

Une stratégie d'innovation est essentielle au succès



Michel
Zins

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Président et conseiller principal
de Zins Beausnesne et associés

Si innover est un impératif
reconnu, le défi est de choisir

LES THÈMES DE LA SÉRIE

1. L'importance d'innover
- ▶ 2. Les stratégies pour innover
3. Les sources d'innovation
4. Les processus d'innovation
5. La créativité et l'innovation
6. Pour une culture d'innovation
7. Les champions de l'innovation
8. Passez à l'action

le type d'innovation sur lequel faire porter ses efforts.

Se doter d'une stratégie d'innovation est donc essentiel pour canaliser les efforts investis dans l'innovation de façon à créer de la valeur ajoutée pour l'entreprise et à communiquer au personnel un message clair sur ces choix d'innovation. C'est la base d'une véritable culture d'innovation.

La stratégie d'innovation est un cadre permettant à l'entreprise d'être proactive et d'éviter de tomber dans le piège de réagir aux occasions d'innovation qui surgissent de toutes parts. Elle consiste à sélectionner les projets les plus pertinents pour soutenir la stratégie d'ensemble de l'entreprise et améliorer sa performance.

L'environnement d'affaires

Il n'existe cependant pas de recette universelle pour créer de la valeur par l'innovation. Il faut tenir compte de l'environnement d'affaires dans lequel l'entreprise œuvre et de sa réalité (ses ressources, sa cul-



Une stratégie claire favorise la créativité et la mobilisation des ressources.

ture, ses valeurs, etc.). Elle doit être au cœur de la stratégie d'ensemble de l'entreprise.

Définir une stratégie d'innovation a pour but de circonscrire les champs prioritaires d'innovation pour se démarquer des concurrents, mieux répondre aux besoins et aux attentes de la clientèle et accroître sa performance. Cette stratégie peut tenir compte des éléments suivants :

- > Élargir la gamme de produits et services ? Sur quels marchés ? Pour quels clients ?
- > Mieux anticiper les besoins des clients pour être les pre-

miers à occuper de nouveaux créneaux de marché ?

> Repenser les procédés de fabrication et d'opération ?

> Mieux gérer la chaîne d'approvisionnement ?

> Accroître l'efficacité du processus de développement de nouveaux produits pour renouveler plus rapidement son offre de produits ?

> Intégrer plus rapidement les développements scientifiques et technologiques ?

> Revoir les procédés d'affaires pour accroître l'efficacité de l'entreprise ?

> Accroître l'efficacité du sys-

tème de distribution ? Par le commerce électronique ?

Par ailleurs, il faut que la stratégie d'innovation s'intègre à la stratégie d'entreprise et qu'elle bénéficie de l'implication, de l'engagement et du soutien de la direction.

Dans ce cas, dégager les budgets requis pour réaliser les projets de développement sera plus facile et moins risqué. Car l'innovation est aussi une question de ressources. Si l'on n'y consacre pas les ressources nécessaires, elle ne restera qu'un voeu pieux.

Une stratégie d'innovation claire facilite la gestion du portefeuille de projets de développement. Elle permet d'orienter et de prioriser les projets d'innovation et les moyens à mettre en œuvre tels que le développement interne, l'acquisition de technologies ou le codéveloppement, pour les concrétiser.

Une stratégie claire favorise également la créativité, un ingrédient essentiel de l'innovation. Il est en effet plus facile de générer et de valoriser des

idées et des projets d'innovation lorsqu'ils sont en lien avec la vision et la stratégie d'ensemble de l'entreprise.

Il est alors facile de mobiliser toutes les ressources de l'entreprise dans une véritable culture d'innovation bénéfique à long terme.

L'innovation est une activité stratégique qui, pour être porteuse d'avenir, ne doit pas être confinée à la R-D. Elle doit s'inscrire dans une perspective de moyen à long terme et disposer des investissements nécessaires.

Pour savoir par où commencer à innover ou pour découvrir comment mieux tirer profit de l'innovation, le développement d'une stratégie est une étape essentielle. Elle permettra de guider la recherche des sources d'innovation les plus pertinentes. Ce sujet fera d'ailleurs l'objet du prochain article. ■

Ce texte a été rédigé avec la collaboration de Pierre Rochon, vice-président exécutif, de Zins Beausnesne et associés.