

CARREFOUR DE L'INNOVATION PARTICIPATIVE 2014

Lundi 24 novembre 2014 - Auditorium du Groupe Total

« L'innovation participative 3.0 »

En partenariat avec :



Le Carrefour de l'innovation participative est parrainé par le **Secrétariat général pour la modernisation de l'action publique**.

Les podcasts du Carrefour de l'Innovation Participative seront disponibles sur le site Internet d'Innov'Acteurs d'ici quelques jours !

Evènement animé par Stéphane Bergounioux et illustré par Aster

9h15 – Allocutions d'ouverture

Muriel Garcia, Présidente d'Innov'Acteurs et responsable pôle IP, RH et management, direction de la qualité du Groupe La Poste

Muriel Garcia a très chaleureusement remercié les participants, venus nombreux, et le Groupe Total qui accueille le Carrefour cette année. Elle est revenue sur l'actualité d'Innov'Acteurs en 2014, marquée par le succès croissant des matinales et des sessions de formation, ce qui a conduit l'association à multiplier les rencontres avec, notamment, la journée de l'*open innovation* en collaboration avec les étudiants de **Novancia Business School Paris**. Innov'Acteurs est également intervenu à plusieurs reprises auprès d'entreprises et d'administrations telles que le Groupe de Recherche et d'Applications Hospitalières (GRAPH), la Caisse nationale d'assurance vieillesse (CNAV), l'Ecole nationale Supérieure de Sécurité Sociale (EN3S) et le Secrétariat général pour la modernisation de l'action publique (SGMAP). Par ailleurs, la présence de l'association dans la presse s'est accrue au cours de l'année.

Muriel Garcia a salué le parcours d'**Anne Boband**, Responsable Qualité et Innovation Participative d'Air France, qui prend sa retraite et quittera prochainement l'association. Innov'Acteurs a poursuivi sa politique de partenariats en 2014 avec un nouveau partenaire – **DecidRH**. Comme en 2013, **Moustic** et **CAPITALCOM** ont participé à la préparation du Carrefour avec la réalisation d'un « petit livre rouge » consacré aux résultats de la 3^{ème} étude Innov'Acteurs / CAPITALCOM à laquelle **Éric Albert**, Fondateur de l'Institut français d'action sur le stress (IFAS), **Carole Couvert**, Présidente confédérale de la CFE-CGC et **Charles van Haecke**, créateur des Espoirs

du management, ont apporté leur expertise. Interrogée par Stéphane Bergounioux sur le choix du nom du Carrefour – « L'innovation participative 3.0 » – **Muriel Garcia** a expliqué que ce nom était né d'une réflexion partagée avec le Conseil d'Administration de l'association, qui cherchait à mettre en avant le caractère collaboratif des pratiques émergentes de l'innovation participative, dont les frontières s'ouvrent à de nouveaux acteurs en dehors de l'entreprise.

Christine Halliot, Directrice Innovation de Total Marketing & Services



Christine Halliot a rappelé que Total est un partenaire de longue date de l'association ; c'est donc une fierté pour le Groupe d'accueillir le Carrefour à l'occasion de sa « Semaine de l'innovation ». **L'innovation participative constitue un pilier de la politique d'innovation de Total depuis près de 10 ans et le processus s'est transformé dans le temps** : un concours biennal mondial entre 2005 et 2009 – dont la mise en œuvre fut difficile – a conduit au lancement de la 1^{ère} plateforme collaborative de Total baptisée **TILT** (Total Innovation LaboraTory) le mois dernier. Total Marketing & Services pilote également la démarche **IDEA** qui repose notamment sur l'organisation de challenges locaux ou à l'échelle du Groupe tels que le « Challenge de

la duplication » en 2014. Les membres du Comité de direction de la branche sont très impliqués dans la démarche et ils ont distingué 40 projets cette année. Rattachée au Secrétariat général, la Direction Innovation de Total Marketing & Services s'est fixée **trois objectifs pour développer la créativité des salariés dans l'entreprise** : 20% des collaborateurs formés à des techniques de créativité ; 100% des collaborateurs sensibilisés à l'innovation participative ; enfin, une contribution positive de l'innovation des salariés au résultat opérationnel net de Total.

9h45 – Conférence introductive « Les chemins naturels et culturels de l'innovation »

Pascal Picq, Paléoanthropologue, membre du Collège de France

Selon **Pascal Picq**, trois principaux facteurs sont susceptibles de provoquer le changement : les catastrophes naturelles – on le constate aujourd'hui avec le changement climatique, dont s'est emparé le secteur de l'énergie ; l'évolution de l'écosystème biologique ou social (ex. les partenaires, la concurrence, les clients, etc.) ; enfin, le développement de l'espèce humaine dont les besoins et l'empreinte écologique sont de plus en plus importants. Silex biface ou tablette iPad, les grandes inventions de notre histoire reposent sur un schéma identique qui impacte les modes de communication et la gouvernance, le développement des échanges et de la collaboration, le transport, les outils de production, les sources d'énergie, les méthodes de financement et – bien entendu – les connaissances scientifiques. Un changement de paradigme est rarement le seul fait des chercheurs ou des ingénieurs : il mobilise la créativité de toutes les forces vives de la société. Or, pour la 1^{ère} fois dans l'histoire du monde moderne, la génération qui est aujourd'hui à la tête des entreprises et des gouvernements – issue des Trente Glorieuses – n'a pas connu de guerre ou de crise économique et sociale majeure qui l'eut contraint à s'adapter... à la différence des générations « X », « Y » et « Z ».

« Contrairement à l'opinion commune, les facteurs du changement – les invasions barbares hier ou la mondialisation aujourd'hui – ne proviennent pas de l'extérieur mais de l'intérieur ! »

Pascal Picq a souligné que les moteurs du changement se trouvent dans les sociétés. L'histoire et la sociologie révèlent que la culture du risque et la confiance envers la jeunesse sont plus importantes au début d'un cycle économique. Entre la fin d'un cycle et le début d'un nouveau cycle, la classe moyenne est la plus impactée par le phénomène de « destruction créatrice » qui conduit à la disparition de pans entiers de l'activité économique. Ainsi, dans les années à venir, la révolution digitale devrait toucher près de 50% des métiers ; le choc sera considérable en France, l'un des pays développés les moins automatisés. En revanche, les jeunes générations devraient être préservées grâce à leur affinité avec les technologies innovantes et les nouveaux moyens de production.

Jean-Baptiste de Lamarck et Charles Darwin sont à l'origine des deux principales théories de l'évolution. Selon Lamarck, les espèces se transforment à la faveur du changement de leur environnement ; il s'agit d'un modèle d' « innovation active » qui a beaucoup de succès en France et correspond à notre culture d'ingénieur, tournée vers l'excellence. Selon Darwin, la différence est un atout pour l'innovation, et le manque de diversité est une menace pour la survie d'une espèce. Il est dangereux de ne travailler que sur ses points forts contrairement à l'opinion d'experts du management tel que **Michael Porter** ! Il est capital de « laisser le temps » à la différence sans s'interroger sur les usages a expliqué Pascal Picq en référence aux travaux d'**Eric Albert** sur l'attention portée à ce qui semble « insignifiant ». Cette attitude est très répandue aux États-Unis, dont la culture de chercheurs et d'entrepreneurs est un atout face à la crise. En effet, l'accélération des changements auxquels est confrontée l'entreprise favorise les processus itératifs car il est difficile de prédire le sens de l'évolution (ex. « le Plan » des Trente Glorieuses, etc.)



A l'image des sociétés chimpanzés, le leadership dans les entreprises et les administrations doit pouvoir se déplacer en fonction des compétences nécessaires. **Le modèle d'organisation hiérarchique et le modèle d'organisation en réseau ne sont pas exclusifs l'un de l'autre mais il est urgent – en France et en Europe – de les faire communiquer et de permettre le déplacement des individus d'un modèle à l'autre.** C'est la démarche des programmes d'*open innovation* des grandes entreprises qui travaillent aux côtés de *startups* ou de laboratoires sans pour autant les étouffer ni les absorber.

« Plus un individu rend des services à son écosystème, plus l'écosystème le lui rendra et deviendra résilient »

Pascal Picq s'est intéressé tout particulièrement aux entreprises centenaires qui ont su rester innovantes – comme Michelin ou Air Liquide – car, explique t-il, **il est difficile de conserver sa capacité d'innovation avec la taille et le temps** ; l'histoire et la structure d'une entreprise constituent des freins naturels à l'adaptabilité. Il a ainsi alerté l'auditoire du Carrefour sur les dangers de l'homogamie – le fait de rester entre semblables : **les entreprises ne doivent jamais cesser de jouer sur la diversité des compétences et des modes d'organisation à l'interne et à l'externe et de varier les environnements où elles opèrent.** Bien heureusement, les outils, les lieux et les programmes nécessaires au développement de la coévolution existent déjà – les *fab-labs*, les *hackathons*, les programmes d'*open innovation*, etc. – et la France dispose de nombreux atouts à condition de sortir du modèle de Lamarck.

11h15 – Allocution de Thierry Mandon

Thierry Mandon, Secrétaire d'État à la Réforme de l'État et à la simplification, auprès du Premier ministre

L'innovation participative est l'une des priorités du chantier de la transformation de l'État. Cette transformation est inévitable en raison de l'impératif de réduction des dépenses de fonctionnement et d'amélioration de la relation entre les services publics et les citoyens, dont la confiance vis-à-vis du personnel politique est fragilisée.

La mise en œuvre du programme de transformation repose sur **trois principes radicalement nouveaux** pour l'Etat :

- La **méthode collaborative** qui consiste à associer systématiquement à la réflexion les usagers et les acteurs publics concernés ; cette méthode a fait ses preuves lors de la préparation du projet de loi de simplification, avec le lancement de 23 ateliers participatifs en régions.
- Le **développement des outils numériques** avec la création d'un dispositif interministériel et le déploiement d'une politique d'ouverture des données publiques – un domaine où la France est pionnière sur le plan international.
- Une **gouvernance ouverte et transparente.**

La mise en œuvre en accéléré de ces méthodes collaboratives implique des transformations culturelles profondes en raison de la hiérarchisation très importante dans l'administration publique, mais qui constitue un préalable à tout mouvement collaboratif ; elle s'appuie en partie sur le changement de démographie de la fonction publique avec des agents de plus en plus qualifiés.

« La qualification des nouveaux fonctionnaires est très élevée en raison de la pression sur le marché de l'emploi – l'État doit capitaliser sur cette compétence et cette créativité »



Thierry Mandon est également revenu sur la création de lieux d'échange et d'hybridation entre l'État et les entreprises, réalisés avec des associations comme Innov'Acteurs. Il a insisté sur la nécessité d'un projet collectif autour du développement de l'innovation publique participative dans la mesure où cela contribuera – à terme – à réinventer le concept de puissance publique.

11h45 – Regards croisés : « Quand les frontières de l'innovation participative s'estompent »

Emission animée par Louis Hamelin, Moustic The Audio Agency

Maxime Barbier, Chef de projet innovation publique, SGMAP

Claire Bussac, Responsable marketing et innovation RH, Crédit Agricole

Muriel Garcia, Présidente, Innov'Acteurs, Responsable pôle IP, RH, management, direction de la qualité, Groupe La Poste

Amiral Olivier Lajous, Président, Club DéciDRH, DRH de l'année 2012

Caroline de La Marnierre, Présidente et fondatrice, CAPITALCOM

Christophe Laval, Président, VPHR

Charles Thou, Hack4France, Président, Agorize



Selon Muriel Garcia, les évolutions que connaît l'innovation au cours des dernières années ne remettent pas en cause ses fondamentaux mais elles bouleversent les façons de faire avec le développement de la coopération, la collaboration, l'ouverture des entreprises et des administrations à d'autres publics ou encore la création de « tiers-lieux » comme les espaces de *coworking* et les *fab-labs* pour innover ensemble. Sur le plan de la reconnaissance, le temps dit « masqué » doit être officialisé et reconnu en tant que tel – c'est une marge de progrès considérable pour les entreprises et le management

Caroline de la Marnierre est revenue sur la 3^{ème} édition de l'enquête Innov'Acteurs – CAPITALCOM dont les résultats présentent 4 enseignements majeurs :

- Un appétit croissant pour l'innovation participative, tant du côté des entreprises que des salariés, avec deux tiers des salariés qui disent vouloir innover dans le cadre de leur activité professionnelle ;
- Des techniques innovantes qui restent encore marginales et très peu implémentées dans les entreprises, même si l'on en parle beaucoup – les démarches traditionnelles restent l'apanage des salariés ;
- Des salariés qui innovent pour leur entreprise en prenant sur leur temps personnel, ce qui représente une nouvelle forme d'engagement des salariés ;
- Le 1^{er} moteur en termes d'incitation à la créativité ce sont les « collègues », comme l'a souligné Eric Albert lors de sa collaboration à la réalisation de l'enquête.

« *Quelque chose est en train de se passer avec des entreprises plus souples,
qui acceptent de perdre un peu le contrôle* »

Placé sous l'autorité du Premier Ministre, le SGMAP impulse et accompagne la transformation de l'action publique au travers de l'innovation participative. Il vise à réduire le décalage entre l'organisation des services publics et les besoins des Français en développant des outils expérimentaux tels qu'un simulateur de droits sociaux ou la création du programme « Futur public », dont le but est de prototyper le service public du futur (ex. la mise en place d'une offre de services aux entreprises au niveau de l'URSSAF, etc.). Par ce biais, le SGMAP développe la culture d'innovation de l'administration et sensibilise les fonctionnaires aux techniques de co-construction. Il est à l'origine du lancement du nouveau portail des impôts qui est issu d'une réflexion entre agents et contribuables – une révolution pour l'administration fiscale. Le SGMAP pilote également un groupe de travail interministériel avec la participation d'Innov'Acteurs et de 9 entreprises privées afin d'enrichir les démarches d'innovation participatives à l'œuvre dans la fonction publique. Le groupe de travail a conduit à l'organisation d'un « challenge répliation » dans un grand ministère, à l'élaboration d'une grille d'analyse et d'évaluation des démarches innovantes dans les administrations ou encore à l'organisation de l'exposition « La cité de l'innovation publique » du 14 au 16 novembre 2014 à Paris.



Comme les administrations, **les entreprises ouvrent les frontières de leur innovation avec le développement de l'intrapreneuriat**. Selon **Claire Bussac**, l'innovation en ressources humaines est une tendance forte au sein de l'organisation du travail du Crédit Agricole. Une rencontre avec le Boson Project a conduit le Groupe à explorer tout particulièrement la thématique de l'**intrapreneur**, dont les caractéristiques principales sont **la volonté de créer, une forme d'autonomie, le sens de l'organisation et du réseau et la persévérance**. La légitimité de l'intrapreneur est moindre qu'un entrepreneur ordinaire – il ne prend pas de risque – mais il a un bon relationnel qui lui permet de créer une micro-entreprise au sein de la société. Tant que son idée n'est pas sélectionnée, l'intrapreneur est un salarié comme les autres et il développe son idée sur son temps libre ; à terme, l'entreprise lui accorde du temps de travail réservé voire un détachement progressif si le projet est viable. La démarche correspond parfaitement à l'enjeu stratégique ressources humaines de développement des talents. Pour accompagner les intrapreneurs, le Crédit Agricole a créé « Village by CA », une entité spécifique dédiée à l'open innovation qui héberge des startups et les partenaires du Crédit Agricole et constitue un *showroom* pour l'innovation au sein du Groupe.

Interrogée sur la difficulté de la transition entre la sélection à l'expérimentation, **Claire Bussac** a insisté sur **l'enjeu d'apprendre aux managers et aux responsables RH à accepter l'échec**, véritable changement culturel en France – à la différence des pays anglo-saxons. Les relations entre les grandes entreprises et les *startups* est un sujet auquel **Charles Thou** est particulièrement sensible : Agorize accompagne les entreprises dans leurs relations avec les publics étudiants et les *startups*. La démarche de **Charles Thou** est inspirée par les études de cas auxquelles il a eu l'occasion de participer lors de son parcours en école de commerce. Les interfaces entre les entreprises et les étudiants apportent beaucoup à l'une et l'autre des parties et permettent le recrutement de profils atypiques, indépendamment de la formation ou du diplôme. Agorize rassemble les étudiants et les entreprises lors de *hackathons* et de *challenges écoles* et cherche à s'étendre aux populations de développeurs et de jeunes entrepreneurs car la démarche est répliquable – y compris dans les administrations. Il travaille actuellement au développement de pratiques collaboratives innovantes en ligne.

Olivier Lajous est revenu sur **l'enjeu de la confiance des collaborateurs en leurs idées et la place de l'échec dans les entreprises et les administrations françaises**. Selon lui, le management en France manque trop souvent de bienveillance vis à vis des salariés qui prennent le risque d'innover – un héritage culturel qui remonte à Saint-Augustin. Le manque de confiance est le principal obstacle au développement de l'innovation participative et elle ne se décrète pas. Les managers n'ont plus le temps d'attendre d'être « sûrs » pour faire confiance aux innov'acteurs. **Olivier Lajous** attend beaucoup des jeunes générations qui, confrontées à la défiance de leurs

ainées vis à vis de l'entreprise et du monde politique, ont développé une forte confiance en eux et une certaine audace.

« Le manque de confiance est le principal obstacle au développement de l'innovation participative »



Interrogé sur la reconnaissance à apporter à ceux qui innovent dans les entreprises, **Christophe Laval** a nuancé la position d'**Éric Albert**, opposé aux incitations financières. Selon lui la reconnaissance ne peut pas être exclusivement financière ou descendre du manager ; les moteurs à la créativité des salariés sont beaucoup plus larges que cela et se situent dans la reconnaissance entre pairs, la gratitude des collègues, la quête de sens ou encore la possibilité de suivre l'évolution et la concrétisation de son idée. La reconnaissance génère la performance car elle développe la motivation. **Christophe Laval** a ensuite partagé son expérience au

sein du C.H.U de Dijon, nommé aux Espoirs du management à l'issue d'un changement d'organisation visant à résoudre le déficit de reconnaissance des collaborateurs en s'appuyant sur l'innovation participative. Chaque salarié a pu proposer des moyens favorisant la reconnaissance – le changement de la couleur des blouses, la mise en place de nouveaux services aux patients comme les « toucher-détente », etc. – qui se sont traduits par des gains concrets pour la performance financière de l'hôpital. Il a insisté sur la nécessaire vision du dirigeant et son exemplarité – c'est à dire partager sa conviction et être sincère dans la mise en œuvre de la démarche. Enfin, **Muriel Garcia** a rappelé les résultats d'un sondage réalisé lors de la Cité de la Réussite, selon lesquels l'audace est jugée utile pour 94% des individus interrogés, mais freinée en entreprise pour 50% d'entre eux.

14h15 – Retours d'expériences

→ Des matchs collaboratifs étudiants collaborateurs au sein de Total Marketing & Services

Jean-Charles Guillet, Responsable de la Gouvernance de l'innovation, Total Marketing & Services

La Direction Innovation de Total Marketing & Services a été lancée en 2012 lors de la création de la branche. **L'open innovation fait partie des axes de la feuille de route de la Direction Innovation qui accompagne les opérationnels dans l'innovation et diffuse la culture d'innovation dans le Groupe.** Le Groupe a l'habitude d'organiser des challenges avec les étudiants sur des thèmes précis en faisant appel à **Keymatch** pour la sélection du campus le mieux adapté. Désormais, il cherche à y associer les collaborateurs en créant « le match collaboratif », un challenge mixte qui confronte les collaborateurs à l'écosystème autour de l'entreprise. C'est une source de renouveau pour la démarche d'innovation participative de Total qui a 10 ans cette année.

« Les fournisseurs, les clients et le monde étudiant sont des sources d'idées nouvelles très importantes ; ils apportent un regard neuf sur les produits et services de Total. »

Le thème du match collaboratif était « Quels systèmes collaboratifs mettre en place pour mieux valoriser les fonctions support ? ». 10 équipes ont été constituées – 4 équipes de collaborateurs et 6 équipes d'étudiants – pour travailler sur 2 jours. **La création d'équipes composées de collaborateurs et d'étudiants est envisagée pour la prochaine édition du match.** Le jury était composé de managers du Groupe pour sélectionner deux équipes collaborateurs et deux équipes étudiantes pour la grande finale. La propriété intellectuelle de chaque dossier reste à l'entreprise.

Une enquête qualitative a été menée auprès des étudiants et des collaborateurs à l'issue de l'expérience : elle a révélé une grande satisfaction chez les participants qui ont pris plaisir à travailler dans ces conditions, la contrainte de temps et la compétition permettant de nouer des liens forts très rapidement tout en suscitant une créativité extraordinaire. Le recrutement des candidats a été réalisé par les managers de la branche et la



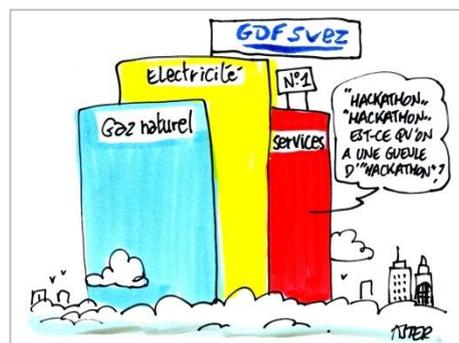
direction s'est fixée comme objectif de faire une communication beaucoup plus forte auprès des collaborateurs en amont, pendant et après le prochain match. Interrogé sur les différences entre les propositions des collaborateurs et des étudiants, **Jean-Charles Guillet** constate que les étudiants ont davantage misé sur le visuel et les collaborateurs ont proposé des innovations moins « décoiffantes » mais plus en phases avec la culture de l'entreprise. Tous les sujets peuvent se prêter à ce type de match mais le métier concerné doit être impliqué dans la démarche car la mise en œuvre les propositions des dossiers gagnants est sans doute l'étape la plus sensible et la plus difficile.

→ **Hackathon GDF Suez : un défi ouvert de 48 heures pour inventer la smart énergie de demain**
 Barthelemy Foubert, Digital Project Manager, GDF SUEZ

GDF SUEZ est une entreprise relativement jeune avec une stratégie assez simple : devenir l'énergéticien de référence dans les pays à forte croissance et être le leader de la transition énergétique en Europe. **Ce dernier axe stratégique repose sur le développement de l'innovation dans des métiers traditionnels** – c'est la raison pour laquelle un Directeur Commercial, Innovation et Nouveaux Métiers Groupe, rattaché directement au Président-Directeur général, a été désigné en 2013. Animation, communication, partenariat, incubation, capital-risque et marketing stratégique : les missions de la Direction sont assez variées et portent sur plusieurs thématiques telles que la gestion de l'énergie, les villes durables, le respect des territoires et la mobilité ou encore le confort domestique. Sur ces sujets, **GDF SUEZ est confronté à de grands groupes concurrents mais également des sociétés très innovantes de plus petite taille.**

Dans le cadre de cette réflexion, GDF SUEZ a organisé son 1^{er} *hackathon* en juin 2014 en rassemblant un certain nombre de développeurs, de porteurs de projets et spécialistes de marketing autour de 2 thématiques : *smart energy of today* et *smart energy of tomorrow*. 3 objectifs étaient associés à cette démarche : trouver de nouveaux services dans une logique de co-création, communiquer sur les nouvelles ambitions du Groupe liées à l'innovation et identifier des compétences utiles pour GDF SUEZ. Le hackathon était organisé avec **Salesforce** and **Bemyapp** suivant 4 étapes :

- Le **recrutement**, une étape difficile car GDF SUEZ est aujourd'hui absent des communautés de développeurs ;
- Une **soirée « idéation »** pour identifier de premières idées et les porteurs de projets potentiels ;
- Le **hackathon** en lui-même qui a été assez facile à promouvoir en interne avec la participation de 4 membres du COMEX à la soirée de lancement ; les participants ont eu 48 heures pour développer leurs idées au sein d'équipes mixtes entre salariés et étudiants ou développeurs ; les spécialistes du marketing de GDF SUEZ étaient également sur place pour aider et *mentorer* les participants qui avait un libre accès aux données du Groupe ;
- Le **suivi** des 278 inscrits et des 82 candidats encore en lices à la fin du week-end – soit 20 projets. Les gagnants étaient Oh My Watts – une application qui permet d'identifier les équipements de la maison et la consommation associée pour les consommateurs – et SuperGreen – une application permettant un coaching personnalisé des consommations grâce à la télé-relève.



« Le hackathon est un évènement facile à organiser qui permet l'émergence de fonctionnalités innovantes pour les métiers du Groupe et qui apporte une bonne visibilité à GDF SUEZ »

Le retour d'expérience a été très positif, 2 projets sont en cours d'incubation au sein du Groupe. En revanche, le suivi et la reconnaissance des participants suscitent des questions parmi les organisateurs : comment accompagner et éviter un sentiment déceptif aux participants qui ont consacré leur week-end au Groupe ? Une récompense financière n'est-elle pas une solution de facilité ? GDF SUEZ souhaite donc réitérer l'expérience en

changeant le format pour inscrire le hackathon dans une démarche plus longue avec une relation plus proche avec les participants.

→ Le Garage d'Alcatel Lucent : l'innovation et l'expérimentation par tous

Bertrand Marquet et Pierre Turkiewicz, Open innovation managers et co-fondateurs du Garage, Alcatel Lucent

Bertrand Marquet et Pierre Turkiewicz sont revenus sur l'étymologie du garage – un nom porteur de sens qui intrigue tout en étant humble. Le garage est un lieu qui encourage à l'action, l'expérimentation, l'échec, le bricolage et agit en tant qu'incubateur du changement. Le garage fonctionne comme un cercle magique : c'est quelque chose qui existe en dehors du monde réel, on pénètre dans le cercle magique pour essayer, agir et échouer en toute sécurité. Cet aspect sémantique est important pour aider les salariés à comprendre que le lieu qui leur est destiné s'ancre dans l'activité de l'entreprise.

« On entre au Garage avec du rêve et des ambitions et on en sort avec des expériences »

Les innovations développées par Alcatel-Lucent et Bell Labs se retrouvent dans le Garage : lasers, imprimantes 3D, plateformes de programmation dans le langage C, etc. C'est une opportunité pour le Groupe de se réapproprier son histoire. Le lancement du lieu s'est fait en un week-end sur le site de Nausay dans l'Essonne. Le 1^{er} atelier participatif accueilli par le Garage a rassemblé 10 candidats sélectionnés sur un appel à candidature pour fabriquer une imprimante en 5 semaines ; au fil du temps, la communauté s'est élargie de collaborateurs de passage qui ont progressivement colonisé le lieu et l'ont amélioré. Le Garage a été bien accueilli par les collaborateurs car il contribue à « casser » les barrières dans l'entreprise et aujourd'hui, il est sollicité pour des sessions de team building ou des challenges internes.



Le fonctionnement du Garage est désormais intégré à la fiche de poste des animateurs mais les salariés y participent sur leur temps libre. Les idées produites dans le Garage appartiennent à l'employeur – Alcatel-Lucent – mais les salariés ont la possibilité de déposer un brevet, ce que l'entreprise rémunère. Plusieurs garages sont en cours de développement dans d'autres sites du Groupe en respectant les caractéristiques de l'organisation et du contexte local.

16h15 - Cérémonie de remise des 11e Trophées de l'Innovation Participative

En présence de Roger Mondière, Président du Jury 2014, coordinateur progrès spontané du Groupe Michelin

Les lauréats des Trophées de l'Innovation Participative 2014



Le Jury 2014, composé de membres du Conseil d'Administration d'Innov'Acteurs, du partenaire des Trophées, Novancia Business School Paris et de personnalités externes a élu les Lauréats suivants pour l'édition 2014 :

Trophée de l'Innovation Participative - Prix « Démarche confirmée »

Or - Robert Bosch France, site de Rodez : « Sur le terrain, les collaborateurs sont très fiers et très enthousiastes de nous présenter leurs idées – c'est ça, l'innovation participative ! ».

Argent - SNCF Domaine Matériel: « L'innovation participative est très ancrée dans l'identité de la SNCF : nous avons fêté en 2013 la 100 000^{ème} idée déposée en dix ans ».

Trophée de l'Innovation Participative « Coup de cœur »

Sofitel Bruxelles Le Louise : « L'innovation participative est une démarche jeune et atypique dans l'hôtellerie-restauration. Elle a permis à nos salariés de travailler sur des projets éloignés de leurs domaines de compétence ».

Trophée de l'Innovation Participative - Prix « Transformation stratégique »

Or - SGMAP : « L'innovation participative est humaine avant tout – il faut le dire et le redire ! ».

Argent – Transdev : « Une pensée plus particulière pour Innov'Acteurs dont les travaux ont constitué une grande source d'inspiration pour notre démarche ».

Trophée de l'Innovation Participative - Prix « Intelligence collective »

BNP Paribas CIB : « Notre plateforme a 3 ans, elle a déjà beaucoup évolué et elle continue à s'enrichir à chaque fois qu'elle est déployée dans une nouvelle entité ».

Trophée de l'Innovation Participative - Prix « Animation Groupe »

Société Générale : « L'innovation participative fleurit dans le Groupe depuis de nombreuses années et c'est la 3^{ème} année consécutive que notre démarche est distinguée par un prix ! ».

Mentions spéciales du jury

Catégorie « Innovation managériale » : AFPA « Nous recevons ce prix au nom de tous les formateurs et les 9 000 salariés de l'association ».

Catégorie « Open innovation » : Orange Healthcare « Nous sommes très flattés de recevoir ce prix car il porte la reconnaissance d'autres professionnels et symbolise la quête vers laquelle nous sommes tournés pour stimuler l'innovation ».

Catégorie « Encouragements » : Keolis Lyon « Ce prix est dédié aux 250 personnes qui ont remis une idée cette année ainsi qu'à la communauté des innovants qui accompagne nos collaborateurs ».

APPEL À CANDIDATURES | La date et le lieu du **Carrefour 2015** n'ont pas été arrêtés et les membres de l'association souhaitant se porter volontaire pour l'accueillir peuvent contacter Innov'Acteurs : **pmarteau@innovacteurs.asso.fr** !