



## ASSOCIATION POUR UNE PRATIQUE DE L'INNOVATION

Note de réflexion du 18/04/06 – mise à jour le 24/05/06

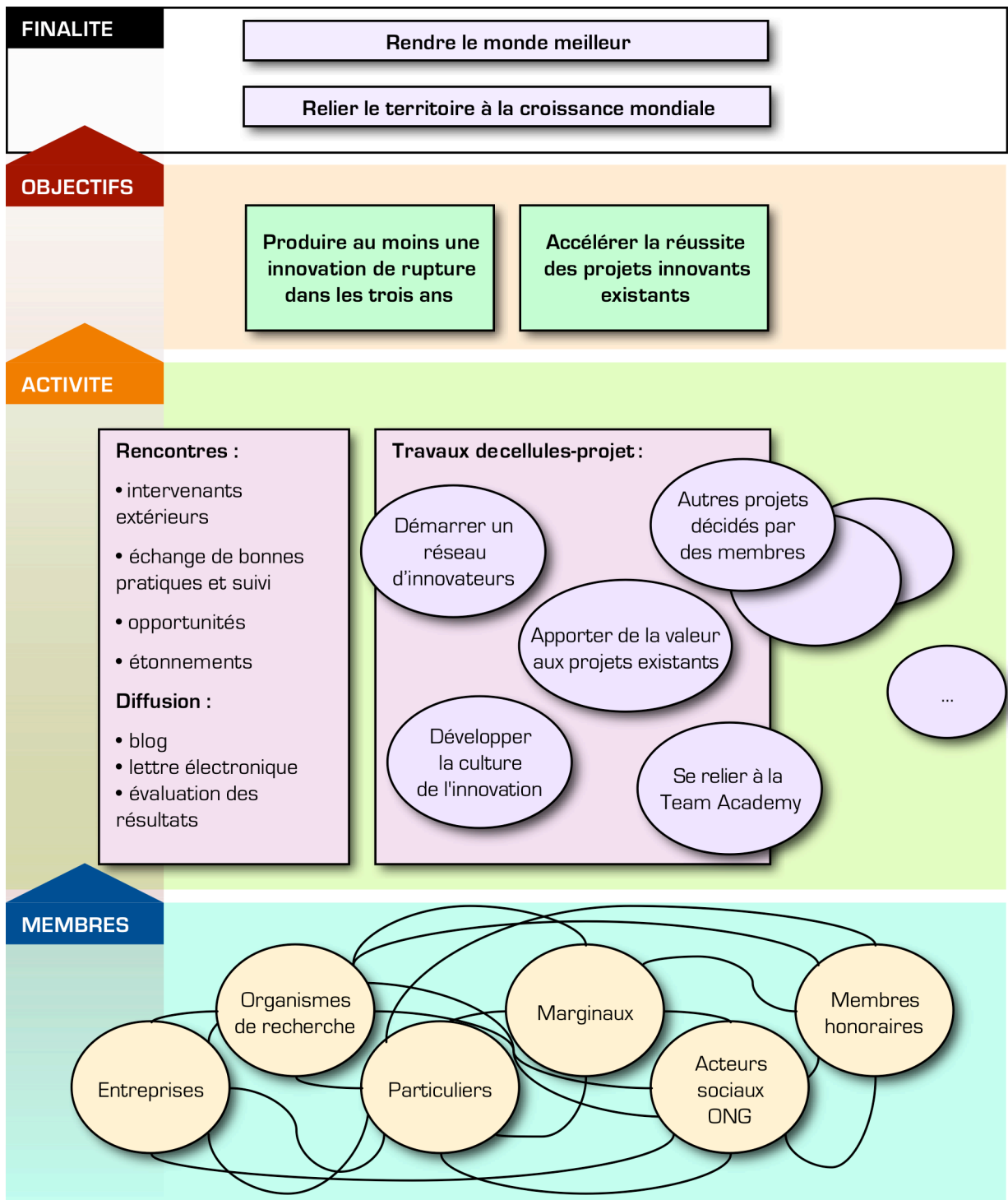
Auteur : Philippe Schoen – [phs@latitude.fr](mailto:phs@latitude.fr)

*« Il n'y a rien de mal à être déviant ; il est tragique de le rester »*

*Serge Moscovici*



## SYNTHESE





## SOMMAIRE

---

”	<b>PREAMBULE</b> .....	<b>4</b>
...	COMMENT FAIRE D’UNE IDEE NOUVELLE UNE INNOVATION ?	
...	PARTAGER LES OUTILS PRATIQUES POUR INNOVER	
...	UNE ASSOCIATION D’ENTREPRENEURS INNOVATEURS	
”	<b>FINALITE</b> .....	<b>7</b>
...	PARTICIPER A UN NOUVEAU CYCLE DE CROISSANCE MONDIALE	
...	RENDRE LE MONDE MEILLEUR	
”	<b>OBJECTIFS</b> .....	<b>8</b>
...	ETRE UN LIEN DECISIF D’AU MOINS UNE INNOVATION DE RUPTURE DANS LES TROIS ANS	
...	FAVORISER DES LA PREMIERE ANNEE L’ABOUTISSEMENT DE PROCESSUS D’INNOVATIONS EXISTANTS	
”	<b>FONCTIONNEMENT DE L’ASSOCIATION</b> .....	<b>10</b>
...	POURQUOI UNE ASSOCIATION ?.....	10
...	DIFFERENCIATION .....	11
...	MEMBRES.....	11
!	<i>Membres entreprises et instituts de recherche</i>	
!	<i>Membres particuliers</i>	
!	<i>Membres associations</i>	
!	<i>Membres sans ressources</i>	
!	<i>Membres associés (institutions : collectivités, médias, ...)</i>	
!	<i>Membres honoraires</i>	
...	REGLES DE COMPORTEMENT.....	14
...	PHASE DE DEMARRAGE .....	15
!	<i>Les pionniers</i>	
!	<i>Les premières réunions</i>	
!	<i>Avancer en marchant</i>	
”	<b>ANIMATION DU RESEAU DE MEMBRES</b> .....	<b>16</b>
...	RENCONTRES .....	16
!	<i>Sessions permanentes</i>	
!	<i>Travaux de cellules projets et réunions de créativité</i>	
...	BLOG ET LETTRE ELECTRONIQUE.....	17
...	PERMANENCE.....	17
!	<i>Dénomination</i>	
!	<i>Sécretariat</i>	
!	<i>Domiciliation</i>	
”	<b>PROGRAMMES D’ACTIONS</b> .....	<b>18</b>
...	DEVELOPPER LA CONNAISSANCE DES PROCESSUS D’INNOVATION	
...	IDENTIFIER LES PROJETS EXISTANTS ET LEUR APPORTER DE LA VALEUR	
...	DEMARRER UN RESEAU D’INNOVATEURS	
...	RELIER L’ASSOCIATION A LA TEAM ACADEMY	
”	<b>BUDGET</b> .....	<b>20</b>
”	<b>L’AUTEUR DU PROJET</b> .....	<b>21</b>



## PREAMBULE

---

### ... COMMENT FAIRE D'UNE IDÉE NOUVELLE UNE INNOVATION ?

---

C'est le but de ce projet d'association. Il part de deux constats simples :

- en France, invention et innovation sont trop souvent confondues
- en France, l'innovation est trop souvent limitée à la technologie

Si l'innovation était une invention, la France dominerait les TIC avec le minitel. Si l'innovation se limitait à la technologie, les femmes n'auraient toujours pas le droit de vote.

**! De nombreux chercheurs et entrepreneurs expérimentent et confirment depuis trente ans que :**

---

- l'innovation est un **processus** dans lequel le marché est plus important que l'inventeur<sup>1</sup>,
- l'innovation est **culturelle** : elle est **à la fois** technologique, sociale et politique ; elle **est à la fois** une nouvelle offre et un nouvel usage,
- la diffusion de l'innovation suit un parcours singulier, à travers des **réseaux** de personnes aux motivations différentes et aux intérêts convergents.

Ces trois points clés sont connus et appliqués aux Etats-Unis, où les entrepreneurs excellent en innovation produit<sup>2</sup>.

L'Europe, et en particulier la France excelle en innovation de process.

**L'innovation de process améliore la productivité. L'innovation produit ouvre de nouveaux marchés. L'Europe, la France et l'Alsace ont besoin d'entrepreneurs qui ouvrent de nouveaux marchés.**

---

<sup>1</sup> Le marché peut se passer d'inventeur. L'inventeur ne peut pas se passer du marché.

<sup>2</sup> Au sens large, c'est-à-dire produit et services. Il n'y a pratiquement plus de frontière entre les deux : un produit nouveau est étroitement associé à des services. Exemple : l'iPod d'Apple. L'inverse est vrai aussi. Exemple : Nespresso.

## ... PARTAGER LES OUTILS PRATIQUES POUR INNOVER

---

Ces entrepreneurs existent. Je pense qu'ils n'ont pas les outils pour s'épanouir :

- **les outils culturels** : comment fonctionne le processus d'innovation ? quelles sont les **bonnes pratiques** dans le monde qui permettent au produit innovant de trouver son marché ?
- **les outils relationnels** : avec qui partager la même passion pour améliorer mon idée ? qui partage les mêmes intérêts pour la réaliser ensemble ? comment faire les **bonnes rencontres** ?
- **les outils de veille et de créativité** : quelles sont les tendances du marché ? mon innovation est-elle déjà en retard ou trop en avance ? comment produire la **bonne idée au bon moment** ?

## ... UNE ASSOCIATION D'ENTREPRENEURS INNOVATEURS

---

Pour fournir ces outils, je propose la création d'une association d'entrepreneurs. Elle se situe en marge de l'institution, **déviant** et complémentaire à l'institution<sup>3</sup>.

**L'institution attribue des aides « par le haut »**. Elles sont sans aucun doute très importantes. Par exemple :

- des aides financières,
- l'accès à un réseau d'acteurs,
- l'accès à des informations.

**L'association propose aux innovateurs de s'entraider « sur le terrain »**. Elle est un lieu d'opportunités. Par exemple :

- exposer leur projet aux autres et les améliorer,
- trouver des partenaires enthousiastes et intéressés pour faire un bout de chemin ensemble dans le but de concrétiser leur projet,
- prendre connaissance d'autres expériences dans le monde pour imaginer des idées nouvelles.

Les deux approches sont convergentes. Elles créent de l'activité.

Elles sont complémentaires. L'institution fournit une matière première (argent, réseau, information).

---

<sup>3</sup> Voir à ce propos le travail remarquable et méconnu du sociologue Serge Moscovici sur les minorités, l'influence, la conformité et la norme : « psychologie des minorités actives » aux PUF - 1976. Un phrase en couverture de mon édition de son livre résume notre idée de processus d'innovation : « il n'y a rien de mal à être déviant ; il est tragique de le rester ».

! **L'association traite cette matière première :**

---

- les idées sont **partagées** et **améliorées** pour être rentables,
- le réseau est actif, destiné à faire des rencontres **opportunistes**,
- les expériences sont **assimilées** pour produire de nouvelles idées.



## FINALITE

---

### ... PARTICIPER A UN NOUVEAU CYCLE DE CROISSANCE MONDIALE

---

La première finalité est d'ancrer le territoire aux territoires en croissance : croissance économique, croissance de la connaissance, croissance du bien-être.

#### ! Dans quel contexte ?

---

L'Europe est à la traîne de la croissance mondiale. Et pourtant la croissance mondiale va s'accélérer avec l'émergence d'innovations de rupture.

- Après les TIC, les nanotechnologies et les technologies du vivant vont changer notre **rapport au monde physique**,
- l'évolution du capitalisme de l'âge de la propriété vers **l'âge de l'accès**<sup>4</sup> ouvre de nouvelles opportunités (et de nouvelles menaces),
- la **mondialisation** des échanges et de la communication bouleverse les cultures et les modèles sociaux.

Dans ce contexte, le monde n'est pas en crise. Il est en marche vers autre chose, **un avenir à imaginer et à faire**.

Il n'y a aucune raison pour que l'Europe, la France ou l'Alsace n'aient pas la capacité d'y contribuer.

### ... RENDRE LE MONDE MEILLEUR

---

La deuxième finalité est d'innover pour le progrès de l'humanité. Investir tous les champs possibles de l'innovation : économique, sociale et politique.

#### ! Dans quel contexte ?

---

La prise de conscience d'un **développement durable**... est durable. A ceux qui pensent encore que c'est un phénomène de mode, il faut rappeler que le concept est né au début des années 1970. Une mode de bientôt quarante ans s'appelle une tendance lourde.

La **mondialisation** est très peu vécue en France<sup>5</sup>. Elle le sera peut-être lorsque des millions de Chinois viendront faire du tourisme en France ou lorsque l'Afrique dépassera le milliard d'habitants.

---

<sup>4</sup> Cf « L'âge de l'accès – la nouvelle culture du capitalisme », Jeremy Rifkin, Editions la Découverte (première édition en 2000, réédité en 2005)

Accepter le développement durable et la mondialisation suppose des innovations sociales et politiques.

Dans ce contexte, toute innovation :

- respectera l'environnement, la vie sociale et les cultures,
- pariera sur un processus d'**acculturation**<sup>6</sup> sans précédent.

Sans quoi, elle sera rejetée.



## OBJECTIFS

---

L'association se fixe des objectifs ambitieux pour réveiller l'enthousiasme.

### ... ETRE UN LIEN DECISIF D'AU MOINS UNE INNOVATION DE RUPTURE DANS LES TROIS ANS

---

L'association devra être à l'origine d'au moins un processus d'innovation de rupture. Cette innovation de rupture ancrera l'Alsace dans le monde.

#### ! Innovations d'amélioration et innovations de rupture

---

Je fais une différence entre les innovations de rupture et les innovations d'amélioration<sup>7</sup>. Les deux sont utiles.

**Les innovations d'amélioration** apportent un progrès radical dans l'usage d'un bien ou d'un service existant. Ces innovations détruisent peu de valeur, maintiennent ou créent de la valeur ajoutée.

Le secteur automobile, par exemple, produit beaucoup d'innovations d'amélioration : les modèles sont constamment améliorés, mais la structure du produit est la même depuis un siècle.

**Les innovations de rupture** sont plus rares. Elles remplacent un ou plusieurs produits et services par d'autres, différents. Les autres produits deviennent obsolètes voire inutiles. Dans un premier temps, elles détruisent de la valeur (des filières, des manières de faire, des rapports de pouvoir).

Elles créent de la valeur dans un deuxième temps. Elle est distribuée différemment entre les parties prenantes et les individus. Les innovations de rupture changent les rapports de pouvoir entre les acteurs.

---

<sup>5</sup> Les lettres persanes de Montesquieu, datant d'avant la révolution industrielle, sont d'une tragique actualité.

<sup>6</sup> Voir à ce propos ma note de réflexion « acculturation et communication de masse » sur mon blog (note consacrée à Abdul Rahman : « Abdul Rahman dans le monde du jamais vu et du mal entendu »)

<sup>7</sup> Il existe beaucoup de typologies plus ou moins opérationnelles.

Le commerce électronique, par exemple, est probablement une innovation de rupture dans les réseaux de distribution. Pressenti depuis le milieu des années 90 comme allant tuer les réseaux classiques (grandes surfaces, VPC), il occupe une place chaque année plus importante.

**Il n'y a pas de frontière nette entre innovation d'amélioration et innovation de rupture.** Des successions d'améliorations aboutissent à des ruptures (il me semble que c'est le cas du transport collectif<sup>8</sup>). Des innovations de rupture n'émergent qu'après des successions d'amélioration (la bulle internet<sup>9</sup> en est un avatar).

### ... FAVORISER DES LA PREMIERE ANNEE L'ABOUTISSEMENT DE PROCESSUS D'INNOVATIONS EXISTANTS

---

Il existe en Alsace de nombreux projets innovants. L'association veut apporter tout de suite aux porteurs de ces projets les outils qui (peut-être) leur manquent pour **réussir le plus vite possible sur le marché.**

#### ! De l'invention à la norme : l'innovation est un processus

---

L'innovation est un **processus** de l'idée à l'invention, de l'invention au produit (produit physique, services associés et « modalités d'accès »<sup>10</sup>).

Le processus aboutit lorsque le produit ou le service développé devient une **norme** sur le marché. Cette norme remplace la précédente<sup>11</sup>.

La France est pleine de géniaux inventeurs, mais qui ont bien du mal à imposer leurs normes.

---

<sup>8</sup> L'aviation civile s'est développée en améliorant la sécurité, le confort, les services, la compétitivité, les économies d'énergie. En une génération, elle a rendu banal le fait de se retrouver de l'autre côté de la planète dans la journée. Le TGV produit un effet comparable, avec plus de dégâts pour les compagnies aériennes court-courrier.

<sup>9</sup> Toutes les prédictions de la fin des années 90 sur les possibilités offertes par internet étaient fondées. Elles ont englouti des milliards d'Euros sans succès. Aujourd'hui, ce sont les entreprises de « l'ancienne économie » (on a presque oublié ce terme très à la mode à l'époque) qui réalisent ces prédictions. Je note qu'il a fallu deux clés pour qu'internet devienne un outil d'usage courant (une norme) : la technologie (en particulier l'augmentation des débits) et la culture (l'appropriation de l'outil par un nombre suffisant de personnes).

<sup>10</sup> Ahmed Silem dans « la diffusion des nouvelles technologies » Editions Cnrs - 1987 définit le produit comme un ensemble « hardware », « software » et « orgware ». C'est une typologie simple et utile.

<sup>11</sup> On sent intuitivement que le mécanisme est le même que celui des changements de paradigmes scientifiques, décrit par Thomas Kuhn dans « la structure des révolutions scientifiques ».



## FONCTIONNEMENT DE L'ASSOCIATION

---

### ... POURQUOI UNE ASSOCIATION ?

---

Les premiers échanges autour de ce projet ont aussi porté sur des questions-clé du statut de la « communauté d'innovateurs » que ce projet veut réunir :

- question de la confidentialité
- remise en question du statut associatif

La réponse à la **confidentialité** est en cours d'exploration. C'est sans aucun doute un point critique : il peut bloquer ou épanouir la démarche.

Sur la question du **statut associatif**, j'ai été joyeusement déstabilisé par mes interlocuteurs : le statut associatif n'est-il pas une manière de rentrer dans le rang, de faire partie de l'institution ?

Ma réponse se veut volontairement fragile, parce que je suis aussi sensible à cet argument et j'aime bien l'idée d'une communauté informelle.

#### ! Pour l'instant, ma position est la suivante :

---

Le projet doit se situer à la « marge » :

- un innovateur est un marginal
- le fonctionnement du groupe doit être différent de ceux initiés par l'institution

Et le projet doit être relié à l'institution, puisqu'il doit permettre aux membres de groupe de se développer dans notre société, ici et maintenant.

Il me semble donc essentiel d'avoir une existence juridique qui permette :

- une mutualisation de moyens
- une reconnaissance du groupe par l'institution

Le statut associatif me semble le plus simple et le plus léger à mettre en œuvre. **Je reste ouvert à toute autre proposition, y compris impensée...** (on doit aussi innover dans ce domaine)

## ... DIFFERENCIATION

---

De nombreuses initiatives, connues ou non, relèvent du même principe que ce projet. Ce qui est à peu près commun :

- **la proximité des innovateurs** : des gens qui apprennent à se connaître en se rencontrant régulièrement, en accueillant régulièrement d'autres gens, en travaillant ensemble, des personnalités qui se frottent à des personnalités,
- **le pragmatisme** : mettre en pratique tout de suite ce qu'on apprend des autres, partager les projets dans le seul but de réussir ce qu'on entreprend, choisir ce qu'on fait ensemble dans le seul but de faire avancer son projet,
- **l'ouverture** : l'apprentissage de la confiance et de la coopération, la capacité à surmonter ses méfiances<sup>12</sup>,

### ! Ce qui, me semble-t-il, est différenciateur :

---

- **la diversité** : croiser les cultures. Apprendre de l'étranger. Intégrer l'économique, le social et le politique. Relier la théorie à la pratique. Combiner les pensées émergentes (ultra-libéralisme, altermondialisme, utopies, catastrophistes éclairés) aux penseurs historiques (Adam Smith le moraliste, Karl Marx l'économiste, Schumpeter le théoricien de l'innovation, etc...).

## ... MEMBRES

---

**Sont membres des personnes qui ont au moins un projet de création d'activité innovante<sup>13</sup>.**

### ! Membres entreprises et instituts de recherche

---

Les entreprises ou laboratoires de recherche participent en tant que personnes morales. Ils bénéficient de l'activité de l'association pour des projets qui mobilisent des équipes. Les membres de ces équipes pourront participer aux travaux et profiter des résultats des travaux de l'association.

### ! Membres particuliers

---

N'importe quelle personne ayant le désir de faire quelque chose de différent pour créer de l'activité pourra participer aux travaux de l'association.

---

<sup>12</sup> Il me semble que les innovateurs français ont une culture bloquante : culture du secret, défiance, certitude d'être meilleur que les autres. Il est très difficile de faire coopérer les créatifs entre eux, pour des raisons multiples et complexes. A l'inverse, on trouve aussi des talents mis à jour trop tôt et qui échouent pour des raisons probablement psychologiques (parallèle avec le cas des sportifs français de haut niveau ?)

<sup>13</sup> Cette condition doit être précisée de manière très claire, voire remise en question. C'est une des premières décisions (avec la vision et les missions) qui doit être prise par les membres fondateurs.

Des consultants peuvent adhérer à l'association, même s'ils ont un objectif commercial. Du moment qu'ils participent aux travaux et apportent de la valeur.

Des hommes politiques (de tout bord, extrêmes y compris), élus ou non, des hommes de religion (toutes les religions), sont bienvenus. Du moment qu'ils ne font pas de prosélytisme.

### ! Membres associations

---

Les associations participent en tant que personnes morales. Elles bénéficient de l'activité de l'association au même titre que les entreprises.

Les associations à caractère social sont bienvenues<sup>14</sup>.

### ! Membres sans ressources

---

Des porteurs de projet innovants peuvent être dans des situations sociales difficiles. L'étymologie même d'innovation invite à inclure les exclus<sup>15</sup>.

L'association peut, par exemple, s'ouvrir à des personnes récemment immigrées, à fort potentiel.

### ! Membres associés (institutions : collectivités, médias, ...)

---

Les membres associés ne participent pas aux travaux, mais fournissent des moyens. Leurs intérêts sont divers.

**Les collectivités, services de l'Etat ou de l'Union Européenne** peuvent subventionner pour permettre à l'association d'atteindre ses objectifs plus sûrement et plus vite. L'association leur permet également d'identifier des projets porteurs.

**Les médias** peuvent apporter leur contribution, par éthique du dirigeant et/ou de l'un ou l'autre des journalistes.

---

<sup>14</sup> Le problème de beaucoup d'associations à caractère humanitaire ou social est un manque absolu d'efficacité. Le seul fait d'adhérer à l'association sera un apprentissage de l'action efficace.

<sup>15</sup> Innover vient du mot latin "*innovare*" qui signifie revenir à, renouveler, lui-même composé du verbe "*novare*", changer, et du préfixe in-.

Le préfixe in- nous indique que l'innovation est un mouvement vers l'intérieur. On dira aujourd'hui un "*processus d'intégration*". Innover ce n'est pas un objet ou un produit, c'est le fait de rentrer dans quelque chose de "*nouveau*". Alors qu'on dirait aujourd'hui qu'innover, c'est sortir du cadre, l'étymologie nous indique qu'on pénètre dans quelque chose. On comprend mieux le sens de ce mouvement dans l'utilisation du mot innovation dans la terminologie juridique au Moyen Âge : "*introduire quelque chose de nouveau dans une chose établie*". Innover, c'est entrer dans le quotidien pour mieux le changer, d'où l'acception de renouveler.

Le deuxième terme "*novare*" est lui aussi fécond, puisqu'il vient de la racine "*novus*", nouveau. A l'origine, une "*novela*" était une terre récemment mise en valeur, belle image au fond de ce qu'est l'innovation aujourd'hui. Jusqu'au XII<sup>ème</sup> siècle, le mot désignait ce qui était jeune. Puis vers le XVI<sup>ème</sup> siècle, le sens dérive vers ce qui est singulier, inattendu, surprenant. C'est à cette même période que le mot innover signifie faire preuve d'inventivité, créer des choses nouvelles, sens qu'il a encore aujourd'hui.

Par exemple :

- vu la diversité des membres, les talents de vulgarisation des bons journalistes seraient très utiles,
- ouvrir régulièrement les colonnes aux travaux de l'association bénéficierait à tout le monde,
- se faire l'écho de réussites des membres de l'association contribuerait au rayonnement de l'initiative et de la région.

### ! Membres honoraires

---

Les membres honoraires forment un groupe qui fonctionne comme un « comité scientifique ». Je propose l'ouverture de l'association à des personnalités de renommée mondiale dans le domaine de l'innovation.

Je pense à :

- l'économiste Jeremy Rifkin,
- le fondateur d'Apple, Steve Jobs,
- le directeur de Max Havelaar France, Victor Ferreira,
- l'anthropologue Françoise Héritier,
- le sociologue spécialiste de l'innovation Norbert Alter,
- ou encore des figures moins denses mais plus médiatiques telles Joël de Rosnay ou Michel Godet.

Ces membres honoraires pourraient être des cautions de la pertinence des travaux des membres de l'association, voire des référents.

Attention : risque d'explosion

Imaginons un instant tout ce beau monde réuni : nous avons tous les ingrédients du chaos :

- fortes personnalités, caractérielles
- idéologies opposées
- visions du monde radicalement différentes
- langages différents
- ...

Au fond, c'est la meilleure recette.... Avec le risque de faire exploser la cuisine.

Pour confiner au mieux « ce cœur de réacteur », je propose l'engagement pour chaque membre de se conformer à quelques règles de comportement<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Issues de mon expérience en tant que dirigeant, et de travaux réalisés par un neurobiologiste sur l'activation du cerveau pré-frontal (Jacques Fradin)

### ! Avancer en marchant (1)

---

Les membres sont pragmatiques. Ils prennent part à l'activité de l'association :

- en participant à la construction de ses fondations,
- en aidant chaque membre à progresser dans son projet,
- en décidant ensemble de ce que l'association devra faire dans les années à venir.

### ! Se faire l'avocat de l'ange

---

Les membres s'engagent à ne pas juger les autres membres. Ils se feront l'avocat de l'ange, avant de se faire l'avocat du diable : s'ils ont une critique à formuler, ils chercheront d'abord à améliorer le projet de l'autre.

### ! Dire sa vérité et accepter celle de l'autre

---

Les membres n'hésitent pas à dire ce qu'ils pensent et ce qu'ils ont sur le coeur, dans tous les domaines. La seule limite concerne :

- le respect du projet de l'autre,
- le respect de la vérité de l'autre.

### ! Etre curieux de tout

---

Les membres sont acteurs de la démarche de l'association, pas consommateurs. Ils en tirent profit en approfondissant et en expérimentant ce qu'ils apprennent. Ils partagent cette expérience avec les autres membres.

Les sujets qui ne font pas avancer les projets seront abandonnés. Les sujets qui font avancer seront approfondis.

Plus généralement, l'association garde ce qui marche et abandonne ce qui ne marche pas.

### ! Respecter ce qui surprend

---

Les membres apprennent à écouter les « signaux faibles ». Ils savent s'étonner et respectent ce qui n'est pas dans la norme.

Leur intérêt est de discerner les idées hors-norme qui pourraient devenir la norme de demain.

### ! Prendre des risques

---

Les membres sont décidés à entreprendre et à prendre des risques financiers ou de carrière.

## ... PHASE DE DEMARRAGE

---

### ! Les pionniers

---

L'association doit pouvoir vivre dans un premier temps grâce à la volonté et l'énergie d'une quinzaine de membres actifs. Ils se partageront les tâches de création de l'association et de recrutement des membres. Nous devons fonctionner comme des virus et transmettre à d'autres membres notre énergie.

La promesse qui est faite aux membres sera soutenue par l'animation du réseau et les programmes d'actions (voir ci-après).

### ! Les premières réunions

---

Les premières réunions seront destinées à présenter l'association. Elles permettront de recruter un nombre suffisant de membres pour organiser une première session.

### ! Avancer en marchant (2)

---

L'association est au service de ses membres. Ce sont ses membres qui décideront chaque année de ce qu'ils voudront en faire dans les années à venir.

**Si les objectifs sont atteints, les retours pour la collectivité sont très importants, sans commune mesure avec le budget de l'association. Le principe aura fait ses preuves. Il pourra, pourquoi pas, être dupliqué ou essaimer.**



## ANIMATION DU RESEAU DE MEMBRES

---

L'association propose des activités régulières destinées à faciliter la rencontre et le partage des projets de ses membres.

### ... RENCONTRES

---

#### ! Sessions permanentes

---

Chaque année, je propose d'organiser 10 sessions d'une demi-journée suivie d'un dîner.

Chaque session comprend :

- l'actualité de la vie de l'association : projets en cours, nouvelles idées, présentation de travaux des cellules projet<sup>17</sup>...
- une conférence sur un thème et la présentation orale d'un ou plusieurs projets innovants alsaciens<sup>18</sup>,
- l'évaluation des sessions portera sur leur utilité : les membres indiqueront notamment l'idée qu'ils mettront en pratique.

Pour le lancement de l'association, je proposerais à des intervenants de faire le point sur l'innovation : inviter Françoise Héritier ou Norbert Alter ou des personnalités de cette envergure me semble pertinent.

Il y a également en Alsace des entreprises et laboratoires dont l'expérience mérite d'être partagée. Par exemple, le laboratoire de conception innovante TRIZ de l'INSA de Strasbourg.

Une autre source d'intervenants peut être trouvée dans le programme de conférences printemps 2006 du CNAM. Le CNAM organise du 21 février au 6 juin 2006 « les mardis de l'innovation », série de conférences débat de trois heures. Les mardis de l'innovation ont pour but de diffuser la culture de l'innovation sous toutes ses formes.

#### ! Travaux de cellules projets et réunions de créativité

---

L'association pourra très vite envisager des travaux en sous-groupes. Je les imagine de deux ordres :

- cellules projets destinées à mettre en œuvre les programmes d'action,
- organisations de réunions de créativité à la demande des membres pour faire avancer un projet.

---

<sup>17</sup> Les cellules projet sont des équipes projet constituées par des membres qui souhaitent réaliser une mission pour l'association ou la collectivité (voir partie « programmes d'actions »)

<sup>18</sup> Conférence et présentation d'un projet concret font volontairement partie d'un même ensemble. La théorie et l'expérience doivent servir à la pratique des projets des membres de l'association. Les intervenants sont également auditeurs et participants.

## ... BLOG ET LETTRE ELECTRONIQUE

---

Pour communiquer les travaux et les rencontres, maintenir le contact avec les membres, l'association créera un blog et une lettre électronique envoyée après chaque session permanente.

Un rapport d'activité semestriel présentera les résultats des travaux de l'association.

Le blog est gratuit. La lettre électronique a un coût modeste. Le rapport d'activité peut être envoyé en .pdf et ne coûterait rien non plus.

Si l'association veut se relier à d'autres initiatives dans le monde, il sera par contre nécessaire de traduire l'ensemble des articles en anglais.

## ... PERMANENCE

---

### ! Dénomination

---

La dénomination de l'association est à créer avec les membres de la première heure<sup>19</sup>.

### ! Secrétariat

---

Un poste de secrétariat est à créer, à mon avis, pour les missions et tâches suivantes :

- organisation des sessions et travaux : invitations, relances, recherche de lieu, préparation des salles, réservations des dîners,
- prise en charge des intervenants : identification des coordonnées des intervenants, réservations d'avion et d'hébergement, accueil de l'intervenant,
- compte-rendu des sessions et travaux : participation à toutes les réunions, rédaction et diffusion des compte-rendus,
- accueil : réception des courriers, mails, appels.

Le secrétariat représentera quelques jours par mois la première année.

Si l'activité se développe (plusieurs réunions de travail par mois), il faudra prévoir un plein temps.

### ! Domiciliation

---

Je proposerais de mettre le siège de l'association hors de l'institution. Mais je ne vois pas où. On pourrait imaginer une synergie avec le projet Team Academy.

---

<sup>19</sup> J'ai pensé appeler l'association APPIA (Association Pour la Pratique de l'Innovation en Alsace – ou Alternative). Appia fait référence à la voie Appienne, route structurante de l'Empire Romain. Route vient du latin "*rupta*", rupture : ce qui est intéressant dans la route, ce sont les carrefours. Chose amusante, on trouve sur la Via Appia un lieu dit appelé « Tres Tabernae ». Tres Tabernae est aussi l'origine du nom de la ville de Saverne. Bon. Le mieux est tout de même d'avoir une démarche professionnelle de recherche de nom.



## PROGRAMMES D' ACTIONS

---

Les programmes d'actions sont des missions remplies par des membres volontaires. Ils sont destinés à :

- fortifier l'association (par exemple : l'ancrer dans un réseau international),
- créer des services utiles aux membres et à la collectivité (par exemple : organiser un voyage d'étonnement).

Ces programmes sont réalisés par l'équipe constituant la cellule.

Des membres sont libres de créer leur cellule projet suivant une validation (à préciser<sup>20</sup>).

Je propose quatre programmes d'actions structurant l'association :

### ... DEVELOPPER LA CONNAISSANCE DES PROCESSUS D'INNOVATION

---

Ce programme est destiné à :

- mettre en route les sessions permanentes (recherche d'intervenants et organisation de rencontres de recrutement),
- préparer un voyage d'étonnement, financé par les innovateurs voyageurs.

### ... IDENTIFIER LES PROJETS EXISTANTS ET LEUR APPORTER DE LA VALEUR

---

Ce programme est complémentaire au précédent. Il permettra de relier les connaissances venues de l'extérieur (intervenants) aux projets des membres.

Les premières tâches consisteront à :

- lister les projets des membres et accélérer la mise en relation,
- expérimenter des réunions de créativité pour améliorer les projets et favoriser leur diffusion sur le marché,
- relier les projets à une veille des tendances.

Cette démarche expérimentale et gratuite pour les membres aboutira à un processus d'amélioration des projets. Elle sera offerte à tous les membres qui le souhaitent.

---

<sup>20</sup> On peut imaginer que le projet est validé par le bureau de l'association. Il vérifie la cohérence du projet par rapport à la finalité de l'association. Elle s'oblige à faire part de l'évolution de ses travaux aux autres membres de l'association. Pour le reste, la cellule est autonome et bénéficie du soutien de l'association. La cellule pourra trouver les financements si nécessaire au sein de l'association, à travers le réseau de l'association ou à l'extérieur des réseaux.

## ... DEMARRER UN RESEAU D'INNOVATEURS

---

Il s'agit de se relier à des réseaux existants, régionaux, nationaux et internationaux.

La cellule se comporte comme un « comité de vigilance » qui observe l'activité des réseaux et communique avec eux.

Ses premières actions pourraient être :

- asseoir la crédibilité et la visibilité de l'association : identité de marque, communication nationale et internationale, échanger avec les réseaux existants,
- mettre à disposition des membres un annuaire des acteurs de l'innovation en France, en Europe et dans le monde et un agenda des événements,
- donner accès aux travaux et publications de ces réseaux.

## ... RELIER L'ASSOCIATION A LA TEAM ACADEMY

---

Ce projet naît au même moment qu'un autre projet dont l'esprit et la finalité sont proches : la création d'une école d'entrepreneurs sur le modèle de la Team Academy en Finlande ( [www.tiimiakatemia.net/en/](http://www.tiimiakatemia.net/en/) ).

Je suis également impliqué dans ce projet.

Il me semble important de voir quelles sont les synergies possibles avec cette école :

- relier les innovateurs aux entrepreneurs,
- partager les connaissances et les coûts des intervenants,
- partager les travaux des cellules projet,
- relier les réseaux,
- améliorer ensemble les pratiques pédagogiques.



## BUDGET

---

### ... LE BUDGET DE DEPENSES

#### COMPREND :

---

- frais de fonctionnement et secrétariat,
- frais d'organisation des sessions,
- rémunération des intervenants.

### ... LE BUDGET DE RECETTES

#### COMPREND :

---

#### ! Les cotisations

---

- membres entreprises : cotisation 1.000 Euros et dons,
- membres particuliers : cotisation 100 Euros et dons,
- membres associations : 100 Euros,
- membres sans ressources : gratuité.

#### ! Subventions et partenariats actifs

---

Auprès des institutions.

### ... MONTAGE D'UN PREMIER BUDGET

---

Le prévisionnel ci-après envisage une croissance de l'activité optimiste.

**Pour donner toutes ses chances à l'association, il serait souhaitable que les subventions couvrent la totalité des dépenses de fonctionnement des 6 premiers mois, soit environ 23.000 €.**

Fin 2006, le budget prévisionnel des années à venir sera beaucoup plus précis et on pourra envisager sereinement le financement.

Le plus sûr serait financer en totalité les 6 premiers mois par des subventions. Cela permet à l'association de conserver les recettes des cotisations pour se constituer une trésorerie qui favorisera sa pérennité.

Ces cotisations pourront aussi participer à financer les programmes d'action.

Une partie du financement pourrait se faire sous forme d'hébergement de l'association (estimé à 3.600 € la première année, puis entre 7.000 € et 8.000 € les années suivantes).

Les lieux de conférences ne sont pas budgétés : on espère pouvoir être accueilli soit par des entreprises, soit par des institutions (universités, autres équipements publics).



## L'AUTEUR DU PROJET

---

Quelques mots sur mon parcours :

J'ai 48 ans et 3 enfants (23, 18 et 13 ans).

A l'issue de ma formation initiale au Gymnase Jean Sturm (Strasbourg) et au Collège Cévenol (Chambon-sur-Lignon), j'ai obtenu le baccalauréat D (biologie).

En 1981, j'obtiens une maîtrise de Sciences Economiques à la Faculté de Sciences Economiques de Strasbourg (ULP)

### ! **Mon parcours professionnel :**

---

1983 : création de l'agence de communication Latitude, spécialisée en communication des produits industriels. Je m'intéresse particulièrement aux processus d'innovation.

Faits professionnels marquants :

1985 : conception et réalisation d'une des premières applications multimédia (vidéodisque - informatique - télérel) dans l'industrie en France.

1989 : organisation de rencontre recherches - industrie, dans le cadre d'une mission confiée par la Région Alsace. Début d'une réflexion sur la diffusion de l'innovation.

1996 : conception et réalisation d'outils de vente destinés au lancement d'une innovation pour une filiale de la SNECMA. Je formalise une approche de la communication des produits innovants.

1998 : accompagnement d'un groupe de travail de la Société Européenne de Propulsion à Bordeaux (appartient aujourd'hui au groupe SAFRAN). L'objectif de la mission est de favoriser la diffusion des applications du carbone dans l'industrie. Etablissement d'un plan de communication et organisation d'une cellule communication.

2001 : adhésion à l'Association Progrès du Management (APM), Club Erasme.

2005 : interventions régulières en communication de crise (plans sociaux, pollutions, préventions de crises).

### ! **Activités d'enseignement :**

---

- à l'IECS, en technique d'écriture sur le web,
- à l'INSA de Strasbourg, en technique de prise de parole en public,
- à l'Institut Eco Conseil, en communication (construire son plan de communication).