



reseau**entreprendre**

Zoom sur ...

**Natural Grass** surfe sur un gazon innovant

Pages 2-3

Entretien avec ...

**Philippe Adnot** : «Il faut soutenir l'innovation !»

Page 4

News de nos lauréats

**Ils sont primés** et à l'honneur.

Page 5

Analyse

Le 23 novembre, préparez-vous à un **océan d'innovation !**

Pages 6-7

Et aussi...

- Le coup de cœur p. 5
- Un partenariat pour nos lauréats p. 8
- Ils ont levé des fonds p. 8



Pierre Violo,  
Président de Réseau Entreprendre® Yvelines  
et Président du programme InnoTech  
de Réseau Entreprendre®.

## Il faut bâtir une équipe gagnante

Un plus grand retour sur investissement ! Voilà ce qu'apporte une innovation bien maîtrisée. Innover c'est penser autrement, sortir des sentiers battus pour explorer des voies que d'autres n'ont pas encore découvertes.

Mais c'est vrai, l'innovation augmente le risque. Afin de mettre toutes les chances de son côté, le porteur de projet innovant doit connaître le marché pour le dominer, la concurrence pour avoir un coup d'avance sur elle et doit élaborer sa stratégie en conséquence.

Le produit et le financement du projet ne sont que des ingrédients du succès. Plus important, nul ne peut réussir seul. L'essentiel est bien sûr «la personne porteuse du projet», de l'idée, source de l'innovation. Mais il lui reste à bâtir une équipe gagnante qui la complète. Elle doit penser «gouvernance» en s'entourant d'un conseil ou d'un comité stratégique qui, à nouveau, la renforce, l'aide à sortir de son cadre habituel en l'ouvrant sur le monde extérieur.

Notre nouvelle lettre vous montrera des exemples de lauréats qui sont «sortis du cadre» et se sont entourés pour réussir. Certains ont été sélectionnés pour le sommet du G20-YES 2011 (lire p. 5), d'autres sont prometteurs en tant que lauréats de Tremplin Entreprises (lire p. 5).

Nous avons la chance d'avoir en France des élus qui se battent pour que ces entrepreneurs innovants créent des entreprises qui grandissent. Ils sont convaincus, avec raison, que seuls ces hommes et ces femmes qui innoveront, nous permettront de bâtir les champions de demain. Avec eux, la France créera à nouveau des emplois et exportera plus qu'elle n'importe. Le Sénateur Philippe Adnot est le parfait représentant de ces élus. Père du projet de financement des PME dans le cadre de la loi TEPA, Président de Tremplin Entreprise, Président d'honneur de PME Finance, il nous fait l'honneur de contribuer à notre lettre (lire p. 4). ●

## A vos agendas !

→ [www.rencontres-innovation.com](http://www.rencontres-innovation.com)

### 2<sup>èmes</sup> Rencontres de l'Innovation de Réseau Entreprendre® le 23 novembre

Cette journée de partage d'expériences, de témoignages et d'échanges abordera les questions-clefs du management d'une jeune entreprise : innovation, business, développement, RH, management... en sortant des sentiers battus (lire les

interviews p. 6-7). «L'innovation «grand large» - qu'elle soit technologique, sociale, managériale ou durable - est au cœur de cet événement national, né de la demande forte de nos Entrepreneurs Lauréats et Adhérents», se

réjouit David Pouyanne, le Président de Réseau Entreprendre®. Venez vous revigorer et donner un souffle nouveau à vos projets ! Réseau Entreprendre® est votre réseau ! Une journée co-organisée avec IBM.

Réservez votre mercredi 23 novembre ! Ce jour-là vous pourrez vivre les 2<sup>èmes</sup> Rencontres de l'Innovation de Réseau Entreprendre® à Bois-Colombes (92), co-organisées avec IBM. Entre autres sujets abordés, «comment innover en sortant des sentiers battus ?» qui sera illustré par la Stratégie Océan Bleu, ici présentée par François Cazals, directeur du cabinet Distriforce.

## Le 23 novembre, préparez-vous à un océan d'innovations !

Le 23 novembre, Réseau Entreprendre® proposera des pistes pour redynamiser le quotidien, adopter la tournure de l'adaptation, oublier momentanément les contraintes pour libérer les esprits et penser différemment, sortir du cadre, explorer des nouveaux champs de possibles. En un mot, pour innover !



• **La démarche Stratégie Océan Bleu (Blue Ocean Strategy) fait partie des sujets qui seront discutés à l'occasion de cette**

**journée. Vous qui mettez en œuvre cette méthode pour des clients, expliquez-nous en quoi elle consiste ?**

François Cazals : Blue Ocean Strategy est le titre d'un livre publié en 2005 par deux spécialistes de la stratégie d'entreprise, W. Chan Kim et Renée Mauborgne (1). Cet ouvrage propose un nouveau regard sur les stratégies d'innovation. Depuis une vingtaine d'années, la pensée dans ce domaine était dominée par l'apport de Michael Porter, professeur à Harvard (il a notamment publié en 1982 «Choix stratégiques et concurrence»). Pour lui, schématiquement, le succès s'obtient par deux voies «guerrières». Premièrement la domination par les coûts, c'est à dire l'aptitude d'une entreprise à proposer une offre à des coûts largement inférieurs à la concurrence. Une prestation très proche avec un différentiel de prix très grand. La stratégie low cost de Ryan Air pour le transport aérien en est un exemple.

Deuxièmement, la différenciation de l'offre en proposant quelque chose que les autres concurrents n'ont pas. Citons la compagnie aérienne Emirates et ses douches spacieuses en classe affaires.

• **Cette stratégie est dépassée ?**

Très souvent, en agissant toujours sur les mêmes variables, les acteurs d'un même marché finissent par tous se ressembler. La différence des offres devient imperceptible pour le consommateur. C'est ce que W. Chan Kim et Renée Mauborgne appellent les «océans rouges». Plutôt que de continuer à combattre ses concurrents en essayant de leur prendre des parts de marchés, ils invitent à imaginer de nouveaux marchés grâce à l'innovation.

• **Que propose concrètement la stratégie Océan Bleu ?**

De dépasser le marché traditionnel en agissant sur quatre variables stratégiques. C'est la formule ERAC, selon la première lettre des quatre actions à mener sur le produit. Premièrement, ELIMINER purement et simplement un atout traditionnel admis par tous les acteurs du marché. C'est ce qui a été fait pour l'iPhone avec la suppression

du clavier qui existe sur les Smartphones. Deuxièmement, REDUIRE. La visée professionnelle de l'iPhone est diminuée, le prix aussi. Troisièmement, AUGMENTER une variable stratégique. C'est ce que propose l'iPhone avec son écran plus grand. Quatrièmement, CREER. L'iPhone mise sur un univers tactile, un design poussé et le concept de l'AppStore. La Stratégie Océan Bleu peut-elle s'appliquer à des domaines très technologiques comme l'informatique, les réseaux et logiciels, les bio-technologies et nouvelles énergies ?

Bien sûr. La logique est toujours la même : quitter la confrontation propre aux océans rouges – confrontation qu'on retrouvera, bien sûr, plus tard quand des concurrents s'intéresseront à ce nouveau marché.

Pour cela, il faut accepter de vivre en équipe une démarche qui remet en cause les habitudes, les schémas établis, sans penser à toutes les contraintes. Un jour, il faudra faire passer les nouvelles idées par les fourches caudines de la réalité. Mais en attendant, on aura laissé toute sa place à l'agilité d'esprit, à la créativité et à l'innovation. ●

Recueilli par Bertrand Lethu.

(1) Stratégie Océan Bleu, Editions Pearson.