

Informations Entreprise

Une autre lecture de l'économie - n°162

Compte pénibilité

Ferait-il « suer »
nos entreprises ?

Open Innovation

Le phénomène collaboratif
qui donne **la fièvre**
aux **grands groupes**

Retail

Le « Commerce augmenté »,
un concept shopping 24h/24

Applications

Elles font la loi
sur nos écrans

Informatique

ERP en mode Cloud :
une difficile migration

- 1,890 milliard de CA
- 13 000 collaborateurs
- + de 6 millions de clients
- 20 000 partenaires et revendeurs

DU L'ÉDITEUR-ROI LOGICIEL DE GESTION ! SAGE

Rencontre avec Serge Masliah,
DG & Vice-Président Exécutif Sage France

L 14385 - 162 - F: 5,00 € - RD



PME : cap sur l'open innovation !

Depuis 2015, la société Nowall Innovation aide les PME dans la pérennisation et le développement de leur activité par l'innovation et les partenariats. A la clé, un accompagnement pragmatique et opérationnel en matière de stratégie et de gestion/management de projets innovants. Rencontre avec Sylvie Gamet, sa dirigeante.

Bio express

2002 : dépôt de brevet pour un masque chirurgical, projet primé
2003 : diplôme Ingénieur en génie des Systèmes Industriels, spécialisation en management de projets innovants
2004 - 2006 : Consultante en organisation et Ressources Humaines pour TPE/PME et associations
2006 - 2009 : Cheffe de projet confirmée en gestion des actifs (AYMING ex LowendalMasai)

2009-2014 : Direction des projets de valorisation de l'innovation dans un cabinet parisien

2010 - 2015 : Création et gestion d'une start-up (Mailenium - envoi différé de mails, lettres et colis)

2015 : Co-porteur du projet « Datoom » (smart city & smart event), pré incubé à Paris Pionnières... Projet finalement abandonné par le porteur principal.

Depuis 2015 : Création et direction de la société Nowall Innovation.



> Sylvie Gamet

Pourquoi avoir pris le parti de fonder votre société de conseil opérationnel en stratégie, management et valorisation de l'innovation en 2015 ?

Auparavant, j'étais salariée dans une société de conseil à Paris qui faisait de la valorisation de brevets et qui était partenaire d'un cabinet de propriété industrielle. Autrement dit, des personnes qui déposaient des brevets, des marques et des modèles. Les missions de valorisation s'effectuaient à partir des brevets. Souvent, on refusait des clients parce qu'ils n'avaient pas déposé de brevet, ou qu'ils voulaient développer un logiciel ou un site Internet (non brevetables). Si cette entreprise n'avait pas possibilité de déposer un brevet, on lui disait « désolés, on ne peut rien faire pour vous ». Je trouvais cela extrêmement dommage d'autant que nous sommes dans l'ère digitale. Donc j'ai voulu étendre la valorisation aux projets numériques (logiciels, applications, sites Internet, bases de données...). Et ai mis en avant cette expertise. Toutefois Nowall Innovation intervient aussi dans des démarches d'innovation plus globales.

Vous dites que l'open innovation est un terme plus marketing que représentatif d'une réelle révolution managériale. Qu'entendez-vous par là ?

Depuis quelques années, on parle de l'open innovation comme si c'était une grosse révolution. Or, cela l'est plutôt pour les grands groupes car auparavant, ils travaillaient beaucoup en interne sur les sujets de l'innovation produits, ils refusaient toute aide extérieure, ou recouraient essentiellement à des partenariats public-privé. L'open innovation est surtout un changement de culture pour ces grandes entreprises car en fin de compte, la plupart des plus petites entreprises la pratiquaient déjà : en interne comme elles le pouvaient, mais aussi en passant par des partenariats de proximité avec des entités souvent de taille comparable. Par exemple, une société de mécanique s'associe avec une entreprise qui fait de l'électronique pour concevoir un produit. Près de 80% des entreprises recouraient à ce type de partenariat donc ce n'est pas une révolution

pour la grande majorité des entreprises. Evidemment, open innovation est un terme plus glamour que « recherche de partenariats », c'est pour cette raison que je dis qu'il s'agit davantage d'un terme marketing. Néanmoins, il traduit tout de même une certaine réalité puisqu'il y a vraiment une ouverture désormais avec les grands groupes qui se rendent compte qu'ils tournent parfois en rond avec leur service R&D et qu'ils ont besoin d'un nouveau souffle. Peu à peu, ils commencent à s'intéresser aux PME et start-up, qui sont des structures plus dynamiques car elles ont besoin de l'open innovation pour pouvoir se développer. Les grandes entreprises engagent aussi des démarches pour inclure leurs clients dans le processus d'innovation et s'inspirer de leurs idées. Toute ouverture est bonne pour développer de nouveaux projets.

Justement, vous déplorez le fait que l'open innovation soit davantage orientée start-up / grands comptes et trop peu PME. En quoi l'open innovation peut-elle se révéler bénéfique pour les PME ?

A l'heure actuelle, il est vrai qu'on parle surtout de l'open innovation pour les grands comptes et que l'on ne met pas suffisamment en avant les PME alors que ces dernières sont des start-up qui ont réussi ! C'est dommage car elles ont un réel savoir-faire, elles ont déjà leurs propres clients et elles ont besoin de se développer. En France, arrivées à un certain stade, les PME ont du mal à grandir. Dans certains cas, c'est le choix du dirigeant mais dans d'autres, c'est structurel. Or, les grands comptes pourraient très bien aller du côté des PME pour se développer aussi. C'est malheureux qu'elles ne fassent pas rêver car elles ont de réels atouts qui mériteraient d'être valorisés dans le cadre de partenariats de co-développement.

Comment innover quand on est une PME, en sachant que l'on a une clientèle à ne pas décevoir ?

Il y a plusieurs façons de le faire quand on a déjà un marché et une clientèle à satisfaire. D'abord, il est essentiel de bien connaître ses clients, anticiper leurs besoins et travailler en osmose avec eux pour développer de nouveaux produits et services qui leur correspondent, c'est une autre forme d'open innovation. Le hic, souvent, c'est que l'on a une idée, on développe le produit, on le lance sur le marché et on voit si ça fonctionne. Or, en général, on se casse un peu les dents. L'une des meilleures façons de faire reste véritablement de se rapprocher de ses clients car de cette manière, on ne lance pas un produit sur le marché mais on répond à un besoin. Ainsi, on est certain d'investir dans un produit ou un service qui aura davantage de chances de marcher. Néanmoins, cela demande du temps et des ressources donc cette méthode s'adresse aux PME qui sont déjà dans une dynamique de R&D. Si ce n'est pas le cas, on peut mettre en place des partenariats pour aller chercher des ressources qui n'existent pas encore dans l'entreprise plutôt que de recruter ou de développer de nouvelles offres dont on ne sait pas vraiment si elles vont se révéler concluantes.

Étant donné que l'innovation est ce qui rapporte de l'argent aux entreprises, est-ce que le principe d'open innovation est viable sur le long terme ? Cela ne risque-t-il pas de tuer les sources de revenus des entreprises ?

En effet, quand on se lance dans des projets innovants, le but est d'augmenter son chiffre d'affaires et surtout d'être plus rentable et assurer la pérennité de son activité à moyen et à long terme. Toutes les décisions doivent être prises à cette lumière-là, même si ce

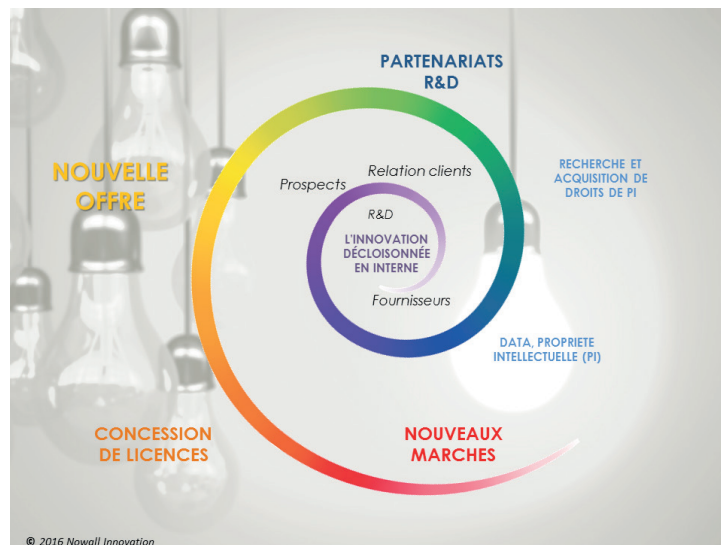
n'est pas évident de savoir à l'avance si une offre rencontrera ou non un succès. Quand on fait de l'open innovation en tant que tel, pour ne pas perdre de l'argent, l'idéal est de développer assez vite les choses, même si elles ne sont pas tout à fait finies, et de les faire tester rapidement aux clients potentiels pour valider s'il y a un marché. Il faut aussi se demander comment aller chercher le client qu'on n'a pas encore séduit, quelle offre on va pouvoir lui proposer, voilà la clé pour que ça fonctionne. De même, lorsqu'on se lance dans une démarche de partenariat avec d'autres entreprises, pour s'assurer de ne pas être perdant, il est primordial de bien cadrer le contrat à hauteur des contributions de chacun pour éviter les mauvaises surprises à ce niveau. Ensuite, il faut apprendre à travailler en bonne intelligence avec ses partenaires, en trouvant le temps et les ressources pour travailler en confiance avec eux.

Le concept d'open innovation a plus de dix ans mais il a mis du temps à prendre en France. A votre avis, comment va t-il évoluer pour les PME ?

Idéalement, je suis convaincue que les PME doivent profiter de cette vague pour se rapprocher davantage de leurs clients, être plus dans une dynamique de proposition d'offres aux clients que l'on a déjà ou que l'on pourrait avoir. Ensuite, l'internationalisation. C'est un point très important car beaucoup de PME vivent sur leur marché local, elles restent dessus sans forcément essayer de réfléchir à comment l'élargir alors que l'internationalisation, avec Internet, les différentes plateformes d'intermédiation qui existent, permet d'avoir une nouvelle visibilité et d'élargir sa clientèle, selon le domaine bien entendu. Entre la transition numérique et les partenariats que l'on peut trouver à l'international, le choix est large. A mon avis, ce sont les deux créneaux sur lesquels les PME peuvent avancer sereinement sans se transformer de manière révolutionnaire. Enfin, il y a aussi la valorisation de la propriété intellectuelle : quand on développe une nouvelle offre, il faut avoir le réflexe de la protéger au maximum avec différentes pratiques comme le secret, le dépôt de brevet ou encore les droits d'auteur. Qu'on se rassure, il existe de multiples façons de protéger ce que l'on conçoit et de faire respecter ses droits !

Revenons à votre expertise. Quels sont les atouts qui vous permettent de vous distinguer de la concurrence ?

Nowall Innovation se démarque par ses compétences transversales et sa vision



systémique des projets, qui amènent justement à traiter les aspects de valorisation économique ou financière. Il s'agit d'allier constamment les problématiques techniques, commerciales, financières, humaines et juridiques. L'approche est de fait, décloisonnée. Les sujets, qu'il s'agisse de projets innovants, de valorisation, ou de recherche et mise en place de partenariats, sont traités en mettant en œuvre les synergies de ces différents champs de compétences. Nous sommes notamment en mesure de déterminer si le produit a un fort potentiel de rentabilité, de succès, et quelles sont les actions à mettre en œuvre pour qu'il atteigne ce potentiel. Il ne s'agit pas de développer un produit pour développer un produit mais bien de mettre en place un projet sécurisé car tout dépend de l'entreprise, de ses besoins et de ses capacités de financement. Pour accompagner les TPE et PME dans leur démarche d'innovation, Nowall Innovation propose par exemple une solution très flexible consistant à mettre à leur disposition un responsable innovation à temps partagé, en mesure de proposer et valider rapidement des voies de développement adéquates. ▀