

Les 1^{ères} Rencontres Réseaux de l'Innovation

Innovation Amont – Innovation Ouverte

6 Juin 2007

Orateurs



Anne-Christine Ayed

Directeur Recherche et Innovation, DIM Brands Apparel
Présidente PDMA-France

Anne-Christine Ayed a rejoint le groupe Sara Lee Branded Apparel Europe en tant que Directeur R&D Europe en Septembre 2004.

Sara Lee Branded Apparel Europe, vendu en février 2006 au fonds d'investissement américain Sun Capital, est devenu DBApparel (DIM Brands Apparel) et regroupe des marques de lingerie et de sous-vêtement masculin telles que DIM, Playtex, Wonderbra, Chantal Thomass...

A la tête d'une équipe de 60 personnes, Anne-Christine Ayed est aujourd'hui responsable au sein de DBApparel:

- ✚ de la Recherche,
- ✚ de l'Innovation,
- ✚ de la Création et du Développement de produits techniques et innovants ainsi que des packagings,
- ✚ des Centres d'Excellence (recherche nouvelles matières, nouvelles technologies, design produit) pour les marques du groupe.

Elle est titulaire d'un doctorat en Physico-Chimie Macromoléculaire (Institut Charles Sadron en partenariat avec l'Institut Français du Pétrole et le CNRS - Strasbourg) et un diplôme d'ingénieur en Plasturgie (Ecole d'Application des Hauts Polymères - Strasbourg).

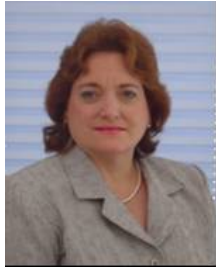
Elle a acquis une expérience internationale dans l'industrie des plastiques et l'industrie chimique de spécialités ainsi que dans le management au niveau mondial, avec des responsabilités commerciales (business développement) et des responsabilités dans la recherche et le développement, notamment au sein du Groupe Dow Chemical.

Anne-Christine Ayed a par ailleurs créé au début de cette année, et préside actuellement le chapitre français du PDMA (Product Development Management Association) dont l'objectif est d'apporter aux entreprises françaises des compétences en termes de pratique de l'innovation.

Pour plus d'information sur www.dim.fr

✚ **Plénière : DIM Brands Apparel : Mise en Œuvre d'une démarche d'Open Innovation**

✚ **Atelier n°6 : Utilisation des agences de conception de produits & de stratégie d'innovation**



Robin Karol
Ph.D., NPDP, Présidente PDMA-USA

Dr. Robin A. Karol is currently the Executive Director of the Product Development & Management Association. She is a former Manager of the DuPont Consulting Solutions, an internal business consulting group, and Director of Innovation Processes at DuPont. She led the New Offering Development Process which installed a newly revised Innovation process for growth. She is a certified New Product Development Professional (NPDP) with the Product Development Management Association (PDMA), and was appointed its first CEO in 2005. Robin holds a Ph.D. in Biochemistry from SUNY Buffalo and did a Post-doctoral fellowship at Albert Einstein College of Medicine. At DuPont, Robin held many positions including Research Supervisor of the Virology Research Group, Systems Team Leader in Clinical Diagnostics, and Quality Manager of R&D for the IMED (Imaging Medical). Prior to joining DuPont, she was an Assistant Professor of Medicine at Baylor College of Medicine in Houston, TX. Robin has consulted with non-Dupont clients including Colgate-Palmolive, TetraPak, and Mitsubishi Chemical, and brings a wealth of academic and industrial experience to our clients.

Innovation-related Publications:

- ✚ Karol, R., and Nelson, B, New Product Development for Dummies, Wiley 2007
- ✚ Koen, P, Ajamian, G., Burkartm R, Clamen, A. Davidson, J., D'Amore, R., Elkins, C., Herals, K., Incorvia, M., Johnson, A., Karol R. Seibert, R., Slavejkov, A., and Wagner, K., Providing Clarity and a Common Language to the "Fuzzy Front End". Research Technology Management, 46-54 March-April 2001
- ✚ Karol, R. A., Science & Sustainable Development, a marriage made on earth Elements, 4: 18-20 , 2001
- ✚ Jeffrey M Davidson, Allen Clamen, Robin A Karol., "Learning from the best new product developers." Research Technology Management. Jul/Aug 1999. Vol. 42, No. 4; p. 12-19

Plus d'information sur www.pdma.org



Marie-Aline Geninet

Directeur CEGOS, Conseil et Formation en Management par Projet

Ingénieur EPF et titulaire d'un DESS – MBA de l'IAE de Paris, elle a occupé des postes à responsabilités dans le domaine de la vente, du marketing et des achats dans des groupes internationaux notamment chez GE et Alstom. Elle dirige actuellement l'activité conseil et formation en Management par Projet et Innovation de la Cegos.

Plus d'information sur www.cegos.fr



Eric Seulliet

Auteur de "Fabriquer le Futur 2" - Village Mondial

Président de La F@brique du Futur et directeur d'e-Mergences

Eric Seulliet est consultant en « prospective appliquée » et en innovation. Il dirige e-Mergences, société de conseil qui accompagne les entreprises et organisations pour imaginer et concevoir les produits et services du futur, dans une approche développement durable.

Eric Seulliet est aussi Président de l'association « La F@brique du Futur », dispositif citoyen de promotion d'une prospective et d'une innovation réconciliant avancées technologiques et préoccupations citoyennes.

Plus d'information sur www.e-mergences.net
www.lafabriquedufutur.org

✚ Plénière – Marie-Aline Geninet et Eric Seulliet : Innovation Amont et Innovation Ouverte - Contexte et principes

Les évolutions sociologiques et la mondialisation obligent aujourd'hui les entreprises à innover mieux, plus vite et plus souvent. Il n'est plus suffisant dans ce contexte de s'appuyer sur des ressources internes pour développer des produits innovants très différenciants (innovations de rupture). Faire participer des ressources externes (clients, fournisseurs, partenaires, universités...) au processus d'innovation permet d'accélérer ce processus et de générer des opportunités de croissance additionnelle. Cette innovation ouverte nécessite l'élaboration de nouveaux business modèles dans lesquels la propriété intellectuelle est valorisée et peut être cédée ou concédée sous forme de licence. Cela implique aussi pour l'entreprise la mise en place d'un système de veille performant ainsi que l'adoption de nouveaux modes d'organisation.

✚ Atelier n°1 - Eric Seulliet : L'imaginaire au service de l'innovation -

L'innovation change profondément. La conception traditionnelle de l'innovation, principalement fondée sur les développements technologiques, a montré ses limites. Face à ce constat, il est particulièrement pertinent d'intégrer à la stratégie d'innovation la notion d'imaginaire. En effet, explorer celui-ci donne des pistes particulièrement pertinentes pour concevoir les produits/services de demain. Le recours à l'imaginaire ouvre de nouveaux possibles en libérant la créativité. L'écoute et la mise en résonance de multiples imaginaires renforcent la transdisciplinarité entre les diverses parties prenantes au processus d'innovation. C'est ainsi que se développe un génie d'innovation collaborative entre les concepteurs internes (chercheurs, ingénieurs, marketeurs, designers, etc.), les partenaires externes (fournisseurs, distributeurs, sous-traitants), les clients. Grâce à l'imaginaire, l'innovation se trouve notablement accélérée et bien plus féconde. Dans ce contexte nouveau, les clients et usagers sont appelés à jouer un rôle croissant. Les consommateurs se transforment en consom'acteurs : ils n'acceptent plus l'innovation gratuite, ne "faisant pas sens" pour eux. Au-delà de ses composantes scientifiques et technologiques, l'innovation doit donc prendre en compte ces aspirations sociétales, éthiques, humanistes. En adoptant une attitude de reliance et d'empathie avec les consommateurs-citoyens les plus avant-gardistes, les entreprises et les organisations pourront développer des avantages concurrentiels et prendre une longueur d'avance sur leurs concurrents. Cela nécessite de mettre en œuvre des pratiques d'innovation ascendante, basées sur la détection d'usages émergents.



Dominique Weizman Directeur Général et Fondatrice, DEZINEO

Dominique Weizman a une triple formation Ingénieur, Marketing/Commerce international, Management (IAE, CPA, CNAM). Elle a fait de nombreux séjours en Amérique du Nord, Asie et Europe et dirigé avec succès des équipes internationales aux niveaux de Direction Générale.

Elle crée en 1984 l'activité Grand Public du groupe Matra (Matra Communication) et lance les premiers téléphones sur le marché libre dès 1985. Elle permet ainsi à Matra de prendre immédiatement une position de leader en France, leadership qu'elle conservera pendant 10 ans et étendra au niveau européen grâce à une stratégie à moyen terme sans faille.

Elle négociera et signera des partenariats majeurs dans le secteur des télécommunications : Ericsson, Nokia, Deutsche Telekom, Nortel, etc. Afin de faire face aux impératifs de compétitivité et d'innovation, elle mettra en place un réseau de sous-traitance en matière de développement technique et de production à la fois en Europe et dans les pays du Sud Est asiatiques.

Elle décide en 1996 de mettre ses compétences de management international au service de sociétés étrangères désireuses de s'implanter en Europe, et elle monte un cabinet de conseil à Hong Kong.

En 1998, elle crée la filiale européenne d'un groupe Malaisien spécialisé dans le secteur informatique et télécom et en prend la Direction Générale. Le management des équipes commerciales et marketing basées en Europe, techniques basées au Canada et industrielles basées en Malaisie lui ont permis d'acquérir une solide maîtrise du « management des cultures » au profit du succès de l'entreprise.

En Octobre 2001, elle lève des fonds auprès d'investisseurs privés (Talento) et crée Dezineo dans le conseil en innovation et tendances. En 4 ans, Dezineo est devenu un acteur majeur des études de tendances prospectives avec une méthodologie unique basée sur l'observation des comportements des individus, sur l'analyse de l'impact des nouvelles technologies et le décryptage dans tous les domaines produits, packagings, services, architecture d'intérieur. Ses clients sont parmi les plus grands groupes dans les domaines de la cosmétique (L'Oréal, Christian Dior, Bourjois...), de l'alimentaire (Cadbury, Moët Hennessy, ..), du service (France Télécom, EDF, SNCF, ACCOR...), de l'automobile (PSA, Faurecia, Toyota...), de la technologie (HP, Sagem...), etc

Plus d'information sur www.dezineo.com

Plénière : Dezineo - L'innovation par le design : Future trends

La méthodologie s'articule autour de 3 axes-sources permettant de générer des innovations en totale adéquation avec l'entreprise et le consommateur.

Cette approche globale et transversale permet de générer de nouveaux produits, services, aménagement d'espaces et de définir de nouveaux axes de communication.

Casser les codes en innovant par l'observation des comportements et modes de vie = Le design au plus près de l'homme

- ❖ Esthétisation de la Société
- ❖ Le design sur-mesure
- ❖ Le design efficace
- ❖ Le design Vecteur d'émotion
- ❖ Le design engagé



Jacques-Henry PINHAS- Directeur Général Europe – Artemis International

Jacques-Henry PINHAS est diplômé de l'Ecole Centrale de Lyon. Entré chez Artemis International en 1989, il a contribué à la constante progression d'Artemis dans les pays francophones et européens en tant que Directeur Commercial, puis Directeur des Opérations. Avant de rejoindre Artemis, il a occupé successivement les postes de consultant, chef de projet et responsable du développement des ventes en Europe dans le domaine des logiciels décisionnels. « Nos solutions métiers s'inscrivent pleinement dans le contexte économique actuel, où il est critique pour tous les secteurs d'activité, tant industriels que tertiaires et publics, d'augmenter l'alignement entre la stratégie et les investissements projets et d'optimiser l'utilisation des ressources financières comme humaines.

Jacques-Henry PINHAS est vice-président du chapitre français du PDMA (Product Development Management Association) dont l'objectif est de permettre d'apporter aux entreprises françaises de partager les meilleures pratiques en matière d'innovation. Plus d'informations sur : www.aisc.com



Albert Duranton

Responsable Recherche Avancée, L'Oréal

Albert Duranton est devenu un pur produit L'Oréal, arrivé dans l'entreprise il y a 20 ans en tant que chercheur confirmé avec une thèse de Troisième cycle en biologie après un cursus en Grande Ecole.

Il a commencé par un poste sur la sécurité des molécules issues de la recherche en chimie. Attiré par tout ce qui ressort de la découverte et de l'invention c'est naturellement que les équipes de recherche avancée ont intégré ce profil sur le sujet éminemment complexe qu'est la chute des cheveux. Il a ouvert de nouvelles pistes de recherche et de développement, et déposé de nombreux brevets dans ce domaine.

Il a participé à l'incubation d'INNEOV avec les premières rencontres des recherches L'OREAL & NESTLE sur ce sujet et avec les réflexions sur les attentes consommateurs dans le domaine de la Nutricosmétique. Il est depuis très sensibilisé à la notion d'innovation ouverte.

Il travaille sur les preuves de concept et l'évaluation des actifs dans tous les domaines de la cosmétique peau/cheveux.



Christine Beckaert

Direction R&D, L'Oréal

Au sein de L'Oréal, Christine Beckaert a acquis par son parcours professionnel dans les différents mondes industriel et commercial du groupe une solide expérience dans l'optimisation des processus, et un savoir-faire aujourd'hui appliqué au monde de la R&D.

Après l'Ecole polytechnique (X86) et sa formation complémentaire à l'Ecole des Mines de Paris, elle rejoint le groupe L'Oréal en 1991. Ses premières missions visent la réduction des stocks et la mise en place de système Flux tiré. Responsable de la logistique de Biotherm, elle fait évoluer l'organisation logistique de la marque pour répondre au contexte de croissance internationale.

Après avoir assuré le contrôle de gestion de l'affaire commerciale de Lancôme France et le pilotage des indicateurs financiers, elle rejoint la Division des Produits de Luxe et la direction des opérations pour le management de projets transversaux (prévisions de vente, processus de lancement produit...).

Chargée de mission à la Direction Générale de la Recherche de L'Oréal, elle accompagne aujourd'hui des projets visant l'amélioration de la productivité de la Recherche et l'adéquation des ressources aux enjeux de l'innovation.

Plus d'information sur www.loreal.fr

 **Plénière : L'Oréal et Inneov - Les fruits de la prospective et de l'innovation ouverte**



Nouchine Humbert

New Development Manager - Consumer & Office, 3M France

Diplômée EM Lyon en 1997, elle acquiert sa 1ère expérience chez UNILEVER comme Chef de Produit marchés B2B (produits lessiviels : Skip, Omo, ...)

Nouchine est entrée chez 3M en 2000 comme chef de projet marketing stratégique, puis a créé et managé dans la filiale française une cellule dédiée au développement de nouveaux produits & service et à la pénétration de nouveaux marchés.

Actuellement, elle développe et met en oeuvre les stratégies de pénétration de marchés pour une des divisions de 3M, sa division Grand Public & Bureau.

Plus d'information sur www.3m.com/fr

✚ **Plénière : 3M - Comment la culture et l'organisation peuvent-elles servir la capacité d'innovation d'une entreprise**

La capacité de la R&D à assumer à elle seule la responsabilité de l'innovation au sein de l'entreprise est devenue une évidence chez 3M depuis déjà quelques années, et ce quelle que soit sa volonté de renouveler son portefeuille de technologies.

Qui et surtout comment dès lors, d'autres acteurs dans l'entreprise peuvent-ils contribuer à cet effort d'innover ?

Nous ferons ici un tour d'horizon des particularités culturelles et structurelles de 3M qui lui permettent de maintenir son niveau d'innovation. Du renforcement des processus et outils mis à disposition des marketeurs à 6 Sigma, en passant par des cellules de « business nurturing » ou la multiplicité des terrains d'échanges entre clients, opérationnels et experts, nous illustrerons comment une entreprise innove en dehors de ses laboratoires.

Loin de prétendre dresser un inventaire exhaustif de tous les leviers culturels et organisationnels qui sont les piliers d'un réel encrage de l'innovation dans l'entreprise, nous nous concentrerons sur le cas particulier de 3M et l'exposé de ses principaux outils.



François Laurent

Conseil indépendant, animateur de ConsumerInsight

Ancien Consumer Insight and Prospective Marketing Manager au sein du groupe Thomson - Vice Président de l'Adetem

Président de ConsumerInsight - Conseil en Consumer Insight et Marketing 2.0

Ancien Consumer Insight and Prospective Marketing Manager - Groupe THOMSON

Ancien Directeur du Développement - MILLWARD BROWN

Ancien Directeur de la Recherche Qualitative et du Planning Stratégique - CREDOME

Docteur es Sciences de l'Information et de la Communication

Vice Président de l'Adetem

Membre du Conseil scientifique et ancien Vice-président de l'Irep

Ancien Président de la commission Etudes de l'Uda

Auteur de divers ouvrages dont :

✚ Les études marketing – Village Mondial

✚ La grande mutation des marques high tech – Village Mondial

Créateur du Site WeAreTheMarket

Animateur du blog : www.marketingisdead.net

Plus d'information sur www.ConsumerInsight.eu

✚ **Atelier n°2 : Le Consumer Insight, moteur d'une innovation collaborative**

Aujourd'hui, les véritables créateurs de produits et services, ce sont les consommateurs ; des consommateurs complexes, parce que souvent contradictoires, qui ne peuvent plus se saisir par le petit bout de la lorgnette du marketing traditionnel, le fameux marketing de la demande : sollicités de toutes parts, ils doivent s'envisager dans leur globalité de citoyens - c'est cela le consumer insight. Mais cela ne suffit pas : il faut leur donner les moyens de créer les produits qu'ils souhaitent quand ils le souhaitent - en un mot développer une véritable politique d'innovation collaborative, où tout part du consommateur citoyen.



François DEBOIS Consultant CEGOS

Diplômé de l'ESC et de University West of England (Bristol), spécialisation Marketing et Stratégie des Entreprises, il a exercé des responsabilités commerciales puis de développement de nouveaux processus de vente au sein du groupe Masterfoods avant d'intégrer la Cegos.

Depuis 2001, il intervient dans des missions de conseil et formation en management de projet et innovation.

Il exerce également une activité de scénariste de bandes-dessinées

<http://fdebois.over-blog.com>

Atelier n°3 : Favoriser et gérer l'innovation au quotidien

Favoriser l'innovation c'est tout d'abord mettre l'innovation au cœur des valeurs et de la stratégie de l'entreprise. C'est ensuite créer un environnement favorable en encourageant la transversalité, les échanges d'idées, la créativité individuelle et collective, la prise de risque...

Gérer l'innovation c'est mettre en place une démarche structurée :

- Un processus de génération et de management des idées,
- une organisation et un mode d'animation des acteurs de l'innovation
- Des outils collaboratifs (intranet...) pour faciliter le partage des informations, pour transformer les idées en innovations génératrices de croissance et de rentabilité.



Guillaume Weill Directeur Général, Crmmetrix

Guillaume Weill est Directeur Général, Crmmetrix, le spécialiste de l'écoute client. Après plus de 15 ans d'expérience des études marketing et de développement de nouveaux produits sur la méthode BASES, il rejoint et fonde Crmmetrix en France en 2002. Il est diplômé d'un master en marketing quantitatif de l'IAE de Grenoble et intervient régulièrement sur le sujet du développement produit et les problématiques d'optimisation de la stratégie marketing.

Plus d'information sur www.crmmetrix.com

Atelier n°4 : Générer et Optimiser de Nouvelles Idées avec la méthode brandDelphi

Dans la logique du développement de méthodes plus participatives favorisant l'émergence des bonnes idées tant en interne qu'en externe, la méthode *brandDelphi* se propose de mettre à jours les signaux faibles d'un marché en les amplifiant grâce à un processus collaboratif et itératif. En quelques heures de nombreuses idées sont mises à jour et optimisées par les participants aux quatre coins du monde grâce à Internet. Nous partageons des cases studies de développement de nouveaux concepts produits mais aussi d'optimisation de concepts, la méthode permettant également de mettre à jours le « bon vocabulaire consommateur ». La méthode brandDelphi est issue de la recherche académique et reconnue par le MIT pour son caractère innovant.



Nathalie Joulin

Dirigeante de Bleu Intense, conseil en innovation

Auteur de "Les Coulisses des Nouveaux Produits" aux Editions d'Organisation

Nathalie Joulin, dirigeante de BLEU INTENSE conseil en innovation, auteur de "Les Coulisses des Nouveaux Produits" aux Eds Organisation, dotée d'une longue expérience marketing stratégique et opérationnelle (Procter & Gamble, Reckitt Benckiser), avant de rejoindre le conseil.

Plus d'information sur www.bleuintense.com

✚ **Atelier n°5 : Comment transformer l'idée en véritable innovation**

Ce qui sous-tend cette assertion un peu provocante est bien la conviction que l'innovation ne s'improvise pas. On ne peut faire émerger les idées sans une vision stratégique claire et une démarche volontariste, structurée et systématique. Il ne suffit pas d'avoir des idées, il faut les *meilleures* et surtout les *réaliser* dans les plus brefs délais.

Comment mieux innover, quels sont les bonnes méthodes, les bons réflexes, les bons outils ?

Nous vous proposons de réfléchir sur l'innovation en tant que processus dans l'entreprise : ses étapes clés, ses meilleurs méthodes et outils, au travers d'exemples concrets et inspirants, d'expériences multi-marchés. Pour transformer l'idée en véritable innovation, qu'il s'agisse d'innovation produits ou d'innovation au sens large



François Denieul

Directeur du Laboratoire Espaces Intelligents

François Denieul, diplômé de Sciences Economique et de Sciences Po Paris, a d'abord mené une carrière d'urbaniste en France et à l'international avant de fonder, avec un ami informaticien, une des premières entreprises de multimédia interactif et devenir par la suite consultant en développement économique territorial. Actuellement, professeur à l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Paris Val de Seine et fondateur du Laboratoire Espaces Intelligents, François Denieul est devenu un spécialiste de l'Intelligence Ambiante et de l'application des nouvelles technologies aux espaces architecturaux et urbains ainsi qu'au design des interactions entre la personne et son environnement. Le Labo Espaces Intelligents effectue notamment des recherches-développement sous contrat avec de grandes entreprises.

Plus d'information sur www.e-mergences.net
www.lafabriquedufutur.org

✚ **Atelier n°7 : L'intelligence Ambiante, support d'innovations radicales**

« Incruster de l'intelligence dans un produit de manière à ce qu'il soit capable de percevoir son environnement », de « réfléchir », d'agir, et de communiquer ne relève plus de la science fiction mais bien de technologies de plus en plus accessibles. François Denieul exposera les avancées technologiques qui rendent possible cette incrustation d'intelligence et en détaillera les différentes modalités. Il montrera comment cette incrustation d'intelligence est une source d'innovations de rupture permettant de créer de la valeur pour les entreprises et leurs clients en générant une différenciation compétitive et en augmentant la valeur ajoutée du produit. Il prendra notamment comme exemple quelques applications d'« Intelligence Ambiante » qui visent à produire des environnements intelligents capables de simplifier la vie des utilisateurs. Il précisera également les méthodes à développer pour assurer le succès de ce type d'innovation.



Pierre Breese

Directeur du cabinet de conseil en propriété intellectuelle Breese, Derambure et Majerowicz et Auteur de "Protéger l'innovation"

Physicien et juriste, Pierre Breese est un expert incontesté en matière de propriété industrielle et de brevets, du dépôt à l'évaluation financière des brevets.

Directeur du Cabinet de Conseil en Propriété Industrielle Breese, Derambure & Majerowicz, il conseille des PMI, des grands groupes et des organismes de recherche dans leur stratégie de dépôt de brevet, de protection de leurs innovations et de valorisation de leur propriété industrielle. Il saura ainsi vous faire bénéficier de ses nombreuses expériences pour vous aider à adopter la meilleure stratégie possible en matière de dépôt et de valorisation de vos brevets.

Il est l'auteur d'ouvrages de référence dont : « Protéger l'innovation » (INSERM), « Stratégies de propriété industrielle » (DUNOD), et enseigne le droit des brevets à HEC et à l'ENSET.

Plus d'information sur www.bredema.fr

✚ **Atelier n°8 : Innovation amont, brevet et valorisation des innovations**
(Atelier reporté à une date ultérieure)



Louis Berreur

PDG de Nodal Consultants - société d'étude et de conseil en stratégies technologiques innovantes de R & D, de partenariat et de financement de développement

Expert en stratégie d'innovation et de R&D, Louis Berreur conseille des grands groupes, des PME et des organismes de recherche publics dans leurs stratégies de développement.

L'approche partenariale est l'originalité du cabinet qui identifie les partenaires et fédère les entreprises sur des projets de co-développement. Louis Berreur vous fera bénéficier de son expérience pour vous permettre d'identifier des partenaires en synergies avec vos programmes et les approcher de la meilleure façon.

Plus d'information sur www.nodal.fr

✚ **Atelier n°9 : L'innovation par les partenariats de transfert de technologies**



Eric Gabas-Varini
Secrétaire Général - PDMA France

Eric Gabas-Varini est membre du conseil d'administration de PDMA France et fondateur d'Innovation Framework Technologies (IFT), spécialisée dans la fourniture de solutions d'amélioration des capacités d'innovation des entreprises: écoute client, génération et management des idées, pilotage de portefeuille de produits, management de projets.

Avant de créer IFT, il était responsable mondial du Marketing Stratégique chez un éditeur de logiciel américain de Product Portfolio Management chez lequel a mis en œuvre une stratégie de solutions pour le secteur du New Product Development, collaborant avec la R&D d'entreprises de tous secteurs et zones géographiques pour le recueil des besoins et le développement de nouveaux produits. Il collabore régulièrement avec les principaux cabinets d'analyses du marché et intervient régulièrement sur le sujet du PLM (Product Life Cycle Management).

Plus d'information sur www.innovation-framework.fr

✚ Atelier n°10 : Innovation & Systèmes d'information
(Atelier reporté à une date ultérieure)

Cet atelier se propose de faire le point sur les différentes solutions logicielles "d'entreprise" permettant de favoriser l'innovation et le développement de nouveaux produits.

Du marché à l'idée et de l'idée au lancement, quel sont les processus couverts par ces solutions: écoute client, génération, collecte et management des idées, pilotage de portefeuille de produits, gestion de projets, road-mapping, gestion du cycle de vie produits (PLM), etc.

Quels sont les bénéfices que l'on peut en attendre ? Quelles sont les principaux acteurs du marché ?
Quelles sont les nouvelles solutions qui font leur apparition dans les entreprises ?