



**innovatech**  
coach de vos innovations technologiques

**Présentation du 8 octobre 2010**  
**Wagralim**

- InnovaTech pour Innovation Technologique
- ASBL créée en 2001
- Active de 2002 à 2008 sur le Hainaut (CeRDT)
- Active depuis 2008 sur toute la Wallonie
- Financée par la Wallonie et le FSE

Par **innovation technologique** :

Développement d'un nouveau produit, procédé, service ou amélioration de l'existant à l'aide de techniques (individuelles ou combinées) lui conférant un avantage concurrentiel en rapport à un marché existant ou à créer.

- Exclut un changement seul de l'esthétique, du design
- Nécessite une composante technologique dans le développement

## 3 principales missions d'InnovaTech :

- Sensibilisation / Formation (incitation à la mise en place d'une démarche d'innovation technologique)
- Réseautage (favoriser et privilégier les partenariats)
- Coaching / Accompagnement (suivi proactif auprès des entrepreneurs)

## La sensibilisation



- Newsletter mensuelle
- Site Internet
- Évènements
- Formation CITE



The screenshot shows the homepage of the InnovaTech website. At the top left is the InnovaTech logo and tagline "Le coach de vos innovations technologiques". A navigation menu includes "Qui sommes-nous?", "Le réseau", "Nos services", "Nos références", and "Contact". Below the menu is a "Vous êtes ici" breadcrumb trail pointing to "Accueil".

The main content area features a large orange kiwi fruit graphic. The headline reads "PME, porteur de projet ? Vous voulez innover ?". Below this, it states "INNOVATECH est votre coach" and offers a global accompaniment for technological innovation projects, including training and events.

On the left sidebar, there are sections for "Newsletter" (with a "consultez notre newsletter" and "Inscrivez-vous" button), "Evénements", "Formations", "Votre espace innovation", and "Posez-nous vos questions!".

On the right sidebar, there is an "A la une" section listing "Job Recherche un/une conseiller" and "Event Salon Dynamic Day Mons". Below that is an "Actus" section with a date "28/08" and the title "Le GPS, en pleine mutation". The text describes how GPS is becoming more widespread, saving time and reducing risks while decreasing consumption.

At the bottom, there are three columns of services: "Structurer conduite de projet", "Protéger propriété intellectuelle", and "Dévoiler communication presse". Each column includes a brief explanation of its value. A search bar is located at the bottom left, and a footer contains "Archives", "Mentions légales", "Plan du site", "FAQ", and "Jobs".

The footer also includes a quote: "«L'UE et les autorités publiques investissent dans votre avenir» Avec le soutien financier du Fonds social européen et de la Région wallonne" and the logos of the European Union and the Walloon Region.

## Le réseautage





## Le coaching / l'accompagnement



- InnovaTech jouera le rôle de coach auprès de l'entrepreneur afin de l'accompagner dans la réalisation de son innovation technologique.
- 3 piliers pourront être activés avec différents outils : la **conduite de projet**, la **propriété intellectuelle** et la **communication**.

Structurer >>  
conduite de projet

Parce qu'il serait dommage d'avoir de bonnes idées et de ne pas pouvoir les mettre correctement et rapidement en œuvre.

Protéger >>  
propriété intellectuelle

Parce qu'il est tout aussi important d'avoir de bonnes idées que de les protéger !

Dévoiler >>  
communication presse

Parce qu'il ne sert à rien d'avoir un produit ou un service innovant et de ne pas le faire connaître !

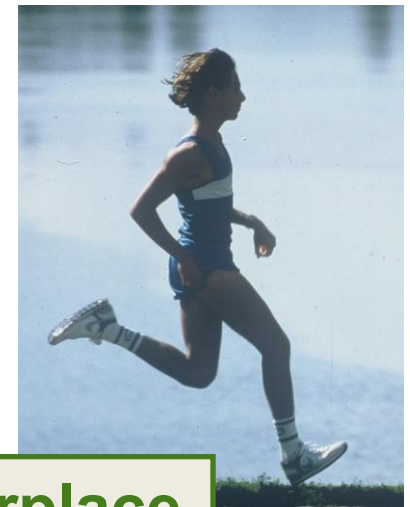
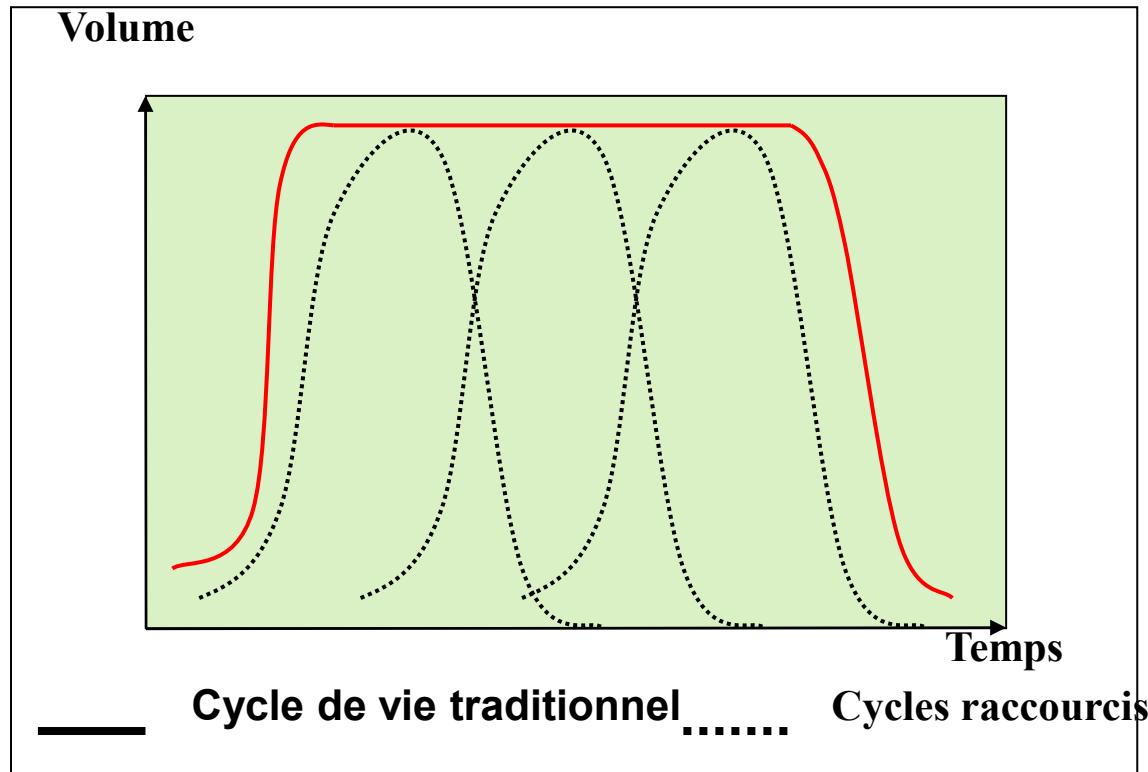


**innovatech**  
coach de vos innovations technologiques

**Le pilotage de l'innovation !**



# Constat : Evolution des cycles de production

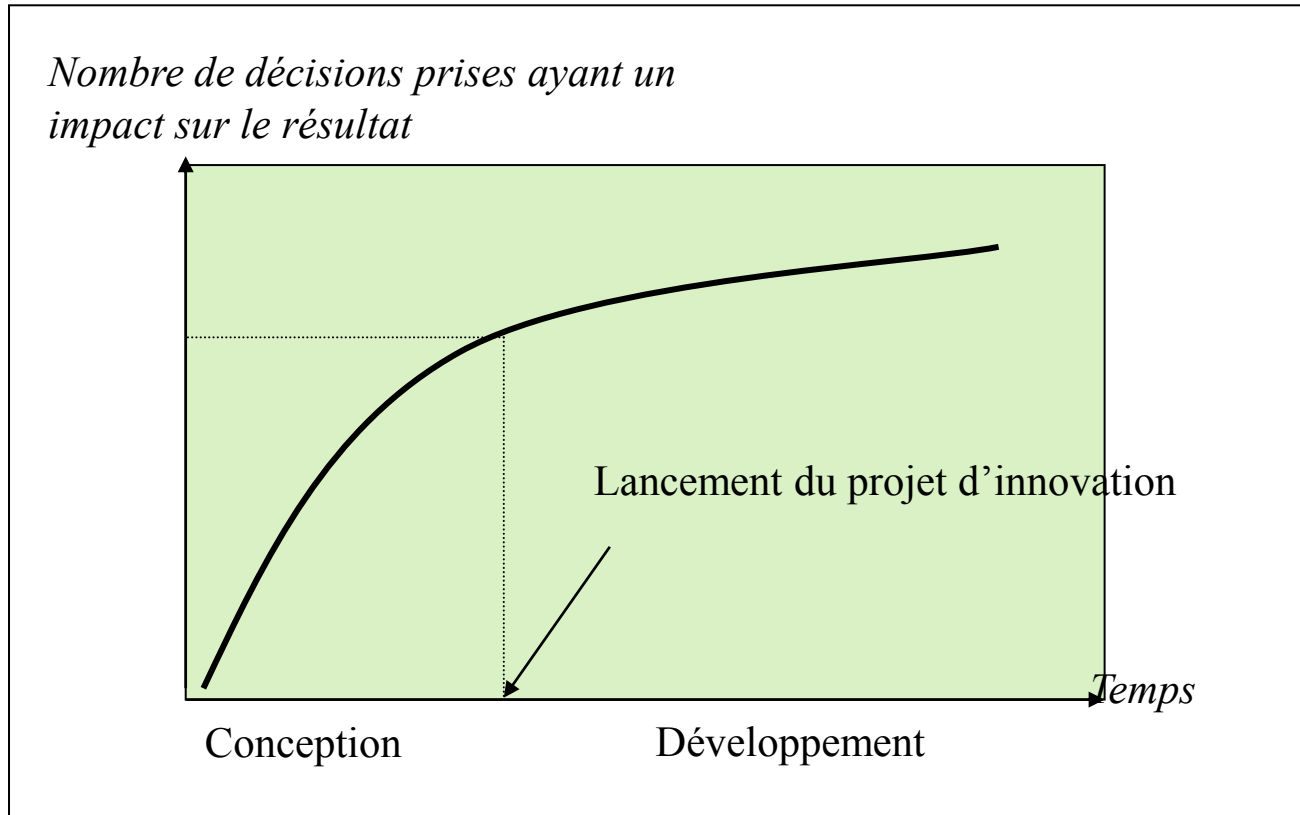


**=> Il faut courir pour faire du surplace**

Selon une étude française :

- 30% des projets d'innovation incrémentale se soldent par une réussite commerciale
- 5% des projets d'innovation de rupture se soldent par une réussite commerciale

# Constat : Le poids des premières décisions



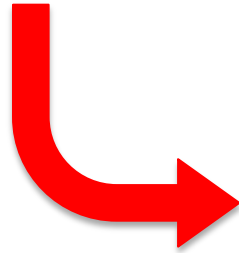
⇒ **Nécessité de mieux gérer les projets  
d'innovation technologique**



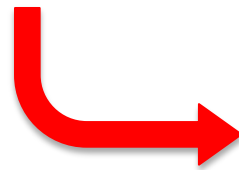
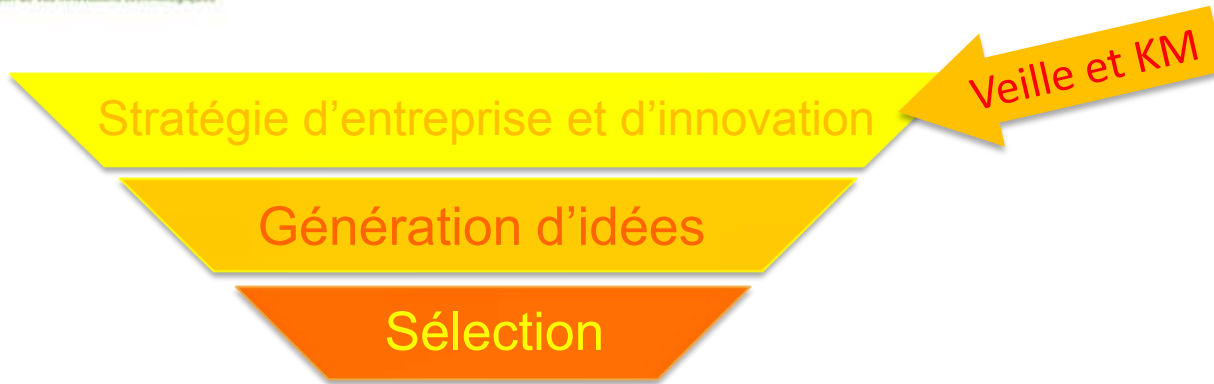
**=> Phase 1 : Retenir la bonne idée**

**=> Phase 2 : Réaliser une bonne étude de faisabilité**

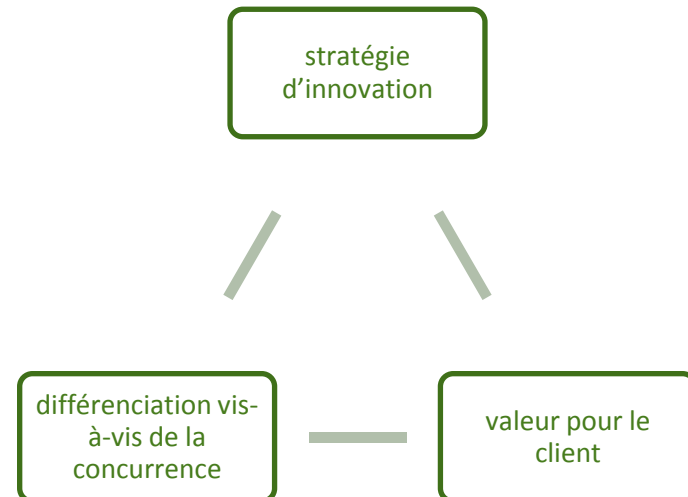
Idée



**Phase 1 :**  
**Retenir la bonne idée**



## Phase 1 : Retenir la bonne idée



## Définition de la vision d'entreprise et de sa stratégie d'innovation

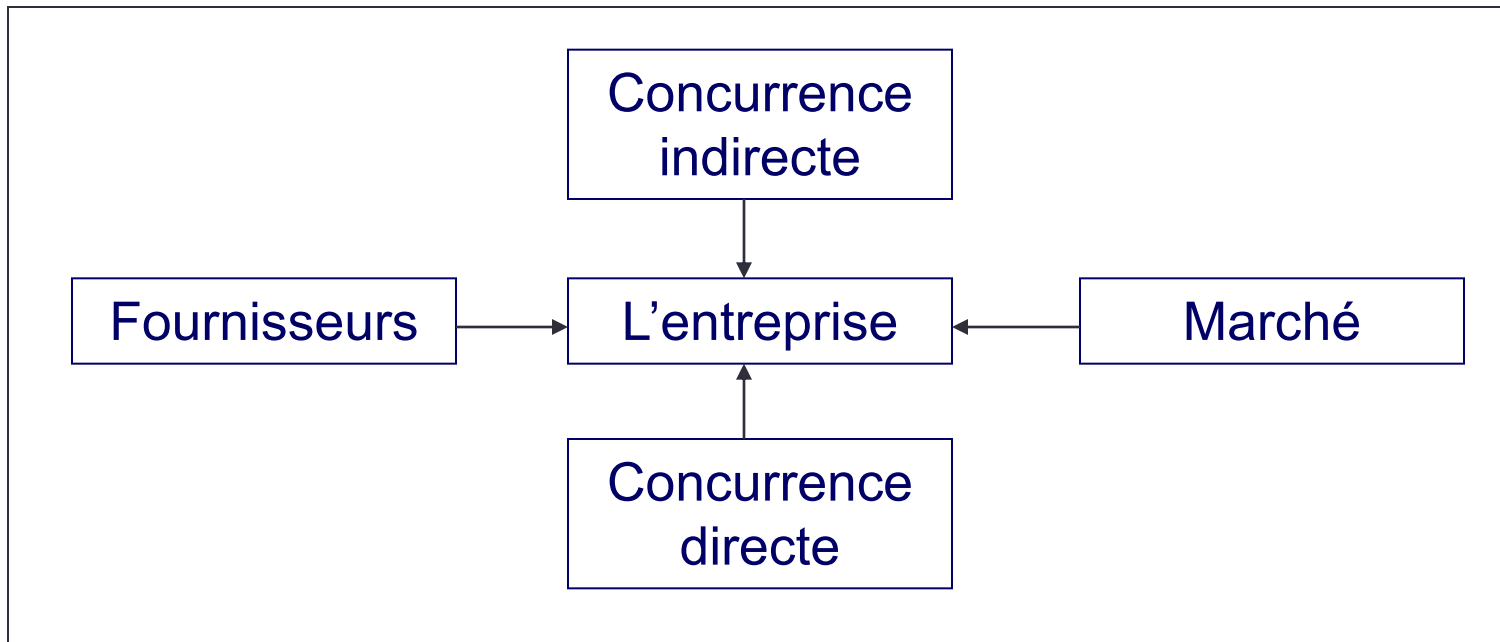
Cela ne sert à rien de courir si on ne sait pas où l'on va!



=> Analyse de l'entreprise

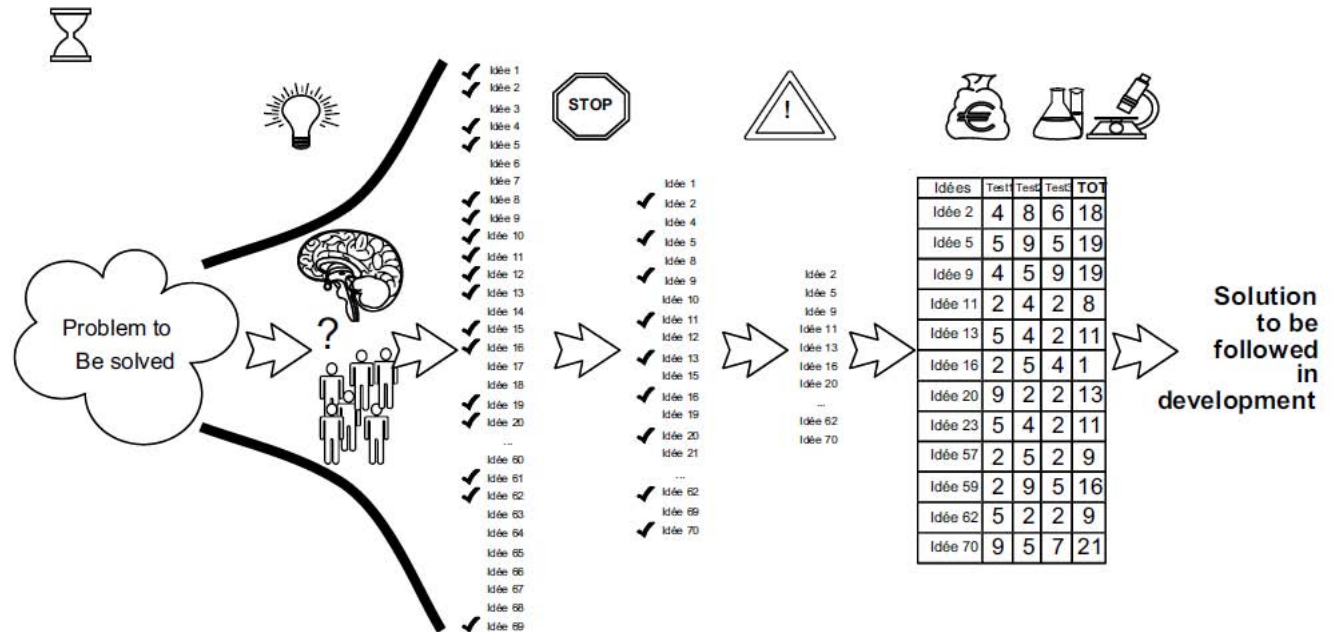
=> Analyse de l'environnement de l'entreprise

 Veille et KM



Récolte des idées

Sélection de l'idée



## Génération d'idées

- Composantes de la créativité individuelle.
- Processus créatif
- Comment rendre mon organisation créaphile ?
- Techniques de créativité collective

## Formalisation et gestion des idées

## Sélection de l'idée

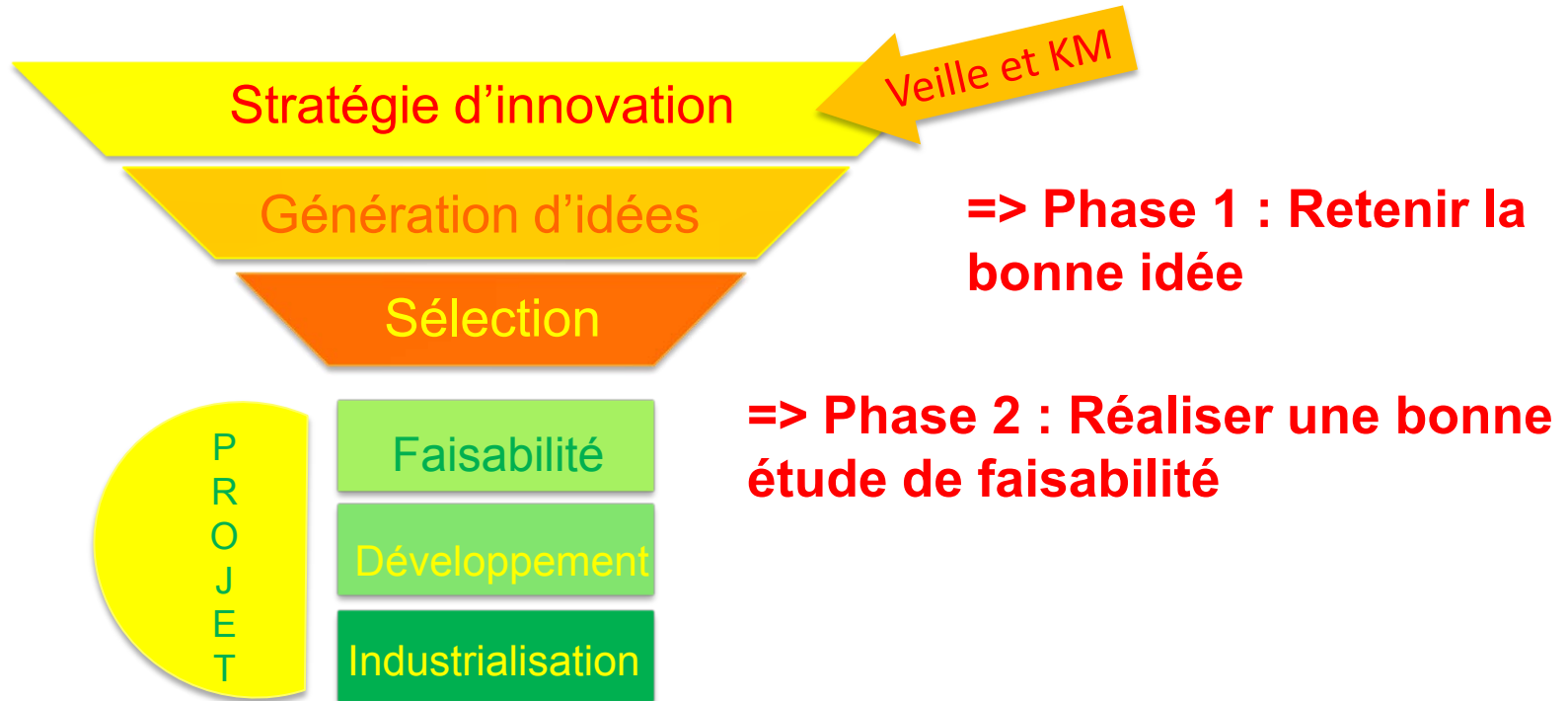
### Quel choix sera le meilleur ?

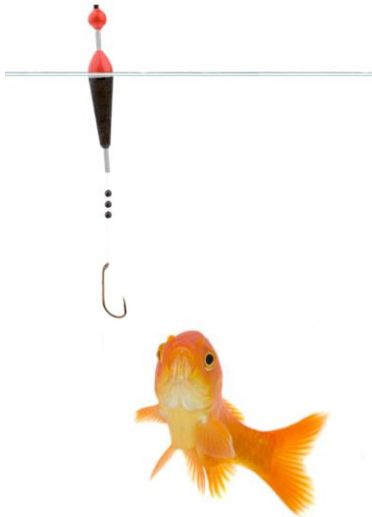
Grâce à un outil de sélection, vous pourrez comparer différentes solutions afin de choisir la plus adaptée.

**A titre d'exemple, l'outil peut permettre de comparer :**

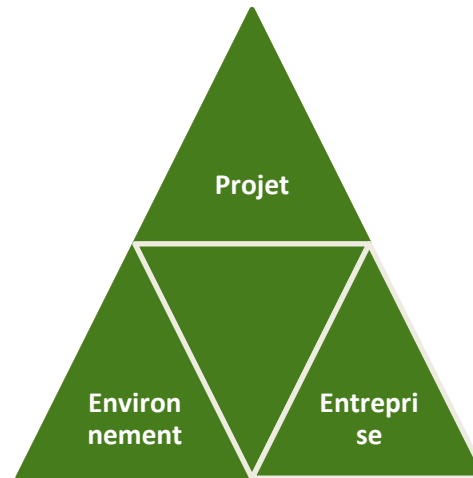
- des idées à mettre en oeuvre en priorité
- des prestataires/offres à sélectionner
- des technologies pouvant être mises en oeuvre dans le cadre d'un développement
- des candidats en vue d'engager du personnel
- tout élément nécessitant une comparaison







## Approche multicritères du projet





- S'assurer qu'un marché existe pour le nouveau concept et pour la zone géographique visée
- Intégrer les facteurs marché dans le développement technique
- Analyser couples produit / marché, valeur pour le client?
- Définir le mode de commercialisation de l'innovation, le circuit de distribution
- Estimer la réponse du marché (acceptation / délai / volume)
- ...

C'est comprendre et analyser le marché

- Etat de l'art
- Options techniques possibles?
- Choix et intégration de la technologie retenue
- Développement / tests / prototype
- ...



C'est la transposition technique de l'idée au produit dans votre entreprise



- Quel partenaire et pour quoi faire?
- Quels avantages et difficultés?
- Quels sont les différentes formes et accords d'une collaboration?
- Comment organiser la protection et l'exploitation des résultats?
- Comment réussir son partenariat ?
- ...

S'assurer que l'entreprise aura la capacité de consacrer une partie de son personnel et de ses équipements à la gestion et à la réalisation du projet.



Phasage du projet  
Planification  
Organisation  
Acteurs  
Gestion du temps  
...



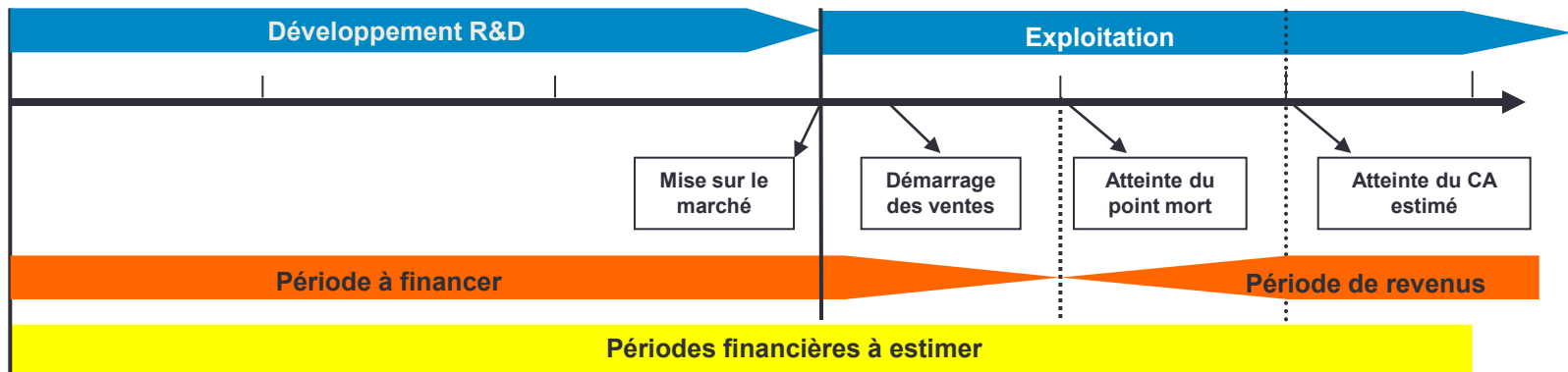
A chaque étape d'un projet d'innovation, la propriété intellectuelle intervient :

Protection de l'idée,  
Accord de confidentialité, de licence, de  
collaboration...

Protection des développements (brevet, marques,  
dessins et modèles...

Secret

...

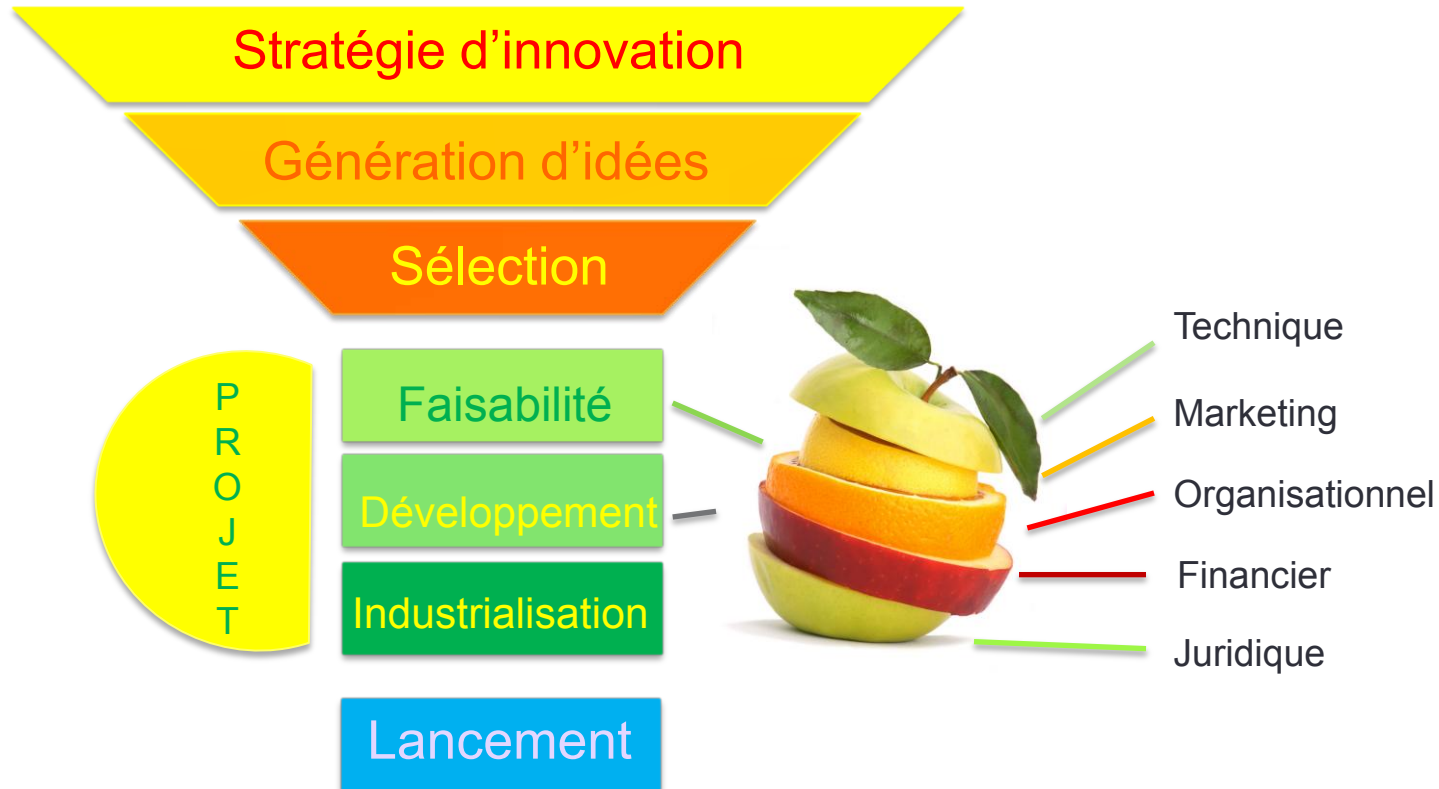


- Mon projet est-il rentable ?
- Combien d'argent vais-je devoir y injecter ?



Financement de l'innovation :

- Capacité d'autofinancement
- Aides publiques
- Invests privés et publics



**« Innovation is not flash of genius. It is hard work »**

*Peter Drucker*

InnovaTech ASBL  
20, rue Auguste Piccard  
6041 Charleroi

Tél : 071/91.98.60

[info@innovatech.be](mailto:info@innovatech.be)

[www.innovatech.be](http://www.innovatech.be)

## Solvay Entrepreneurs

### WAGRALIM

**Valérie Gaudier**

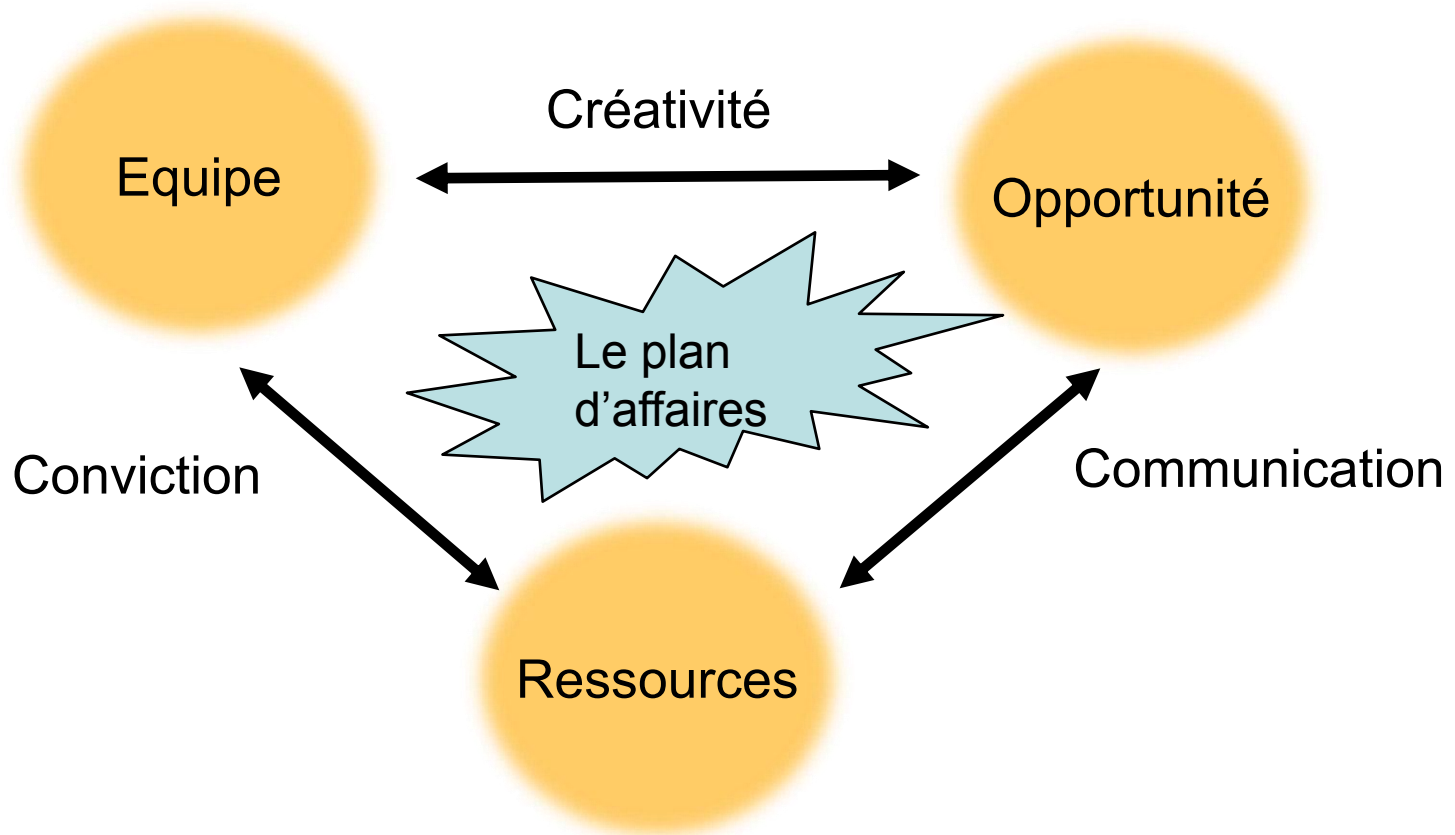
**8/10/2010**

# Construire son projet d'innovation, c'est...

- 1) Placer le marché au centre de votre démarche, pas votre produit
- 2) Connaître et se confronter au marché (clients, acteurs, concurrents, secteur)
- 3) Démontrer un modèle économique viable
- 4) Avoir les bonnes personnes aux bonnes fonctions
- 5) Développer l'innovation ; PI
- 6) Avoir des relations
- 7) Trouver les financements adéquats



# Construire son projet d'innovation, c'est...



Un dossier décrivant la nature d'une opportunité et la façon dont une équipe va l'exploiter et démontrer sa faisabilité endéans une période déterminée.

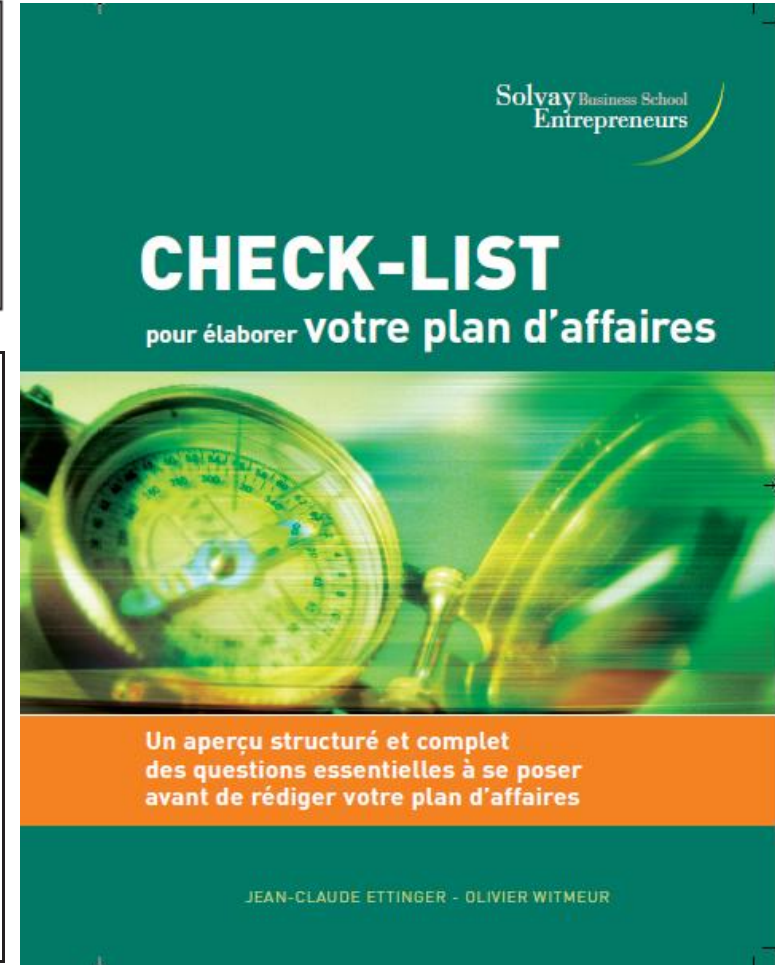
# Réaliser un plan d'affaires

## Les principaux objectifs du plan d'affaires

1. Démontrer la qualité de l'opportunité
2. Identifier les principaux risques
3. Présenter la stratégie
4. Fixer des objectifs clairs et mesurables
5. Convaincre les partenaires manquants
6. Constituer une référence pour l'équipe chargée de sa mise en œuvre

## 10 sujets incontournables

1. L'équipe de management
2. L'offre commerciale et sa réponse aux besoins du marché
3. L'état actuel et l'évolution probable du marché et de l'environnement
4. La vision et les objectifs à long terme
5. La politique commerciale
6. La manière dont l'entreprise va délivrer ses produits ou services
7. L'organisation administrative
8. Le plan financier et les modes de financement
9. Les ressources manquantes : équipe, partenaires, argent...
10. Les facteurs-clés de succès



# The new 'new thing' ?

	Existing Market	New Market
Existing Product		
New product		Suicide Quadrant

**Is it relevant to plan for something that is not predictable?**

# Se préparer

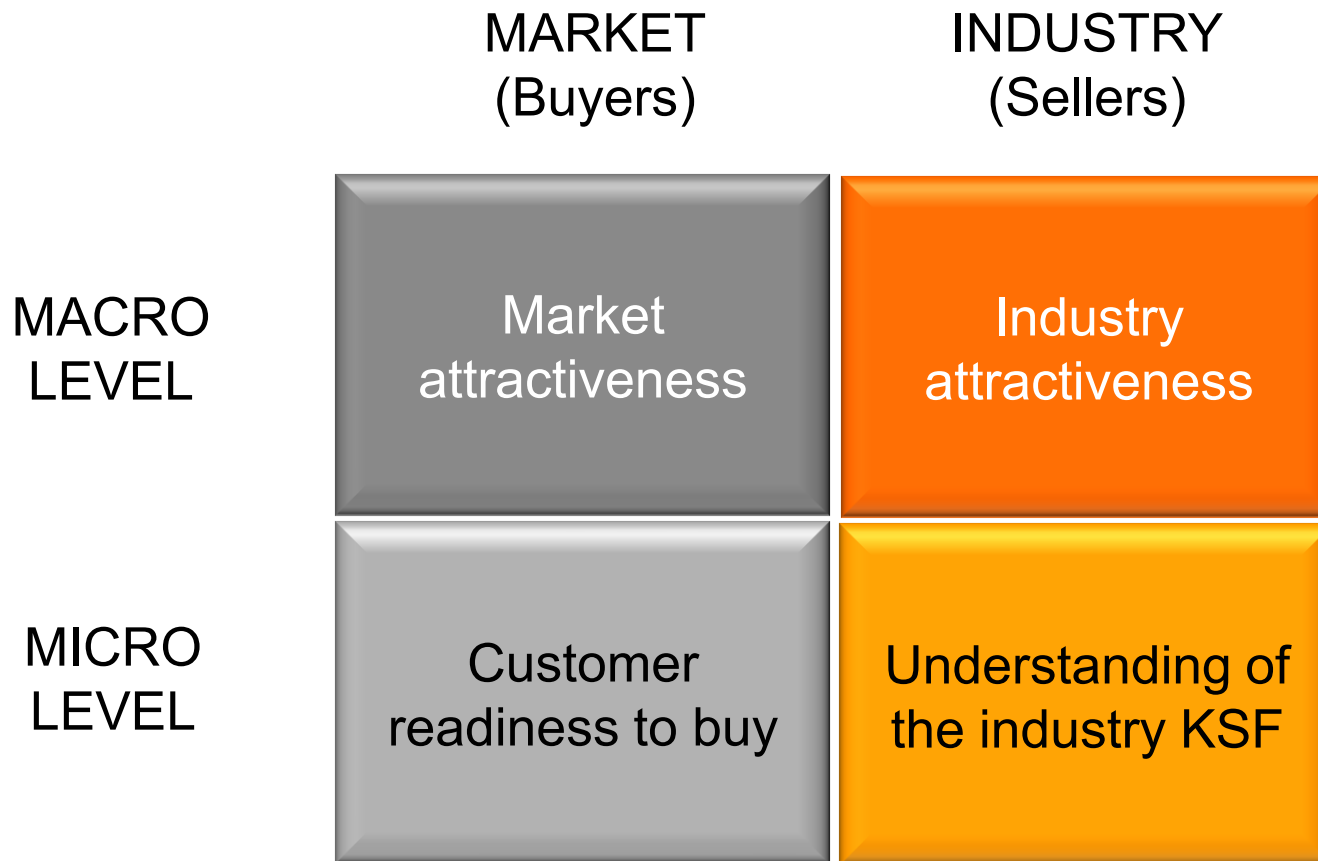
- 1) Qualité de l'opportunité
- 2) Business model
- 3) Plan financier → financement

Et plus (un plan d'affaires en bonne et due forme) en fonction de votre état d'avancement ...

# Se préparer

## Qualité de l'opportunité

# Opportunity validation framework

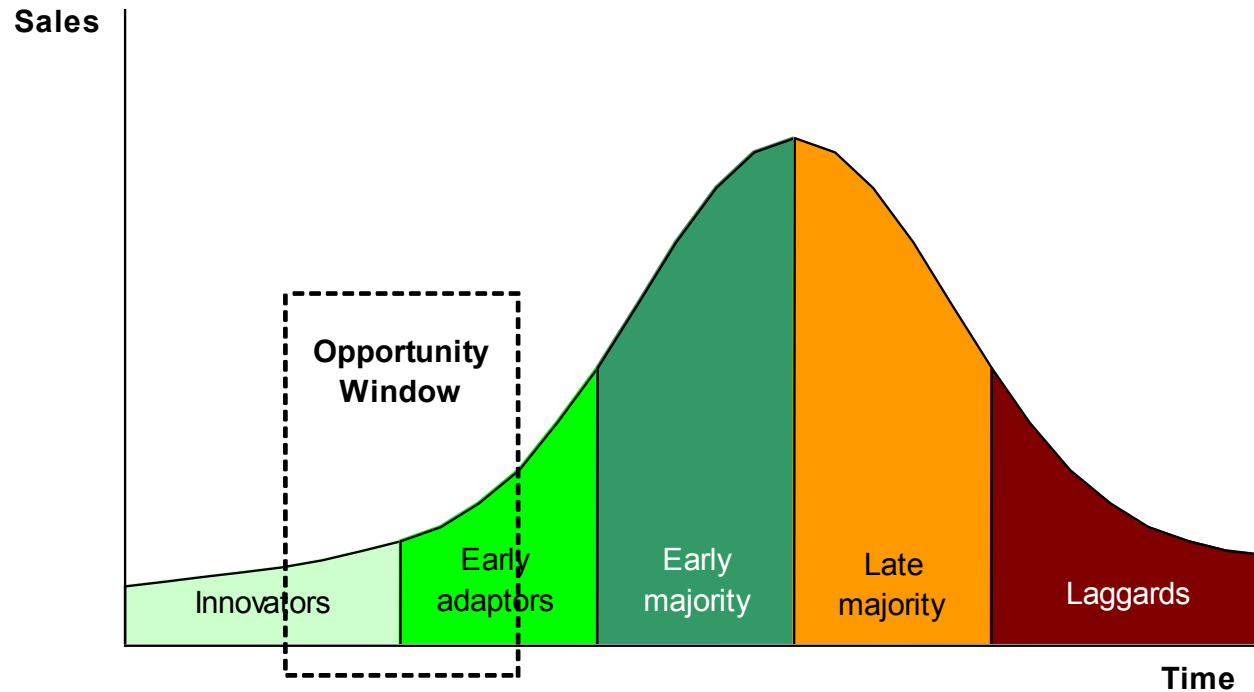


Adapted from John Mullins, The New Business Road Test (2006)

# MARKET MACRO LEVEL <sup>1/3</sup>: Sizing

1. Market (niche) size
2. Market growth
3. Market share

# MARKET MACRO LEVEL <sup>2/3</sup>: Time to market



# MARKET MACRO LEVEL <sup>3/3</sup> : Supporting trends

- P** Political
- E** Economical
- S** Sociological / Demographical
- T** Technological
- E** Environmental
- L** Legal / Regulation

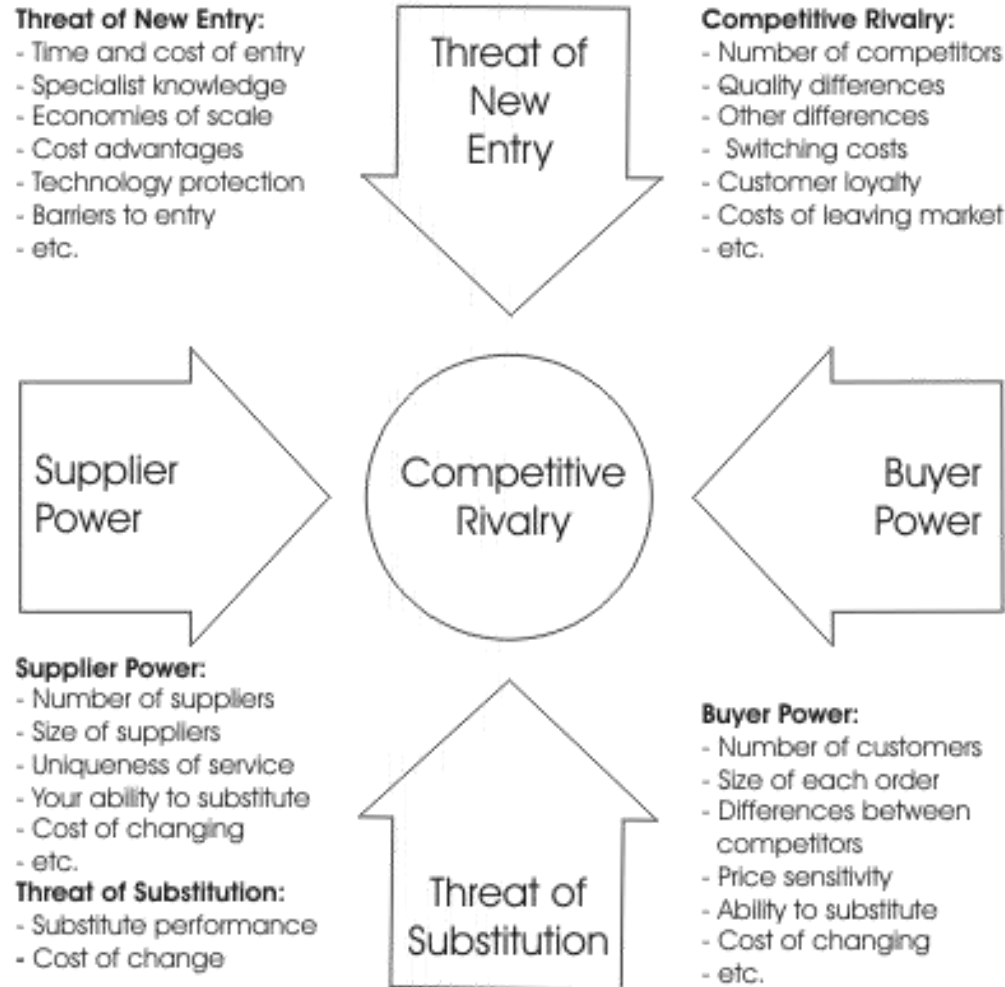


# MARKET MICRO LEVEL :

## Will the customer buy it?

- Segment definition using:
  - Who the customers are (e.g. sociological description)
  - Where the customers are
  - How the customers behave (e.g. lifestyle)
- Customer's benefits → Easiness to sell
  - Where is the « Pain »
  - Ideal = ROI calculation
- Size of the segment
- From one segment to other segments

# INDUSTRY MACRO LEVEL: Porter's Five Forces



# INDUSTRY MICRO LEVEL <sup>1/2</sup>:

## Understanding KSF

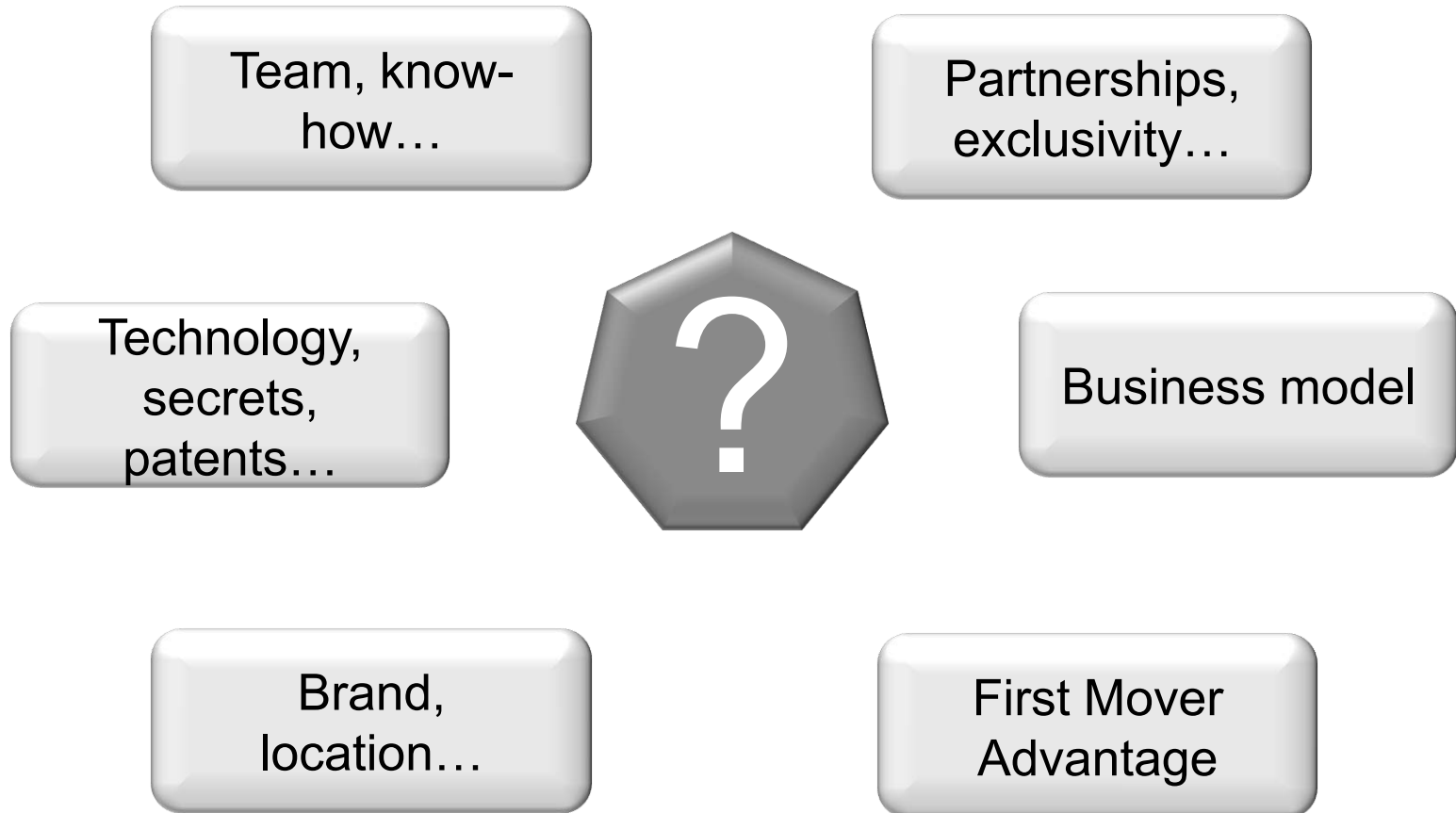
- Resource-based view of the firm: Resources, Capabilities & Processes
  - **V** Valuable
  - **R** Rare
  - **I** Inimitable = Proprietary Elements
  - **N** Non substituable
- Value Creation
  - Business models that capture value
  - ROI (opportunity cost)

# INDUSTRY MICRO LEVEL <sup>2/2</sup>:

## Comparison Competitors & Substitutes

	X	Y	YOU
<b>General information</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Turnover/sales</li> <li>•Headcount</li> <li>• ... (nationality, age...)</li> </ul>			
<b>Offering</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Product range description</li> <li>•Main features (Feat.1, Feat.2; Feat.3, ...)</li> <li>•Brands</li> </ul>			
<b>Sales &amp; Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Pricing</li> <li>•Distribution channels / sales force</li> <li>•Localization</li> </ul>			
<b>Strengths</b>			
<b>Weaknesses</b>			
<b>Positioning</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Differentiation factor #1</li> <li>•Differentiation factor #2</li> <li>•...</li> </ul>			<b>WHY YOU ARE UNIQUE</b>

# Sources of Sustainable Competitive Advantage



# Useful techniques

	MARKET	INDUSTRY
MACRO LEVEL	Statistics and press	Industry Analysts + Specialized press
MICRO LEVEL	Interviews with customers / Focus Groups / Pools + Observation	Interviews with experts + Observation

# A two step approach of market research

1. Validation study ~ Macro level
  - Assessment of the opportunity
  - Check if what you believe... is true
2. In depth study ~ Micro level
  - Prepare benchmarks for strategy definition and action plan

# Four basic market study techniques

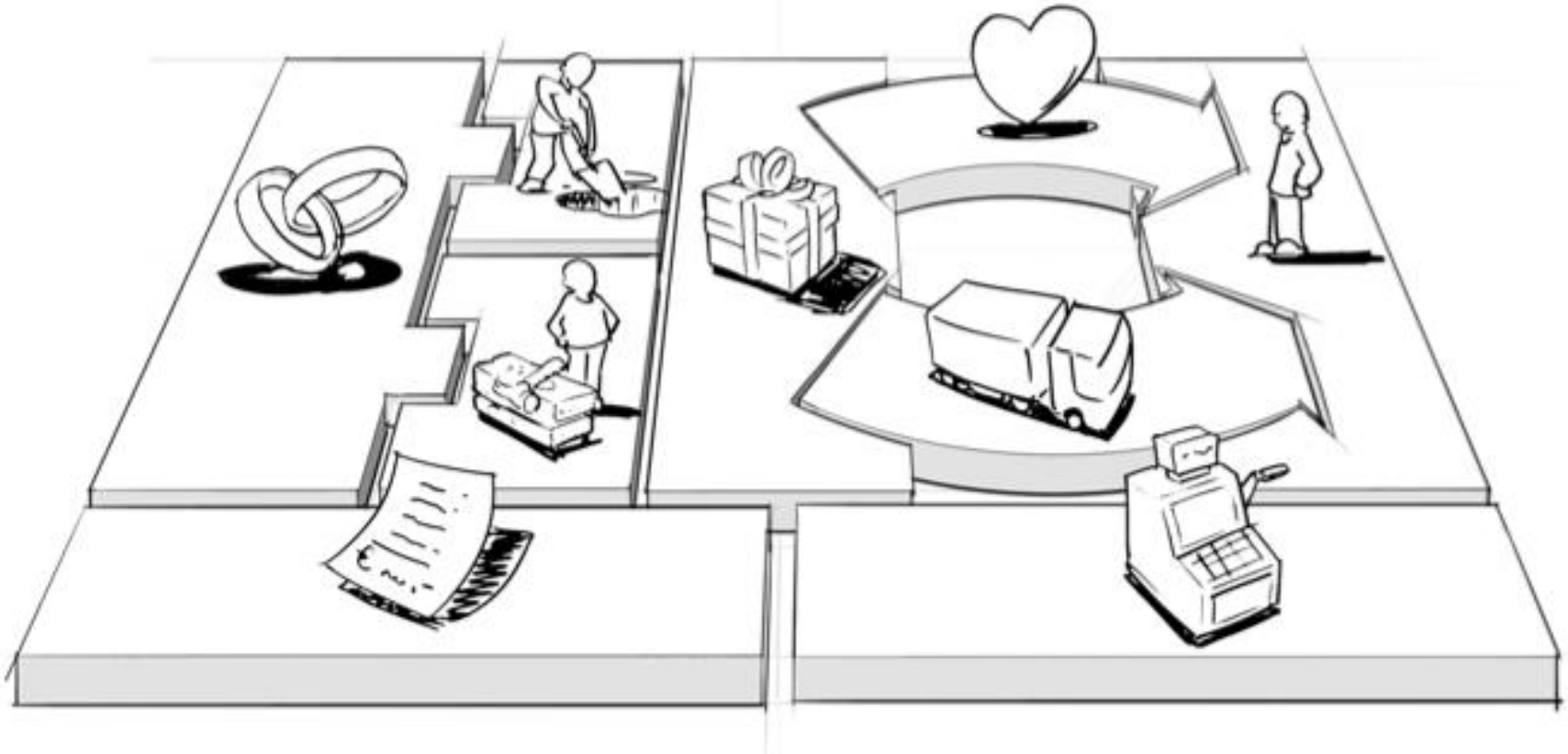
1. Desk research
2. Field observation
3. Qualitative study
4. Quantitative study / Poll

# Se préparer

## Business Model

# LE BUSINESS MODEL (Osterwalder & Pigneur)

<http://businessmodelgeneration.com/>



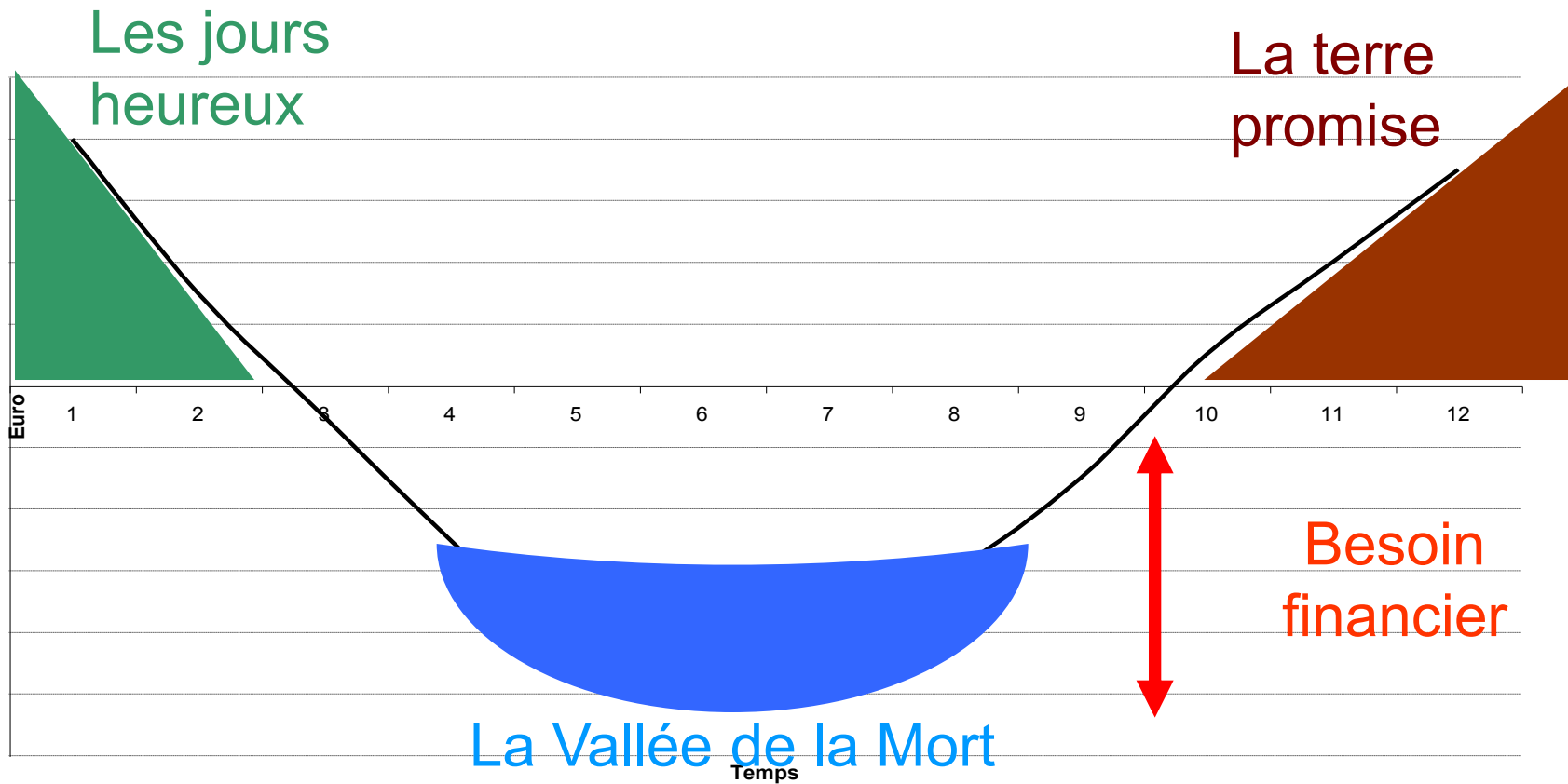
# Le business model en 9 questions

- Quelle est votre proposition de valeur
  - Qui sont vos partenaires
  - Quelles sont vos ressources-clé
  - Quel est votre core business
- Qui sont vos clients ?
  - Comment les atteignez-vous
  - Quelles relations avez-vous avec eux
- Que gagnez-vous ?
- Que dépensez-vous ?

# Se préparer

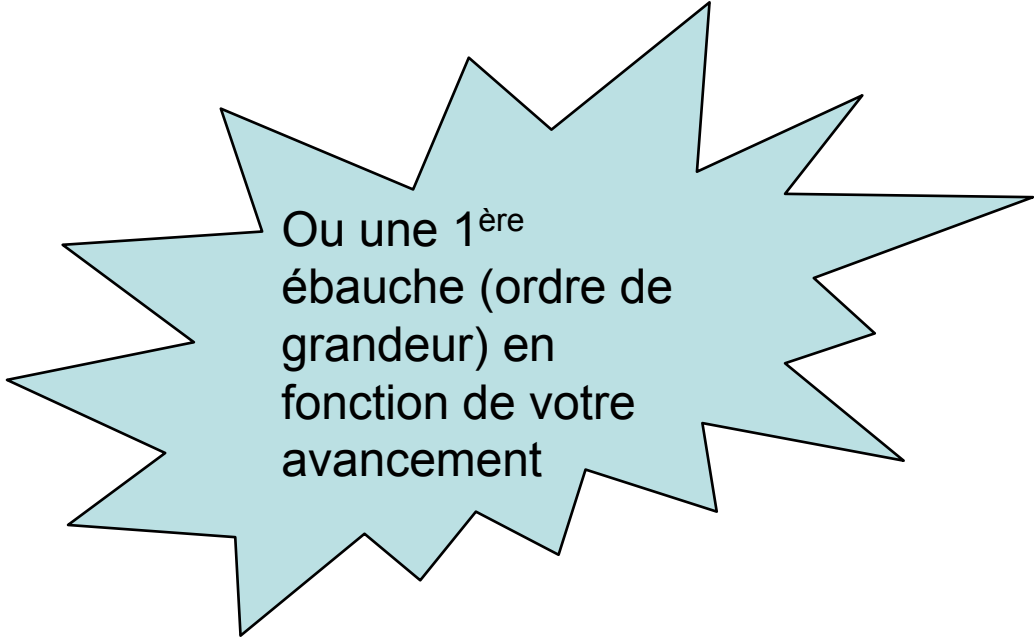
## Plan Financier

# LA COURBE DE TRÉSORERIE



# CONTENU DU PLAN FINANCIER

- Compte de résultats
  - Ventes
  - Prix de revient
  - Structure des coûts
  - Pertes et profits
  
- Bilan : Actif / Passif
  - Structure financière
- Plan de trésorerie
- Analyses de sensibilité



Ou une 1<sup>ère</sup>  
ébauche (ordre de  
grandeur) en  
fonction de votre  
avancement

# Y voir plus clair <sup>1/3</sup>

- Coaching :
  - de direction
  - à la création d'entreprise
  - au développement d'entreprise

Solvay Brussels School  
of Economics and Management  
Entrepreneurs



# Y voir plus clair 2/3

- Services :
  - Réalisation d'étude de marché
  - Recherche de partenaires technologiques et commerciaux (Europe Entreprise Network)



Solvay Brussels School  
of Economics and Management  
Entrepreneurs



# Y voir plus clair <sup>3/3</sup>

- Formation :
  - Dirigeant & Développement (décembre 2010)
  - Administrateur de PME (mars 2011)
  - Création & Croissance

Solvay Brussels School  
of Economics and Management  
Entrepreneurs





[valerie.gaudier@solvayentrepreneurs.be](mailto:valerie.gaudier@solvayentrepreneurs.be)

+32 476 944 819

[www.solvayentrepreneurs.be](http://www.solvayentrepreneurs.be)

Solvay Brussels School  
of Economics and Management  
Entrepreneurs

