



La lettre de FRANCINOV

EDITO

Deux interventions des réunions de présentation de projets de septembre et d'octobre traitaient de projets proches : le marketing dans le processus d'innovation. Pour qui place la technologie au centre de celui-ci le sujet paraît de second niveau. Mais l'expérience de ceux qui y ont réussi et le bon sens de tous commandent ensemble de lier technologie et marketing.

En fait c'est là tout le passage de l'invention à l'innovation : de la découverte d'une solution nouvelle à un problème (nouveau ou ancien) à la reconnaissance de son adoption réussie. Quand cette réussite est économique elle se traduit dans un flux d'affaires et de revenus. L'innovation va au-delà de l'invention. Il n'est pas besoin que la solution soit absolument nouvelle pour que l'innovation soit reconnue : un procédé déjà mis en valeur dont l'emploi est transféré dans un autre contexte (pour résoudre un autre type de problème, ou dans un autre pays, ou une autre industrie notamment) est une innovation.

Il faut donc se poser la question du marché et plus largement des besoins pour que la découverte devienne une ou des innovations. L'interrogation peut-être de partir du marché pour inventer des solutions nouvelles et les mettre en application. Elle peut être aussi de partir des propriétés de l'invention pour en développer les propriétés et en étendre l'application. L'histoire le montre : le processus innovateur ne fait pas le choix entre les deux.

Jean-François Lemette
Président de Francinov

LES PROJETS DU MOIS DERNIER

Réunion du 24 octobre 2007, à Rueil Malmaison sur le site de Schneider Electric : New Electric World Center

- **1. Commerce et Marketing de l'Innovation**
Monsieur Philippe DOLLIOU, Consultant,
expert dans le domaine du marketing et du commerce et de l'innovation

Ancien responsable commercial et marketing dans l'industrie, il s'est aperçu que les règles connues du marketing et du commerce ne s'appliquaient pas aux produits nouveaux. Le sujet traité est particulièrement vaste et nécessite une bonne connaissance des techniques marketing & commerciales enseignées et pratiquées couramment dans les grandes entreprises. Aussi avons-nous proposé de limiter l'ambition de cet exposé à la recherche du premier marché viable pour l'entreprise innovante. Dans un premier temps, nous insistons sur la nécessité de bien équilibrer les ressources entre la technique, le marketing, le commercial. Ces trois disciplines constituent un socle que nous appellerons « tabouret de l'innovation ». Si l'un des pieds de ce tabouret donne des signes de faiblesse, l'ensemble du projet peut basculer. Le schéma de pensée généralement technique de l'innovateur le conduit naturellement à se poser la question « comment ça marche ? » et négliger de répondre parfaitement à la question « à quoi ça sert ? ». Or c'est justement en concentrant sa réflexion sur « à quoi ça sert ? » que l'innovateur se donne le maximum de chances de détecter un marché extrêmement confortable que nous appellerons « marché de couveuse ». Ce marché constitue une clé fondamentale pour ouvrir l'innovation sur des opportunités qui peuvent dépasser rapidement les ambitions les plus folles des inventeurs. Lors de la prochaine intervention, nous nous proposerons une technique de fixation des prix adaptée aux produits nouveaux et verrons comment celles qui sont aujourd'hui couramment pratiquées dans les entreprises sont inopérantes pour fixer le prix d'une innovation.

- **2. "CLIPSE": système anti-intrusion de valise**
Monsieur Josquin OBAGHA EDOU, Société E. I. M.,
Inventeur

L'invention s'adresse à tous ceux qui voyagent et veulent s'assurer d'une preuve de l'ouverture éventuelle de leurs bagages pendant leur transfert dans les zones de transit en dehors de leur présence. En effet, des bagages sont souvent ouverts, des vols d'objets commis et le bagage refermé ne laissant aucune preuve à fournir aux autorités. L'invention se présente simplement comme un jeu de sangles montées croisées pour entourer le bagage et reliées aux extrémités par un boîtier à clé permettant le verrouillage (le clip), la détérioration de l'un des éléments permettant de constater l'intrusion. Un type de bagage adapté à la forme du clip et à celle des sangles par encastrement est un perfectionnement de l'invention.

■ **3. Pompe de précision à durée de vie élevée**
Monsieur Khaled ABOUSALEH, Inventeur,
de la Société PULSSAR TECHNOLOGIES

Comment doser, avec la précision requise, les volumes de liquides injectés dans des instruments de laboratoire tels que ceux utilisés par la recherche bio-médicale ou les laboratoires de production de réactifs ? Les dispositifs existants sur le marché sont basés sur l'utilisation de consommables : les seringues. L'invention de Monsieur Abousaleh est un module muni d'un piston et d'électrovannes d'une grande fiabilité. 5 types de modules sont disponibles, fonction des volumes habituels injectés; qui tous s'adaptent aisément sur les instruments de laboratoire, en lieu et place du dispositif traditionnel. Pas de consommable, pas de maintenance, une durée de vie élevée et une augmentation de la cadence de l'instrument : ce dispositif de pompage innovant ne présente que des avantages !

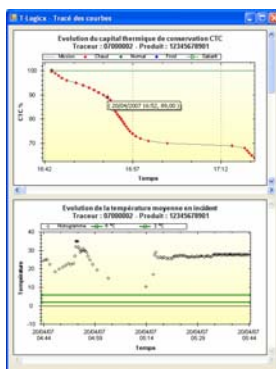
Actuellement, ce produit est validé et fabriqué en série : 200 en 2007, 500 en 2008. En terme de précision et de répétitivité, il s'avère meilleur que les produits concurrents.



■ **4. "Gestion du capital thermique de conservation" : une nouvelle approche pour la surveillance de la chaîne du froid à l'aide du dispositif T-LOGICX**
Monsieur Bruno de La FORTERIE, de la Société FORBATECH

Capital Thermique de Conservation (CTC) : un nouveau concept pour le suivi de la chaîne du froid avec le traceur T-Logicx. La société T-Tronicx en collaboration avec Forbatech vient de mettre au point un nouveau dispositif électronique qui permet de quantifier les dépassements de température d'un produit à surveiller : T-Logicx. Ce dispositif à usage multiple mesure toutes les deux secondes la température ambiante. Le microprocesseur est doté au démarrage dans sa mémoire d'un capital thermique de conservation de 100% et d'un algorithme spécial qui permet de réduire le niveau du CTC d'autant plus rapidement que la température est élevée ou le temps d'exposition est long. Une diode verte et rouge témoigne du niveau du CTC : la diode verte clignote tant que le CTC reste au dessus de la valeur zéro et une diode rouge prend le relais lorsque le CTC atteint la valeur zéro, donnant une vision immédiate du niveau de conservation. Un simple PC doté d'un lecteur et d'un logiciel de communication permet d'initialiser le traceur et de relever les courbes de dégradation du CTC. Ce produit a été spécialement développé pour la conservation des poches de sang mais son domaine d'application peut s'étendre à d'autres secteurs compte tenu de la souplesse de programmation de son algorithme embarqué. La société Forbatech et T-Tronicx recherche des partenaires commerciaux pour distribuer ce produit à l'international.

www.ttronicx.com 06 30 07 52 57
 www.forbatech.com



L'AGENDA

Prochaines réunions Francinov :
 19 Décembre 2007
 23 Janvier—20 Février—19 Mars—16 Avril
 21 Mai—25 Juin 2008

Brussels—Innova
 22 au 25 Novembre 2007

SIFF Seoul
 Salon International de l'Invention
 11 au 15 Décembre 2007

SITE WEB

*Venez toujours plus
 nombreux visiter notre
 nouveau site Internet !*

<http://www.francinov.net>

COTISATIONS

Nouvel exercice 2007/2008

Cotisation adhérent individuel : 80 €
Cotisation société : 310 €
Cotisation étudiants : 20 €

Chèque à l'ordre de FRANCINOV,
 à envoyer à
 FRANCINOV—35 rue de la Paroisse
 BP 513—78005 Versailles Cedex

Ont participé à la réalisation de ce numéro :
 JF LEMETTRE (Editorium)
 N. MONTAY (Rédaction, mise en page
 diffusion)