

Communiqué de Presse - Diffusion immédiate

L'Open Innovation à la française : de nouvelles pratiques en émergence.

Paris, le 12 décembre 2014

Le 2 décembre 2014 à Paris-La Défense, lors de la première édition de l'Innovation Ecosystems Agora (www.innovation-ecosystems-agera.com), le Discovery Innovation Lab a présenté les résultats d'une enquête réalisée avec OpinionWay sur les nouvelles formes d'innovation qui émergent actuellement.

La France, aujourd'hui, en dépit d'un soutien public important, ne s'inscrit qu'au 22^{ème} rang mondial des pays innovants. Pourtant, les choses pourraient évoluer positivement car depuis deux ans, on assiste à une effervescence de nouvelles formes d'innovation.

Qu'en est-il alors des nouvelles pratiques de l'open innovation dans les entreprises ?

Méthodologie et profil des répondants

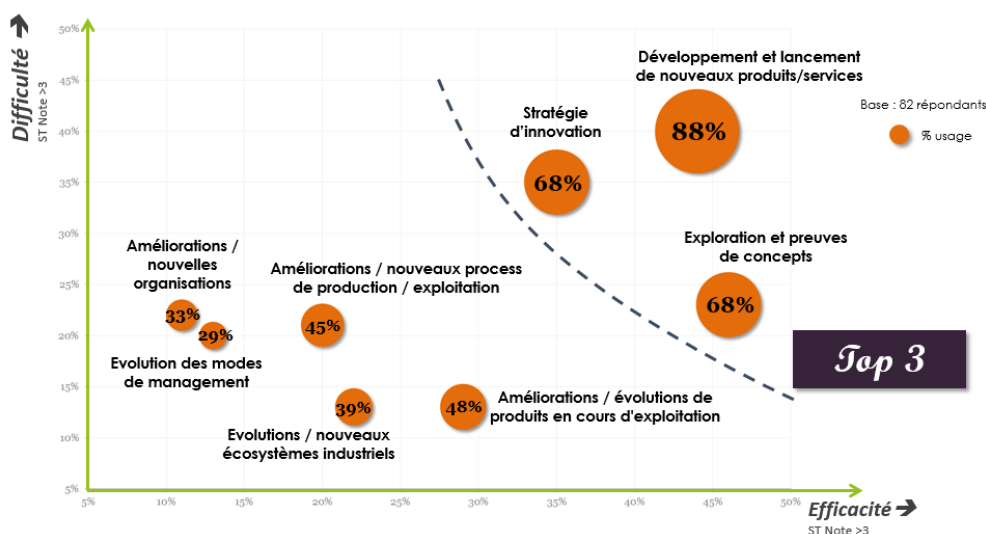
L'étude a permis d'interroger, entre le 5 et le 25 novembre 2014, 82 Responsables Innovation au sein des entreprises avec lesquelles Discovery Innovation Lab est en contact. Le questionnaire, proposé en ligne, durait entre 20 et 25 minutes.

Ces répondants sont des professionnels avertis et expérimentés dans l'innovation : la très grande majorité (82%) fait de l'innovation son cœur de métier, et plus de la moitié (54%) a plus de 3 ans d'ancienneté dans la fonction. Ils exercent principalement dans de grands groupes : 55% des entreprises au sein desquelles ils travaillent ont plus de 1000 salariés, répartis pour 54% dans les services et 30% dans l'industrie ou le BTP.

Innover : d'abord pour créer de nouveaux produits/services

La majorité (88%) des responsables innovation interrogés s'accorde sur le fait que le premier motif d'innover est la création et le lancement de nouveaux produits/services. Dans ce process, ils considèrent également qu'il est important d'innover sur les processus organisationnels et managériaux mais malgré des difficultés moyennes, l'efficacité de ces processus reste à développer.

L'exploration de preuves de concepts et la stratégie d'innovation arrivent en deuxième rang des motifs d'innover (68 % des répondants), et sont jugées de difficulté moindre.



Une percée significative de nouvelles méthodes d'innovation

Les méthodes de créativité, les interactions clients et les échanges de compétences inter-entreprises arrivent en tête des méthodes d'innovation les plus couramment utilisées (pratiquées par respectivement 70%, 70% et 65% de l'échantillon). Ces deux dernières sont considérées comme satisfaisantes par plus de 70% des répondants. Par comparaison, une méthode comme le Design Thinking n'est pratiquée que par 46% des répondants même si plus de 80% des habitués de cette méthode s'en trouvent satisfaits.

Notons aussi qu'un tiers des répondants envisage de pratiquer les Hackathons / Startups weekends, ou l'innovation Jugaad.

L'open innovation : une approche bien connue et largement adoptée

Dans cet univers, l'open innovation fait indéniablement référence : connue de la quasi totalité des répondants, elle est pratiquée par 82% d'entre eux dont 40% régulièrement et 54% depuis plus de 3 ans. Ses principales modalités sont l'interaction avec des startups (72%), l'appel régulier à des partenaires extérieurs (70%) et, dans une moindre mesure, le crowdsourcing (30%).

A son actif, des bénéfices clairement établis : l'open innovation permet d' :

- accélérer l'innovation : 75%,
- avoir plus de pistes d'innovation : 73%,

A ces atouts, elle ajoute en outre : acquérir de nouvelles technologies / de nouveaux moyens (40%), contourner des obstacles ou contraintes internes (38%) et enfin s'avère plus économique (34%).

Des perspectives encourageantes pour les nouvelles formes d'innovation

En confirmation du succès de l'open innovation, 57% des répondants croient à un fort développement des nouvelles formes d'innovation en France. A l'opposé, 13% pensent que le développement pourra se faire dans le monde, mais pas en France, et 14% que cela restera un marché de niche.

On notera aussi qu'un tiers des répondants dit avoir des interactions régulières avec des Fablabs et Makers spaces. Ce bon résultat pour des approches encore émergentes est conforté par le fait que 56 % d'entre eux trouvent cette expérience satisfaisante (note de satisfaction supérieure à 3 sur 5). Les pôles de compétitivité et les incubateurs / accélérateurs sont utilisés par un peu plus de la moitié des répondants mais avec une satisfaction nettement plus élevée pour ce dernier dispositif.

Enfin, notons que la moitié des répondants (51%) utilise des dispositifs de type Fablabs en interne pour des actions de maquettage et de prototypage rapides. Parmi ces dispositifs, seuls 26% sont ouverts sur des partenariats externes.

Suite de l'enquête

Cette enquête va être prochainement complétée par des entretiens approfondis auprès d'acteurs de l'innovation : managers, consultants, experts, chercheurs, prestataires spécialisés. Ces informations donneront lieu à la publication d'une vaste étude qui sera disponible dans le courant du deuxième trimestre 2015.

A propos du Discovery Innovation Lab

Le Discovery Innovation Lab (le DIL) est un dispositif global d'accompagnement de porteurs de projets d'innovation disruptive. Il s'adresse à tout type d'organismes : startups, PME, ETI, grands groupes, collectivités territoriales, etc. Le DIL peut prendre en charge des processus globaux, en partant de la phase d'idéation jusqu'à la validation du business model, en passant par une phase de prototypage dans ses fablabs et d'expérimentation avec les usagers (approche living labs).

Pour plus de renseignements : www.le-dil.com

Contacts

dil-team@creative-cluster.fr

Patrick Morin : tél. 06 09 69 54 74

-

Eric Seulliet : tél. 06 60 69 30 40