

CPI change t-il les habitudes des entreprises ?
Etude exploratoire dans le cadre du programme CPI.

N. Aubouin, I. Ocnarescu, V. Mérindol

Numa, 18 juin 2014

PLAN

- A. Présentation générale de notre projet de recherche
- B. Notre démarche de recherche : conceptuelle et opérationnelle
- C. Nos premiers résultats
- D. Perspectives de recherche

A. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Notre question de recherche :

Que font les entreprises des idées créatives produites à l'extérieur de leurs frontières ?

Pourquoi ce thème ?

Notre perception des enjeux associés à la créativité :

- > ils concernent **l'émergence des nouvelles idées**
- > mais aussi la manière dont les entreprises les **intègrent, les assimilent, les sélectionnent...**

A. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

> La créativité :

Des idées nouvelles et originales qui vont être reconnues utiles pour les acteurs de l'innovation.

ref. Amabile, Ekvall...

3 dimensions clés en fonction de la perception et position des acteurs:

- > **Nouveau,**
- > **Original et**
- > **Utile** du point de vue de l'entreprise, « valorisable », « qui fait sens ».

A. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

> Contexte d'hybridation

*Multidisciplinarité,
Transposition de concepts,
de savoir, d'idées d'un
contexte à un autre.*

> La **combinaison et transposition** des idées et des compétences constituent des dimensions clés pour l'innovation dans un contexte général d'open innovation.

APPLICATION AU PROGRAMME CPI



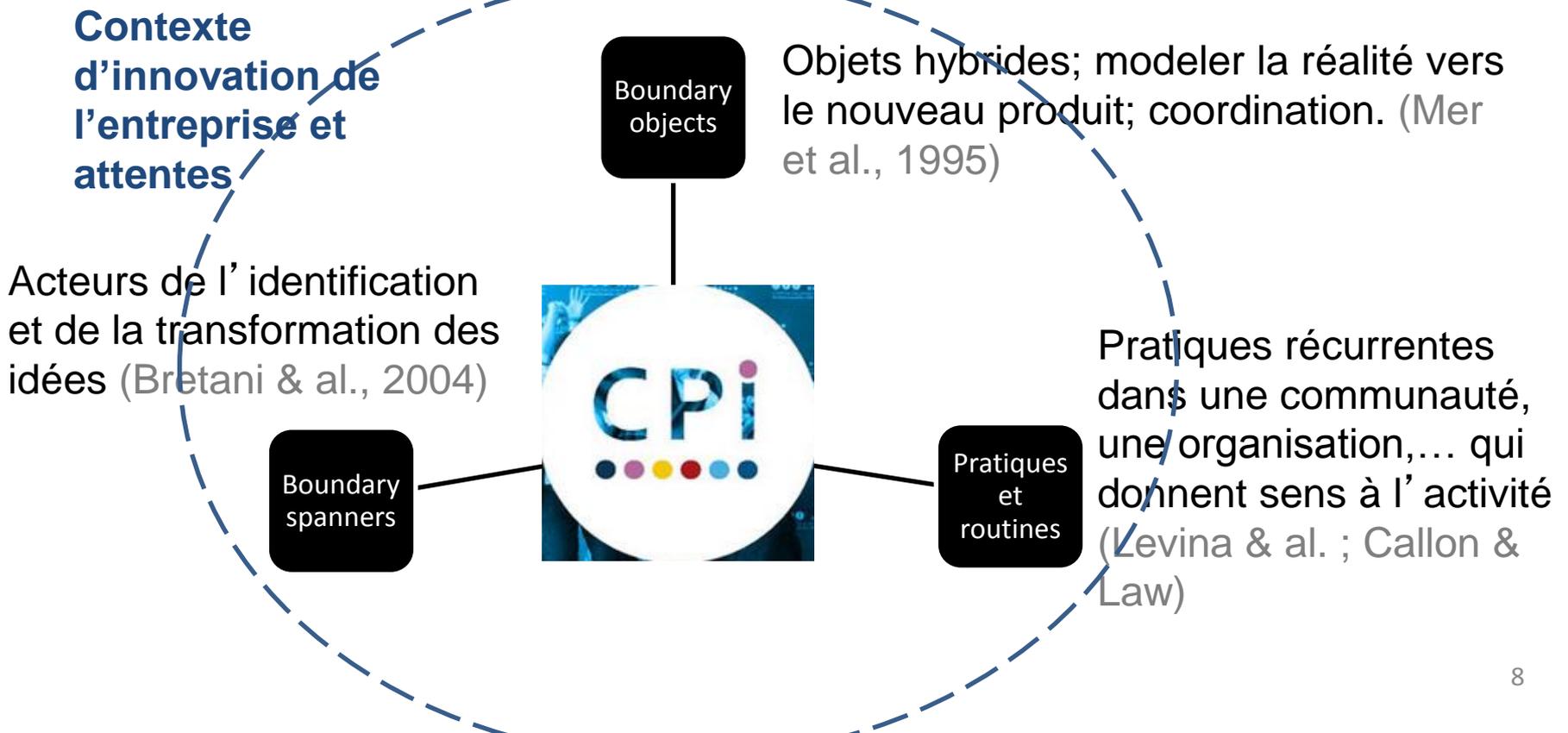
Programme CPI contexte d'hybridation:

- > Des **projets créatifs** sur le temps **court et long**;
- > Des projets réalisés **en dehors** de l'entreprise mais **pour** et **en interaction** avec l'entreprise;
- > **Variété** des entreprises concernées (étude comparative).

Programme CPI : Génération d'idées nouvelles dont l'un des enjeux clés repose sur l'assimilation/transformation de ces idées et de ces démarches.

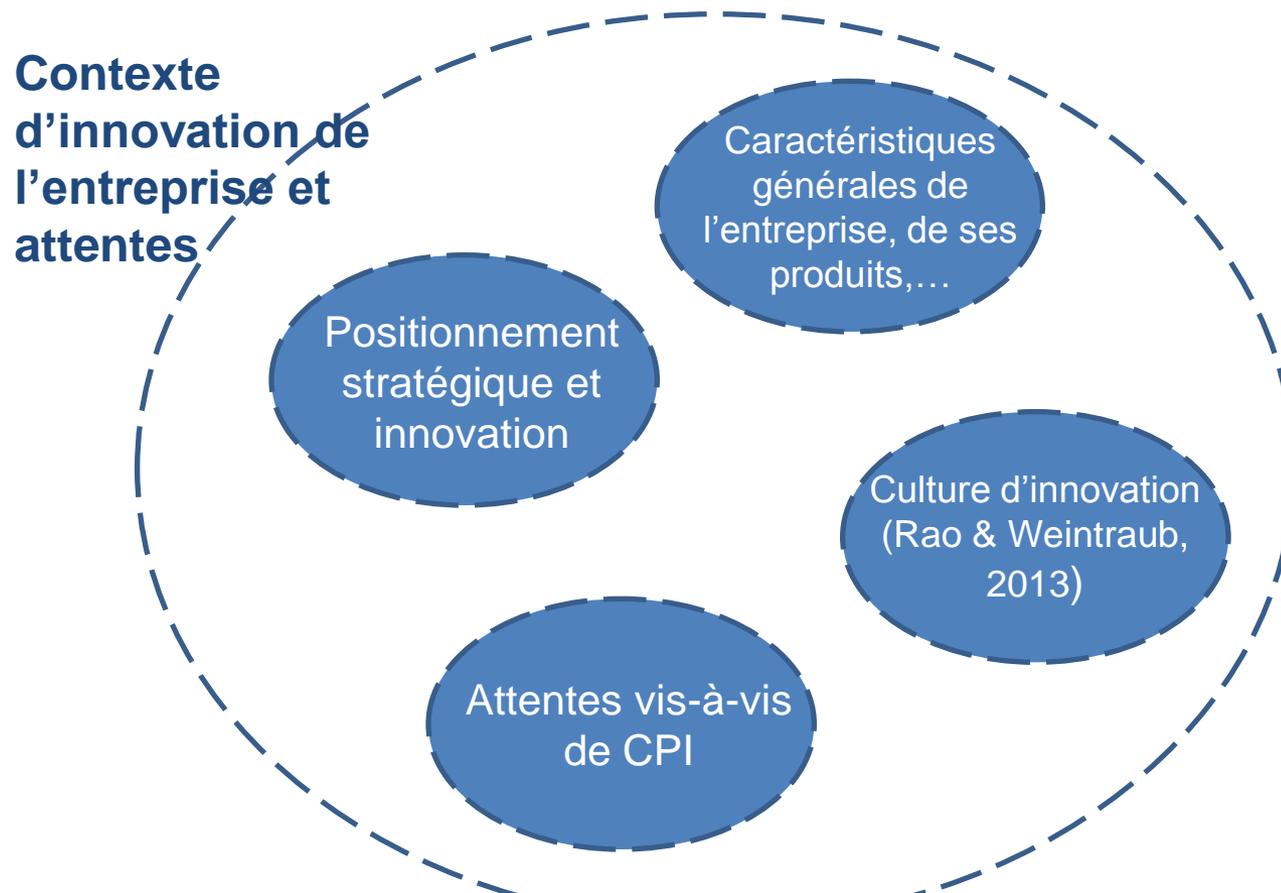
B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

3 (+1) dimensions pour analyser ce processus d'assimilation des idées/concepts CPI au sein des entreprises



B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

3 (+1) dimensions pour analyser ce processus
d'assimilation des idées/concepts CPI au sein des
entreprises



B. DÉMARCHE OPÉRATIONNELLE

2 étapes clés >>

1. *Questionnaire et réunion auprès des entreprises*

- **Caractériser l'entreprise** (le contexte d'intégration, d'assimilation, de sélection des idées créatrices et la culture de l'innovation);
- **Caractériser l'idée créative** en fonction de l'entreprise.

2. *Entretiens semi-structurés*

- Comprendre ce que fait l'entreprise de l'**idée créative** au regard des *objets intermédiaires, les acteurs clés, les pratiques* et la **perception du rôle de ces éléments** pour l'innovation.

B. DEMARCHE OPERATIONNELLE

4 Février
Présentation
Project CPI
Imagine

15 Mars
Workshop
entreprises
& entretiens
semi-directif

juin

septembre

1 Mars
Envoie
Questionnaire 2
entreprises

avril

Avril
Débriefing
questionnaires
et vidéo

juin

Juin
Protocole pour
la suite de la
recherche

C. PREMIERS RESULTATS

Quelques extraits des verbatims :

“Ca nous permet de raconter l’histoire sur nos produits, ça rend nos produits humains”, “enrichit notre storytelling”

“Vous nous avez proposé des concepts et idées maintenant il faut voir le chemin vers un business”

“Ouvrir des fenêtres, bousculer,... mais qu’est-ce qui va rester dans la durée ?”

“Ca donne des directions sur des évolutions de produits... mais il faut (les) traduire techniquement”

“(On pourrait) prendre un de ces univers (de CPI Imagine) pour l’emmener vers CPI Concept”

“Qui va jouer le rôle dans notre organisation de nos amis (l’équipe projet) qui nous challenge (avec ce projet CPII) ?”

“Quelle est la place de nos clients dans le process CPI”



OTIS workshop de nidation
Mars 2014

C. PREMIERS RESULTATS

Quelques extraits des verbatims :

“(CPI) est une vraie rupture culturelle”

“Cela nous oblige à sortir de notre coquille et d’oser.... C’est ça qui nous manque, s’autoriser à penser différemment!”

“Nouvelle façon de travailler ensemble”

“Ce que j’ai trouvé particulièrement intéressant c’est l’approche design. On a le côté technique et business mais, à mon sens, il nous manque la dimension design”

“J’avais fait du design thinking mais je n’avais pas abordé le design de façon aussi forte”

“Le problème c’est le lien entre nos métiers et le fait de penser out of the box”



SWM workshop de nidation
Mars 2014

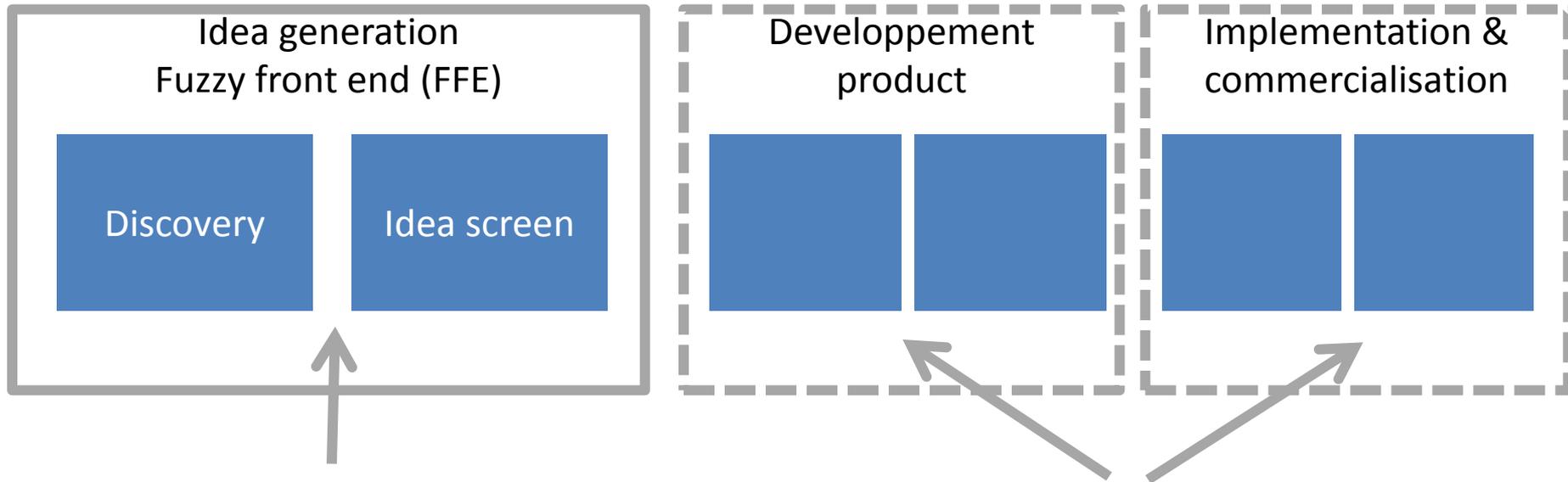
C. PREMIERS RESULTATS

Synthèse de l'analyse du questionnaires + entretiens workshop

	OTIS	SWM	Technicolor
Positionnement stratégique	Rester positionner sur son métier de base mais renouveler l'approche autour de la fonction des ascenseurs	Diversification Se faire connaitre élargir son métier	
Culture d'innovation	Culture incrémentaliste	Peu de culture d'innovation	
Attendu autour du projet CPI	Penser out of the box	Appropriation d'une démarche design Espace de dialogue	
Incidences perçue à court terme	Storytelling commercial Elargissement de la vision Mode de travail R&D/ marketing Quel accompagnement interne	Perception du besoin de développer une nouvelle approche métier / produits/ innovation Enjeu de la communication interne autour des objets intermédiaires (vidéo,...)	

D. PERSPECTIVES

Les projets CPI dans l'entreprise

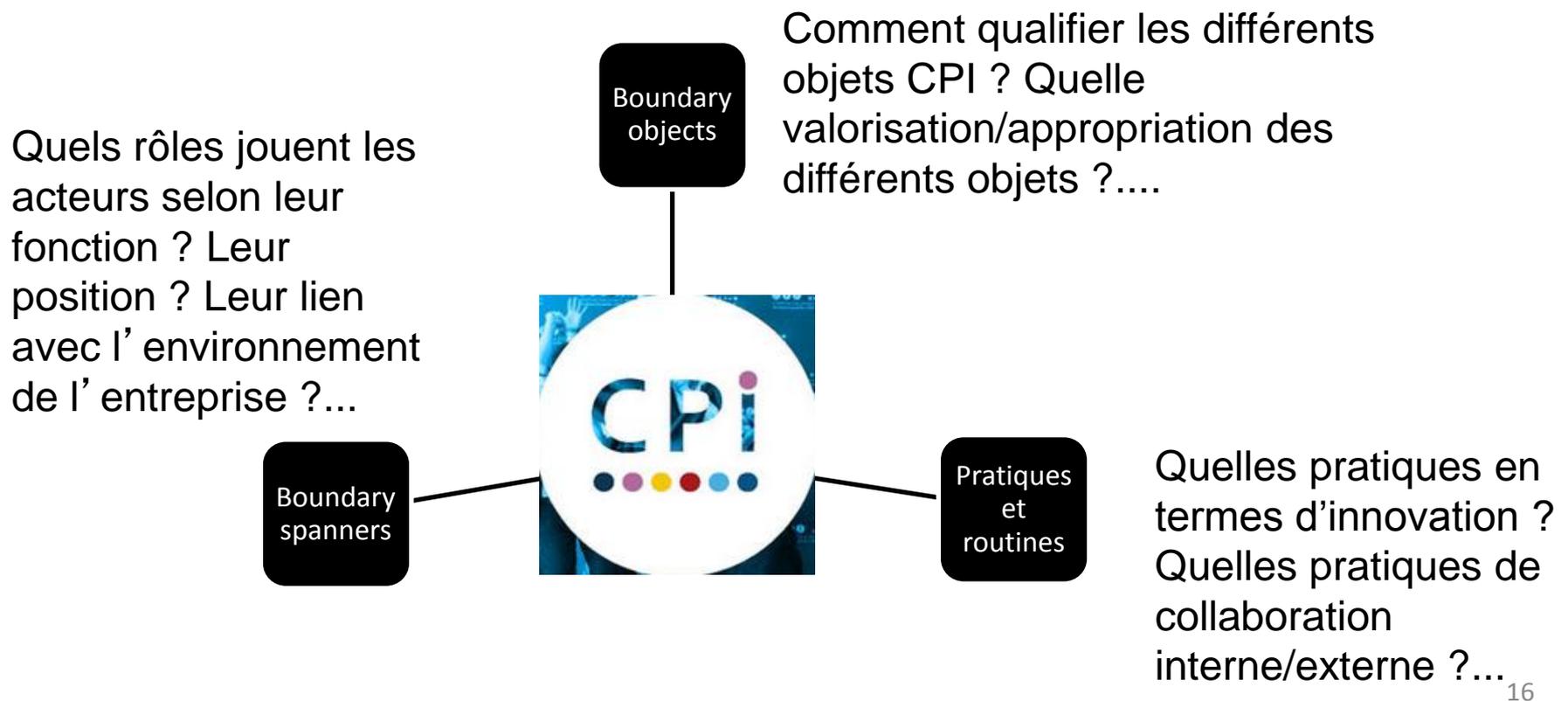


Le projet CPI va-t-il alimenter que cette phase et comment ?

Le projet CPI va-t-il se transformer en un projet de l'entreprise et comment ?

D. PERSPECTIVES

3 dimensions pour analyser le processus d'assimilation des idées/concepts CPI au sein des entreprises



CPI change t-il les habitudes des entreprises ?
Etude exploratoire dans le cadre du programme CPI.

N. Aubouin, I. Ocnarescu, V. Mérindol

Numa, 18 juin 2014

ANNEXES

D. PLANNING (à venir)

4 Février

Présentation
Project CPI
Imagine

15 Mars

Workshop
entreprises
& entretiens
semi-directif

1 Mars

Envoie
Questionnaire
entreprises

Avril

Débriefing
questionnaires
et vidéo

Juin

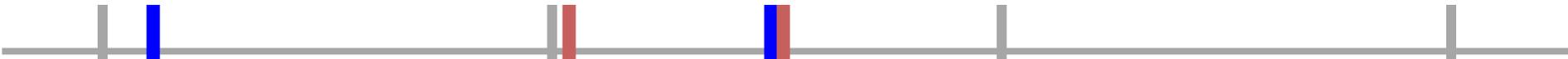
Protocole po
la suite de la
recherche

février

mars

avril

juin



Etude exploratoire : questionnaire et premiers entretiens

7 dimensions analysées

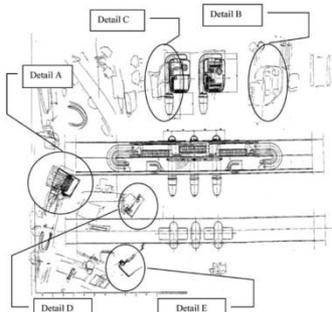
- Caractériser l'entreprise (attributs):
- Technologie (type techno, cycle développement, ...)
- Taille
- Business modeling (critères en interne)
- Produit vs. services
- Objectif projet CPI
- Culture de l'innovation (grille Rao & Weintraub, 2013)

B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

1. Objets intermédiaires

✓ **Objets intermédiaires:** objets hybrides pour modeler la réalité vers le nouveau produit et un matériel de coordination pour les acteurs. (Mer et al., 1995)

Rôles: transformation (irréversibilité), translation (réalité partagée, coordination), médiation (ouvert & fermé). (Boujut & Blanco, 2003)



Detail of a sketch from (Boujut & Blanco, 2003), intermediate representation (Bouchard et al., 2005), IDEO cards.

B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

2. Acteurs clés

- ✓ Permettent les flux d'informations entre deux mondes et/ou entre deux étapes : dynamiques d'exploration et exploitation. (ref. Burt, 2005)
- ✓ Créatif et innovant : identifie la valeur d'une idée/ contribue à la décision/ sait articuler et donner du sens à l'idée. (ref. Long Lingo E., O'Mahony S. (2010) ; Bretani & al, 2004)

- i. GATEKEEPER
- ii. BOUNDARY SPANNER
- iii. PROJECT BROKERS

B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

2. Acteurs clés

- ✓ Des positions informelles et officielles, des profils de compétences variés, paradox thinking; (ref. Brentani & al, 2004)
- ✓ L'impact de ces acteurs dépend du contexte organisationnel. (ref. Bjork, 2012)

- i. GATEKEEPER
- ii. BOUNDARY SPANNER
- iii. PROJECT BROKERS

B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

3. Les pratiques

- ✓ Nous définissons ici les pratiques comme la capacité des acteurs à mobiliser leurs compétences face à une situation donnée : entre routines (Feldman & al., 2003) et improvisation (Certeau, 1990)
- ✓ Analyse des pratiques :
tacites/explicites;
individuelles/collectives

- 
- i. PRATIQUES
 - ii. COMPETENCES
 - iii. COMMUNAUTES DE PRATIQUES

B. DÉMARCHE CONCEPTUELLE

3. Les pratiques

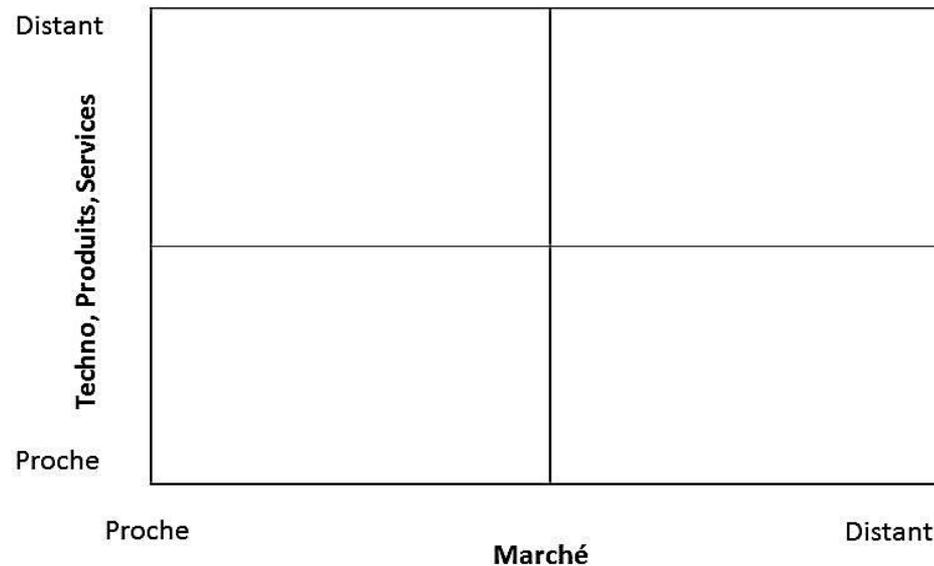
- ✓ De la communautés de pratiques (Wenger ; Nootboom & al., 2004) : partage des pratiques au sein d'un groupe piloté ou non, reconnu ou non par l'entreprise
- ✓ ... à la communautés de métiers (Benghozi, 2008; Adler & al, 2008) : reconnaissance au-delà des frontières de l'organisation

- 
- i. PRATIQUES
 - ii. COMPETENCES
 - iii. COMMUNAUTES DE PRATIQUES

C. DÉMARCHE OPÉRATIONNELLE

Caractériser l'idée créative:

Degré de nouveauté en fonction de la familiarité de la techno/ produit et ou marché



Question ouverte à l'entreprise:

Qu'est ce qui est vraiment nouveau et originale pour vous dans ce projet ?

< Approfondir en positionnement le projet en fonction de la grille suivante.

C. DÉMARCHE OPÉRATIONNELLE

Auprès des entreprises

- ✓ Sur l'étape d'émergence et formulation de l'idée soumis à CPI par l'entreprise;
- ✓ Sur l'engagement de l'entreprise dans la réalisation du projet confié aux entreprises dans le cadre de CPI;
- ✓ Sur ce que l'entreprise fait du projet une fois le projet conçu par les étudiants;

> Grille de questions à construire à partir de notre modèle conceptuel.

> Des entretiens réalisés sur une durée de 6 mois après le projet.

