

DOSSIER TECHNIQUE



Innovation de niche

*Réussir son innovation dans une
niche valorisée*

**Twinteam
Frédéric ANDRIEU**

Twinteam

273 cours Lafayette
69 006 – Lyon
Tél. : 04 37 92 95 33 – Fax : 04 37 92 95 33
Mèl : f.andrieu@twinteam.fr

1. Contexte du programme d'actions

La consommation alimentaire est en berne -0.5% au 3^{ème} trimestre en GMS, la pression constante sur les prix de vente initiée en 2006 va se poursuivre avec la loi LME. Dans ce contexte les stratégies de coûts sont réservées à deux types d'acteurs : les MDD/Hard Discount et les grandes marques internationales qui ont consolidé leur outil industriel.

Pour les IAA régionales, qui, dans leur très grande majorité, n'en font pas partie, une des voies privilégiées du développement de la valeur doit être l'innovation dans une niche valorisée et rentable.

Les questions qui peuvent se poser alors sont les suivantes : avons-nous bien sélectionné notre ou nos niches de marché ? En connaissons-nous les consommateurs finaux MIEUX que nos concurrents ? La niche ne sera-t-elle pas trop petite ? Quel avantage durable devons-nous construire pour être un acteur référent de la niche ? Avons-nous un processus de gestation et de gestion de l'innovation adapté pour être le champion de cette niche ?

Souvent, et malgré l'importance stratégique de ces questions, les réponses sont peu précises. Les risques, comme les enjeux, sont pourtant importants : investir beaucoup d'argent et d'énergie dans des innovations qui ne sont pas au rendez-vous.

La raison n'est bien souvent pas un problème de compétence mais un problème d'accès à l'information utile : il existe peu de données marchés disponibles sur les niches car celles-ci n'intéressent pas les panels ni les gros industriels et le rapport coût/rendement pour une entreprise seule est peu favorable. Par exemple, tous les acteurs sérieux du marché du biscuit vont avoir les mêmes données sur les freins et les moteurs des acheteurs et consommateurs de goûters fourrés et se battre sur le même marché avec une marge peau de chagrin...mais peu s'intéresseront aux micros-marchés (ceux qui dégustent un biscuit sur le bord de leur soucoupe... et ceci laisse la place à l'émergence de marques comme Michel & Augustin. Dans tous les marchés, on peut trouver ce type d'espace : il suffit de vouloir et de savoir le chercher.

L'objectif de l'OPTIréseaux que nous proposons est donc quadruple :

- Fournir aux entreprises participantes, les éléments pour leur permettre de sélectionner professionnellement leur niche stratégique
- Donner accès, à chaque entreprise, à un avantage compétitif déterminant : la compréhension fine et unique des consommateurs de leur niche stratégique
- Générer un programme d'innovations efficace car en affinité avec cette cible.
- Pérenniser cette démarche d'innovation dans l'entreprise via des ateliers de formation transversaux qui permettront à l'entreprise d'entretenir cet avantage compétitif.

Cet OPTIréseaux sera animé par des professionnels du marketing de l'agro-alimentaire aux expertises complémentaires :

- Expert Référent : Frédéric Andrieu société Twinteam. Agence spécialisée dans l'innovation et le design en agro-alimentaire. Références : Lustucru, Rivoire & Carré, Sté Souchon, Panzani...
- Expert Partenaire 1 : Jean Denis Bellon société SpotValue. HEC 42 ans -18 ans de marketing grande consommation en agro-alimentaire sur des produits valorisés dont 6 ans en tant que directeur marketing, r&d et achat pour

Distriborg le leader du bio en France en GMS et en magasins spécialisés. Un expert opérationnel de la stratégie et du process d'innovation.

- Expert Partenaire 2 : Jean Christophe Beau société Market Vision. Société d'étude qualitative spécialisée dans la compréhension de la logique de décision des consommateurs. Références : Bongrain, Findus, Nespresso, Coca Cola. Des experts dans la compréhension fine des consommateurs.

En conclusion, l'OPTIréseaux Réussir son innovation dans une niche valorisée est une occasion unique pour les IAA régionales participantes pour prendre un avantage compétitif déterminant et pérenne sur sa niche de marché.

Unique car seule la mutualisation et le soutien public aux projets OPTIréseaux le permet économiquement,

Déterminant car ce seront les seules entreprises de leur secteur à détenir ce savoir,

Pérenne car, tout au long du programme les acteurs de l'entreprises seront formés & impliqués dans l'acquisition de techniques nouvelles.

Ce programme d'actions regroupe 6 entreprises

2. Objectifs du programme d'actions

2.1 – Objectifs qualitatifs

- **Construire une stratégie d'innovation solide & adaptée à chacune des entreprise** : cette stratégie sera issue de la collecte des données internes & de données exclusive sur leurs marchés & consommateurs cibles.
- **Donner aux PME les moyens d'être et de rester le champion de leur niche stratégique avec des outils adaptés à leurs moyens** :
 - Les éléments et la méthode d'analyse pour faire les choix stratégiques
 - Les techniques pour rester en connexion avec leurs consommateurs (comment les recruter, les interroger, analyser leurs commentaires, les motiver...)
- **Réaliser pour et avec les entreprises deux études fondamentales** :
 - Une étude quantitative de cadrage des niches valorisées sur son marché
 - Une étude qualitative d'exploration et de compréhension des consommateurs de la niche valorisée
- **Transférer une méthode et des outils de gestion de l'innovation adaptés à chacun** :
 - Démontrer l'intérêt de gérer l'innovation par un processus encadré
 - Elaborer un logigramme innovation adapté à l'entreprise
 - Apprendre à rédiger les documents-clés de l'innovation
- **Développer le programme d'innovation des 2 à 3 prochaines années et les accompagner jusqu'à la mise en marché pour un projet au moins** :
 - Développer les plateformes d'innovation,
 - Générer et rédiger les concepts, les traduire en concepts visuels,
 - Elaborer les cahiers des charges produits/packaging,
 - Analyser les échantillons en fonction des objectifs du cahier des charges,
 - Préparer le plan de mise en marché,
 - Elaborer le compte de résultat prévisionnel.

2.2 – Objectifs quantitatifs

- **Une Fiche de synthèse de l'analyse stratégique de l'activité innovation de l'entreprise**
- **Des données quantitatives ad hoc sur les niches stratégiques cibles : * poids : nombre et potentiel de consommation**
 - Split par circuit de distribution,
 - Profil de la clientèle,
 - Niveaux de prix par circuit.
 - Motivations d'achat par cible
- **Fiches d'identité des types d'acheteurs dans la niche stratégique choisie :**
 - Qui sont-ils : critères démographiques, socio – professionnels
 - Comment les toucher/ quel canal d'influence
 - Que pensent-ils, que font-ils, comment décident-ils ?
- **Stratégie d'innovation sur les 3 prochaines années :**
 - Les plateformes de développement : la cible de clientèle prioritaire, la fonction prioritaire, le niveau de prix
 - Le portefeuille d'innovations et la grille de priorisation
- **4 ou 5 illustrations graphiques sur les 3 projets d'innovation sélectionnés.**
- **Etude de faisabilité sur 3 projets d'innovation, au minimum, dont un validé pour le lancement.**

A la fin de ce programme d'actions, l'entreprise sera en possession de :

- **1 étude quantitative sur les niches valorisées pour son marché**
- **4 ou 5 fiches descriptives des cibles composant la niche stratégique**
- **1 stratégie d'innovation déclinée en 4 à 5 axes de développement**
- **3 projets d'innovation dont la faisabilité aura été étudiée et dont l'illustration graphique aura été réalisée sur 4 ou 5 pistes différentes**
- **1 projet d'innovation validé**

3. Déroulement du programme d'actions

Le programme d'actions se décompose en 6 phases

<u>Phase 1</u>	<u>Diagnostiquer et sélectionner sa cible</u>
Action 1.1	Diagnostiquer la stratégie de l'entreprise avec un focus sur l'innovation
Action 1.2	Synthétiser les enjeux de l'innovation pour l'entreprise
Action 1.3	Valider les objectifs & analyser les besoins fonctionnels du marché
Action 1.4	Réaliser une étude quantitative mutualisée sur les niches valorisées
Action 1.5	Restituer collectivement l'étude quantitative
Action 1.6	Valider la niche stratégique sélectionnée par l'entreprise
<u>Phase 2</u>	<u>Comprendre sa niche et générer des concepts performants</u>
Action 2.1	Former à la gestion de panel consommateur
Action 2.2	Réaliser une étude qualitative sur la niche sélectionnée par chacun
Action 2.3	Former à la gestion de l'innovation
Action 2.4	Générer des idées de produits par un atelier créativité
Action 2.5	Valider les plateformes d'innovation et les idées sélectionnées
Action 2.6	Réaliser la conceptualisation graphique des idées
Action 2.7	Accompagner la rédaction des cahiers des charges fonctionnels
<u>Phase 3</u>	<u>Etudier faisabilité et valider les lancements d'innovation</u>
Action 3.1	Valider les briefs de développement
Action 3.2	Accompagner l'étude de faisabilité des projets
Action 3.3	Echanger sur les « best practice » en matière de développement
<u>Phase 4</u>	<u>Coordination</u>
<u>Phase 5</u>	<u>Evaluation</u>
<u>Phase 6</u>	<u>Animation inter réseaux</u>

Les différents types d'actions

Le diagnostic du projet (assistance technique/individuel)

L'objectif du diagnostic est de poser correctement les bases du projet :

- Analyser les composantes du projet et de l'environnement interne de l'entreprise
- Définir précisément les objectifs opérationnels quantitatifs et qualitatifs à atteindre
- Identifier les moyens à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs opérationnels en adaptant le programme d'actions à la réalité de l'entreprise
- Permettre de suivre le projet de l'entreprise et d'évaluer sa progression en cours et en fin de programme

Un rapport écrit sera rédigé, il reprendra les composantes du projet et les objectifs opérationnels.

Le conseil (assistance technique/individuel)

Les objectifs de ces journées d'assistance technique :

- Apporter à chaque entreprise des expertises techniques adaptées à son projet pour accélérer la réalisation du projet
- Viser l'amélioration de la performance de l'entreprise au travers de la thématique travaillée
- Permettre le transfert des connaissances acquises en formation par le personnel, quelque soit le niveau du personnel

Le contenu et les modalités d'intervention peuvent être adaptés à chaque entreprise en fonction du diagnostic initial du projet.

L'ingénierie (assistance technique/individuel)

Les actions d'ingénierie concernent le travail préparatoire ou d'analyse effectué par l'expert en dehors de l'entreprise :

- Rédiger un rapport de diagnostic ou d'analyse
- Rechercher des informations spécifiques
- Le temps attribué à l'ingénierie représente au maximum le 1/3 du temps passé par les experts dans l'entreprise

Dans la mesure du possible, la mutualisation des travaux d'ingénierie est recherchée.

Séminaires d'entreprises intra réseau (assistance technique/collectif)

Les objectifs de ces journées de séminaire d'entreprises :

- Identifier les liens à développer entre entreprises au profit de la cohésion du réseau
- Echanger en confiance dans le cadre de l'OPTIréseaux et construire un vocabulaire commun
- Analyser collectivement des situations problèmes par des études de cas concrets, par exemple issus d'entreprises participantes
- Contribuer à faciliter l'analyse des situations par un apport théorique éventuel

Il s'agit de construire, renforcer, animer, cultiver... un réseau d'entreprise.

La coordination (assistance technique/collectif)

L'expert réalise la coordination administrative, financière, logistique et opérationnelle du réseau. Il est assisté dans sa tâche par le PEACRITT.

La formation intra ou inter entreprise(s) (formation/individuel ou collectif)

Les objectifs de ces journées de formation intra ou inter entreprise :

- Former le personnel de l'entreprise aux différents aspects du projet, plusieurs niveaux de personnel peuvent être concernés
- Viser l'autonomie du personnel de l'entreprise dans la gestion d'un futur projet similaire

La formation du personnel peut intervenir dans le cadre de la formation continue et être prise en charge par l'O.P.C.A. de l'entreprise.

Phase 1	Diagnostiquer et sélectionner sa cible
Objectifs	Sélectionner la niche valorisée qui sera stratégique pour l'entreprise sur la base d'éléments internes et marchés.
Durée	3 mois

Action 1.1	Diagnostiquer la stratégie de l'entreprise avec un focus sur l'innovation	Diagnostic
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre la stratégie passée de l'entreprise Comprendre son fonctionnement en innovation Comprendre les axes de développement envisagés pour le futur 	
Niveau des participants	Direction générale et directeurs en charge de l'innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	1 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 1.2	Synthétiser les enjeux de l'innovation pour l'entreprise	Ingénierie
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Rédiger une synthèse forces/faiblesses/menaces/opportunités de l'entreprise Proposer les enjeux stratégiques pour l'innovation : quelles activités, quels circuits, quel type d'innovation, quelle ambition 	
Niveau des participants		
Expert	SpotValue	
Durée	0,5 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 1.3	Valider les objectifs & analyser les besoins fonctionnels du marché	Diagnostic
Objectifs	Valider les enjeux et objectifs de l'innovation : cibles, circuits, ambitions Préparer l'étude quantitative en approfondissant les besoins fonctionnels du marché	
Niveau des participants	<ul style="list-style-type: none"> - 1/2 journée : Direction générale - 1/2 journée : équipe innovation (3 à 4 personnes) 	
Expert	SpotValue	
Durée	1 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 1.4	Réaliser une étude quantitative mutualisée sur les niches valorisées	Ingénierie
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Mesurer le potentiel & l'intérêt des différentes niches possibles dans chaque marché - Identifier les profils de clientèles par niche - Comprendre les motivations principales dans chaque niche 	
Niveau des participants	Responsable équipe Innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	1 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 1.5	Restituer collectivement l'étude quantitative	Séminaire
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Partager collectivement les résultats de l'étude - Générer des réactions/suggestions de la part des participants 	
Niveau des participants	Responsable équipe Innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	1 jour collectivement	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Action 1.6	Valider la niche stratégique sélectionnée par l'entreprise	Diagnostic
Objectifs	Décider la niche stratégique autour de laquelle le programme d'innovation sera bâti	
Niveau des participants	<ul style="list-style-type: none"> - 1/2 journée : Direction générale - 1/2 journée : équipe innovation (3 à 4 personnes) 	
Expert	SpotValue	
Durée	0,5 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Phase 2	Comprendre sa niche et générer des concepts performants
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Segmenter la niche en logiques de décision - Elaborer les plateformes d'innovation long terme sur la niche - Générer 10-15 idées - Sélectionner au moins 3 concepts à développer à court terme - Affiner les concepts par la mise en visuel - Ecrire les cahiers des charges fonctionnels
Durée	4 mois

Action 2.1	Former à la gestion de panel consommateur	Formation inter
Objectifs	- Transmettre les techniques de bases pour recruter, interroger et entretenir un panel consommateur	
Niveau des participants	- 2/3 personnes de l'équipe innovation	
Formateur	Market Vision	
Durée	1 jour collectivement	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Action 2.2	Réaliser une étude qualitative sur la niche sélectionnée par chacun	Ingénierie
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les différentes logiques d'achat dans le marché - Identifier les sources de valeurs pour chaque cible - Identifier les optimisations produits éventuelles 	
Niveau des participants	- Equipe innovation	
Expert	Market Vision ou SpotValue	
Durée	7 jours par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 2.3	Former à la gestion de l'innovation	Formation Inter
Objectifs	- Transmettre les techniques de gestion d'un portefeuille d'innovations et de projets d'innovation : détail du process innovation, des étapes, des documents-type du process innovation	
Niveau des participants	- 2 personnes de l'équipe innovation	
Formateur	SpotValue	
Durée	1 jour collectivement	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Action 2.4	Générer des idées de produits par un atelier créativité	Formation Intra
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Partager les conclusions de l'étude avec suggestion des plateformes d'innovation - Transmettre les techniques de créativité - Générer 10 à 15 idées sur la base des plateformes identifiées dans l'étude qualitative 	
Niveau des participants	- équipe innovation + 2/3 participants	
Formateurs	Twinteam & SpotValue (ensemble)	
Durée	1 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 2.5	Valider les plateformes d'innovation et les idées sélectionnées	Conseil
Objectifs	S'aligner avec la direction sur les axes d'innovation et les idées sélectionnées après la phase de créativité	
Niveau des participants	Direction générale et responsable équipe innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	0,5 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 2.6	Réaliser la conceptualisation graphique des idées	Ingénierie
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Visualiser les idées retenues pour illustrer concrètement la proposition pour le consommateur - Affiner les idées retenues via la visualisation 	
Niveau des participants	Responsable équipe innovation	
Expert	Twinteam	
Durée	6 jours par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 2.7	Accompagner la rédaction des cahiers des charges fonctionnels	Conseil
Objectifs	- Finaliser les fiches concepts en les traduisant en cahier des charges fonctionnels	
Niveau des participants	Responsable équipe innovation	
Expert	Spotvalue	
Durée	1,5 jours par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Phase 3	Etudier la faisabilité et valider le lancement d'innovations
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Développer les mixes, le plan de lancement et étudier leur faisabilité - Valider au moins un lancement
Durée	6 mois

Action 3.1	Valider les briefs de développement	Conseil
Objectifs	Aligner la direction sur les attendus des projets d'innovation qui rentrent en phase d'étude de faisabilité : <ul style="list-style-type: none"> - les impératifs - les souhaits - les niveaux de prix et de rentabilité attendus 	
Niveau des participants	Direction Générale, Responsable innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	0,5 jour par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 3.2	Accompagner l'étude de faisabilité des projets	Conseil
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - S'assurer du respect du process et des impératifs décidés avec la direction - Apporter des solutions aux éventuels blocages techniques, réglementaires ou économiques 	
Niveau des participants	Responsable innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	4 jours par entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> Individuel <input type="checkbox"/> Collectif

Action 3.3	Echanger sur les « best practice » en matière de développement	Séminaire
Objectifs	Echanger les expériences des participants au réseau sur les problèmes & solutions identifiés dans la phase de faisabilité	
Niveau des participants	Responsables Innovation	
Expert	SpotValue	
Durée	1 jour collectivement	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Phase 4	Coordination
Objectifs	Coordonner l'OPTIréseaux thématique sous ses aspects administratifs, financiers, logistiques et opérationnels, etc.
Durée	13 mois, pendant toute la durée du programme

Action 4.1	Coordination intra réseau	Coordination
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • assurer la gestion administrative du réseau (suivi de la documentation, partage des informations administratives, reporting administratif auprès des financeurs), partager ces informations, • assurer la gestion financière du réseau (suivi et compilation des dépenses, reporting financier auprès des financeurs), • assurer la gestion logistique du réseau (convocation des entreprises, planning prévisionnel des interventions, feuilles d'émarginement) • assurer les gestion opérationnelle du réseau (aider les entreprises à définir leurs projets de développement, assister les entreprises dans la mise en œuvre de leurs projets, respecter le plan d'actions défini, adapter les actions à la réalité des entreprises, etc.) 	
Participants	Twinteam pour l'administratif, SpotValue pour l'opérationnel assisté du PEACRITT	
Durée	9 jours, pendant toute la durée du programme	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Action 4.2	Diffusion des résultats publiables : « Les Guides Méthodologique et Technique OPTIréseaux »	Coordination
Objectifs	<p>Ils sont destinés à des entreprises agro-alimentaires, ils doivent leurs permettent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • soit de faire un pré - diagnostic de son projet, l'entreprise a-t-elle la maturité, les moyens pour mener ce type de projet ? • soit d'établir un cahier des charges pour la mise en place des actions et la recherche des compétences éventuelles dont elle aura besoin pour mener à bien son projet. 	
Rédacteurs	L'expert	
Durée	3 jours	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Phase 5	Evaluation
Objectifs	<p>L'évaluation est réalisée dans un esprit constructif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • pour aider à piloter les projets dans une démarche de qualité • pour prendre des décisions stratégiques en cours de projet • pour capitaliser les bonnes pratiques et les communiquer à un public le plus large possible <p>Elle sera menée par le PEACRITT</p>
Durée	13 mois, pendant toute la durée du programme

Phase 6	Animation inter réseaux
Objectifs	Créer une dynamique régionale en favorisant la mise en réseau et les échanges entre les différents participants des programmes d'actions OPTIréseaux
Durée	18 mois, pendant toute la durée du programme

Action 6.1	Comité de Pilotage	Animation
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation de l'avancée du programme par l'expert • Présentation des remarques éventuelles des entreprises • Recherche de compromis en cas de conflit • Présentation de l'évaluation de l'OPTIréseaux thématique 	
Participants	<ul style="list-style-type: none"> • Les financeurs publics • L'OSEO, le RDT Rhône Alpes • Un représentant des entreprises participantes • Les experts 	
Durée	1 jour par an	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Action 6.2	Journée des OPTIréseaux	Animation
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du travail réalisé au cours du programme • Atelier de travail et d'échanges entre les réseaux • Présentation des nouveaux programmes OPTIréseaux • Diffusion des Guides Méthodologique et Technique 	
Participants	Ouverte à toutes et à tous	
Durée	1 jour par an	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

Action 6.3	Séminaires des Experts	Animation
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation de l'avancée des programmes d'actions • Présentation des évaluations par le PEACRITT • Recherche d'actions correctives éventuelles • Echange d'expériences entre les experts 	
Participants	Les experts	
Durée	1 jour par an	<input type="checkbox"/> Individuel <input checked="" type="checkbox"/> Collectif

4. Récapitulatif du programme d'actions

Ce programme d'actions comprend par entreprise		Subvention
2 jours	de Diagnostic (Assistance Technique/Individuel)	Pouvoirs Publics
7 jours	de Conseil (Assistance Technique/Individuel)	Pouvoirs Publics
2 jours	de Séminaires (Assistance Technique/Collectif)	Pouvoirs Publics
1 jour	de Formation intra entreprise (Formation/Individuel)	O.P.C.A.
2 jours	de Formation inter entreprises (Formation/Collectif)	O.P.C.A.
14 jours	de travail avec l'entreprise	
14.5 jours	d'Ingénierie (Assistance Technique /Individuel)	Pouvoirs Publics
2 jours	de Coordination (Assistance Technique /Collectif)	Pouvoirs Publics
16,5 jours	de travail hors de l'entreprise	
30,5 jours	de travail par entreprise	

5. Coût du programme d'actions

Le coûts des prestations de **Formation** est de (*) : 3 183,33 € HT

Le coût des prestations d'**Assistance Technique** est de (*) : 27 615,00 € HT

Le coût total de ce programme d'actions est de : 30 798,33 € HT

(*) Frais de déplacement inclus.

Montant des subventions demandées auprès des Pouvoirs Publics pour les prestations d'**Assistance Technique** : 20 920,00 € HT

La remise commerciale de l'expert est de 78,33 HT

Montant restant à charge de l'entreprise pour l'Assistance Technique est de : 6 650,00 € HT

Montant des prestations de Formation pouvant être pris en charge par l'O.P.C.A. : 3 150,00 € HT

ATTENTION : la prise en compte de la prestation de formation par l'O.P.C.A. n'est pas automatique dans le cadre du dispositif OPTIréseaux.

6. Le partenariat d'experts

Tous les intervenants du programme s'engagent à respecter la plus grande confidentialité concernant les renseignements et résultats des projets de chaque entreprise.

Expert référent	Twinteam
Contact	M. Frédéric Andrieu
Expertise	Agence spécialisée dans l'innovation et le design en agro-alimentaire. Références : Lustucru, Rivoire & Carré, Sté Souchon, Panzani. Un expert de la créativité et de sa traduction concrète pour le consommateur.

Expert	SpotValue
Contact	M. Jean Denis Bellon
Expertise	18 ans de marketing grande consommation en agro-alimentaire sur des produits valorisés dont 6 ans en tant que directeur marketing, r&d et achat pour Distriborg le leader du bio en France en GMS et en magasins spécialisés. Un expert opérationnel de la stratégie et du process d'innovation.

Expert	Market Vision
Contact	M. Jean Christophe Beau
Expertise	Market Vision est une société d'études qualitatives spécialisée dans la compréhension de la logique de décision des consommateurs. Références : Bongrain, Findus, Nespresso, Coca Cola. Des experts dans la compréhension fine des consommateurs

7. Durée et planification du programme d'actions

Le programme d'actions est prévu pour une durée de 13 mois

Sept. 09	Oct. 09	Nov. 09	Déc. 09	Jan. 10	Fév. 10	Mars 10	Avril 10	Mai 10	Juin 10	Juillet 10	Août 10	Sept. 10	Oct. 10	Nov. 10	Déc. 10	Jan. 11	Fév. 11	Mars 11	Avril 11	Mai 11	Juin 11	
Phase 1 Diagnostiquer et sélectionner sa cible																						
			Phase 2 Comprendre sa niche et générer des concepts performants																			
						Phase 3 Etudier la faisabilité et valider le lancement d'innovations																
Phase 4 : Coordination administrative, financière et opérationnelle																						
Phase 5 : Evaluation								Phase 5 : Evaluation								Phase 5 : Evaluation						
Séminaire des Experts				Comité de Pilotage				Journée des OPTIréseaux				Séminaire des Experts				Comité de Pilotage				Journée des OPTIréseaux		