

Avant-propos de la rédaction

Autor(en): **Geuser, Fabien de**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **64 (2006)**

Heft 3: **Innovation : de l'idée au marché**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

AVANT-PROPOS DE LA RÉDACTION

Et si innover, c'était faire du vieux avec du neuf?

L'innovation est paradoxalement un des sujets les moins innovants qui soient: c'est même presque devenu un lieu commun des journaux, des entreprises et des politiques. L'impératif d'innovation est quotidien et omniprésent. Il devient même une valeur en soi. Une entreprise par exemple ne se jugerait plus à ses produits mais à ses capacités d'innover. On peut alors légitimement se demander si l'on peut encore dire quelque chose d'innovant sur l'innovation! Et plus précisément pour une revue comme la notre qui se fonde sur le temps de la réflexion, sur le recul. N'y a-t-il pas une contradiction entre ce temps et l'immédiateté de l'innovation?

Et pourtant il nous semble que c'est précisément sur cette question du temps et de l'histoire que l'innovation peut encore être explicitée. En effet, la course permanente à l'innovation suppose une négation de l'histoire: l'innovation souvent se construit contre, voire sans l'histoire. Les entreprises et les sociétés sollicitent des nouvelles compétences, des nouvelles idées, des jeunes,... dans un appel permanent à une sorte de tabula rasa, un recours constant à un oubli de ce qui s'est fait. Comme si l'histoire devenait un boulet. Il faudrait faire avec mais surtout contre le passé. Il faudrait se débarrasser des anciennes manières de penser et de faire. Mais si elle joue contre le passé, l'innovation ne joue pas pour autant le futur. Il ne s'agit pas d'innover pour construire le futur, pour en tracer des nouveaux usages et des nouvelles régulations sociales qui aboutiraient à un équilibre social et politique. Au contraire: l'innovation, comme slogan, véhicule le postulat que le futur n'existe plus, qu'il n'est plus que l'entrechoquement de coups, la suite chaotique de petites innovations. Le futur ne serait plus alors que cette histoire racontée par un idiot, pleine de bruit et de fureur, et qui ne signifie rien qu'anticipait Shakespeare.

Sans passé ni futur, l'innovation serait un concept hors du temps. A-historique. Et par conséquent a-politique et sans localisation. Pire, l'innovation, dans cette perspective risque de contribuer à la dégradation des processus identitaires, fondamentaux pour le respect des cultures et des personnes: en appeler à l'innovation comme une panacée, c'est nier la valeur de ce qui a été et de ce qui a été fait. Or ce passé structure l'identité des personnes et des groupes. Pour innover, il faudrait remettre en question ces identités et plonger alors les collectifs et les personnes dans des situations fragilisantes jusque dans ce qui fait leur essence même. C'est ce qu'un grand sociologue, R. Boudon, a appelé le risque anémique de la course à l'innovation. C'est à dire le risque qu'il y aurait à dégrader l'ensemble des règles (du grec *nomos* qui donne anémie) que se sont construits les groupes sociaux non seulement pour être efficaces mais aussi et peut être surtout pour exister en tant que groupe.

C'est pour s'élever contre cette conception de l'innovation que la Revue Economique et Sociale consacre ce numéro à ce sujet. Réinscrire l'innovation, le neuf dans l'ancien, en montrer les origines mais aussi l'avenir pour en saisir les limites et les modalités. Relativiser l'idéologie de l'innovation en montrant les faux semblants et les coûts humains et sociaux. Proposer les moyens de penser ensemble histoire et nouveauté, continuité et changement; tels sont quelques uns des objectifs pris en charge par les auteurs de ce numéro.

Ainsi, par exemple, Hatchuel et ses collègues montrent, dans leur article, que le recours à l'histoire, et plus précisément à l'histoire des bureaux de conception est essentielle pour comprendre les sources de l'innovation. Ce que complète Lorino dans sa contribution quand il explique que l'innovation est partout car toute activité suppose une certaine créativité pour s'adapter aux contingences. Ce faisant, le discours sur l'innovation comme rupture doit être remis en question. Seules certaines innovations prennent le statut d'Innovation idéalisée et il s'agit de comprendre le jeu politique qui leur donne ce statut.

De manière plus macro-économique ou sociale, Bouba-Olga et Foray démontrent dans leurs articles respectifs que ces innovations ne sortent pas d'un chapeau mais plutôt d'une organisation spatiale (Bouba-Olga) et d'un environnement scientifique, financier, institutionnel,... (Foray) spécifique. Foray applique ce cadre à l'exemple de la Suisse et en tire une analyse fouillée et particulièrement stimulante: il évoque ce qu'il appelle le «génie suisse» pour expliquer le succès suisse concernant l'innovation mais il montre dans le même temps que certaines faiblesses politiques et institutionnelles ont pu décrocher ce succès de conséquences positives sur la croissance suisse.

La Suisse constitue aussi la base de différents articles de ce numéro qui explorent le cas de notre pays qui parvient à associer une tradition forte avec des secteurs particulièrement innovants.

Enfin, les autres articles de ce numéro se confrontent à la question de l'innovation au sein des organisations pour essayer de la définir, de l'instrumenter et de l'évaluer.

Une des contributions que l'on peut retrouver dans l'ensemble de ces textes tient dans l'impératif qu'il y a à essayer de pérenniser les aspects positifs de l'innovation tout en gardant aussi les forces du passé. On pourrait aussi dire que le but est d'institutionnaliser l'innovation. Et donc de la transformer en de l'acquis, de l'histoire. Du certaine manière, l'enjeu devient pour nos organisations de faire du vieux avec du neuf...

Une nouvelle création: les hors-séries scientifiques

C'est aussi un enjeu pour notre Revue. Les membres de la Société d'Etudes Economiques et Sociales (SEES), l'équipe de rédaction de la Revue, les lecteurs changent et proposent des idées nouvelles. Il convient donc d'essayer de prendre cela en charge tout en assurant la continuité de notre Revue. Nous devons par conséquent transformer ces idées nouvelles pour qu'elles s'intègrent à l'histoire de la Revue et faire alors que les éventuelles innovations se fondent dans son passé. C'est ce que nous essayons de faire.

Ainsi pour répondre à la demande de centres de recherche de pouvoir publier des ensembles de documents scientifiques engagés plus longs que ceux que la Revue a l'habitude de publier, nous mettons à leur disposition une structure d'édition sous un format qui décline le logo de la Revue mais en proposant un format plus libre. Nous avons ainsi publié le rapport de l'IEMS (Institut d'Economie et de Management de la Santé) sur les coûts hospitaliers, *The 2003-2005 Swiss Research Program on DRG*.

Appel à nos lecteurs

De même, la présentation de notre première (page) de couverture est quelque fois perçue par certains de nos lecteurs et par nos distributeurs comme «marquée», voire un peu passé-iste. Pour atteindre notre objectif de développer notre lectorat, c'est une difficulté, d'autant que

nous ne voulons, encore une fois, pas nous séparer de notre tradition. L'équipe de rédaction a pour cela sollicité l'atelier Crossworx, déjà responsable de la mise en page intérieure, qui a développé des projets d'évolution pour cette couverture. Ces projets se présentent sous forme d'encart à l'actuelle livraison au format 100%, et en aperçu à la page 8. Ils reprennent la thématique de notre couverture (la couleur, le logo,...) et construisent sur cette dernière des visuels plus innovants. Cependant la Revue appartient à ses lecteurs. C'est pourquoi nous nous adressons à vous pour vous demander votre opinion sur ces projets et sur celui, plus général, d'une modification de cette couverture. Qu'en pensez-vous?

Nous nous mettons à votre disposition. Vous pouvez nous écrire sur notre adresse électronique infoees@unil.ch ou par courrier classique (SEES, Internef, Université de Lausanne, CH-1015 Lausanne). Nous ne prendrons une décision sur ces projets que sur la base de vos opinions.

Nous attendons vos conseils, vos points de vue,... et faisons toute confiance en votre créativité dans le respect de l'histoire de notre Revue et donc en vos capacités d'innovation!

Pour la rédaction, Fabien DE GEUSER