



ID'RESEAU



**MON CAHIER
POUR INNOVER**

**Atelier spécial agroalimentaire :
*Comment optimiser ma démarche
d'innovation?*
*Suivez le guide en 3 étapes clés!***

Edition : Juin 2011

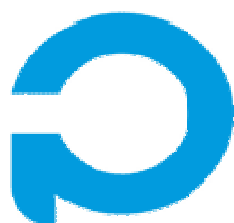
Le cahier d'exercices a été conçu et réalisé par :
- Isabelle WALLART de POLYTECH'LILLE
- Anne MACQUERON du CERTIA Interface

► Cet atelier vous a été proposé par le CERTIA Interface

CERTIA
INTERFACE



et animé par :



POLYTECH
LILLE



en partenariat avec :



avec le soutien financier de :





Sommaire



Etape 1 : de l'information pour l'innovation	page 4
- Les sources d'idées	page 5
- Vos 20 sites essentiels	page 6
Etape 2 : des informations aux idées	page 10
- La roue de la créativité	page 12
- Vos moteurs d'innovation / vos objectifs	page 15
- Vos 10 pistes d'innovation	page 21
- Votre grille de filtrage	page 22
Pause Bonus : quel innovateur êtes-vous ?	page 23
Etape 3 : vivez en direct la création d'un nouveau produit	page 26
- Les questions clés	page 33
- La fiche concept	page 35
Etape 4 : et vous, comment innovez-vous ?	page 39
Etape 5 : et si vous innoviez ... avec ID'RESEAU	page 42
- Accéder aux informations de l'atelier	page 43
- La suite de l'atelier	page 47
Fiche contacts	page 48

« Si tu as une pomme, que j'ai une pomme, et que l'on échange nos pommes, nous aurons chacun une pomme. Mais si tu as une idée, que j'ai une idée et que l'on échange nos idées, nous aurons chacun deux idées. »

George Bernard Shaw

Etape 1

De l'information pour l'innovation

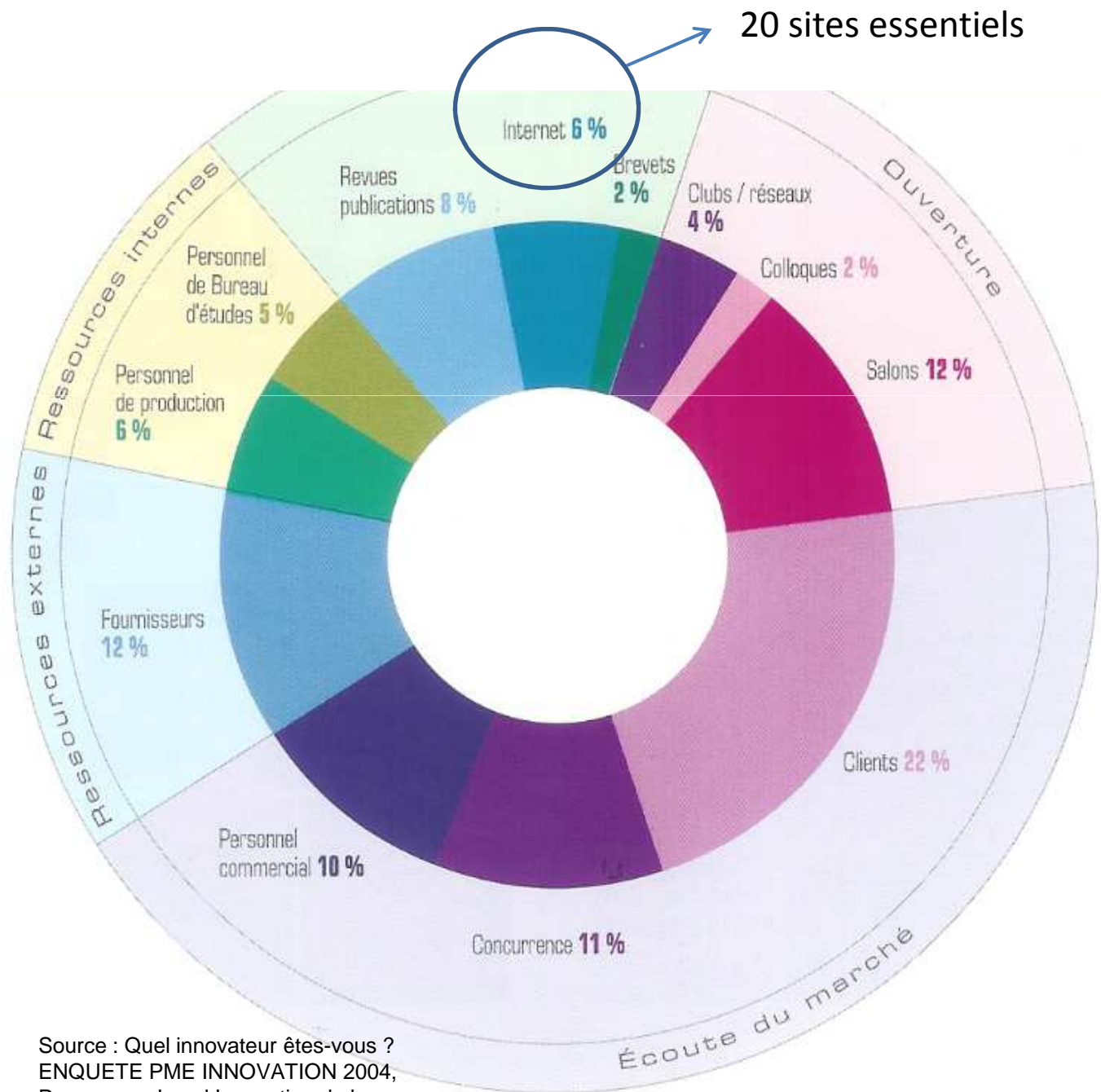
« J'ai des tas d'idées brillantes et nouvelles, mais les brillantes ne sont pas nouvelles et les nouvelles ne sont pas brillantes. »

Marcel Achard



Quelles sont vos sources d'idées / informations pour innover ?

« Sous l'avalanche ininterrompue d'informations insignifiantes, plus personne ne sait où puiser les informations intéressantes. » Bernard Werber



Source : Quel innovateur êtes-vous ? ENQUETE PME INNOVATION 2004, Programme Local Innovation de la Métropole Lilloise

20 à 40 sites essentiels ?

www.marketing4innovation.com

Comment rechercher de l'information sur ...

Sites Web / Informations

Une nouvelle tendance /
idée marketing ?



Tns Sofres

Œil-laser

Des idées de nouveaux produits
alimentaires à l'international ?



XTC

Nutrimarketing

Product Scan

Des idées de nouveaux
produits via les concours ?



Concours Npdc

Trophelia

Creativitypool

Le consommateur ?



Marketing4innovation.com

MarketingBook

Credoc

Le marché ?



Eurostaf

Qwam

Plusdetudes

Metnext

« Notre hypothèse de travail est que quelqu'un, quelque part, a une meilleure idée ; et notre obligation est de trouver qui a une meilleure idée, de l'apprendre et de la mettre en œuvre vite. »

Jack Welch

20 à 40 sites essentiels ?

Comment rechercher de l'information sur ...

« Un pessimiste voit la difficulté dans chaque opportunité, un optimiste voit l'opportunité dans chaque difficulté. »
Sir Winston Churchill

Sites Web / Informations

Les sciences & technologiques / international ?



Ialine

Euro innovation

Un brevet ?



Pi-r2

inpi

Une entreprise ? Une marque ?
Un site web ?



Societe australisintelligence
Outsourcing
Cofacerating
Prodimarques
Whois /sedo
linkpopularity

Une personne ?
Un expert ?



Viadeo

ResearchGate

20 à 40 sites essentiels ?

"It's hard to predict, especially the future ." Niels BOHR

Comment rechercher de l'information sur ...

Les normes, réglementations & nutrition ?

Sites Web / Informations



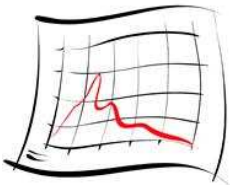
adrianor
Nutravita
substancediet

Le sensoriel ?



Sophie rieunier
Mercadoc
Foodproductdesign
enivrance

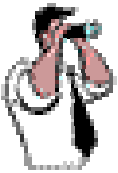
L'actualité alimentaire ?



Manager-alimentaire
Agro-media

Le futur ?

frenchfoods



Smartfutur
Adit
Techno cles 15
INRA
TED

L'innovation / Veille démarche .. Idées ?



Jinnove
Innosphere
Pdma
PD-Trak

Veille
Xmind

Plus de 350 sites sur

www.marketing4innovation.com



Mes commentaires



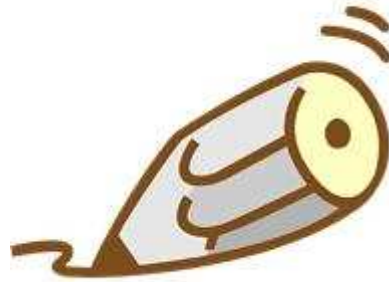
*« Les meilleures idées naissent
comme des blagues. Rendez votre
réflexion aussi drôle que
possible. » David M. OGILVY*

Etape 2

Des informations aux idées ..

*« Les bonnes idées n'ont pas d'âge,
elles ont seulement de l'avenir. »*
Robert Mallet





Où se trouve la nouveauté dans un nouveau produit ?

Un(e) nouveau (nouvelle) ..(catégorie de produit)
Destiné à la **cible**
Dans l'**univers** de

Il(elle) est conçu(e) pour
-Satisfaire le **besoin** de
-Etre utilisé (situation de consommation)
-Lors de, avant ou après (**moment de la journée**)

Inscrit dans la **tendance**
Il(elle) doit permettre de
- (**fonctionnalité**)
Et/ou (**fonctionnalité**)

Son originalité peut être renforcée par
Un **packaging** de type...
Ce produit pourrait être **signé de** ...
Ou bénéficier de **l'image de marque** de ...

Il peut être conçu spécialement pour l'**événement**
Il(elle) peut s'inspirer du **marché précoce** de(s)
Ou dans le cas d'un package-mix ou d'une **offre globale**
Intégrer ou supprimer les **produits support**..
Complémentaire et coordonné
Tel que ..

Distribué via le(s) (ou la) (**circuit distribution**)
Commercialement il peut être acheté
Par ...(**situation d'achat**)
Proposé en...(**offre promotionnelle**)

Il est possible également de proposer comme **service associé** ...

Quant à la **communication** elle peut se baser sur ...

Technologiquement,
il peut être conçu pour répondre
aux exigences de **l'enjeu technologique suivant**
Ou reposer sur une nouvelle technologie
ou un nouveau **process** tel que
Ou répondre a une nouvelle norme ou **réglementation** tel que ..

Il peut être intéressant d'intégrer
-une nouvelle **matière 1ère** telle que
Ou un **ingrédient atypique** tel que
Ou exploiter les propriétés fonctionnelles
Ou chimique d'un **additif** comme..

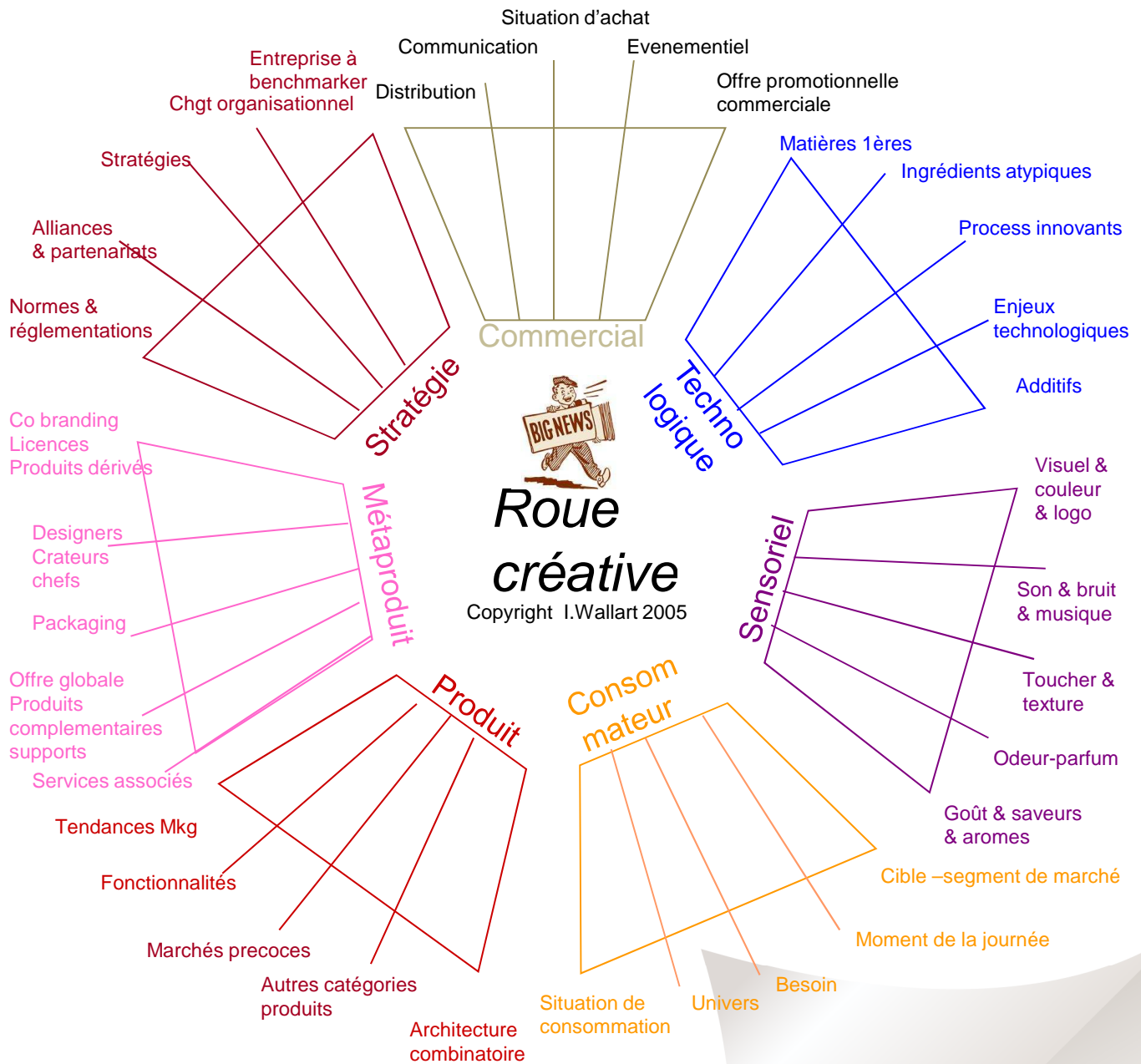
Ne pas oublier le coté sensoriel du produit,
En s'intéressant aux propriétés suivantes
Couleur, visuel
Son, bruit, musique
Toucher et texture
Odeur, parfum,
Gout, saveur, arôme

L'entreprise pourrait s'organiser pour...
Conduire un **changement organisationnel** tel que...
Suivre une nouvelle **stratégie** comme ...
Pourrait s'inspirer d'un **benchmark** comme ...
Pour s'améliorer ou acquérir une nouvelle **compétence**

L'entreprise pourrait collaborer avec ..(**partenaire**)



Faites tourner la roue de la créativité



**35 pistes créatives
ou moteurs d'innovation**
pour structurer l'information

Vous- même, vous pouvez noter les informations qui vous semblent susceptibles d'alimenter la créativité de votre entreprise avec le modèle de la roue créative.



Vos infos ?

Informations Consommateur

(idées de cible et segment de marché, d'univers & besoins, de moment de la journée, de situation de consommation)



Ex : les britanniques en France, les séniors, les handicapés, les salariés sur le lieu de travail, la consommation « before » du monde de la nuit, en pique nique, le besoin de divertissement...

Informations Produit

(idées de tendances Marketing & positionnements, de fonctionnalités, de marchés précoces, d'architecture de produit, d'autres catégories de produits innovantes)



Ex : le sportif ou le commerce équitable comme tendances, le cosmétofood, les produits à teneur réduite de sel, le kit loisir créatif, les fonctionnalités de personnalisation

Informations Technologiques

(idées de matières premières, d'ingrédients atypiques, de process innovants, d'enjeux technologiques, d'additifs ou PAI)



Ex : Les textiles intelligents, les étiquettes intelligentes, la pousse de cactus, le guarana, les technologies propres, la surgélation à l'azote, l'encapsulation d'odeur, ...

Informations Commerciales

(idées de circuit de distribution, de stratégie de communication, d'offre promotionnelles, d'évènementiel, de situation d'achat)



Ex : la Distribution automatique, la coupe du monde de foot comme évènement, l'achat cadeau, la « real pub »...

Informations Méta- Produit

(idées de chefs, designers ou créateurs, de packaging, d'offre globale avec des produits complémentaires, de services associés, de marques à associer)



Ex : Marc Veyrat ou Harry Potter, l'emballage avec police de 16 ou en braille, le package kit pour menu atypique, le plateau repas, le coaching nutritionnel ou par sms...

Informations Stratégie

(idées d'entreprises à imiter, de stratégies, de changement organisationnel, d'alliances et partenariats, de normes & réglementations)



Ex : les partenariats assurances et producteurs agro alimentaires, le marketing viral via les boutiques en ligne personnalisées par les clients, l'IFS, le développement de boutiques de marques en univers ...

Informations Sensorielles

(idées de visuel et couleur, de son & musique, de toucher & texture, d'odeur & parfums, de goûts, saveurs & arômes)



Ex : Texture mousse, la boisson gélifiée, la saveur épice « retour des indes » de Roellinger ...



Quelles idées
en croisant ...
Votre produit :



Une cible :



Un enjeu
technologique :



Un circuit de
commercialisation :



Une Tendance
marketing :



Un packaging :

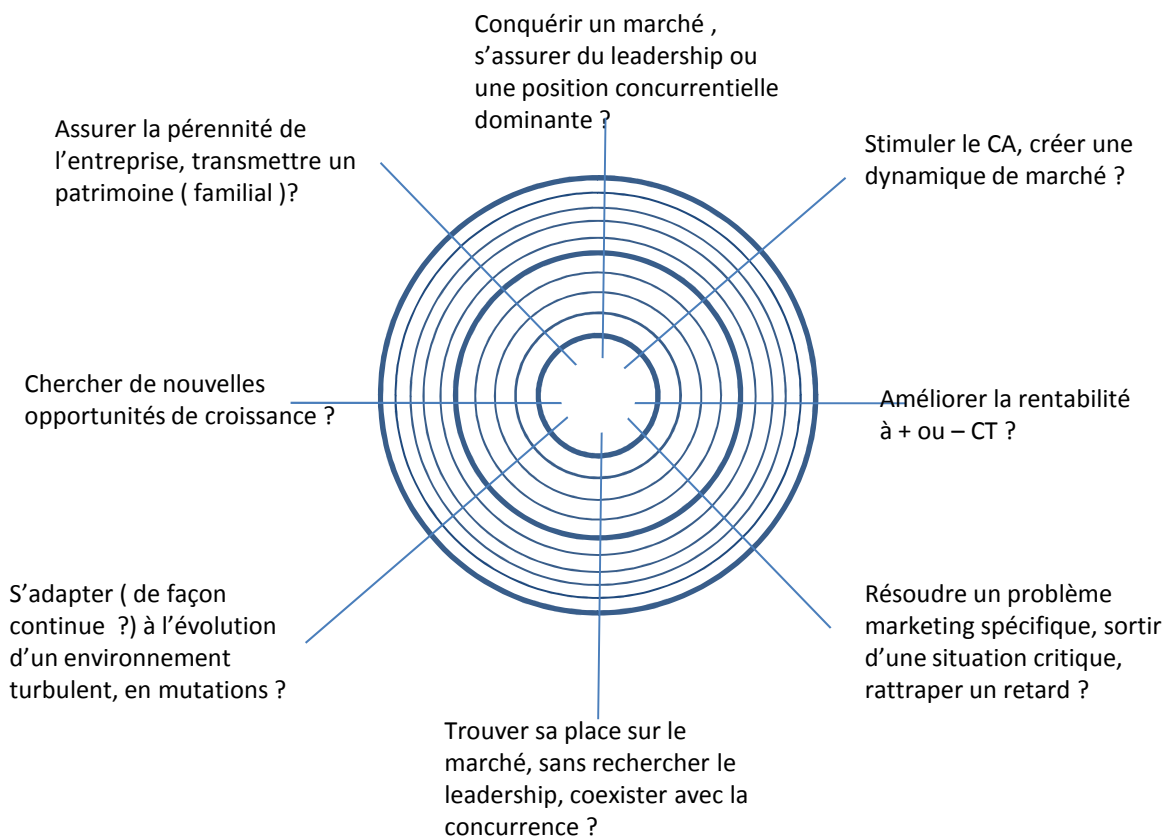


Un Service :

Quels objectifs votre entreprise vise-t-elle ?

Comparez son profil avec celui de son principal concurrent ...

« On n'attend pas l'avenir comme on attend un train. L'avenir on le fait . »
Georges BERNANOS









Quel est l'impact sur la stratégie d'innovation ?

« Une personne qui n'a jamais commis d'erreurs n'a jamais tenté d'innover. »
Albert Einstein



Quels sont les objectifs d'innovation qui en découlent ?

-  - Créer de la Valeur ?
-  - Créer de la Variété ? Une source de différenciation ?
-  - Rechercher de nouveaux débouchés ?
-  - Réduire les coûts ?
-  - Mettre du Marketing dans son produit ?
-  - Autre :
Etc

Ne faudrait il pas orienter sa veille / créativité en fonction de l'objectif ?



Quels moteurs pour...
Créer de la Valeur ?



Pour une cible :



Designer
& Co-
branding :

Evènementiel:

Services
associés &
Offre globale :

Situation de
consommation :



Tendance
Marketing :



Packaging :



Fonctionnalités :

Sensoriel :



Enjeux
technologiques :

Ingrédient
atypique :

Matière 1^{ère} :

	Designer & Co- branding :	Evènementiel:	Services associés & Offre globale :	Situation de consommation :
Tendance Marketing :				
Packaging :				
Fonctionnalités :				
Sensoriel :				
Enjeux technologiques :				
Ingrédient atypique :				
Matière 1 ^{ère} :				

Quels moteurs pour...
Recherche de
nouveaux débouchés ?



Cible-
Segment
de marché

Besoins &
Univers :

Situation
d'achat :

Situation de
consommation /
Moment de la
journée :



Tendance
Marketing :



Fonctionnalités :

Circuits de
distribution :



Offre globale &
produits
complémentaires :

Enjeux
Technologiques :



Services
associés :



Marchés précoces
Autres catégories
de produits :

	Cible- Segment de marché	Besoins & Univers :	Situation d'achat :	Situation de consommation / Moment de la journée :
Tendance Marketing :				
Fonctionnalités :				
Circuits de distribution :				
Offre globale & produits complémentaires :				
Enjeux Technologiques :				
Services associés :				
Marchés précoces Autres catégories de produits :				

Quels moteurs pour...
Mettre du marketing
Dans votre produit ?



Cible-
Segment
de marché



Besoins &
Univers :

Circuits de
distribution :



Situation
d'achat /
Situation de
consommation /
Moment de la
journée :

Tendance
Marketing :



Fonctionnalités :

Packaging :



Offre globale
& produits
complémentaires :

Services
associés :



Stratégie de
Communication :

Evènementiel :

Offre
promotionnelle :

	Cible- Segment de marché	Besoins & Univers :	Circuits de distribution :	Situation d'achat / Situation de consommation / Moment de la journée :
Tendance Marketing :				
Fonctionnalités :				
Packaging :				
Offre globale & produits complémentaires :				
Services associés :				
Stratégie de Communication :				
Evènementiel :				
Offre promotionnelle :				

Mes 10 pistes d'innovation identifiées sont :

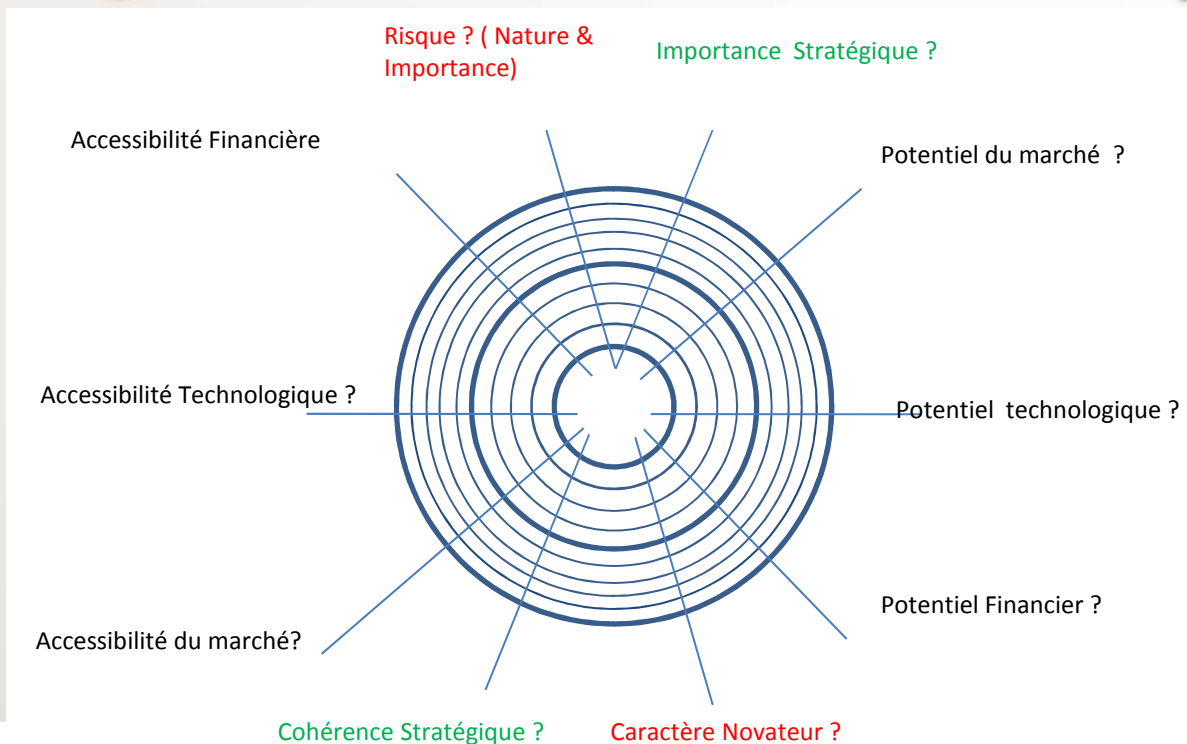
« Extraordinary is the New Ordinary. »
The Cool Hunter



Toutes les idées ne se valent pas ...
En termes de Risques /Potentiel

1) Il vaut mieux avoir plusieurs idées qu'une seule.. pour trouver la meilleure .. Peut être même 500 idées pour un seul bon projet .. qui devienne un « classique » pour le marché !

2) Filtrez vos idées... Comparez les sur une grille multi-dimensionnelle ...



Pause Bonus..



*« Les esprits mobiles ne sont pas garantis contre les idées fixes. »
Raymond d' Alost*



Et vous, quel est votre profil ?

Lors de cette enquête, les réponses obtenues ont permis de discerner 7 grandes familles d'entreprises. Elles ont un comportement assez typé vis-à-vis de l'innovation. Dans quelle famille vous situez-vous ? Quel animal sommeille au sein de votre entreprise ?



Innophile

Développeur de la structure de l'entreprise, il est constructif et averti en matière d'innovation. Son marché est essentiellement national. Il estime son environnement plutôt actif dans le soutien à l'innovation.

Ouvert et favorisant le partenariat (réseaux d'entreprises, écoles/universités...), il puise ses idées dans les colloques, conférences, salons et expositions.

Ses produits sont soumis à la réglementation et il rencontre des problèmes pour financer ses projets.

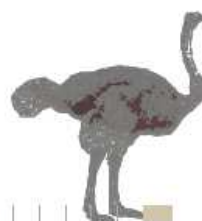
Il protège ses idées par droit d'auteur et dépôt de marques. Des outils de production spécifiques limitent les possibilités de contrefaçon.

Il souhaite développer le chiffre d'affaires de son entreprise, renforcer la compétence du personnel et augmenter la flexibilité de sa production.

Constructif et raisonné !



Source : Quel innovateur êtes-vous ?
ENQUETE PME INNOVATION 2004,
Programme Local Innovation de la
Métropole Lilloise



Innostatique

Il s'estime peu innovant et considère son environnement plutôt passif dans le soutien à l'innovation.

Son marché est plutôt régional.

Il est peu ouvert sur l'extérieur et ne recherche pas les partenariats. Les idées pour innover viennent du bureau d'études, quand il y en a un, et de la production. La collecte d'informations n'est pas organisée.

Il n'envisage pas de projet dans les 2 prochaines années, la qualification du personnel ne s'y prêtant pas.

Son seul objectif est de remplacer des produits désuets et d'étoffer la gamme des produits et services.

A réveiller d'urgence !

Innocurieux



Très innovant, il exporte afin de répondre aux besoins de ses clients européens. Il estime son environnement actif dans le soutien à l'innovation.

Ses objectifs sont la réduction des prix de vente et des coûts de production.

Il est très ouvert vers l'extérieur (clients, écoles/universités, réseaux d'entreprises...).

Ses sources d'idées sont principalement la veille sur les brevets et le personnel commercial/marketing.

Il souhaite renforcer l'exportation de nouveaux produits et recruter un responsable de projet.

Un rythme de croisière prometteur !



Innoverti



Il a peu de relations avec l'extérieur et se consacre principalement à l'amélioration de son organisation. Son marché est régional.

Il a peu de temps à consacrer aux projets. Ses sources d'idées sont les fournisseurs et le personnel de production. La collecte d'informations n'est pas organisée.

Il désire faire évoluer son organisation, ses procédés de production et envisage d'externaliser certaines fonctions de l'entreprise. Il dispose néanmoins d'un vrai potentiel d'innovation.

Un potentiel interne sous-exploité !

Innoféroce



Il sait faire évoluer ses produits et investir dans les procédés nouveaux. Son marché est national et international.

Il s'estime malgré tout peu innovant et trouve son environnement passif dans le soutien à l'innovation.

Ses idées émanent de nombreuses sources (fournisseurs, commerciaux, visites de salons, revues et publications). Elles ne sont pas protégées.

Il éprouve des difficultés à s'adapter à la demande du client et du marché, souvent par manque de moyens scientifiques et techniques.

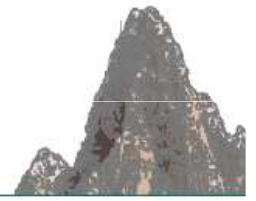
Il souhaite renforcer la compétence technique du personnel, nouer des partenariats, modifier l'organisation de l'entreprise, acquérir des équipements et recruter un responsable de projet. Son objectif principal : changer de marché.

Fonceur, parfois effrayé facilement !

Source : Quel innovateur êtes-vous ?
ENQUETE PME INNOVATION 2004,
Programme Local Innovation de la
Métropole Lilloise



Innomature



Il a une vision globale de l'innovation en développant de nouveaux produits, services, procédés et organisations. Paradoxalement, il se considère comme non innovant et dans un environnement plutôt passif pour le soutien à l'innovation. Son marché est européen et international.

L'innovation répond avant tout à une pression réglementaire et un désir de diversification de marchés. Les idées émanent des revues et publications, des clients et d'Internet. Elles sont principalement protégées par dépôt de marques.

Il manque de temps pour se consacrer aux projets et estime ses moyens scientifiques et techniques insuffisants.

Il entretient pourtant des collaborations avec des consultants, des centres techniques, des universités ou des écoles.

D'ici 2 ans, il compte acquérir des équipements de production.

Modeste, mais avec un œil affûté !

Innofuté



Il innove pour améliorer la qualité des produits, des services et pour changer de marché.

Il s'estime innovant mais juge son environnement passif dans le soutien à l'innovation.

Son principal obstacle : la durée des projets.

Il entretient des collaborations avec des clients, des écoles ou des universités, des fournisseurs et des centres techniques.

Il s'inspire des idées de ses concurrents. Il considère que l'avance sur ces

derniers et le secret maison sont des protections suffisantes.

Il souhaite exporter de nouveaux produits ou services et recherche une collaboration avec une entreprise partenaire.

**Sait se retourner
pour mieux s'abriter !**

Etape 3

Vivez en direct la création d'un nouveau produit

« *Imite, Assimile, et ensuite Innove...* »
Clark Terry





Parmi les pistes trouvées précédemment, retenez 3 pistes pertinentes pour **la bouteille d'eau de demain**



Pistes de cibles :



Pistes de Tendances Marketing :



Pistes de packaging :



Pistes Technologiques :



Pistes de commercialisation :



Pistes de Services :



Inventez la bouteille d'eau de demain (dans 5 ans) !

Proposez à votre équipe 3 idées ... de départ ...

1)

2)

3)



Idée de l'équipe :



Les Questions clés



Retrouver la liste
sur <https://ssl.astride.fr/>

« Les chanceux sont ceux qui arrivent à tout ;
les malchanceux, ceux à qui tout arrive. »
Eugène Labiche

Challenge

*« Je ne connais pas la clé du succès
mais celle de l'échec est d'essayer de
plaire à tout le monde. »* Bill COSBY



La fiche concept : mode d'emploi

Proposition :		NOM:
Insight :		Photo / dessin
Description sommaire de la proposition		
... des aspects fonctionnels = POURQUOI Quelles fonctions? À quoi ça sert? <i>Abstrait</i>	... des aspects physiques = COMMENT Comment ça fonctionne? En quoi c'est fait? <i>Concret</i>	
Valeur émotionnelle : quels bienfaits, quels sentiments cela m'apporte?		

Source : Flore RATAJ - Groupe ISA -
Atelier CODESIGN



Votre concept 1



Préconisations :



Votre concept 2



Préconisations :



Mes commentaires

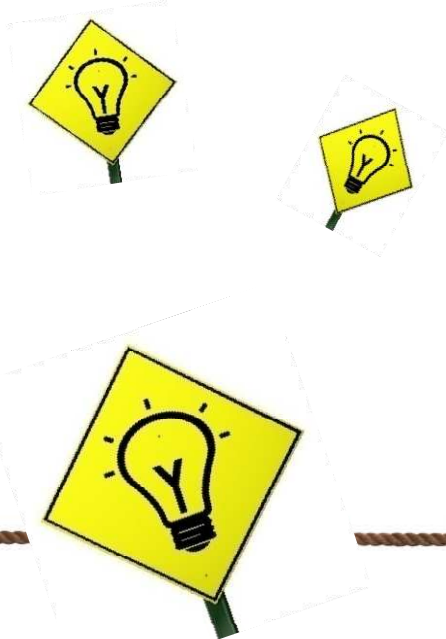


*« Vos clients les moins
satisfaits sont votre meilleure
source d'apprentissage. »
Bill GATES*

Etape 4

Et vous ? Comment innovez- vous ?

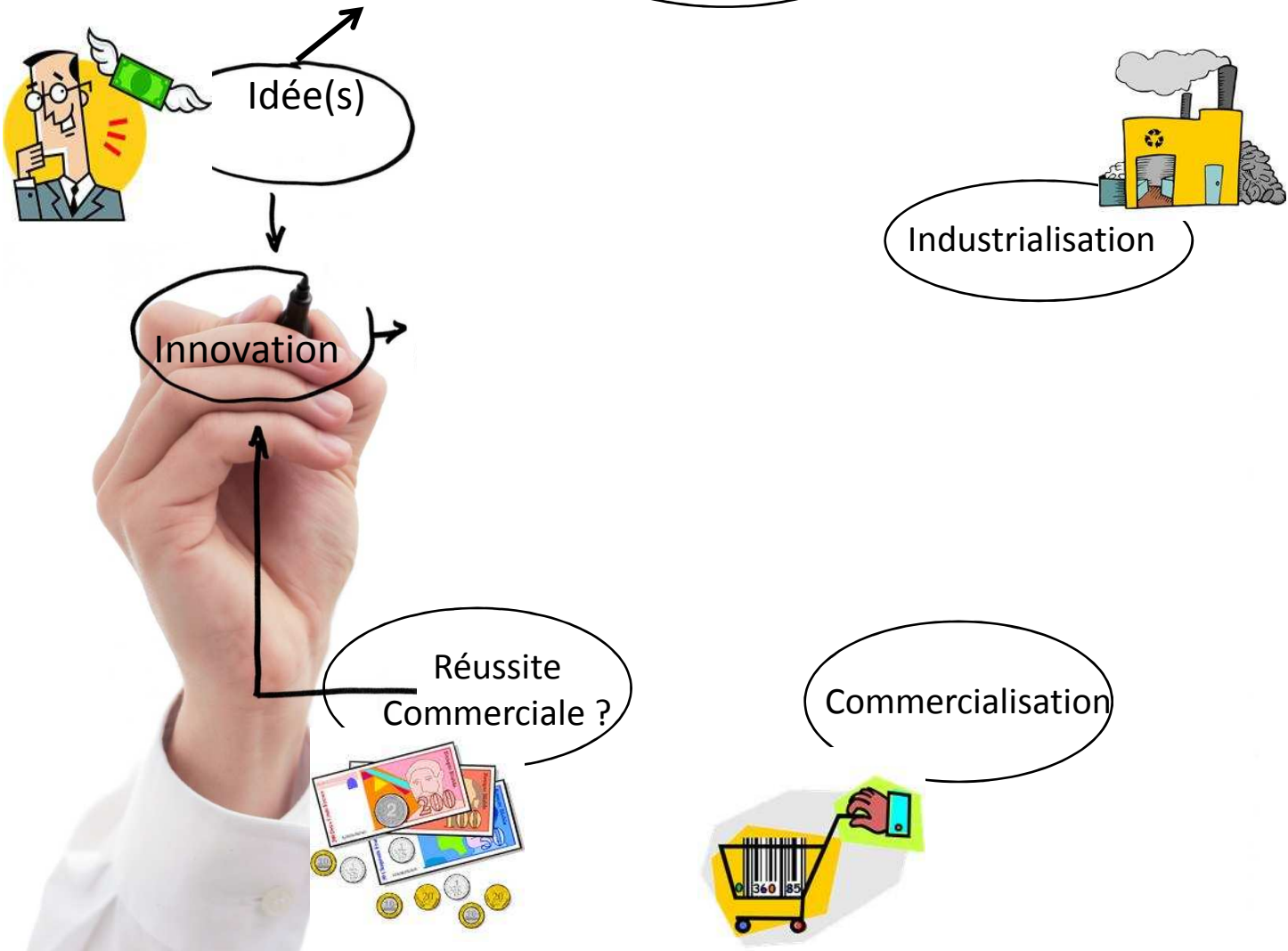
« Un jour quelqu'un qui ne savait pas
que c'était impossible, l'a fait ! »
Winston Churchill



Dessinez votre démarche d'innovation ?

« Il faut faire des choses folles avec le maximum de prudence. » Michel Mohrt

- Quelles étapes ?
- De l'idée .. au prototype .. au produit commercialisé ..
- Quels obstacles ?
- Quelles démarches maîtrisez-vous ?
- Quelles questions vous posez-vous ?





« Ce n'est pas parce que les choses sont difficiles que nous n'osons pas, c'est parce que nous n'osons pas qu'elles sont difficiles. » Sénèque



Démarches que vous maîtrisez (formalisées etc)



Démarches que vous ne maîtrisez pas suffisamment

Créativité

Etudes Marketing

Analyse des risques / potentiel

Identification de la concurrence

Insight consommateur

Tests R& D - formulation

Tests marketing

Evaluation sensorielle

Filtrage des idées

Veille

Faisabilité

Packaging

Stratégie

Gestion des projets

Gestion de portefeuille

d'innovation

Approvisionnement

Fidélisation

Eco-conception

Propriété Industrielle

Etiquetage et Informations

nutritionnelles / juridiques

Financement

Stratégies de lancement /

conquête du marché

Commercialisation &

Référencement

Communication

Etc..

Cherchez l'erreur de vos nouveaux produits ?



Ici
commence le futur ...
avec ID'RESEAU

Etape 5

Et si vous innoviez...

avec ID'RESEAU

« Demain ne sera pas comme hier. Il sera nouveau et il dépendra de nous. Il est moins à découvrir qu'à inventer. » Gaston Berger

**ID'RESEAU c'est ...
DÉVELOPPER VOS
COMPÉTENCES et FÉDÉRER
VOTRE ÉQUIPE autour de
VOS PROJETS**



Pour bien commencer avec ID'RESEAU retrouvez en exclusivité les informations de l'atelier !

**Votre accès personnalisé à notre
base d'informations,
suiviez le guide :**

1. Se connecter :

L'adresse : <https://ssl.astride.fr/>



The image shows a screenshot of a web browser displaying the login page for 'extranet Astride'. The browser's address bar is highlighted with a red box and contains the URL 'https://ssl.astride.fr/'. A red arrow points from the text 'L'adresse : https://ssl.astride.fr/' to this address bar. On the page, there is a login form titled 'VEUILLEZ VOUS CONNECTER' with fields for 'Identifiant' and 'Mot de passe', and a 'Se connecter' button. A red arrow points from the text 'Votre identifiant et votre mot de passe vous seront communiqués par mail' to the login form. To the right of the form is a cartoon illustration of a woman and a speech bubble that says 'Bonjour, Bienvenue sur l'extranet Astride. Identifiez vous pour accéder à votre compte.' The footer of the page includes logos for 'Pione' and 'NF ID', and text indicating it is powered by 'NF ID' and developed by 'Ecréall'.

**Votre identifiant et votre mot de passe
vous seront communiqués par mail**

2. Accéder à l'espace de travail collaboratif «espaces de travail» : «AGROALIMENTAIRE»

The screenshot shows a web browser window displaying the ASTRIDE website. The address bar contains the URL <https://ssl.astride.fr/>, which is highlighted with a red box. The website header features the ASTRIDE logo and a navigation bar with 'ACTUALITÉS' and 'CALENDRIER PARTAGÉ'. A sidebar menu on the left is titled 'MES ESPACES DE TRAVAIL' and lists several categories: 'Actions collectives & AAP', 'Projets', 'Réseaux de l'innovation et de la valorisation de la recherche', 'Professionnalisation', 'Agroalimentaire', and 'Actualité'. The 'Agroalimentaire' option is highlighted with a red box and a red arrow points to it. The main content area displays a grid of news articles under the heading 'ACTUALITÉS'. A semi-transparent grey banner at the bottom of the page reads 'Domaine des acteurs de l'AGROALIMENTAIRE'. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons.

<https://ssl.astride.fr/>

ASTRIDE

ACTUALITÉS CALENDRIER PARTAGÉ

MON PROFIL
MON TABLEAU DE BORD
MES DOCUMENTS

MES ESPACES DE TRAVAIL

- Actions collectives & AAP
- Projets
- Réseaux de l'innovation et de la valorisation de la recherche
- Professionnalisation
- Agroalimentaire**
- Actualité

ACTUALITÉS GÉNÉRALE LA VIE DU RÉSEAU PROFESSIONNALISATION

les investissements d'avenir pour
Par Najima MAIZ
le 13/05/2011

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE L'ARTOIS
Par Jean-Pierre LEAC
le 16/05/2011

Par Jean-Pierre LEAC
le 18/05/2011

Le cycle d'échange d'expériences des co... de la CEI

contribuer à rendre... d'échanges autour de... meter (car c'est un vrai...

Lire la suite Lire la suite Lire

Les projets de R&D structurants, une opportunité pour les pôles de compétitivité

Résultats du 11ème appel à projets

La prescription de PTR

Edhec Young Entrepreneurs : un nouveau venu dans le réseau de la CEI

Formations à l'anglais professionnel (du 17/05 à 21/06/11)

17/06/2011 - améliorer se

Domaine des acteurs de l'AGROALIMENTAIRE



3. Accéder au dossier ID'RESEAU

The screenshot shows the ASTRIDE website interface. At the top, the URL <https://ssl.astride.fr/> is highlighted in a red box. The main navigation bar includes 'ACTUALITÉS' and 'CALENDRIER PARTAGÉ'. On the left, a sidebar menu lists various workspaces, with 'Agroalimentaire' highlighted in a red box. A red arrow points from this menu item to the 'ID'RESEAU' document in the table below.

MON PROFIL
MON TABLEAU DE BORD +
MES DOCUMENTS

MES ESPACES DE TRAVAIL

- Actions collectives & AAP
- Projets
- Réseaux de l'innovation et de la valorisation de la recherche
- Professionnalisation
- Agroalimentaire**
- Assises IAA - groupe de travail "innovation"
- concours innovation agroalimentaire 2012
- Atelier gestion emballages
- Atelier innovation Valenciennes
- Forum efficacité énergétique en IAA
- Action collective ID'ALIM : volets ID'SUPPORT et ID'RESEAU
- ID'RESEAU**

Vous êtes ici : Accueil > Agroalimentaire

CONSULTER LE DOMAINE MODIFIER MEMBRES MAILING LIST

actions ▼ affichage ▼ ⌚ ajou

AGROALIMENTAIRE
Par adminrdt — Dernière modification 12/11/2009 19:24 ⌚
Domaine des acteurs de l'agroalimentaire
Domaine des acteurs de l'agroalimentaire

	titre	auteur	mise à
<input type="checkbox"/>	Assises IAA - groupe de travail "innovation"	Frédérique MARTIN	13/02/2009
<input type="checkbox"/>	concours		17/05/2011
<input type="checkbox"/>	Atelier ge		09/10/2009
<input type="checkbox"/>	Atelier inn		12/11/2009
<input type="checkbox"/>	Forum efficacité énergétique en IAA	Frédérique MARTIN	16/04/2010
<input type="checkbox"/>	Action collective ID'ALIM : volets ID'SUPPORT et ID'RESEAU	Frédérique MARTIN	22/12/2010
<input type="checkbox"/>	ID'RESEAU	Anne MACQUERON	17/05/2011

Tout sélectionner

Modifier tous les documents sélec

Dossier ID'RESEAU



4. Accéder aux informations de l'atelier

The screenshot shows the website <https://ssl.astride.fr/> in a browser. The main navigation bar includes 'ACTUALITÉS' and 'CALENDRIER PARTAGÉ'. On the left, a sidebar menu lists 'MES ESPACES DE TRAVAIL' with sub-items like 'Agroalimentaire' and 'ID'RESEAU'. The main content area shows the 'ID'RESEAU' workspace with a table of documents. A red box highlights the document 'Atelier "Comment optimiser ma démarche d'innovation ? Suivez le guide en 3 étapes !"', and a red arrow points to it. A grey banner at the bottom reads 'Cliquer pour accéder aux informations'.

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Agroalimentaire](#) > ID'RESEAU

CONSULTER L'ESPACE DE TRAVAIL MODIFIER MEMBRES MAILING LIST RENDEZ-VOUS

actions ▼ affichage ▼ ajout d'un élément ▼ état

ID'RESEAU

Par **Anne MACQUERON** — Dernière modification 17/05/2011 12:59

Développez vos compétences et fédérer votre équipe autour de vos projets.

une action régionale au service de votre innovation

	titre	auteur	mise à jour	état
<input type="checkbox"/>	Atelier "Comment optimiser ma démarche d'innovation ? Suivez le guide en 3 étapes !"	Anne MACQUERON	17/05/2011 12:52	
<input type="checkbox"/>	Documents	Anne MACQUERON	17/05/2011 12:59	
<input type="checkbox"/>	Calendrier du groupe de travail	Anne MACQUERON	17/05/2011 12:59	

Tout sélectionner Modifier tous les documents sélectionnés :

Cliquer pour accéder aux informations



Et pour continuer après l'atelier

Programme de l'action ID'RESEAU :
3 phases indépendantes

***Phase 1 : atelier de sensibilisation**

***Phase 2 : réalisation du diagnostic personnalisé** de votre
démarche d'innovation

- échanger avec un conseiller innovation en face à face
- identifier vos points forts et vos axes de progrès
- à partir de Juillet 2011, gratuit et en toute confidentialité

***Phase 3 : un accompagnement individuel et collectif, à la carte**

**** une formation à l'innovation** adaptée à vos besoins

- modules au choix avec 4 thématiques
- démarrage à l'automne 2011, prise en charge possible par l'OPCA du participant

**** des opportunités d'échanges** pour partager avec des experts vos questions pratiques et l'actualité de l'innovation

- démarrage pour la fin de l'année 2011, gratuit

Alors, prenons rendez-vous !

Anne MACQUERON – CERTIA Interface – 03 20 43 54 46

FICHE CONTACTS

Pour toutes vos questions n'hésitez pas à nous contacter :

CERTIA
INTERFACE
Action ID'RESEAU

Anne MACQUERON
Tel: 03 20 43 54 46
anne.macqueron@lille.inra.fr

Les partenaires de l'atelier :



Groupe ISA

Flore RATAJ
Tel: 03 28 38 46 18
flore.rataj@isa-lille.fr



POLYTECH'Lille

Isabelle WALLART
Tel: 06 88 24 33 47
isabelle.wallart@polytech-lille.fr
www.polytech-lille.fr
www.marketing4innovation.com



Retrouvez toutes les informations
en ligne sur <https://ssl.astride.fr/>