

Vous avez un projet d'innovation...
... contactez-nous

OSEO est présent sur l'ensemble du territoire.

Nous vous apportons conseils et suivi personnalisés,
dans le strict respect de la confidentialité.

Nous vous aidons à structurer votre projet,
à en évaluer le plus tôt possible les chances et les risques
et à trouver les meilleures ressources et partenaires.

Consultez les coordonnées de notre réseau sur :

oseo.fr



OSEO - Tous droits réservés - Réf. : 6542-02 - Décembre 2006

Manager

son projet innovant,
une démarche pour les PME

oseo

Pour financer
et accompagner
les PME

Réduire les délais du processus de développement,
maîtriser les coûts et garantir la compétitivité d'un
nouveau produit, procédé ou service.

Les étapes décisives de l'innovation

Depuis la création de l'aide à l'innovation en 1979, OSEO a développé une connaissance approfondie des processus d'innovation.

Sur la base de cette expérience, OSEO recommande une démarche qui permet de maîtriser l'ensemble des risques le plus tôt possible :

- en jalonnant le processus d'innovation par des étapes décisives,
- en assurant dans chaque étape une ingénierie simultanée de toutes les composantes du projet.

Cette démarche permet de situer le projet au sein du processus d'innovation.

Pour chaque étape, les objectifs à atteindre sont définis afin de réduire significativement les risques de l'étape suivante.

- Vous pouvez alors vous assurer que, pour une étape donnée, toutes les composantes du projet ont bien été prises en compte.
- La mise en évidence de données manquantes vous aide à remettre la démarche en cohérence ou à réorienter le projet.

En pratique, l'innovation ne relève pas d'un processus linéaire et séquentiel.

De nombreux allers-retours sont nécessaires entre les diverses étapes.

De ce fait, la frontière qui sépare deux étapes est parfois indécise. Si elles sont ici considérées séparément, c'est pour la clarté de la présentation.

Ce plan type doit être évidemment adapté à la grande diversité des projets (améliorations, ou réelles innovations de produits, procédés ou services) et des organisations qui les portent.

Les étapes amont de formulation et de faisabilité sont déterminantes et la qualité des études qui y sont conduites conditionne les coûts et les délais de l'ensemble du projet.

Objectifs

Ingénierie commerciale et marketing

Ingénierie technique

Ingénierie juridique

Ingénierie financière

Management et organisation

Composantes du projet

Le conseil d'OSEO

Formulation

Présenter un nouveau concept de bien ou service, attractif pour les clients, réalisable dans ses principes, crédible dans ses ambitions.

- ◆ Définir les besoins et les applications visés a priori.
- ◆ Positionner le projet par rapport aux offres concurrentes.
- ◆ Etudier le mode d'accès au marché.

- ◆ Décrire les principes et/ou les technologies originales à la base du nouveau concept.
- ◆ Préciser l'état de l'art, les solutions de substitution.

- ◆ Préciser les contraintes juridiques, normatives, réglementaires, ...

- ◆ Estimer les coûts, les besoins de financements, les ressources mobilisables.
- ◆ Identifier les partenaires financiers potentiels.

- ◆ Ebaucher le profil de l'équipe et des partenaires.
- ◆ Estimer les délais et prévoir les jalons du projet.
- ◆ Identifier les facteurs clés de réussite ou d'échec.

Comprendre le marché avant de le prévoir et bien identifier les avantages concurrentiels de l'offre.

Faisabilité

Analyser la faisabilité et la rentabilité du projet et établir un premier plan d'affaires.

- ◆ Segmenter le marché à partir d'une approche des clients et choisir les cibles prioritaires.
- ◆ Evaluer le mode et le coût d'accès à ces cibles.

- ◆ Etablir la définition fonctionnelle des produits.
- ◆ Choisir les options techniques à tester en regard des segments de marché visés.

- ◆ Vérifier la liberté d'exploitation et élaborer la stratégie de propriété intellectuelle.

- ◆ Evaluer les budgets et la rentabilité.
- ◆ Préciser les besoins et les ressources de financement.
- ◆ Concrétiser le premier tour de table.

- ◆ Intégrer le projet dans la stratégie de l'entreprise.
- ◆ Mettre en place l'équipe projet.
- ◆ Elaborer le planning du développement.

Utiliser les expertises externes, les consultants spécialisés.

Développement

Valider l'offre techniquement et commercialement, et affiner le plan d'affaires.

- ◆ Vérifier que l'accueil des prototypes par les clients des segments choisis est positif.
- ◆ Préciser l'offre (largeur et longueur de la gamme). Préparer l'action commerciale.

- ◆ Valider les cahiers des charges techniques des prototypes produit et outil de production.
- ◆ Conduire les tests et les essais jusqu'à la mise au point.
- ◆ Choisir les fournisseurs.

- ◆ Mettre en œuvre la stratégie de propriété intellectuelle.
- ◆ Formaliser les accords industriels et commerciaux.

- ◆ Actualiser les prévisions de budgets et de rentabilité.

- ◆ Animer l'équipe projet.
- ◆ Actualiser le planning de lancement.
- ◆ Mobiliser les partenaires.

Evaluer le temps d'accès au marché.

Pré-lancement

Organiser l'industrialisation et la mise sur le marché.

- ◆ Fixer la stratégie de mise sur le marché et les objectifs de vente, en volume et en valeur.
- ◆ Mettre en place l'action commerciale.

- ◆ Qualifier les produits et l'outil de production au stade préséries.
- ◆ Etablir la nomenclature et les gammes de fabrication.
- ◆ Obtenir les homologations et les agréments.

- ◆ Assurer les droits d'exploitation sur l'ensemble des marchés potentiels.

- ◆ Mettre en place les financements nécessaires au lancement industriel et commercial.
- ◆ Mettre en place le contrôle de gestion.

- ◆ Mobiliser l'entreprise sur l'intégration du projet.
- ◆ Recruter et former le personnel.

Ne pas sous-évaluer le coût de cette étape.

Gestion

Evaluer les résultats du lancement et gérer le cycle de vie des offres.

- ◆ Développer les ventes en volume et/ou en valeur.
- ◆ Observer le niveau de satisfaction du client et les réactions de la concurrence.

- ◆ Optimiser les produits et l'outil de production.
- ◆ Surveiller l'évolution des marchés, des technologies et des normes.

- ◆ Gérer la valorisation et la défense des droits.

- ◆ Analyser les résultats et les écarts par rapport aux prévisions.
- ◆ Mettre en place le financement de la croissance.

- ◆ Organiser le retour d'expérience.
- ◆ Améliorer des produits, procédés et services associés pour allonger le cycle de vie des offres.

Exploiter la veille concurrentielle et l'analyse de la valeur.