

Hauts-de-France : les rencontres de la R&I pour « nouer des liens » (A. Macret, HDFID)

« Un moment au cours duquel les entrepreneurs, mais aussi d'autres acteurs comme le monde académique ou des partenaires peuvent se rencontrer et nouer des liens qui pourront aboutir à des projets. »

C'est ce que déclare Antoine Macret, directeur de Hauts-de-France Innovation et développement, au sujet de la cinquième édition des RRI (Rencontres de la recherche et de l'innovation) en Hauts-de-France qui ont lieu du 23/11/2021 au 01/12 à Lille et Amiens, dans un entretien accordé à News Tank le 22/11.

Et de compléter : « On parle de "rencontres régionales de l'innovation", mais mon président dit que l'on pourrait remplacer le "I" pour parler d'"improbable" ! L'innovation naît aussi du moment où certaines choses s'entrecroisent (...) C'est le rôle des RRI. »

15 événements sont proposés sur cinq journées, en présentiel et par un format web tv. Avec une thématique, l'Europe : « La région Hauts-de-France est presque au cœur de l'Europe. Nous avons beaucoup de frontières terrestres ou maritimes avec des pays européens, nous sommes aussi à proximité de Bruxelles. Il y a du business à développer. Et dans cette phase de rebond, il s'agit de s'ouvrir à nos potentiels partenaires européens. »

Avec pour priorité le fait de s'adresser aux « dirigeants d'entreprises qui viennent de se créer et qui sont en phase de développement », l'événement cible aussi « les entreprises qui existent depuis des années et qui sont dans une phase de réflexion stratégique face à de nouveaux enjeux, des métiers d'avenir », ainsi que le monde académique.

« Attirer l'attention des entreprises et du public »

Quels sont les défis de cette 5^e édition des Rencontres régionales de la recherche et de l'innovation en Hauts-de-France ?

Un des premiers enjeux est de réussir à attirer l'attention des entreprises et du public que nous ciblons dans nos événements pour participer en présentiel et en distanciel.

Ensuite, il s'agit de faire en sorte que les événements labellisés RRI au sein de la programmation aient un réel impact. Notre volonté est de pouvoir créer les conditions pour que les événements puissent engendrer, déclencher une action, une réflexion pour 2022.

Un défi est lié au présentiel, après un an et demi de crise sanitaire. Tant dans le fait de constater que l'événementiel peut parfois être en difficulté, que de voir une certaine concentration d'événements pour la fin d'année, ce qui n'est pas habituel. Quantité d'événements se passent en cette fin d'année, il faut réussir

à être identifié auprès de notre public cible.

C'est pourquoi nous soulignons l'importance du replay et du format web tv. C'est un autre levier pour faire participer le public et capitaliser sur les événements dans le temps.

Combien de participants attendez-vous ?

À une semaine du lancement, nous étions à 2000 inscrits. Sur les 2 000, nous espérons avoir entre 700 et 1 000 participants en présentiel sur les 15 événements.

Qui ciblez-vous ?

Les dirigeants d'entreprises qui viennent de se créer et qui sont en phase de développement, et plus généralement, les entreprises qui existent depuis des années et qui sont dans une phase de réflexion stratégique face à de nouveaux enjeux, des métiers d'avenir.

Il peut s'agir de s'inspirer, regarder les choses différemment, mais aussi continuer à évoluer dans l'actualité du monde économique et notamment ce lien à l'Europe, qui est au cœur de la thématique de notre cinquième édition.

On va chercher également le milieu académique, avec des événements dédiés pour rassembler les domaines R&D

R&I

, qui ont parfois des logiques différentes par rapport au milieu de l'entreprise.

Vous soulignez le rôle de mise en relation, de collaboration lors des RRI...

Oui. C'est un moment au cours duquel les entrepreneurs, mais aussi d'autres acteurs comme le monde académique ou des partenaires peuvent se rencontrer et nouer des liens qui pourront aboutir à des projets.

La question de l'impact se pose aussi à cet endroit. Avec nos partenaires, tout au long de l'année, nous essayons de raccrocher la notion de mise en relation, pour situer le moment de la rencontre, et savoir si elle s'est effectuée aux RRI et comprendre ce que cette rencontre a engendré.

Remplacer le « I » pour parler d'« improbable » »

On parle de « rencontres régionales de l'innovation », mais mon président dit que l'on pourrait remplacer le « I » pour parler d'« improbable » ! L'innovation naît aussi du moment où certaines choses s'entrecroisent, des choses qui n'avaient pas toujours vocation à se rencontrer. C'est le rôle des RRI. Entrecroquer des idées, donner naissance à un développement, un partenariat...

Votre thématique de l'année est dédiée à l'Europe. Pourquoi ce choix ?

L'Europe s'est naturellement imposée comme un fil rouge. La région Hauts-de-France est presque au cœur de l'Europe. Nous avons beaucoup de frontières

terrestres ou maritimes avec des pays européens, nous sommes aussi à proximité de Bruxelles. Il y a du business à développer. Et dans cette phase de rebond, il s'agit de s'ouvrir à nos potentiels partenaires européens.

L'Europe s'est naturellement imposée comme un fil rouge »

Questionner le sujet de l'Europe, c'est aussi s'intéresser à ce qu'elle peut nous apporter en termes de grande région : comment les industries qui souhaitent se développer peuvent capter comme fonds européens, construire des collaborations, il y a beaucoup de bénéfices pour les Hauts-de-France en Europe, et pour l'Europe dans les Hauts-de-France.

Par ailleurs, se pose la question des fonds européens. Nous connaissons les logiques de financement, la puissance mais également la rigueur qu'ils peuvent imposer dans leurs modes de gestion.

C'est ce que nous retrouvons également lorsque nous accompagnons les entreprises. Il ne suffit pas de dire : « il y a de l'argent à l'Europe, il faut instruire les dossiers, ça va le faire ». Nous essayons de travailler la compatibilité de l'entreprise qui veut se développer et qui se positionne sur ces fonds, en s'assurant qu'elle a la compétence technique, organisationnelle ainsi que la trésorerie pour gérer cette approche de financement.

Vous présentez au cours des rencontres régionales « Res'Hauts-de-France Business ». De quoi s'agit-il ?

C'est une communauté en ligne, fonctionnant sur le principe d'un réseau social mais avec des fonctionnalités plus avancées, dédiées aux acteurs de la RDI

des Hauts-de-France. 450 personnes sont inscrites à ce jour. Il a été lancé opérationnellement le 21/10/2021.

Il est né de plusieurs demandes des acteurs et notamment de dirigeants d'entreprises :

accélérer le business ;

identifier des innovations dans l'environnement régional ;

créer un réseau de confiance entre les acteurs.

Les personnes invitées sur cette plateforme en ligne, ainsi que les modérateurs répondent à un code de conduite qui permet de s'assurer d'un bon développement.

Il permet d'une part de pouvoir diffuser de la veille d'informations, créer des communautés et sous-communautés, signaler ses compétences et ses attentes, pour faire correspondre des besoins et des attentes de parties prenantes des territoires. Cette plateforme peut permettre de déposer des projets pour annoncer ses besoins, annoncer un nouveau produit, et le faire parvenir à des cibles qualifiées.

Je vois un autre enjeu dans ce projet : la fédération d'acteurs sur le territoire

pour « chasser en meute ». Ainsi, nous pouvons cibler plus facilement des nécessités, comme celle d'achat en matières premières, ou de négociation auprès de certains fournisseurs. Et au lieu d'avoir un acteur seul en Hauts-de-France, cette plateforme permet facilement de réunir les demandes pour ensuite négocier, dans cet exemple, plus facilement.

Antoine Macret



<https://img.newstank.fr/crop/none/1cac3c609f4d2270ca31b23dd6cf6537/0/0/441,35/679/240/370/image-article-234653.jpg>

