numérique

« écosystème **INNOVATION** Responsable »: Pour innover, ensemble



«Contribuer au développement économique et l'attractivité du territoire, à travers une démarche prospectiviste sur les enjeux digitaux, environnementaux et sociaux, et fédérer les acteurs du Grand-Est ». C'est l'ambition portée par l'association «Écosystème Innovation Responsable » lancée en septembre dernier.

« L'ambition reste la même que celle qui anime le club depuis 2009 : contribuer au développement économique et à l'attractivité de la Région Grand Est, compte tenu des grands enjeux que sont le digital et l'environnement et cela en s'attachant à fédérer l'ensemble des acteurs concernés. La création de l'association s'inscrit donc la continuité de ce que nous faisons déjà depuis 7 ans, mais en nous dotant d'un cadre plus formel, nous allons encore gagner en dynamisme et en efficacité », souligne Marie Tribout, à propos de la création de l'association « Ecosystème Innovation Responsable », dont le lancement officiel s'est fait, à Metz, dans le cadre du tournoi de tennis Moselle Open.

PLUS D'UNE CENTAINE D'ACTEURS **S'IMPLIQUENT**

Marie Tribout, directrice de l'Agence Nationale de Communication du Groupe La Poste en Lorraine, est l'un des co-fondatrices de cette nouvelle structure qui compte le Groupe La Poste, GRDF, le Groupe SOS, Engie, Materalia et Orange, comme membres fondateurs. S'y ajoutent deux partenaires historiques et membres d'honneur, l'Ademe et la Caisse des Dépôts. Des poids-lourds donc mais animés d'un désir d'ouverture et de partage. Cela se vérifie dans les adhésions. La structure fédère des dirigeants, des responsables associatifs et institutionnels, de jeunes créateurs d'entreprises, des universitaires, des représentants de médias... Plus d'une centaine d'acteurs, à l'heure d'aujourd'hui. Cela se confirme, surtout, au travers des conférences, workshops, colloques et autres

salons développés ces dernières années.

L'association « Écosystème Innovation Responsable » porte notamment le rendez-vous national « Osez l'Économie de Demain ». La dernière édition, fin 2015. a réuni plus de 1600 visiteurs qui ont pu échanger avec des « audacieux », des « rêveurs », des « startupers » et des « novateurs », célèbres et anonymes, afin d'évoquer l'économie de demain et des pistes de changement.

DÉCLOISONNER LES UNIVERS POUR INNOVER

« Faire émerger des idées nouvelles fait partie de nos priorités. Pour cela, nous nous attachons à décloisonner les univers. Mais nous faisons également en sorte que l'innovation puisse éclore et créer de l'activité. Les membres fondateurs de l'association disposent tous d'incubateurs et d'outils, comme des concours, par exemple, pour identifier des potentiels, pour accompagner les porteurs de projets et les start-ups. Les start-ups ont besoin de ce soutien pour avancer. Mais les grands groupes ont besoin des jeunes pousses pour innover car seuls et isolés, ils ne peuvent pas se développer. L'une des priorités de l'association consiste précisément à parfaire cet écosystème en fédérant les moyens de ses membres », précise Marie Tribout. « Fédérer des groupes, des PME et des start-up est fondamental car chacun apporte ses idées. C'est de l'émulation et de l'énergie », confirme Olivier Balestraci, directeur régional KPMG, membre de l'association.

ENTREPRENDRE ET INNOVER

Deux dirigeants et un économiste étaient présents lors du lancement officiel de l'association afin de partager leur vision de l'entrepreneuriat du futur. Extraits

Pascal Perri, économiste : «L'innovation ne va pas de soi. Il y a toujours un côté réfractaire et conservateur soit par philosophie, soit pour préserver des rentes. L'innovation, il faut la pousser, la faire comprendre, susciter l'intérêt. Autrefois innover, impliquait de partir en Californie, aujourd'hui c'est différent, tout un écosystème s'est mis en place ».

Delphine Remy-Boutang qui dirige l'agence The Bureau : « au sein de mon entreprise, chaque personne est vraiment acteur de l'entreprise. On travaille vraiment dans un esprit ouvert. Le plus important, c'est la collaboration interne mais également externe. Tout le monde est aujourd'hui sur les réseaux sociaux, on peut parler, échanger, dire des choses, positives ou négatives d'ailleurs. Et c'est ça qui est passionnant et extraordinaire ».

Guillaume Gibault, le Président du Slip Français (voir également encadré): « entreprendre, c'est vraiment créer un projet pour lequel il va falloir embarquer beaucoup de gens, sa famille, ses amis... Si on est fermé et à regarder sa petite idée, tout seul, à avoir peur de parler, le projet ne peut pas même naître ».

Le SUP FRANÇAIS SE DECLINE au Feminin

La Corée et les femmes. Ce sont les deux priorités qui vont occuper Guillaume Gibault, le président du Slip Français, pour les mois à venir.

COMMENT SE PORTE LE SLIP FRANÇAIS, SUR LE PLAN DES AFFAIRES, S'ENTEND?

Il se porte bien. Nous affichons aujourd'hui un chiffre d'affaires de près de 8 millions d'euros. Il a doublé en 3 ans. L'entreprise emploie 35 personnes et nous disposons de 3 boutiques, en propre, à Paris.

QUELS SONT VOS MARCHÉS?

90% de nos ventes se font actuellement en France. Les 10% restant, nous les réalisons principalement sur trois marchés: Grande-Bretagne, Allemagne et Japon. Pour développer nos exportations, nous allons nous appuyer sur les accords de libre-échanges, pour partir à la conquête de la Corée du sud. C'est un énorme marché et les produits français y ont une bonne cote.

LE SLIP FRANÇAIS, TOUJOURS 100% FRANÇAIS?

Toujours. De la conception à la commercialisation en passant par la fabrication. Cette dernière est confiée à des sous-traitants, pour le reste tout est assuré en interne. C'est vraiment du « fait maison ».

QUEL EST LE GROS PROJET À VENIR, EN CE QUI CONCERNE, PLUS PRÉCISÉMENT, LA GAMME ?

Pour l'heure, nous nous sommes concentrés sur les sous-vêtements et accessoires pour les hommes. La prochaine étape, c'est de développer des collections pour les femmes. Ce sera le cas, dès l'an prochain.