

TYPLOGIES d'innovation

INNOVATION DE PRODUIT (biens ou prestations de services)

L'introduction d'un bien ou d'un service nouveau. Cette définition inclut les améliorations sensibles des spécifications techniques, des composants et des matières, du logiciel intégré, de la convivialité ou autres caractéristiques fonctionnelles.

Source : Manuel d'Oslo 1992 ; OCDE

Autre source / définition :

Une innovation de produit est l'introduction sur le marché d'un produit (bien ou prestation de services) nouveau ou significativement amélioré au regard de ses caractéristiques essentielles, de sa convivialité (facilité d'usage), ses composants (ou son utilisation) et des éléments intégrés.

- « Les innovations de produits doivent être nouvelles pour votre entreprise, mais il n'est pas nécessaire qu'elles soient nouvelles pour votre marché »
- « Les innovations de produits peuvent avoir été développées à l'origine par votre entreprise ou d'autres entreprises »

Est exclue la revente en l'état de produits (biens ou prestations de services) innovants entièrement élaborés et développés par d'autres entreprises.

Source : INSEE enquête Innovation CIS 2010 et sa notice explicative

INNOVATION DE PROCÉDÉ

La mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel et/ou le logiciel.

Source : Manuel d'Oslo 1992 ; OCDE

Complément de définition :

Les changements ou les améliorations mineurs, un accroissement des moyens de production ou de service par l'adjonction de systèmes de fabrication ou de systèmes logistiques qui sont très analogues à ceux déjà en usage, la cessation de l'utilisation d'un procédé, le simple remplacement ou l'extension de l'équipement, les changements découlant uniquement de variations du prix des facteurs, la production personnalisée, les modifications saisonnières régulières et autres changements cycliques, le commerce de produits nouveaux ou sensiblement améliorés ne sont pas considérés comme des innovations.

Source : L'encadrement communautaire des aides d'état à la recherche, au développement et à l'innovation (RDI) 2008/C323/01

Autre source / définition :

Une innovation de procédé est la mise en œuvre dans l'entreprise d'un moyen ou procédé de production, de méthode concernant la fourniture de services ou la livraison de produits (distribution), d'activité de soutien ou support nouveaux ou significativement améliorés (pour vos biens ou prestations de services)

- L'innovation de procédé doit être nouvelle pour votre entreprise, mais il n'est pas nécessaire qu'elle le soit pour votre marché.
- L'innovation peut avoir été développée à l'origine par votre entreprise ou par d'autres entreprises.

Source : INSEE enquête Innovation CIS 2010 et sa notice explicative

INNOVATION D'ORGANISATION

Mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de l'entreprise.

Source : Manuel d'Oslo 1992 ; OCDE

Autre source / définition :

Mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de l'entreprise.

Les changements dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures s'appuyant sur des méthodes organisationnelles déjà utilisées dans l'entreprise, les changements dans les pratiques commerciales, les fusions et les acquisitions, la cessation de l'utilisation d'un procédé, le simple remplacement ou l'extension de l'équipement, les changements découlant uniquement de variations du prix des facteurs, la production personnalisée, les modifications saisonnières régulières et autres changements cycliques, le commerce de produits nouveaux ou sensiblement améliorés ne sont pas considérés comme des innovations.

Source : L'encadrement communautaire des aides d'état à la recherche, au développement et à l'innovation (RDI) 2008/C323/01

Autre source / définition :

Une innovation d'organisation est un nouveau mode de fonctionnement de « votre » entreprise (y compris la gestion des connaissances), une nouvelle méthode d'organisation du travail ou de ses relations externes qui n'étaient pas utilisées précédemment dans « votre » entreprise.

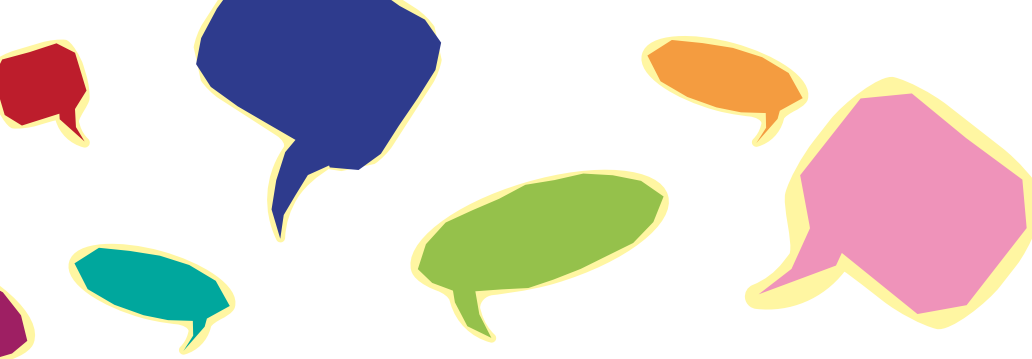
- Elle doit résulter des décisions stratégiques prises par la direction.
- Exclure les fusions ou acquisitions, même si ces opérations affectent l'entreprise pour la première fois.

Source : INSEE enquête Innovation CIS 2010 et sa notice explicative

INNOVATION DE COMMERCIALISATION

Mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit.

Source : Manuel d'Oslo 1992 ; OCDE



INNOVATION DE MARKETING (commercialisation)

Une innovation de marketing est la mise en œuvre de concepts ou de stratégies de vente nouveaux qui diffèrent significativement des méthodes de vente existantes dans votre entreprise et qui n'avaient pas été utilisés auparavant.

- ❖ Ceci requiert des changements dans le design, l'emballage ou la présentation d'un bien ou d'une prestation des services, son positionnement, sa promotion ou son prix s'ils ont un impact significatif.
- ❖ Exclure les changements saisonniers, réguliers ou habituels dans les méthodes de marketing.

Source : INSEE enquête Innovation CIS 2010

INNOVATION NON TECHNOLOGIQUE

L'innovation non technologique regroupe les innovations de marketing et d'organisation au sens de l'INSEE. Elle exclue les innovations de produits et de procédés.

Source : INSEE enquête Innovation CIS 2010

Autre classification possible
selon la perception du marché :

INNOVATION - ADAPTATION

Produit, procédé, méthode ou organisation déjà existant ou utilisé à l'extérieur d'un territoire et devant être adapté localement pour son utilisation ou son fonctionnement optimal, eu égard par exemple, au contexte insulaire ou tropical ou à la petite taille du marché concerné.

Source : Le Président du Comité Régional pour l'Innovation, 2012

INNOVATION DE CONTINUITÉ

Innovation correspondant à un degré d'innovation limité, il s'agit de nouvelles références consistant en la modification de produits existants.

Source : Robertson 1967

INNOVATION DE SEMI-CONTINUITÉ (ou incrémentale)

Innovation correspondant à des produits perçus comme novateurs sur le marché mais s'inscrivant dans les normes de consommation actuelles.

Source : Robertson 1967

Nota : dans cette catégorie d'innovation de semi-continuité, Morand et Manceau distinguent les différentes offres : les produits nouveaux pour l'entreprise (« copies » de l'offre concurrente), et les offres nouvelles pour le marché (pas d'équivalent dans la catégorie de produit et dans le pays).

INNOVATION DE DISCONTINUITÉ, de rupture ou radicale

Innovation qui remet en cause les repères des acheteurs et modifie radicalement les comportements de consommation.

Source : Robertson 1967

Autre source / définition :

L'innovation de rupture entraîne une série d'innovations en cascade qui affectent de nombreux secteurs et provoquent de nombreuses innovations d'offre, de processus, de modèle économique, et lancent un cycle de croissance.

Exemples : le chemin de fer, l'imprimerie, Internet...

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

Autre source / définition :

Innovation radicale = produits nouveaux pour le monde

Source : Manuel d'Oslo

Autre source / définition :

L'innovation rassemble bien souvent différentes dimensions dans son origine (technologie et usage) et dans les objets sur lesquels porte la nouveauté (produit, service, modèle économique, design, processus).

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION D'OFFRE

Elle a vocation à être commercialisée. Pour s'imposer sur le marché, elle crée une valeur pour les clients qui peut être fondée sur des ressorts extrêmement divers : une performance accrue, une qualité supérieure ou plus régulière, de nouveaux usages fondés sur de nouvelles interfaces clients et une conception modifiée (design), des produits personnalisés (customisation), ou encore une mise en valeur différente du produit ou service (marque, packaging).

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION DE PROCESSUS

Elle peut aboutir à des coûts de production inférieurs, une meilleure qualité ou fiabilité, une mise sur le marché plus rapide, ou encore à des innovations d'offre.

Ainsi, les montres Swatch constituaient lors de leur conception une innovation en termes de processus, liée au fait qu'elles reposent sur l'assemblage de cinquante et une pièces contre plus de cent pièces pour les autres montres de l'époque, ce qui a permis ensuite de renouveler complètement, puis régulièrement le design des modèles. Zara a réduit de manière drastique le temps s'écoulant entre la conception du produit et sa mise à disposition dans le magasin, qui peut être abaissé à une semaine. Ou encore, la remise à plat des processus de production dans de nombreux secteurs a permis de



mettre en place une personnalisation des produits liée à une fabrication après collecte des souhaits individuels sur Internet.

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION DE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Elle consiste à redéfinir les sources de revenus de l'entreprise et leur part respective.

Ainsi, la presse gratuite fonde la totalité de ses revenus sur la publicité, l'audience n'étant désormais qu'une manière indirecte de générer du chiffre d'affaires. Cette innovation n'intègre aucune dimension technologique.

Autre exemple, les modèles low cost constituent souvent une manière de réinventer la chaîne de valeur et d'associer à des coûts bas un service différent, comme en témoigne l'exemple de «L'Avion», service aérien proposant uniquement la classe affaires sur des trajets Paris-New York.

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION D'USAGE

Elle change la manière d'utiliser le produit ou de consommer le service, pour les innovations d'offre, ainsi que la manière de fabriquer, d'inventer ou de réaliser une prestation pour les innovations de processus. À chaque fois, ces innovations modifient les comportements, renouvellent le marché et créent de la croissance pour le secteur d'activité.

Exemples (extraits) : le smoking « femme » chez Yves Saint Laurent ; les compotes à boire (+ de moments et contextes de consommation pour les enfants et prix plus élevés générant un surcroît d'activité et de revenu) ; les stickers muraux / décoration personnalisée et amovible ; le Velib' à louer modifie la manière d'appréhender et d'utiliser le vélo.

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION TECHNOLOGIQUE

Elle intègre une technologie nouvelle.

Exemple (extraits) : le vélo électrique de Matra ne modifie pas la manière dont on utilise sa bicyclette, mais facilite le pédalage dans les montées, le mascara Oscillation de Lancôme qui intègre de petites batteries qui font vibrer l'extrémité de la brosse du mascara.

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION D'USAGE ET DE TECHNOLOGIE

Les innovations fondées sur la technologie et l'usage sont nombreuses. Ce sont probablement celles qui affectent le plus le marché.

Exemples : La Nintendo Wii Fit repose sur une technologie qui modifie radicalement la manière de faire du sport, créant ainsi de nouveaux usages ; l'iPhone ; Google ; l'appareil photo numérique ou la vidéo à la demande.

Source : Pour une nouvelle vision de l'innovation, Rapport Morand-Manceau - avril 2009

INNOVATION SERVICE

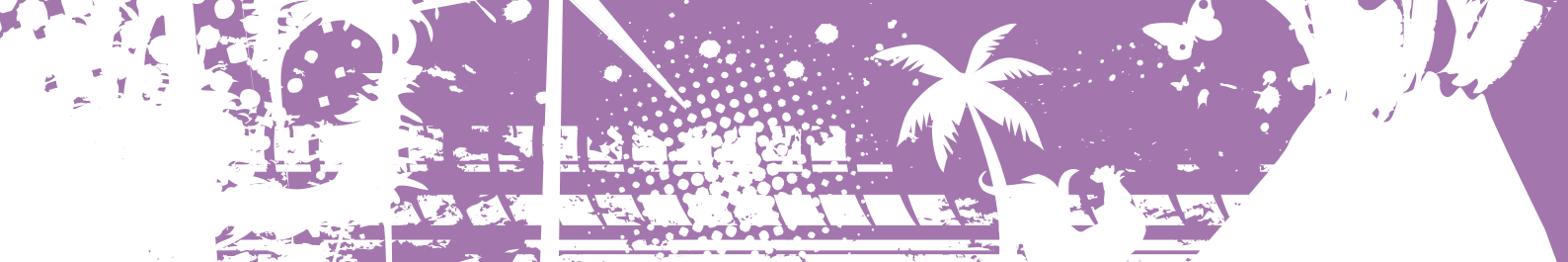
L'innovation service est une forme d'innovation qui apporte la valeur ajoutée au client, soit :

- par la création d'un service porteur d'une nouvelle promesse client
- par l'amélioration d'un processus existant
- par une innovation dans le business model
- par un nouveau mode d'administration du service
- par le cumul des innovations précédentes

À noter :

- > Ces axes d'innovations ne s'excluent pas mutuellement, il est fréquent qu'ils se confondent et se combinent
- > Ce concept est récent et il n'existe pas encore de cadre réglementaire et législatif officiel
- > L'innovation service concerne les sociétés de services mais aussi les industries manufacturières et le commerce de biens
- > L'innovation service tient fortement à ce que l'on appelle les actifs immatériels de l'entreprise

Source : Osez l'innovation : guide pratique pour les activités de services, Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services - novembre 2012



INNOVATION SOCIALE

L'innovation sociale c'est de nouvelles façons de faire les choses dans le but de répondre à des besoins sociaux.

Source : James Taylor 1970

Autre source / définition :

Une innovation sociale est une nouvelle solution à un problème social, qui est plus efficace, efficiente, durable, ou plus simple que les solutions actuelles et pour laquelle la valeur créée revient principalement à la société dans son ensemble plutôt qu'à des individus privés.

Source : Center for social innovation – Stanford Graduate School of Business - Innovation Stanford Social Innovation Review, Fall '08

Eléments complémentaires :

- Son objectif général est de favoriser le mieux-être des individus et des collectivités : le lien social comme cœur de nouvelles activités. L'innovation sociale peut être considérée comme un espace expérimental qui offre une marge de manœuvre pour le renouvellement des services (commercial ou public), mais aussi des principales forces (l'homme d'affaires, l'utilité et la valeur) qui animent nos sociétés.
- Exemples d'innovations sociales : le microcrédit, l'open source, le commerce équitable, Facebook (qui a révélé la valeur économique des interactions sociales)
- Porteurs de projet : associations, ONG, collectivités (hors secteur marchand, secteur tertiaire, secteur public)
- Motivation du porteur de projet : entrepreneur marqué par la recherche de sens, la réalisation de soi, le refus de tâche imposée et dénuée de sens, responsabilité vis-à-vis du monde, la création de valeur pas forcément à but lucratif.

Source : Paris Tech Review "innovation sociale : l'économie de demain ? », 16/12/2011

OPEN INNOVATION OU « INNOVATION OUVERTE »

L'open-innovation consiste non seulement à capter des idées, des connaissances, des opportunités d'innovation qui proviennent de l'extérieur (outside-in) mais aussi à valoriser certains actifs dormants ou non essentiels (brevets, compétences,...) en les faisant sortir des contours de l'organisation (inside-out) par la création de filiales (Spin-off), de Joint Ventures ou de Licences.

Le concept concerne l'innovation d'utilisateur, l'innovation cumulative, le commerce de savoir-faire, l'innovation de masse et l'innovation distribuée.

Source : Henry Chesbrough "Open Innovation : The new imperative for creating and profiting from technology" (HBS Press, 2003)

> Voir également le terme « innovation collaborative »

ECO-INNOVATION ET ÉCO-TECHNOLOGIES

De nombreuses entreprises et quelques pays ont commencé à utiliser le vocable d'éco-innovation pour décrire les apports des entreprises au développement durable s'accompagnant d'une amélioration de la compétitivité.

Sur un plan général, on peut définir l'éco-innovation comme « une innovation se traduisant par une diminution - fortuite ou intentionnelle - de l'incidence environnementale ». Les différentes activités d'éco-innovation peuvent s'analyser selon trois dimensions :

- Les objectifs (domaines cibles de l'éco-innovation : produits, procédés, méthodes de commercialisation, organisations et institutions).
- Les mécanismes (modalités des changements apportés aux objectifs : modification, re-conception, solutions de substitution et création).
- Les impacts (effets de l'éco-innovation sur l'environnement).

Source : L'éco-innovation dans l'industrie : favoriser la croissance verte (OCDE 2010)

Eco-technologies

Au sens de la Commission européenne la définition est large : elle englobe tout dispositif de lutte contre les pollutions installées en aval et aussi les techniques intégrées qui évitent la formation de polluants durant les procédés de production, et les techniques en bout de chaîne qui réduisent les rejets dans l'environnement de toute substance polluante générée, mais également les nouveaux matériaux, les procédés de fabrication économes en énergie et en ressources, ainsi que le savoir-faire écologique et les nouvelles méthodes de travail.

Source : Rapport de la Commission - L'écotechnologie au service du développement durable, 2002