

Débrider sa créativité

Appel à des partenaires ou à des sociétés de conseil en innovation, utilisation des réseaux sociaux, mise en place d'un réseau de capteurs d'idées, les techniques pour booster la créativité sont légion.

Les méthodes traditionnelles ont vécu. « L'heure est à l'innovation ouverte et interactive », analyse Nathalie Joulin, fondatrice de Bleu Intense, conseil en stratégie et processus d'innovation. L'idée : associer experts, consommateurs et collaborateurs à une réflexion commune.

Faire respirer le process d'innovation

« Il s'agit de faire respirer le process d'innovation en amont et en aval », ajoute Louis-Alexandre Grangé, associé du cabinet Golden Links, pour qui « les services R & D ont plus un rôle d'intégrateur des connaissances que de créateur ». Bleu Intense a donc

concrétisé l'ensemble de ces orientations dans une méthodologie de co-innovation « Blue Lab ». Elle s'articule en deux temps : des séances de créativité suivies d'un Lab Interactif. « Il faut, en premier lieu, faire preuve d'empathie et s'immerger dans la compréhension du consommateur et des tendances, afin d'identifier les insights (opportunités créatives, telles que : « donc le consommateur voudrait que... »). Parallèlement, les personnes amenées à participer aux séances de créativité se verront confier une mission d'observation, en rayons pour les uns, au restaurant pour les autres, etc. Observations qui feront l'objet de restitutions à l'ensemble du groupe », décrit Nathalie

Joulin. « Nous faisons en sorte que les séances de créativité soient ludiques et favorisent les rebondissements, la génération d'idées. Aussi, en complément des participants internes, originaires de différents services, nous faisons appel à un illustrateur pour incarner les idées », explique-t-elle.

Interactivité et prototypage

Vient enfin le temps de la concrétisation, avec le Lab Interactif. Autour d'une table de cuisine, les concepts sélectionnés sont testés en compagnie de consommateurs, mais aussi d'experts (chefs, designers culinaires, designers packaging, experts scientifiques), afin de transformer l'idée en recette et design culinaire. Cette phase qui se



veut particulièrement interactive doit permettre d'arriver en fin de journée à un prototype. « Une telle méthodologie permet de faire de réelles économies en tests et études consommateurs », affirme Nathalie Joulin.

Séances de créativité ouverte

D'autres sociétés accompagnent les IAA dans leur processus d'innovation, notamment au travers de séances de créativité ouverte faisant appel aux techniques bien connues comme l'analogie, la transposition, l'induction, la déduction (on fait comme si on avait trouvé le produit idéal), ou la méthode kamikaze qui cherche à détruire ce que l'on veut faire pour mieux le reconstruire. C'est notamment le cas de Time to Market (lire encadré Mc Cormick, page 24) ou de Food Development, à l'initiative du projet Biotifood (lire encadré ci-contre). Organisme de recherche agréé, Food Development a également pour particularité de propo-

ser des prestations de R & D aux industriels de l'agroalimentaire, dans le domaine du développement des produits, des process et des emballages.

Mais comment organiser son entreprise afin qu'elle soit en mesure de recueillir et de traiter toute l'année les idées innovantes de ses collaborateurs? « Cela peut notamment passer par une application Intranet de soumission d'idées à une instance managériale qui devra ensuite revenir vers le collaborateur pour lui expliquer comment son idée sera mise en œuvre ou pourquoi elle est rejetée », explique François-Marie Pons d'Inergie.

Il ajoute : « Dans certaines sociétés, à l'image d'une union de coopératives agricoles chez qui nous sommes intervenus, on préférera mettre en place un réseau de capteurs d'idées. Ces médiateurs, connus de tous, iront à la rencontre des salariés de l'entreprise et favoriseront la remontée et la formalisation des idées ».

Faire appel aux internautes

L'ouverture sur l'extérieur est une pratique de plus en plus courante. « Si on veut aller vite, on ne peut pas tout faire. D'où l'intérêt de s'associer à des partenaires disposant d'une meilleure expertise que nous », affirme Romain Nouffert, directeur général délégué de Lesieur (lire encadré ci-dessus). « C'est le fondement de l'innovation ouverte », renchérit Louis-Alexandre Grangé.

Un réseau de médiateurs pour aller à la rencontre des salariés et favoriser la remontée et la formalisation des idées.

Concrètement, il s'agit de « faire appel, de manière généralisée, à des acteurs extérieurs à l'entreprise pour fournir des nouvelles pistes d'innovation, idées, brevets, prototypes, produits finis, packaging, marques, savoir-faire etc. et de valoriser les innovations de l'entreprise par des acteurs externes, dès lors qu'elle ne serait pas

capable d'en tirer parti dans des délais et conditions acceptables. » Cette méthode trouve un nouvel intérêt grâce au développement d'Internet et des réseaux sociaux, à la culture de l'interactivité et de la cocréation. Son intérêt est aussi lié à l'explosion du volume des connaissances (7 millions de brevets actifs en 2008) et à son corollaire, leur dispersion (10 millions de chercheurs dans le monde).

« La plateforme Internet, que nous avons mise en place, permet deux approches. La première s'appuie sur le principe de la « crowd innovation ». Une entreprise, qui a besoin de nouvelles idées pour un projet, sollicite par notre biais une ou plusieurs communautés aux compétences diverses. Nous l'aidons à définir, de façon pertinente, le « challenge » qu'elle va lancer, en clair la question à laquelle elle souhaite que les membres répondent, son contexte et aussi la récompense (somme d'argent, produits, bon d'achats) qu'elle propose », explique Catherine Jean, présidente de Planetinnov (1). Spécificité du principe, les retours des différents participants restent confidentiels. Le dialogue se fait entre l'entreprise (le bâtisseur) qui sollicite, Planetinnov et le contributeur. Les contributeurs ne dialoguent pas entre eux puisqu'il y a récompense.

LAURENT BÉNARD

(1) D'autres sociétés proposent ce type de plateformes interactives, notamment : www.areyounet.com ou www.ideavalue.com.