

# L'Innovation à la portée de la TPE

## Guide pratique

*«Il n'est rien de plus difficile à prendre en main, de plus périlleux à diriger, ou de plus aléatoire, que de s'engager dans la mise en place d'un nouvel ordre des choses, car l'innovation a pour ennemis tous ceux qui ont prospéré dans les conditions passées et a pour tièdes défenseurs tous ceux qui peuvent prospérer dans le nouvel ordre.»*

Niccolò Machiavelli (1515).

## SOMMAIRE

<b>1. Que faut-il entendre par « Innovation » ?</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Pourquoi innover ?</b> .....	<b>4</b>
2.1. Les enjeux .....	4
2.2. Les raisons de la « non Innovation » .....	4
2.3. Les motivations de l'Innovation.....	5
<b>3. Le processus de l'Innovation</b> .....	<b>5</b>
3.1. Le rôle du chef d'entreprise.....	5
3.2. Les sources d'information .....	6
3.3. Les risques d'échec au projet d'Innovation .....	6
3.4. La démarche d'Innovation .....	8
3.5. Les outils de l'Innovation.....	9
<b>4. Opportunités et actions d'Innovation</b> .....	<b>10</b>
4.1. Les déclencheurs de l'Innovation .....	10
4.2. Les actions d'Innovation .....	10
4.3. Liens entre opportunités et actions.....	11
<b>5. Les aides</b> .....	<b>16</b>
<b>6. Annexes</b> .....	<b>17</b>
Liste des Pôles d'Innovation.....	17
Lexique de l'Innovation .....	20



## 1. Que faut-il entendre par « Innovation » ?

Lorsqu'on parle d'innovation, on entend le plus souvent innovation technologique, c'est-à-dire :  
"La mise au point/commercialisation d'un produit plus performant dans le but de fournir au consommateur des services objectivement nouveaux ou améliorés"

(§ 24 du Manuel d'Oslo, OCDE, 1997).

Mais on parle aussi d'innovation technologique de procédé :

"La mise au point/adoption de méthodes de production ou de distribution nouvelles ou notablement améliorées "

(§ 24 du Manuel d'Oslo, OCDE, 1997).

Bien qu'elle soit qualifiée de technologique, cette innovation qu'elle soit de produit ou de procédé, peut avoir des origines non technologiques :

"Elle peut faire intervenir des changements affectant, séparément ou simultanément, les matériels, les ressources humaines ou les méthodes de travail "

(§ 24 du Manuel d'Oslo, OCDE, 1997).

L'innovation peut alors porter sur tout ou partie des éléments constitutifs de l'entreprise et de son environnement :

- ses méthodes de travail, d'administration, de gouvernance et de vente (informatisation, vente en ligne, ...)
- ses marchés (recherche et conquête de nouveaux marchés)
- son outil de production (automatisation, mise en place de la qualité, ...)
- son organisation (adoption d'un nouveau type de gestion de production, ...)
- ses services (création d'un SAV, formation des clients, ...)
- ses ressources humaines (formation du personnel, embauche d'experts, ...)
- ses produits et technologies (recherche, développement)

La définition de l'innovation est donc beaucoup plus large qu'il n'y paraît.

**Beaucoup d'entreprises font de l'Innovation sans même le savoir.**



## 2. Pourquoi innover ?

### 2.1. Les enjeux

L'entreprise agit généralement sur un marché concurrentiel dans lequel sa survie dépend de sa capacité à évoluer, à s'adapter (exactement comme les espèces dans la nature).

L'Innovation constitue une réponse parmi d'autres au besoin de durer dans un environnement commercial, artisanal ou industriel d'étendue locale, nationale ou internationale.

Il est prouvé que les entreprises innovantes

- sont plus aptes à maintenir leur position sur le marché
- ont une meilleure croissance
- conquièrent de nouveaux marchés
- diversifient leurs activités
- sont plus actives à l'export

L'Innovation est synonyme de compétitivité : elle permet d'envisager une augmentation d'activité, donc de chiffre d'affaires, la consolidation de la position concurrentielle, la prise de parts de marché supplémentaires et l'amélioration de des marges. Elle permet de garder la maîtrise du métier et du savoir-faire et d'anticiper la réponse aux nouveaux besoins des clients.

### 2.2. Les raisons de la « non Innovation »

Une notion fondamentale et fortement liée à la capacité d'innover est **l'information**.

Les difficultés des TPE à innover sont souvent imputables à l'absence de veille informative.

Les raisons en sont multiples :

- le manque de temps pour collecter l'information
- le manque de qualification pour savoir où et comment chercher
- la culture d'entreprise et le style de management peuvent constituer un frein pour l'accès aux informations et pour leur utilisation
- la rétention d'information par un fournisseur unique
- le coût de l'accès aux informations
- l'incapacité à formuler une idée ou un objectif

Cette idée d'information et de veille qui a été largement développée par le concept « d'intelligence économique » constitue une condition nécessaire au processus d'innovation.

**Savoir c'est prévoir ; prévoir c'est anticiper et s'adapter ; s'adapter c'est survivre.**



## 2.3. Les motivations de l'Innovation

Concrètement, dans quel but une entreprise innove-t-elle ?

Pour

- Conquérir nouveaux marchés ou accroître la part de marché
- Elargir la gamme de produits
- Améliorer la qualité des produits
- Remplacer les produits obsolètes
- Réduire ses consommations de matière
- Réduire ses coûts salariaux par unité produite
- Donner davantage de souplesse à la production
- Produire plus et plus vite
- Satisfaire aux normes ou à la réglementation
- Réduire les atteintes à l'environnement
- ...

Les raisons sont multiples, mais permettent toutes de répondre aux enjeux cités ci-dessus.

## 3. Le processus de l'Innovation

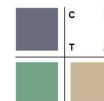
### 3.1. Le rôle du chef d'entreprise

L'Innovation a fait l'objet de nombreuses analyses, mais il est nécessaire de rappeler que c'est un processus qui s'appuie sur des ressources humaines.

Dans une TPE, ce processus passe prioritairement par le chef d'entreprise. A ce titre, le profil de l'entrepreneur et sa capacité à percevoir les attentes et changements de son environnement sont primordiaux car il doit faire partager sa vision dynamique et positive et l'intérêt de sa démarche.

Il est indispensable que le dirigeant sache fédérer le personnel autour du projet d'Innovation afin que chacun, quelle que soit sa fonction, intègre et comprenne bien l'intérêt de la nouveauté et du changement (nouvelles méthodes de travail, organisation, stratégie, produits).

Le chef d'entreprise n'est cependant pas seul car il peut facilement trouver, s'il le désire, des experts capables de l'accompagner dans sa démarche de progrès



## 3.2. Les sources d'information

Les sources d'information sont nombreuses, il faut savoir en profiter :

- Sources internes à l'entreprise (connaissances, expériences)
- Internet (attention, l'information doit être soigneusement filtrée et évaluée)
- Concurrents (que proposent-ils, comment travaillent-ils)
- Clients (quels sont leurs besoins, leurs problèmes)
- Fournisseurs (comment leurs produits ou services évoluent-ils)
- Pôles d'Innovation (l'information fait partie de leurs missions)
- Universités ou établissements d'enseignement supérieur
- Organismes publics de recherches ou institution privées
- Publication de brevets
- Conférences, séminaires
- Presse professionnelle, revues
- Bases de données (elles sont souvent payantes)
- Réseaux (partage de l'information et aide mutuelle)
- Salons et expositions
- Journées portes ouvertes
- Etudes de marchés

L'information récoltée doit être filtrée (que faut-il garder) et structurée (classement, mise à jour, archivage, élimination, facilité à retrouver l'information)

A partir de ces différentes sources et sur la base de la stratégie de l'entreprise, un processus d'Innovation peut se cristalliser et prendre forme. Sa concrétisation suppose l'examen préalable de 2 axes importants :

- Les forces internes : les valeurs propres à l'entreprise
- Les apports possibles en externe : apports techniques, économiques, réglementaires, juridiques

## 3.3. Les risques d'échec au projet d'Innovation

Les risques pouvant mener à l'échec d'une démarche d'Innovation sont de quatre natures :

### Risque financier

Si le coût de l'Innovation s'avère trop élevé, les retombées financières espérées seront absentes. De même, un financement refusé (public ou privé) mène souvent à l'abandon du projet.

### Risque technique

Le manque d'information sur la technologie et le manque de compétences techniques sont des obstacles à l'atteinte des performances visées dans les objectifs du projet, en particulier si le projet vise à développer un nouveau produit ou à acquérir une nouvelle technologie.



## Risque commercial

Le marché s'avère finalement absent car il n'est pas encore assez mur, ou ses besoins ont été mal analysés, ou la stratégie d'acquisition de parts n'est pas efficace.

Par exemple, le client n'est pas aussi réactif qu'on l'espérait face à un nouveau produit

## Risque organisationnel

L'entreprise se voit déstabilisée par la nouvelle organisation, par les nouvelles méthodes, par les nouveaux outils. Des freins sociaux apparaissent.

Un manque de souplesse dans l'organisation peut être fatal.

Une réglementation peut constituer un obstacle non négligeable.

Une coopération mal négociée où le rôle des partenaires n'est pas clairement défini va vouer le projet à l'échec.

Aucun projet n'est dénué de risques.

Les risques doivent être analysés, puis des actions de maîtrise doivent être mises en place.

## Risque financier

- Bien évaluer le coût de l'Innovation
- Estimer un budget et y affecter des fonds propres de l'entreprise
- Faire le tour des aides financières et soigner le dossier de financement
- Prévoir éventuellement une protection s'il s'agit d'un nouveau produit (brevet)

## Risque technique

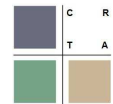
- Avoir recours à la formation
- Embaucher une personne qualifiée
- S'adjoindre une aide externe (bureau d'étude, conseil, Pôle d'Innovation)
- Faire des essais

## Risque commercial

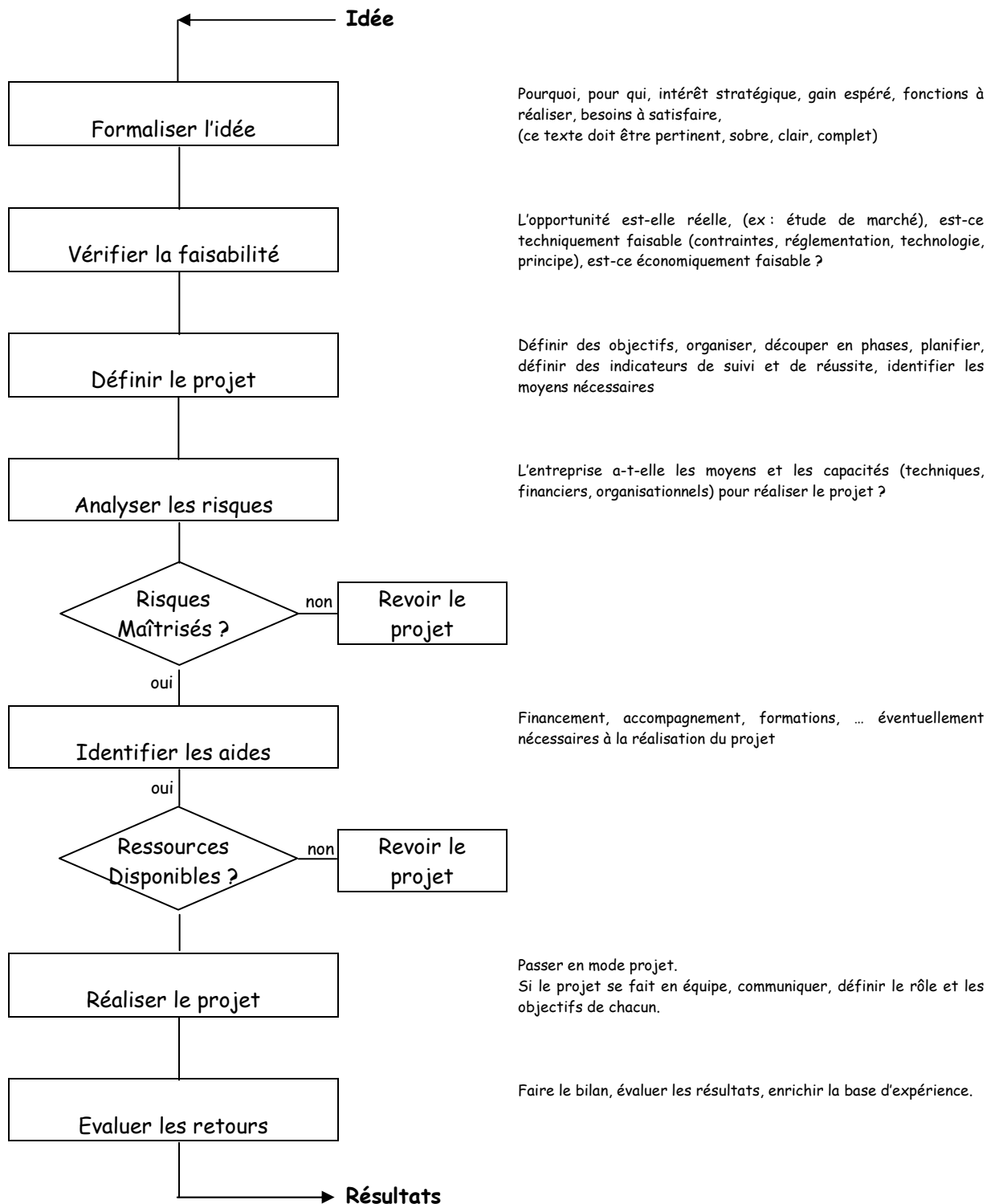
- Procéder à une étude de marché
- Faire des sondages
- Bien évaluer la concurrence
- Elaborer une stratégie commerciale (avec l'aide éventuelle d'un prestataire)

## Risque organisationnel

- Donner un maximum d'informations au personnel
- Motiver
- Se mettre au fait des réglementations et normes
- En cas de partenariat, rédiger ou faire rédiger un contrat précis en bonne et due forme



### 3.4. La démarche d'Innovation





### 3.5. Les outils de l'Innovation

En fonction du type de problème de conception à résoudre, et de l'avancement du projet, il existe différents types d'outils et de méthodes :

- outils de caractérisation de besoin
- outils de créativité
- outils de définition de solutions
- outils d'analyse de solutions
- outils de management de projets
- outils qualité
- outils de diagnostic
- ...

Le lien suivant propose de nombreux outils dont beaucoup sont liés à l'innovation.

<http://erwan.neau.free.fr>



## 4. Opportunités et actions d'Innovation

### 4.1. Les déclencheurs de l'Innovation

A quelques exceptions près où l'Innovation introduit une idée totalement nouvelle et sans précédent, il existe généralement un déclencheur de l'Innovation : une situation, un évènement, une évolution, une opportunité, ... qui suscite une idée novatrice pour l'activité de l'entreprise. Dans les TPE, c'est le plus souvent le chef d'entreprise qui en est à l'origine.

- Les besoins du client
  - Besoins généraux (tendances, modes, ...)
  - Besoins particuliers (sur mesure)
  - Evolution du profil de la clientèle
- L'évolution du marché (les produits changent)
- L'évolution de la technologie
- L'évolution du métier
  - Passage du traditionnel au moderne
  - Evolution des procédés
- Augmentation de la taille de l'entreprise (le chef d'entreprise passe du métier d'artisan à celui de manager)
- Evolution de la concurrence (compétition)
- Evolution de la réglementation (qualité, sécurité, environnement, développement durable)
- Evolution de l'expérience et des compétences
- Idée originale
- ...

### 4.2. Les actions d'Innovation

Des actions simples et concrètes débouchent sur l'Innovation :

- Embauche d'un nouveau salarié possédant de nouvelles connaissances
- Formation interne ou externe
- Achat et mise en service d'équipements nouveaux (machines, outillage, ...)
- R&D (développement de nouveaux produits)
- R&D (amélioration des produits existants)
- Réorganisation de la production
- Introduction de certifications (Q, S, E)
- Informatisation de l'activité totalement ou partiellement
- Mise en place ou amélioration d'une politique commerciale/marketing
- Regroupement/Collaboration/Collectivisation avec des partenaires du secteur
- ...

### 4.3. Liens entre opportunités et actions

(ce tableau n'est pas exhaustif)

	Les besoins du client	L'évolution de la technologie	L'évolution du marché	L'évolution du métier et expérience	Evolution de la concurrence	Evolution de la réglementation	Idée originale	Augmentation de la taille de l'entreprise
Embauche d'un nouveau salarié	X	X		X		X		X
Formation	X	X		X	X	X		X
Achat de matériel		X		X	X			X
R&D	X	X	X	X	X		X	X
Réorganisation de la production					X			X
Politique commerciale	X		X		X			X
Informatisation		X						X
Certification						X		
Collaboration		X	X		X			X
	1	2	3	4	5	6	7	8

1)

**Déclencheur :**

**Besoins clients**

**Objectif :**

Pouvoir répondre aux besoins du client

**Action :**

*Embauche d'un salarié*

Intégration des compétences manquantes et qui vont permettre à l'entreprise de satisfaire à de nouveaux besoins.

Cette action peut être préventive, mais il faut néanmoins s'assurer de l'existence réelle d'un marché, voire d'un engagement de la part des clients.

**Action :**

*Formation d'un ou plusieurs salariés de l'entreprise*

Il s'agit d'une variante de l'action précédente où on s'affranchit du risque de ne pas avoir de charge suffisante.

Vérifier que l'activité de la personne formée ne soit pas trop lourde (travail supplémentaire). Inconvénient : manque d'expérience.

**Action :**

*Activité R&D*

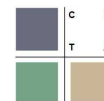
Développement de nouveaux produits ou services.

La R&D doit être financée par les activités lucratives

**Action :**

*Réorganisation commerciale*

La réorganisation du service commercial est souvent associée au développement des nouveaux produits ou services. (création de vente en ligne, refonte du catalogue, révision des arguments commerciaux, communication, ...)



2)

**Déclencheur :** L'évolution de la technologie

**Objectif :** S'adapter aux nouvelles technologies et les maîtriser

**Action :** *Embauche d'un salarié*  
Intégration des compétences manquantes et qui vont permettre à l'entreprise de développer vers de nouvelles directions.

**Action :** *Formation d'un ou plusieurs salariés de l'entreprise*  
Il s'agit d'une variante de l'action précédente.  
Après une formation, il faut prévoir une période d'application et d'acquisition d'expérience des technologies apprises.  
Les personnes formées doivent posséder des pré requis.

**Action :** *Achat de matériel nouveau*  
L'entreprise se modernise en se dotant de matériel moderne (machines, outillages, équipements de production, ...).  
La formation à l'utilisation est indispensable.  
Il faut également penser à l'entretien et à la maintenance.

**Action :** *R&D*  
Intégration de nouvelles technologies dans les produits développés au sein de l'entreprise.  
Cette action peut être accompagnée d'une embauche ou de formation.

**Action :** *Informatisation*  
L'informatisation introduit une nouvelle technologie dans l'organisation de l'entreprise.  
La période d'adaptation peut être relativement longue. Ce processus se fait souvent par étapes.  
Il est cependant possible de développer des outils simples et personnalisés à l'entreprise au moyen d'applications telles qu'EXCEL ou ACCESS

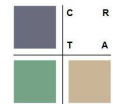
**Action :** *Collaboration*  
Si l'entreprise ne possède pas la maîtrise de certaines technologies, elle peut éventuellement s'engager dans un processus de collaboration ou de partenariat avec une autre entreprise complémentaire.  
En retour, il faut avoir quelque chose à offrir.

3)

**Déclencheur :** L'évolution du marché

**Objectif :** Appréhender les modifications du marché pour en conserver les parts existantes et en acquérir de nouvelles.

**Action :** *R&D*  
Développer les produits ou services correspondants à l'évolution du marché.  
Les sources d'informations doivent être très fiables.



Action : *Réorganisation commerciale*  
 L'organisation du service commercial est à l'image du marché. Un marché en évolution implique souvent l'adoption d'une nouvelle politique commerciale (apparition de nouveaux créneaux, augmentation nationale ou internationale)

Action : *Collaboration*  
 Recherche de partenariats commerciaux.  
 Le partenaire doit être fiable et l'accord parfaitement bien défini

4)

**Déclencheur :** **L'évolution du métier ou de l'expérience**

**Objectif :** Améliorer le savoir faire et la compétence métier.  
 Affiner les techniques et méthodes de travail

Action : *Embauche d'un salarié*  
 Intégration de compétences complémentaires en termes de métier ou d'expertise. La veille « métier » joue ici un rôle important

Action : *Formation d'un ou plusieurs salariés de l'entreprise*  
 Il s'agit d'une variante de l'action précédente.  
 Les formations sont « pointues » et réalisées par des experts.

Action : *Achat de matériel nouveau*  
 L'entreprise se modernise se dote de matériel moderne qui facilitent l'exercice du métier en permettant au professionnel de se concentrer sur la partie « noble » du métier.

Action : *R&D*  
 Développer de nouvelles méthodes de travail, recettes, techniques permettant de faire mieux, plus rapidement, avec une qualité accrue.

5)

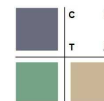
**Déclencheur :** **Evolution de la concurrence**

**Objectif :** Ne pas se laisser distancer par les concurrents.  
 Garder une position de leader.

Action : *Formation d'un ou plusieurs salariés de l'entreprise*  
 Acquérir les mêmes compétences que les concurrents pour s'aligner face aux clients.

Action : *Achat de matériel nouveau*  
 Se doter d'équipements permettant de rivaliser en termes de qualité, délais, prix.

Action : *R&D*  
 Développer des produits au moins équivalents à ceux des concurrents.



**Action :** *Réorganiser la production*  
 Adopter une nouvelle méthode de travail, plus efficace et plus compétitive en termes de délais et coûts, mais également en termes de choix proposés aux clients.  
 Relookage des produits et plus particulièrement des emballages.  
 Introduire le design comme outil de travail.

**Action :** *Réorganiser la politique commerciale*  
 Adopter une politique commerciale basée sur la séduction en donnant une plus grande part à la communication et à l'image de marque de l'entreprise, de façon à donner envie aux clients de préférer les produits de l'entreprise plutôt que ceux des concurrents.

**Action :** *Collaboration*  
 S'associer avec ses concurrents plutôt que de les combattre.  
 Se renforcer par l'union.

6)

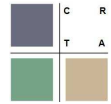
**Déclencheur :** **Evolution de la réglementation ou de la normalisation**

**Objectif :** Etre conforme aux réglementations en vigueur.  
 Travailler avec des normes ou des référentiels.

**Action :** *Embauche d'un salarié*  
 Intégration de compétences organisationnelles du type qualité, sécurité, environnement, responsabilité sociétale (développement durable) au sein de l'entreprise permettant de répondre à la fois aux exigences réglementaires et normatives.

**Action :** *Formation d'un ou plusieurs salariés de l'entreprise*  
 Il s'agit d'une variante de l'action précédente.  
 Une personne soigneusement choisie pourra assumer la fonction QSE.

**Action :** *Certification*  
 Mise en place d'un référentiel.  
 Atteinte de la certification correspondante.  
 (ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001, MASE, IFS, BRC, ...)  
 Cette action implique souvent une réorganisation importante des méthodes de travail et l'implication active de tout le personnel (changement de comportement).



7)

**Déclencheur :** **Idée originale**

**Objectif :** Etablir une Innovation de rupture.  
Proposer quelque chose d'entièrement nouveau.  
Inventer.

**Action :**

*R&D*

Développer des produits ou services inédits, non seulement dans l'entreprise, mais également sur le marché.  
Déposer les brevets correspondant afin de protéger l'idée.

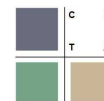
8)

**Déclencheur :** **Augmentation de la taille de l'entreprise**

**Objectif :** Développer l'entreprise, la faire croître en taille (personnes, locaux, moyens, finances).

Cette croissance est souvent automatique et liée aux innovations précédentes. C'est pourquoi on retrouvera les actions innovantes déjà citées.

Mais à l'inverse, l'envie de faire croître l'entreprise déclenche la nécessité d'innover.



## 5. Les aides

Les aides permettent de pallier aux divers manques dont fait preuve l'entreprise :

### Manques financiers

Dans la jungle des aides financières, la recherche de fonds est un art consommé.

Citons les aides

- Privées le plus souvent sous forme de prêt (banques, France Initiative, partenariats)
- Publiques au niveau
  - Local (Municipalité, Conseil Général, Conseil Régional, DRIRE, CRAM, ...)
  - National (Etat, ADEME, OSEO, OPCA, ...)
  - Européen (essentiellement à l'occasion de projets collaboratifs)

Ces aides peuvent revêtir différentes formes :

- Aides pour la création d'entreprise
- Aides au développement
- Aides pour innover et accroître les compétences technologiques
- Aides pour faire appel à des consultants ou à des laboratoires
- Aides pour renforcer les compétences en interne
- Aides pour la formation du personnel
- Aides pour développer une présence commerciale à l'étranger
- Aides pour maîtriser la consommation énergétique, pour l'environnement et les dépenses de matières premières
- Aides pour améliorer l'organisation et les conditions de travail du personnel
- Aides pour faire face à des difficultés temporaires
- ...

(voir l'observatoire des aides sur le site de l'ISM : <http://innovation.infometiers.org/>

<http://ism.infometiers.org/>)

### Manques humains

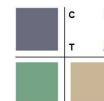
La disponibilité de ressources humaines est un élément essentiel.

Pour disposer des compétences nécessaires

- La formation professionnelle (de plus, elle est souvent prise en charge financièrement, en grande partie, par les organismes collecteurs de la formation)
- L'achat d'ouvrages (livres, manuels, guides, documentation technique, ...)
- Le recours à des ressources externes (consultants experts)
- L'accompagnement par un centre technique (Pôle d'Innovation, Chambre de Métiers, CRITT, ...)

### Manques techniques ou méthodologiques

- Le recours à des ressources externes (consultants experts)
- L'accompagnement par un centre technique (Pôle d'Innovation, Chambre de Métiers, CRITT, ...) dont l'assistance est la plupart du temps gratuite.
- Assistance de fournisseurs d'équipements
- Sites Internet spécialisés



## 6. Annexes

### Liste des Pôles d'Innovation

#### **ISM : Institut supérieur des métiers**

28-30, rue des Peupliers 75013 Paris 01 44 16 80 40

<http://innovation.infometiers.org/> <http://ism.infometiers.org/>

#### Le Multimédia et la Communication

##### **CTAI : Centre Technique d'Application et d'Innovation de l'Artisanat**

12 rue des Métiers BP 51337 68013 COLMAR Cedex 03 89 23 65 65

[ctai@artifrance.fr](mailto:ctai@artifrance.fr)

#### La Technologie Numérique

##### **Pôle ATEN : Centre Artisanat et Technologies Numériques**

10-14, rue Claude Bloch 14000 CAEN 02 31 95 42 00

[contact@pole-aten.fr](mailto:contact@pole-aten.fr)

#### Les Métiers de la Prothèse Dentaire

##### **CNIFPD : Centre National d'Innovation et de Formation des Prothésistes Dentaires**

80-82, rue de la Roquette 75011 PARIS 01 49 29 46 29

<http://www.cnifpd.fr/>

#### Technologie et organisation

##### **CRTA : Centre de Ressources de Techniques Avancées**

9 avenue de l'étang 84000 AVIGNON 04 90 13 46 00

<http://www.crt-a-avignon.com>

#### Le Travail des métaux en feuille

##### **CFMI : Centre de Formation aux Métiers et à l'Innovation**

PITM Campus des métiers 2 rue d'Abrantes 79200 PARTHENAY 05 49 71 29 29

<http://www.imetaux.net>

#### Les métiers du verre

##### **CERFAV : Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers**

4 rue de la Liberté 54112 VANNES LE CHATEL 03 83 25 49 90

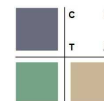
<http://www.idverre.net>

#### Les métiers de la pierre

##### **ISRFMP : Institut Supérieur de Recherche et de Formation aux métiers de la Pierre**

4 Impasse Cambon 12000 RODEZ 05 65 68 87 32

<http://www.institut-de-la-pierre.com>



### Les techniques de découpe

Picardie Découpe :

Rue de l'Ile Mystérieuse 80440 BOVES 03 60 127 240

<http://www.picardiedecoupe.fr>

### Les métiers de Bouche (Filières viande, farine et sucre)

ARDATmv : Association de recherche, développement et assusatance technologique pour les métiers de la viande

98 Bd Péreire 75850 PARIS Cedex 17 01 40 53 47 50

[pit@boucherie-france.org](mailto:pit@boucherie-france.org)

### La Charcuterie-traiteur

CEPROC : Association de recherche, développement et assusatance technologique pour les métiers de la viande

98 Bd Péreire 75850 PARIS Cedex 17 01 40 53 47 50

[www.boucherie-france.org](http://www.boucherie-france.org)

### La Boulangerie Pâtisserie

INBP : Institut National de la Boulangerie Pâtisserie

150 boulevard de l'Europe BP 1032 - 76171 ROUEN Cedex 1 02 35 58 17 77

<http://www.inbp.com>

### Les Métiers de l'Imprimerie

AMIGRAF : Association des Métiers et Industries Graphiques pour la Formation

92 rue Abélard 59000 LILLE 03 20 57 09 82

<http://www.amigraf.com>

### Les Métiers de la Musique

ITEMM : Institut Technologique Européen des Métiers de la Musique

71, avenue Olivier Messiaen 72000 Le Mans 02 43 39 39 00

<http://www.itemm.fr>

### L'environnement et le développement durable

CNIDEP : Centre National d'Innovation pour le Développement Durable et l'Environnement dans les Petites Entreprises

Maison des Métiers 4 rue de la Vologne 54524 LAXOU Cedex 03 83 95 60 88

<http://www.cnidep.com>

### L'Artisanat des Métaux

IFRAM : Institut de Formation et de Recherche pour les Artisanats des Métaux

2973 Route Duclair 76360 Villiers-Ecalle 02 35 64 42 30

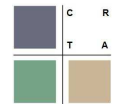
<http://www.ifram.fr>

### Le Génie climatique et l'énergie

COPROTEC : Association des professionnels de l'énergie

10 rue des Bonnes Gens 03 69 28 89 00

[www.pole-innovation-gte.eu](http://www.pole-innovation-gte.eu)



**Centre de Recherche en Restauration du Patrimoine Bâti**

**IUMP :** Institut Universitaire des Métiers du Bâtiment et de formation aux techniques du Patrimoine

10, rue Saint Martin lès-Aires 10000 TROYES

03 25 80 74 09

[www.restauration-patrimoine.fr](http://www.restauration-patrimoine.fr)

**Confédération Nationale des Artisans Pâtisseries**

**CTMP :** Centre Technique des Métiers de la Pâtisserie

31 rue Marius AUFAN 92309 LEVALLOIS-PERRET Cedex

01 40 89 96 70

[www.patisserie-artisanale.com](http://www.patisserie-artisanale.com)

**La Santé et l'Autonomie**

**CNISAM** Centre National d'Innovation de la Santé, de l'Autonomie et Métiers

14 rue de Belfort CS 71300 87060 Limoges Cedex

05 55 79 45 02

[www.cnisam.fr](http://www.cnisam.fr)

**La santé et la sécurité au travail**

**IRIS-ST :** Institut de Recherche et d'Innovation sur la Santé et la Sécurité au Travail

2bis, rue Béranger 75003 PARIS

01 53 60 51 40

**La construction durable en milieu tropical**

**CIRBAT :** Centre d'Innovation et de recherche du Bâti Tropical

42, rue Jean Cocteau 97490 Sainte-Clotilde (Réunion)

02 62 21 04 35



## Lexique de l'Innovation

(D'après <http://erwan.neau.free.fr>)

### **Innovation de process ou de procédés :**

L'innovation de process concerne la mise au point ou l'adoption de méthodes d'organisation, de développement, de fabrication, de production ou de distribution nouvelles.

Exemple d'innovation de process : quand la Vente Par Correspondance est passée du minitel à l'Internet.

### **Innovation de rupture**

L'innovation est dite de "rupture" lorsqu'elle modifie profondément les conditions d'utilisation par les clients et/ou qu'elle s'accompagne d'un bouleversement technologique.

Exemple d'innovation de rupture : quand on est passé de la Casette VHS au DVD.

### **Innovation incrémentale**

L'innovation incrémentale ne bouleverse pas les conditions d'usage et l'état de la technique, mais y apporte une amélioration sensible. Elle est souvent le fruit de la volonté de l'entreprise de conserver son avance technologique sur ses concurrentes. On parle aussi pour désigner une légère innovation incrémentale, d'amélioration de produit.

Exemple d'innovation incrémentale : lorsque les souris à bille sont devenues des souris optiques. Ou encore, lorsque vos téléphones fixes se sont libérés de leur cordon (avec les téléphones sans fil)

### **Innovation perturbatrice :**

La technologie « perturbatrice » est initialement sous performante par rapport aux besoins du marché principal, mais ses progrès la conduisent finalement à y répondre, tandis que la technologie dominante devient sous performante.

C'est une technologie « dormante » qui mettra longtemps à progresser. Mais elle peut être extrêmement dangereuse :

Vous êtes sur votre technologie (leader) et vous innover régulièrement, car votre portefeuille de produits vous rapporte suffisamment. Et un beau jour, parce que vous n'y avez pas prêté attention, vous perdez tout l'attrait de vos « vaches à lait » car la technologie dite « dormante » a aussi progressé et est arrivée au niveau de vos produits « bas de gamme » qui vous rapportaient tant!

### **Intelligence innovation :**

Le concept d'*intelligence innovation* concerne tous ce qui lie l'intelligence (Veille - Information - Intelligence économique ...) à l'innovation pour constituer une sorte de base de connaissance innovation, une Innovation Knowledge. Pour reprendre une réflexion de Marc GIGET, l'innovation devient le lien entre la connaissance technico-scientifique d'un côté et les utilisateurs/clients de l'autre.

### **Grappes d'innovation :**

Selon Schumpeter, le progrès technique est au cœur de l'économie. Les innovations apparaissent en grappes ou essaims : après une innovation majeure, souvent une innovation de rupture due à un progrès technique, voire scientifique (par exemple : la vapeur, les circuits intégrés, l'informatique, l'Internet, les nanotechnologies, ... ) d'autres innovations sont portées par ces découvertes. On constate alors des cycles industriels où après une innovation majeure, l'économie entre dans une phase de croissance (créatrice d'emplois), suivit d'une phase de



dépression, où les innovations chassent les entreprises 'dépassées'. Destruction d'emplois. D'où l'expression de *destruction créatrice* employée par Schumpeter.

Schumpeter, quant à lui distingue cinq types d'innovations : la fabrication de biens nouveaux, des nouvelles méthodes de production, l'ouverture d'un nouveau débouché, l'utilisation de nouvelles matières premières et la réalisation d'une nouvelle organisation du travail.

### **Politique d'innovation - et - Plan innovation :**

Politique d'innovation en France, politique d'innovation en Europe. En fait, il s'agit de tout ce que les politiques peuvent mettre en œuvre pour favoriser et promouvoir l'innovation (comme les aides financières, ...). Pour les entreprises, on préférera utiliser les expressions management de l'innovation, stratégie d'innovation, tableau de bord de l'innovation, ... pour une meilleure compréhension.

### **Systèmes d'innovation :**

Les systèmes d'innovation lorsqu'ils sont liés à la politique d'innovation, ou lorsqu'ils concernent l'économie, la sociologie ou la nation ; désignent toutes les activités favorisant l'emploi, la création et le développement des entreprises, et donc la croissance, la compétitivité et la performance économique des nations. Lorsque l'on parle du système d'innovation de l'entreprise le terme désigne les méthodologies, les processus et les techniques que l'entreprise a mise en œuvre pour favoriser sa compétitivité.

### **Innovation Pull (venant de l'expression : market pull) :**

Innovation suite à la demande exprimée du marché qui 'tire' le nouveau produit.

**Exemple :** l'augmentation de la capacité des coffres des voitures, était une innovation que les automobilistes ont longtemps réclamée.

### **Innovation Push (venant de l'expression : technology push) :**

Innovation suite à l'évolution d'une technologie qui pousse à innover. Il y a deux façons pour que la technologie force à innover :

- Suite à une découverte scientifique ou de votre département R&D, il vous semble impossible de ne pas appliquer cette nouvelle technologie à vos produits. (innovation de rupture)
- On innove face à une loi de progrès continu, contre laquelle on ne peut quasiment rien. Exemple : Loi de Moore qui dit, que le nombre de transistors par puce double tous les 18 mois.