



Innovation

Paroles de Chercheurs

Le 4 mars 2011

Agenda

- Préambule: Innovation pour faire quoi?
- Définition: créativité <> Innovation
- Outils & Processus
- Facteurs clés réussite / Recommandations
- Exemples / Expérience CRM Group
- Conclusions

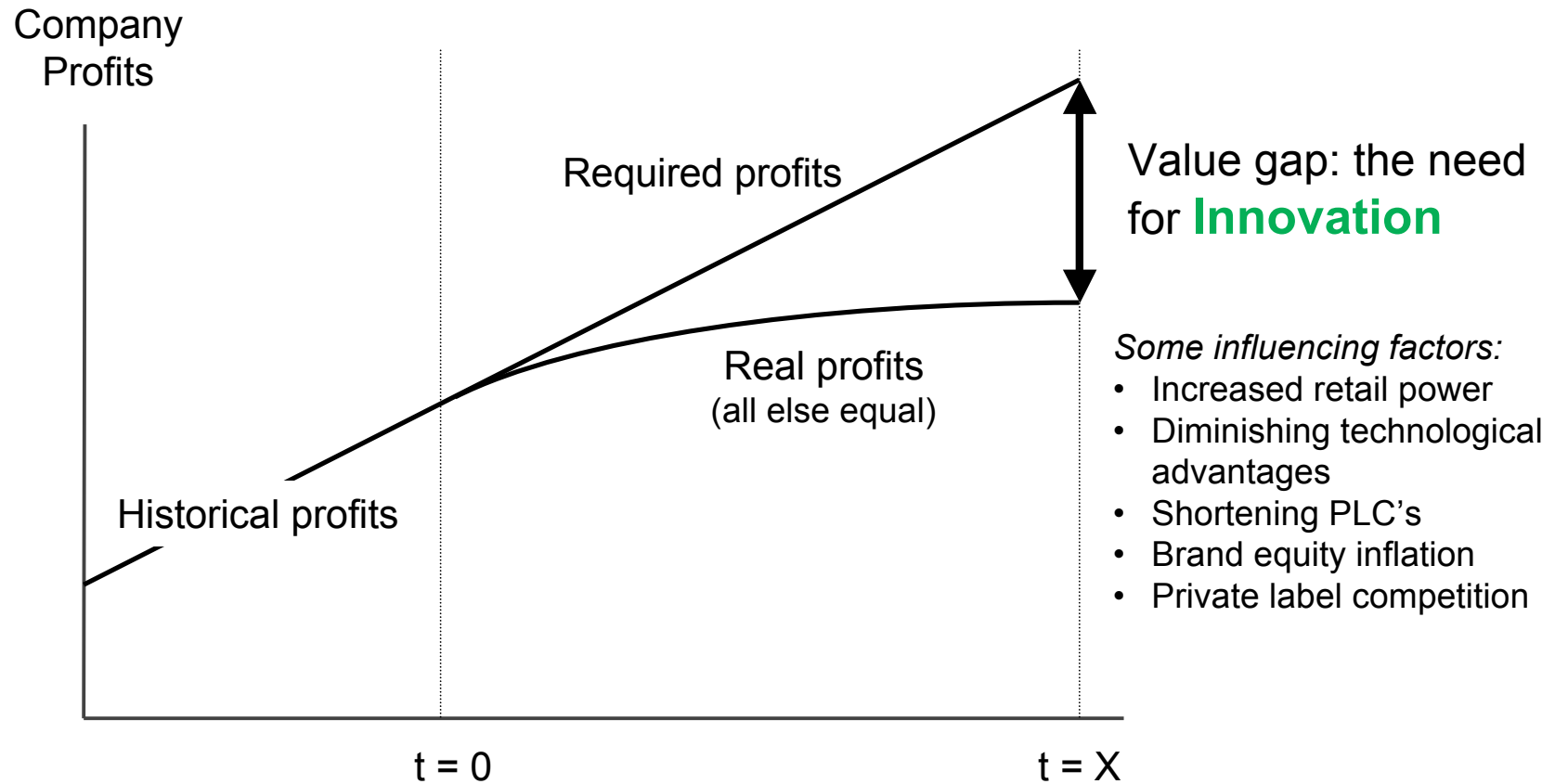
Agenda

- **Préambule: Innovation pour faire quoi?**
- **Définition: créativité <> Innovation**
- **Outils & Processus**
- **Facteurs clés réussite / Recommandations**
- **Exemples / Expérience CRM Group**
- **Conclusions**

La pérennité d'une organisation dépend de sa capacité:

- à créer de la **valeur** aujourd'hui pour tous les « shareholders »:
 - les actionnaires
 - les clients
 - le personnel
 - les partenaires
- à conserver et renouveler les **compétences** nécessaires pour fournir demain les **produits** et **services** qui seront souhaités,
- à trouver les **partenaires** qui posséderont les compétences complémentaires nécessaires et les motiver.

Evolution de la rentabilité à long terme de toute entreprise



©CRM Group - All rights reserved for all countries. Cannot be disclosed, used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.

Agenda

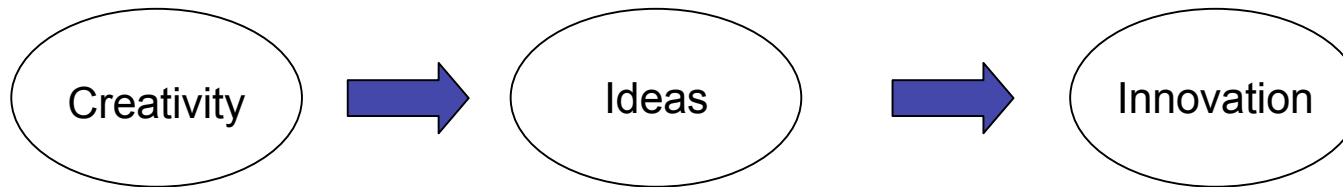
- Préambule: Innovation pour faire quoi?
- **Définition: créativité <> Innovation**
- Outils & Processus
- Facteurs clés réussite / Recommandations
- Exemples / Expérience CRM Group
- Conclusions

Innovation ↔ Créativité

- Innovation : Concept ou Processus touchant l' **Entreprise**, présent dès qu'une « nouveauté » et un « changement » apparaissent impactant la société et créant de la valeur. C'est un facteur clé (indispensable) dans les processus
 - de renouvellement de l'Offre,
 - de Différenciation
 - de Compétitivité.
- Créativité : Concept visant l' **Individu** ou un Groupe d'Individus. C'est le « Devoir » du Chercheur que d'être créatif et proposer des Idées Originales, Porteuses, ...

Innovation ↔ Créativité

- L'Innovation résulte généralement de la Créativité.

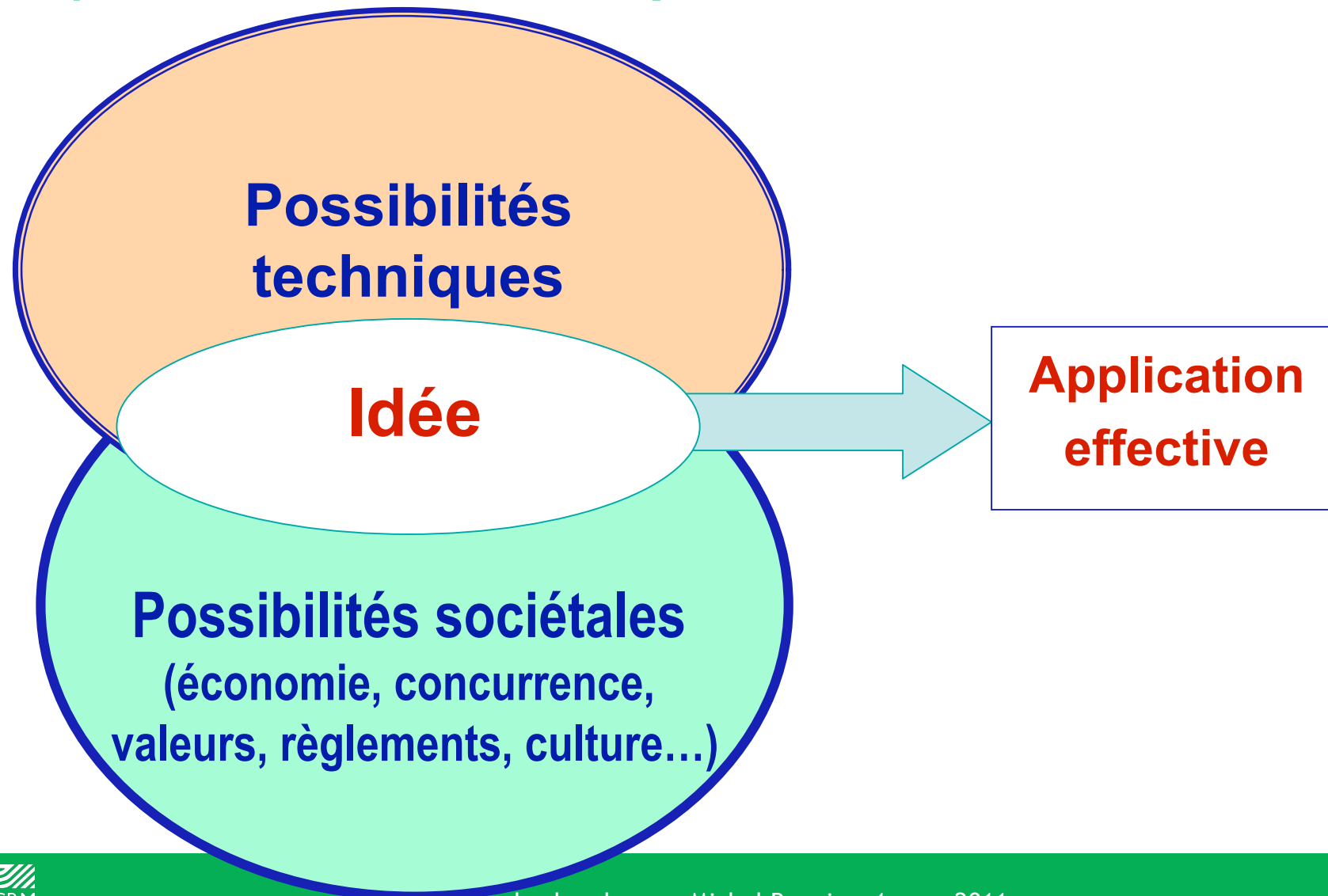


- La société qui veut INNOVER doit permettre la génération et la circulation d' IDEES
 - ➔ Structure organisationnelle et climat (reconnaissance et valorisation) adéquats

Pourquoi de l'Innovation au sein de l'Entreprise?

1. L'innovation est donc un **processus vital** - pour l'Entreprise- d'adaptation aux changements de l'environnement:
 - Techniques nouvelles disponibles,
 - Opportunités de marché,
 - Concurrences nouvelles,
 - Conditions économiques,
2. C'est l'absence d'innovation qui détruit l'activité et les entreprises.

L'innovation réussie : convergence de possibilités techniques et sociétales



Types d'Innovation

	PROCEDES	PRODUITS	SERVICES
"Incrémental"	X	X	X
"Rupture"	X	X	X

L' Innovation Produits / Services peut être tirée ou non par le Marché. L' Entreprise peut très bien créer la « Demande ».

L' Innovation est également nécessaire pour la résolution de problème (appel à solution)

Agenda

- Préambule: Innovation pour faire quoi?
- Définition: créativité <> Innovation
- **Outils & Processus**
- Facteurs clés réussite / Recommandations
- Exemples / Expérience CRM Group
- Conclusions

Outils de la Créativité

- Individu:
 - Freewheeling
 - Veille
 - Benchmark
 - ...

- Groupe
 - Brainstorming
 - Carte mentale
 - Triz
 - ...

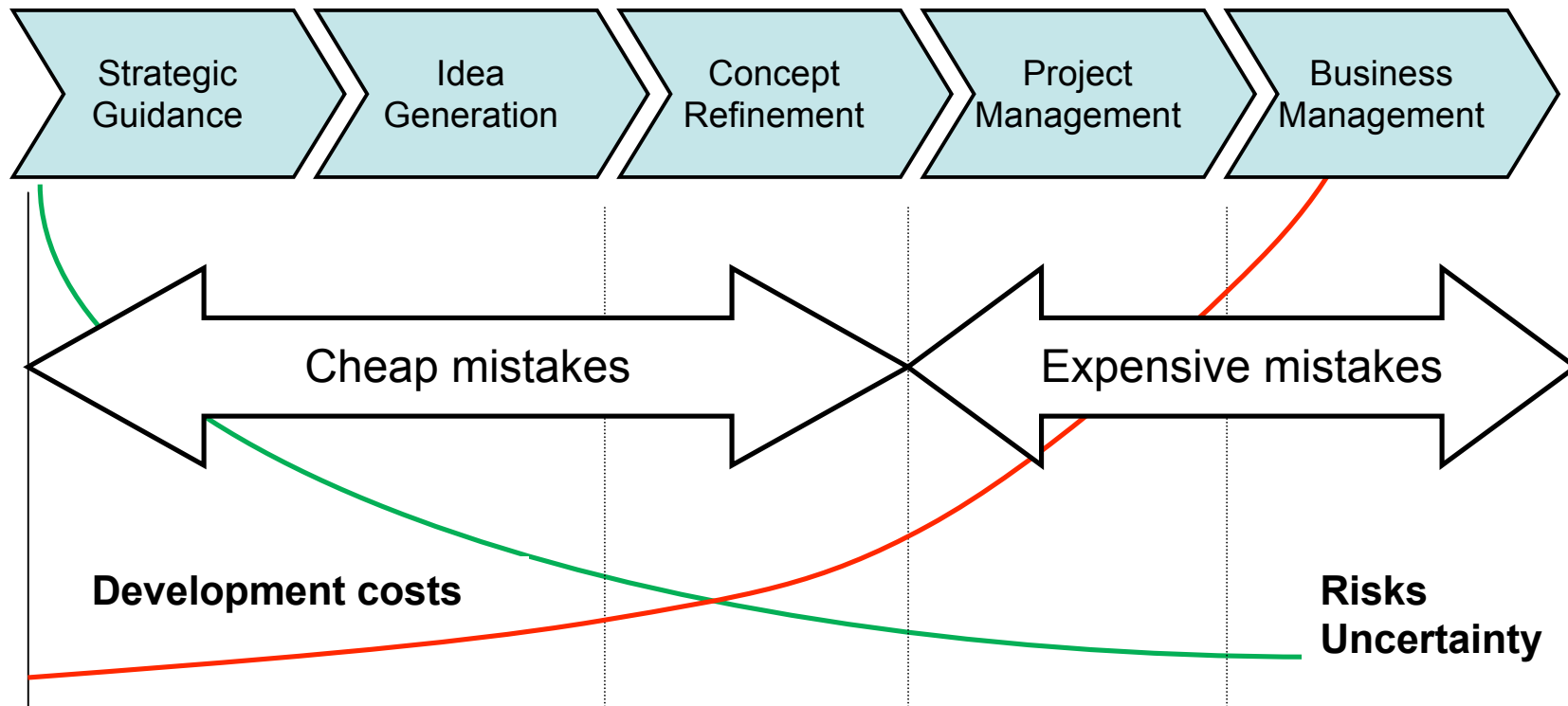
Les 7 phases de la créativité (processus):

- 1) **Information** : identifier et bien poser le problème.
- 2) **Reformulation** : traduction dans le langage des participants + rappel des données, des contraintes et définition des critères de choix des futures solutions.
- 3) **Incubation** : imprégnation, le problème devient une obsession pour chacun, rôle de l'affectif, l'inconscient.
- 4) **Purge** : se débarrasser des idées "classiques" et personnelles qui font écran aux idées créatives.
- 5) **Divergence** : production d'idées en vrac, illumination.
- 6) **Convergence** : croisement des idées émises, liens avec le problème, choix de nouvelles pistes de divergence.
- 7) **Evaluation** : classement, mise en forme des idées.

Processus global de l'Innovation

- Charte de l'E sur l' Innovation - Objectif Stratégique
- Incitation à la Créativité (climat, moyens, incentive, ...) au niveau individuel (« Freewheeling ») ou en groupe (« Thématique », « Brainstorming », ...)
- Processus de Créativité (cfr slide précédent)
- Décisions de créer x Projets
- Déroulement des Projets suivant Procédure AQ
- Structure Spéciale « Incubateur » dans certains cas

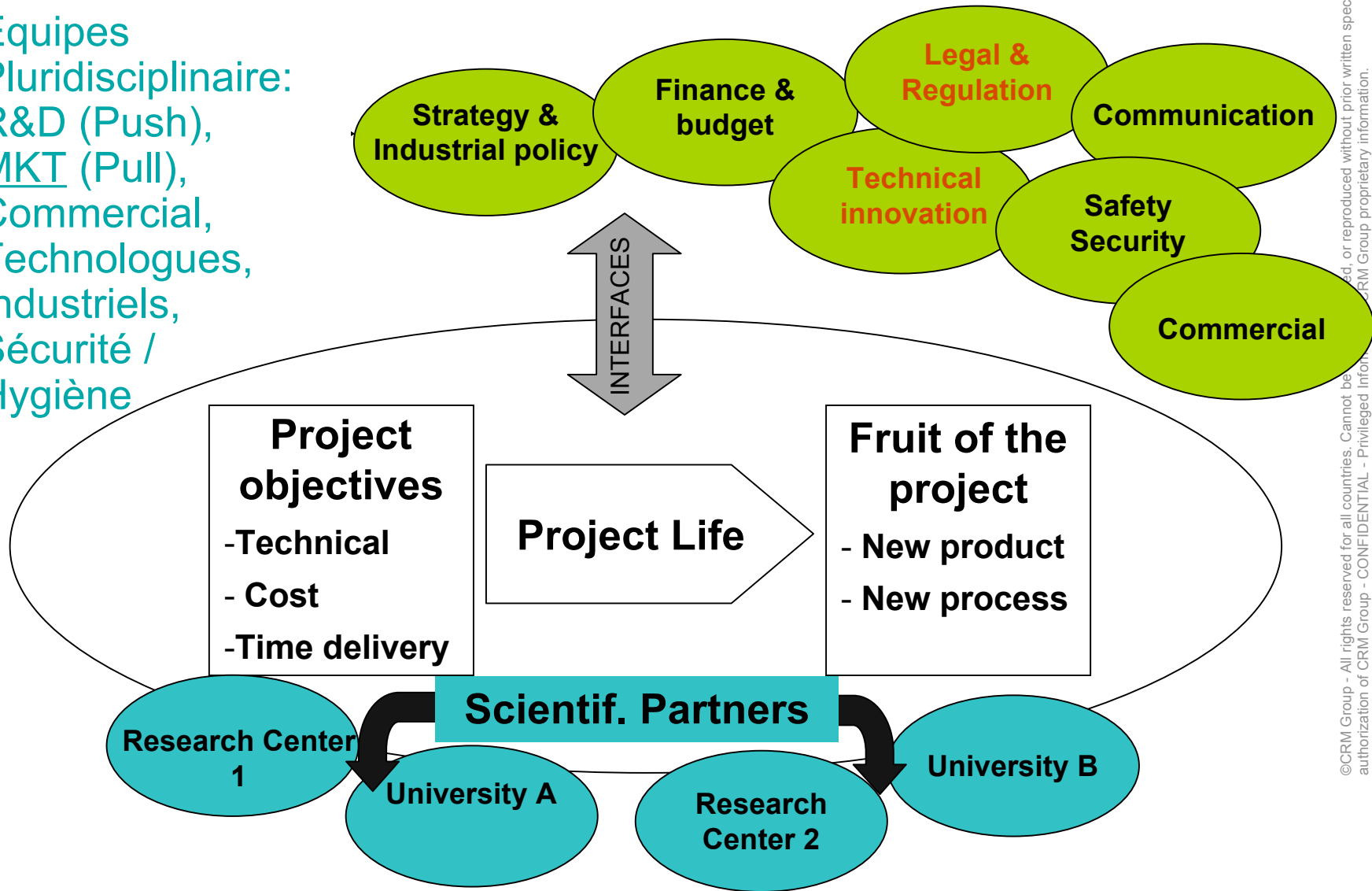
L'Innovation doit suivre un processus établi



All rights reserved for all countries. Cannot be disclosed, used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.

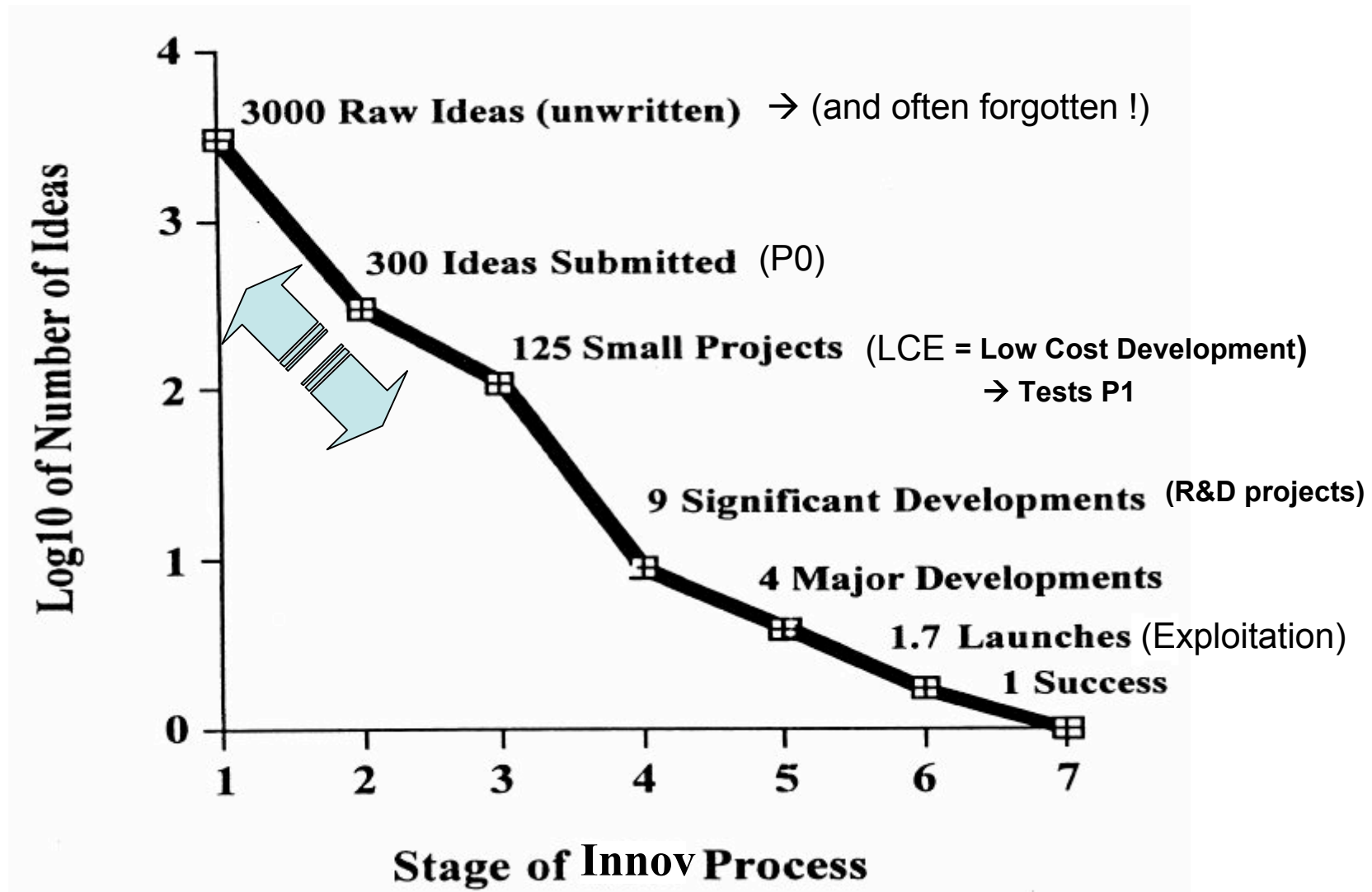
Innovation ... et Open Innovation

Equipes
Pluridisciplinaire:
R&D (Push),
MKT (Pull),
Commercial,
Technologies,
Industriels,
Sécurité /
Hygiène



©CRM Group - All rights reserved for all countries. Cannot be used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.

Un potentiel d'idées sous exploité



©CRM Group - All rights reserved for all countries. Cannot be disclosed, used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.

Agenda

- Préambule: Innovation pour faire quoi?
- Définition: créativité <> Innovation
- Outils & Processus
- **Facteurs clés réussite / Recommandations**
- Exemples / Expérience CRM Group
- Conclusions

Facteurs clés de succès de l'Innovation

- Bien faire connaître aux chercheurs les **Objectifs Stratégiques de l'entreprise** et les y faire adhérer.
- Démarche « Innovation » soutenue par la **Direction Générale (Moteur)** - Charte Innovation
- **Tous les acteurs** de l' E peuvent être Forces de Proposition pour générer de l'Innovation
- Nécessité de *favoriser* les « IDEES » (génération et circulation) puis de les *filtrer*
- Peu ou Pas d' Innovation sans Créativité:
Reconnaître la créativité: donner leur chance aux idées neuves, reconnaître les créatifs, reconnaître ceux qui ont facilité la créativité

Facteurs clés de succès de l'Innovation

- Organiser la **diversité des cultures /crossfertilisation**
 - des yeux neufs
 - des candides
- Leur donner une grande **liberté d'initiative** dans le cadre de ces objectifs
- Leur donner du temps pour la **réflexion personnelle et collective**
- Déterminer les compétences nécessaires au bon déroulement du projet
- **Equipes Pluridisciplinaires ASAP** → end : R&D (Push), MKT (Pull), Commercial, Technologues, Industriels, Sécurité / Hygiène
- Considérer les CR ou Univs comme de vrais partenaires (càd des partenaires internes) - **Open Innovation**
- **Revue de Projet** avec ... de vraies DECISIONS

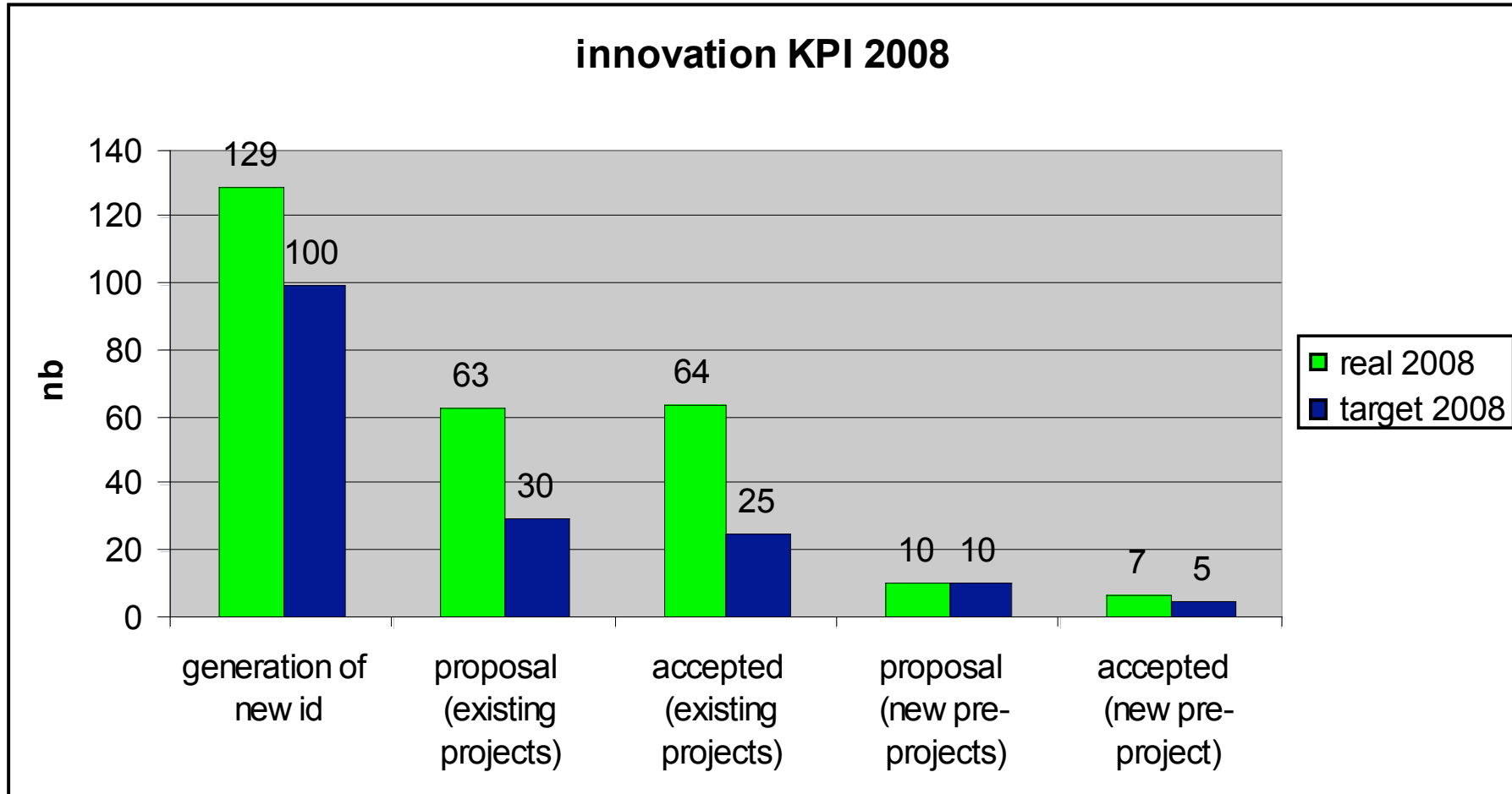
Agenda

- Préambule: Innovation pour faire quoi?
- Définition: créativité <> Innovation
- Outils & Processus
- Facteurs clés réussite / Recommandations
- **Exemples / Expérience CRM Group**
- Conclusions

Expérience CRM Group

- Fiche idée: démarche personnelle basée sur veille scientifique, lecture, ...
- P'tit Déj: thématique
- Appel à solution

Innovation: KPI 2008



©CRM Group - All rights reserved for all countries. Cannot be disclosed, used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.

Reconnaissance



LEONARD'OR 2008

©CRM Group - All rights reserved for all countries. Cannot be disclosed, used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.

Agenda

- Préambule: Innovation pour faire quoi?
- Définition: créativité <> Innovation
- Outils & Processus
- Facteurs clés réussite / Recommandations
- Exemples / Expérience CRM Group
- Conclusions

Conclusions

- L' Innovation est indispensable pour atteindre les grands Objectifs Stratégiques de l'E :
 - Renouvellement Offre ... **Élément clef pour Dévelop Durable**
 - Leadership / Différenciation
 - Compétitivité ... **Levier de progrès technique**
- L' Innovation est également indispensable pour résoudre des problèmes spécifiques (appel à solution)
- Démarche soutenue par la DG
- Tous les acteurs de l' E peuvent être Forces de Proposition pour générer de l'Innovation
- Méthodologie / Processus indispensables pour Piloter les Projets d'Innovation

Conclusions

- Equipes Pluridisciplinaires ASAP → end : R&D (Push), MKT (Pull), Commercial, Technologues, Industriels, Sécurité / Hygiène
- Open Innovation ... Partenaires externes
- Revue de Projet avec ... de vraies DECISIONS
- Quelques Rappels/Constats
 - R&D = Capital à RISQUES ... Droit à l'Erreur
 - Freins internes à l'E : Résistance au changement (peur d'abandonner ce qui existe)
 - TTM (Time To Market) ... Démarche souvent longue
 - Investissements € ... Industrialisation & Commercialisation

Merci pour votre attention

Questions / Réponses

©CRM Group - All rights reserved for all countries. Cannot be disclosed, used, or reproduced without prior written specific authorization of CRM Group - CONFIDENTIAL - Privileged Information - CRM Group proprietary information.