

MISSION STRATEGIE

Cahier des clauses techniques particulières

1 – Contexte de l'étude et enjeux économiques

La France est engagée dans la stratégie européenne UE2020, réaffirmée au conseil européen du 16 décembre 2010, ainsi qu'aux conseils compétitivité de novembre et décembre de la même année, sur la stratégie européenne en matière d'innovation et de politique industrielle. Elle est par ailleurs engagée avec les Etats Généraux de l'Industrie dans la mise en œuvre de nombreuses politiques affectant la compétitivité de l'industrie et des services connexes. Elle est enfin sous contrainte budgétaire forte. Ceci implique :

- En premier lieu, un accroissement des moyens de recherche industrielle et d'innovation, notamment privés, aux fins d'assurer une croissance plus forte, et le renouvellement du tissu industriel de façon à accroître les emplois à valeur ajoutée sur le territoire. A côté des aspects purement quantitatifs de cette stratégie, portés par les arbitrages budgétaires en faveur du crédit d'impôt recherche, de la politique des pôles de compétitivité, des investissements d'avenir, du soutien à l'innovation dans les PME et les jeunes entreprises, se pose la question de la meilleure rentabilité des investissements ainsi consentis. A cet égard, les meilleures pratiques de management de l'innovation, tant dans des grandes que dans de petites structures, de productivité de l'investissement ainsi consenti, doivent constamment être connues des entrepreneurs, des centres de recherche, et de l'Etat. Elle est rendue cruciale par les analyses de comparaisons internationales dans les pays industrialisés ou émergents. En outre, le contexte de la crise économique implique à la fois une attention renouvelée à la productivité de la R&DT, à la gestion de partenariats, aux meilleures pratiques, qui peuvent différer selon les métiers, pour assurer une suffisante continuité de l'effort d'innovation et des investissements qui y conduisent, aux meilleurs usages à tirer des outils d'action publique en faveur de l'innovation, vus sous l'angle managérial.

- En second lieu, la recherche de gains de productivité à échelle globale, source de croissance potentielle, doit aussi conduire à s'interroger sur l'innovation dans les services. (En termes d'organisation de l'Etat, l'évolution de la DGCIS vers une extension de ses activités pour les services, va dans le sens déjà engagé d'un renforcement de l'effort en faveur de l'innovation dans les services à haute valeur ajoutée, et à potentiel d'expansion internationale, mais elle n'a de sens que pour autant que ses activités peuvent contribuer à améliorer l'environnement des entreprises et leur capacité d'innovation).

- En troisième lieu, la création de valeur apparaît de plus en plus dans la capacité à accroître la créativité tant dans de petites structures que dans de grandes organisations, ou par les réseaux qui les relient et les processus coopératifs qui font apparaître des innovations de rupture, ou des évolutions dans la notion même de valeur. Si l'émergence de pôles de

compétitivité la favorise en particulier à un niveau méso-économique, d'autres aspects internes aux organisations, font l'objet d'analyses de bonnes pratiques qu'il convient de recueillir et de diffuser. A titre d'exemple, les matrices de scoring mondial sur la compétitivité valorisent de façon croissante cette capacité créative, dans différents métiers.

La présente étude vise, dans ce contexte, à favoriser la diffusion, aux entreprises et aux organismes publics pertinents, de meilleures pratiques via l'animation de deux séminaires de praticiens traitant du management de l'innovation dans l'industrie et les services, d'une part, de la créativité, d'autres part, à partir d'études de cas, permettant de faire le tour d'un nombre significatif de thèmes d'actualité, à partir de séances dédiées à ces thèmes.

2 – Plus particulièrement, et sans que la liste ci-dessous soit exhaustive ni ne puisse être totalement couverte dans les limites de temps imparties à l'étude, les thèmes suivants pourraient être abordés :

Pour l'innovation :

2-1 Approche par secteurs :

2-1-1 Auto :

2-1-1-1 Meilleures pratiques dans les laboratoires de recherche concernant les avancées en matière de batteries

2-1-1-2 Mobilités alternatives : Quels bons exemples pour leur mise en œuvre leur diffusion ?

2-1-2 Armement/Spatial : état de la concurrence sur Galiléo et les applications : comment gagner du temps ?

2-1-3 Logiciel/Internet/TIC :

2-1-3-1 : bonnes pratiques pour l'utilisation des TIC dans les entreprises en vue d'améliorer la productivité – cas particulier des simplifications administratives et du rôle de la puissance publique.

2-1-3-2 les systèmes électriques intelligents ou « smart grid » : exemples internationaux d'application aux économies d'énergie dans les véhicules électriques.

2-1-3-3 : « Software as a service » : plateformes d'agrégations de services comme créatrices de valeur pour des fournisseurs de logiciel

2-1-3-4 meilleurs usages des moteurs de recherche – risques associés

2-1-4 Sciences du vivant, pharmacie, biotechs, agro-alimentaire :

2-1-4-1 : Quelles industries et services rentables pourraient-ils émerger de l'évolution des moyens affectés à la dépendance ?

2-1-4-2 : Meilleures pratiques d'achats hospitaliers pour permettre des offres innovantes, associant les meilleurs CHU (centres hospitaliers universitaires) et une offre technique élaborée en partenariat

2-1-5 Energie, chimie, matériaux, équipements

2-1-5-1 : Quels progrès vers la maison à énergie positive? Quelles offres nouvelles pour le traitement de l'air confiné?

2-1-5-2 : Innovation dans le bricolage : quels nouveaux marchés porteurs ?

2-1-5-3 : Innovations dans le recyclage de terres rares

2-1-6 Services

2-1-6-0 : la création de valeur à travers l'innovation et le design des services, enjeu de la globalisation de l'économie

2-1-6-1 : Un exemple illustrant l'intérêt et les clés de succès d'une industrialisation de processus de service permettant à la fois de mieux répondre à la concurrence internationale, et d'avoir une productivité plus élevée.

2-1-6-2 : Un exemple illustrant l'innovation de service basée sur le management des actifs immatériels de l'entreprise.

2-2 Approche par thèmes :

2-2-1 : Politiques publiques de recherche et d'innovation :

2-2-1-1 : Suivi, sous l'angle managérial, de la mise en œuvre des sociétés de valorisation des recherches menées par les laboratoires publics dénommées SATT, soit sociétés d'accélération du transfert des technologies

2-2-1-2 : Le rôle des réseaux sociaux dans le management de l'innovation : l'apport de la recherche en sciences humaines et sociales

2-2-2 : Comparaisons internationales, expériences étrangères :

2-2-1-2 : Meilleures pratiques de présence à l'ISO. Moyens dévolus, économie du processus.

2-2-3 Gestion de projets et de portefeuilles :

2-2-3-1 : Pratique de la mise en œuvre de fonds de brevets.

Pour la créativité et la création :

- La gestion de personnalités d'exception dans un cadre créatif ; la valorisation de leurs créations.

- L'industrialisation de la création, les laboratoires orientés vers la recherche appliquée dénommés « creative labs ».

- Le management de la protection des idées

- Les enjeux du design (modes d'organisation et problématiques porteuses d'enjeux) par exemple, parmi les thèmes suivants (liste purement indicative) :

- le design comme outil de développement économique des territoires: revitalisation des territoires urbains (espaces et activités y compris entreprises); exemple; Saint-Etienne autour de la Cité du design et de la Biennale;

- le design peut-il contribuer à rendre vivable les concentrations urbaines: antenne de l'Ensci (Ecole nationale de création industrielle) au sein des laboratoires de recherche du CEA dans le cadre du pôle Minalogic, pour imaginer et concevoir les services et usages; (ré)animation des territoires ruraux par la création de réseaux de coopération et de nouveaux liens sociaux;

- le design comme facteur d'innovation sociale: le design universel est-il une clé pour répondre aux nouveaux besoins liés à l'allongement de la durée de la vie?
- le design comme composante d'une politique de développement durable débouchant sur des "usages soutenable" de l'eau et de l'air, des énergies et des ressources;
- le design peut-il constituer, pour les entreprises, un substitut à l'ingénierie, à la R&D, à l'architecture, au marketing,...?
- Création et flaconnage : enjeux, rétrospective et prospective
- Les exemples récents de créations d'entreprises à partir de chercheurs, publics ou privés
- La création dans des services à haute valeur ajoutée
- Le croisement des compétences entre entreprises de métiers très différents pour faire émerger des innovations.
- Le rôle des entreprises de services par essence transverse (cf experts comptables, conseil en management, ingénierie, etc..) pour « polliniser » les meilleurs pratiques vers les différents secteurs de l'économie.
- Faire travailler des entreprises créatives en 24/24 au tour du monde (problématiques de cohésion d'équipes pluriculturelles au sens géographique et pluridisciplinaires au sens de la créativité artistique versus créativité technique : cas de la cohabitation architectes/ingénieuristes)
- Créativité et image : comment améliorer la visibilité des marques notamment via les réseaux sociaux et les applications mobiles ? Quelles applications pour la « marque France » ? Quelles mesures de la valeur de la marque ?

3 – Forme de l'étude

Le titulaire fournira des compte-rendus en fonction de chaque thème traité et un rapport de synthèse final.

Les rapports seront livrés en format papier et en format électronique lorsque la version électronique est disponible. L'adresse de livraison de la version papier du rapport est :

Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie
DGCIS – Mission Stratégie
Le Bervil – 12 rue Villiot
75572 PARIS CEDEX 12

L'étude sera fournie à la DGCIS sous forme d'un exemplaire numérique par un dispositif garantissant son authenticité. Elle pourra faire l'objet de parutions par le titulaire, mentionnant le soutien du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie.

4 – Suivi des travaux

Le titulaire du marché travaillera en étroite collaboration avec la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services, représentée par la Mission stratégie qui assurera la responsabilité technique et administrative du contrôle des travaux.