

Les nouveaux territoires de l'industrie américaine

LE MONDE | 13.11.2013 à 11h29 • Mis à jour le 13.11.2013 à 14h46 |

Par Jacques Barraux

Aux Etats-Unis, l'une des stars montantes du Net s'appelle Bre Pettis, l'un des fondateurs de MakerBot, une société qui propose une imprimante 3D, symbole de la prochaine révolution industrielle. Début octobre, il a parrainé la fusion de deux organisations de promotion du « manufacturing » américain, sous l'étiquette « America Makes ».

Car après vingt ans de délocalisations massives et de déchirures du tissu industriel, les Etats-Unis prennent à contre-pied les Cassandre de la désindustrialisation. Un basculement qu'analysent Suzanne Berger et une équipe de chercheurs du Massachusetts Institute of Technology (MIT). Leur livre, Making in America, contredit le discours fataliste entendu en France sur l'avenir de l'industrie occidentale.

L'idée centrale de l'ouvrage est que la mondialisation n'a rien changé à une règle universelle de base : l'innovation industrielle est le fruit d'une rencontre, « incarnée » dans un territoire géographique donné, de compétences matérielles et intellectuelles réunies en faisceau.

A un instant « t », des entrepreneurs inspirés, des prospecteurs d'idées, des gens de laboratoire, des « bidouilleurs » de machines, des banquiers de terrain, des élus locaux, des sous-traitants arc-boutés sur leur niche, des universitaires, des juristes... forment le terreau fertile d'où émerge une offre crédible.

UN JEU COLLECTIF ET LOCAL

La compétition industrielle n'oppose plus des Etats-nations, mais des pôles géographiques où se retrouvent des créateurs patentés, des écoles de bonne qualité et des firmes industrielles classiques, essentielles à la concrétisation et la validation des innovations de rupture (numérique, bio-industries, nouveaux process, etc.).

Les auteurs opposent l'approche horizontale des entrepreneurs d'aujourd'hui à celle, verticale, des géants de l'industrie du XXe siècle. Le

processus d'innovation, de l'idée initiale à la mise sur le marché, était plus facile à conduire à la grande époque des Bells Labs, des RCA Laboratories ou du Xerox Parc, trois des centres de recherche où sont nés les produits et services qui font aujourd'hui la fortune de Google, d'Apple, de Microsoft ou d'Intel.

L'intégration verticale avait de multiples avantages : confidentialité, méthode essais-erreurs, protection juridique, implication en amont des équipes commerciales.

Mais à partir des années 1980, elle n'a pas résisté aux attaques des « déconstructeurs » de groupes intégrés, même si le marché mondial de la haute technologie vit encore sur l'héritage scientifique des années 1950-1970.

Aujourd'hui, les petites structures de l'économie immatérielle qui prennent le relais sont à nouveau à la recherche d'alliés « physiques » sûrs. L'innovation est un jeu collectif et local pour un ticket d'entrée dans le jeu mondial.

Making in America. From Innovation to Market, de Suzanne Berger & MIT Task Force on Production in the Innovation Economy. The MIT Press, 312 pages, 22 euros.

Jacques Barraux

Jacques Barraux

est journaliste, ancien directeur de la rédaction des « Echos ».