

# ... le rapport Ricardis

■ **Mesurer et communiquer sur le capital intellectuel d'une entreprise est une pratique inconditionnelle du management actuel.** ■

TEXTE PAR LIVIU COTORA, INTEGRATOR.

L'innovation nécessaire à la survie de l'entreprise fait partie des vérités admises par les entreprises et leurs partenaires. D'ici peu, nous pourrions citer aussi parmi ces vérités la vitesse d'innovation comme une condition de survie d'une entreprise.

La course à l'innovation est la révolution industrielle de notre époque. Nous innovons dans les relations clients, fournisseurs, dans les modèles de création de valeur, dans la technologie... L'avantage compétitif est constitué par l'unicité de l'intégration de toutes ces innovations dans un système créateur de valeur entreprise. Placer le bon capital intellectuel dans le bon contexte, le faire travailler par de bonnes compétences, voilà la bonne recette pour accélérer l'innovation.

Pour organiser le capital intellectuel et les compétences dans leurs contextes de manière à planifier ces rencontres, l'entreprise doit installer un marché interne (identique à un marché financier) multivaleurs (connaissance, compétences, partenariats, actifs intangibles). Ce marché interne va permettre à tous les acteurs et communautés de l'entreprise d'échanger, marchander, commander, s'approvisionner et valoriser au maximum les valeurs de base : connaissances, compétences, partenariats, actifs intangibles, mais aussi les composants du capital intellectuel : méthodologies, résultats de la recherche, cours de formation, réseaux partenaires... Structurer

l'offre et la demande des valeurs intangibles sur un marché organisé permet d'exploiter au maximum la valeur d'un produit (production intellectuelle) et de développer une offre riche et constante pour un coût raisonnable. Dans la prochaine décennie, l'entreprise va apprendre à s'organiser autour de ce marché interne multivaleurs.

Pourquoi remplacer le système actuel d'appréciation des valeurs existant ? Parce qu'il freine l'innovation et la création de valeur entreprise. Aujourd'hui, l'entreprise est plus fortement basée sur les flux de valeurs immatérielles que sur les flux financiers et de production,

Liviu Cotora.



## LA VITESSE D'INNOVATION COMME CONDITION DE SURVIE D'UNE ENTREPRISE.

L'économie des coûts, l'analyse financière et la planification précise des ressources financières et de production sont absolument nécessaires, mais certainement pas suffisantes pour demain. Pour organiser les divers composants du capital intellectuel et les compétences nécessaires à l'exploitation de ce capital, dans le cas d'un processus de la production intellectuelle, les transactions de valeurs ne peuvent pas être décrétées par une instance non impliquée directement dans la création de valeur.

Pour la production matérielle et tan-

gible, la valeur est fixée tout au long du processus de production. La production de valeur intangible n'est pas aussi prédictible et n'a pas de valeur fixe. La production d'un styliste pour une collection de produits n'est pas fixe et planifiée dans tous ses détails ; la valeur de sa production est intangible. Le créateur de valeurs intangibles va chercher et apprécier lui-même les composants intellectuels nécessaires à sa propre création de valeur. Le marché interne, l'espace collaboratif et les divers centres de création de valeur dans l'entreprise constituent un réseau pour la production de la valeur intangible.

Integrator est un partenaire pour les entreprises qui souhaitent commencer à organiser un marché interne pour la production intellectuelle. Par sa méthodologie brevetée et sa plate-forme collaborative, appelée SPID™, ainsi que par ses équipes de consultants expérimentés dans ce domaine, nous proposons aux entreprises d'organiser leur marché interne. Les premiers clients de SPID™ sont des entreprises appartenant à des secteurs très diversifiés tels que l'agroalimentaire, l'aérospatial, la mode, la distribution.

Le point commun : tous sont convaincus que pour accélérer l'innovation il faut libérer et organiser la production de valeurs intangibles autour d'un marché interne. Le rapport Ricardis appelle un prochain rapport sur l'organisation concrète de la production intellectuelle dans l'entreprise. ■