

# L'INNOVATION DANS L'ENTREPRISE

## PRESENTATION

**Constat** : Le cycle de vie du processus de l'innovation de production pour expliquer la dynamique stratégique de l'innovation dans l'entreprise.

L'évolution des techniques entraîne un cycle de vie du processus de production analogue au cycle de vie du produit.

Les techniques disponibles, les matériels s'analysent comme des produits passant successivement par des phases de lancement, de croissance, de maturité et de déclin.

A chaque phase du cycle de vie d'un procédé de production sont associées un ensemble de variables caractéristiques.

Aussi le cycle de vie des produits et celui des techniques conduisent l'entreprise à adopter une stratégie d'innovation. L'innovation est l'introduction économique appréciée du marché.

### **Définition :**

L'innovation est un terme générique souvent associé à l'économiste Schumpeter. Son approche très large du concept le conduit à retenir 5 sortes d'innovation :

- la fabrication d'un bien nouveau,
- l'introduction d'un processus de production nouveau,
- l'ouverture d'un débouché nouveau
- conquête d'une source nouvelle de matières premières
- et la mise en place d'une nouvelle organisation

**La conception « moderne » de l'innovation, définie comme la mise en valeur économique au sein de l'entreprise de l'invention, est plus restrictive puisque l'on distingue habituellement l'innovation de produit de l'innovation de processus :**

**L'innovation de produit** consiste à mettre sur le marché des nouveaux produits (le walkman de Sony) ou à offrir des produits plus performants que ceux présents sur le marché, soit parce qu'ils offrent plus de fonctionnalités (les produits flexibles comme les montre calculatrice), soit parce qu'il remplissent des fonctionnalités plus efficiente (le disque laser de Philips).

**L'innovation de processus** repose quant à elle sur l'amélioration technique des processus de production (robotisation, ateliers flexibles), ou des méthodes de gestions de productions (introduction des méthodes type juste à temps par les constructeurs automobiles japonais).

### **Concept ambigu et protéiforme**

A partir de la définition suivante : **l'innovation est un changement dans un processus organisé et porte sur de nouveaux produits de nouveaux procédés ou de nouvelles organisations**, on constate de multiples approches de l'innovation :

- ✓ **Une approche fonctionnelle** s'impose d'abord, toutes les fonctions sont concernées par l'innovation.

-La fonction technique : apparition de nouveau moyen de productions, introduction de la robotique, utilisation des nouveaux matériaux.

-La fonction commerciale, par le lancement de nouveaux produits, la recherche de nouveaux canaux de distribution (télé-achat, achat en ligne).

-La fonction financière, lié à la recherche de nouveaux instruments financiers permettant de concilier le financement et la recherche d'autonomie.

-La fonction administrative qui poursuit la recherche de nouvelles méthodes direction par projet...) pour améliorer la gestion.

-Enfin la fonction ressource humaine qui innove pour rechercher l'implication la plus efficace des salariés.

- ✓ **D'autres approches** peuvent être proposées, elles s'appuient davantage sur l'action d'innover. On peut ainsi envisager de distinguer l'innovation de rupture qui modifie complètement une situation antérieure de l'innovation d'adaptation qui n'a que des effets d'amélioration d'une technique, d'un produit. On oppose aussi l'innovation réactive et l'innovation proactive selon que l'entreprise « lance une action d'innovation en réagissant à des menaces immédiates ou qu'elle stimule l'innovation pour se donner une marge supérieure d'initiative.

Le concept d'innovation recouvre des réalisations diverses, très variables quant à leur portée (ex : du *Vidéodisque* aux bouchons de bouteille à vis).

De ce fait on peut les classer par référence :

- à la nature des besoins nouveaux satisfaits (besoins internes à l'entreprise ou besoin de la clientèle)
- au domaine dans lequel elles se réalisent d'où distinction entre
  - innovation technique
  - innovation commerciale
  - innovation financière,
  - sociale
  - organisationnelle
- à l'étape du processus de production dans laquelle elles sont introduites

## **La démarche innovatrice**

L'innovation technologique consiste à associer quatre éléments : un besoin, un produit, des matériaux et une technique.

Elle comporte donc 4 phases :

- la détection d'un besoin c'est-à-dire un ensemble de fonction à remplir
- conception d'un objet, adapté au besoin identifié
- identification des matériaux utilisables
- maîtrise de la technologie permettant de combiner les matériaux pour obtenir l'objet

Les entreprises réalisent à ces diverses phases, des innovations d'inégales importances relevant de :

- ✓ la création
- ✓ l'amélioration (le conditionnement d'un parfum en atomiseur au lieu d'un flacon traditionnel)
- ✓ l'imitation
- ✓ la transposition (ex : utilisation du laser en optique puis en chirurgie, en matière de reproduction sonore, pour la découpe en textile)

→ **L'innovation se réalise ainsi souvent par des transferts technologiques intersectoriels**

### **L'initiative de l'innovation**

L'initiative de l'innovation provient :

- des services commerciaux qui identifie des besoins nouveaux ou mal satisfaits
- des services d'études techniques qui ont l'idée d'applications nouvelles en matière de matériaux, de procédés ou de produits.

L'entreprise peut donc fonder sa stratégie d'innovation sur :

**L'initiation** : elle est à l'origine du nouveau concept mis en œuvre (ex : Philips pour le lecteur de disques audio numérique)

**La réponse** : elle innove en répondant à une suggestion ou à une demande formulée par des clients, des prescripteurs ou des fournisseurs (ex : fabrication de matériel médical et chirurgical à la demande des services médicaux)

### **Délimitation du sujet**

L'innovation dans l'entreprise

- l'innovation concerne tous types d'organisation mais notre étude se limitera au cas de l'entreprise

notre problématique traitera du pourquoi innover et comment gérer l'innovation