

QUELQUES EFFETS PERVERS DE L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE

Réflexions polémiques

Alain Coulon

a_coulon@club-internet.fr

Résumé :

Réflexions, potentiellement polémiques, d'un senior victime de quelques désagréments causés par la prolifération des innovations technologiques.

Attention, l'auteur peut faire preuve de mauvaise foi et utiliser le second degré !

Mots-clés :

ADELI, Innovation, effets pervers, senior, besoin, humour



Loin de contester les effets globalement positifs de l'innovation, l'article qui ne dédaigne pas la caricature, cible quelques aspects auxquels des esprits chagrins prêteront un caractère négatif.

L'INNOVATION

Étymologie

Le mot latin « innovare » est composé :

- du verbe « novare » : changer, nouveau ;
- du préfixe « in » : mouvement vers l'intérieur.

Dans l'ancienne terminologie juridique « innover » consistait à introduire quelque chose de nouveau dans une chose établie. Au XVI^e siècle, le sens dérive vers ce qui est inattendu, surprenant et singulier ; le mot « innover » souligne l'inventivité, la création de nouveautés.

Depuis quelques décennies, dans un environnement régi par l'économie et sensible aux paillettes scintillantes de la mode, le mot « innovation » est employé, de façon prioritaire, voire exclusive, pour désigner une invention commercialisée.

Les formes de l'innovation

Joseph Schumpeter, économiste autrichien du début du XX^e siècle, distinguait plusieurs formes d'innovations dans les filières économiques :

- la conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-ouvrés ;
- l'introduction d'une nouvelle méthode de production ;
- la réalisation d'une nouvelle organisation ;
- la fabrication d'un bien nouveau ;
- l'ouverture d'un nouveau débouché.



Les déclinaisons de l'innovation

On pourrait penser que des aménagements durables destinés à améliorer nos conditions d'existence, dans leurs dimensions économiques, sociales et environnementales constituent de véritables innovations.

Il faut bien distinguer l'innovation de rupture (progrès scientifique majeur : vapeur, électricité, nucléaire, informatique...) des grappes fractales d'innovations technologiques qui en découlent.

Actuellement, on parle d'innovation lors de la mise sur le marché de produits ou de services attrayants qui sollicitent la convoitise des consommateurs.

LA FABRIQUE DE L'INNOVATION

Le besoin est une aspiration naturelle, souvent inconsciente qui traduit une nécessité pour l'individu, besoin qui se traduit par un désir plus ou moins attisé, plus ou moins ardent.

Les besoins des individus évoluent en fonction de leur environnement social, économique et émotionnel. La satisfaction des besoins doit suivre cette évolution ; à besoin nouveau, solution innovante. Ainsi, le caractère innovant s'attache, de plus en plus souvent, voire exclusivement, à la conception, à la réalisation et à la commercialisation d'un produit ou d'un service nouveau.

Le besoin revisité par le fournisseur

Beaucoup d'efforts sont déployés pour inciter les consommateurs à acquérir une innovation financièrement rentable pour l'ensemble des fournisseurs de la chaîne de réalisation et de mise en service : conception, fabrication, distribution, service après-vente.

Pour ce faire, le marketing décline le BESOIN comme un acronyme.

B comme Bien-être

Le produit ou le service innovant doit apporter au consommateur un confort matériel ou intellectuel : régime alimentaire, produit estampillé bio, activité sportive ou culturelle...

E comme Égoïsme

Le produit ou le service innovant doit être adapté aux caractéristiques de l'égo de son propriétaire et à son usage exclusif : vêtement, automobile, bateau de plaisance, téléphone mobile, gadget ...

S comme Sécurité

Le produit ou le service innovant doit protéger la sécurité du consommateur : airbag automobile, détecteur de fumées, alarmes, prévoyance, assurance...

O comme Orgueil

Le produit ou le service innovant doit valoriser son acquéreur : le petit plus qui rendra envieux ses contemporains : présentation attractive voire clinquante, automatisation de fonctions manuelles...

I comme Intérêt

Le produit ou le service innovant doit faire réaliser des économies financières par rapport au produit qu'il remplace pour les mêmes fonctions : remise, retour sur investissement, abonnement, ampoule basse consommation...

Le consommateur doit pouvoir se vanter d'avoir payé le prix le plus bas.

N comme Nouveauté

Le produit ou le service innovant doit s'inscrire dans le courant des modes inscrites dans les promotions publicitaires.

La technique commerciale

Ces caractéristiques des produits et services innovants ne sont pas indépendantes ni cohérentes. Tout l'art du commerçant sera de toucher les aspects les plus sensibles de son futur client.

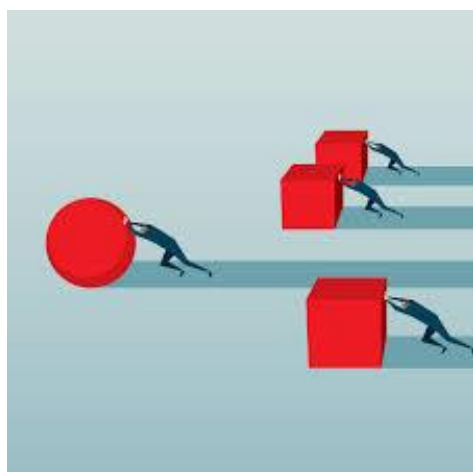
Exemples d'innovations reconnues



Ces innovations répondent aux caractéristiques cachées de l'acronyme BESOIN

Les innovations méconnues

Sans vouloir faire une analyse exhaustive des activités qui ne sont pas considérées comme des innovations, on peut évoquer deux simples illustrations.



Efficacité permanente d'une méthode



Écologie – réutilisation – bien durable

Les découvertes de nouveaux principes scientifiques, les nouvelles méthodes de production, les dispositifs astucieux permanents ne sont pas considérés comme des innovations.

Les bénéfices de l'innovation

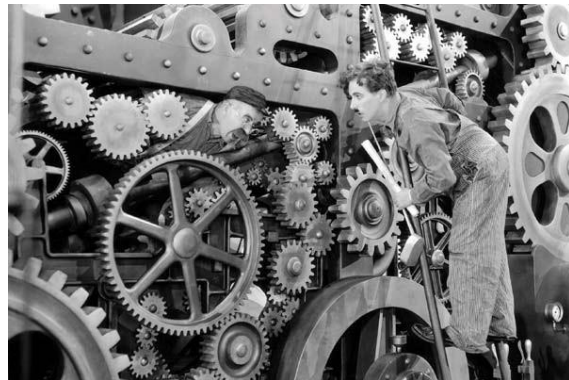
L'innovation est devenue le moteur de la compétitivité économique.

L'entreprise progresse, par rapport à ses concurrents, sur un marché :

- soit en proposant des produits ou des services différenciés grâce à des innovations ;
- soit en les vendant, pour un même niveau d'innovation, à des prix inférieurs.

LES EFFETS PERVERS

La fuite en avant



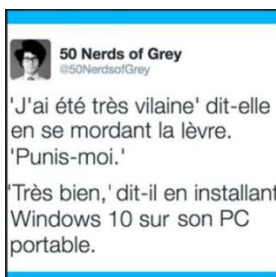
La mise en œuvre de nouveaux dispositifs de production, de transports, de réalisations culturelles et artistiques s'est muée en technologies de plus en plus sophistiquées pour augmenter les rentabilités économiques et financières des entreprises.

L'inconfort des habitudes bousculées

Il est bien satisfaisant de confier les tâches usuelles et fastidieuses à des procédures programmées par l'habitude : se laver, s'habiller, préparer les repas, marcher... En accomplissant les mêmes gestes, on libère l'esprit pour s'informer, pour penser, pour rêver.

Le perpétuel renouvellement des innovations oblige à abandonner cette indolence pour apprendre à utiliser chaque innovation passagère. D'aucuns prétendent que nous y gagnons en agilité intellectuelle.

Les difficultés d'adaptation



Il appartient au consommateur qui doit rester « à la page » de s'adapter aux nouveaux usages imposés par la diffusion d'innovations technologiques de plus en plus complexes.

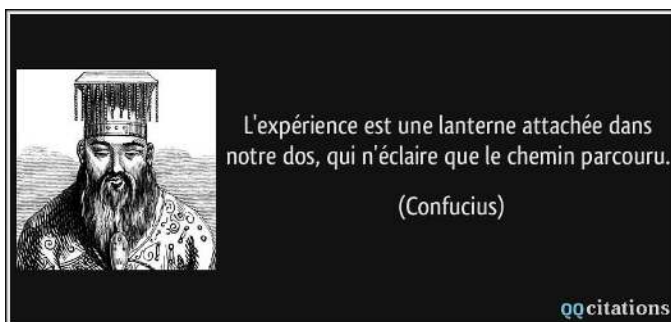
L'investissement nécessaire pour se plier aux exigences de la version N sera perdu lorsqu'il faudra adopter la version N+1, entièrement remaniée.

L'obsolescence de l'expérience

Le sage chinois signalait les difficultés d'adaptation aux changements, nonobstant l'expérience acquise antérieurement.

Jadis, une activité routinière, à évolution lente et continue, valorisait l'expérience de l'artisan.

Aujourd'hui, l'innovation humilie le praticien expérimenté qui avait oublié d'apprendre à apprendre.



La chronophagie

On ne peut pas rattraper le temps perdu, mais on peut arrêter de perdre son temps !

Wadhuiz.com

L'indispensable adaptation à une perpétuelle innovation technologique est un facteur de perte de temps.

Est-il raisonnable de passer plus de temps à assimiler le mode d'emploi d'un outil innovant qu'à l'utiliser ?

QUELQUES BOUTADES

Le livre et la bibliothèque

Quand on m'envoie une pièce jointe numérisée, je dois souvent acquérir et charger la version du logiciel qui me permettra de la lire.

Par analogie, lorsque l'on m'offre un livre, dois-je acheter une autre bibliothèque ?

Le GPS et la sérendipité

Quand je me rends à une nouvelle destination, mon GPS m'indique un trajet que je dois suivre scrupuleusement.

Mais pour les trajets habituels, je dois débrancher mon GPS pour m'autoriser à faire une petite promenade pour découvrir des curiosités insoupçonnées.

L'épicerie et la banque

Quand je consulte mon compte bancaire, je dois affronter la nouvelle présentation du site de ma banque qui a brouillé mon ancien trajet pour le jalonné de nouvelles offres de services.

L'épicier de quartier aurait-il l'idée de changer fréquemment sa devanture et de modifier l'emplacement des produits dans ses rayons ?

L'ergonomie évolutive et mon cadre de vie

Un cauchemar me fait déambuler dans mon appartement où la disposition des pièces et le rangement des placards auraient été repensés subrepticement et imposés par l'ergonome qui sévit sur mes sites favoris.

TROP D'INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES NE TUERONT-ELLES PAS L'INNOVATION ?

Au-delà de ces quelques inconvénients anecdotiques, vécus par un senior, ne doit-on pas s'interroger sur :

- la priorité donnée aux innovations technologiques immédiatement rentables;
- qui dévalorise les recherches de véritables innovations destinées à améliorer la vie dans nos sociétés ?