contrôle du processus d'innovation et le fait que le concept même soit considéré comme éloigné de la culture de l'entreprise.

## Quelles conséquences pour les organisations ?

Le recours à l'intelligence collective est un des éléments majeurs de l'Open innovation. En outre, l'Open innovation nécessite de faire évoluer les pratiques managériales pour promouvoir les fonctionnements collaboratifs en interne, se doter des outils nécessaires, établir des règles de partage de l'information et libérer du temps et des moyens pour la créativité.

Notons que les entreprises qui ont adopté les premières l'Open innovation connaissent des taux de croissance remarquables. Parmi elles nous pouvons citer IBM, Google ou encore Procter&Gamble.

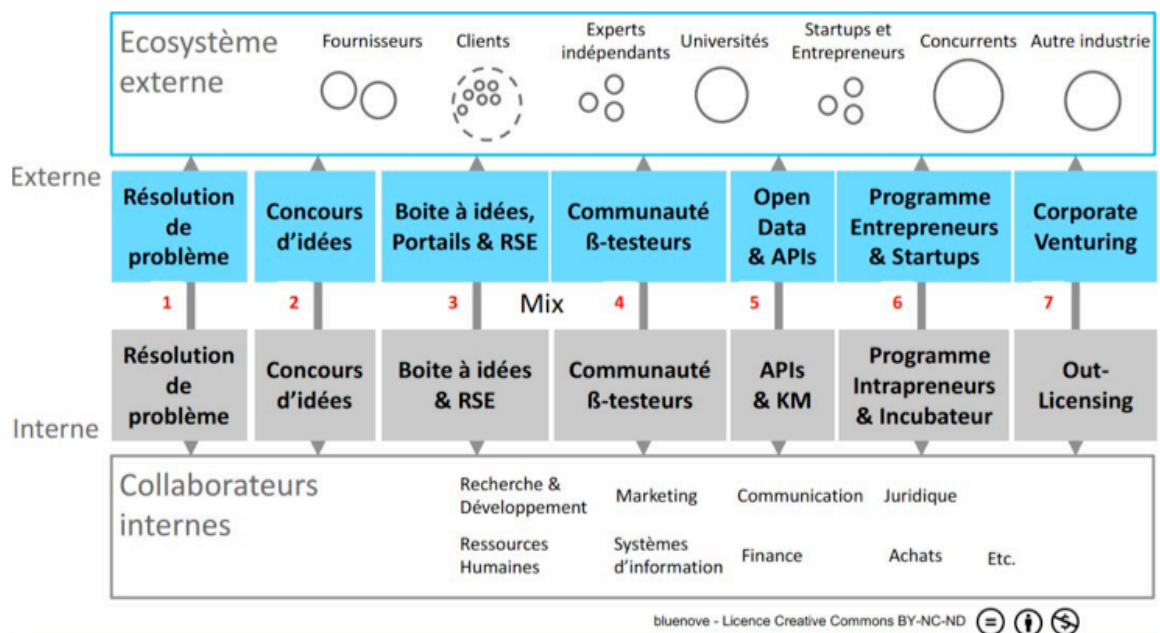
Aujourd'hui, moins d'un quart des entreprises, d'après l'étude 2014 *S'engager dans l'Open innovation* de l'Institut Open Innovation\* sont qualifiées de « matures » sur le sujet.



\* L'Institut Open Innovation est le fruit de la collaboration entre des universitaires (Ecole Centrale Paris + Supélec) et des grands comptes (Altran, Société Générale et Mazars). Il a pour vocation d'aider l'ensemble des acteurs concernés par l'Innovation Ouverte

## Infographie

Martin Duval, président de bluenove (agence-conseil en Open innovation et intelligence collective) et co-auteur de *Open innovation, développez une culture ouverte et collaborative pour mieux innover*, propose une cartographie des leviers pour innover en s'appuyant sur l'écosystème externe et interne des entreprises.



\*APIs : interfaces de programmation

KM : Knowledge Management

## Avis d'expert



**Martin Duval,**  
président du  
cabinet **bluenove**

« Le principal enjeu de l'Open innovation est de développer au sein d'une organisation une culture plus ouverte et plus collaborative, et ce pour mieux innover. Les entreprises en pointe dans ce domaine osent dire non seulement ce qu'elles savent (faire) mais aussi ce qu'elles ne savent pas (faire), tant en interne qu'en externe. Comme l'indique le référentiel des 7 axes de l'Open innovation ci-dessus, les sociétés qui auront mis en œuvre le plus grand nombre de ces pratiques collaboratives avec le plus large spectre de parties prenantes impliquées seront les plus à même de développer des avantages compétitifs. En effet, elles augmenteront leur probabilité de générer des innovations de rupture grâce aux transferts de solutions issus de relations développées pro-activement avec d'autres secteurs. Par exemple, des plateformes « corporate » (comme *Connect&Develop* de Procter&Gamble) incitent les chercheurs, ingénieurs, fournisseurs, clients, ect. à proposer des technologies et des idées innovantes.

incitent les chercheurs, ingénieurs, fournisseurs, clients, ect. à proposer des technologies et des idées innovantes.

Tous les métiers de l'entreprise sont concernés par la mise en place d'une démarche d'Open innovation, y compris les directions de communication interne. La mobilisation des salariés est en effet un facteur clé de succès de l'ensemble du dispositif : il s'agira pour les communicants internes de s'appuyer sur les supports de communication internes existants et sur les managers pour développer cette culture collaborative. Par exemple, un plan de communication pourra être construit après avoir mobilisé l'ensemble des collaborateurs lors d'un concours d'idées ou via des ateliers participatifs (cf. axe interne n°2 du référentiel).

**« La mobilisation des salariés est en effet un facteur clé de succès de l'ensemble du dispositif »**

Pour mobiliser toutes ces parties prenantes dans une démarche d'Open innovation, les entreprises doivent réinventer leur discours et mettre en avant leur capacité à être un partenaire de choix pour tous ces inventeurs. Ce qui représente un beau défi pour les services communication !