

Innovation pragmatique

Cycle de formation aux «Techniques de management de l'innovation»

PAR ROLAND HOUTSCH

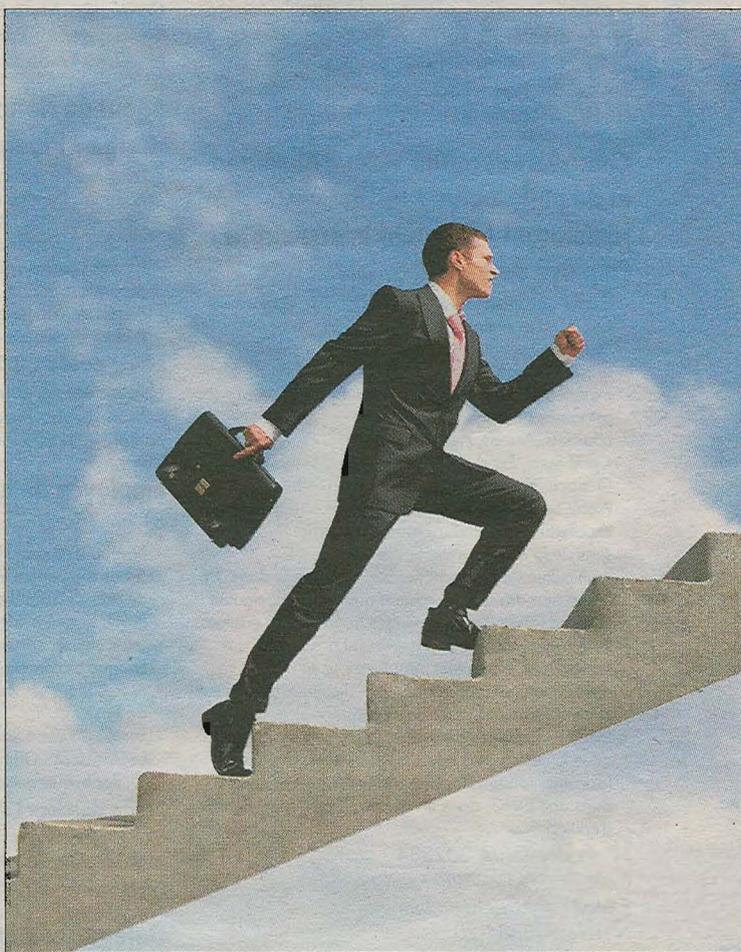
L'innovation est un souci permanent dans les entreprises postindustrielles du XXI^e siècle, tant au niveau des processus que des produits. Elle touche toutes les entreprises, les plus petites qui contiennent à former la majorité silencieuse de notre tissu économique (PME) et les plus grandes. Pragmatiques, Luxinnovation, la Chambre de commerce et son centre de formation (IFCC) et la Chambre des métiers qui consacre son travail aux entreprises de moindre envergure, ont apporté une aide spécifique aux entreprises concernées.

Paul Emering, Isabelle Schlessler et Lionel Cammarata ont bien voulu répondre à nos questions concernant les «Techniques de Management de l'Innovation». Paul Emering a tout de suite insisté sur l'importance de développer des formations qui répondent aux besoins des entreprises. L'innovation demande, selon lui, des réelles «capacités de gestion à côté de capacités techniques».

La formation «InnovationsManagement» se base sur l'expérience professionnelle des participants, indépendamment de leurs études antérieures. «Ils peuvent avoir obtenu un MBA, être des ingénieurs ou simplement travailler dans le métier depuis des années. Nos formations visent le côté pratique, applicable dans une durée acceptable de formation.»

Le pragmatisme avant tout

Il y a selon les responsables de cette formation un réel manque de gens de formation très diverses qui arriveraient à assurer la gestion de l'innovation. Isabelle Schlessler explique que la formation visait au départ «un public de PME mais que dans sa troisième année, un réel mélange entre des participants de PME, de grandes entreprises et même de chercheurs s'opère.» C'est que la formation est particulièrement prag-



L'innovation... pour gravir les échelons.

(PHOTO: SHUTTERSTOCK)

matique, faisant appel à des experts et des exemples concrets ...: «Sans vouloir rendre l'innovation simpliste, nous nous appuyons sur l'expérience des participants et la pédagogie adéquate. En des modules de sept heures 30, nous comptons apporter un plus. Malgré que le temps à consacrer au cycle est conséquent, les participants apprécient surtout d'avoir moins d'engagement de fond que pour des études MBA tellement plus longues», dit Isabelle Schlessler.

Devant la complexité des thèmes possibles, il convient de donner une base et d'alimenter une démarche. La formation est plus

une mise en oeuvre qu'une fin en soi: par l'accompagnement de la Chambre de commerce, d'autres formations peuvent se greffer sur ces techniques. C'est le côté modulaire qui contribue à cette démarche. Point besoin de suivre tous les modules: les entreprises peuvent désigner des participants différents pour les différentes parties. «Ce n'est pas le cadre pour approfondir le sujet, mais c'est une mise en appétit qui en donne un aperçu global», dira Lionel Cammarata.

La complexité des questions d'innovation contribue à cela. Innovation interne au niveau des processus, innovations au niveau de la productivité et des produits:

le sujet est bien complexe. Et il touche tous les secteurs de l'économie.

Comme précise Paul Emering: «L'innovation ne tombe pas du ciel, elle s'organise et peut s'apprendre. Notre méthode paraît pertinente, mais elle n'est pas académique. Nous voulons donner aux entreprises luxembourgeoises des outils pour mieux travailler.»

Innovations au choix

Ce qui explique le choix particulier des formateurs, tous des consultants qui ont l'habitude d'entreprises de tailles diverses et de leurs problèmes. La complexité des demandes a aussi mené à la solution d'une formation informelle, non certifiante. Paul Emering: «Nous sommes aux frontières des besoins de l'entreprise et de l'aspiration individuelle des participants. Chez nous, les intervenants sont notés, pas les participants qui n'auront que des feuilles de présence à remplir.»

Ce qui marque dans l'approche des trois partenaires, c'est le pragmatisme extrême de leur approche. Isabelle Schlessler souligne que «PME ou grande entreprise, les problèmes que pose l'innovation sont identiques.» D'ailleurs, le choix multilingue (mélange de modules en français et en allemand) correspond à la demande.

Il n'y a pas non plus des conditions d'admission. L'expérience professionnelle comblera d'éventuelles lacunes théoriques. Pragmatiques enfin les choix des participants - Lionel Cammarata avouera que les modules les moins théoriques sont plébiscités ...

Modules: Trouver de nouvelles idées de produits et de services (27 janvier), Selbsteinschätzung der Innovationsfähigkeit des Unternehmens (3 février), Innovationsverbesserung oder-entwicklung von kundenorientierten Dienstleistungen (16 février). Améliorer ou concevoir de nouveaux produits/processus (3 mars). Développer et vendre l'innovation sur les marchés (17 mars). - martine.jodocy@cc.lu, téléphone 42 39 39 225.