



## **L'approche managériale de l'innovation**

**Par : Pr. SAADI Abdesslem**  
Directeur général de l'EHEC - Alger



## L'approche managériale de l'innovation

Par : **Pr. SAADI Abdesslem**  
Directeur général de l'EHEC - Alger

### Mots clés :

Innover, anticipation, organisation, créativité, entrepreneur.

### Résumé :

*Cet article tente une grille d'analyse qui s'appuie sur des concepts managériaux. La démarche de l'innovation relève à la fois pour les entreprises d'une logique d'adaptation au changement et d'anticipation du futur ; elle doit être conduite selon une vision et une mise en œuvre cohérentes.*

*Des séances d'échanges doivent être organisées en groupe provoquant des brassages intellectuels, de confrontations d'idées différentes ou d'embryons d'idées neuves.*

*Cette analyse voudrait se présenter comme une contribution à des réflexions et en particulier sur le processus d'innovation. Il n'existe pas de recette simple en matière de réussite dans un environnement turbulent.*

L'innovation est le processus qui conduit à l'exploration d'une invention ou d'une découverte dans le champ de l'économie, J. Schumpeter (1883-1950), célèbre économiste, a le mieux analysé le processus de «destruction créatrice». L'innovation est l'impulsion fondamentale qui met en mouvement l'économie tant pour la consommation (nouveaux produits) que pour la production (nouvelles méthodes de production) l'entrepreneur est à la source du mouvement d'innovation« le rôle de l'entrepreneur consiste à réformer ou à casser la routine de production en exploitant une invention.

Du point de vue managérial, l'innovation est à la fois un processus et le résultat de celui-ci. Le modèle traditionnel de l'innovation est linéaire. L'innovation procède directement de la recherche scientifique.

Recherche → Développement → Production → Marketing

**L'INNOVATION COMMERCIALE:** nouveaux services, nouvelles techniques de vente, de distribution, de communication, etc .... (Le self-service pour les biens et le drive -in pour les services, la franchise, l'e- business).

L'entrepreneur doit anticiper, voire rester maître d'œuvre du changement. Cette volonté stratégique exige l'innovation car la concurrence n'est pas une simple affaire de quantité et de prix, mais de plus en plus une affaire d'idées! L'innovation permanente devient la condition nécessaire du développement.

### LE PILOTAGE DE L'INNOVATION

Il doit se conduire dans une démarche- projet qui nécessite un cahier de charges. Il faut connaître assez précisément l'objet technique que l'on veut développer, l'étape qui permet d'élaborer ce cahier des charges est celle que nous appelons l'étape prospective: il s'agit bien de construire l'avenir qui sans aucun doute offre de multiples scénarios.

La Rand corporation devient alors le creuset d'une méthodologie prospective et ce sont OLAF HELMER et NOMAN DALKEY qui inventent la méthode DELPHI qui est la plus utilisée, une méthode de précision technologique et qui vise à donner un éclairage prospectif large, c'est-à-dire une vision des innovations technologiques de demain.

L'approche du Road mapping, est une démarche structurée et itérative de travail de groupe permettant de déboucher sur une vision prospective partagée sous forme d'une ou plusieurs représentations graphiques (road maps), il s'agit d'une cartographie qui représente les chemins à parcourir et les étapes à franchir pour mettre sur le marché des produits et des services innovants.

Sans les innovations technologiques, l'économie actuelle n'existerait pas. Le fondement de l'économie se situe dans l'innovation et c'est elle qu'il convient d'observer pour comprendre et anticiper.

La quête de l'innovation est aujourd'hui vitale vu les nouvelles donnes de la mondialisation des échanges, les règles de la concurrence internationale. Au dépassement du TAYLORISME, la forme d'organisation, ou mieux encore le modèle organisationnel nouveau seul susceptible de réaliser l'efficience productive des entreprises, il contribue à une problématique sociétale de l'innovation.

Les entreprises sont souvent occupées par le re-engineering, passent beaucoup de temps à changer le dispositif des meubles de notre maison et oublient que les clients les font vivre et permettent de payer les dettes. Bien qu'avec la démarche qualité le client soit le centre d'intérêt de l'entreprise, peu de gens ont vraiment compris la signification d'un tel positionnement en somme innover avec le client.

## L'Approche Managériale de l'innovation.....

«Innover ou disparaître», semble nous dire DEBRA AMIDON, l'innovation est aujourd'hui une des ressources fondamentales des organisations et une richesse de la société. Elle n'est possible qu'avec une bonne maîtrise des savoirs.

Le processus d'innovation part de la création d'idées et aboutit à leur application réussie

Un certain nombre de chefs d'entreprise pratiquent encore un modèle de gestion qui pourrait être appelé « la conduite par le rétroviseur», c'est-à-dire basée sur un croquis d'expériences et selon le comportement conservateur, qui se traduit par une perte de rentabilité, style de gestion qui doit disparaître.

On doit développer, au contraire une vision prospective de management, l'accroissement du taux d'innovation dans les entreprises.

### **La qualité, à l'ordre du jour:**

Dans toutes les activités de production ou de service, des nouvelles méthodes de gestion viennent bouleverser l'organisation et la culture générale des entreprises. La recherche de la qualité peut conduire à des stratégies efficaces. En fait, c'est un des points d'ancrage de la volonté commune de réussir. Les enjeux de la qualité sont tels que tout le monde dans l'entreprise doit se sentir concerné. Le goût du travail bien fait devient la base de la culture. Chacun se sent alors motivé et capable de contrôler son propre travail. Mais cela suppose que l'ensemble du personnel soit formé à la maîtrise des marchés, des outils de production et de l'organisation.

### **L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE**

**«L'homme raisonnable s'adapte à son environnement, l'homme déraisonnable essaye sans cesse d'adopter son environnement à lui-même, tout progrès dépend-il de l'homme déraisonnable»**

GEORGE BERNARD SHAW

Aujourd'hui, l'enjeu consiste à intégrer l'environnement et les exigences de la demande sociale dans le processus de production.

L'innovation est la base du développement et de la survie de l'entreprise. Si vous n'êtes pas capable d'innover, de créer des nouveaux produits, des nouveaux services, de vous améliorer, de faire mieux plus vite et différemment que vos concurrents, alors préparez-vous à mourir!

## .....L'Approche Managériale de l'innovation.....

La réflexion sur l'intégration de nouvelles pratiques dans le processus de production suppose une bonne information sur les échanges commerciaux et le comportement du consommateur.

La conception du processus de production correspond à la prise de conscience et à la connaissance des problèmes par le décideur. Le processus cognitif, à partir de la formation des éléments externes (demande sociale, tendance du marché) contribue à l'élaboration d'une nouvelle représentation du système d'entreprise.

Le processus de production est redéfini par rapport à son impact sur l'environnement en étudiant les possibilités d'adaptation de la structure existante, des pratiques mises en cause par rapport aux contraintes de l'entreprise.

L'entreprise qui réussira demain est celle qui vivra en meilleure symbiose avec le milieu ambiant dans un mouvement dynamique d'action et de rétroaction. une entreprise innovante qui repose sur l'adaptation continue des connaissances aux nouvelles exigences.

### **Le processus créatif**

**« Le seul actif industriel de Microsoft est l'imagination humaine »**

BILL GATES

La construction d'un climat créateur implique le développement systématique des éléments suivants: structures d'organisation, politiques et procédures de communication, système de récompense et de reconnaissance.

La créativité appartient au monde cognitif, ce qui implique la capacité à formuler une problématique en vue d'y apporter une réponse sous la forme d'idées.

Nous tenons une approche linéaire du processus créatif, la première étape consiste donc à prendre conscience de l'existence d'un problème, l'étape 2, l'individu regroupe les informations disponibles, les analyse, les triture selon les méthodes créatives pour trouver une idée (étape 3) enfin il teste son idée avant de la communiquer pour qu'elle soit reconnue comme la bonne solution au problème (validation). L'individu créatif est abordé ici comme l'acteur majeur de la créativité dans l'organisation.

## CONCLUSION

L'innovation est l'oxygène de l'entreprise comme le souligne la plupart des auteurs (livres, rapports et documents de toute sortes), la compétitivité d'une entité, qu'il s'agisse d'une entreprise ou d'une nation passe par l'innovation, dans un monde qui évolue en profondeur et rapidement.

La créativité et l'innovation sont aussi affaire de management, autrement dit comment transformer la connaissance en richesse; sans les innovations de ces derniers siècles, l'économie actuelle n'existerait pas car le fondement de l'économie se situe dans l'innovation.

## BIBLIOGRAPHIE

- Debra M Amidon (2001): «Innovation et Management des Connaissances», Edition d'organisation
- Hélène Denis (1998): «Stratégies d'Entreprise et Incertitudes Environnementales» Editions Agences d'Arc
- POMIAN J. et Rose CL (2005): «L'évolution du Management dans l'Economie de la Connaissance»,
- KAO J. (1998): «Organiser la Créativité»,
- PIERRE DEVALON (2006): «L'innovation De Rupture», Edition Lavoisier.
- ALTER N. (2003): «L'innovation ordinaire »,
- AURORE M. (1998): «Stratégie Environnementale des Entreprises», Presses Polytechniques et Universitaires, Romandes.
- Séverine LOARNE (2009) : « Management de L'Innovation», Edition de Pearson éducation.
- BATTLE A., (1981): «La Littérature Managériale Fête l'Entreprise Intelligente», Les Echos.
- ROMANOJ, (1997): «La Construction Sociale de L'Innovation»,
- DUVAL. Go (1997): «L'entreprise Efficace à l'Heure de Swatch et Mc Donald's», Collection Alternative Economique.
- TOM PETERS, (1998): «L'Innovation un Cercle Vertueux», Edition Village Mondial
- LUC DE BRABANDERE, (2002): «Le Management des Idées», Edition DUNOD.