



Quel rôle pour l'innovation dans les régions de montagne? Analyse du projet Euromountains.net

Élaboration par
ILARIA GOIO

Département d'Économie Université de Trente

L'INNOVATION COMME FACTEUR DE SUCCÈS



Régions et territoires se trouvent de plus en plus directement en compétition, aujourd'hui plus qu'hier



leurs possibilités de développement futur sont liées à leur capacité d'**INNOVATION**

un processus complexe, qui demande un degré élevé de *communication* avec le monde extérieur et d'*intégration* interne entre les multiples acteurs et institutions qui gouvernent le territoire.

QUEL est le SENS du TERME INNOVATION



Le terme **innovation** est un terme vaste et diversifié qui regroupe une pluralité de significations et de manifestations différentes et qui rappelle des notions telles que nouveauté, commercialisation, mise en œuvre.

Beaucoup de définitions ont été proposées, en commençant par celle de Schumpeter de 1934:

"*INNOVATION* est l'introduction d'un nouvel élément ou d'une nouvelle combinaison d'éléments vieillis dans la fabrication ou dans la livraison d'un bien ou d'un service"

À la base de l'innovation il peut y avoir des sources différentes: les connaissances qui dérivent de la science, de nouvelles connaissances qui naissent et se développent à la suite de processus d'apprentissage par la pratique mais aussi de dynamiques de nature sociale à l'intérieur des contextes de production ou d'utilisation.

LES CLASSIFICATIONS D'INNOVATION PROPOSÉES



INNOVATION:

1. de **PRODUIT**: élaboration d'un bien ou d'un service nouveau ou meilleur qu'avant dans ses caractéristiques principales, ses spécifications techniques, le logiciel incorporé ou les autres composantes incorporelles;

2. de **PROCESSUS**: comprend le développement de techniques de production ou de méthodes de fourniture des services ou de livraison des produits nouvelles ou meilleures; se divise en :
 - 2.1. de **technologie**: liée au développement de nouvelles machines;
 - 2.2. **d'organisation**: relative à l'adoption de nouvelles méthodes d'organisation du travail.

LES CLASSIFICATIONS D'INNOVATION PROPOSÉES



INNOVATION:

1. **TECHNOLOGIQUE:** se réfère à la nouvelle connaissance des composants, des liens entre les composants, des méthodes, procédés et techniques réunis à l'intérieur d'un produit ou d'un service; elle peut être:
 - 1.1. de produit: relative à un nouveau produit ou service satisfaisant les besoins du marché;
 - 1.2. de processus: liée à l'introduction de nouveaux éléments à l'intérieur d'une organisation;
2. de **MARCHÉ:** relative à la nouvelle connaissance incorporée dans les circuits de distribution, les produits, les applications, les attentes, les préférences, les besoins et les désirs de la clientèle;
3. **ADMINISTRATIVE:** comprend des innovations relatives à la structure de l'organisation et aux processus administratifs.

LES CLASSIFICATIONS D'INNOVATION PROPOSÉES



AUTRES TYPES D'INNOVATION:

INSTITUTIONNELLE: concerne la façon dont les gouvernements agissent et interagissent avec les autres acteurs; elle peut être satisfaite en développant de nouvelles formes de droits de propriété, des institutions plus efficaces de marché ou des changements plus évolués qui naissent du contact direct avec les individus au niveau de la communauté ou de l'entreprise.

RADICALE: crée un degré élevé d'incertitude dans l'organisation; elle se vérifie dès lors qu'interviennent des changements révolutionnaires dans la technologie ou des systèmes et des modèles complètement nouveaux par rapport au passé.

INCRÉMENTALE: elle est liée à des changements dans les produits ou dans les processus qui sont exigus, moins importants ou qui ne renferment pas un degré de nouveauté suffisant. Ce dernier type se réfère aux qualités esthétiques ou à d'autres qualités subjectives du produit.

LE PROJET INTERREG III C



Mise en réseau des régions de montagne européennes afin de promouvoir un développement territorial durable

TROIS THÈMES:

1. l'amélioration des services publics pour les populations et pour les entreprises de montagne (TIC et transports, services sociaux et d'aide sociale, services culturels)
2. le développement et la promotion des ressources et des produits de qualité de la montagne (produits agro-alimentaires, artisanaux et touristiques)
3. la défense et la gestion de l'espace rural fragile, des paysages et des ressources naturelles dans les zones de montagne.

13 PARTENAIRES (France, Italie, Portugal, Écosse, Espagne, Norvège)

EUROMONTANA

LE PROJET INTERREG III C



Les OBJECTIFS de l'ANALYSE de l'INNOVATION:

Pour chacun des trois thèmes du projet:

1. voir si et éventuellement de quelle manière les solutions proposées par les partenaires présentent des caractéristiques innovantes;
2. mener une réflexion sur la transférabilité des solutions proposées;
3. revoir les solutions proposées à l'éclairage des recommandations mises au point par l'OCDE.

LES SERVICES PUBLICS pour les POPULATIONS et les ENTREPRISES de MONTAGNE



SERVICES	PARTENAIRE	BONNE PRATIQUE	INNOVATION
<i>TIC et TRANSPORTS</i>	Trente	Transport public extra-urbain	de processus
	Palencia	Transport à la demande	de produit
	Lombardie	Connectivité sans fil	technologique
	Highlands	Connectivité, services TIC	technologique
	Trente	Assainissement de l'eau	de processus
	Alto Tamega	Système multi-municipal d'approvisionnement en eau	de processus
	Piémont	Plans d'entretien Val Pellice	d'organisation
	Piémont	Plans intercommunaux de protection civile Pinerolese	d'organisation
	Val d'Aoste	Société de développement	de produit

LES SERVICES PUBLICS pour les POPULATIONS et les ENTREPRISES de MONTAGNE



SERVICES	PARTENAIRE	BONNE PRATIQUE	INNOVATION
<i>SOCIAUX et d' AIDE SOCIALE</i>	Trente	Aide à domicile (SAD)	de produit
	Alto Tamega	Aide à domicile (centres diurnes)	de processus
	Piémont	Foyer d'Angrogna	de produit
	Piémont	Pour le nourrisson et sa famille	de produit
	Rhône Alpes	Contrat de développement social territorial CDST	d'organisation
	Rhône Alpes	Association d'animation de Beaufortain	d'organisation

LES SERVICES PUBLICS pour les POPULATIONS et les ENTREPRISES de MONTAGNE



SERVICES	PARTENAI RE	BONNE PRATIQUE	INNOVATION
<i>CULTURELS</i>	Trente	Musées et écomusées	de produit
	Piémont	Musées et écomusées	de produit
	Lombardie	Système bibliothécaire	de produit
	Piémont	Service bibliothécaire "Centro Rete"	de produit
	Lombardie	Consortium de promotion touristique	de processus
	Piémont	PRACATINAT:	d'organisation
	Highlands	ICE FACTOR revalorisation du paysage industriel	de processus
	Cordoue	Valorisation et réhabilitation de services multifonction	d'organisation

LES SERVICES PUBLICS pour les POPULATIONS et les ENTREPRISES de MONTAGNE



PRINCIPALES INDICATIONS RESSORTIES:

Dans le système:

- dans les services de transport et des TIC ce sont les **innovations de processus** qui prévalent : elles montrent la recherche de méthodes de gestion et de fourniture des services plus flexibles et en même temps plus structurées, donc mieux capables de s'adapter aux besoins spécifiques des régions de montagne;
- dans les services sociaux et d'aide sociale celles qui prévalent sont les **innovations d'organisation**: elles témoignent de la part des administrations une attention croissante et une sensibilité envers de nouvelles formes de développement participatif dont le point fort est l'implication des parties prenantes qui vivent en montagne;
- dans les services culturels et récréatifs, les innovations de **produit ou de service**: elles montrent une certaine vitalité des administrations dans la recherche de solutions et de produits/services capables de répondre à des besoins de la population, et non seulement nouveaux et différents des

LES SERVICES PUBLICS pour les POPULATIONS et les ENTREPRISES de MONTAGNE



PRINCIPALES INDICATIONS RESSORTIES :

Globalement, les innovations se présentent dans l'ordre suivant :

1. de produit/service;
2. d'organisation;
3. de processus.

Il apparaît également une *innovation institutionnelle*: la volonté des comunità montane/communautés de communes ou des unioni di comuni/syndicats intercommunaux :

- d'atteindre un seuil dimensionnel suffisant pour gérer de manière efficace les services, la petite taille étant en effet ressentie comme un obstacle plus que comme une opportunité;
- de jouer un rôle double: a) d'innovation et de soutien de chacune des institutions locales présentes sur le territoire; b) de programmation et d'orientation, à la fois de façon autonome et subsidiaire par rapport au niveau «supérieur» de la région ou de la province.

Le DÉVELOPPEMENT et la PROMOTION des RESSOURCES et des PRODUITS de QUALITÉ de la MONTAGNE



PRODUITS	PARTENAIRES	BONNE PRATIQUE	INNOVATION
<i>AGRO-ALIMENTAIRES</i>	Trente	Farine de maïs	de produit
<i>ARTISANAUX</i>	Trente	Instruments de musique en bois	de marché
<i>TOURISTIQUES</i>	Trente	Vacances en chalet	de processus
	Oppland	Activités culturelles à la ferme	de produit

Le DÉVELOPPEMENT et la PROMOTION des RESSOURCES et des PRODUITS de QUALITÉ de la MONTAGNE



PRINCIPALES INDICATIONS RESSORTIES :

Dans l'ensemble, on note:

- un lien très fort entre le produit et le territoire et la volonté de favoriser une plus vaste promotion de celui-ci à travers les produits locaux;
- les deux **innovations de produit** témoignent le désir d'exploiter, de façon différente par rapport au passé, des produits pour ainsi dire traditionnels;
- l'**innovation de marché** souligne l'engagement de la part d'une entreprise privée de favoriser les éléments du plan de marchéage d'un produit certifié qui présente des caractéristiques de haute qualité;
- l'**innovation de processus** établit que les agriculteurs cherchent à constituer des réseaux pour utiliser et promouvoir ensemble leur

La DÉFENSE et la GESTION de l'ESPACE RURAL FRAGILE, des PAYSAGES et des RESSOURCES NATURELLES dans les ZONES de MONTAGNE



TYPE	PARTENAIRE	BONNE PRATIQUE	INNOVATION
<i>PLANS</i>	Sogn og F.	Plan de pâturage dans les espaces protégés	d'organisation
	Piémont	Plans d'entretien du territoire	d'organisation
	Highlands	Contrats de gestion du territoire	d'organisation
<i>GESTION DURABLE</i>	Buskerud	Promotion d'une compétition sportive	de produit
	Palencia	Gestion des ressources géologiques	d'organisation
	Telemark	Utilisation d'une ressource à des fins économiques	d'organisation
<i>TRAVAUX d'INFRAST.</i>	Val d'Aoste	Construction, reconstruction et amélioration des cabanes de bergers	de produit
	Alto Tamega	Construction de 2 centres pour l'innovation et la formation	de produit
	Trente	Agriculture biologique et tourisme	d'organisation

La DÉFENSE et la GESTION de l'ESPACE RURAL FRAGILE, des PAYSAGES et des RESSOURCES NATURELLES dans les ZONES de MONTAGNE



PRINCIPALES INDICATIONS RESSORTIES :

Globalement, les innovations se présentent dans l'ordre suivant :

- 1. d'organisation:** elles témoignent la recherche par les différentes parties prenantes (locales et non) qui gouvernent le territoire de nouvelles solutions et de nouvelles méthodes de gestion des ressources naturelles, envers lesquelles on enregistre de plus en plus d'attention et de sensibilité;
- 2. de produit/service:** elles misent sur le développement d'un nouveau produit (compétition de ski, cabanes de bergers, cultures) pas tellement pour répondre à de nouveaux besoins (comme c'est le cas dans le thème 1) mais plutôt pour stimuler et susciter indirectement des comportements plus respectueux de l'environnement et plus attentifs à la qualité de ses ressources, tant chez les producteurs que chez les utilisateurs ou

La TRANSFÉRIBILITÉ des SOLUTIONS PROPOSÉES



Le processus de transfert des bonnes pratiques est long et complexe et les résultats de chaque intervention varient selon les caractéristiques de la zone géographique et du moment.



RÉPLICABILITÉ en fonction des contenus (en termes de techniques, d'information et de gestion) qui pourraient à chaque fois faire l'objet d'un échange d'expériences:

- **INNOVATIONS de PRODUIT et INNOVATIONS de PROCESSUS:** le transfert sera d' «information», c'est-à-dire qu'il devra concerner les idées, dans le premier cas, et les solutions dans le second;
- **INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES et de MARCHÉ:** le transfert sera nécessairement «technique», c'est-à-dire lié à l'adoption de technologies et d'outils rattachés à des applications et processus;
- **INNOVATIONS D'ORGANISATION:** le transfert se référera aux systèmes des processus de décision et des processus d'allocation des ressources et sera donc de «gestion»

OCDE: le NOUVEAU PARADIGME de DÉVELOPPEMENT des ZONES RURALES



Objectifs	Compétitivité des zones rurales, valorisation des ressources locales, exploitation de ressources non utilisées
Secteurs clé	Divers secteurs de l'économie rurale (tourisme rural, industrie manufacturière, TIC...)
Instruments	Investissements
Acteurs clé	Tous les niveaux de gouvernement (supra-national, national, régional et local) mais aussi diverses parties prenantes locales (publiques, privées, ONG...)

OCDE et le PROJET INTERREG III C



Types
d'innovations
relevées:

	Thème 1	Thème 2	Thème 3	Total
de processus	6	1		7
de produit	9	2	3	14
d'organisation	7		6	13
technologique	2			2
de marché		1		1

Les 2 types d'innovations prédominantes (de produit et d'organisation) vont dans la ligne du nouveau paradigme de développement des zones rurales proposé par l'OCDE:

- les premières parce qu'elles visent à la diversification des activités à travers la promotion de secteurs complémentaires ou alternatifs à l'agricole;
- les secondes parce qu'elles confirment la volonté et l'engagement des administrations locales d'élaborer des formes de développement intégré et de gouvernement participatif, donc d'impliquer tous les niveaux de gouvernement et les diverses parties prenantes locales dans le développement du territoire.

CONSIDÉRATIONS FINALES



Les principales conclusions ressorties sont les suivantes:

1. La valorisation et l'investissement en capital humain doivent représenter le cœur de toute stratégie de développement au niveau local et en conséquence également de toute considération liée à l'innovation. En effet, ce qui rend possible la prolifération des idées d'abord et des actions concrètes ensuite, c'est la présence, dans chaque contexte particulier, d'un capital humain spécifique et approprié: un capital humain capable de développer une approche positive au changement, à la créativité et aux nouveautés et, surtout, capable de motiver, stimuler et encourager l'élaboration d'une vision commune et partagée du futur de son territoire.

2. Dans les Pays partenaires du projet, le capital social (la présence de réseaux d'acteurs différents) occupe une place majeure car il favorise la participation et suscite chez les acteurs locaux un sens d'appartenance à la communauté, il est essentiel dans le développement de projets qui intéressent le territoire de montagne, il facilite la confrontation, l'échange et la diffusion de solutions novatrices. Vu le potentiel qu'ils montrent, les réseaux doivent être encouragés et soutenus en favorisant le développement des conditions qui sont à la base de leurs possibilités de succès: la présence de communautés locales et régionales caractérisées par la confiance, la diffusion du risque, l'apprentissage commun, l'imitation et l'interaction sociale. Un rôle "spécial" doit être attribué "aux autorités publiques grâce à leur profonde connaissance de l'économie et des acteurs locaux (Millard, 2005)".