

Du tangible à l'intangible

par Corinne Le Buhan – www.ipstudies.ch - 29 février 2012

Vision - 250 ans à Fribourg, dont 25 ans de fabrique bleue

Que ferez-vous en 2038?

*Peut-être partagerez-vous mon rêve, si nous arrivons à le créer ensemble...
mais laissez-moi d'abord vous le conter.*

2038...

Fribourg célèbre 250 ans de son développement industriel et technologique concentré sur le site historique de la brasserie Cardinal. Transformé en parc technologique blueFactory à partir de 2013, le site est devenu depuis 25 ans le catalyseur d'innovations pluridisciplinaires nées des improbables rencontres et de la fusion d'idées sans cesse brassées au coeur de sa fabrique bleue....

A l'occasion de ce double anniversaire, 250 acteurs majeurs de ce développement des 25 dernières années ont été élus par les réseaux sociaux, et chacun d'entre eux dispose d'une journée "carte blanche" à la fabrique bleue dans l'année 2038 pour célébrer le passé et orchestrer l'avenir.

Seules trois règles du jeu sont imposées, selon le modus-operandi usuel de la fabrique bleue en ces années 30:

- 1) passer la journée physiquement, et non virtuellement, sur le site de Fribourg;
- 2) inviter 250 personnes de ses réseaux d'intelligence collective à venir contribuer à cette journée physiquement, et non virtuellement, sur le site de Fribourg;
- 3) tout actif immatériel dérivé de ces rencontres, selon le suivi de diffusion des idées mesuré par les IA¹ comptables imposées par les régulations internationales IAS-GAAP de 2025, fera l'objet d'une taxation en ressources naturelles qui sera rétrocédée aux communautés des populations fribourgeoises jusqu'à compensation totale des dépenses-ressources (anciennement dépenses-carbone) consommées par la rencontre.

Quant à moi, c'est en RER que je me rends à Fribourg depuis la Veveyse, bien mieux desservie depuis la densification ferroviaire de 2028-2030. Confortablement assise, je balaie des deux mains autour de mon corps mon réseau sensoriel Botzipple pour l'activer - en respirant profondément pour ne pas trembler, car ce geste appris tardivement m'est aussi difficile que la manipulation d'une souris Logitech à mes grand-parents à la fin du siècle dernier... Botzipple est le nom choisi par deux jeunes doctorants gruyériens de l'EPFL en 2015 pour fonder leur startup d'interfaces sensorielles, clin d'oeil aux mythiques produits Apple de leur adolescence mais en version... poire à botzi de leur enfance.

Rapidement exportée du PSE d'Ecublens à la fabrique bleue, Botzipple est une des plus belles aventures que j'aie eu l'occasion d'accompagner en matière de stratégie de propriété intellectuelle technologique. A l'époque, dans les années 10, les guerres de trolls et d'agrégations de portefeuilles de brevets poussées à leur paroxysme aux Etats-Unis avaient fini par décourager la concentration verticale des technologies, associée à de trop grands risques juridiques, au profit d'une décentralisation des innovations techniques aux mains de multiples petits acteurs en réseau. Trop petits et trop nombreux pour les mailles des filets de la valorisation juridique, ces petits acteurs, dont certains se spécialisaient dans une forme de mercenariat technologique, se sont développés sur les vagues d'innovation collaborative et innovation ouverte via les réseaux sociaux, avec des plate-formes de « crowdfunding » en amont pour financer leurs projets et de « crowdsourcing » en aval pour louer leur savoir-faire (et pour les plus innovateurs, leurs inventions protégées) à d'autres acteurs complémentaires de taille petite à moyenne dans la chaîne de valeur. Ces nouveaux modèles d'affaires se sont construits sur des accords de co-développement et de licences flexibles dans leurs applications, leur portée géographique et leur durée temporelle, jusqu'aux réseaux d'intelligence collective à vaste portée sur les grands projets sociaux-économiques que nous connaissons aujourd'hui à l'échelle planétaire.

¹ Intelligences Artificielles

Née dans un pays et surtout un canton au réseau économique majoritairement constitué de PME discrètes et efficaces, la fabrique bleue a su dès le départ s'adapter à ces tendances de fond, migrant très vite du concept de « parc technologique » à la mise en œuvre d'un « carrefour de réseaux », en phase avec les profondes mutations sociales et économiques de la société de l'information au 21^e siècle² :

*“Le parc deviendra un **carrefour** de créativité, une fabrique d'innovations, dont l'énergie rejaillira sur tout le canton.”*

Vision Projet blueFactory, Décembre 2011

J'ai des dizaines de ces histoires à raconter aujourd'hui, au moment de retracer et partager ces souvenirs de 25 ans, puisque les réseaux de la fabrique bleue m'ont élue la 112^{ème} animatrice de la commémoration... Ma gestuelle Botzippel est juste; j'accède aux mémoires visuelles, tactiles, auditives, olfactives et gustatives que j'ai sélectionnées pour la célébration des réussites passées. Je pensais, lorsque j'ai appris mon élection, qu'il me serait plus facile de restaurer le passé que d'esquisser l'avenir, tant mes souvenirs abondent au long de ces 25 années... mais justement, synthétiser toutes ces informations et surtout reconstituer leurs réseaux d'impact, d'influence et de retombées économiques qui en ont résulté, en particulier sur les premières années alors que les réseaux sociaux d'intelligence collective et l'évaluation économique des actifs immatériels en étaient encore à leur balbutiements, s'est avéré un véritable travail de fourmi.

A l'époque, je ne faisais que passer de temps en temps à la fabrique bleue, profitant de son espace de bureaux partagés mis à la disposition des microstructures de services “nomades”, et surtout de ses salles de brainstorming: largement équipées des tableaux blancs nécessaires au partage rapide des idées, en particulier sur pour esquisser des architectures de systèmes complexes, elles étaient particulièrement utiles pour accompagner les inventeurs locaux dans la formalisation de leur stratégie brevets/secret/licences. Je passais encore à l'époque plus de temps au Technopark à Zurich et au PSE à Lausanne; mais peu à peu, la fabrique bleue s'est développée, et est devenue ce qu'elle représente aujourd'hui pour nous tous: un lieu un peu magique qui rétrécit les distances entre les disciplines et qui condense le temps qu'on y passe ensemble au point de faire jaillir des créations inattendues en une journée, qui prendraient pourtant une bonne année à monter dans des circonstances normales. J'y suis venue plus souvent, j'y ai croisé plus de gens... Certes, le modus operandi s'est affiné au fil des ans et des évolutions socio-économiques, mais d'aussi loin que je me souviens, au cours de ces 25 ans, la fabrique bleue a toujours fonctionné selon un mélange unique de pragmatisme, de proximité et d'originalité qui étaient dès le départ nécessaires à son acceptation par les fribourgeois.

J'aurais d'ailleurs aimé aussi raconter en introduction l'histoire du savoir-faire et des réseaux des hommes et des femmes qui nous précédèrent sur le site de Cardinal avant 2011, mais tout cela s'est largement évaporé dans les trop volatiles mémoires humaines du 2^{ème} millénaire. Seuls en restent quelques jalons:

- l'initiative de François Piller en 1788, qui eut, à l'époque, la vision du développement d'une brasserie fribourgeoise en pariant sur le **savoir-faire** de maître brasseur fraîchement importé de Bavière par son fils;
- l'inspiration de Paul-Alcide Blancpain en 1890, qui devant le succès de la bière de fête « Cardinal » brassée à l'occasion de la nomination par le Pape de l'Evêque de Fribourg au rang de Cardinal, créa la **marque** encore exploitée aujourd'hui par Feldschlössen;
- et, même, oublié depuis longtemps, un **brevet** d'un ingénieur brasseur visant à protéger la recette de fabrication d'une bière sans alcool inventée à Fribourg en 1993...

Quant à l'avenir... je ne l'ai pas encore imaginé, ce sera l'objet de cette journée. Pour préparer cette session, j'ai simplement connecté mon Botzippel à ceux des mes petits-enfants, qui m'ont amenée ainsi directement dans les univers ludiques qu'ils s'amuse à créer après leurs temps d'apprentissage scolaire. J'ai comme toujours fini par une bien vilaine nausée, tout cela n'est décidément plus de mon âge... mais j'en ai tout de même ramené plein de nouvelles idées, que nous allons pouvoir explorer en petits groupes avec les 250 contributeurs. Mais chut... il nous faut, pour l'instant, veiller à les protéger au cœur de la fabrique bleue, comme tout germe d'actif immatériel, selon les réglementations des IA comptables IAS-GAAP 2025, et au bénéfice futur des communautés de populations fribourgeoises...

Si mon rêve vous a plu, vous pouvez le partager... l'améliorer... l'enjoliver... et même l'utiliser pour valoriser la fabrique bleue, mais veuillez m'attribuer la maternité, selon la licence Creative Commons Attribution 3.0 Non Transposé (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.fr>).

² Voir par exemple la proposition BlueMind de Softcom au concours d'idées de la blueFactory en 2012: <http://www.softcomponent.ch/contents/view/3/38>

Propositions – 3 idées d’expérimentation pour la fabrique bleue

#1 – Mettre en place une structure d’accompagnement à la protection et la valorisation des actifs immatériels qui seront générés à la blueFactory

Pourquoi?

Une “fabrique d’innovation zero-carbone” produit essentiellement des actifs immatériels: savoir-faire, marques, brevets, logiciel protégé par du droit d’auteur... Un “Carrefour de créativité” brasse les idées mais aussi le savoir-faire et le capital de connaissances des acteurs qui y participent. Aujourd’hui une idée peut faire plus vite le tour du monde que l’escalade du Moléson... comment s’assurer dans ces conditions que les investissements cantonaux et communaux dans la blueFactory auront bien des retombées locales (emplois, impôts, etc.) à court, moyen et long terme?

Comment?

- ⇒ Cette structure aura pour mission de former, informer et accompagner les innovateurs de la blueFactory sur les aspects de base de la propriété intellectuelle mais aussi sur les aspects avancés qui nécessitent de comprendre les contraintes technologiques, économiques et juridiques sous-jacentes : identification et formalisation du savoir-faire/découpage technologique (essentiel dans les activités collaboratives rassemblant des entités juridiques différentes), plan de valorisation (licensing, optimisation orientée due diligence/rapport aux investisseurs, etc), adaptation aux évolutions du cadre juridique national et international...
- ⇒ Cette structure sera idéalement coordonnée étroitement avec les structures de transfert de technologie déjà en place sur l’AMI, l’EIA et l’Université de Fribourg. Elle doit pouvoir aussi faire appel à des experts amenant l’expérience de différentes industries (chimie/matériaux, ICT...) et disposant de réseaux internationaux, notamment dans le domaine du licensing. Enfin, au sein de l’organisation blueFactory, les groupes de travail “Contenu” et “Structure juridique” sont aussi concernés indirectement par cet axe de travail.

#2 – Favoriser les échanges pluridisciplinaires et développer le « cerveau droit » des innovations technologiques émergeant de la blueFactory

Pourquoi?

L’univers de la technologie est extrêmement, intrinsèquement rationnel; c’est l’univers du “cerveau gauche” des ingénieurs et des scientifiques. Mais la valeur ajoutée des technologies qui se vendent bien se construit finalement le plus souvent sur des compétences complémentaires, particulièrement développées dans le marketing moderne – créer de l’émotion, créer du lien, créer du rêve ; les communiquer, en mots, en musique et en images ; mais aussi et surtout, savoir écouter et comprendre les besoins d’autrui... Design, communication, psychologie, sociologie, traditionnellement plus associées aux humanités à l’université, ont donc plus que jamais leur place dans une fabrique à idées.

Comment?

- ⇒ Mettre les compétences du groupe de travail “communication” au service des projets blueFactory dans leurs phases de publicité. Former, informer et accompagner les innovateurs de la blueFactory dans la mise en valeur de leurs idées – au minimum apprendre à raconter l’aventure humaine autour de l’idée, pas seulement ses avancées techniques.
- ⇒ blueFactory pourrait aussi se différencier des autres parcs technologiques en cherchant des traits d’union entre ses différents projets pour articuler une histoire commune et l’intégrer à sa communication institutionnelle (rapport annuel et médias). Cet effort de convergence sur la définition d’une aventure/vision commune pourrait même entraîner, par effet de bord, des échanges pluridisciplinaires entre les différentes entreprises en incubation dans la blueFactory (pas forcément en contact direct au quotidien selon la croissance du site, cf PSE), justifiant ainsi d’autant plus l’avantage du parrainage blueFactory pour les entreprises qui choisiront d’y être hébergées.

#3 – Dans la conception du site, prévoir des espaces de réunions formelles et informelles ainsi qu’un espace pour les travailleurs nomades

Pourquoi?

Les technologies modernes facilitent le bureau nomade et le montage d’équipes virtuelles transnationales (oDesk), y compris dans la recherche technologique (Innocentive). Pour être compétitif dans ce nouveau

contexte d'innovation ouverte, un parc technologique régional (positionnement initial) doit amener un « plus » qui doit lui permettre de drainer les cerveaux créatifs au-delà de son périmètre immédiat (université, EIA, AMI sur Fribourg). Il doit au minimum être attractif pour un chercheur de Lausanne ou de Zurich comme pour un cadre d'une PME de la région, un client ou un investisseur de n'importe quel horizon de venir y passer quelques heures ; ils doivent avoir envie d'y revenir, même inconsciemment!

Comment?

- ⇒ Une cafétéria avec un espace « lounge » facilitant le travail sur portable entre deux réunions, mettant en valeur des produits régionaux « carbone minimum » (thé Infré, chocolat Villars, jus de pomme/poire artisanal...), pour créer la différence par rapport aux autres parcs technologiques, plus impersonnels ;
- ⇒ Un espace bureautique/secrétariat partagé, proposant différents services (photocopie, impression, reliure, recharge d'équipements mobile, wifi...) aux locataires comme aux visiteurs (payants à la demande comme dans les hôtels, sur abonnement forfaitaire pour les locataires, etc) pour limiter les entraves logistiques au minimum;
- ⇒ Un espace café avec tableau blanc à chaque étage, pour encourager la créativité informelle;
- ⇒ Des salles de réunions en nombre suffisant avec tableau blanc, vidéo-projection et téléconférence, pour encourager les échanges. Prévoir différentes tailles et configuration de salles pour réunions formelles et informelles.