



2^e édition

Gestion de l'innovation

Passez de l'idée à l'exécution

22 septembre 2015
Centre Mont-Royal, Montréal

BÉNÉFICIEZ DE L'EXPÉRIENCE DE :

ABB Canada • Bell Nordic • EXFO • GSoft
FG8 Conseils • Groupe Leclerc • Institut de développement de produits
Lumenpulse • Mouvement Desjardins • Radio-Canada
Tata Communications • Triode • Xerox Commercial Solutions

Jusqu'à 600\$*
de rabais
avant le **16 juillet**

lesaffaires.com/evenements/ ou 514 392-4298

Avec le soutien de :



Gestion de l'innovation

Passez de l'idée à l'exécution

22 septembre 2015
Centre Mont-Royal, Montréal

À l'heure où les comportements et les attentes de vos clients évoluent en accéléré, où de multiples enjeux sont fixés par les cycles de développement de vos produits, comment miser sur **une culture de gestion de l'innovation intégrée et durable** et obtenir des résultats tangibles ? L'innovation est désormais nécessaire, voir incontournable, pour cerner vos enjeux, relever les défis et assurer la survie de votre organisation dans un monde où la concurrence est féroce. Cependant, par quoi commencer pour développer des mécanismes d'innovation et proposer des idées en phase avec les attentes réelles de vos consommateurs ? La structure de votre entreprise est-elle suffisamment efficace pour que vous puissiez explorer de **nouvelles idées**, les favoriser, les développer, et **soutenir leur exécution** ?

Comment rivaliser avec vos concurrents sur le plan des processus créatifs afin d'innover et de conserver votre place dans votre marché ? **Vos cycles de vie sont plus rapides** et l'introduction de vos nouveaux produits comporte des risques financiers. Vous devez par conséquent valider avec rigueur le potentiel **de vos idées les plus prometteuses** et leur impact sur le développement stratégique de votre entreprise.

Le 22 septembre prochain, participez à la conférence **Gestion de l'innovation**, et découvrez les solutions qui vous permettront de maintenir votre niveau d'innovation, d'offrir des solutions uniques à vos clients et de rester un chef de file dans votre industrie.

Venez entendre des dirigeants et des gestionnaires qui ont mis en place de profonds changements dans leurs habitudes de gestion. Découvrez les stratégies d'innovation claires qui ont favorisé le développement d'un portefeuille de produits diversifié et attrayant qui change la donne.

Un événement incontournable pour vous procurer les outils essentiels à la structuration d'une démarche d'innovation bien ciblée, pour inspirer et engager vos équipes et pour positionner votre entreprise parmi les sociétés novatrices.



Marie-Louise Brunette
Gestionnaire de projets, contenu
Événements Les Affaires

*Complétez votre expérience
en allant chercher des
solutions concrètes lors
des ateliers pratiques du
23 septembre!*

**Jusqu'à 600\$
de rabais***
avant le **16 juillet**

CODE PROMO requis

6 bonnes raisons de participer

- **Stimulez l'innovation** en développant une **culture** commune forte et engageante
- Cerner mieux **les besoins de vos clients** pour développer des produits à valeur ajoutée
- Implantez des stratégies qui favorisent **l'émergence de la créativité** dans vos équipes et la conception d'idées nouvelles
- Dotez-vous d'une stratégie spécifique à la gestion de l'innovation, et qui s'intègre bien à vos **objectifs d'affaires**
- **Sélectionnez les projets** les plus **prometteurs** tout en maintenant l'équilibre entre leur envergure, leur degré d'innovation et les marchés visés
- Découvrez comment utiliser de **nouvelles approches d'innovation** éprouvées : *design thinking*, *innovation ouverte*, *crowd-sourcing*, etc.

« L'innovation, ce n'est pas un éclair de génie, c'est un travail difficile qui doit être intégré à chaque palier du management. »

– Peter Drucker

Conférence

mardi 22 septembre 2015

8 h 00 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

8 h 30 MOT D'OUVERTURE



Marie-Claude Morin
Directrice de contenu, projets spéciaux
GROUPE LES AFFAIRES

8 h 45 VISION D'UN PDG

Créez une culture d'innovation intégrée et durable pour améliorer la compétitivité de votre organisation



François-Xavier Souvay
Président du conseil, président et chef de la direction
LUMENPULSE

Chez Lumenpulse, l'innovation est cruciale pour la progression de l'entreprise. Fort de leur expertise dans les éclairages à DEL de haute performance, ils ont obtenu plusieurs prix et récompenses. La haute direction a créé un prix de l'innovation breveté pour inciter ses 325 employés à faire connaître leurs inventions et à les documenter. Grâce à des investissements de 4 à 5 % du chiffre d'affaires en R-D, l'entreprise a aujourd'hui à son actif 29 brevets et 69 demandes de brevets en instance pour ses exploits technologiques.

- Comment remettre en question le statu quo et créer un environnement propice au développement d'une culture où l'innovation est une valeur d'entreprise ?
- Comment définir une stratégie claire et concevoir un plan flexible pour soutenir une culture d'innovation véritable ?
- Comment développer à l'interne une véritable compréhension du processus d'innovation et de l'obtention de brevets ?

9 h 30 PRÉSENTATION INTERNATIONALE

Intégrez les stratégies d'innovation dans le plan d'affaires de votre organisation pour une croissance tangible



Denise L. Fletcher
Vice-présidente et chef de l'innovation, Santé, Pharma et Sciences de la vie
XEROX COMMERCIAL SOLUTIONS

Comment développer des stratégies d'innovation et des feuilles de route profitables à partir de vos stratégies d'affaires ? Denise L. Fletcher partagera avec vous l'impact important de ces stratégies d'innovation chez Xerox. Elle expliquera comment ces stratégies facilitent la création d'indicateurs clairs qui permettent de mesurer le progrès, de l'idéation à la commercialisation, et comment y consacrer des ressources dans vos différents secteurs d'activité.

Voyez comment on associe ces stratégies d'innovation aux « *customer dreaming sessions* », ce qui contribue à réduire les irritants pour les clients grâce au développement de perspectives qui permettent de valider la stratégie d'innovation et la feuille de route.

Denise L. Fletcher est responsable des objectifs d'affaires en innovation du groupe Santé, de l'engagement des clients dans les processus d'innovation et de la création d'idées novatrices. Elle a obtenu le « Most

Powerful & Influential Women Award» du National Diversity Council en octobre 2012, et a été lauréate du « Celebrating Women in Innovation: 40 for 2014 » de Front End Innovation (FEI).

10 h 30 PAUSE RÉSEAUTAGE

10 h 45 ÉTUDE DE CAS

Prenez le pouls de votre marché et mesurez-le en temps réel pour mieux cerner les besoins de vos clients



Simon De Baene
Président
GSOFT

- Comment mettre en place des systèmes permettant de sonder les besoins des consommateurs afin de cerner de nouvelles occasions de marché ?
- Comment engager les consommateurs directement dans le développement de produits grâce à une démarche collaborative ?
- Comment minimiser les risques financiers inhérents au développement de nouveaux produits ?

11 h 30 ÉTUDE DE CAS

Passez des idées les plus porteuses à l'exécution de prototypes



Thomas Le Jouan
Chef, Recherche et Développement appliquée
RADIO-CANADA



Xavier Kronström Richard
Éditeur réseaux sociaux
RADIO-CANADA

Créé en 2014, l'accélérateur d'idées du Radio-Canada Lab a pour objectif de concrétiser les projets novateurs tant numériques que technologiques proposés par les employés et d'explorer de nouveaux modèles d'affaires. Les employés soumettent leurs idées sur une plateforme d'entreprise. Ceux dont les idées sont retenues sont libérés de leurs fonctions pendant quatre semaines afin de mettre au point un prototype. Les projets les plus prometteurs deviendront projets à part entière de Radio-Canada.

- Quel est le processus de création d'un accélérateur, et pourquoi mettre en place un accélérateur d'idées ?
- Quelles preuves rassembler pour mesurer le potentiel d'une idée et sélectionner les projets ?
- Comment obtenir l'appui de la haute direction pour vous assurer de la portée de votre idée ?
- Comment maintenir l'équilibre entre les projets en fonction de votre vision, des marchés et des catégories de produits et services ?
- Comment calculer les ressources et le temps nécessaires au déploiement de votre projet ?

12 h 15 DÎNER RÉSEAUTAGE

13 h 30 EN MODE COLLABORATIF

Bien planifier vos séances d'idéation pour en tirer le meilleur et générer des idées qui se démarquent !



Natalie Blouin
Conseillère
INSTITUT DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS



Pierre Rondeau
Directeur général
BRIO INNOVATION

Cette activité se veut une occasion de réfléchir sur des pistes d'actions concrètes pour structurer votre démarche de brainstorming, pour inspirer et libérer votre plein potentiel et celui de vos employés et ainsi mieux saisir les nouvelles occasions pour créer des solutions innovantes qui ont de l'impact.

- Comment créer un climat propice au déploiement du plein potentiel créatif ?
- Comment éliminer les freins à la créativité ?
- Comment se défaire des croyances qui empêchent le déploiement du plein potentiel d'un groupe ?
- Comment calmer les craintes qui paralysent l'énergie créative ?
- Comment préparer une séance d'idéation qui favorisera l'émergence d'idées innovantes ?

14 h 15 ENTREVUE

La gestion du portefeuille des projets d'innovation : une décision stratégique motivée par les objectifs d'affaires



Stephen Bull
Vice-président,
R-D
EXFO



Laurent-Xavier Gilbert
Vice-président,
Innovation et Marketing
GRUPE LECLERC



Animé par :
Guy Belletête
Vice-président, Affaires stratégiques
INSTITUT DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS

- Comment évaluer et prioriser les projets de développement de produits de votre entreprise ?
- Comment vous assurer d'atteindre un équilibre optimal entre vos produits réguliers et vos produits les plus audacieux ?
- Comment réagir et rester agile tout en optimisant vos coûts, la qualité de vos produits et les délais ?
- À quelle fréquence devriez-vous revoir la gestion de votre portefeuille ?

15 h 00 PAUSE RÉSEAUTAGE

15 h 15 ÉTUDE DE CAS

Pilotez votre processus d'innovation au moyen d'un tableau de bord stratégique qui vous permettra d'en démontrer la pertinence et l'efficacité



Alex Ouellet-Bélanger
Leader technique
ABB CANADA



Thomas Buijs
Gestionnaire de produit
ABB CANADA

L'innovation est inscrite dans l'ADN d'ABB. Elle est d'ailleurs classée parmi les entreprises innovantes les meilleures du monde (*Thomson Reuters*, 2014).

Afin de se démarquer dans un marché concurrentiel, ABB a lancé, après 18 mois de développement, CoreSense, un produit qui promet d'améliorer radicalement l'intelligence de ses transformateurs. Ce projet est le fruit d'une collaboration entre plusieurs équipes distribuées en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique du Sud. Pour assurer des prises de décision optimales, il était essentiel de bâtir un tableau de bord opérationnel et stratégique.

- Par quoi commencer pour vous doter d'un tableau de bord utile, l'implanter et le mettre en œuvre ?
- Comment cerner et sélectionner les indicateurs clés qui vous permettront de mesurer la performance de votre projet par rapport aux autres innovations du portefeuille ?
- Comment analyser et interpréter les résultats ?
- Comment communiquer vos indicateurs de façon stratégique dans les différentes unités ?
- Comment mesurer le risque et cibler les actions qui ajouteront de la valeur à votre entreprise ?

15 h 45 ENTREVUE

L'innovation dans l'action : ils l'ont essayée, ils l'ont adoptée !



Mathieu Bélisle
Conseiller principal,
Innovation
**MOUVEMENT
DESJARDINS**



Francis Gosselin
Président
FG8 CONSEILS



Isabelle Turcotte
Vice-présidente, marketing,
communications et stratégie
TATA COMMUNICATIONS

Animée par :
Marie-Claude Morin
Directrice de contenu,
projets spéciaux
GRUPE LES AFFAIRES

- Quelles sont les nouvelles approches pour innover rapidement ?
- *Design thinking*, innovation ouverte, *crowdsourcing*, etc. : comment utiliser ces approches ?
- Comment ces méthodes ont-elles contribué à l'innovation dans votre entreprise et favorisé votre compétitivité ?

16 h 30 MOT DE CLÔTURE

« L'importance d'innover est une préoccupation de 84 % des dirigeants, une réponse à des marchés économiques chaotiques et à des crises sociales et environnementales qui prennent de l'ampleur. »

– McKinsey, 2010

Ateliers pratiques

mercredi 23 septembre

8 h 30 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

9 h 00 ATELIER A

Créer une structure de gestion de l'innovation efficace



Jean-Marc Legentil
Président
BELL NORDIC

Les besoins de vos clients évoluent rapidement, les technologies se transforment à un rythme effréné, les modèles d'affaires sont constamment réinventés. Comment remettre en question les pratiques de gestion actuelles et amener le changement au sein de vos équipes ? Cet atelier se veut une occasion de vous fournir les outils pour mieux saisir le concept du *stage-gate* et de favoriser une culture de l'innovation au sein de votre organisation.

Apprenez :

- Comment développer une culture de l'innovation au sein de votre organisation ?
- Les notions essentielles de la gestion du changement dans l'entreprise ;
- Comment soutenir les idées innovantes et les mettre à l'essai malgré des ressources limitées ?
- La description du processus de développement de produit et de l'innovation ;
- Les freins et les accélérateurs de la gestion de la créativité et de l'innovation : comment remédier aux uns et favoriser les autres ;
- Comment mieux tirer profit de l'intelligence collective de votre écosystème ?
- Quelle feuille de route mettre en place ?

Pourquoi participer ?

- Intégrez les idées d'innovation à la stratégie de votre entreprise ;
- Mobilisez vos équipes ;
- Bien doser le risque ;
- Choisissez les idées selon leur impact sur le développement stratégique de votre entreprise.

ou

9 h 00 ATELIER B

Développez une connaissance approfondie des besoins de vos clients et du marché



Sébastien Marcoux
Vice-président et associé
TRIODE

Comment réussir à mieux cibler et à mieux satisfaire les besoins de vos clients ? Pour que vos stratégies innovatrices deviennent un avantage stratégique, sachez distinguer les notions qui différencient les études de marché dites « traditionnelles » des démarches « sur le terrain », et reconnaître les différents outils qui vous permettront de découvrir les besoins clients.

Voyez :

- Comment bien définir vos objectifs (marché, clients, image, etc.) ?
- Comment mieux reconnaître les occasions ?
- Comment utiliser les nouvelles méthodes de recherche sur le terrain ?
- Comment analyser les comportements de votre marché ?
- Comment établir une cartographie des motivations d'achat, des bénéfices recherchés et de la valeur perçue d'un produit ou service ?
- Comment cerner les besoins de vos clients ?
- Comment valider les concepts auprès de votre marché cible ?

Pourquoi participer ?

Soyez au fait des dernières tendances en matière de découverte des besoins clients ! Faites le plein de solutions pour accélérer l'innovation dans votre organisation en comblant plus rapidement les besoins de votre marché. De plus, bénéficiez d'exemples concrets pour améliorer la performance de vos lancements de produits et services. Enfin, adoptez de nouveaux outils pour commencer à mesurer et à tirer profit de vos données.

12 h 00 DÎNER RÉSEAUTAGE POUR LES PARTICIPANTS INSCRITS À LA JOURNÉE COMPLÈTE

13 h 00 ATELIER C

Structurez la créativité et la génération d'idées pour mieux cerner les innovations qui se feront une place dans le marché



Natalie Blouin
Conseillère
**INSTITUT DE DÉVELOPPEMENT
DE PRODUITS**

L'innovation, la créativité et la productivité vont aujourd'hui de pair et sont générateurs de valeur pour votre organisation. Comment les encourager dans vos équipes ? Comment optimiser le potentiel de vos employés et permettre l'accélération du processus d'innovation ? Profitez de cet atelier pour maîtriser diverses techniques de créativité éprouvées à partir d'un défi concret... le vôtre, peut-être ?

Apprenez :

- Comment motiver et mobiliser le groupe créatif au moyen d'un énoncé stimulant et engageant ? Commencez par poser la bonne question !
- Comment structurer le processus de génération d'idées pour en tirer le meilleur ?
- Comment tirer le meilleur parti d'une séance de créativité en utilisant différentes techniques (*brainstorming* traditionnel, *brainwriting*, *brainstorming* inversé et la perspective de l'étranger) ?
- Comment rendre vos idées différentes ou audacieuses plus acceptables sur le plan social ?

Pourquoi participer ?

Cet atelier vous permettra de développer votre capacité d'innovation et de découvrir des moyens de stimuler la créativité dans un groupe. Venez vous familiariser avec des techniques de créativité éprouvées, apprenez à penser différemment, à mieux saisir les nouvelles occasions et à créer des solutions innovantes qui ont de l'impact.

16 h 00 FIN DES ATELIERS

2^e édition

Gestion de l'innovation

**Offre
2 pour 1
jusqu'au
27 août**

22
SEPT.

23
SEPT.

Je souhaite m'inscrire à :	Prix promotionnels - CODE PROMO requis		Prix réguliers
	Jusqu'au 16 juil.	Jusqu'au 27 août	
Conférence	● 695 \$	● 895 \$	● 1095 \$
Atelier (ch.)	● + 395 \$	● + 445 \$	● + 495 \$

Veillez prendre note que les ateliers ne peuvent pas être vendus individuellement. Ces activités sont offertes uniquement à l'achat de la conférence. Taxes en sus.

* Pour bénéficier des prix promotionnels, vous devez mentionner le CODE PROMO situé sur la page couverture de la brochure.

Prochainement

15
SEPT **Engagez et mobilisez vos employés**
Pour stimuler votre croissance et votre compétitivité

16
SEPT **Chaîne logistique**
Agile, fiable et performante du fournisseur au client

16
SEPT **Gestion stratégique d'une force de vente**
Transformez vos pratiques pour accroître l'efficacité et la productivité de votre équipe

29
SEPT **Intelligence consommateurs**
Transformez vos données en informations stratégiques

« 93% des dirigeants affirme que la réussite à long terme de leur entreprise dépendra de leur capacité d'innover, mais seulement 13% d'entre eux croient que leur stratégie d'innovation actuelle leur procure un réel avantage concurrentiel. »

– Accenture 2014


« Une innovation doit transformer le comportement de l'utilisateur sans jamais lui demander de changer de comportement. »


– Adrian Ho, partenaire-fondateur, Zeus Jones

CONTACTEZ-NOUS :

T 514 392-4298 ou 1 855 392-4298 evenements@tc.tc

ÉCHANGEZ SUR NOS COMMUNAUTÉS EN LIGNE :

 Suivez-nous sur Twitter: @la_evenements
Tweetez avec le #ELAINNOVATION

 Joignez-vous à notre page LinkedIn:
Les Affaires



Offre 2 pour 1

Venez accompagné d'un collègue !

Inscrivez-vous à la programmation complète + journée ateliers et la participation de votre collègue est GRATUITE. Prix de l'offre: 2085 \$ + tx.

Inscrivez-vous en ligne :

lesaffaires.com/evenements

Cet événement s'adresse aux :

Dirigeants, vice-présidents, directeurs, responsables, chargés, chefs de projets, développement de produits, R&D, marketing, innovation, commercialisation, développement durable, analystes de marché, designs industriels et ingénieurs.

OPPORTUNITÉS DE COMMANDITES

Cette conférence peut vous fournir une occasion unique de visibilité auprès de décideurs dans ce domaine et d'exposer vos produits et services.

Plusieurs forfaits de commandites sont disponibles : cocktail, exposant, petit-déjeuner...

Pour plus d'information, communiquez avec Patrick Savoy à patrick.savoy@tc.tc ou 514 290-0159.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Les prix promotionnels sont valides jusqu'au 16 juillet et 27 août 2015 inclusivement en mentionnant votre CODE PROMO. Ces prix promotionnels ne sont pas cumulables aux rabais de groupe, ni à l'offre 2 pour 1. L'offre 2 pour 1 s'applique sur les prix réguliers et à l'inscription à la journée conférence + 2 ateliers. Le montant de 2085 \$ + tx vous sera facturé. Notez qu'un seul paiement sera requis suite à l'inscription des participants à l'offre 2 pour 1. Pour cette raison, il est recommandé que les deux participants soient de la même organisation. Les frais de participation comprennent la documentation de la conférence rendue disponible par les conférenciers, le repas du midi et des collations et boissons aux pauses-café selon votre inscription. Notez que vous ne pouvez participer à cette conférence que si vous effectuez votre paiement au plus tard le jour même de la conférence. Vous pouvez vous inscrire par téléphone ou en ligne, par chèque ou par carte de crédit Visa, American Express ou Master Card. Veuillez faire parvenir votre chèque à l'ordre de MÉDIAS TRANSCONTINENTAL SENC, en indiquant votre numéro de facture débutant par les lettres «CF», à l'adresse suivante : 400, avenue Ste-Croix, Suite 300, Montréal (Québec) H4N 3L4.

UNE POLITIQUE D'ANNULATION FLEXIBLE

Toute demande d'annulation doit obligatoirement être envoyée par courriel à evenements@tc.tc au plus tard dix jours ouvrables avant l'événement pour remboursement. Le fait de ne pas participer à la conférence ne vous libère en aucune façon de l'obligation d'acquitter les frais exigibles. Cependant, vous pouvez en tout temps vous faire remplacer par une personne de votre choix en nous en avisant par écrit. Les organisateurs se réservent le droit de modifier en tout ou en partie la programmation, et ce, sans préavis.

LIEU DE LA CONFÉRENCE

Centre Mont-Royal, 2200 rue Mansfield, Montréal, Québec, H3A 3R8

PARTICIPANTS DU QUÉBEC

Le coût de la formation peut constituer une dépense de formation admissible en vertu de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre.