



## ASSOCIATION POUR UNE PRATIQUE DE L'INNOVATION

Mise au point de l'offre de l'association – compte-rendu de la réunion du 31/05/06

### ! Participants :

---

Pascal Bastien, co-fondateur de l'école d'entrepreneurs Premiers de Cordée

Patrick Rein, PDG, Activis

Jean-Bruno Guerra, conseiller en développement, CEEI

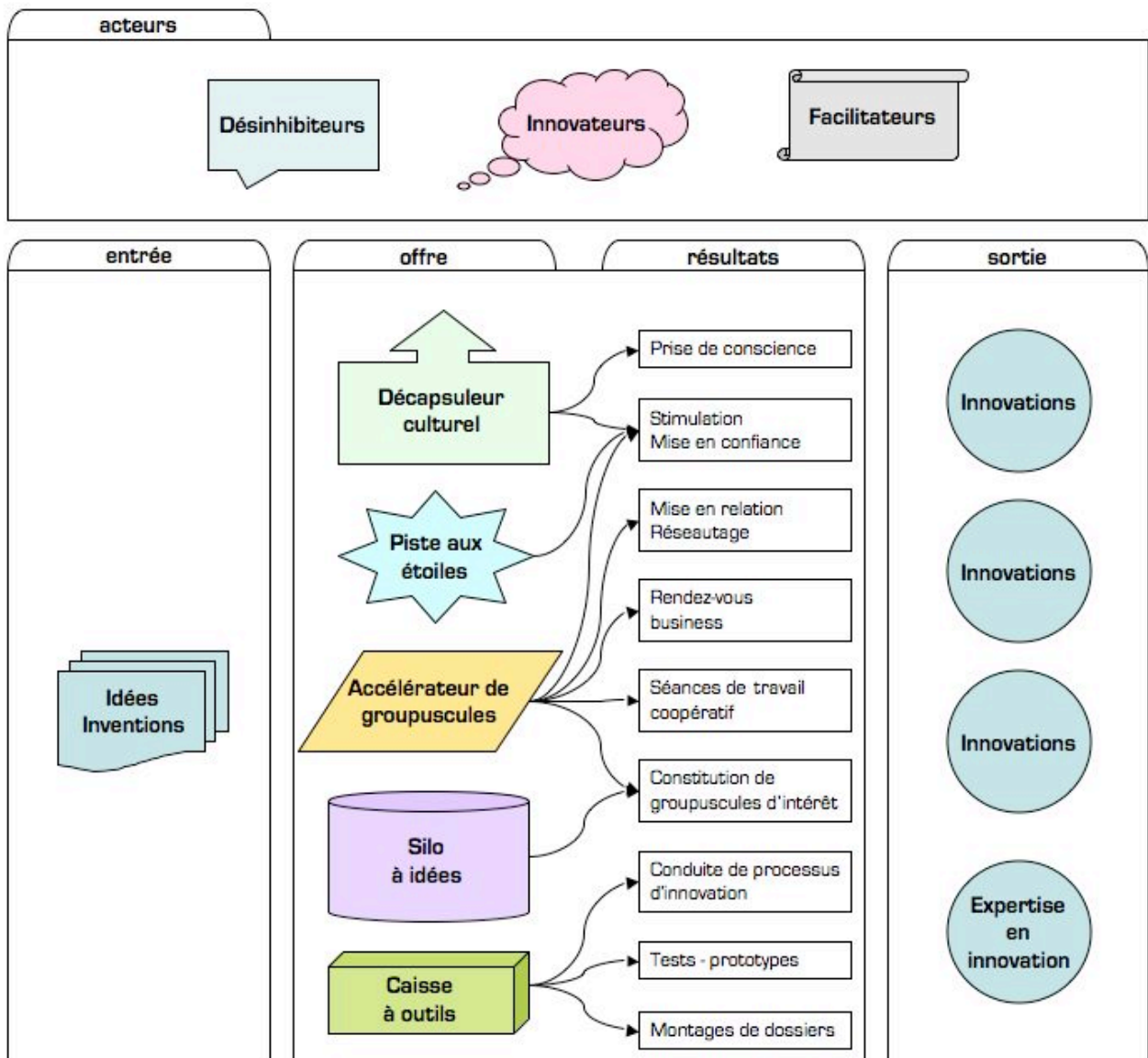
Philippe Schoen, Gérant et associé, Latitude



## SYNTHESE DE L'OFFRE

L'objectif de la réunion est de préciser la valeur ajoutée qu'apporte l'accès à l'association. Nous appelons cette valeur ajoutée « l'offre ».

Objectifs / acteurs	Offre	Résultats
<p><b>Accélérer la réussite de projets innovants existants</b></p> <p><b>Produire au moins une innovation de rupture dans les 3 ans</b></p> <p><b>Acteurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>innovateurs</b> (économiques, sociaux, politiques)</li> <li>- <b>désinhibiteurs</b> (acteurs économiques, sociaux et politiques reconnus par leurs pairs)</li> <li>- <b>facilitateurs</b> (consultants, formateurs)</li> </ul>	<p><b>Décapsuleur culturel :</b></p> <p>Interventions d'experts (« comment ça marche ? comment ça ne marche pas ? »).</p>	<p>Prise de conscience</p> <p>Ouverture d'esprit</p> <p>Stimulation d'idées</p> <p>Mise en confiance</p> <p><b>Lever les freins culturels</b></p>
	<p><b>Piste aux étoiles :</b></p> <p>Concours de la meilleure success-story.</p>	<p>Stimulation</p> <p>Mise en confiance</p> <p>Visibilité</p> <p>Réseautage</p> <p><b>Faire plaisir</b></p>
	<p><b>Accélérateur de groupuscules :</b></p> <p>Sessions de présentations (proche des BarCamps)</p>	<p>Mise en relation</p> <p>Réseautage</p> <p>Rendez-vous business parrainés</p> <p>Séances de travail coopératif (animés avec les outils de la caisse à outils)</p> <p>Constitution de groupuscules d'intérêt</p> <p><b>Mettre en route une dynamique de réussite</b></p>
	<p><b>Silo à idées :</b></p> <p>Base de données d'idées, améliorées par les membres (wiki)</p>	<p>Constitution de groupuscules d'intérêt</p> <p><b>Améliorer les idées, produire des idées nouvelles</b></p>
	<p><b>Caisse à outils :</b></p> <p>Apport bénévole de consultants pour l'animation de groupes de travail</p>	<p>Accompagnement et optimisation de processus d'innovation</p> <p>Tests – prototypes</p> <p>Montage de dossiers (financement, aide, relations institutionnelles, ...)</p> <p><b>Construire une expertise en management de l'innovation</b></p>





## LES OBJECTIFS ONT ETE REPRECISES

---

### ... OBJECTIF 1 : ACCELERER LA REUSSITE DE PROJETS INNOVANTS EXISTANTS

---

Le mot important est « accélérer ». Il signifie gagner du temps dans l'adoption de l'innovation par les usagers.

#### ! On peut gagner du temps :

---

- en trouvant plus vite des partenaires actifs
- en adaptant plus vite l'idée aux usages
- en intégrant plus vite son idée à d'autres idées complémentaires ou inédites (autres produits, services, autres usages ...)

#### ! Une autre manière d'accélérer est de « lever les freins » du porteur du projet :

---

- **culturels** : si ce n'est pas mon idée qui est importante, mais ce que les gens en font, que font les gens ?
- **sociaux** : si on est toujours le con d'un autre, de qui ai-je intérêt à être le con ?
- **familiaux** : comment ma famille peut-elle me supporter ?
- **personnels** : comment traduire ce que j'ai dans la tête ?

(ce ne sont peut-être pas les bonnes questions. Quelles seraient les bonnes ?)

Ce point est souligné dans une note du site <http://innovation.corante.com/> (Culture shock: Do most innovation problems come down to culture?).

Et comme le projet est toujours lourd à porter, ce qui est lourd ralentit :

- comment **porter le projet ensemble** ?

### ... OBJECTIF 2 : PRODUIRE AU MOINS UNE INNOVATION DE RUPTURE DANS LES 3 ANS

---

J'ai rappelé qu'une innovation de rupture se concrétisait par la **destruction** (ou **reconfiguration**) de tout ou partie d'une filière pour produire autre chose. On est d'accord que c'est un point de vue particulier. Ce n'est pas une définition de l'innovation de rupture.

J'aime bien ce point de vue parce que cela permet de comprendre qu'il peut y avoir :

- un acteur imprévu qui **entre** dans la filière
- une **reconfiguration** imprévisible du réseau des acteurs dans la filière



## LES MEMBRES : PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS DE L'OFFRE

---

L'offre s'adresse à un public particulier : il est à la fois producteur et consommateur. Il est **acteur**.

Les acteurs de l'association et leurs caractéristiques (entre autres)

### ... INNOVATEURS

---

- ont un projet (une idée, une méthode, éventuellement un plan)
- sont en recherche d'information, de contacts, de dialogue
- sont rationnels (raisonnent hors des normes)
- sont prêts à dévoiler leurs projets
- viennent de tous horizons (économiques, techniques, sociaux, politiques...)

### ... DESINHIBITEURS

---

- acteurs économiques, techniques, sociaux, politiques... reconnus par leurs pairs
- bienveillants et ouverts
- prêts à ouvrir leur carnet d'adresse
- développeurs plutôt que gestionnaires (leaders, pas managers)
- prêts à donner de leur temps

### ... FACILITATEURS

---

- consultants, formateurs (conduite du changement, financement, marketing communication, ...)
- prêts à donner de leur temps et de leur talent
- Rien n'empêche d'être les trois en même temps.



## L'OFFRE : QU'OFFRE L'ASSOCIATION A SES MEMBRES ?

---

### ... L'ACCELERATEUR DE GROUPUSCULES

---

Nous avons imaginé **4 prestations et un co-produit**.

Sessions d'une soirée, une demi-journée ou une journée.

Organisation inspirée des BarCamps ( <http://www.barcamp.org> )

**Chaque innovateur présente son projet** à d'autres innovateurs, désinhibiteurs et facilitateurs.

Possibilité de parrainer des non-membres aux réunions.

#### ! Engagement des innovateurs :

---

- tout dire
- se manifester si le projet d'un innovateur est complémentaire, et créer un groupuscule

#### ! Engagement des désinhibiteurs :

---

- booster le moral des innovateurs
- ouvrir son carnet d'adresse et proposer des rendez-vous aux innovateurs
- s'engager sur les rendez-vous
- participer à un groupuscule si affinité

#### ! Engagement des facilitateurs :

---

- animer les groupuscules d'intérêt
- initier des expérimentations
- orienter vers les acteurs institutionnels (pont avec le CEEI, par exemple)

## ... LE DECAPSULEUR CULTUREL

---

**Interventions d'experts** pour comprendre l'innovation :

- comment ça marche ?
- comment ça ne marche pas ? (cf par exemple : <http://www.innovativeye.com/> - Best practices: the road to mediocrity )

Comprend une partie conférence, et une partie non-conférence (tous les participants sont intervenants et l'expert participant). L'expert apprend aussi des membres.

! **Experts pressentis :**

---

- Norbert Alter : l'innovation ordinaire
- Dominique Cardon : l'innovation ascendante
- Marc Giget : la gestion des processus d'innovation

## ... LA PISTE AUX ETOILES :

---

Un **concours** annuel qui récompense une success story.

Elle permet de relever par exemple :

- la meilleure coopération
- la meilleure adaptation culturelle
- la meilleure articulation avec la vie familiale

## ... LE SILO A IDEES

---

**Base de données d'idées** et de projets.

Site web coopératif permettant :

- de raconter l'idée, le projet et son actualité
- d'améliorer l'idée par les autres
- de relier l'idée à d'autres idées
- de se contacter

! **Le silo à idées n'est pas :**

---

- un Viaduc bis : une base d'idées plutôt qu'une base de contacts
- a priori une passoire : accès sécurisé pour commencer. Réservé aux membres. A discuter.

## ... LA CAISSE A OUTILS

---

Il s'agit d'un co-produit de l'offre. Les consultants **expérimentent** des méthodes d'accompagnement avec les membres :

- créativité
- tests
- études sur le marché (focus group, études quanti)
- conduite du changement
- formation-action
- ...

Les méthodes sont appliquées au cours des rencontres (décapsuleurs, accélérateurs, groupuscules, BarCamps). Les résultats de ces expérimentations sont partagés avec les membres.

**L'expérience accumulée pourra être formalisée en expertise.**



## ACTES FONDATEURS

---

L'association poursuit son travail de fondation :

### ... RECHERCHE DE NOMS

---

Réunion prévue le 07/06/06. **Les prochaines rencontres réuniront tous les membres qui souhaitent participer au projet.**

### ... COMMUNICATION WEB

---

Je poursuis mes prises de contact via le web.

- j'alimente régulièrement le blog, notamment avec le **compte-rendu de nos rencontres**,
- je serais heureux que les membres y contribuent par leurs commentaires,
- j'ai créé une note « **expériences de rencontres d'innovateurs** » à laquelle tous les membres peuvent contribuer.

#### **! Contacter les médias ?**

---

La question a été posée de contacter les médias. Je ne le souhaite pas. **Tant que nous n'avons rien prouvé, nous n'avons rien à dire.**

## ... COMITE DES VISIONNAIRES

---

Dans le texte fondateur, j'avais souhaité contacter des « **membres honoraires** ».

Le rôle de ces membres est de garantir la **légitimité** de l'association. A minima, ils émettent sur le principe de l'association et acceptent de l'afficher.

Au même titre qu'un « comité scientifique » ou qu'un « comité des sages », nous nous doterons d'un « comité de visionnaires ». Le nom n'est pas définitif. Si vous en avez un autre...

**Je propose de contacter les « visionnaires » un peu plus tard, une fois que nous aurons fait nos premiers pas.**



## VALEURS

---

Nous avons un peu parlé des valeurs que nous partageons. Ces valeurs se révéleront au fur et à mesure de la constitution du groupe.

En attendant, je ne sais pas si ce sont des valeurs, mais nous partageons ceci :

- se faire l'avocat de l'ange
- parier sur la confiance
- prendre des risques
- avancer en marchant
- chasser en meute
- se faire plaisir