

Invention, innovation ou amélioration ?

La confusion entre ces trois concepts est aisée. Pourtant, ils se distinguent clairement l'un de l'autre. L'invention est le produit d'une nouvelle idée, une création émanant d'une activité de R&D donc sans finalité économique [à ce stade], alors que l'innovation s'inscrit dans une perspective applicative pour l'exploitation de cette nouvelle idée.

Etymologiquement, les racines latines d'« innover » renvoient à l'action de « renouveler », « forger » ou « changer », mais dans l'acceptation d'une approche abstraite. Car s'il est possible d'améliorer *quelque chose*, on ne peut innover *quelque chose*. Si Henderson et Clark assimilaient une amélioration à une *innovation incrémentale*, on s'accorde aujourd'hui à dire que l'innovation s'apparente plutôt à une *amélioration radicale*.

L'innovation, un état d'esprit managérial



Plus qu'une définition, **l'innovation est avant tout un état d'esprit**, un « élan vital » selon le philosophe Henri Bergson, dont le désir impérieux de faire toujours mieux est le fondement de l'esprit entrepreneurial tel que le définit Joseph Schumpeter.

L'innovation est donc un phénomène polymorphe, complexe et subjectif. **L'innovation se positionne au confluent de ce qui est désirable pour l'utilisateur, ce qui est possible technologiquement et ce qui est viable économiquement.**

Pour innover, une entreprise se doit donc de générer des idées. La R&D peut être une source d'idées parmi d'autres. Mais la richesse, la diversité et la multiplicité des acteurs est source de transformation de ces idées en business profitable.

L'innovation est donc un **facteur clef de la compétitivité** d'une entreprise. Elle est un processus entrepreneurial ou managérial qui se doit d'être constant et d'associer veille, créativité, concertation de l'ensemble des fonctions de l'entreprise, mobilisation des réseaux et organisation.

Quelle stratégie pour l'entreprise ?



Dès lors, entre R&D et/ou innovation quel choix devrait opérer une entreprise ? Il n'existe pas de règle absolue.

Un investissement à long terme dans la R&D améliore significativement la performance des entreprises sur le marché. Cependant, le fait d'investir dans la R&D ne rend pas nécessairement une entreprise plus innovante.

En effet, une entreprise peut innover sans nécessairement investir lourdement dans la R&D. Statistiquement, les entreprises qui investissent seulement dans l'innovation présenteraient de meilleurs résultats que celles qui n'investissent que dans la R&D.

En fait, les entreprises qui mènent des activités à la fois de R&D et d'innovation disposeraient d'une meilleure dynamique économique que celles qui innovent seulement, et loin devant celles qui n'investissent que dans la R&D.

L'étude 2012 « *Global innovation 1000* » du cabinet [Booz & Company](#), a mis en évidence ce paradoxe : « Investir en R&D ne constitue pas une garantie d'innovation et de performance financière ». En effet, les entreprises les plus innovantes (Apple, Google, 3M...) présentent un dynamisme économique supérieur à celles dont l'investissement en R&D est le plus important.

Si la R&D contribue à générer une invention, une idée, une découverte, l'innovation repose sur l'intention de valoriser celle-ci dans le contexte d'un environnement économique. L'innovation en soit n'a donc pas de valeur économique, mais constitue le vecteur d'une

valorisation d'une invention en quelque chose de mesurable, de tangible économiquement parlant. Sur cette base, il est possible de créer sa propre valeur de la R&D et de l'innovation :

- « *R&D is about taking cash and converting it into inventions; Innovation is about taking inventions and converting it into cash* »
- « *Avec la R&D créons de la connaissance à haute valeur ajoutée, avec l'innovation donnons de la valeur ajoutée à cette connaissance* ».

Mais, prenons garde à **ne pas focaliser tout l'effort d'innovation sur l'aspect technologique**. Comme l'illustre la Fondation Condorcet : « cela fait 15 ans que le Japon dépose la moitié des brevets dans le monde et cela fait 10 ans qu'il est en récession. Ainsi, si tout miser sur la technologie permettait de sauver une économie, cela se saurait... ». **Les volets notamment commerciaux, sociétaux et organisationnels de l'innovation sont plus que jamais à prendre en considération dans la stratégie d'entreprise.**

Crédits Photos : three different bulbs isolated on white background : © chones - Fotolia.com ; businessman drawing color business strategy on wall : © peshkova - Fotolia.com ; Business Innovation : © almagami - Fotolia.com