

Innovation et marchés, les questions

Veille et marketing de l'innovation HEG

6 juin 2013

Jean-Marc Hilfiker
Fongit
jm.hilfiker@fongit.ch



Fongit: Valoriser l'Innovation



- Statut Pépinière d'entreprises depuis 1991
Fondation privée à but non lucratif reconnue d'utilité publique et supportée par le canton de Genève
- Mission Créer de la valeur économique à Genève dans le HighTech
- Incubateur Fondation, hébergement et développement de start-ups
- Industries CleanTech, ICT, IT, medtech, nanotech, ...
- Bureaux Incubation de 20+ sociétés dans 3000 m² équipés
- Services Administration, comptabilité, incorporation
- Coaching Equipe de serial entrepreneurs, d'experts de l'industrie
- Fonds Fongit Seed Invest - <500 k CHF par société

Fongit - Maximiser vos chances de réussir

Problématique (en rouge, les éléments-clés pour l'analyse de marché innovant)

- Les start-up ont une forte barrière à l'entrée et ont besoin d'être mises en contact avec les clients (BtoB, industrie & services) tôt pour permettre leur mise sur le marché.
- Les clients potentiels (industriels) ont besoin d'avoir une vision globale et qualifiée sur le développement de technologies de niche qui peuvent conférer des avantages stratégiques sur le marché, et doivent pouvoir sourcer ces technologies assez tôt.
- Les investisseurs doivent avoir les éléments leur permettant d'orienter leur stratégie d'investissement.
- **Le réseau de valeur, l'écosystème doit être décrit et qualifié.**

Innovation: les risques/opportunités

- Innovation de rupture technologique et de substitution:
 - Prédominance du marché de niche
 - Chaîne de valeur floue
 - Absence de marché
 - Time-to-market long
 - Conditionnée aux normes et réglementations
- Innovation incrémentale (technologie ou service):
 - Secteurs fortement concurrentiels
 - Normes et réglementations évolutives
 - Contraintes économiques et environnementales (life cycle, bilan)
 - Key players dominants sur plusieurs segments de la chaîne de valeur
 - Rachat de technologies/start-up par les Key players

Les besoins

- Missions des structures-pilotes ci-dessous
- **Qualification et positionnement de l'écosystème, en particulier des acteurs industriels (clients potentiels)**
- Identification et typologie des investisseurs
- **Screening et mapping des besoins stratégiques du marché identifiés par les partenaires**
- Screening et mapping des technologies/projets/start-up répondant aux critères des besoins du marché

Une approche par phases

Phases clés	Actions	Acteurs -clés
Détecter les besoins en fonction des usages	Comprendre et identifier les besoins en technologies Analyser les stratégies des investisseurs	Industriels et investisseurs, décideurs publics, réseau de valeur
Formaliser le développement stratégique	Mettre en place les Roadmaps	Structures pilotes
Qualification et cartographie des technologies	Workshop Open Innovation Méthodologie de gestion de l'innovation	Industriels
Evaluer le potentiel d'implémentation des technologies	Analyse de la chaîne de valeur , normes et réglementations, écosystème . Engager le processus de gestion de l'innovation, du risque et de l'incertitude	Structures pilotes, industriels et investisseurs
Mettre en place le processus d'implémentation	Positionner et engager les industriels et investisseurs concernés	Consortiums spécifiques. Industriels: clients-pilotes
Développer la technologie et réaliser l'implémentation	Mettre en place la structure (projet/start-up, type et financement) Mettre en place le modèle d'affaires et les outils de gestion des risques	Porteurs de projets et structures pilotes Marchés-pilotes