

Notice explicative

Les **définitions** de chaque type d'innovation sont rappelées **en début de modules** :

- | | | | |
|--|-----------------|-------------------------------------|-----------------|
| - innovations de produits : | module 2 | - innovations de procédés : | module 3 |
| - innovations d' organisation : | module 8 | - innovations de marketing : | module 9 |

Dans les réponses aux modules 4 à 7, veuillez ne prendre en compte que les innovations de produits ou de procédés. Les modules 1, 10, 11, 12 et 13 sont consacrés à des généralités sur l'entreprise.

Dans tous les cas, **les nouveautés ou les améliorations sont à considérer en référence à votre entreprise en tant qu'unité légale** ; il ne s'agit pas nécessairement de nouveautés ou d'améliorations pour le marché.

Exemples d'innovation :

La liste d'innovations qui suit n'est en aucun cas exhaustive. Elle fait seulement cas d'innovations possibles déjà répertoriées, susceptibles de donner une idée plus précise à l'entreprise concernant les différentes notions d'innovation abordées dans le questionnaire.

Module 2 et modules 4 à 7 : innovations de produits (biens ou prestations de services)

Innovations de biens

- Remplacement de matériaux existants par des matériaux ayant des **caractéristiques améliorées** (textiles respirants, composites légers mais solides, matières plastiques respectueuses de l'environnement, etc.) ;
- Introduction de **composants nouveaux ou améliorés** dans les gammes de produits existantes (caméras dans les téléphones mobiles, systèmes de fixation dans les vêtements, ABS ou GPS dans l'automobile, etc.) ;
- Introduction d'équipements incorporant des **logiciels qui améliorent la convivialité ou la commodité**, comme les systèmes GPS qui permettent d'identifier l'emplacement de certains types de commerces ou de services ;
- Ajout de **nouvelles fonctions** : lampes de bicyclette rechargées via un port USB, poubelles qui émettent un signal lorsqu'elles sont pleines, produits pouvant se replier pour faciliter le rangement, etc.

Innovations de prestations de services

- **Amélioration de l'accès des clients**, par l'intermédiaire d'un *point de ramassage et de dépose pour les voitures de location* par exemple ;
- Introduction pour la première fois de **services accessibles par Internet**, comme les opérations bancaires, le paiement de factures, l'achat électronique, les sites de réseaux sociaux, etc. ;
- Introduction de **nouvelles formes de garantie**, comme par exemple une extension de garantie sur les produits neufs ou d'occasion, ou le regroupement de garanties avec d'autres services tels que les cartes de crédit, les comptes bancaires ou les cartes de fidélité ;
- Installation de chauffages à gaz dans les restaurants en plein air et les terrasses de bar.

Remarque : la revente en l'état de produits (biens ou prestations de services) innovants entièrement élaborés et développés par d'autres entreprises ne constitue pas une innovation.

Modules 3 à 7 : innovations de procédés

Procédés de fabrication ou de production

- Installation de **technologies de fabrication** nouvelles ou améliorées, telles qu'une automatisation des équipements ou l'introduction de capteurs en temps réel permettant de réguler les processus ;
- Introduction de **nouveaux équipements** requis pour la fabrication de produits nouveaux ou améliorés ;
- **Développement** de produits **assisté par ordinateur** ou autres technologies pour améliorer les capacités de recherche, telles que les équipements en bio-imagerie ;
- **Procédés plus efficaces** qui réduisent les besoins en matériaux ou en énergie par unité de production.

Méthodes de logistique

- Introduction de **codes-barres** ou d'**identification par radiofréquence** (RFID) pour suivre les marchandises à travers la chaîne d'approvisionnement ;
- Mise en place de **systèmes GPS de suivi** pour le matériel de transport ;
- Développement d'**échanges automatisés** avec les fournisseurs en utilisant l'échange électronique de données.

Activités de soutien ou de support

- Introduction de logiciels pour identifier les **itinéraires de livraison optimaux** ;
- Introduction de logiciels nouveaux ou améliorés, ou routines pour les **systèmes d'achat, de comptabilité ou de maintenance**.

Module 8 : innovations en organisation

Nouveaux modes de fonctionnement dans l'organisation des procédures

- Introduction de normes de contrôle qualité pour les fournisseurs et sous-traitants ;
- Introduction d'incitations à la performance de groupe ou individuelle ;
- Mise en place d'un système de « télétravail » (travail à distance), ou d'un environnement de travail dans lequel l'usage du papier est exclu ou réduit en grande partie.

Nouvelles méthodes d'organisation du travail et de prise de décision

- Modification de la **structure hiérarchique** de prise de décision ;
- Introduction d'un **système de travail à haut rendement** caractérisé par une organisation globale avec rotation des emplois, équipes auto-responsables et multitâche, une plus grande implication des employés de niveau inférieur dans la prise de décision et le remplacement de canaux verticaux de communication par des canaux horizontaux ;
- Mise en place d'un nouveau **système de formation**, avec diffusion régulière de vidéos sur le poste de travail de chaque employé décrivant les défis actuels pour l'entreprise ou permettant une mise à niveau des compétences, ceci dans le but d'améliorer la capacité des employés à discerner les problèmes et favoriser la prise de responsabilités.

Nouvelles méthodes d'organisation des relations externes avec d'autres entreprises ou organismes

- Premier recours à des **alliances** qui nécessitent que le personnel de l'entreprise travaille en étroite collaboration avec le personnel d'une autre organisation, y compris échanges temporaires de personnel.

Module 9 : innovations en marketing

Modifications significatives de la présentation (apparence)

- Nouvelle **conception de produits de consommation**, par exemple appareils conçus pour les appartements de petite surface ;
- Création d'un **emballage spécifique selon les marchés** (par exemple, pour un même livre, couvertures et caractéristiques différentes selon que la version s'adresse aux enfants ou aux adultes).

Utilisation de nouvelles techniques ou de nouveaux médias pour la promotion de produits (biens ou prestations de services)

- Développement de **marques déposées** pour les nouvelles lignes de produits ;
- Promotion de produits par des leaders d'opinion, célébrités, ou groupes particuliers ;
- Première utilisation du **marketing viral** (transmission par voie électronique de messages commerciaux) ou de **réseaux sociaux** afin d'assurer la promotion d'un produit.

Nouvelles méthodes de commercialisation

- Première utilisation de **ventes en magasin seulement accessibles aux détenteurs de carte de crédit du magasin ou de carte de fidélité** ;
- Première utilisation de la **programmation dans des médias internes** à une institution spécifique comme la télévision en circuit fermé destinée aux hôpitaux, aux autobus, aux trains, ou bien des médias qui contiennent des programmes visant à stimuler les ventes de produits spécifiques ;
- Première utilisation de **marketing via e-mail, téléphone ou voie postale** en utilisant une base de données clients obtenue à partir des personnes visitant des sites Web ou inscrits en tant qu'utilisateurs fréquents ou acheteurs sur ces mêmes sites ;
- Première utilisation de la **distribution exclusive**, comme la vente de produits haut de gamme dans des magasins spéciaux.

Nouvelles stratégies de tarification

- Première utilisation de la **tarification variable**, avec le prix variant selon le moment de l'achat, la localisation de l'acheteur, etc. ;
- Mise en place d'un **coût unitaire volontairement bas**, ceci afin de conquérir des parts de marché et d'obtenir la reconnaissance de la marque ;
- Première utilisation de **systèmes de rabais** tels que les cartes de fidélité.