



Année universitaire 2016-2017

UE INNOVATION SOUTENABLE EN M1
« Collaborer pour innover, c'est favoriser la résilience »



RAPPORT FINAL DU PROJET

- 20 Janvier 2017 -

EICART : Comment mettre en relation artistes et entreprises pour leur permettre d'innover ?

Auteurs : Bilel BOUGHZALA, Geoffrey TISSOT, Caroline COULON, Augustin COLLE, Emma GUILLOTEAU

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIERES	2
REMERCIEMENTS	3
INTRODUCTION	4
SYNTHESE	4
I. LA DIVERSITE DES PROFILS AU SERVICE DE L'INNOVATION : ENJEUX ET BESOINS	5
II. LE FONCTIONNEMENT D'EICART : UN SERVICE, TROIS PROPOSITIONS ET DE L'ACCOMPAGNEMENT	7
1. DESCRIPTION D'UN SERVICE ADAPTÉ AUX DIFFÉRENTS BESOINS	7
2. ACCOMPAGNER LES UTILISATEURS	7
3. EICART APPORTE CRÉATIVITÉ, HUMANITÉ ET RENTABILITÉ À SES UTILISATEURS	9
III. EICART : UN MODELE FAISABLE, VIABLE ET DESIRABLE	10
1. FAISABILITÉ : MODÈLE ÉCONOMIQUE D'EICART	10
2. VIABILITÉ : PLAN DE FINANCMET D'EICART	11
3. DÉSIRABILITÉ : DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATIONS ART/SCIENCE	12
IV. SUITES A DONNER	13
1. LA MISE EN PLACE DE L'ENTREPRISE	13
2. CONTACTER DES PARTENAIRES	13
3. LE SITE INTERNET	13
4. CONTACTER DES ENTREPRISES	13
5. CONTACTER DES ARTISTES	14
V. ELEMENTS DE LA DEMARCHE	14
1. IMMERSION	14
2. CADRAGE	14
3. CREATIVITE, CONCEPT ET SCENARIO D'USAGE :	15
4. BMC ET PROTOTYPE FINAL	15
CONCLUSION	15
BIBLIOGRAPHIE	16
ANNEXE 1 : FICHE PROJET	20
ANNEXE 2 : DIAGRAMME SWOT	22
ANNEXE 3 : DIAGRAMME PESTEL	22
ANNEXE 3 : PROTOTYPE	23
ANNEXE 5 : COMPTE DE RESULTAT	24
ANNEXE 6 : PLAN DE TRESORERIE ANNEE 1	26

ANNEXE 7 : PLAN DE TRESORERIE ANNEE 2	27
ANNEXE 8 : PLAN DE TRESORERIE ANNEE 3	28
ANNEXE 9 : PLAN DE FINANCEMENT	29
ANNEXE 10 : COMPTE RENDU REUNION AVEC LE PDG DE SIREA	30

REMERCIEMENTS

Nous tenons tout d'abord à remercier Guillaume EHRHARDT, notre commanditaire, étudiant autoentrepreneur qui est à la base de la création d'EICART. Il fut disponible et nous a accompagnés tout au long de ce projet avec une réelle implication. Durant ces 6 mois il a été une véritable source d'inspiration et nous a aidés à cerner le but et les limites de notre projet.

Nous remercions également nos tutrices et responsables de notre groupe, Lydie Mignano et Laurence Gallet. Elles nous ont accompagnés dans la bonne humeur tout au long de ces six mois, ponctués des points étapes, et qui furent d'un excellent conseil.

Bien sûr, nous remercions L'École des Mines d'Albi à l'initiative de ces Missions Innov'Action, incarnés notamment par les deux responsables, Béatrice Vacher et Philippe Farenc. Aussi, nous remercions Ségolène Lemestre, qui est intervenu plusieurs fois à l'école pour nous initier au Design Thinking, et qui a pris le temps de nous conseiller durant les journées réservées.

Plus généralement, un grand merci à tous ceux qui ont consacré leur temps pour nous aider et répondre à nos questions.

Mr Thierry Bech, commanditaire du projet passerelle qui fut d'une excellente collaboration et d'un précieux conseil notamment sur les réseaux.

Enfin, Mr Bruno Bouteille dirigeant de l'entreprise SIREA qui nous a reçus dans ses locaux pour répondre à nos questions qui fut d'une grande aide et qui nous a permis d'élargir notre vision de l'innovation en entreprise.

INTRODUCTION

Pour Guillaume EHRHARDT, la collaboration avec l'École des Mines d'Albi-Carmaux dans le cadre des Missions Innov'Actions était une évidence. Guillaume est actuellement élève de M2 à l'EMAC et son envie de créer une entreprise découle directement de sa propre Mission Innov'Action réalisée l'an passé. Il s'est en effet rendu compte au cours de son projet que le manque de diversité des profils travaillant sur un même projet pouvait être un frein à l'innovation. Il s'est alors demandé si un profil différent tel qu'un artiste ne pouvait pas accroître la créativité d'un groupe de travail et ainsi faire émerger de nouvelles idées. Il s'agit d'artistes avec un grand A, cela inclut les peintres, les musiciens, les sculpteurs, mais également les acteurs et les comédiens. Il s'est alors lancé dans l'auto-entrepreneuriat : il envisage de créer une start-up de mise en relation d'artistes et d'entreprises dans le but d'améliorer le processus d'innovation de celle-ci.

Notre rôle dans ce projet était donc de trouver une manière innovante de mettre en relation artistes et entreprises et ainsi de concrétiser le projet de Guillaume.

SYNTHÈSE

Afin de répondre au mieux à la problématique de notre commanditaire, nous avons suivi le schéma de Design Thinking. Tout d'abord, nous avons défini précisément nos objectifs et nous avons identifié les besoins de nos clients et utilisateurs. En effet, les innovations quelles qu'elles soient bouleversent notre société. Ces dernières années ont été particulièrement riches en termes d'innovations, et notamment technologiques. La mondialisation entraînant une concurrence encore plus accrue, les entreprises, pour survivre, doivent aujourd'hui plus que jamais savoir innover. Ainsi, pour plus d'efficacité, beaucoup d'entreprises s'ouvrent à de nouvelles méthodes d'innovation.

Par la suite, grâce aux séances de créativité de la démarche du Design Thinking, nous avons imaginé plusieurs concepts pouvant assurer le bon fonctionnement d'EICART. Grâce aux rendez-vous avec notre commanditaire, nous avons établi un principe de fonctionnement global. Nous avons imaginé les scénarios d'usages et un prototype pour vérifier la faisabilité. Nous avons également réalisé le Business Model Canvas ainsi que le business plan afin de s'assurer de la viabilité du projet. Enfin, nous nous sommes interrogés sur les propositions de valeurs et les avons soumises aux entreprises pour estimer la désirabilité de notre projet.

Nous sommes donc capables à ce jour de proposer un bilan de notre étude concernant le projet de Guillaume.

I. LA DIVERSITÉ DES PROFILS AU SERVICE DE L'INNOVATION : ENJEUX ET BESOINS

Après avoir bien compris en quoi la diversité des profils pouvait accroître la créativité dans une équipe, nous avons défini notre problématique : *Comment mettre en relation artistes et entreprises afin de stimuler leur processus d'innovation ?*

Afin de répondre au moins à cette problématique, il était important pour nous de comprendre les problèmes et les besoins des entreprises face à l'innovation. Pour cela, il fallait les convaincre de l'intérêt de l'art dans le processus d'innovation pour qu'elles s'intéressent à notre projet et qu'elles répondent à nos questions. De plus, l'intégration de l'artiste dans le milieu industriel n'était pas non plus évidente. La mise en relation de ces deux acteurs doit absolument tenir compte des préjugés pour pouvoir fonctionner. Les ingénieurs, de par leur formation, sont plus enclins à se laisser guider par des aspects techniques qui font partis intégralement de leur formation et de leur quotidien. Le travail en collaboration avec un artiste pourrait donc souffrir de quelques divergences de point de vue. Les artistes quant à eux, n'ont pas forcément la capacité ou l'habitude de se confronter aux idées des autres. Le travail en équipe n'est pas pour eux l'une de leurs activités principales. Ils peuvent aussi être réticents à l'idée de mettre leur art et leur esprit créatif au service d'une entreprise. Pour finir, il existe déjà des collaborations entre art et science, il est donc essentiel de se différencier et de trouver une manière originale et efficace de les mettre en relation.

Avant tout, il est important de différencier le client de l'utilisateur. L'entreprise est le client qui va commander et payer notre service. Les utilisateurs sont les artistes et les membres de l'entreprise qui prendront part à ces activités de collaboration. Nous avons donc défini et mesuré les besoins de chacun.

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à se concurrencer sur un même marché et donc elles tendent à proposer des produits au meilleur rapport qualité prix possible. L'émergence des nouvelles entreprises étrangères ne facilite pas la tâche des entreprises françaises.

Elles ont donc un réel besoin d'innover pour se démarquer de leurs concurrents, et parfois pour relancer leur activité lorsqu'elles atteignent une période de stagnation, où elles ont du mal à trouver de nouvelles idées. Le monde de l'entreprise étant actuellement de plus en plus stressant, il n'est pas toujours propice à l'émergence d'idées créatives. En effet, la créativité requiert un milieu « paisible » où l'on peut s'exprimer librement et laisser déborder son imagination. C'est un élément important pour le processus d'innovation.

Les utilisateurs, les acteurs de l'entreprise, et plus particulièrement ceux des bureaux d'études, ont besoin d'être plongés dans ce milieu créatif afin de trouver des idées innovantes. Leur quotidien peut parfois les enclaver dans un mode de vie défini qui ne les encourage pas à la créativité. La « routine » qui s'installe au sein d'une entreprise est un frein au processus d'idéation.

Quant aux artistes, également utilisateurs de notre entreprise, leur besoin essentiel est de vendre leurs œuvres pour vivre. Un comédien ou un musicien passe des auditions, un peintre ou un sculpteur vend ces œuvres. Le but pour eux est de pouvoir vivre de leur talent. Les revenus perçus dans ces milieux étant très irréguliers, les artistes sont en recherche d'une

source de revenus stables. Les artistes sont également toujours prêts à faire partager leurs compétences artistiques ainsi que leurs connaissances du monde artistique.

Notre service est plutôt destiné aux PME et grands groupes : c'est un « luxe » que ne peuvent pas se permettre les petites entreprises et un service dont les start-ups n'ont pas besoin. Nous avons donc regroupé le reste de ces entreprises selon la segmentation suivante afin de savoir à qui nous nous adressons.

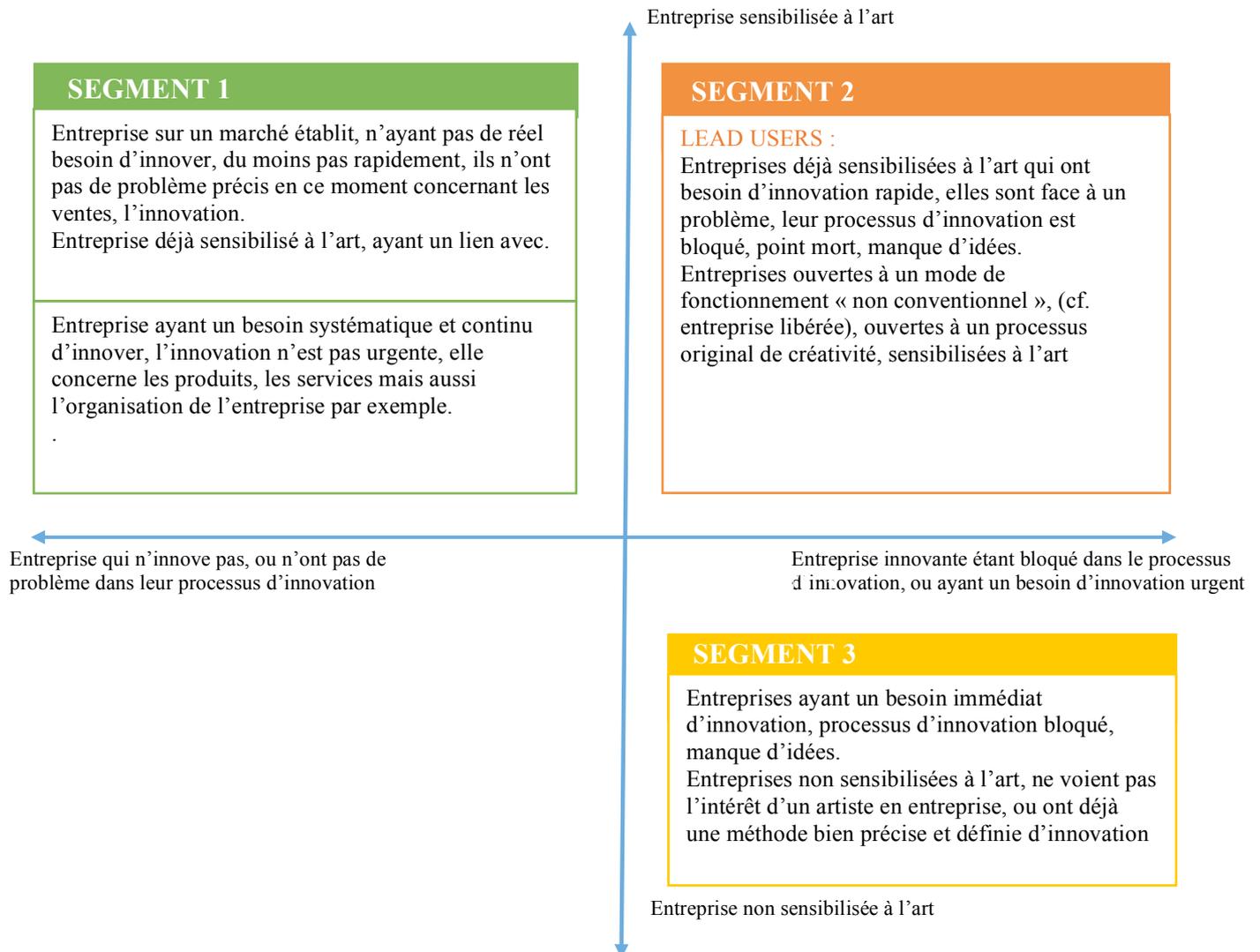


Figure 1 : Matrice des profils de clients potentiels

II. LE FONCTIONNEMENT D'EICART : UN SERVICE, TROIS PROPOSITIONS ET DE L'ACCOMPAGNEMENT

1. DESCRIPTION D'UN SERVICE ADAPTÉ AUX DIFFÉRENTS BESOINS

EICART propose un service qui développe l'innovation et la créativité dans les entreprises. Cependant, toutes les entreprises n'ayant pas les mêmes besoins, il est important de pouvoir s'adapter à chaque cas. La durée de l'intervention comme le nombre de participants peuvent être variable selon les clients. C'est pourquoi EICART propose 3 modes de fonctionnements (voir schéma global Annexe 2) :

- **La séance de créativité :**

EICART organise des séances de créativité de manière ponctuelle afin de « booster » rapidement l'innovation dans l'entreprise. Cela se présente sous forme de réunions basées sur des méthodes, des outils de créativité et de design thinking. Une ambiance propice à la créativité est mise en place. Cela permet à l'équipe de R&D mais aussi aux autres employés de l'entreprise, aux membres de la direction, et à un artiste de participer à une ou plusieurs séances de créativité dans le but de relancer un projet. Cette proposition est plutôt destinée au segment 3.

- **Résidence interne :**

Comme précédemment, EICART propose ici des séances de créativité avec un concept en plus : la résidence. La résidence interne consiste à placer l'artiste en entreprise sur le long terme. L'entreprise met à disposition de l'artiste un local dans lequel celui-ci pourrait exercer son art quotidiennement et le rémunère. La production réalisée dans ce cadre, pourra représenter, faire intervenir, ou rappeler l'entreprise par exemple. Au terme de la résidence, l'artiste pourra exposer ou présenter son œuvre et ainsi mettre en avant l'entreprise.

- **Résidence externe :**

Sur le même principe que la résidence interne, EICART propose des séances de créativité pour l'entreprise avec une résidence pour l'artiste. Cependant, dans ce cas-là, la résidence ne se trouve pas au sein d'une entreprise mais a lieu dans les locaux d'EICART. L'artiste est toujours rémunéré mensuellement par l'entreprise et exerce son art pour elle, mais son atelier se trouve dans les locaux d'EICART.

Ces deux dernières propositions s'adressent plutôt au segment 1 ou 2.

2. ACCOMPAGNER LES UTILISATEURS

En travaillant sur ce projet, nous nous sommes rapidement rendu compte que la communication entre les mondes de l'art et de l'industrie n'était pas toujours évidente. Pour éviter tous problèmes découlant des préjugés, nous souhaitons mettre en place un système permettant d'accompagner au mieux les utilisateurs.

Pour cela, une plateforme informatique devra être mise en place pour assurer le lancement et la clôture des collaborations. En effet, EICART mettra en ligne sur cette plateforme une liste des offres envoyées par les entreprises souhaitant intégrer un artiste à leur projet et pourra alors chercher parmi la liste d'artiste de son réseau les profils pouvant correspondre à ces projets. L'artiste pourra ensuite choisir si oui ou non il souhaite travailler

sur ces projets. Ainsi la plateforme facilite la mise en relation de profils se correspondant le plus possible.

EICART s'engage à assurer une cohérence humaine et scientifique, c'est-à-dire qu'elle s'engage à trouver un artiste qui correspond à l'esprit de l'entreprise. De plus, les compétences de l'artiste doivent correspondre avec le projet proposé par l'entreprise.

De plus, cette plateforme permet également d'assurer une sorte de service après-vente. Il est important pour chaque acteur (artiste, entreprise et EICART) d'avoir un retour sur les collaborations effectuées. La plateforme offrira un espace où les entreprises et les artistes pourront révéler les points forts et les points faibles de l'autre partie en toute objectivité. EICART peut ainsi adapter les profils de chacun pour les futures collaborations.

Pour finir, concernant les résidences, EICART s'assurera au quotidien de la bonne communication entre l'artiste et l'entreprise et trouvera rapidement des solutions avec l'entreprise en cas de conflits.

FONCTIONNEMENT D'EICART

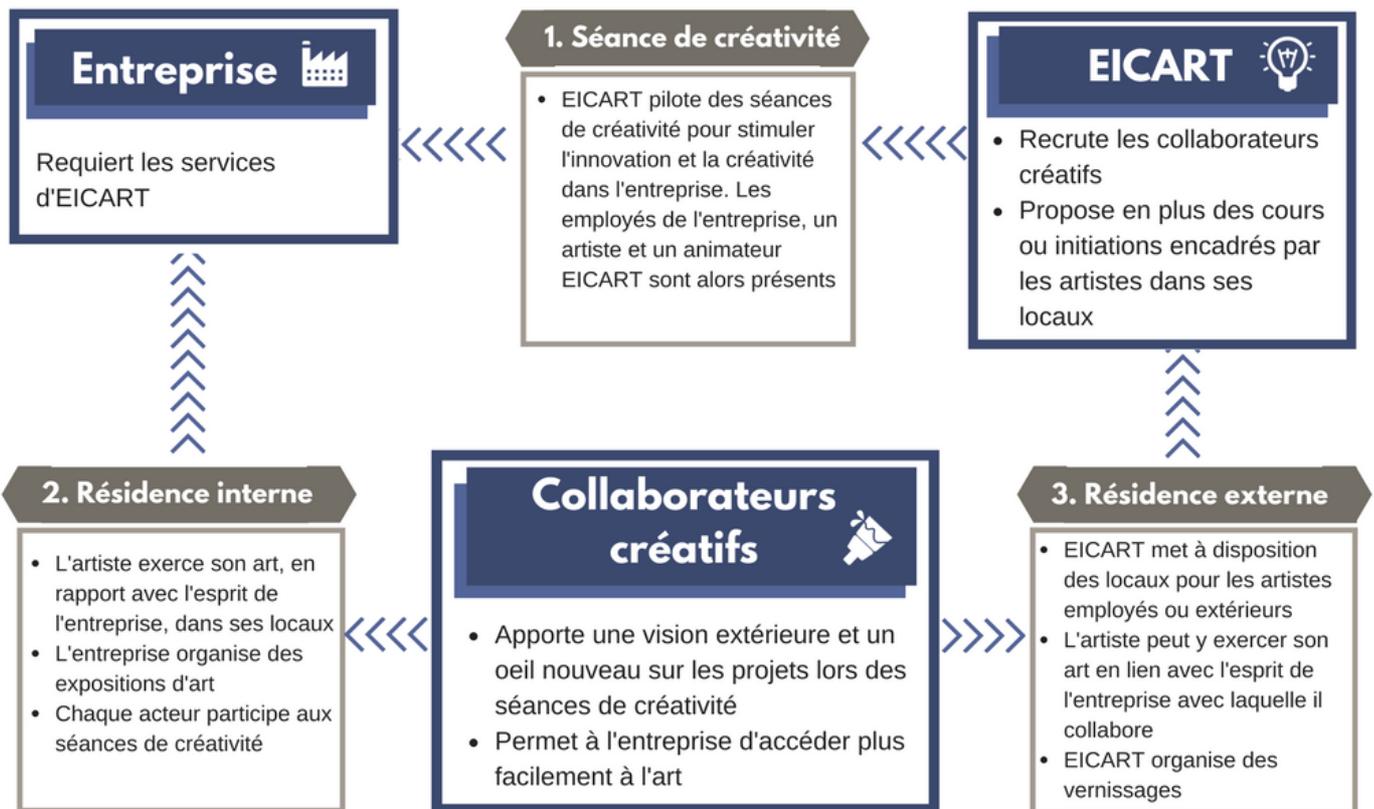


Figure 2 : Prototype

3. EICART APORTE CRÉATIVITÉ, HUMANITÉ ET RENTABILITÉ À SES UTILISATEURS

- **Créativité :**

Avant tout, la diversité des profils permet d'amener en séance de créativité des avis opposés, de les confronter, chacun pouvant rebondir sur les idées des autres. L'animateur, en se basant sur des méthodes connues de stimulation d'innovation permet de libérer la créativité de chacun.

De plus, la participation d'un artiste à des séances de créativité organisées par EICART en entreprise permet de stimuler la créativité. L'artiste est quelque'un de complètement extérieur à un projet et peut donc proposer des idées très différentes. Son point de vu nouveau permet de se départir des contraintes techniques et d'envisager des solutions originales.

Enfin, l'artiste en résidence, s'il utilise les matériaux, les techniques, les outils de l'entreprise, peut également indirectement stimuler l'innovation et la créativité. En effet, dans le cadre de son œuvre, il peut donner de nouvelles idées d'utilisation du produit, ou lui découvrir de nouvelles applications. A l'inverse, l'artiste peut grâce aux savoirs de l'entreprise diversifier ses œuvres. La créativité est donc stimulée des deux côtés grâce à cette collaboration art - science.

- **Humanité :**

Les résidences internes, permettent de remettre l'humain au centre des priorités de l'entreprise et d'améliorer la qualité de vie au travail des employés. En effet, l'accueil d'un artiste permet de rompre la « routine » des salariés en leur donnant l'occasion de rencontrer quelqu'un avec qui ils pourront échanger sur des sujets très diverses. Cela diversifie l'ambiance au travail et favorise l'émergence d'une alchimie entre art et science. Les employés ont de plus, un accès facilité à la culture artistique. L'artiste peut par exemple les inviter à ses vernissages ou expositions, ou alors organiser des ateliers d'initiation à l'art.

Pour l'artiste, l'aspect humain est également présent. Il est intégré dans un projet industriel concret dans lequel sa contribution a un réel impact. Cela lui permet de diversifier son travail au quotidien. De plus, la résidence permet également de mettre son travail artistique en avant. C'est un moyen pour lui de gagner en notoriété et également de bénéficier d'une rémunération régulière.

- **Rentabilité :**

L'art peut être considéré comme un moyen d'amélioration continue. L'artiste au quotidien dans l'entreprise permet d'en améliorer le fonctionnement global. D'une part, en diversifiant le quotidien des employés, ce qui peut augmenter leur productivité. D'autre part, l'artiste a une vision décalée de l'entreprise, de son fonctionnement, de la hiérarchie. Il vit au quotidien différemment et peut proposer des innovations simples dans l'organisation qui pourront améliorer son fonctionnement. De plus, le processus d'innovation est plus efficace et plus productif grâce aux séances de créativité.

Le SWOT (Annexe2) et le PESTEL (Annexe 3) illustrent l'environnement d'EICART, ainsi que les points forts et les faiblesses de ses propositions de valeur.

III. EICART : UN MODÈLE FAISABLE, VIABLE ET DÉSIRABLE

1. FAISABILITÉ : MODÈLE ÉCONOMIQUE D'EICART

À mi-chemin entre le coaching sur l'innovation et le simple mécénat, la résidence interne est aujourd'hui la proposition qui nous semble être la plus pertinente. Même si EICART proposera ses 3 modes de fonctionnement à ses clients, le prototype crée concerne plus particulièrement la résidence interne. Ci-dessous, un BMC simplifié et illustré concernant ce scénario.



Figure 3 : Business model canvas

2. VIABILITÉ : PLAN DE FINANCMET D'EICART

Nous avons estimé les sources de revenus potentielles après avoir complété notre BMC. Il nous a été facile d'en identifier plusieurs étant donné que nous avons trois services à proposer.

Dans un premier temps, nous avons tenté d'évaluer les coûts fixes, c'est à dire ce que l'entreprise de Guillaume devra payer chaque mois indépendamment de son activité. EICART a besoin d'un local pour commencer à travailler : lorsqu'une entreprise choisit la formule de résidence externe, Guillaume doit pouvoir fournir un local aux artistes pour exercer leur art. Pour une Start up, il est essentiel d'avoir le moins de charges fixes à payer, nous avons donc tenté de les limiter au maximum.

Nous avons par la suite établi les charges associées à une journée de créativité organisée par EICART. L'entreprise prend en charge l'artiste durant toute une journée, et le rémunère pour sa contribution. De ce fait, les charges variables associées aux journées de créativité sont relativement élevées, ce qui nous oblige à facturer 800€ la séance de créativité les premiers mois. Nous élèverons ensuite ce coût à 1000€ euros puis 1200€ après une année d'expérience. Par la suite, nous avons estimé les charges variables dans le cas d'une résidence interne ou externe :

- Pour les résidences internes : l'entreprise rémunère EICART pour les séances de créativité et pour la communication générée par les vernissages et expositions organisées par EICART. L'entreprise rémunère également l'artiste pour son travail. (Nous envisageons la possibilité d'obtenir une commission sur le salaire de l'artiste pour la mise en relation). Quant à l'artiste, il s'engage à participer aux séances de créativité.
- Pour les résidences externes : l'entreprise rémunère EICART pour les séances de créativité et peut sponsoriser les vernissages et expositions organisés par EICART qui pourra alors profiter de la publicité autour de l'évènement pour se faire connaître.

EICART peut également faire de la communication pour les entreprises clientes ce qui représenterait une source de revenus permanente. Ces entreprises auront leur logo visible sur le site internet d'EICART ainsi que lors des évènements organisés par EICART.

Afin d'estimer les coûts, les financements, le besoin en fond de roulement et le chiffre d'affaire, nous avons réalisé un plan de financement sur 3 ans (voir annexe 5). Nous avons considéré que l'entreprise EICART est constituée de deux personnes, notre commanditaire et une autre personne (chargée de démarcher les entreprises). Lors des six premiers mois, cet associé aura le statut de stagiaire et sera rémunéré à hauteur de 590€/mois sans charges salariales pour EICART. Guillaume lui est rémunéré au SMIC. Dès la deuxième année, Guillaume et son associé sont rémunérés à hauteur du SMIC, soit 1450€/mois. (Voir plan de trésorerie annexe 6-7-8)

Pour financer toutes les charges, nous espérons débloquer un prêt d'honneur à 0% d'une valeur de 5000€, puis nous emprunterons à la banque 4580€. (Voir plan de financement annexe 9)

Ces différents scénarios permettront à EICART d'assurer sa viabilité : d'une part, EICART propose de services permettant de couvrir un large panel de besoins et d'autre part, en s'assurant grâce à ces différents services des revenus conséquents et réguliers.

3. DÉSIRABILITÉ : DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATIONS ART/SCIENCE

Après avoir mis au point un modèle d'entreprise faisable et viable pour EICART, nous devons nous assurer de sa désirabilité. Pour cela, nous nous sommes basés sur deux critères : ce qui se faisait déjà et l'avis des entreprises que nous avons contacté.

Tout d'abord, depuis quelques années, la pluridisciplinarité en entreprise est une réelle préoccupation. Il y a une prise de conscience quant à l'ouverture, le dynamisme et l'équilibre que cela peut apporter à l'ensemble des acteurs de l'entreprise. Les nouvelles méthodes d'open innovations basées notamment sur cette pluridisciplinarité se développent énormément dans les grands groupes actuellement (par exemple en faisant participer les utilisateurs aux recherches de nouveaux produits).

L'idée qu'un artiste puisse avoir un rôle dans cet apport de compétences ne fait qu'émerger mais de nombreux projets mêlent aujourd'hui art et science ce qui apporte la preuve que cela peut être une vraie valeur ajoutée. Il y a de nombreux projets artistiques qui se servent de la science ou de l'industrie notamment grâce aux technologies du numérique. Cette collaboration peut également servir les industries qui peuvent par exemple trouver de nouvelles utilisations de leurs produits grâce à un détournement de l'artiste. Les exemples allant dans ce sens se multiplient : l'entreprise de bâtiment (préservation de patrimoine) « France Lanord & Bichaton » a travaillé avec Cristina Escobar, artiste plasticienne, sur différents projets. Cela a permis « d'améliorer les performances de l'entreprise » qui a pu faire de nouvelles propositions originales à ses clients et « d'immerger les salariés dans l'art contemporain ».

Nous avons également pu identifier quelques concurrents indirects tels que Perfect Lovers, 104 Factory, Mont Blanc Industrie, Liid. Même s'ils ne proposent pas les mêmes services qu'EICART, chacun d'eux travaillent à sa manière sur la collaboration Art/Sciences (par exemple : 104 Factory propose un espace de création de start-up où sont présents des artistes pour aider et donner des idées aux jeunes entrepreneurs). Cela montre bien l'importance de cette collaboration ainsi que sa désirabilité.

Enfin, nous sommes allés interroger les principaux intéressés : les entreprises sensibilisées à l'art ayant besoin d'innover. Nous avons eu plusieurs entretiens téléphoniques mais surtout un entretien en personne avec l'entreprise SIREA (compte rendu en annexe 10). L'idée principale qui ressort c'est que les bénéfices de la pluridisciplinarité en entreprise sont absolument indéniables mais les entreprises ne sont pas encore assez matures pour accueillir un artiste dans ce rôle là ou ont déjà mis en place ce genre de démarche avec d'autres acteurs que les artistes.

La proposition d'EICART est donc désirable en théorie même si dans la pratique, il faudra sûrement faire un vrai travail pour convaincre les entreprises de faire appel à un artiste pour répondre à leurs besoins.

IV. SUITES À DONNER

L'entreprise EICART en est encore au stade de projet à l'heure actuelle. Le but sera donc de le concrétiser.

1. La mise en place de l'entreprise

Notre commanditaire voudrait à terme, posséder des infrastructures adaptées à l'accueil de son entreprise, dans la région parisienne. Elles seraient adaptées à l'exercice de leur art pour les artistes, à la tenue d'expositions, mais également à la gestion de l'entreprise.

Sa création passera par une levée de fond constituée par des prêts bancaires et des aides financières pour jeunes entrepreneurs que des institutions administratives accordent aux jeunes pour les aider dans le processus de création d'entreprise.

Les démarches administratives concernant la création d'entreprise en tant que telles doivent être réalisées. La société de notre commanditaire Guillaume Ehrhardt sera une EIRL (entreprise individuelle à responsabilité limitée) et les démarches devront être entreprises dans ce sens. L'aide d'une société comptable, d'un office notariale et l'association à une banque sont des étapes clés dans la création d'EICART.

2. Contacter des partenaires

Notre commanditaire a la possibilité d'obtenir de l'aide de l'incubateur des mines de Nancy afin de mener à bien son projet. Il s'agira également de trouver d'autres partenaires susceptibles d'être intéressés par le projet.

3. Le site internet

La création d'EICART passe également par la création d'un site internet, ou plateforme de mise en relation, qui permettrait aux entreprises de proposer des projets aux artistes et aux artistes de proposer la mise à disposition de leur esprit créatif. Cette plateforme serait un espace interactif où des personnes de tous les milieux seront susceptibles de se parler, d'échanger et peut être leur permettre de travailler ensemble. Les élèves de l'école des Mines d'Albi travaillant sur la MISSION INNOV'ACTION avec l'entreprise PASSERELLE dirigée par Thierry BECH, travaillent sur une plateforme qui fait le lien entre les compétences scientifiques et artistiques présentes dans la région du Tarn. Cette plateforme permet de mettre facilement les artistes en les scientifiques en contact pour les faire travailler ensemble. Guillaume n'a pas l'intention de s'installer dans la région, cependant il peut s'inspirer du travail de ces étudiants et ainsi construire sa propre plateforme.

4. Contacter des entreprises

Nous avons commencé à prendre contact avec quelques entreprises du Tarn afin de leur poser des questions sur leur manière d'innover. Le but est de convaincre les entreprises de l'intérêt de travailler avec des artistes et de la nécessité de leur intervention dans leur processus d'innovation. Pour cela, une maquette expliquant le fonctionnement d'EICART et des propositions de valeur ont été réalisées. Les entreprises pourraient également prendre contact avec EICART directement sur le site.

Le but pour EICART sera de se constituer un carnet d'adresse de clients potentiels, ce qui lui permettrait de débiter son activité rapidement et de l'étendre dans les années à venir.

5. Contacter des artistes

Il est essentiel pour l'entreprise d'avoir un carnet d'adresse conséquent en ce qui concerne les artistes, pour pouvoir proposer des services adaptés aux entreprises. Les différentes collaborations entre artistes et entreprises seront choisies au cas par cas. Les artistes ne pourront pas travailler sur tous les projets et les entreprises voudront des artistes avec des compétences particulières adaptées à leurs besoins. Pouvoir faire appel à un grand nombre d'artistes est une base essentielle au projet.

V. ÉLÉMENTS DE LA DÉMARCHE

1. Immersion

Les entreprises, dans leur besoin constant d'innovation, pourraient tirer de l'esprit créatif des artistes un moyen de continuer à progresser. Les artistes quant à eux pourraient trouver dans la structure des entreprises une manière différente de travailler, la possibilité de participer à des projets très diverses, est un moyen d'exercer leur art dans un autre cadre. Notre problématique était donc la mise en relation entre artistes et entreprises afin d'intégrer dans le processus d'innovation des entreprises, l'esprit créatif des artistes.

Une fois notre problématique bien définie (grâce à la fiche objectif), un sociogramme a été réalisé afin d'étudier les différentes catégories de population qui pourraient éventuellement être intéressées par le service proposé par EICART. Cette segmentation nous a permis de cibler les PME innovantes.

En ce qui concerne le marché sur lequel EICART va devoir se faire une place, nous avons pu identifier plusieurs concurrents qui proposent des services similaires : 104 factory à Paris (aide les start-ups à se développer en leur proposant une collaboration avec des artistes, incubateur de Paris) ou encore Perfectlovers qui utilise l'art pour innover dans les entreprises et en particulier en ce qui concerne les méthodes de management. EICART devra donc proposer des services différents, adaptés et innovants afin de réussir à s'installer durablement sur ce marché.

Redéfinir la problématique, cibler les clients potentiels et situer le marché sont les premières étapes clés dans notre projet.

Nous avons dû réfléchir longuement sur le sujet que nous a proposé Guillaume, il était essentiel pour nous de comprendre réellement ce qu'il attendait de nous avant de commencer à travailler et à contacter des entreprises pour leur parler de notre sujet.

Nous avons commencé à faire une enquête qualitative, mais nous nous sommes rendu compte que beaucoup d'informations avaient déjà été référencées. Des enquêtes sur l'innovation ont été menées ces dernières années et les entreprises que nous avons interrogées ne nous apportaient pas d'informations complémentaires. De plus au tout début du projet, nous n'avions encore rien de concret à proposer aux entreprises qui étaient de ce fait septique quant à l'utilité réelle d'un tel service. Voyant que nous n'arrivions pas à trouver des entreprises intéressées par notre projet, nous avons analysé le marché afin de comprendre qui était réellement nos lead users. Nous avons ainsi procédé à une segmentation plus précise (celle présente sur le rapport). Nos lead users n'étaient en fait pas simplement les PME innovantes. Nous nous sommes rendus compte que ce sont les entreprises dans le besoin d'innover et étant déjà sensibilisées aux méthodes d'open innovation et à l'insertion de collaborateurs créatifs/artistiques au sein de leur entreprise, qui étaient les plus sensibles aux types de services que EICART propose.

2. Cadrage

Les axes suivants de propositions de valeurs ont ensuite été définis : augmentation de la rentabilité globale de l'entreprise en tant que processus d'amélioration continue à part entière, remise de l'humain au centre des priorités de l'entreprise en améliorant la qualité de vie au

travail de ces employés et stimulation de la créativité dans l'entreprise pour ses employés et pour l'artiste et ainsi gagner en efficacité dans l'innovation.

Nous avons pu évaluer également les parts de marché disponibles en s'appuyant sur le nombre de clients potentiels et en prenant en compte la concurrence.

3. Créativité, concept et scénario d'usage :

Des fiches concepts ont ensuite été rédigées comprenant des cas d'usage avec la description des différents scénarios possibles où EICART pourrait être utile aux entreprises et aux artistes. Nous avons pu établir plusieurs fiches concepts ayant pour sujet : la mise en place d'une certification pour les artistes, la création d'une base de données de projets industriels proposés aux artistes, la proposition d'un service : les séances de créativité, et la création d'un concept visant à prouver aux entreprises qu'un artiste pourrait beaucoup leur apporter.

Nos fiches concept ont été réalisées pendant une séance de créativité et nous avons pu bénéficier d'idées provenant de nos camarades. Un regard extérieur sur notre travail nous a permis d'avancer dans notre démarche.

Toutes ces étapes permettent maintenant de prendre contact avec des PME innovantes afin d'en savoir plus sur leur processus d'innovation et ainsi se renseigner sur la place qu'EICART pourrait prendre au sein de ce processus.

4. BMC et prototype final

Il s'agissait ensuite de définir quels seraient les besoins de ces entreprises en termes d'innovation et de trouver quelles propositions de valeurs serait susceptibles de les intéresser. Pour cela nous avons réalisé des business model définissant nos trois propositions de valeurs : les séances de créativité, la résidence interne et la résidence externe. Une maquette a également été réalisée qui situe l'artiste au sein d'EICART et au sein des entreprises. Les dernières étapes dans notre projet consistent à tester notre prototype d'entreprise en le proposant à des PME innovantes.

CONCLUSION

A l'issue de ces six mois de recherche, d'analyse et de mise en œuvre, nous sommes parvenus à une proposition du fonctionnement potentiel d'EICART qui consiste en une triade organisationnelle : Séance de créativité, résidence externe et résidence interne. Les cadres juridique et financier ont été définis après concertation avec le commanditaire de notre projet. Maintenant, certaines questions d'ordre pratique se posent : Comment entamer notre projet sur le terrain ? Par quelle stratégie devons-nous aborder les entreprises cibles ? Comment devons-nous adapter nos services aux attentes de nos clients potentiels ? De quelle manière la croissance de notre entreprise sera abordée ? Le succès des expériences avec les premières entreprises définira le périmètre de notre activité et sera pour nous un moyen de conquérir de nouveaux clients.

BIBLIOGRAPHIE

- BAM Festival, 3ème édition, vidéo consultée le 4/10/16, BAM 3, adresse URL : <https://vimeo.com/182829167>
Valeur ajoutée : Cette vidéo nous montre des exemples de travaux artistiques en lien avec la science. Cela montre bien la collaboration art/science
- Roxana Azimi,(Le Monde), page consultée le 21/10/16, Dans le marais un futur laboratoire pour les artistes, adresse URL : http://www.lemonde.fr/m-actu/article/2016/10/18/dans-le-marais-un-futur-laboratoire-pour-les-artistes_5015507_4497186.html?utm_campaign=Echobox&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#link_time=1476976468
Valeur ajoutée : L'article évoque le retour des artistes dans la société, ce laboratoire a pour objectif de montrer que la France a du talent et accorde de l'importance à l'art.
- Ken Robinson (vidéo Ted Talk), vidéo consultée le 31/10/16, Ken Robinson nous dit en quoi l'école tue la créativité, adresse URL : https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=fr#t-1043824
Valeur ajoutée : La vidéo témoigne de l'importance de la pluridisciplinarité des disciplines en entreprises. En effet, les ingénieurs ont tous la même formation et n'ont pas eu l'occasion de développer leur créativité.
- Mont Blanc Industrie, page consultée le 01/11/16, projet art et industrie notre région terre de talents et d'innovation, adresse URL : <http://www.montblancindustries.com/actualites/projet-art-industrie-notre-region-terre-talents-dinnovation/>
Valeur ajoutée : Cette ressource montre que notre projet est faisable et désirable puisque cette entreprise propose une activité très similaire à celle qu'EICART propose.
- Antoine LEFRANC (Dirigeant.fr), page consultée le 23/11/16, l'art contemporain vecteur d'innovation dans l'entreprise, adresse URL : <http://www.dirigeant.fr/011-1083-L-art-contemporain-vecteur-d-innovation-dans-l-entreprise.html>
Valeur ajoutée : Cette article confirme l'importance d'une collaboration art science en entreprise pour innover, nous avons également un exemple de collaboration entre l'entreprise France Lanord & BICHATON et l'artiste Cristina ESCOBAR.
- Jean-Jacques Stréliski, professeur associé à HEC Montréal (Génération INC), vidéo consultée le 28/11/16, pourquoi les entreprises doivent-elles stimuler la créativité ? Adresse URL : <https://youtu.be/WxoQ3VrP7A0>
Valeur ajoutée : Nous apprenons que les entreprises entrent dans une économie dite "créative" et que les entreprises doivent s'adapter si elles veulent perdurer. Cela insiste sur la nécessité d'une collaboration art/science.

- Edumix (réseau des learnings labs), page consultée le 28/11/16, adresse URL : <http://www.edumix.fr/>
Valeur ajoutée : Edumix donne du poids au projet soutenu par EICART, en effet, cet organisme réalise des événements créatifs dans le but de réinventer l'enseignement. Pour ce faire, artistes, personnes créatives, mais également des scientifiques sont conviés. C'est une réelle collaboration art/science.
- Julia Cameron, page consultée le 28/11/16, adresse URL : <http://www.creativite.net/julia-cameron/videos/>
Valeur ajoutée : Julia Cameron est une artiste qui propose des méthodes nouvelles et axées sur l'art permettant d'augmenter la créativité en entreprise.
- Heloise Lauret (BNP Paribas), vidéo consultée le 28/11/16, adresse URL : <https://www.youtube.com/watch?v=XKZoJFOGyc0>
Valeur ajoutée : Une entreprise d'une grande notoriété (BNP Paribas) montre qu'il faut être créatif pour innover en entreprise. C'est un sacré point fort pour nous qu'une telle entreprise reconnaisse la nécessité de la créativité dans le processus d'innovation.
- Forum d'avignon, *L'art, levier de Performance en entreprise*, (page consulté le 28/11/2016), Adresse URL : <http://www.forum-avignon.org/fr/carte-blanche-influencia-l-art-levier-de-performance-en-entreprise>
Valeur ajoutée : Justifie l'importance de l'artiste en entreprise, et donne de nombreux exemples de collaboration de marques comme Audi, Electrolux ou la Société Foncière lyonnaise avec des artistes. Cette article introduit également la notion de "résidence d'artiste" en entreprise et en détaille les bienfaits.
- Nesta.org, *The art and science of innovation*, (page consultée le 9/01/2017), Adresse URL : <http://www.nesta.org.uk/blog/art-and-science-innovation>
Valeur ajoutée : Article (en anglais) démontrant l'importance de la pluridisciplinarité et surtout de l'art dans le processus de créativité. Il avance donc des arguments que nous pouvons nous réapproprier afin de convaincre les entreprises de nos propositions de valeurs.
- Pôle national cirque AUCH, (page consultée le 04/01/2017), Adresse URL : <http://www.circa.auch.fr/index.php?lang=fr>
Valeur ajoutée : Il s'agit du site web d'un collectif d'artistes qui représente un éventuel partenaire à EICART.
- Site web K-hole, Page consultée le (14/10/2016) Adresse URL : <http://khole.net>
Valeur ajoutée : Un site de consulting artistique américain très développé. C'était pour nous une référence au début de l'élaboration de notre projet.
- Site web de l'entreprise Poult, page consultée le (12/11/2016) Adresse URL : <http://www.groupe-poult.com/fr/>
Valeur ajoutée : Poult est une entreprise libérée qui produit des biscuits. A maintes reprises elle a fait intervenir des artistes afin d'animer des séances de créativité. Elle appartient au segment des entreprises innovantes sensibilisées à l'art.

- Mécènes du sud, page consultée le 07/02/17, comment aborder une résidence d'artiste dans son entreprise. Adresse URL : http://www.mecenesdusud.fr/blog/public/Livret__Art_et_entreprise__2015_2016.pdf
Valeur ajoutée : Ce document nous apporte des informations sur le fonctionnement de certaines résidences artistiques.
- Site web des musées créent par l'entreprise Würt, page consultée le 07/02/2017. Adresse URL : <http://www.musee-wurth.fr/wp/index.php/collection-wurth/>
Valeur ajoutée : Cette entreprise de vente d'outillage et de matériel pour professionnels possède 13 musées à travers l'Europe où des collections de peinture de divers artistes sont exposées et qui organisent dans ces lieux d'exposition des actions de médiation culturelle.

TABLE DES ANNEXES

ANNEXE 1 : FICHE PROJET	20
ANNEXE 2 : DIAGRAMME SWOT	22
ANNEXE 3 : DIAGRAMME PESTEL	22
ANNEXE 4 : PROTOTYPE	23
ANNEXE 5 : COMPTE DE RESULTAT	24
ANNEXE 6 : PLAN DE TRESORERIE ANNEE 1	22
ANNEXE 7 : PLAN DE TRESORERIE ANNEE 2	23
ANNEXE 8 : PLAN DE TRESORERIE ANNEE 3	24
ANNEXE 9 : PLAN DE FINANCEMENT	25

ANNEXE 1 : Fiche projet

FICHE PROJET					
1- INFORMATIONS GENERALES					
Titre :	EICART INNOVATION				
Référence :	M13	Date début :	16/09/2016		
Sponsor/champion :	Ecole des mines d'Albi Carmaux	Date de fin prévue :	09/02/2017		
Pilote :	Guillaume Ehrhardt				
Coach :	Laurence Gallet	Date fin réelle			
Processus :					
Pilote du processus :	Boughzala Bilel				
Commanditaire :	Guillaume Ehrhardt				
Equipe projet :	1	2	3	4	5
Nom	Colle Augustin	Guilloteau Emma	Tissot Geoffrey	Boughzala Bilel	Coulon Caroline
Fonction	Chef de projet				
2- PROBLEMATIQUE					
Problématique et ses caractéristiques chiffrées ?					
<p>Entreprise de consulting dont le but est de mettre en relation les milieux artistique et industriel afin de proposer une nouvelle façon d'innover basée sur la diversité des équipes</p> <p>Entre 2010 et 2012 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 53 % des sociétés de 10 salariés ou plus ont innové - 37 % des sociétés ont innové en produits ou procédés - 42 % des sociétés ont innové en organisation ou marketing - Une société sur six a introduit des produits nouveaux qui n'existaient pas sur le marché <p>Nous proposons donc une mise en relations d'entreprises en besoin d'innovation et d'équipe créative inexperte basée sur la diversité et la création artistique</p>					
Quels sont les objectifs du projet ?					
Mise en place d'une start-up proposant de l'open innovation mettant en jeu les équipes citées ci-dessus					
Quels sont les livrables ?					
Business model de la start-up, son organisation et définition de sa valeur ajoutée, enquête qualitative (besoin des entreprises en termes d'innovation), enquête quantitative (combien de clients potentiels), étude marketing permettant l'analyse du marché					
Hors périmètres ?					
<p>Concerne :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les entreprises innovantes : PME, start up, grand groupe avec ou sans bureau d'étude - Les entreprises déjà existantes dans ce milieu telles que Passerelle - Les autres groupes MIA travaillant sur les relations entre art et industrie <p>Non concerne pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les multinationales ayant des bureaux d'étude très performant - Les secteurs d'activité peu innovant - Les PME qui n'ont pas le budget nécessaire pour faire appel à des entreprises de consulting 					
3- PLANNING					
<p>Tâches à réaliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le sujet - Définir le besoin et les cas d'usage - Etude d'un exemple concret (prototype) - Démarche juridique de la création d'entreprise - Etablir le business modèle - Préparer le rendu final 					

4- INFORMATIONS SUPPLEMENTAIRES

Quelle est l'histoire ou l'origine des données ? Quels sont les éléments de contexte ?

Idée jeune et en développement

Course à l'innovation dans certains secteurs, les entreprises cherchent à se démarquer en proposant des produits et services toujours plus innovants

Prise de conscience d'un besoin de potentiel créatif dans l'innovation auquel le monde artistique peut répondre

Quels sont les risques et contraintes ?

Risques :

- Pas de besoin existant (et donc pas de valeur ajoutée)
- Entreprises concurrentes proposant le même service

Contraintes :

- Manque de connaissance du marché
- Entreprise qui débute

Comité de pilotage ?

Notre commanditaire, ayant le statut d'autoentrepreneur, est le commanditaire et le pilote du projet.

ANNEXE 2 : Diagramme SWOT



ANNEXE 3 : Diagramme PESTEL



ANNEXE 3 : Prototype





ANNEXE 5 : Compte de résultat

Postes Comptables	Année 1	Année 2	Année 3
	Montants HT en €	Montants HT en €	Montants HT en €
CA HT Produits et services	80 000	139 200	148 800
Total Achats Consommés Achats réalisés, sous-traitance et variation de stock (SI - SF)	20 000	34 800	37 200
Marge brute commerciale	60 000	104 400	111 600
Charges externes	31 200	31 200	31 200
Impôts et taxes	418	557	557
Charges de personnel			
<i>Salaires bruts personnels</i>	26 100	34 800	34 800
<i>Salaires stagiaires</i>	3540	0	0
<i>Salaires dirigeants TNS</i>	0	0	0
<i>Charges patronales 45 %</i>	11 745	15 660	15 660
Charges financières	47	47	47
Total des charges	69 510	82 264	82 264
Résultat Courant Avant	-9 510	22 136	29 336
<i>Produits Exceptionnels</i>	0	0	0
<i>Charges Exceptionnelles</i>	0	0	0
Résultat Exceptionnel	0	0	0
Résultat Comptable	-9 510	22 136	29 336

ANNEXE 6 : Plan de trésorerie année 1

Plan de trésorerie année 1

		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
nb de ventes		2	4	6	5	6	7	3	4	10	12	11	10
Financement initial BFR		22,000											
ventes contrat		2,000	4,000	6,000	5,000	6,000	7,000	3,000	4,000	10,000	12,000	11,000	10,000
Encaissements	Sur Ventes	2,000	4,000	6,000	5,000	6,000	7,000	3,000	4,000	10,000	12,000	11,000	10,000
	Hors exploitation (emprunt ou autre)												
	TVA Crédit												
Total encaissements		2,000	4,000	6,000	5,000	6,000	7,000	3,000	4,000	10,000	12,000	11,000	10,000
Décaissements d'exploitation	Achats (MP/march./sous-traitance)												
	Charges fixe à M+1	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660	2,660
	Charges variables à M+1	500	1,000	1,500	1,250	1,500	1,750	750	1,000	2,500	3,000	2,750	2,500
	Impôts et taxes												835
	Charges personnel (salaires nets)	2,040	2,040	2,040	2,040	2,040	2,040	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900
Charges sociales (salariales + patronales)			1,958			1,958			5,873				5,873
Décaissements hors exploitation	Remboursement emprunt (principal)	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
	Nouvelle acquisition immo TTC												
Total décaissements		5,470	5,970	8,428	6,220	6,470	8,678	6,580	6,830	14,203	8,830	8,580	15,038
Solde fin de mois	Positif										3,170	2,420	
	Négatif	-3,470	-1,970	-2,428	-1,220	-470	-1,678	-3,580	-2,830	-4,203			-5,038
Solde cumulé	Positif												
	Négatif	-3,470	-5,440	-7,868	-9,088	-9,558	-11,236	-14,816	-17,646	-21,849	-18,679	-16,259	-21,297

Prix moyen d'une vente	1000
------------------------	------

Chiffre d'affaire	80,000
-------------------	--------

"achat artiste"	20,000
-----------------	--------

charges fixes	
frais bancaires	10
expert comptable	100
loyer locaux	2300
responsabilité civile/mois	50
Action de communication	200

2660

ANNEXE 7 : Plan de trésorerie année 2

		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
	nb de ventes	10	10	10	10	10	10	5	6	10	11	12	12
	ventes contrat	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	6 000	7 200	12 000	13 200	14 400	14 400
	Total encaissement	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	6 000	7 200	12 000	13 200	14 400	14 400
Décaissements d'exploitation	Achats (MP/march./sous-traitance)												
	Charges fixe à M+1	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300
	Charges variables à M+1	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	1 500	1 800	3 000	3 300	3 600	3 600
	Impôts et taxes												835
	Charges personnel (salaires nets)	2 040	2 040	2 040	2 040	2 040	2 040	2 900	2 900	2 900	2 900	2 900	2 900
	Charges sociales (salariales + patronales)			1 958				1 958			5 873		
Décaissements hors exploitation	Remboursement emprunt (principal)	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
	Total décaissements	7 610	7 610	9 568	7 610	7 610	9 568	6 970	7 270	14 343	8 770	9 070	15 778
Solde fin de mois	Positif	4 390	4 390	2 432	4 390	4 390	2 432				4 430	5 330	
	Négatif							-970	-70	-2 343			-1 378
Solde cumulé	Positif					3 015	5 447	4 477	4 407	2 064	6 494	11 824	10 446
	Négatif	-12 587	-8 197	-5 765	-1 375								

Prix d'une vente 2ème année	1200
-----------------------------	------

Rémunération artiste	34 800
----------------------	--------

ANNEXE 8 : Plan de trésorerie année 3

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
nb de ventes	11	11	11	11	11	11	5	6	11	12	12	12
ventes contrat	13 200	13 200	13 200	13 200	13 200	13 200	6 000	7 200	13 200	14 400	14 400	14 400
Total encaissements	13 200	13 200	13 200	13 200	13 200	13 200	6 000	7 200	13 200	14 400	14 400	14 400
Achats (MP/march./sous-ventes)												
Charges fixe à M+1	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300
Charges variables à M+1	3 300	3 300	3 300	3 300	3 300	3 300	1 500	1 800	3 300	3 600	3 600	3 600
Impôts et taxes												835
Charges personnel (salaires nets)	2 040	2 040	2 040	2 040	2 040	2 040	2 900	2 900	2 900	2 900	2 900	2 900
Charges sociales (salariales + patronales)			1 958			1 958			5 873			5 873
Décaissements hors exploitation	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
Total décaissements	7 910	7 910	9 868	7 910	7 910	9 868	6 970	7 270	14 643	9 070	9 070	15 778
Solde fin de mois												
Positif	5 290	5 290	3 332	5 290	5 290	3 332				5 330	5 330	
Négatif							-970	-70	-1 443			-1 378
Solde cumulé												
Positif	15 736	21 026	24 358	29 648	34 938	38 270	37 300	37 230	35 787	41 117	46 447	45 069
Négatif												

Chiffre d'affaire 148 800

Rémunération Artiste 37 200

ANNEXE 9 : Plan de Financement

Emplois (actifs)	Initial	Ressources	Initial
Immobilisations Incorporelles	80	Capital Social	15 000
Immobilisations Corporelles	2 500	Cptes Courants Associés	
Immobilisations Financières		CAF de l'exercice	
Sous total Immobilisations	2 580	Prêt d'honneur IHG	5 000
BFR (Base besoin en pointe en trésorerie)	22 000	DLMT Dettes fi. Long et Moyen Terme	4 580
Total des emplois	24 580	Total des Ressources	24 580

ANNEXE 10 : Compte rendu réunion avec le PDG de SIREA

Compte rendu réunion avec M. Bouteiller, PDG de SIREA (solution en électricité et en automatisme) :

En ce qui concerne l'innovation au sein de cette entreprise, elle passe par un bureau d'étude composé de 15 à 20 personnes avec différentes spécialités (informatique, automatique, électricité...) qui confronte leurs idées. Les besoins de clients sont analysés pour anticiper ces besoins et être ainsi précurseurs dans les solutions proposées. Les relations avec les écoles (dont les écoles d'ingénieur) est aussi un moyen de booster leur innovation. Le transfert de domaine à domaine peut aussi être une solution, ce qui se fait dans un autre corps de métier peut être parfois appliqué dans d'autres activités, comme la transposition de technologie par exemple. Un assemblage judicieux de technologie peut aussi être une source d'innovation. Le travail dans un autre contexte, dans une autre culture est également un moyen d'enrichir le panel de solutions pour l'innovation. L'exemple donné est l'Afrique où la façon de penser est plus collective, il s'agit de trouver des solutions pour chacun. L'innovation nécessite un focus permanent (comme un agriculteur qui enrichi sa terre). Un transfert de la passion des gens dans leur travail peut aussi être un moyen de ramener de l'ingéniosité dans l'entreprise et permet de transformer le travail en passion.

L'innovation est parfois une succession de petites avancées (comme un escalier) mais se fait parfois sous forme de rupture technologique après des années d'amélioration. Le tout est ensuite d'avoir l'ingéniosité et l'opportunité de mettre en œuvre cette nouvelle technologie. En ce qui concerne l'innovation chez SIREA, les clients jugent l'innovation du service et non pas du produit. Les clients attendent un service efficace et rapide, avec un suivi après commande. L'hyper technologie n'est pas quelque chose de rechercher dans leur domaine. Le client se fait son opinion sur le service. L'entreprise est aussi innovante en ce qui concerne son management puisque nous ne sommes pas en présence d'une entreprise à structure pyramidale. Ce sont ceux qui fabriquent, qui sont sur le terrain qui sont les plus importants. Les personnes sont reconnues selon leurs compétences. Ainsi, il est possible d'intégrer tous les employés dans le processus d'innovation, puisque n'importe qui peut innover au quotidien à son échelle. Les employés sont les mieux placés pour cibler les problématiques qu'ils rencontrent au quotidien. M. Bouteiller a donc cherché à avoir le plus de compétences possible dans son entreprise en embauchant des personnes au profil très différents (ex : un charpentier). Ces différences de compétences font la richesse de l'entreprise. Tout le monde peut proposer ses idées et des échanges informels entre les équipes se font quotidiennement.

L'évolution du marché, la désagrégation du tissu industriel sont des éléments qui poussent les entreprises à innover. Les métiers, les clients, le périmètre géographique changent.

Concernant l'open innovation, SIREA a participé à de nombreux concours et ateliers pour l'innovation. Une collaboration avec des écoles d'ingénieurs au Ghana, au Guatemala et en Afrique plus généralement a permis aussi de trouver des solutions innovantes pour l'entreprise. Les opérateurs de l'entreprise ont la possibilité de partir durant quelques semaines dans ces pays pour donner des cours et ainsi se confronter à d'autres problématiques et d'être susceptible de trouver de nouvelles idées. Des ateliers de réflexion sont organisés autour d'une problématique afin de sensibiliser tous les employés à cette problématique afin que tous les ouvriers puissent proposer des solutions. Une émulation est ainsi créée et permettra d'évoluer.

M. Bouteille a aussi un projet d'autonomie énergétique pour les bergers de haute montagne. Au sein d'une entreprise, l'innovation, le changement, peut parfois faire peur aux employés et il s'agira d'obtenir l'acceptation de cette innovation par les personnes qui sont directement concernées (ex : création d'un mur végétal pour avoir une petite autonomie alimentaire). M. Bouteille nous a donc indiqué que notre service, original, ne pourrait pas toujours être bien accueilli dans les entreprises. Il nous a donc confortés dans l'idée que notre principal travail sera de démarcher et de convaincre les entreprises de la plus-value que l'on peut leur apporter.