

INTRODUCTION

Les disruptions bouleversent les marchés de plus en plus souvent et aucune entreprise n'est à l'abri. Elles ont abouti à l'anéantissement de champions comme Kodak ou Nokia. Elles sont aussi le symbole de succès spectaculaires. Les entreprises qui dominent le monde aujourd'hui, Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, Netflix, Airbnb ont réussi parce qu'elles ont maîtrisé l'art de l'innovation de rupture. Elles savent à la fois attaquer et se défendre : attaquer en menant leurs propres innovations de rupture ; défendre leur activité contre les innovations de rupture des concurrents.

De tels bouleversements vous interpellent. Qu'est-ce qu'une innovation de rupture ? Comment se fait-il qu'un nouvel entrant puisse créer une position de leadership dans un marché établi ? Comment l'innovation peut-elle générer une croissance exponentielle ?

Les dirigeants d'entreprise sont désemparés face à ce nouveau défi car leurs démarches traditionnelles ne fonctionnent pas. Ils ont l'impression que l'innovation de rupture est une affaire de chance et de hasard dont le contrôle leur échappe. Ils doivent agir mais comment faire ? Comment mener une innovation de rupture ou déjouer la menace d'une disruption ? Quelle équipe faut-il constituer ? Comment explorer l'inconnu et imaginer ce qui n'a jamais été fait par d'autres ? Comment éviter l'utopie et aboutir à une activité rentable ? Quel est le rôle des technologies ? Réussir une innovation de rupture semble aussi irréalisable que les exploits des héros de contes de fée qui terrassent des dragons et poursuivent leur quête.

J'ai découvert l'innovation de rupture lorsque j'étais directeur du marketing chez Hewlett-Packard pendant 14 ans dont sept dans la Silicon Valley. Le secteur de l'informatique était l'un des premiers à être violemment

chahuté par les ruptures et je luttai tous les jours avec mon équipe pour résister aux disruptions et trouver les innovations de rupture qui assureraient notre futur. Ce challenge me passionnait et à mon retour en France en 2000, j'ai choisi de partager mon expérience en conseillant les dirigeants d'entreprises à innover alors que les disruptions s'étendaient à de plus en plus de secteurs. Depuis lors mon rôle est de les aider à comprendre les disruptions, à développer leur intuition pour réussir leur innovation de rupture et à éviter les pièges.

Un grand nombre de théories et méthodes ont été élaborées sur ce thème. Mon expérience de plus de 30 ans sur le terrain m'a permis de constater qu'elles sont incomplètes, souvent contradictoires et difficiles à appliquer. Je cherche dans ce livre à tisser le fil rouge qui donne la cohérence entre ces différentes théories et méthodes et à montrer comment les appliquer sur le terrain.

Cet ouvrage est destiné aux managers qui cherchent à mener une innovation de rupture ou à répondre à une disruption, qu'ils soient à la tête d'une start-up ou d'une entreprise établie. Il apporte aussi aux étudiants, enseignants et aux consultants une vision claire de l'innovation de rupture et de ses mécanismes.

Il montre que l'innovation de rupture n'est pas le fait du hasard. Il révèle que c'est le fruit d'une démarche déterminée, faite de créativité et de pragmatisme. Il aide le manager à savoir où il se situe dans cette démarche, à percevoir les carences qu'il doit combler et à organiser son action.

Dans la première partie, je donne les clés pour comprendre ce qu'est l'innovation de rupture et la dynamique qu'elle entraîne sur le marché.

Dans la deuxième partie, je décris la démarche pour identifier les pistes, mettre au point l'innovation et la diffuser sur le marché.

Dans la troisième partie, je dévoile le contexte favorable pour réussir : la connexion avec des communautés d'innovation, le style de gouvernance et les obstacles à surmonter.

Je vous invite maintenant à emprunter avec moi le chemin de l'innovation de rupture et à découvrir au fil des chapitres les nombreuses énigmes que l'innovateur doit résoudre.