

RSE : quand Beiersdorf suscite la co-innovation

Dans l'univers de la cosmétique, il faut constamment innover, inventer de nouveaux produits, susciter de nouveaux soins. Beiersdorf, leader mondial dans les produits cosmétiques (Nivea, Hansaplast, entre autres), s'est clairement positionné dans les fabrications « cross domain », comme, par exemple des rasoirs intégrant de la crème hydratante.

Pour y parvenir, tout l'enjeu consiste à collaborer étroitement avec l'écosystème afin de créer des produits innovants et les mieux adaptés à des cibles prédéfinies. Il n'est plus possible de concevoir des offres originales en travaillant isolément dans un obscur laboratoire.

Beiersdorf a ainsi relevé un double défi :

1. développer des partenariats avec différents acteurs du secteur ;
2. accentuer sa synergie avec son réseau commercial.

L'ouverture de Pearlfinder

Le géant mondial a alors ouvert « Pearlfinder », un site web qui permet de recueillir de nouvelles idées. « *Ce site facilite la formalisation contractuelle de la collaboration et le transfert de propriété intellectuelle* », explique un responsable du groupe.

Divers interlocuteurs – fournisseurs, universités, instituts de recherche, consultants, inventeurs... – soumettent ainsi des projets et collaborent directement avec des personnels de Beiersdorf. Ensemble, ils affinent les idées et les processus.

Préalablement à l'adhésion à la communauté Pearlfinder, le partenaire extérieur entre dans un processus contractuel simplifié, permettant un échange ouvert d'idées, mais avec engagement de confidentialité.

Beiersdorf déclare avoir remporté plusieurs succès dans le lancement de nouveaux produits. Comme, par exemple, un nouveau système de rasage avec Phillips ainsi que la fabrication d'ingrédients destinés aux produits capillaires et de soins corporels.

Grâce à ce modèle inspiré de celui d'IBM (IBM Connections) mais encore plus ouvert à l'extérieur, le nombre et la diversité des partenaires intéressés par le co-développement se sont fortement accrus. Des acteurs nouveaux sont entrés dans la boucle en proposant des idées originales.

Pour Beiersdorf, la mesure du succès s'est traduite par plusieurs trophées ayant notamment salué cette approche collaborative.

Voir aussi

[Dossier Spécial – RSE, le nouveau modèle d'organisation pour l'entreprise ?](#)