

1. QU'EST-CE QUE L'INNOVATION

L'**innovation**, étymologiquement, signifie « **renouveler** ».

L'innovation caractérise l'acte de déploiement du potentiel économique d'un résultat produit dans le champ de la connaissance (invention, découverte, création).

Il ne faut pas parler d'innovation, mais d'**INNOVATIONS** au pluriel, lesquelles peuvent être de tous horizons :

- technologique ;
- de procédé ;
- de production ;
- marketing ;
- logistique ;
- ...

technologique : mise au point/commercialisation d'un produit plus performant dans le but de fournir au consommateur des services objectivement nouveaux ou améliorés ;

de procédé : mise au point/adoption de méthodes de production ou de distribution nouvelles ou notablement améliorées ;

...

En résumé, INNOVER, c'est /

- **créer de nouveaux produits ;**
- **développer des produits existants ;**
- **mais aussi, optimiser son système de production ;**
- **adopter les dernières technologies issues de la recherche fondamentale comme de son département de recherche et développement.**

2. POURQUOI INNOVER ?

L'innovation est l'un des moyens d'acquérir un avantage compétitif en répondant au mieux aux besoins du marché et à la stratégie d'entreprise.

« L'entreprise a deux fonctions essentielles, et deux seulement : **le marketing et l'innovation**. Le marketing et l'innovation produisent des résultats, le reste n'est que dépenses ([Peter Drucker](#)) ».

Cette vision de l'entreprise n'est pas à prendre au pied de la lettre (au sens strict, seule la fonction "ventes" rapporte de l'argent aux entreprises). Mais dans une perspective de long terme, en tant que gage de vitalité, une entreprise qui cesse d'innover signe son arrêt de mort à plus ou moins long terme.

=> Elle peut faire intervenir des changements affectant les matériels, les ressources humaines et/ou les méthodes de travail.

=> Innover, c'est par exemple être plus efficient, et/ou créer de nouveaux produits ou service, ou de nouveaux moyens d'y accéder.

3. L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE

Il y a **deux** façons pour que la technologie force à innover :

1. **À la suite d'une découverte scientifique** ou de votre service recherche et développement (R&D), il vous semble impossible de ne pas appliquer cette nouvelle technique à vos produits (innovation de rupture) ;

2. On innove **face à une loi de progrès continu**, contre laquelle on ne peut quasiment rien.

4. LES POLITIQUES D'INNOVATION

4.1. On peut innover **ponctuellement**

On parle alors de **projet d'innovation** ou d'**innovation produit**. Il s'agit essentiellement de projet d'amélioration de produits existants, de création, ou d'adoption d'une nouvelle technologie à un produit.

4.2. On peut aussi innover de manière permanente, sur le long terme

On parle alors d'**innovation permanente**, d'**innovation totale** ou encore de **management de l'innovation**. Cela ne consiste plus à acquérir un avantage compétitif mais à pérenniser cette compétitivité (on parle aussi d'innovation durable).

A ce niveau, l'innovation doit devenir un pilier de la stratégie de l'entreprise. Elle devra mettre en place un système de veille et de partage de l'information, protéger ses innovations grâce à sa stratégie de protection industrielle, créer une synergie partenariale, et accorder une place importante au client dans sa démarche.

En général, les entreprises commencent par **l'innovation par projet**, en utilisant des techniques et des outils classiques de l'innovation (tels que la **créativité**, le **développement de produits innovants**, la **protection industrielle...**) afin de développer un produit (ou service) nouveau. L'origine de l'innovation vient souvent d'une **avancée technologique**, d'un **nouveau besoin** et/ou d'une situation de portefeuille produits "vieillissant".

Après avoir conclu leur projet innovant par un succès commercial, les entreprises décident de **reconduire le processus de manière plus systématique** et peuvent alors organiser leur management de l'innovation.

5. LES ETAPES D'INNOVATION

Quelle que soit la motivation qui pousse à innover, qu'elle soit technologique ou de tout autre type, une phase d'innovation ne peut se faire qu'en suivant des étapes importantes, et dans un ordre relativement bien défini.

Imaginons que votre entreprise soit intéressée, suite à un fait donné (idée d'innovation, besoin absolu d'innover pour garantir un niveau technologique et la compétitivité de l'entreprise, nouvelle loi ou nouvelle norme en vigueur, ...), par une innovation technologique pouvant donner lieu à la mise sur le marché d'un nouveau produit. Cette **potentielle innovation** devra alors être étudiée, dans un premier temps selon des critères non techniques, avant de partir dans des recherches techniques, et éventuellement de voir le jour. Les différentes étapes à analyser sont décrites ci-dessous.

5.1. Propriété Industrielle

Quelqu'un d'autre que vous n'a-t'il pas déjà eu cette idée, et ne l'a-t'il pas déjà protégée ? Sachez que si votre idée d'innovation a déjà fait l'objet d'un titre de propriété industrielle (brevet, marque, dessin, modèles, enveloppe SOLEAU...), vous ne pouvez pas l'utiliser à vos propres fins, au moins sans payer un droit d'utilisation. Eventuellement, le propriétaire peut vous interdire la totale reproduction de son innovation, seul le produit (c'est le cas le plus fréquent) innovant étant mis sur le marché. Toute utilisation, volontaire ou non, de produits, techniques, procédés, modèles, marques, dessins, ... faisant l'objet d'un titre peut conduire à des poursuites judiciaires.

Donc la première étape à réaliser impérativement est une **recherche de propriété industrielle**, afin de vérifier que vos idée d'innovation peut ou non passer à l'étape suivante.

En France, cette étape peut se faire :

- En contactant un ingénieur conseil de l'INPI, lequel pourra vous aider lors de cette phase de recherche en mettant à votre disposition les banques de données relatives aux titres de propriété industrielle. Ce dernier pourra par ailleurs vous conseiller gratuitement sur les modalités, procédures et coûts de dépôt d'une enveloppe Soleau, d'une demande de brevet, de marque, de modèle, de logiciel... si votre projet aboutit.

www.inpi.fr

- En contactant un Conseil en Propriété Industrielle. En effet, les Conseils en Propriété Industrielle sont des professionnels indépendants, de formation juridique et technique, qui ont la possibilité de rédiger les demandes de dépôt et de représenter les déposants, en qualité de mandataires, auprès des offices nationaux et internationaux de propriété intellectuelle. Ils sont essentiellement regroupés au sein de la Compagnie Nationale des Conseils en Propriété Industrielle (CNCPI).

www.cncpi.fr

5.2. Etude de marché

Votre innovation sera t'elle vendue en quantité suffisante pour garantir en premier lieu un retour sur investissement puis un bénéfice financier permettant à l'entreprise d'accroître sa capacité financière ? Votre innovation n'est elle pas trop innovante ? N'est elle pas déjà "passée" avant de sortir ?

Pour déterminer le marché potentiel et la capacité que votre innovation aura de vous permettre un retour financier intéressant, **il est impératif de réaliser une étude de marché.** Cette étude permettra en outre de vérifier l'intérêt de votre innovation pour le consommateur, de définir une stratégie marketing, une idée de design, une fourchette de prix de vente, le positionnement sur le marché...

Cette étude peut être soumise à un cabinet spécialisé, à un expert indépendant... ou à l'un des partenaires CEM qui travaillent déjà avec de telles structures professionnelles et qui pourront vous guider.

Une fois passées ces 2 premières étapes, peuvent suivre les étapes plus techniques...

5.3. Design

Votre innovation doit être valorisée. Il n'est pas rare de voir des produits intéressants techniquement rester dans les rayons, simplement car leur design n'est pas vendeur. Que votre innovation porte sur le design ou non, n'oubliez pas de réaliser cette phase de **design** de votre produit innovant. Un professionnel pourra vous proposer des designs, ou améliorer un design que vous proposeriez, rendant le produit innovant plus attrayant.

5.4. Cahier des charges

Pour réaliser un projet d'innovation, il est souvent nécessaire de s'adosser à un centre de compétences, à un ou plusieurs partenaires. Dans tous les cas, même si votre entreprise réalise ce projet d'innovation en interne, **il est impératif de rédiger un cahier des charges** du produit innovant.

Ce cahier des charges doit préciser :

- Les contraintes que vous imposez pour le produit innovant, que ce soit en termes esthétiques, pratiques, de coûts, de formes, de masse, ... ;
- Les contraintes qui vous sont imposées par des normes ou lois en vigueur ;
- Eventuellement le délai de réalisation de l'étude.

Plus votre cahier des charges sera précis, plus vous vous assurez qu'il corresponde à ce que vous imaginez, moins vous aurez de chance d'avoir de "mauvaises surprises", et plus vous aurez de recours en cas de non-conformité.

Pour ce qui est des normes, il nous est impossible de toutes les référencer ici. Pour vous les procurer, il existe diverses possibilités de contacts en France :

www.boutique.afnor.org/

www.iso.org/

5.5. Recherche de financements

Qui pourrait vous aider à financer ce projet de recherche et développement, de finaliser cette innovation tant espérée ?

Il existe de multiples possibilités d'aides financières à l'innovation. **Nous, partenaires du CEM, avons l'expérience et les connaissances pour vous proposer diverses solutions.** Nous

pouvons même vous aider à la rédaction des dossiers administratifs de demandes. Tous les projets ne sont pas aidés financièrement, mais rien n'empêche de faire une demande.

5.6. Recherche de partenaires / fournisseurs / commerciaux

Pour réaliser l'innovation à proprement parler, soit votre entreprise possède un centre de R&D (auquel cas, pas de besoin d'aide extérieure), soit votre entreprise ne peut pas entreprendre en interne et seule cette phase. **Vous avez donc besoin de partenaires.**

Ces partenaires peuvent être de tout ordre :

- Partenaires techniques : laboratoires de recherche, centres de compétences, ...
- Fournisseurs ;
- Commerciaux ;
- Revendeurs – distributeurs...

Dans le cas de projets d'innovation proposés aux partenaires CEM, nous pouvons vous réaliser toute ou partie de l'étude d'innovation, avec liste des produits à acheter, fournisseurs, sous-traitants potentiels...

Nous pouvons finaliser l'innovation en réalisant un ou plusieurs prototypes de produit, le(s)quel(s) servira(ont) dans un premier temps à valider la réception d'un produit innovant qui réponde bien au cahier des charges imposé, et permettra d'avoir dans un second temps un démonstrateur, moyen efficace de persuasion commerciale.

En conclusion, vous avez possibilité de réaliser, en suivant point par point les étapes décrites, un projet d'innovation. N'hésitez pas !

Bien entendu, les partenaires CEM sont à votre disposition pour tout conseil, toute aide dans votre démarche innovante.

Nous pouvons prendre en charge tout ou partie de ce processus d'innovation, de part notre grande expérience dans le domaine Textile-Habillement, nos compétences internes, nos réseaux de sous-traitants-fournisseurs-

distributeurs..., nos moyens humains et matériels, la complémentarité entre divers partenaires CEM.