

## L'innovation Définition et fondements

**Définition :** L'innovation est une démarche structurée autour d'un processus et qui doit répondre de manière créative à un **besoin identifié** en créant de **la valeur** et en s'assurant de son **appropriation** par ses destinataires.

### Les 3 piliers fondateurs de l'innovation :

- **La créativité :** c'est notre capacité à générer quelque chose de nouveau face à une situation donnée. *Etre Créatif c'est trouver une solution nouvelle face au problème que l'on nous pose.*
- **La valeur :** C'est le cœur de l'innovation. Créer de la valeur est la raison d'être de toute démarche d'innovation. Elle correspond à ce que j'apporte par rapport à ce que cela coûte. On peut la définir comme étant le **rapport entre la satisfaction et les ressources**.
- **La conduite du changement :** C'est une condition nécessaire de l'innovation. L'innovation ne sera possible que si la cible (les clients) accepte la nouveauté et se l'approprie : on appelle cela la **socialisation**. La socialisation correspond au fait que les clients l'achètent et soient satisfaits.



## L'innovation Les différents types d'innovation

Les différentes innovations se caractérisent par leur caractère innovant d'un point de vue **marketing** et d'un point de vue **technologique**.



**Remarque :** L'innovation de rupture est considérée comme la plus « risquée » car elle modifie les repères technologiques et marchés en même temps.

L'innovation de synthèse est considérée comme étant celle ayant un ratio impact sur le marché par rapport aux difficultés technologiques le plus avantageux.



Innovation de synthèse  
Innovation de rupture  
Innovation Incrémentale  
Innovation d'adaptation

## L'innovation Innovation incrémentale

**Innovation incrémentale** : appelée aussi amélioration produit, elle consiste à améliorer les performances du produit (ou du service). Elle possède un caractère « modeste » dans le monde des innovations. Elle ne nécessite pas de changements fondamentaux au sein de l'entreprise et ne créera pas de changement brutal auprès des utilisateurs.

**Exemples** : téléphone sans fil, Discman, moteur Diesel à injection ... à la différence d'exemples d'innovations de rupture comme le téléphone portable, le Walkman, le moteur Diesel.



CIT

Innovation de synthèse  
Innovation de rupture  
Innovation Incrémentale  
Innovation d'adaptation

## L'innovation Innovation de synthèse

**Innovation de synthèse** : elle consiste à assembler plusieurs produits (fonctions différentes) pour n'en faire qu'un seul. On peut également réaliser une innovation de synthèse en mixant des produits et des services. L'innovation de synthèse est celle qui a le rapport impact *marketing*/risque pris le plus favorable.

**Exemple** : intégration d'un appareil photographique, d'un GPS, d'un accéléromètre, d'une connexion Internet par wifi ou 3G+ ... dans un *téléphone portable*. Accès à une multitude de services à partir des applications du téléphone portable (location, achat, réservation, ...).



CIT

Innovation de synthèse  
Innovation de rupture  
Innovation Incrémentale  
Innovation d'adaptation

## L'innovation Innovation de rupture

**Innovation de rupture** : elle consiste généralement à une modification complète des usages, des repères, des habitudes que le client (le marché ou l'utilisateur) avait jusqu'à présent. En modifiant les conditions d'utilisation, il va falloir gérer un changement par rupture en faisant un gros travail de « socialisation » pour que le produit soit accepté par le client. C'est la plus risquée des innovations.

**Exemples** : téléphone portable, Walkman, moteur Diesel, ... à la différence d'exemples d'innovations incrémentales comme le téléphone sans fil, le Discman, le moteur Diesel à injection.



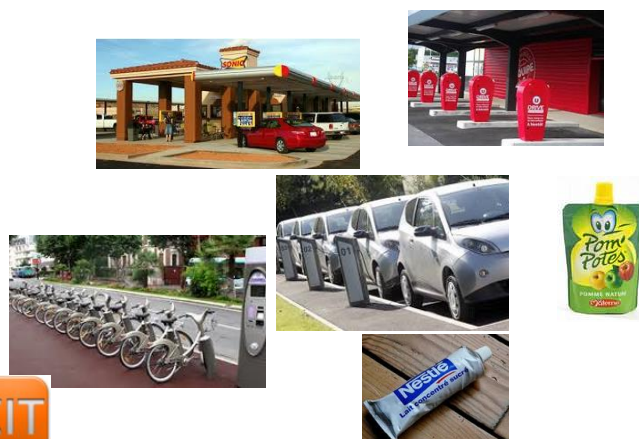
CIT

Innovation de synthèse  
Innovation de rupture  
Innovation Incrémentale  
Innovation d'adaptation

## L'innovation Innovation d'adaptation

**Innovation d'adaptation** : L'innovation d'adaptation consiste à dupliquer ou à adapter une innovation d'un secteur vers un autre secteur, ou d'un usage vers un autre usage. C'est l'adaptation d'une solution précédemment connue sur un secteur mais comportant les modifications nécessaires pour son application dans d'autres conditions plus locales. Le niveau de risque est faible. Le marché est souvent concurrentiel.

**Exemple** : L'Autolib, inspirée du Velib, concept de « drive in » pour les courses en hypermarché inspirée du « drive » restauration rapide, le packaging de la boisson à boire Maternelle inspiré par le berlingo de lait concentré Nestlé,...



CIT