

Que font les champions ?



Michel Zins

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Président et conseiller principal de Zins Beauséjour et associés

Les véritables champions de l'innovation affichent une meilleure performance parce qu'en plus d'établir une stratégie claire et d'encourager la créativité, ils sont poussés par le contexte d'affaires dans lequel ils se trouvent.

Les entreprises citées le plus souvent sont celles qui développent de nouveaux produits au moyen de la recherche et du développement, qu'elle soit interne, externe ou liée à la recherche universitaire. Ces innovations se produisent dans un contexte de progrès scientifiques majeurs et durables, dans le cas de la biotechnologie, ou très rapides dans le domaine de l'électronique.

Les entreprises de biogénie, de pharmacie, de pétrochimie, de photonique et de nanotech-

nologies misent sur des progrès scientifiques fondamentaux, pour développer de nouveaux produits et procédés dont la vie commerciale est habituellement longue.

Les progrès scientifiques et technologiques rapides caractérisent surtout l'électronique et l'informatique, domaines dans lesquels la plupart des produits ont une durée de vie

commerciale brève. Il est donc primordial de prévoir les changements pour renouveler constamment les plateformes technologiques et les gammes de produits.

Les innovations des entreprises issues de l'économie traditionnelle découlent de la nécessité d'être plus performantes, de réduire leurs coûts et d'optimiser leurs actifs. Les entreprises minières, les premiers transformateurs de métal ou les grandes papeteries cherchent d'abord à demeurer compétitives grâce à la réduction des coûts et à une gestion efficace de leur chaîne d'approvisionnement. Les innovations sont donc centrées sur l'ingénierie de production, la gestion de la qualité, l'automatisation et les partenariats avec les fournisseurs.

Et les PME ?

Mais de nombreuses entreprises au Québec, notamment les PME manufacturières, sont plutôt poussées à innover par leurs fournisseurs qui leur proposent des matières premières

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. Pour une culture d'innovation
8. Passez à l'action

Contexte d'innovation	Moyens privilégiés pour innover
Les innovations découlent de progrès scientifiques fondamentaux	<ul style="list-style-type: none"> > Suivre et exploiter les avancées technologiques et scientifiques émergeant de la recherche fondamentale et appliquée > Protéger les innovations par des brevets et vendre des licences
Les progrès scientifiques rapides sont le moteur du marché	<ul style="list-style-type: none"> > Suivre et exploiter les avancées technologiques émergeant de la recherche appliquée et du développement industriel > Courte durée de vie commerciale des nouveaux produits et procédés > Innover par l'entremise de plateformes de produits renouvelées
La réduction des coûts de fabrication est l'objectif premier (production de masse)	<ul style="list-style-type: none"> > Améliorer de manière incrémentale la technologie dans les systèmes de production > Diffuser dans toute l'entreprise les meilleures pratiques en conception et production > Innover principalement au niveau des procédés de fabrication
Les fournisseurs sont la source principale des innovations	<ul style="list-style-type: none"> > Adopter rapidement les avancées technologiques des fournisseurs > Innover en matière d'offre de service de qualité et de nouveaux produits intégrant ces avancées
Les clients sont innovateurs	<ul style="list-style-type: none"> > Suivre des clients ou aller au-devant des besoins > Devenir fournisseur innovant
L'information est la matière première	<ul style="list-style-type: none"> > Développer et exploiter des systèmes d'information performants pour obtenir un avantage concurrentiel > Innover en matière d'offre de service, en tablant sur les technologies de l'information

aux caractéristiques nouvelles ou des machines et systèmes améliorés, comme dans les domaines du plastique ou de l'imprimerie.

PH Tech, entreprise québécoise dans le domaine des PVC pour portes et fenêtres, a créé une bonne synergie avec ses réseaux de distributeurs et d'installateurs, ce qui lui a permis de développer rapidement des produits distinctifs

très prisés par les entrepreneurs domiciliaires.

Dans d'autres cas, ce sont des clients comme **Bombardier et Hydro-Québec** qui exigent que leurs fournisseurs se surpassent, innover et trouvent des solutions. **Permacon**, dans le domaine des produits préfabriqués de béton, a révolutionné la façon de construire les maisons et de faire les aménagements paysagers.

Cuisine Laurier, fabricant d'armoires de cuisine, a réussi à croître vigoureusement aux États-Unis, grâce à un service innovateur : personnalisation complète des produits, délais de livraison très courts et service à la clientèle hors pair. ■

Cet article a été écrit en collaboration avec Christian Roy, directeur, innovation et développement économique de Zins Beauséjour et associés.