

Sommaire

Remerciements	5
Introduction.....	11
1^{re} partie - ÉTAT DES LIEUX.....	13
Chapitre 1 - Une situation critique pour les entreprises françaises !..	15
La production en baisse !	15
La productivité est également en baisse !.....	17
Un avantage qui s'est considérablement dégradé dans le temps	18
Un autre élément impacte fortement la production.....	21
L'innovation favorise donc la compétitivité	22
Chapitre 2 - L'innovation ! De quoi parle-t-on ?	25
L'innovation créatrice de valeur !.....	25
Le rôle du management.....	28
L'innovation est facteur de croissance pour les entreprises.....	29
L'innovation peut prendre des formes très différentes !	31
Le cas Alibaba	31
L'innovation peut aussi concerner la réutilisation d'anciens systèmes dans un cadre nouveau	33
Chapitre 3 - Les entreprises françaises sont en déclin !.....	39
La pérennité n'est jamais assurée pour les entreprises les plus importantes.....	39
L'échec de l'innovation dans les entreprises françaises !.....	40

Les causes du déclin seraient culturelles, organisationnelles et même structurelles, pour certaines entreprises.....	41
Le déclin et ses causes	43
Le manque d'investissement dans la recherche est la première cause du déclin.....	43
La stratégie adoptée par la plupart des entreprises françaises n'est pas centrée sur la priorité donnée à l'innovation.....	46
La plupart des entreprises françaises ont des processus de R & D qui fonctionnent par « à-coups »	48
L'adéquation des innovations avec le marché est également un problème de fond	50
L'aspect culturel est un des obstacles majeurs au développement du management de l'innovation en France	51
La gestion des ressources humaines uniquement centrée sur le business n'incite pas à « se dépasser »	53
Le développement de l'innovation réclame un climat social en adéquation avec les objectifs.....	54
L'aspect cognitif est également mis en avant pour expliquer la position de refus du changement	55
Chapitre 4 - Les difficultés à trouver des financements malgré les aides de l'État !	59
Les nouvelles entreprises « jeunes pousses » ou start-up	61
Chapitre 5 - Que pensent les consommateurs ?	63
2^e partie - LES SOLUTIONS EXISTENT !	67
Des solutions à adapter à chaque situation.....	68
Les conditions de réussite	69
Conclusion de ce chapitre	72
Chapitre 6 - Des entreprises françaises innovent en permanence !.....	75
Des classements peu favorables aux entreprises françaises.....	75
Avec des critères discutables	75
Des critères plus objectifs pour identifier les entreprises innovantes.....	77

Des réussites que nous pouvons analyser au regard des échecs constatés	79
Celles qui réussissent dans la durée avec une démarche stratégique, souple, en s'adaptant aux contingences économiques et financières	79
Celles qui ont une stratégie de rupture avec les anciennes technologies	80
Celles qui soutiennent l'innovation sociale comme moyen de développer la motivation des salariés à innover sans arrêt ...	82
Celles qui soutiennent l'innovation dans les services	82
Chapitre 7 - Une culture différente du management social	83
Un nouveau discours amorce un changement culturel	83
Le cas France Télécom/Orange	84
Le problème tel qu'il se posait en 2009	84
Ce qui s'est passé à partir du moment où S. Richard a remplacé D. Lombard	86
Le rapprochement avec les théories	86
Les résultats peuvent être observés en termes d'évolution du climat de l'entreprise	91
En conclusion	93
Chapitre 8 - Une stratégie à long terme, ferme et souple, à l'écoute du monde qui change	97
Le rapprochement avec les théories	98
En conclusion	100
Chapitre 9 - Une organisation qui soutient l'innovation permanente	103
Le cas Google	104
L'histoire de <i>Google</i>	104
L'organisation de <i>Google</i>	107
Rapprochement avec les théories	109
En conclusion	112

Chapitre 10 - Le management des ressources humaines	115
Le management et la gestion des ressources humaines ne sont pas dissociables	115
Le cas Google	117
Le cas Davidson Consulting	119
Le rapprochement avec les travaux des chercheurs	122
En conclusion	134
Conclusion.....	137
Bibliographie.....	141
À propos de l'auteur	147