

INNOVATION COLLABORATIVE, CO-INNOVER AVEC SON ÉCOSYSTÈME :

Quels modes de relation établir ?



ÉTUDE BIRD & BIRD ET BUY.O GROUP

Bird & Bird

 **BUY.O GROUP**
**Empower your
Business Relationships**



EDITO

Globalisation, démocratisation de l'accès au savoir et aux données, ruptures technologiques, nouveaux usages sont autant de facteurs d'un monde qui se réinvente constamment.

Au cœur de cette transformation, l'innovation constitue un enjeu majeur de développement et de différenciation.

Face à cette complexité, les entreprises et acteurs publics se tournent vers leurs partenaires externes pour faire émerger de nouvelles idées, imaginer ensemble de nouveaux modèles.

Co-développer, co-innover nécessite d'établir des relations différentes avec des acteurs variés, parties prenantes de son écosystème : clients, fournisseurs, partenaires, centres de recherche, organisations publiques, voire parfois avec ses propres concurrents.

Dans ce contexte, les cabinets Bird & Bird et Buy.O Group ont réalisé une étude consacrée à ces démarches de co-innovation et de co-développement.

L'objectif est de dresser un panorama des pratiques actuelles et des modes de relation efficaces pour mieux appréhender ces nouveaux modèles de coopération.

Frédérique Dupuis-Toubol,
Partner France
Bird & Bird

Marc Debets,
Président
Buy.O Group



L'ALLIANCE BUY.O GROUP BIRD & BIRD

Nos clients sont de plus en plus nombreux à co-développer ou co-innover.

Face à la complexité de ces modes de collaboration, ils font régulièrement appel à nos services que ce soit dans les phases amont de réflexion ou dans la mise en œuvre de ces initiatives.

La nature de nos interventions dans des secteurs variés et notre accompagnement auprès de différentes fonctions de l'entreprise ont conforté notre volonté de mener cette étude conjointement. Enfin, il nous a paru pertinent d'associer les expertises et expériences d'un cabinet d'avocats avec celles d'une société de conseil en stratégie pour apporter une vision complémentaire sur ces questions liées aux démarches de co-développement et de co-innovation.

Bird & Bird

Cabinet d'avocats international, Bird & Bird compte près de 100 avocats en France, dont 22 associés et plus de 1.100 avocats dans 26 bureaux répartis en Europe, en Asie et dans les pays émergents.

Trois éléments clés distinguent Bird & Bird de ses concurrents : notre connaissance approfondie des différents secteurs d'activité, l'excellence de notre service au client et la portée internationale.

Bird & Bird se positionne comme un leader sur le terrain de la propriété intellectuelle comme sur celui des nouvelles technologies et privilégie une offre de services globale sur la protection des actifs immatériels, la sécurisation de leur exploitation ainsi que la gestion de projets d'innovation collaborative.



Buy. O est un cabinet de conseil international, spécialisé dans les relations B2B et la maîtrise des écosystèmes d'affaires. Depuis plus de dix ans, nous aidons nos clients à mieux interagir et renforcer leurs relations avec leurs clients, partenaires et fournisseurs.

Présent sur 3 continents, opérant dans plus de 40 pays, nous accompagnons nos clients dans le montage et le management de partenariats, l'organisation de leurs achats et supply-chain, leur développement commercial, leur transformation par les services, le développement de leur filière / écosystème d'affaires.

SOMMAIRE



EDITO _____ p. 3

L'ALLIANCE BUY.O GROUP BIRD & BIRD _____ p. 5

I. PRÉAMBULE _____ p. 9

II. CINQ RECOMMANDATIONS
À L'ATTENTION DES DÉCIDEURS _____ p. 12

III. PRÉSENTATION DÉTAILLÉE
DES ENSEIGNEMENTS CLÉS DE L'ÉTUDE _____ p. 24

IV. DE L'INTENTION À L'ACTION :
FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS _____ p. 38

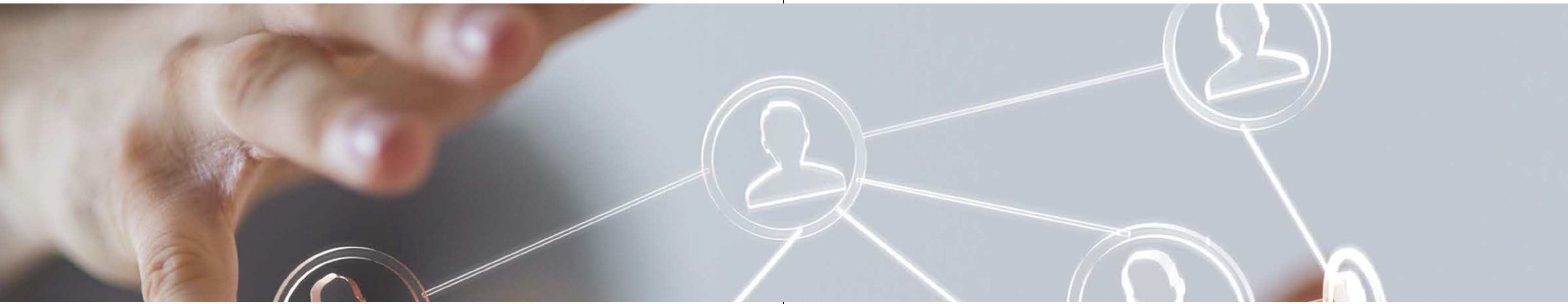
V. CONCLUSION _____ p. 43

ANNEXES ET REMERCIEMENTS _____ p. 48

- Note méthodologique de l'étude

- Questionnaire support à l'étude

VI. NOS EXPERTISES RELATIVES A L'INNOVATION COLLABORATIVE p. 50



1 PRÉAMBULE

1 PRÉAMBULE

Dans un environnement en constante transformation, marqué par une complexité croissante et une rapidité d'évolution . . .

- Complexité technologique, convergences entre technologies (télécom et internet) et marchés (transport, énergie, ...) ;
- Mondialisation impliquant une très grande mobilité internationale des facteurs de production et mettant les économies en concurrence ;
- Intensité concurrentielle obligeant les entreprises à enrichir leurs offres produits et services, leur façon de concevoir et d'adresser les marchés ;
- Développement de nouveaux usages, de nouvelles façons de vivre, de consommer des expériences : covoiturage, avènement de sites de partage, ... ;

. . . le niveau d'interaction / interdépendance entre les acteurs est de plus en plus prégnant :

- Tous les acteurs sont concernés ;
- Que cela soit pour développer des innovations de ruptures, favoriser l'innovation incrémentale ou encore s'appuyer sur de nouveaux usages, « on ne peut plus faire seul » !

Les démarches collaboratives apparaissent ainsi comme une réponse aux enjeux de l'innovation et constituent dès lors une dimension stratégique, véritable levier de compétitivité et de succès.

La **nécessaire intégration de nouvelles dynamiques de relation, de collaboration**, qui **viennent impacter le processus de management de l'innovation**, de la phase de génération d'idées à celle de mise sur le marché, est **partagée par l'ensemble des acteurs** : recherche d'expertises et de savoir-faire additionnels, gain de temps, accès à de nouvelles technologies.

Néanmoins, force est de constater que **la mise en œuvre de ces démarches reste progressive**, variable en fonction des secteurs et doit bien souvent s'affranchir de **freins organisationnels et culturels le plus souvent internes**.

Dès lors, tant la **faculté à insuffler le changement**, à **ouvrir l'entreprise et les mentalités** que celle visant à **animer un écosystème de partenaires** - de natures et profils variés, de différentes tailles et de divers horizons, dans une logique court terme mais également à plus longue échéance -, à **les mobiliser** au regard d'objectifs et d'enjeux propres, **revêtent une importance fondamentale**.

Le **choix du partenaire**, du « bon partenaire », devient un **facteur critique**, non seulement dans **l'aptitude à partager des orientations** au regard d'intérêts communs, à **mobiliser dans la durée** des ressources, des moyens mais également dans la capacité à **faire vivre cette dynamique relationnelle** dans un cadre « **rassurant / protecteur** ».

Pour ce faire, un **changement de posture** apparaît comme nécessaire, changement caractérisé notamment par une **plus grande adaptation et flexibilité** ; des **relations fondées sur la confiance**, la compréhension des autres et **le partage** ; un **décloisonnement des organisations**, tant en interne que vis-à-vis de l'externe ; une volonté de « **sortir du cadre** », **d'oser faire différemment**.

La **valorisation de ce nouveau cadre de collaboration** reste néanmoins **difficile** et toute **relative** en fonction de sa position et des attentes placées au départ du projet de collaboration.

S'il n'**existe pas de modèle unique**, il n'en reste pas moins que ces démarches de co-innovation, co-développement permettent de **gagner en efficacité opérationnelle** (apprentissage, retour d'expériences, qualité de mise sur le marché, ...), **performance économique** ainsi qu'en termes d'**image et de notoriété**.



Innovation collaborative, co-innover avec son écosystème

Conception graphique : © fabricemilloz.com - 2014
Photos : © Sergey Nivens / vege / chones / Olivier Le Moal / tadamtchi - Fotolia.com

Bird & Bird

