

## AVANT-PROPOS DE LA RÉDACTION

Innovation et risque de la futilité: quelle est la valeur du neuf?

Un des paradoxes de l'innovation, mis en lumière par un des articles de ce numéro, est que ce thème qui est dans toutes les bouches aujourd'hui l'a en fait toujours été. On a toujours innové: en termes de systèmes de production (la liste est longue depuis la manufacture jusqu'aux formes virtuelles de travail), des produits eux-mêmes, de recherche scientifique, de création artistiques... L'innovation n'a rien d'un thème innovant, si l'on peut dire.

Et pourtant on sent la prégnance croissante de ce thème dans les discours politiques, économiques, managériaux... au sein des pays occidentaux en particulier. Il se développe une systématisation de l'usage de l'innovation dans les discours comme une fin en soi. Le but n'est même plus d'innover pour atteindre quelque chose de mieux: plus de bien être, plus de joie..., mais d'innover pour innover. L'innovation devient alors une valeur, un critère moral de jugement sur les faits, les choses et les comportements et l'on en vient à condamner un objet ou une pratique parce qu'elle est pérenne. On peut alors légitimement se demander quel est le sens réel de cette invocation permanente de l'innovation alors même que nos pays ont en règle générale une tradition d'innovation dans les domaines que l'on vient d'évoquer. On pourrait articuler cette sur-valorisation de l'innovation à une critique consumériste qui dénoncerait dans nos comportements la construction artificielle et manipulatoire d'un besoin frénétique de consommation. Ce besoin ne pourrait être satisfait que dans les achats – et donc la production correspondante – de produits qui ne seraient intéressants que parce qu'ils sont innovants. Ceci permettrait alors de faire renouveler des actes d'achats qui sans cette référence au nouveau perdraient leur attractivité. Cette critique de la futilité inhérente à l'approche faisant de l'innovation une valeur en soi se double d'une réflexion sur le thème de l'agitation permanente. L'innovation survalorisée, c'est aussi une manière de fuir le présent, de s'interdire d'y prendre sa place pleinement, de profiter de ce qui est aujourd'hui et maintenant. Le présent devient immédiatement une valeur du passé, périmée par l'innovation. Dans le même temps, par la dévaluation du présent, on inclut celle du passé. L'innovation peut alors faire courir le risque du rejet du sens du bilan, de l'évaluation de ce qui est et a été. Ces questions supposeraient un outillage philosophique fort pour juger du rôle politique de cette antienne de l'innovation.

Si l'innovation comme discours politique et moral est sans doute discutable, sa valeur économique l'est nettement moins; la Suisse en est un bon exemple. Ce qui nous intéresse par conséquent est alors les modalités de l'institutionnalisation de l'innovation, de son accélération et de son pilotage. Comment engendrer, encourager, accompagner... les processus innovants? L'interrogation est elle-même non-innovante mais elle est si profondément inscrite dans la contradiction qui oppose la créativité et l'institutionnalisation inhérente aux procédures organisationnelles que l'on continuera vraisemblablement longtemps à y réfléchir. Ce numéro de la RES propose des témoignages concernant de nouvelles formes de socialisation et leur impact sur la créativité. L'argument principal en est qu'il faut multiplier les liens sociaux tout en distendant les lourdeurs organisationnelles classiques. L'exemple

autour duquel se rassemblent ces témoignages étant celui des réseaux sociaux informels. On associe la remise en question des unités de lieu et de groupe et la stimulation d'une innovation collectivement dispersée. Mais parallèlement à ces approches sociales, les articles qui complètent le dossier mettent davantage en avant le rôle de l'entrepreneur, revenant sur la fonction classique de l'individu dans le processus de création économique par opposition au collectif flou que développent les articles du dossier. Un autre article démontre la valeur heuristique de méthodes formelles dans les process innovants, relativisant alors la valeur absolue que les perspectives des réseaux sociaux donnent à l'informel. Un autre article, en se focalisant sur la dimension juridique du droit de propriété, insiste sur la nécessité de protéger les auteurs et donc de délimiter plus nettement la place et les droits des individus que ne le font les réseaux sociaux qui, au contraire, semblent prôner une socialisation des droits de propriété.

On pressent alors que l'innovation n'est pas un sujet pacifié et qu'elle recouvre d'une part des enjeux politiques non assumés (une condamnation du présent mais au nom de quel futur?) et d'autre part des différences profondes quant aux formes de son institutionnalisation. En cela, l'innovation doit faire débat et ne peut être acceptée comme une valeur en soi. Un comportement innovant doit être jugé non pas en tant qu'il est innovant mais au nom de sa cohérence avec un projet social, économique, politique... C'est l'objet de ce numéro. Ce dernier comprend aussi un dossier, coordonné par la BCGE, sur la crise financière que nous traversons. Les deux communications, d'experts anglophones, donc écrites en anglais, pourraient aussi être lues à l'aune de la grille que nous évoquions concernant l'innovation: ce dossier montre en effet que la crise financière est à la fois originale et classique en cela que si elle mobilise des instruments financiers originaux, elle repose aussi la question classique de la régulation, de ses modalités et de son efficacité. Est-ce vraiment une nouvelle forme de crise qui appelle une nouvelle forme de régulation? Or, à trop vouloir systématiquement en appeler à un aspect radicalement nouveau de la crise, on rate vraisemblablement des facteurs structurels rémanents essentiels. Si ces derniers existent vraiment, alors qualifier la crise de totalement originale est une manière de détourner les efforts d'une transformation profonde du système. On comprend alors pourquoi il est important précisément de pouvoir qualifier cette crise financière d'innovante ou de non innovante.

Enfin on peut noter dans la seconde communication de ce dossier un élément rare à la fois dans nos pages et dans la crise actuelle: un peu d'humour qui donne à cet article un recul stimulant sur cette question, pourtant lourde d'impacts....

Pour la rédaction,  
*Fabien De Geuser*