

Atelier

## CULTURE D'INNOVATION

Activez les bons leviers organisationnels pour réussir  
votre transformation

18 avril 2019



# INTRODUCTION

## [ PRÉSENTATION DES ANIMATEURS ]



- > Co-fondateur de CORTO.REV
- > Consultant international et conférencier
- > Expert en développement organisationnel et en innovation
- > Accompagne les exécutifs et leurs équipes dans la transformation de leurs entreprises, afin qu'elles deviennent plus innovantes et agiles



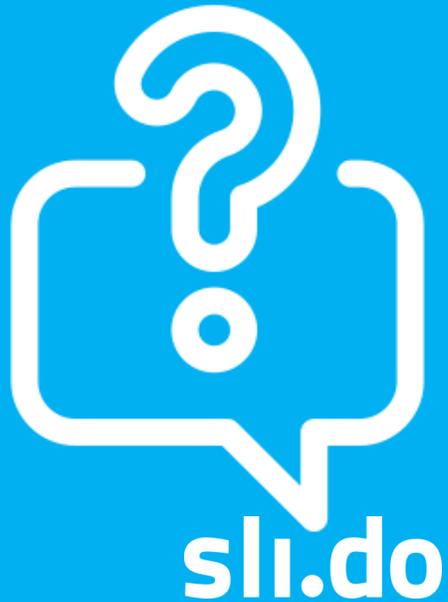
- > Associée CORTO.REV
- > Consultante en développement organisationnel et en innovation
- > Spécialisée en recrutement de cadres et exécutifs et en animation d'atelier de créativité



01

LES 3 PILIERS POUR UNE  
ORGANISATION INNOVANTE





Q1 | À chaque fois qu'une ville double de taille, l'innovation et la productivité par habitant...?

- A. Diminuent de 21 %**
- B. Diminuent de 12 %**
- C. Augmentent de 2 %**
- D. Augmentent de 15 %**
- E. Ne changent pas**



A chaque fois qu'une ville double de taille, l'innovation et la productivité par habitant **augmentent de 15% !**

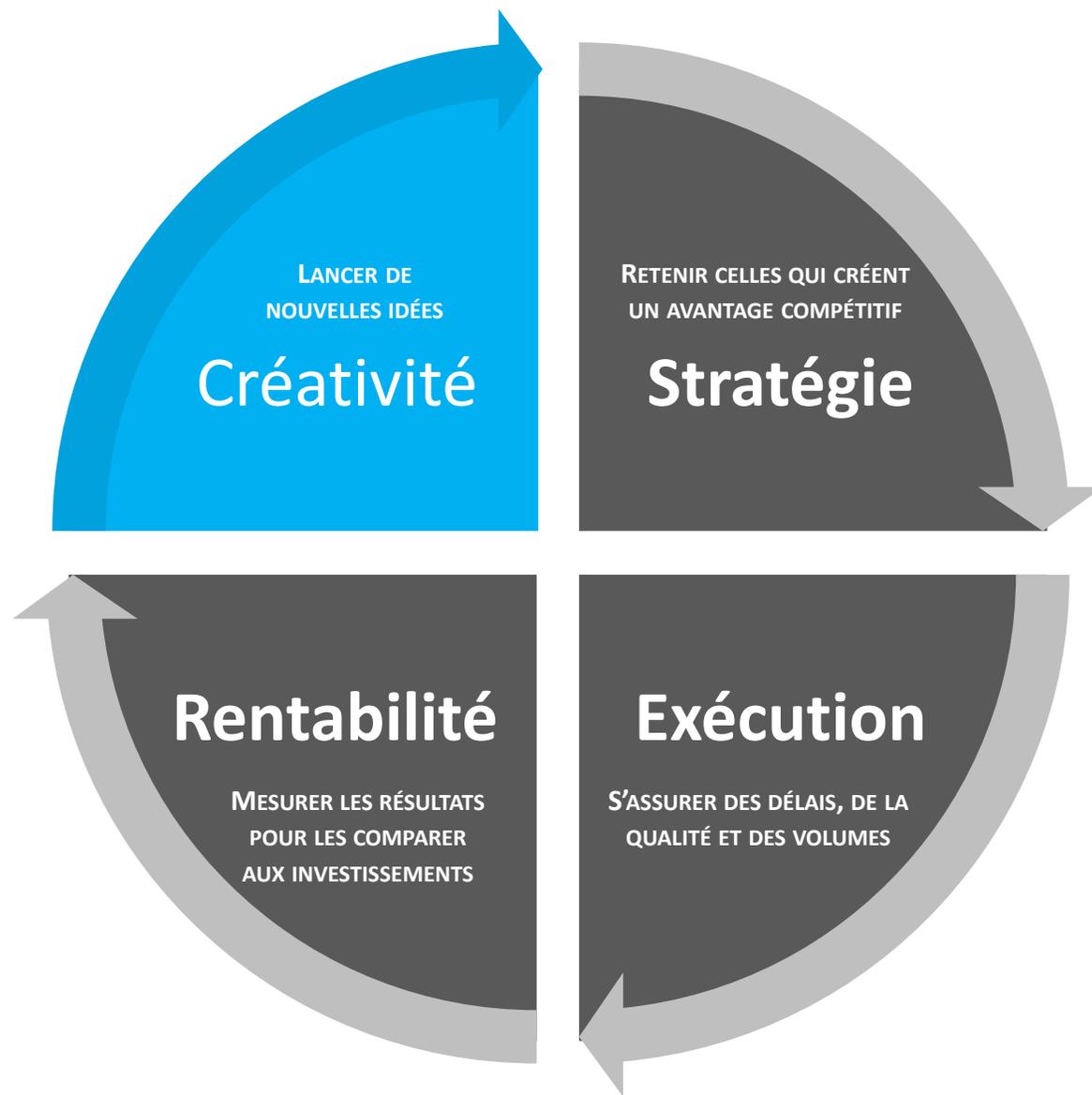
Mais quand les **compagnies grandissent**, l'innovation et la productivité par **employé diminuent**.

- Tony Hsieh, CEO @Zappos

# 1<sup>er</sup> CONSTAT



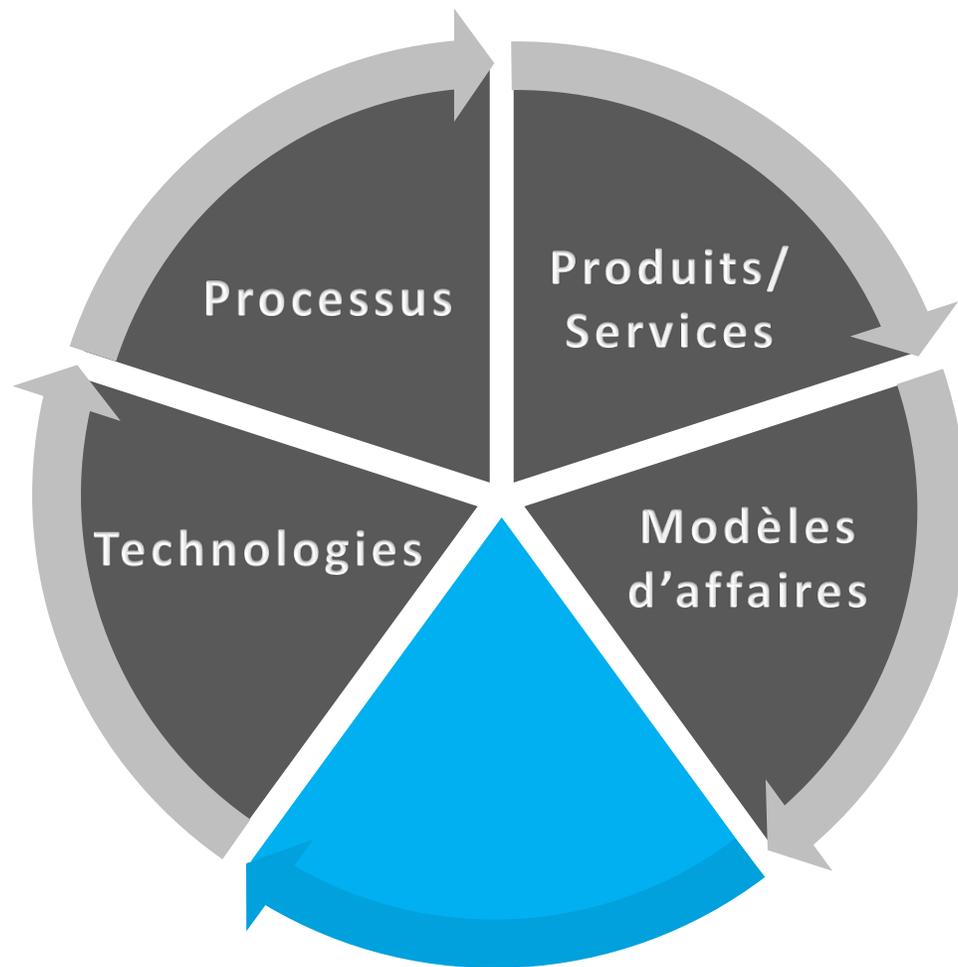
L'innovation ne touche pas  
seulement la **CRÉATIVITÉ** !

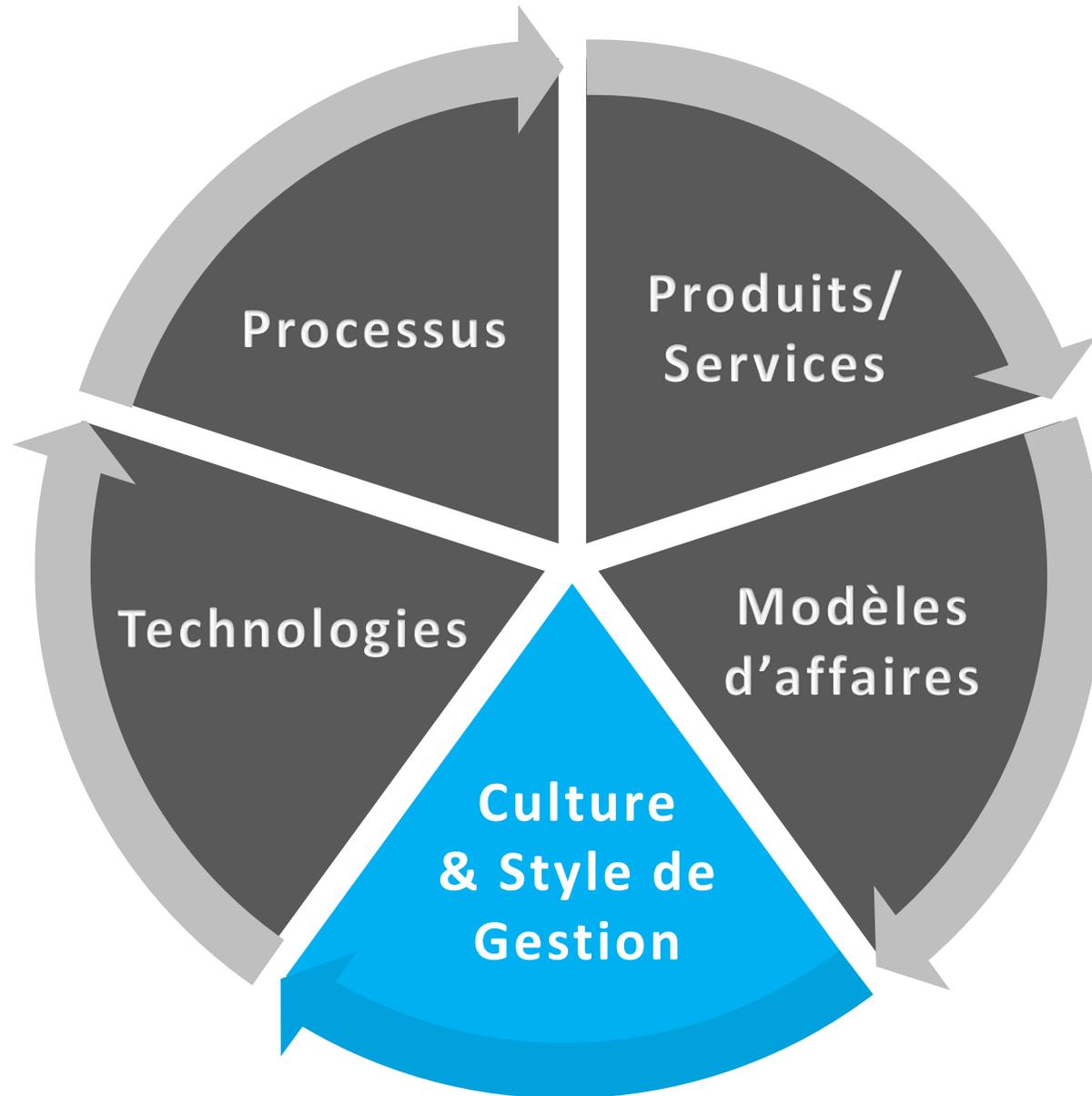


## 2<sup>ème</sup> CONSTAT



L'innovation touche  
5 dimensions différentes !





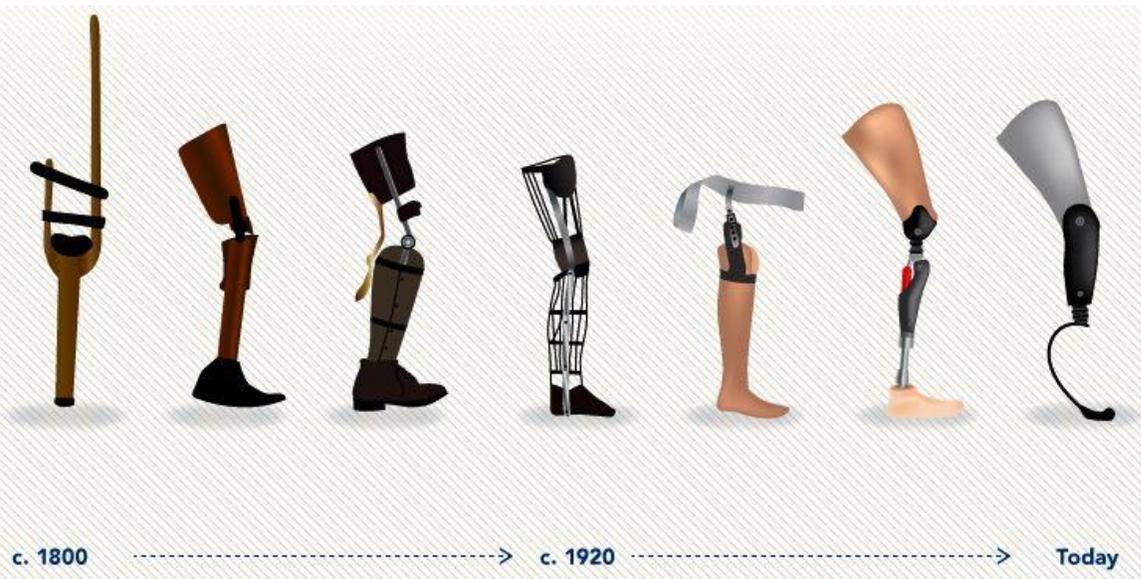
## 3<sup>ème</sup> CONSTAT



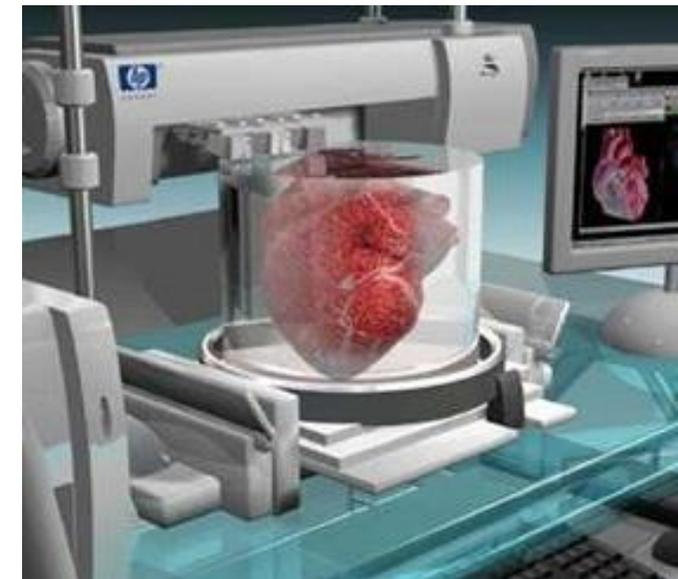
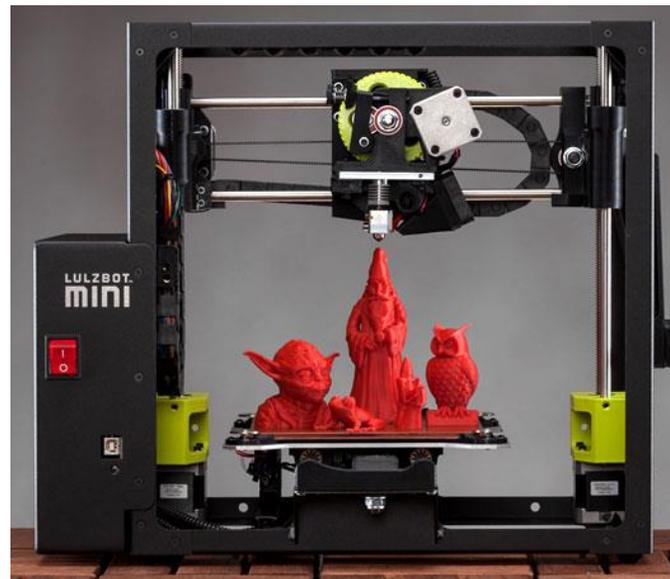
L'innovation, ce n'est pas juste « Inventer »,  
cela peut aussi être « Améliorer » !

# SAVOIR DISTINGUER L'INNOVATION [ INCRÉMENTALE DE LA RADICALE ]

## Innovation incrémentale



## Innovation radicale

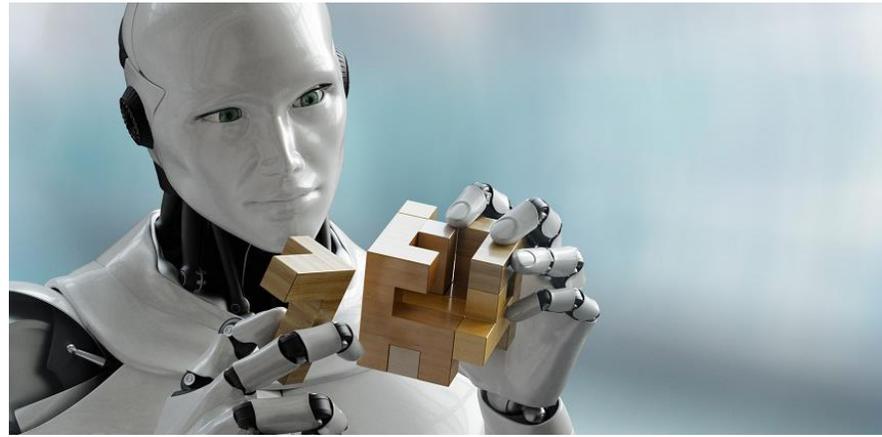


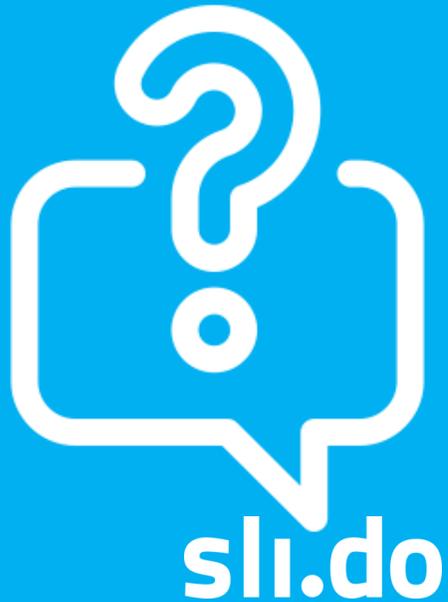
## 4<sup>ème</sup> CONSTAT



L'innovation est devenue un incontournable dans des environnements de plus en plus complexes et rapides !

# ENVIRONNEMENT EN TRANSITION PERPÉTUELLE ET ACCÉLÉRÉE [ ENVIRONNEMENT D'AFFAIRES CHAOTIQUE ]





Q2 | Combien de compagnies du Fortune 500 de 1955 sont encore **EN ACTIVITÉ** aujourd'hui ?

- A. 88 %
- B. 53 %
- C. 43 %
- D. 12 %
- E. 7 %



**Seulement 12 % !**

Et rien qu'en 2016, **26 % ont quitté** la liste Fortune 500 !

IL Y A DES PERDANTS...  
[ LISTE FORTUNE 500 DE 1955 ]

Seules 12% des entreprises existent encore !

*Exemples d'autres entreprises en difficulté :*



NOKIA

Kodak



SONY®

Office  
DEPOT.

TOSHIBA



QUIKSILVER 

Indigo  
Books & Music Inc.



STAPLES

hmv



RadioShack.

myspace

SEARS HOLDINGS



htc



TARGET

TOYS R US

BARNES  
& NOBLE



Quiznos

OLYMPUS®



KFC®

Polaroid



Abercrombie  
& Fitch

## TROIS PRINCIPALES [ RAISONS ]



Elles n'ont pas vu  
venir la menace



La menace excédait  
leur capacité à réagir



Elles auraient pu y répondre  
mais n'ont pas eu le courage  
de le faire (**prise de risques**)

# 5<sup>ème</sup> CONSTAT



Innovation et agilité  
**SONT INDISSOCIABLES !**

# DÉFINITION DE L'AGILITÉ [ MACRO ]



Plus **VITE**



Plus d'intelligence  
**COLLECTIVE**

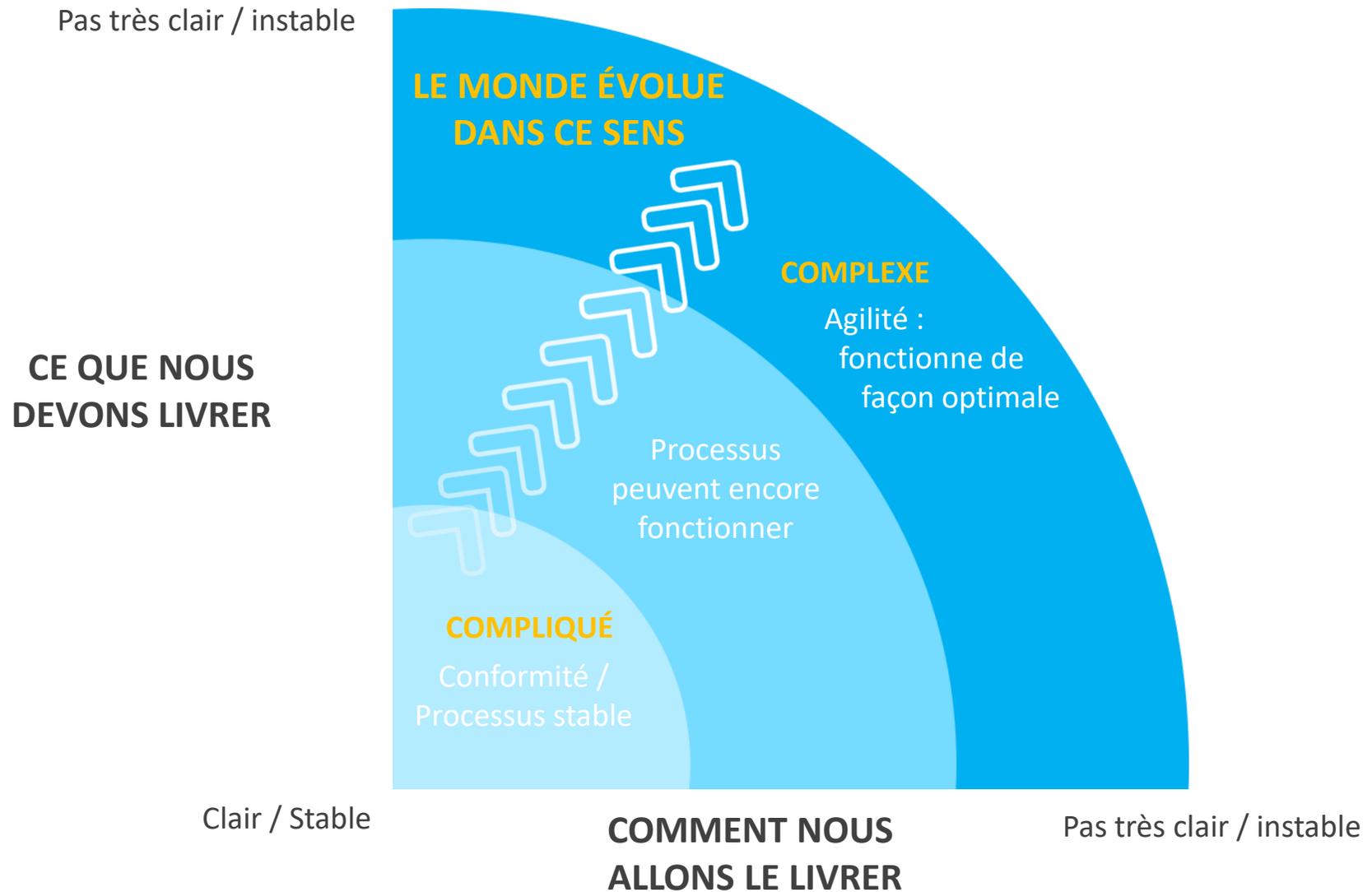


Plus d'**ADAPTABILITÉ**  
aux changements  
rapides de direction



Plus centré  
**CLIENT**

# DÉFINITION DE L'AGILITÉ [ INNOVATION ET COMPLEXITÉ ]



# DÉFINITION DE L'AGILITÉ [ AMBIGUITÉ ]

INNOVATION

OPÉRATIONS

CRÉER



LIVRER LES RÉSULTATS

INNOVER



SATISFAIRE LE CLIENT

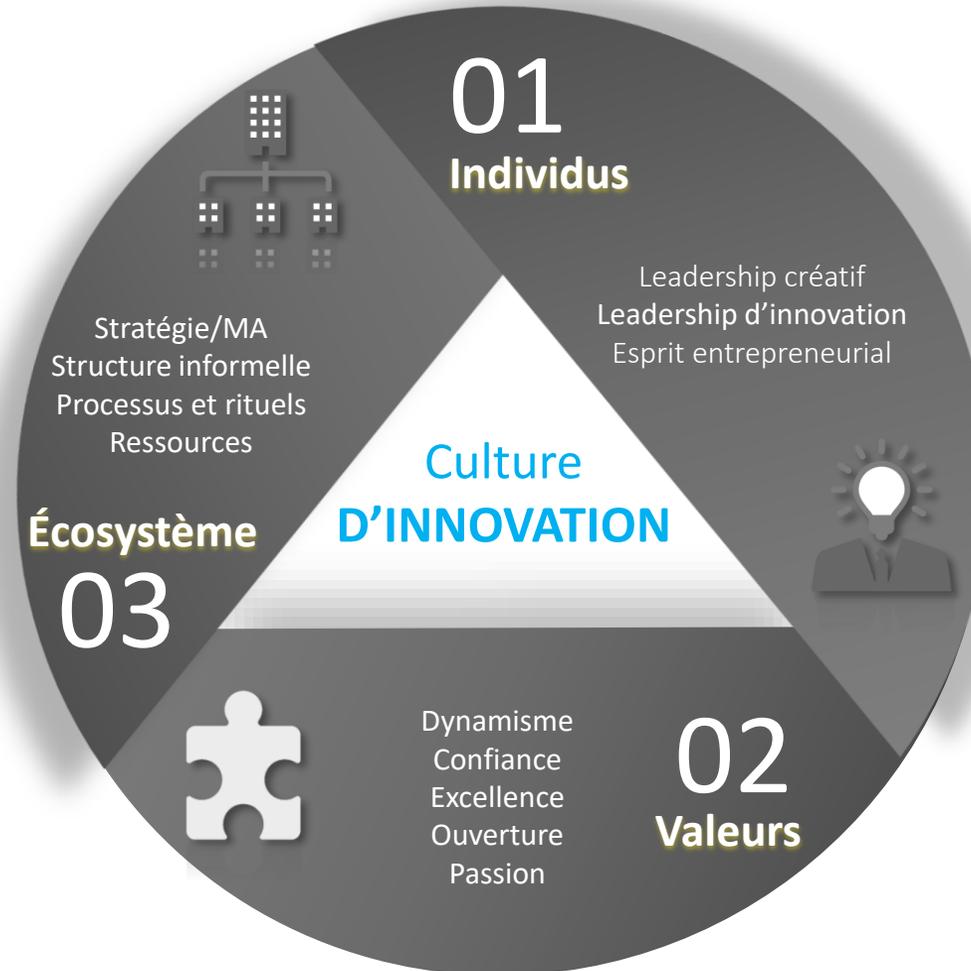
Et au sein des  
organisations  
innovantes, quels sont  
les **leviers de**  
**l'innovation et de**  
**l'agilité ?**



# LES VAINQUEURS [ CE QU'ILS ONT EN COMMUN ]

Écosystème  
interne  
**ADAPTABLE**

Leadership **AGILE**



Valeurs d'INNOVATION



02

3 QUESTIONNAIRES  
ET CHOIX DU PILIER



**QUESTIONNAIRES**  
**[CHOIX DU PILIER EN GROUPE]**

**> Sur quel pilier souhaitez-vous travailler ?**

[vote en table]

## QUESTIONNAIRES

[ ÉVALUEZ LA CULTURE D'INNOVATION DE VOTRE ORGANISATION ]

> **Chaque participant évalue son organisation sur les 10 questions reliées au pilier choisi**

[questionnaire en format papier]

## QUESTIONNAIRES

[DISCUSSION PAR TABLE - RETOUR EN GROUPE]

> Qu'est-ce qui vous étonne ?

> Quelles sont vos réactions sur votre organisation ?

[partage en table et en plénière]



# 03

ATELIER



The background features several unlit incandescent light bulbs hanging from black cords against a dark, textured wall. A large, dark grey circular graphic is positioned on the right side of the image, containing white and blue text.

ATELIER DE CRÉATIVITÉ

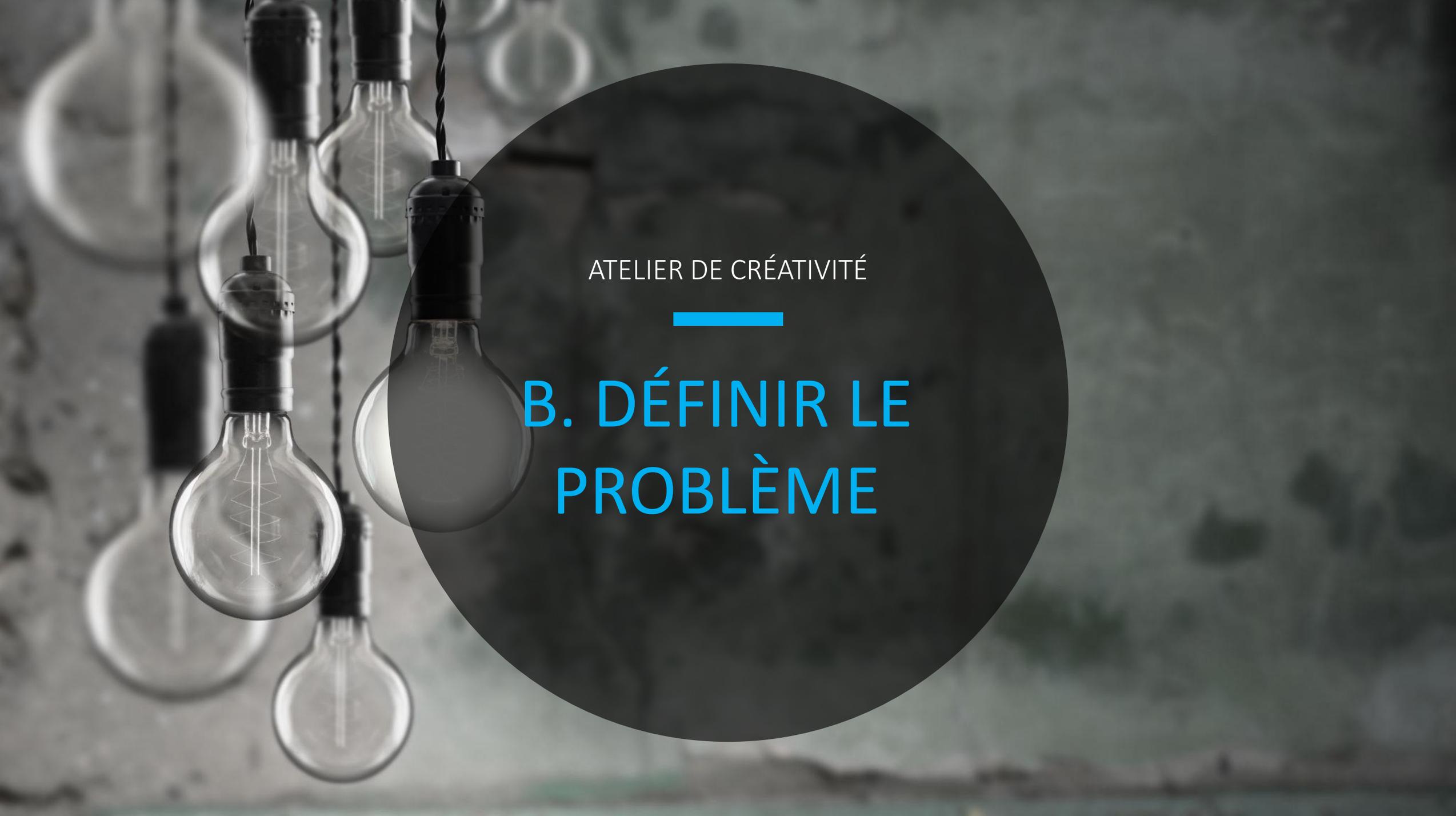
---

**A. CHOIX DU SUJET**

# FORMULATION DU SUJET À EXPLORER

## [ 5 MINUTES ]

> **Par table, choisissez 1 énoncé** du questionnaire que vous souhaitez approfondir

The background of the slide features several unlit incandescent light bulbs hanging from black cords against a dark, textured wall. A large, dark grey circular graphic is positioned on the right side of the image, containing the text. The text is white and blue, with a blue horizontal line separating the two lines of text.

ATELIER DE CRÉATIVITÉ

---

**B. DÉFINIR LE  
PROBLÈME**

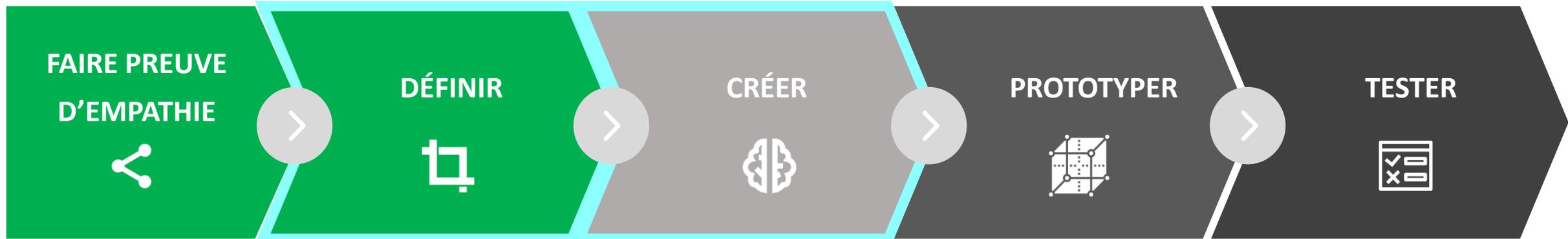
# Processus classique de Design Thinking

## DE LA RÉPUTÉE D.SCHOOL

---



# [ PROCESSUS CLASSIQUE DE DESIGN THINKING, DE LA D.SCHOOL ]



## DÉFINIR LE PROBLÈME [ CONSEILS ]

- > Pour trouver des solutions à un problème, il faut d'abord **creuser le problème**
- > Souvent, le problème auquel on s'attaque a priori **n'est pas le bon**
- > Creuser le problème **sans sauter tout de suite sur les solutions !**
- > Voir le problème uniquement sous notre angle ne nous permet pas de **comparer les différentes alternatives**

# DÉFINIR LE PROBLÈME

## [ ÉTAPE 1 : LISTER LES ACTEURS ET LEUR PROBLÈME ]

### Étape 1

- > Lister les acteurs concernés par le problème, en vous incluant
- > Lister les souhaits de chaque acteur
- > Lister les dilemmes que rencontrent chaque acteur ( ce qui fait qu'ils ne peuvent pas atteindre leur souhait)

## ÉTAPE 2

### [ ÉTAPE 2 : CLARIFIER LE PROBLÈME ]

## Étape 2

- > Écrire le problème rencontré par chacun des acteurs

**Problème = Souhait + Dilemme**

Comment (souhait) ... SANS / ALORS QUE (dilemme) ... ?



04

RETOUR EN PLÉNIÈRE





ATELIER DE CRÉATIVITÉ

---

LES OUTILS  
POUR  
POURSUIVRE LA  
RÉFLEXION

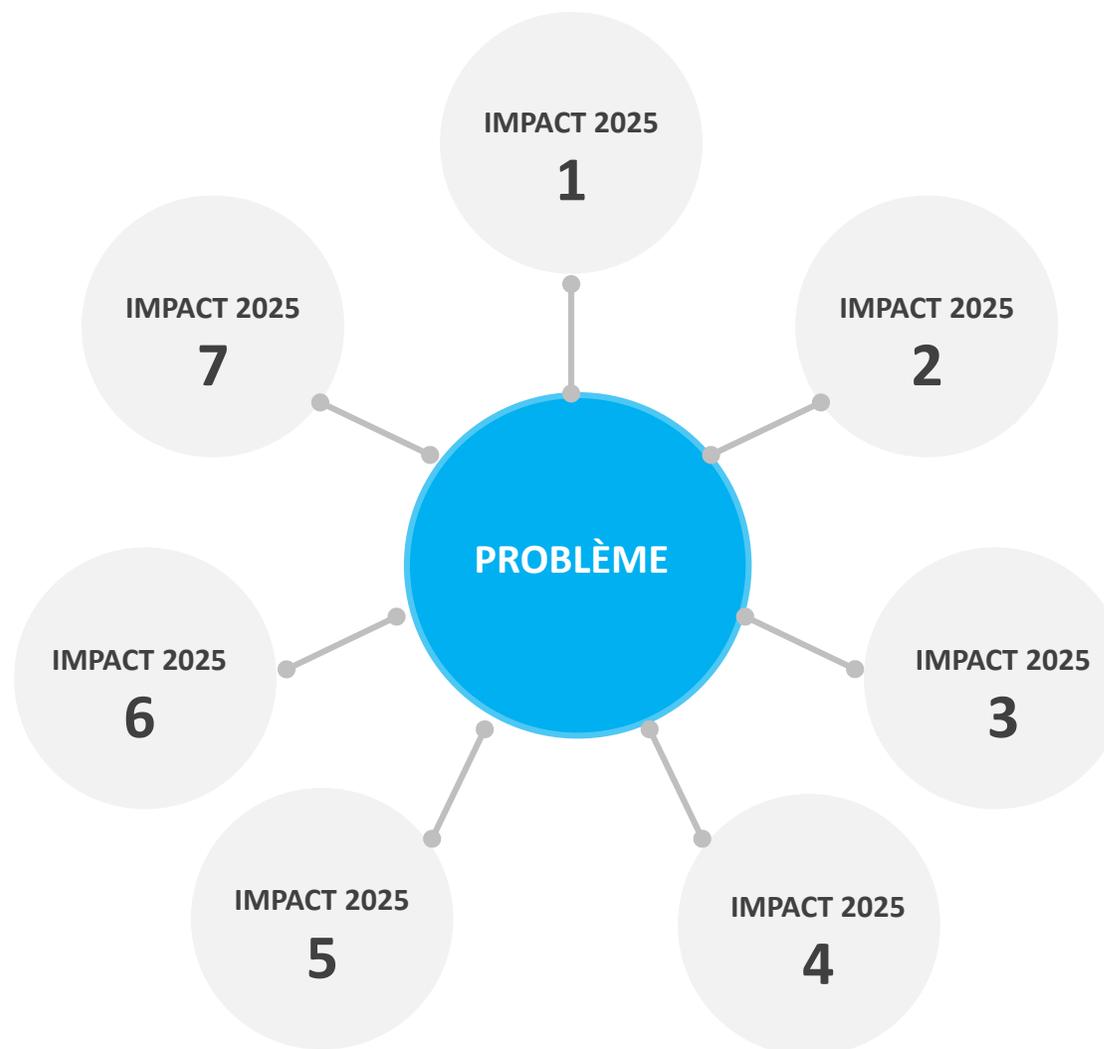
# OUTIL 1



## SE PROJETER DANS LE FUTUR



PROJETEZ-VOUS : **VOUS ÊTES EN 2025** : IMAGINEZ LES IMPACTS QUE CETTE TENDANCE A EU SUR VOTRE ENTREPRISE ...



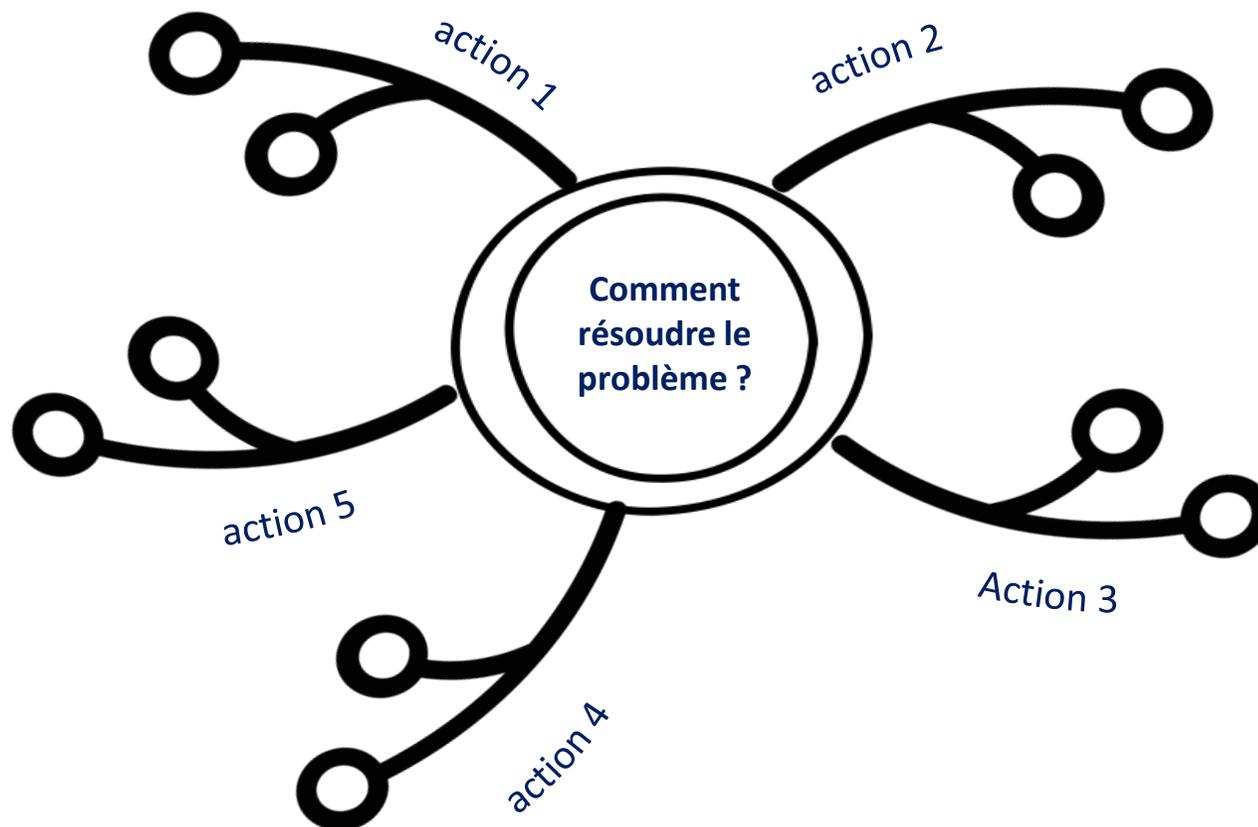
## OUTIL 2



GÉNÉRER DES IDÉES  
CRÉATIVES ET  
INNOVANTES

IMAGINEZ, EN 2025, LE PROBLÈME EST RÉSOLU DANS VOTRE ENTREPRISE

QUELLES ONT ÉTÉ LES INITIATIVES PRISES AUJOURD'HUI POUR Y PARVENIR ?

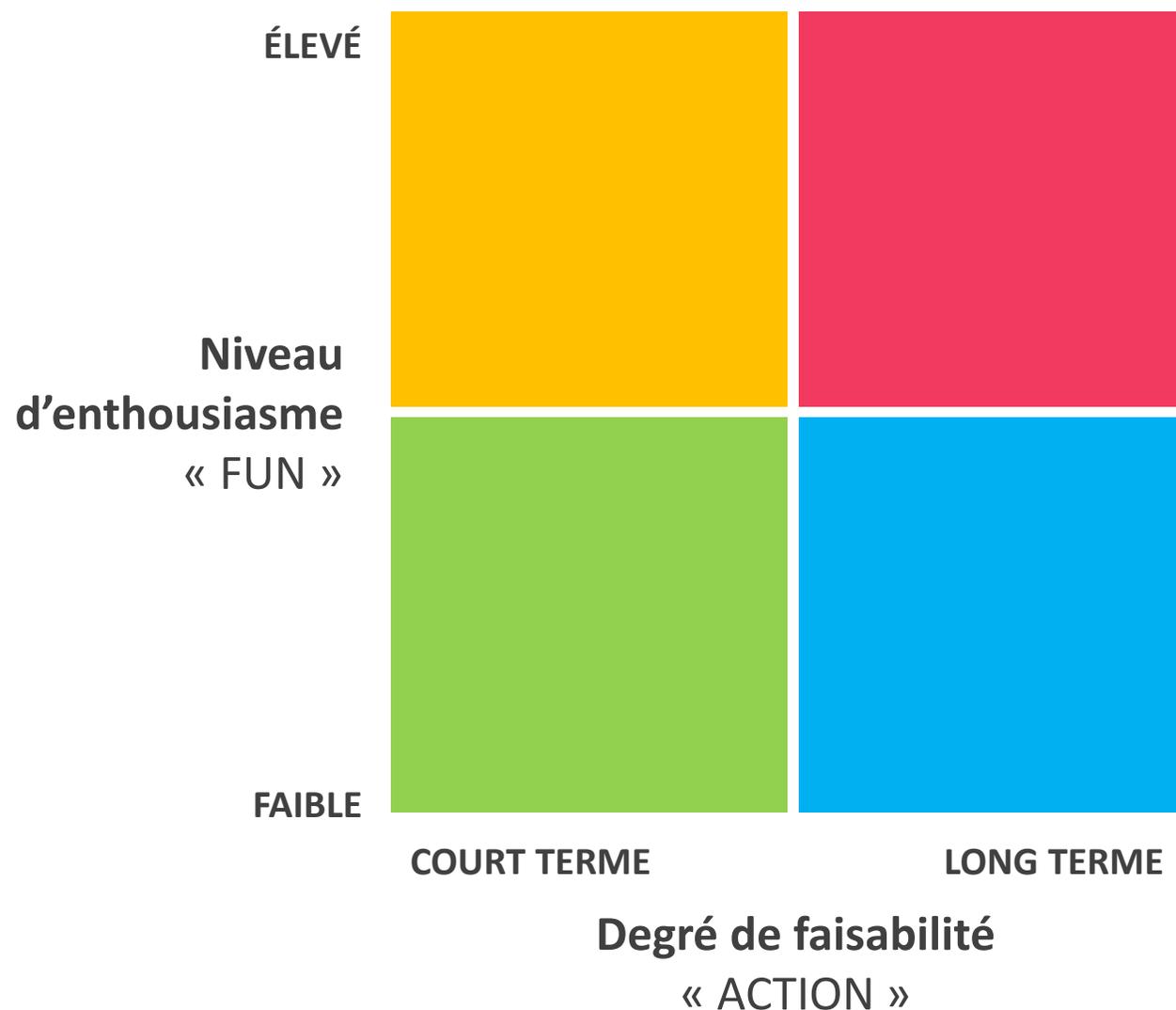


## OUTIL 3



### SÉLECTIONNER L'INITIATIVE COUP DE COEUR

**CLASSER LES INITIATIVES EN METTANT DE L'AVANT LES COUPS DE CŒUR ET  
LES IDÉES LES PLUS SIMPLES À IMPLÉMENTER.**



# OUTIL 4



## PRÉPAREZ LE PITCH DE VOTRE INITIATIVE

Vendez votre  
initiative en 30 sec

MAINTENANT, VENDEZ VOTRE INITIATIVE EN 30 SECONDES !



Quoi ?



Pour qui ?



Quelle valeur  
ajoutée ?

RAPPEL DE L'INITIATIVE :

RAPPEL DE L'INITIATIVE :

## CONCLUSION

### [ RETOUR SUR CET ATELIER ]

> Comment vous **sentez-vous** après cet atelier ?



#### AUJOURD'HUI, VOUS REPARTEZ AVEC :

- > Des concepts théoriques des piliers qui favorisent l'innovation dans les organisations
- > 1 questionnaire sur un des trois piliers de l'innovation
- > Quelques principes clés et des outils pratiques pour favoriser la créativité et trouver des solutions à des problèmes complexes



**MERCI**  
DE VOTRE PARTICIPATION

