

La valorisation de la recherche dans le domaine des SHS

Etat de l'art



Novembre 2016

Contexte de la mission confiée à Linksium

« LES BONNES PRATIQUES DE LA VALORISATION EN SHS »

Objectifs et méthode pour la réalisation de l'étude

- Objectifs de l'étude

- La valorisation en SHS, de quoi parlons-nous?

- Enjeu de la démarche de valorisation SHS

- L'approche retenue

- Les sources

- La valorisation au sens large

Résultats de l'état de l'art

- Analyse quantitative

- Analyse qualitative

Recommandations

CONTEXTE

Dans le cadre du Fonds National de Valorisation, géré par l'Université Grenoble-Alpes, le CNRS, Grenoble INP et l'Université Savoie Mont-Blanc, l'UGA fait une demande de prestation à Linksiium, la SATT de Grenoble-Alpes, pour une action dans le domaine des SHS sur le site de Grenoble Alpes



Cette démarche s'inscrit plus largement dans le contexte de l'IDEX « Université Grenoble Alpes : Université de l'Innovation » qui compte parmi ses priorités

- le développement des disciplines SHS à la hauteur des standards internationaux
- le décloisonnement sciences dures / sciences humaines et sociales

Enfin, à l'échelle nationale, la nécessité de faire se rencontrer les usages et les technologies est devenue évidente pour garantir un développement durable basé sur l'innovation au sein d'une société de connaissance et de progrès. De nombreux programmes et incitations vont en ce sens.



« LES BONNES PRATIQUES DE LA VALORISATION EN SHS »

OBJECTIFS ET MÉTHODE POUR LA RÉALISATION DE L'ÉTUDE

ÉTAT DE L'ART : «LES BONNES PRATIQUES DE LA VALORISATION EN SHS»

Réaliser une étude de référence pour mieux détecter, orienter et accompagner les projets de valorisation issus de la recherche en SHS.

- Analyser les voies de valorisation en SHS ;
- Identifier les conditions de succès, les risques ou difficultés à lever ;
- Comprendre quel est le savoir-faire créé : sa formalisation et sa protection ;
- Comprendre les modalités économiques associées aux voies de transfert ;
- Mettre en adéquation les business model avec les différents cas ;
- Analyser les modalités de la réalisation : comment les collaborations et les partenariats se mettent en place ;
- Relever l'expérience de collaborations public / privé ;
- Analyser l'impact économique : retours réalisés en termes de licensing et emplois créés (start-up).

DE QUOI PARLONS-NOUS ?

Selon le Comité National d'Evaluation de l'Enseignement Supérieur:

*« La valorisation de la recherche correspond aux moyens de **rendre utilisables ou commercialisables** les résultats, les connaissances ou les compétences de la recherche ».*

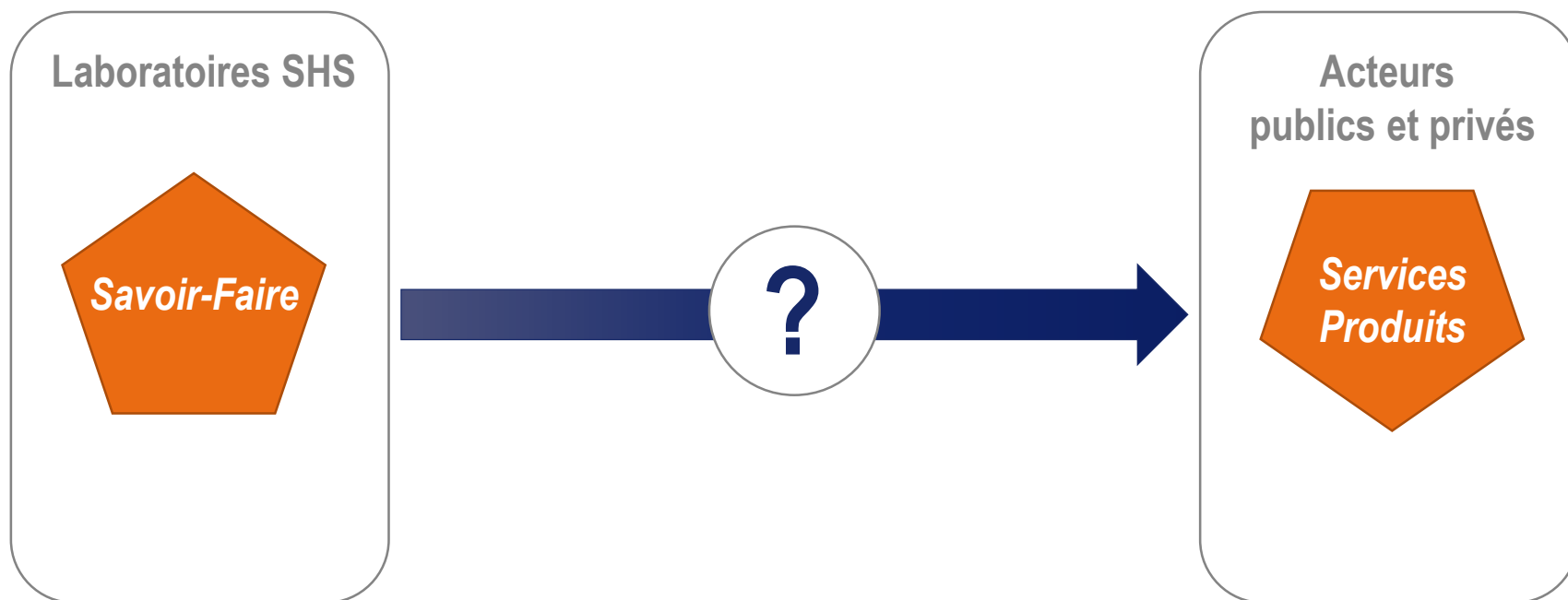
Et en SHS ?

*« La spécificité de la valorisation en SHS est due en partie à la **différence de nature de la recherche** elle-même. L'ingénieur et le scientifique cherchent à répondre à une question technique. L'humaniste et le sociologue élaborent des problématiques dans lesquelles **la compréhension du facteur humain** est prédominante. »*

Barbara Vassener, ENS Lyon

ENJEU DE LA DEMARCHE DE VALORISATION SHS

TRANSFERER DU SAVOIR-FAIRE AUX USAGERS



DEMARCHE EMPIRIQUE

Enquête

- Chercheurs
- Startups issues des recherches SHS
- PME intégrant une méthode innovante
- Etablissements valorisateurs
- Experts en valo. SHS

Documents

- Rapport d'étude
- Guides d'entretien
- Compte rendu des entretiens



Recommandations

- Facteurs clef de succès et propositions d'actions



Etude:

- Valoriser la recherche en SHS, ENS Lyon, Barbara Vassener, 2011

Salons, congrès:

- Forum Innovatives SHS CNRS 2013, 2015
- « Arts, Lettres, Langues, Sciences moteur de l'innovation pour la société », Aix-Marseille Université, 2014
- Congrès de l'Acfas, Colloque Enjeux de la recherche n° 35, Université du Québec à Montréal, 12 mai 2016
- Réseau Curie, Deauville, juin 2016

Recherches actives par mot clef :

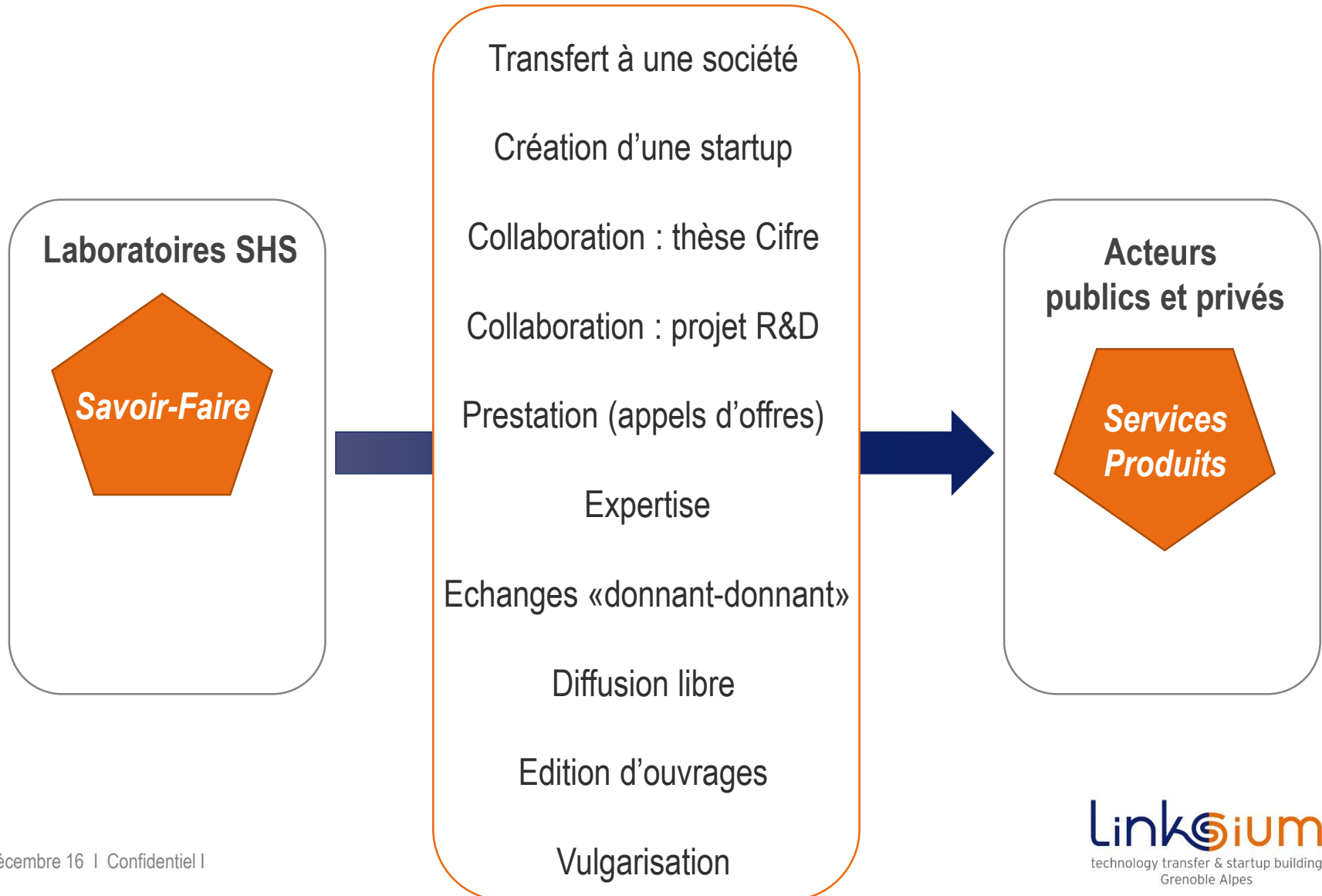
- Articles de presse, sites web des établissements de recherche, startups etc.

Entretiens:

- 54 entretiens conduits
- 44 projets analysés
 - 18 startups
 - 3 licences à une société
 - 23 projets de valorisation sans transfert à un acteur économique
- 23 villes en France concernées

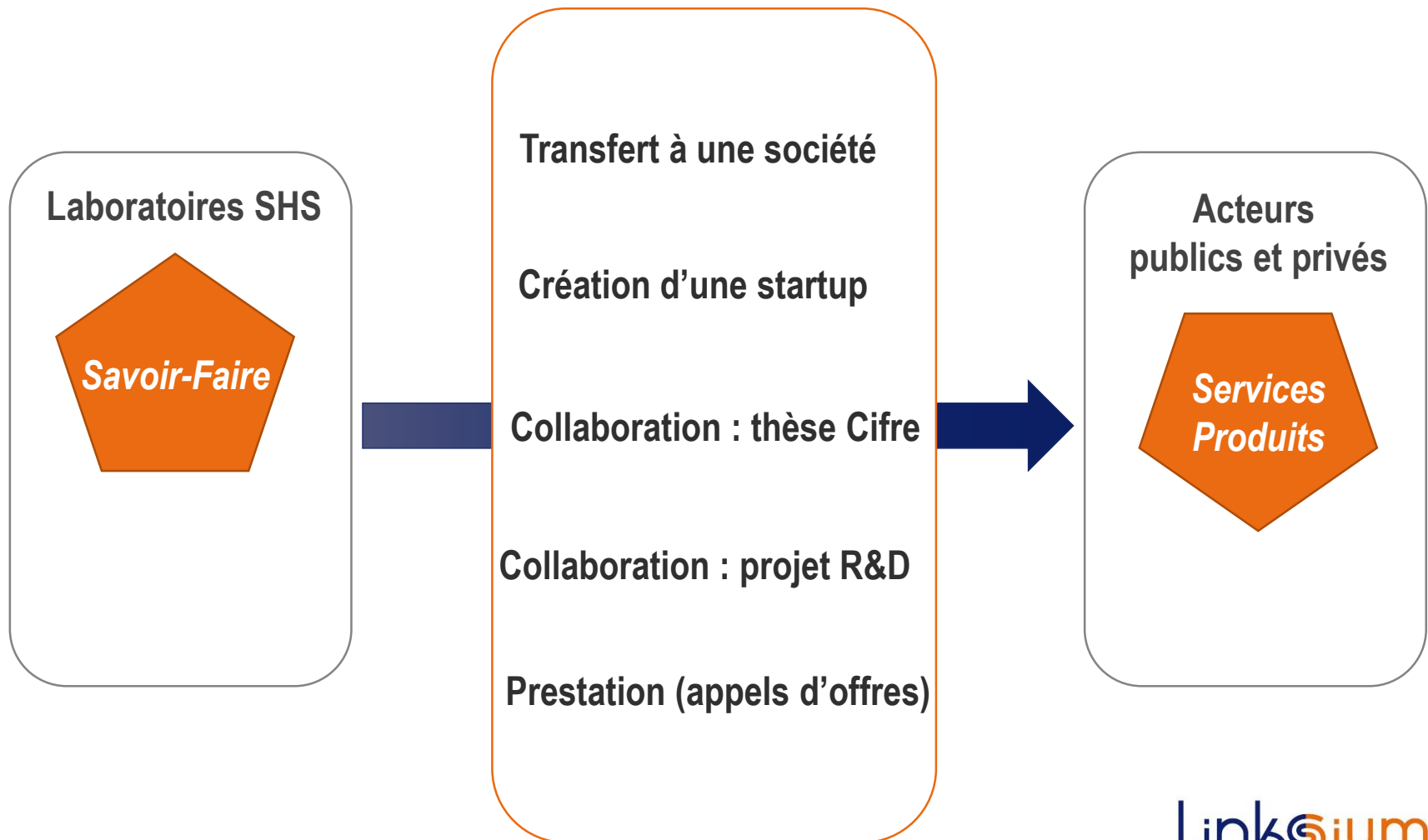
LA VALORISATION AU SENS LARGE

PLUSIEURS CHEMINS MENENT AUX USAGERS



LA VALORISATION AU SENS LARGE

CERTAINS GENERENT UN DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE



RESULTATS DE L'ETAT DE L'ART

ANALYSE QUANTITATIVE
ANALYSE QUALITATIVE

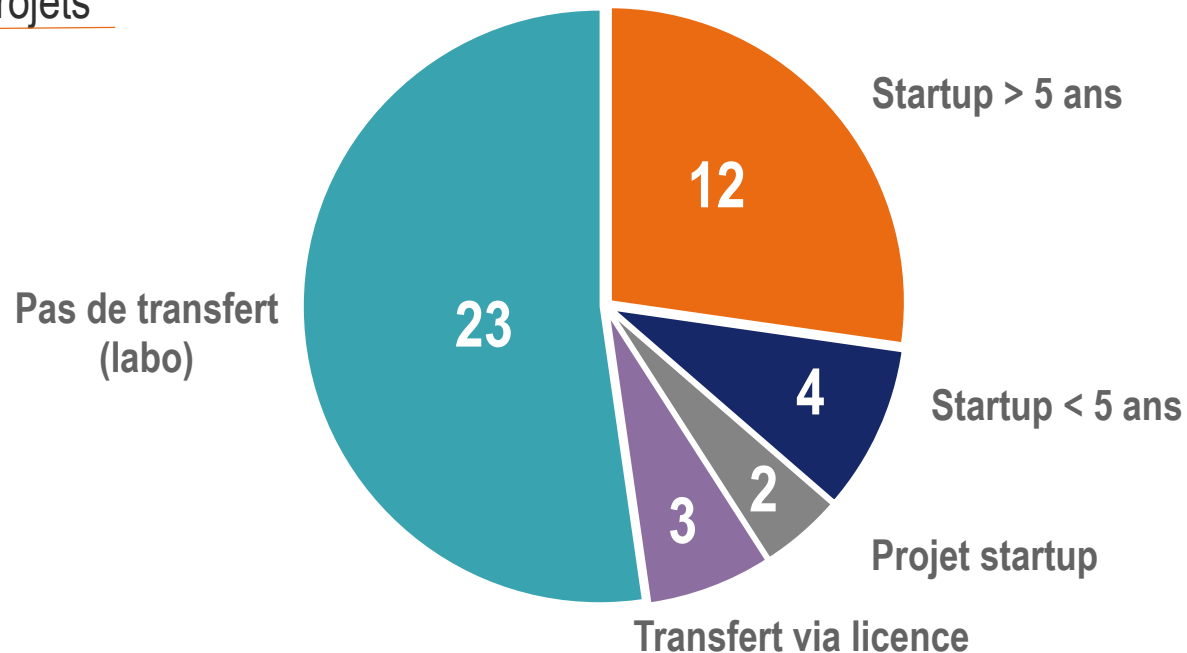
SUR LA BASE DES 44 PROJETS DE VALORISATION ANALYSES

- Typologie des projets interrogés
- Succès des start-ups
- Domaines
- Exemples – six start-ups
- Origine des projets
- Protection de la propriété intellectuelle
- Offre des projets
- Produits et démonstrateurs
- Contractualisation vers des start-ups
- Retour financier des projets

TYOLOGIE DES PROJETS INTERROGES

21 DES PROJETS SE SONT CONCRETISES PAR LA VALORISATION ECONOMIQUE

Base : 44 projets

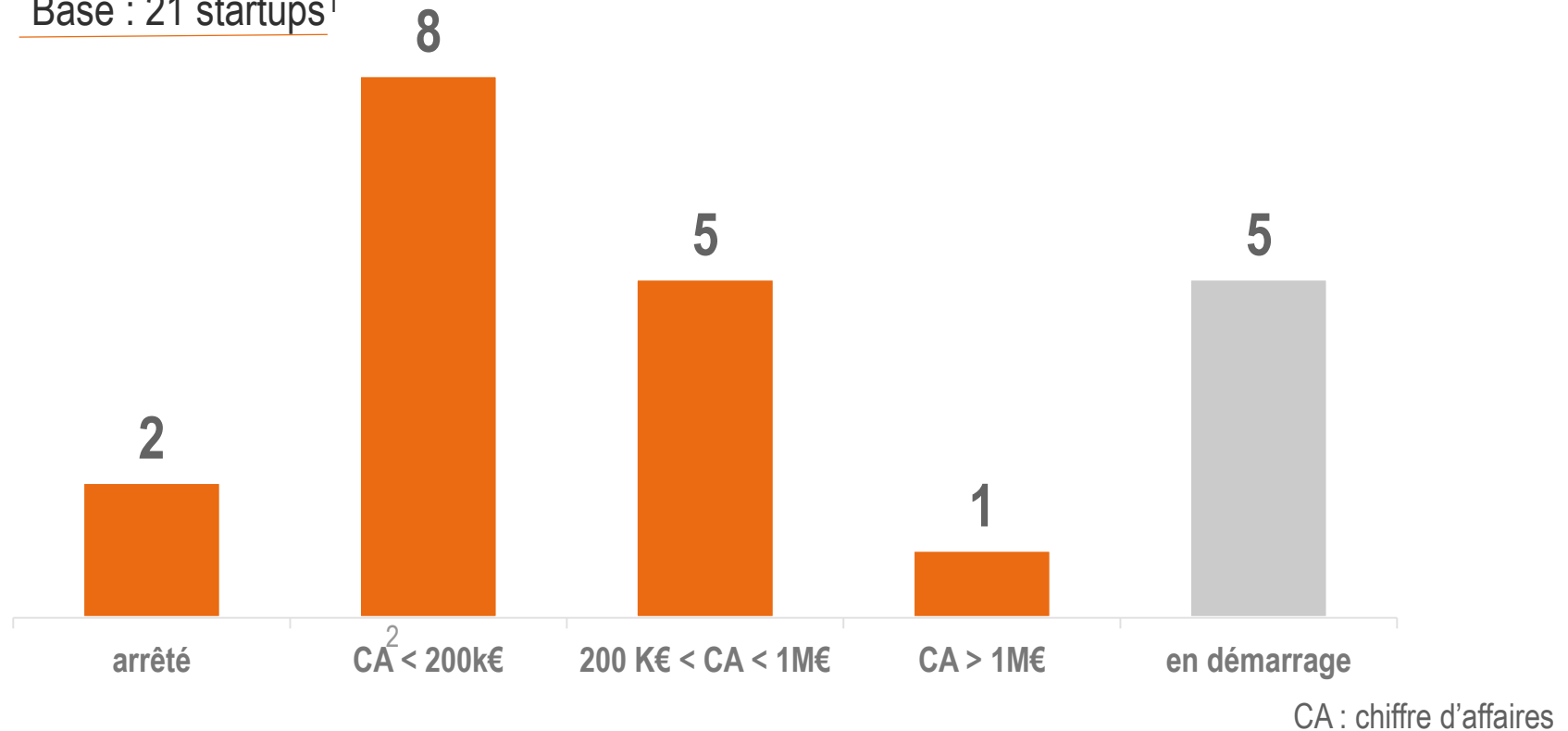


➤ En dépit d'une réelle motivation, plus de la moitié des projets de transfert n'a pas abouti .

SUCCESSION DES STARTUPS

SEULS 6 GENERENT UN CA AU DELA DE 200k€ / AN

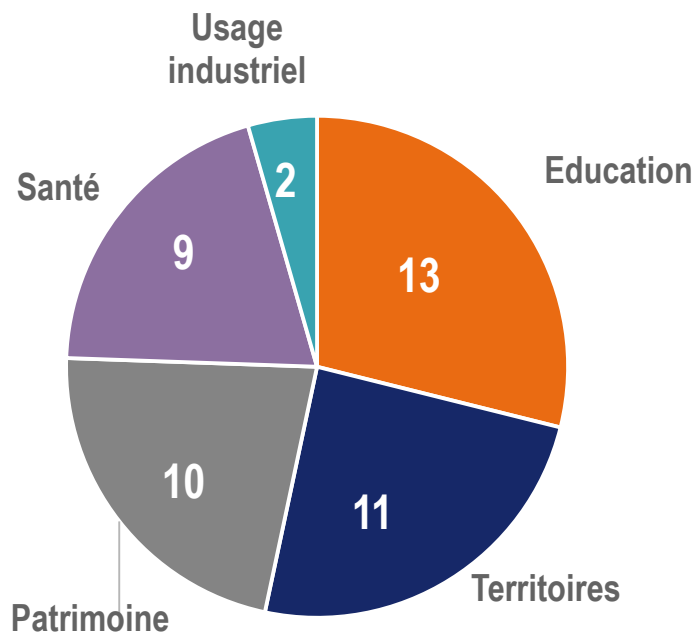
Base : 21 startups¹



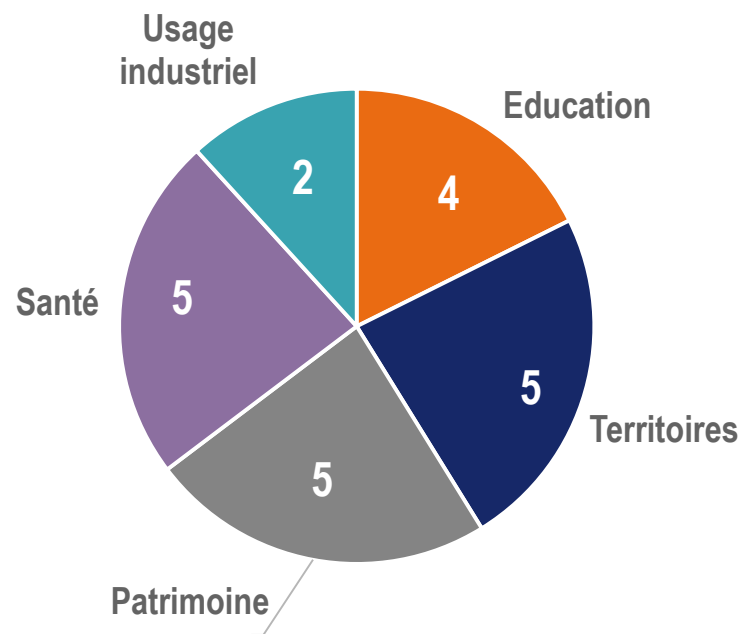
➤ L'un des enjeux des projets SHS est de les transformer en projet d'entreprise.

DISTRIBUTION UNIFORME

Base : 44 projets



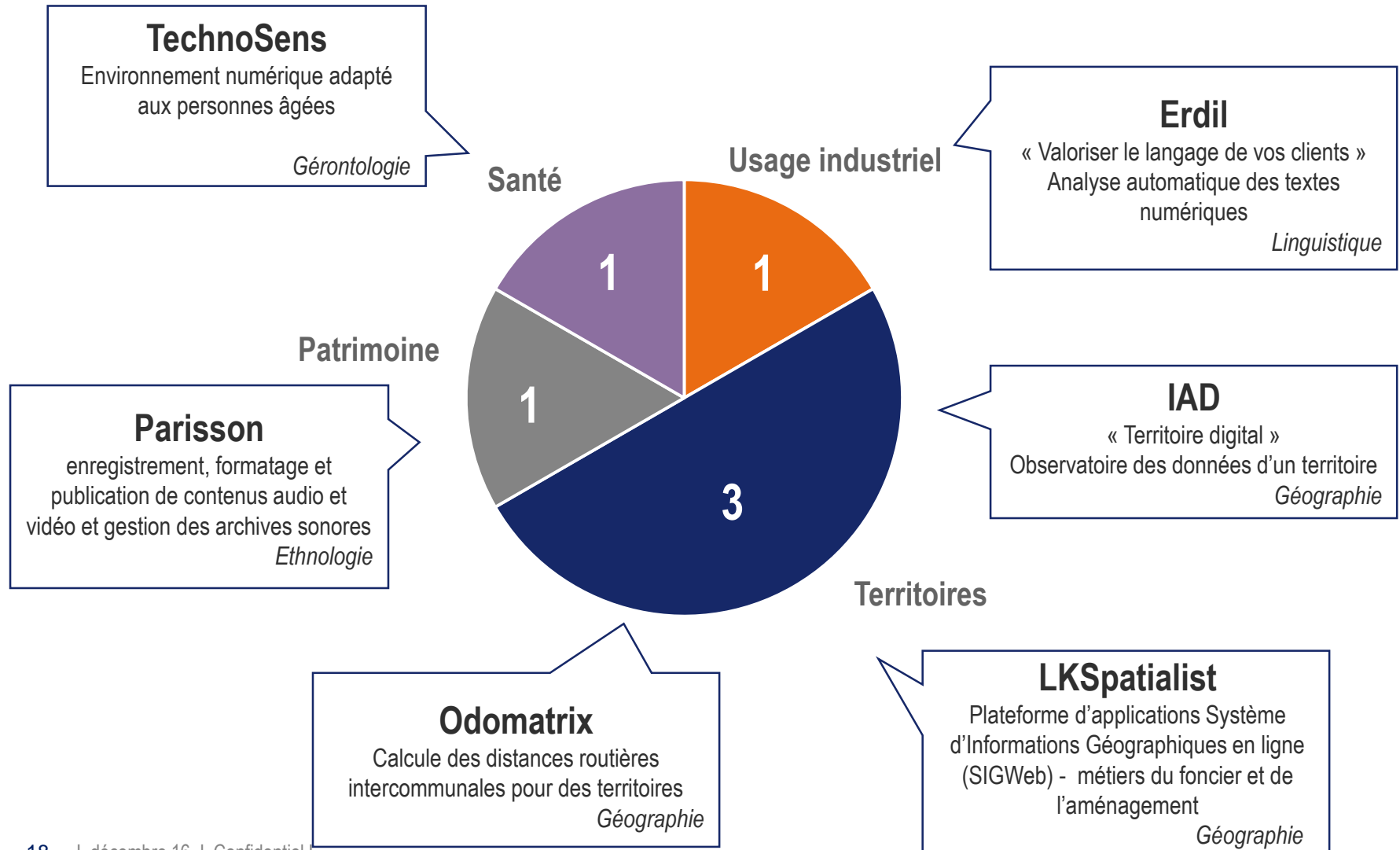
Base : 21 startups



➤ Il n'y a pas de domaine de prédilection pour une valorisation en SHS.

EXEMPLES – SIX START-UPS

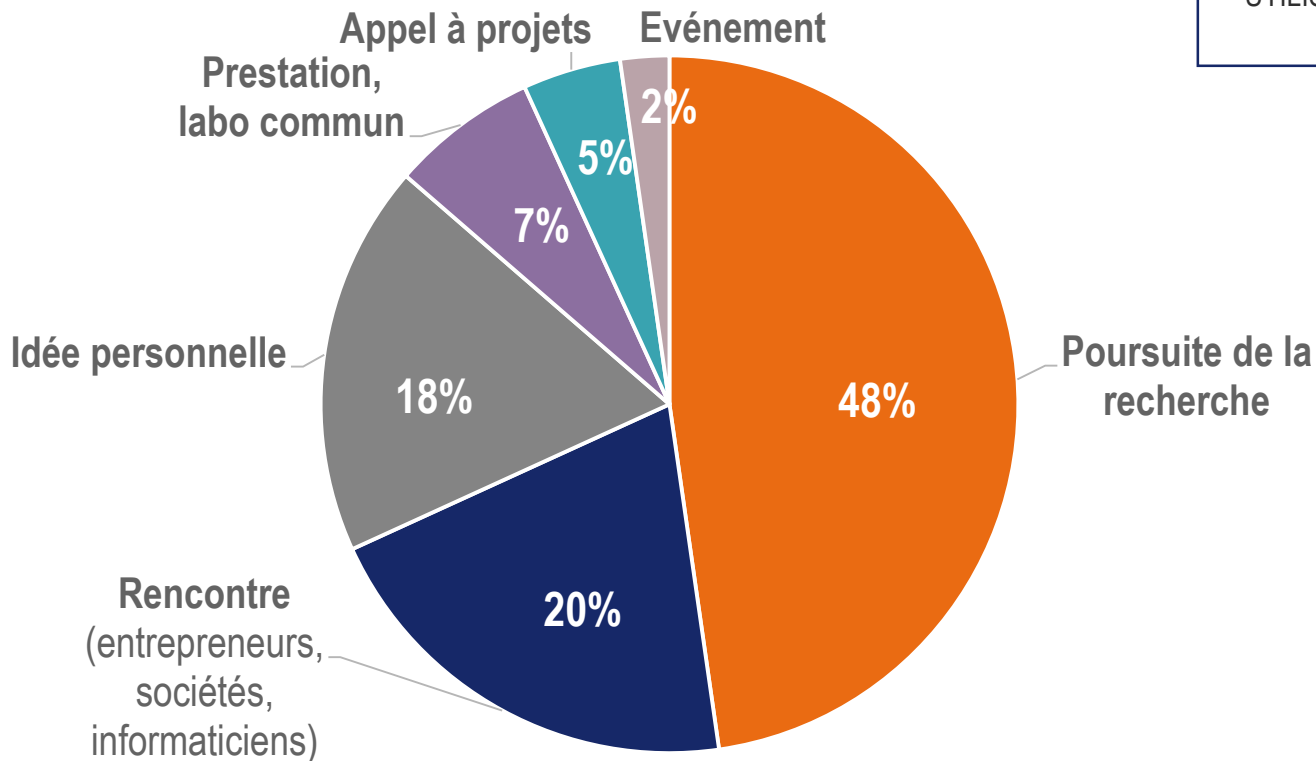
AYANT UN CA AU DELA DE 200k€ / AN



ORIGINES DES PROJETS

34% SONT INITIÉS PAR DES UTILISATEURS FINAUX

Base : 44 projets



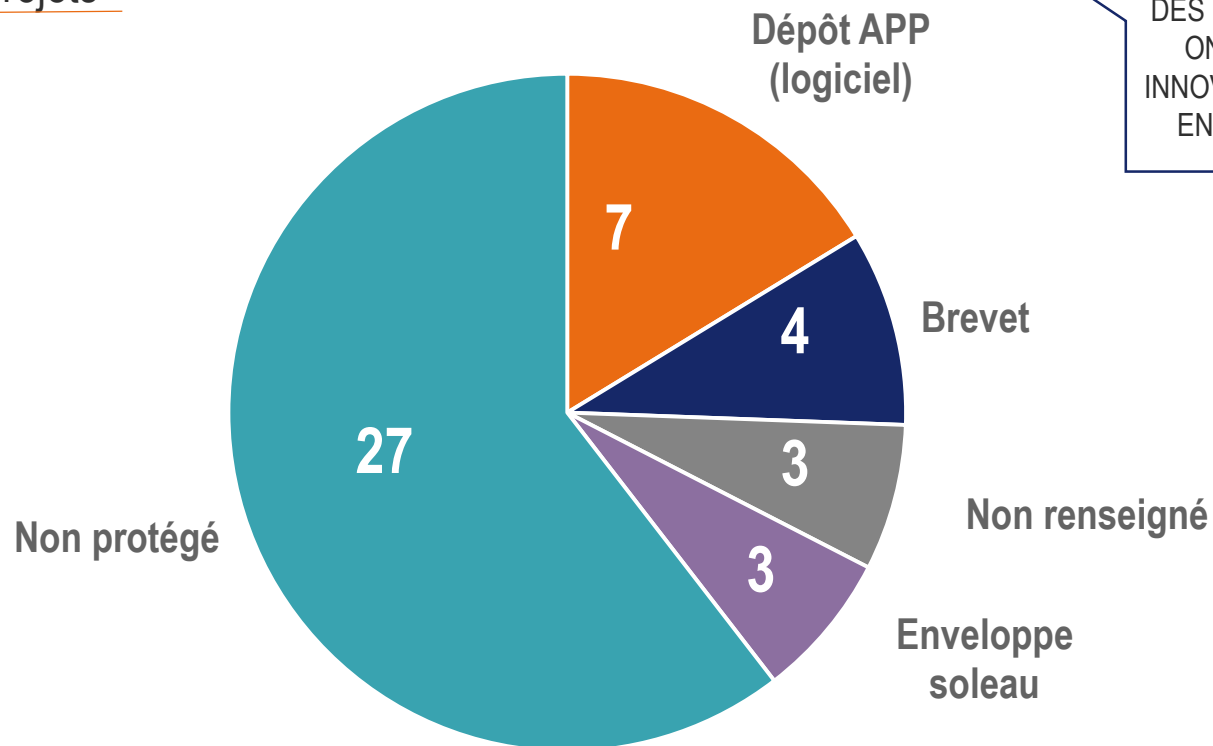
43%
DES PROJETS START-UPS
INSPIRÉS PAR DES
UTILISATEURS FINAUX

➤ La moitié des projets répond à un besoin des utilisateurs.

PROTECTION DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

SEULS 30% DES PROJETS ONT PROTEGE LEUR INNOVATION

Base : 44 projets



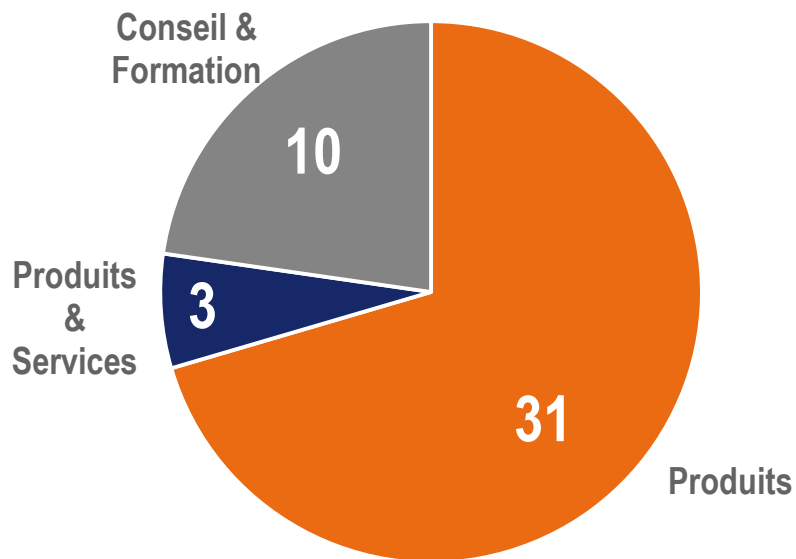
57%
DES PROJETS START-UPS
ONT PROTEGE LEUR
INNOVATION (BREVET, APP,
ENVELOPPE SOLEAU)

- Sans formalisation de la propriété intellectuelle, il manque la base pour établir un contrat de transfert au bénéfice de toutes les parties.

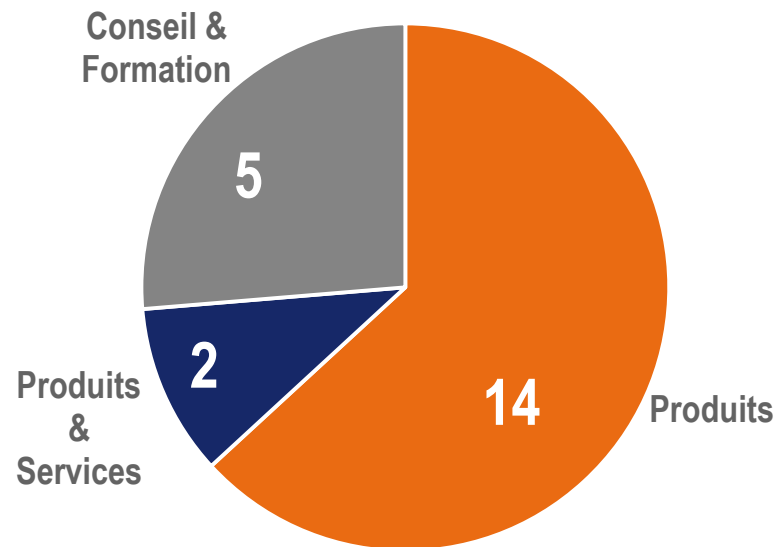
OFFRE DES PROJETS

77% SONT CONCRETISES PAR UN PRODUIT / SERVICE

Base : 44 projets



Base : 21 startups



« Pour valoriser les méthodes et du savoir-faire, il est important de démontrer avec quelque chose de tangible que « ça marche » »

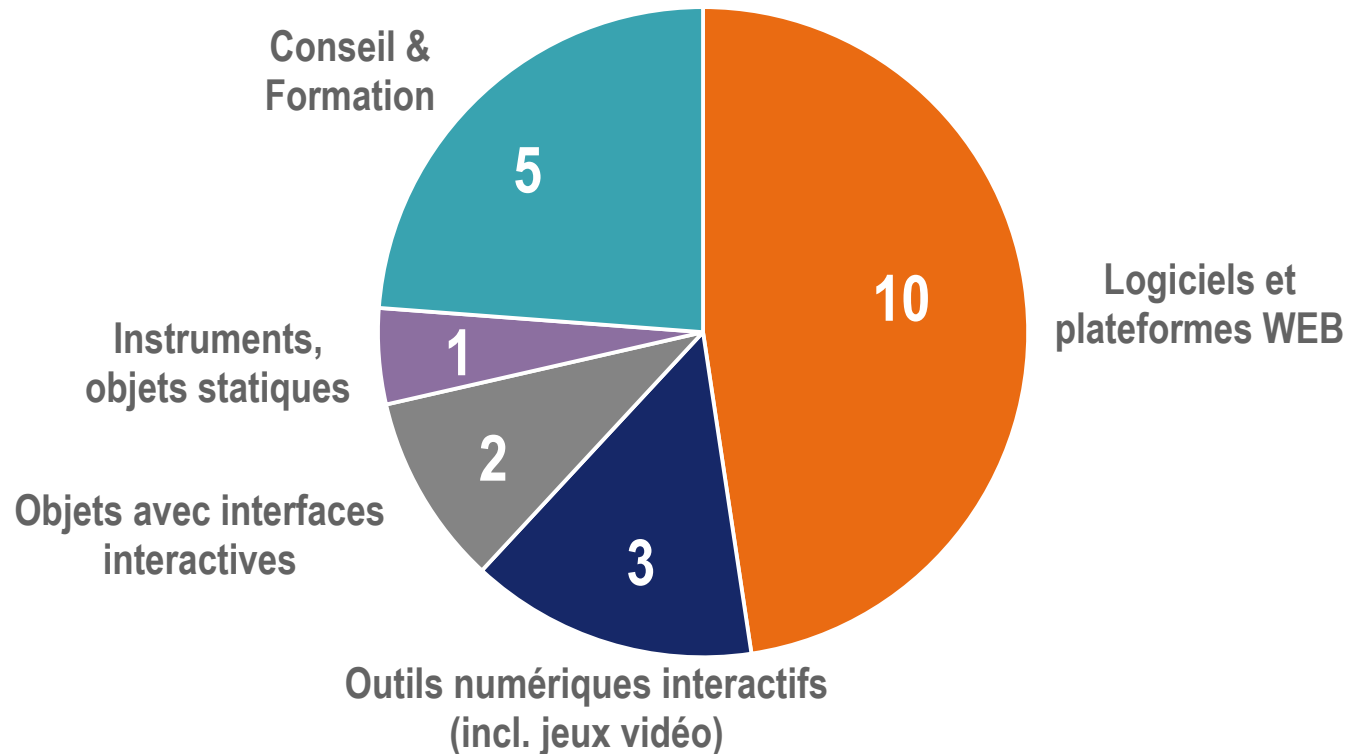
Michel Gastaldo, Xerox

➤ Pour démontrer son innovation, l'existence d'un outil démonstrateur est indispensable.

PRODUITS ET DEMONSTRATEURS

69% PROPOSENT DES OUTILS NUMERIQUES

Base : 21 transferts

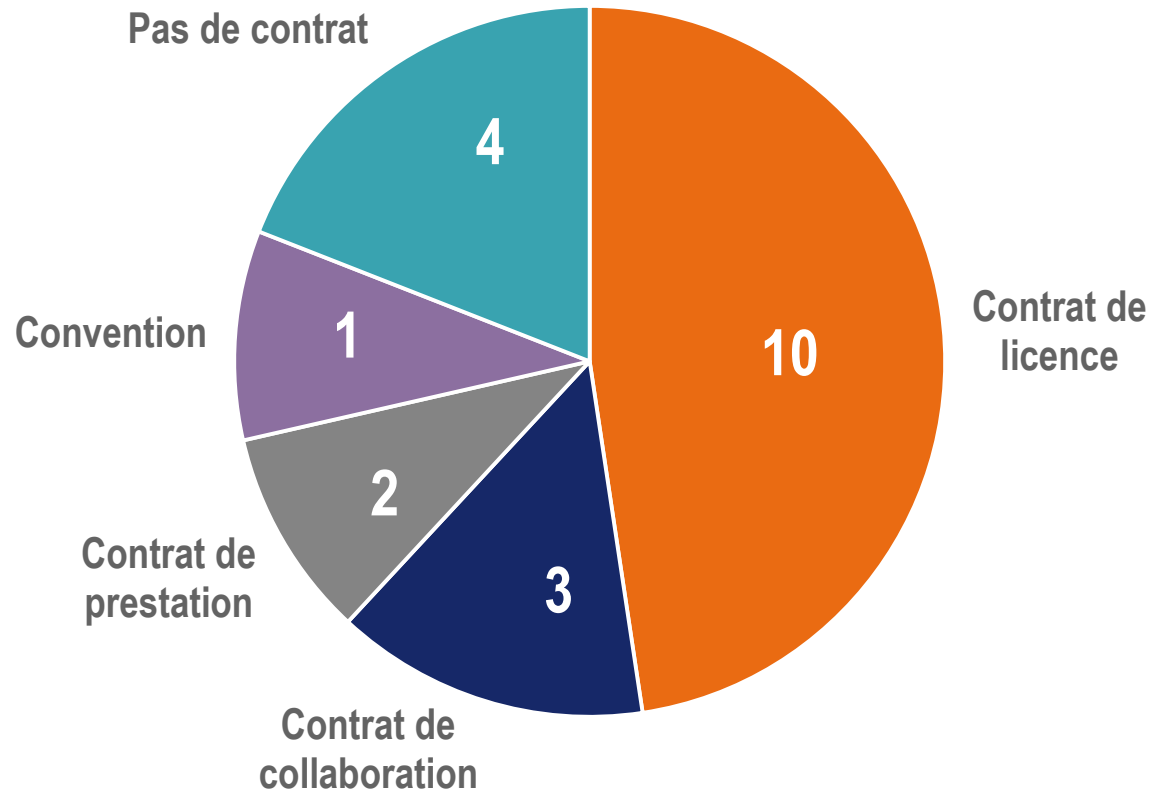


➤ Les outils numériques – logiciel ou multimédia sont un vecteur tangible pour les SHS.

CONTRACTUALISATION VERS DES START-UPS

48% DES TRANSFERTS FONT L'OBJET D'UNE LICENCE

Base : 21 transferts

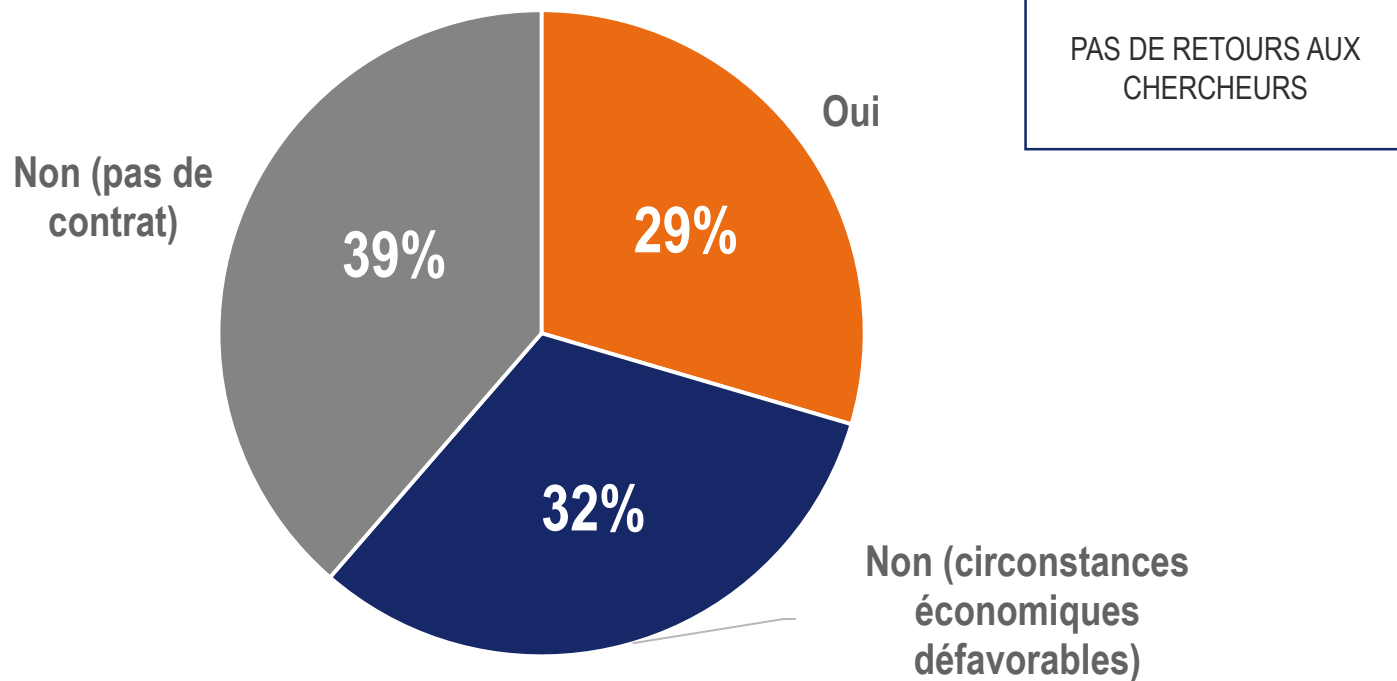


➤ 20% des transferts ne sont pas encadrés.

RETOUR FINANCIER DES PROJETS

30% PERMETTENT DES RETOURS FINANCIERS VERS L'ETABLISSEMENT

Base : 44 projets



- Il y a encore du potentiel pour générer des retours vers les établissements. Toutefois, les retombées indirectes (embauches, collaborations, ...) sont nombreuses.

RESULTATS DE L'ETAT DE L'ART

ANALYSE QUANTITATIVE
ANALYSE QUALITATIVE

SUR LA BASE D'ETUDES DE CAS

- Etude de cas 1
Business Model Canvas : une méthode qui a connu un succès planétaire
- Valorisation des méthodes
- Etude de cas 2
Xérox: un grand-groupe qui a perçu le potentiel des SHS et a su l'intégrer à l'ensemble de son activité technologique

ETUDE DE CAS 1 : BUSINESS MODEL CANVAS



Linksiium accueille Yves Pigneur le 2 septembre 2016
Un échange riche autour de la commercialisation d'une méthode

«Vers la fin de ma thèse, Yves et moi avons commencé à songer à sa transformation en livre. Nous savions que nos concepts valaient quelque chose. Restait à les vendre.» A. Osterwalder, Bilan.ch, 18 oct. 2011

Le caractère différenciant de ce livre de management est son format : illustré et en couleur.

Cet aspect novateur est aussi celui qui leur causera tant de difficultés au démarrage, les maisons d'éditions ne croyant pas en ce nouveau concept.

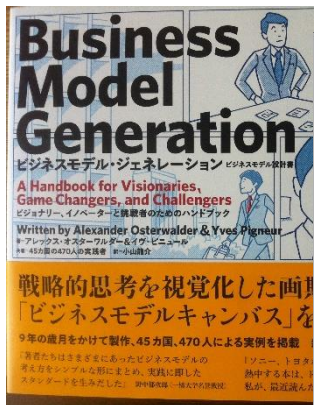
Et c'est là qu'intervient toute l'ingéniosité de Pigneur et Osterwalder : les deux auteurs mettent en contribution ceux qui sont prêts à aider à l'élaboration du livre... en les faisant payer ! Sur le modèle de l'ordinateur Dell, ils « vendent » quelque chose qui reste à construire.

470 bêta-testeurs jouent le jeu, payant jusqu'à 250 USD pour participer à l'écriture de ce livre d'un genre nouveau, en échange de quoi leurs noms apparaîtront dans les premières pages du livre. C'est le début du succès.

ETUDE DE CAS 1 : BUSINESS MODEL CANVAS

La création d'une communauté pluridisciplinaire (un noyau dur de concepteurs, designers, vidéastes et éditeurs, travaillant de concert en ligne) permet de faire « le buzz » et les premiers 8000 exemplaires du livre se vendent en un éclair.

Aujourd'hui, 1 million d'exemplaires vendus, traduit en 30 langues, distribué partout au monde, le livre Business Model Generation a connu une gestation hors norme. Plusieurs ouvrages suivront...



FACTEURS DE SUCCES POUR LA VALORISATION DES METHODES

- DIFFUSER LA METHODE
 - Publication, mise à disposition libre, vente de livres
- COMMUNIQUER AUTOUR
 - Positionnement de l'auteur
 - 'Branding' et patronyme
 - Consultant reconnu
- CRÉER UNE EQUIPE : chercheur + entrepreneur
- LA STARTUP
 - Possède une longueur d'avance
 - Développe des produits dérivés : outils numériques, physiques etc.
- D'AUTRES
 - Commercialisent des conseils/formations etc. avec la méthode
 - Assurent le marketing et la communication à grande échelle

L'ENTREPRISE XÉROX EST OUVERTE DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES AUX SCIENCES DITES « DOUCES ».

- A des chercheurs en ethnographie en son sein. La technologie, au moment de sa conception, est modifiée pour prendre en compte leurs savoir-faire.
- Intervient chez des clients pour faire des études sur des situations et application des savoir-faire. Cela est permis par une méthodologie/démarche développée en interne. Elle n'est pas vendue, elle est employée sous forme de services. Les résultats de ses études sont la base des technologies qui seront proposées aux clients ensuite.
- Fait appel à des sociétés externes, dans le design par exemple. Ils paient du man power qui vient chez Xerox : travail de simplification, de présentation. Ce travail fait l'objet de co-dépôt de brevets.
- La linguistique est également présente chez Xérox :
 - Les techniciens de l'informatique
 - Les techniciens de la langue (en disparition)
- Travaillent actuellement sur une analyse sémantique avec une chercheuse australienne.

Source: Michel Gastaldo, Manager, Document Content Laboratory, Xerox

RECOMMANDATIONS

ADOPTER UNE POSTURE PROACTIVE

- Maitriser son innovation – « être acteur »
 - Méthodiquement documenter le savoir-faire créé
 - Maitriser les contrats cadrant les collaborations
 - Préserver le droit d'exploitation pour une future activité économique
- Raffiner le besoin et les usages des futurs utilisateurs
 - Les questionner sur leurs problématiques, leurs souhaits
 - Trouver les cas d'usages avec eux
 - Valider par le biais d'une expérimentation
 - Think « outside the box »
- Elaborer un démonstrateur pour les futurs utilisateurs
 - Identifier le bon package qui plait aux futurs utilisateurs (outils, logiciels etc.)
- Mobiliser une équipe pluridisciplinaire

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Si vous souhaitez contacter les
auteurs de l'étude, adressez-vous à
[Numa.Schenone\[at\]linksium.fr](mailto:Numa.Schenone@linksium.fr)