

242	UTBM service communication	Le Pays	15 juillet 2013
		Aire urbaine	Séminaire - Innovation - Industrie - IRTES - Ghislain Montavon - Mabi - PSA - Tetra Pak

Séminaire Le besoin est la clé de l'innovation dans l'industrie

Industriels et universitaires ont planché sur l'innovation jeudi à l'Université de technologie de Belfort-Montbéliard.

« 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 (Université de technologie de Belfort-Montbéliard), a voulu le rappeler. Bien sûr, ce n'était pas le seul enseignement que l'on pouvait tirer du séminaire organisé jeudi 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 sociales. 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 croisé leurs réflexions 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



Plus de 80 personnes ont assisté aux présentations des politiques d'innovation d'entreprises et de collectivités territoriales.
Photo DR

environnement chez PSA, et enfin Bertrand Jaccoud, consultant interne pour l'entreprise suédoise Tetra Pak.

PME, grandes entreprises, collectivités, peut

importe la taille ou la portée, l'innovation 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. « S'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. Être honnête, avoir une masse critique (d'où l'intérêt des lobbying) 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.