

## Elmar Mock "La créativité, c'est la recherche de l'insoupçonnable"

Interview de Elmar Mock, co-créateur de la Swatch

Publié le 27 septembre 2017 – Mis à jour le 5 février 2018

En 1983, celui qu'on avait si longtemps classé parmi les cancre, créait à 26 ans, avec Jacques Müller, la Swatch, une montre en plastique, qui allait révolutionner le monde de l'horlogerie. Trente-cinq ans plus tard, sa soif créative ne l'a pas quitté. Fondateur en 1986 de l'entreprise Creaholic, véritable fabrique de l'innovation, il a, avec ses équipes, déposé 178 familles de brevets. Un impressionnant parcours d'inventeur et d'entrepreneur qui lui vaut d'être aujourd'hui nommé au prix de l'inventeur européen de l'année.



Comment définiriez-vous le processus créatif ?

La créativité, c'est la recherche de l'insoupçonnable, c'est partir dans l'inconnu. Le créateur ne tient pas ses promesses, contrairement au chef de projet ou à l'industriel, ce qui est perturbant dans notre système éducatif et politique où nous sommes formés à l'obéissance.

Lorsqu'avec Jacques Müller, nous avons créé la Swatch, nous voulions faire une montre de combat, de qualité mais bon marché. Il s'agissait d'abord de montrer qu'avec certaines technologies, il était possible d'imaginer les produits autrement. On ne pensait pas en faire un objet de mode et un succès. On ne décide pas d'être inventeur, c'est le résultat d'une action. La faculté d'inventer est plus une histoire d'attitude que d'aptitude. Par ailleurs, l'inventeur n'est jamais seul. Il est toujours entouré d'une équipe.

Vous avez longtemps été classé parmi les mauvais élèves, été rebelle à l'autorité, un peu comme votre idole Gaston Lagaffe. Vous étiez loin d'avoir un parcours de réussite tout tracé. Quel a été le déclic ?

J'ai un handicap : je suis dyslexique. Je n'aime donc pas beaucoup écrire, ni lire. À 14 ans, je me suis cassé la jambe et j'ai passé six mois dans un lit. Mon déclic a peut-être eu lieu à ce moment-là. J'ai pris un peu de distance avec mes amis très turbulents. Et j'ai commencé à lire, à me passionner pour les sciences et la technique. Mais je n'aurais jamais pu suivre un parcours académique. Quand j'ai commencé ma formation d'ingénieur horloger [qui le mena à travailler pour ETA Manufacture Horlogère où il créa la Swatch, ndlr.], on considérait que ce métier était en voie de disparition !

Quelques années plus tard, vous avez créé avec Creaholic un modèle d'entreprise rare, qui appartient à ses collaborateurs et ne génère des profits que pour les leur redistribuer. Qu'est-ce qui a motivé ce choix ?

Il n'y a là ni objectif politique, ni stratégique. Il existe deux tueurs de l'innovation : le sentiment d'injustice et le manque de confiance. Il nous fallait donc réduire le sentiment d'injustice et créer un état de confiance. D'où l'idée de tout mettre sur table : ici, les salaires et les bonus sont connus. Les bénéfices, s'il y en a, sont partagés entre tous (un tiers aux employés, deux tiers aux actionnaires). Depuis 30 ans, Creaholics est définie comme une société sans avenir. Il n'y a ni garantie de travail, ni de salaire. Tout comme la confiance, cette notion d'instabilité est clé dans la création.

Cette organisation a fini par donner une espèce de kolkhoze capitaliste, ne poursuivant aucun objectif de type politique ou dogmatique. Nos projets lancés en interne sont toujours le produit d'une décision émanant du groupe. Nous utilisons ainsi l'intelligence collective pour ne pas perdre d'argent inutilement. Chaque équipement étant payé par la communauté, celle-ci a le choix entre investir ou conserver l'argent.

Vous avez été nommé au **prix de l'inventeur européen 2017**. Que représente pour vous cette nomination ?

J'ai d'abord cru que c'était un spam ! Cette nomination suscite chez moi un double sentiment. C'est d'une part un grand honneur. En effet, les inventeurs sont habituellement les oubliés, les marques sont plus souvent citées. Mais, d'autre

part cette nomination crée un malaise car je suis le seul projeté au-devant de la scène alors que les 180 projets menés par Creaholic ont été réalisés en équipe. Ce genre de prix a le mérite de permettre aux jeunes de regarder chacune des histoires qui se cachent derrière les 15 nominé-e-s. Il encourage ainsi les nouvelles générations à se passionner pour la science, la technique et l'inventivité. La curiosité est la mamelle de l'innovation.



Trente ans après la création de Swatch, les conditions pour créer et entreprendre ont-elles changé ?

Il est plus facile aujourd'hui de créer car nous avons des moyens technologiques plus performants et plus précis comme les machines 3D et Internet. Nous avons désormais un accès plus facile à l'information et à la simulation. Nous avons également des soutiens beaucoup plus grands qu'auparavant comme le *crowdfunding* et les investisseurs. Mais nous avons été trop poussés à l'analyse abstraite et à l'intellectualisation alors qu'en réalité le « faire » est la clé du succès. Je vais être volontairement provocateur en utilisant la métaphore de la matriarche. Un week-end créatif brainstorming, c'est juste de la « partouze », cela ne sert à rien !

La créativité doit aboutir à la conception de produits. L'industrie et les services sont comme des mères qui veulent des enfants utiles et adultes. Alors que les créatifs sont des pères qui veulent des gosses toutes les nuits. Les sociétés américaines ont bien compris qu'il était difficile de tomber enceinte. Elles ont choisi d'adopter des bébés in vitro. L'art des États-Unis ne consiste pas en la création de nouvelles idées mais bien en l'adoption de start-ups à fort potentiel pour les faire croître.

Les start-ups qui ont été créées à partir d'application ou d'Internet, se constituent vite et avec peu d'énergie. Comme les grenouilles qui naissent en grand nombre et sont dévorées par plusieurs prédateurs, sur 1 000 startups de type *makers*, trois subsisteront.

Le modèle européen repose lui sur la nidification. Les entreprises se concentrent sur l'agilité et la rapidité, (nous n'avons jamais vu un oiseau voler avec ses oeufs sous les ailes). Creaholic fait de la nidification depuis 30 ans. Nous vivons à 95 % des services que nous procurons aux entreprises. Nous avons accepté de n'être que des géniteurs.

Est-ce que vous pensez que le Big Data va être au centre de l'innovation de demain ?

Le *Big Data* changera fondamentalement plein de choses. Actuellement, il est perçu comme un système d'espionnage. Les entreprises récupèrent de la data et observent les habitudes consumérales de leurs clients. Le *Big Data* permet ainsi d'analyser les ventes, les process et les résultats. Il contribue à diminuer le temps de réponse entre le consommateur et le producteur. Nous produisons donc mieux et sans gâchis.

Demain, inversement la *data* bénéficiera prioritairement au consommateur. Cette révolution extraordinaire apportera une transparence et une prise de responsabilité plus grande, ainsi qu'une information plus ciblée. L'innovation et le progrès ne sont rien d'autres que la facilitation de notre cadre de vie pour améliorer la qualité du temps limité dont nous disposons sur Terre.

► | Entrepreneuriat | Entreprise | Industrie | Innovation | Management | Travail

## Le dernier Cnam mag'

LE CNAM MAG' #9

### Société numérique, société inclusive ?

1 mai 2018

[+ Retrouvez tous les numéros](#)

## Pour aller plus loin



Elmar Mock a publié avec le professeur Gilles Garel, *La Fabrique de l'innovation*, Dunod, 2e édition, avril 2016.

Replongez-vous dans la conférence Paroles d'auteurs "La Fabrique de l'innovation" de juin 2012 avec Elmar Mock et Gilles Garel.

Découvrez Creaholic, l'entreprise d'Elmar Mock.

## L'auteure

**Sophie Gallet,**  
directrice adjointe de la communication

[+ tous ses articles](#)



<http://blog.cnam.fr/anciennes-rubriques/360-degres/elmar-mock-la-creativite-c-est-la-recherche-de-l-insoupconnable--9>