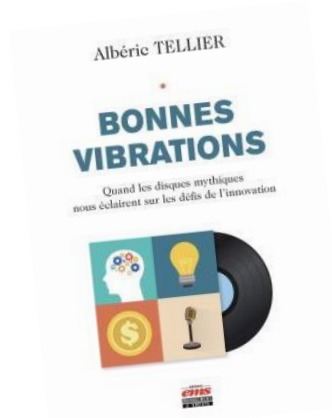


Compte-rendu de la conférence du 15 janvier 2018

***Bonnes vibrations.
Quand les disques mythiques
éclairent sur les enjeux de l'innovation***

Avec **Albéric TELLIER**, Professeur à l'Université de Caen



Quoi de mieux que les industries créatives pour apprécier comment se jouent les processus d'innovation ? L'industrie musicale va nous permettre de partager 5 leçons, respectivement au niveau des acteurs, des projets, des équipes, des organisations, des stratégies, et de l'environnement.

1. Au niveau des acteurs : s'entourer pour se régénérer

... Au travers de Miles Davis et de sa partition pour *Ascenseur pour l'échafaud* (1957) : le célèbre jazzman a seulement quelques jours pour composer seul et intégralement cette musique, sans aucune préparation préalable avec les autres musiciens. L'urgence de la situation l'oblige à concevoir un dispositif nouveau : il compose à partir de séquences harmoniques simples, en jouant toute la nuit de la trompette devant les scènes qu'on lui projette. Ce faisant, il invente le « jazz modal ». Cela nous apprend l'importance de l'expérimentation (explorer, c'est expérimenter), celle des contraintes (sinon pas de créativité), celle du leadership (l'innovation, c'est aussi une force de conviction), et celle du réseau (qui a permis la rencontre entre Miles Davis et les assistants de Louis Malle, le cinéaste).

2. Au niveau des projets : développer une capacité d'adaptation

... Au travers de Prince et de son album *Sign of the times* (1987) : son élaboration est marquée par des allers et retours entre les idées du musicien (projets « Dream Factory »,

« Camille », « Crystal Ball », etc) et les ressources mobilisables : son groupe, la société d'édition, le travail en solo... Pour innover, il faut intéresser, et pour intéresser il faut s'adapter. Un projet d'innovation implique engagement et divergence, il est réformable, déformable et reformable.

3. Au niveau des organisations : dépasser le dilemme exploitation/exploration

... Au travers de [Marvin Gaye, *What's going on*](#) : ce titre a été édité par la Motown, maison de disques indépendante, qui produit à Détroit des disques à un rythme effréné. Fondée par Berry Gordy, un ancien ouvrier de Ford, elle applique la division du travail, la spécialisation des tâches, le contrôle, l'optimisation des circuits de production, la production de masse ! Le titre en question a pourtant failli ne pas sortir car le comité qualité de la Motown l'avait refusé deux fois... L'organisation peut se révéler un frein à l'innovation : on trouve toujours des motifs pour refuser des idées nouvelles, il faut beaucoup de persévérance à l'innovateur pour surmonter les obstacles.

2

4. Les stratégies : inventer de nouveaux *business models*

... Au travers de [Kanye West, *The life of Pablo* \(2016\)](#) : premier album non physique à intégrer le hit-parade uniquement sur la base des écoutes en streaming. A l'opposé de bien des capitaines d'industrie musicale qui ne comprenaient pas ce qui se jouait avec la numérisation, Kanye West n'a pas voulu sortir son œuvre sur un support physique.

5. L'environnement : exploiter le potentiel du territoire

... Au travers de [Massive Attack, *Safe from Harm* \(1991\)](#) : un exemple de Trip-Hop. La musique est aussi une question de territoire : des lieux particuliers voient naître des courants musicaux (le hip-hop à New-York, le jazz à la Nouvelle-Orléans). Développée dans les ghettos de Kingston en Jamaïque puis dans les quartiers d'immigrés pauvres de Bristol, cette musique a bénéficié d'une aire géographique restreinte qui favorise les mises en relation, une assise culturelle très forte, des lieux de socialisation, des expérimentations, la présence de facilitateurs, une aventure collective qui s'inscrit dans une logique de coopération.

... Quant aux [Good vibrations des Beach Boys \(1966\)](#), il illustre le piège de l'engagement : Brian Wilson est devenu fou et dépressif en passant près de 30 ans à préparer son album. Il n'était pas question de s'arrêter vu tous les investissements consentis auparavant !