

240	UTBM service communication	L'Est Républicain	12 juillet 2013
		Région	Séminaire de recherche - IRTES - innovation - Ghislain Montavon - Tetra Pak - Mabi - PSA

Séminaire Entre industriels et universitaires à l'université de technologie Belfort-Montbéliard

L'alchimie de l'innovation

Belfort. « L'innovation ce n'est pas le seul fait de l'ingénieur. » Certains le pensent. Ghislain Montavon, directeur de l'Institut de recherche sur les transports, l'énergie et la société à l'UTBM a voulu le rappeler. Bien sûr, ce n'était pas le seul enseignement que l'on pouvait tirer du séminaire organisé hier à l'UTBM et dont il était l'initiateur.

Pourquoi l'innovation ? Parce que le thème suscite de « l'intérêt et qu'il est au cœur des préoccupations » économique, politiques et sociétales. Mais aussi parce que l'institut est un des acteurs de celle-ci.

Ingénieurs, doctorants, enseignants-chercheurs de l'université ont ainsi confronté leur vision et croiser leur réflexion avec Olivier Bidaux, manager de la société Mabi, André Pierre, directeur de la recherche et de l'enseignement supérieur au conseil régional, Marie-Claire Derycke, du service énergie et environnement chez PSA, et enfin, Bertrand Jaccoud, consultant interne pour l'entreprise suédoise Tetra Pak.

A la base : un besoin

PME, grandes entreprises, collectivités, peu importe la taille ou la portée, l'innova-

tion est un facteur commun avec « un ensemble de maillons qui interagissent », a expliqué Ghislain Montavon. « C'est une chimie humaine », a confié Bertrand Jaccoud qui a été pendant plus de 15 ans directeur du centre recherche et développement de Tetra Pak – entreprise spécialisée dans les emballages – en Suisse. « Il s'agit de former une équipe pluridisciplinaire et pas uniquement avec ses copains. »

Mais avant tout, le spécialiste a insisté sur "le" point clé de l'innovation : le besoin. « Si il n'y a pas de besoin, alors vous pouvez avoir la meilleure idée du monde, ça ne fonctionnera pas. » Il faut un but également. « Pas trop précis », pour ajuster et laisser la porte ouverte à d'autres idées en cours de projets. Etre honnête, avoir une masse critique (d'où l'intérêt des lobbyings) et souvent le nerf de la guerre : les finances. Mais ces dernières, pour l'ancien cadre du groupe suédois, ne sont finalement pas le plus grand frein à l'innovation. Pour lui, les réglementations, les lois (européennes en particulier), trop nombreuses, trop complexes, compliquent beaucoup plus l'action de l'entrepreneur...

Ch. O.