

L'innovation est dans l'ADN des grands groupes !

Jérôme Christin, Directeur de la R&D d'Air Liquide souligne dans cette tribune que l'innovation peut aussi venir des grands groupes, et pas uniquement des startups. Il rappelle que, de façon complémentaire, les grands groupes jouent eux aussi un rôle majeur dans le développement de technologies, et qu'ils peuvent être capables de transformer nos vies.

Temps de lecture : minute

30 décembre 2024

L'innovation comme moteur de croissance

L'histoire de l'innovation est une histoire de transformation. Qu'étaient nombre d'entreprises aujourd'hui qualifiées de grands groupes lorsqu'elles ont été créées ? Ni plus ni moins que des startups ! C'est le cas d'Air Liquide, né en 1902 d'une innovation technologique, la liquéfaction de l'air, d'abord soutenu par des "business angels", puis porté par ce marché à forte croissance qu'était le soudage oxygène-acétylénique.

Au cours de leur histoire, l'innovation et la technologie ont été pour les grands groupes un facteur décisif de développement, à quoi s'ajoute l'internationalisation. Autant d'atouts structurels qui leur permettent de se différencier, de proposer de nouveaux services à leurs clients, d'ouvrir de nouveaux marchés et de continuer à croître.

Plus que jamais, l'innovation et la technologie sont aujourd'hui essentielles pour répondre aux enjeux de nos clients et de la société dans

son ensemble, notamment en matière de transition énergétique et de deep tech. Il s'agit par exemple de développer l'hydrogène décarboné, de capter et de gérer le dioxyde de carbone, ou encore de soutenir l'essor de l'industrie électronique.

Innovier pour avoir un impact

Au-delà de cet aspect historique, quels sont aujourd'hui les atouts des grands groupes pour continuer à porter l'innovation ? J'en vois pour ma part deux majeurs.

Tout d'abord, la relation de proximité avec leurs clients. C'est essentiel : aucune invention, aussi bonne soit-elle sur le papier, ne peut voir le jour sans une compréhension claire et précise des attentes du marché ! Selon une étude de CB Insights publiée en 2021, l'absence de besoin du marché est ainsi la 2ème cause expliquant l'échec de startup (35 %), loin devant la mauvaise qualité du produit (8 %). Tissée sur plusieurs décennies, la relation entre les grands groupes et leurs clients permet aux premiers de comprendre leurs problématiques réelles et de concevoir des innovations pragmatiques et adaptées, tirées par les besoins réels des utilisateurs finaux.

Ensuite, leur force de frappe : elle réside dans leur capacité d'investissement et dans l'expertise de leurs équipes Innovation et technologie. Développer des technologies, mettre en place des filières, créer des standards pour décarboner l'industrie ou créer des semi-conducteurs de nouvelle génération : tout cela demande du temps et requiert une capacité d'industrialisation à grande échelle que les grands groupes sont en mesure d'endosser. Ainsi, alors que les grandes entreprises (au sens de la définition de l'INSEE) réalisent 35 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises françaises, leur investissement en recherche et développement s'élève à 54 % de la dépense intérieure des entreprises françaises en la matière (DIRDE).

Grâce à ces différents atouts, les grands groupes sont des moteurs majeurs de l'innovation et du développement technologique. Leur capacité à voir loin et à industrialiser les solutions de demain est indispensable pour avoir un impact positif et construire un avenir durable. Une dynamique qui en rien ne doit opposer grands groupes et startups : au contraire, la collaboration de tous les acteurs de cet écosystème est l'une des clés de notre réussite collective !



À lire aussi

Commencer la relation entre startups et grands groupes dès le stade de l'idée, bonne pratique ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Jérôme Christin, Directeur de la R&D d'Air Liquide