

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1.1 – Élaboration, mise en œuvre et pilotage d'une stratégie d'innovation alignée sur les objectifs commerciaux et stratégiques de l'entreprise.	1.1.1- Elaborer une stratégie d'innovation systémique pour aligner l'innovation avec les objectifs commerciaux et stratégiques de l'entreprise, en identifiant les tendances du marché, les avancées technologiques, les changements réglementaires et les attentes des consommateurs, grâce à une veille constante du marché	<p>Mise en situation : Analyse réelle d'une innovation, d'un produit ou d'un service d'actualité ou non, induisant une rupture avec une situation connue.</p> <p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation orale individuelle (sous forme de pitch) afin de démontrer les impacts d'une innovation sur la société, les résultats de l'analyse et les impacts de l'innovation sur l'entreprise - Rapport écrit : <ul style="list-style-type: none"> • La stratégie d'innovation • La démarche d'innovation participative • L'identification des normes et réglementations <p>Les propositions d'actions et de ressources</p>	<p>L'impact des avancées technologiques et des changements réglementaires sur la stratégie est étayé par des références bibliographiques et des indicateurs spécifiques, tels que l'adoption de nouvelles technologies ou la conformité réglementaire (1.1.1)</p>
	1.1.2 – Mettre en place une démarche d'innovation participative pour recueillir les idées terrain, stimuler la créativité et l'engagement des employés et insuffler une culture d'innovation dans l'entreprise en développant des programmes d'incitation pour encourager la participation des employés		<p>Le niveau de créativité et d'engagement des employés est évalué par des indicateurs tels que le taux de participation aux ateliers de brainstorming, les retours positifs des employés, et les résultats des programmes d'incitation (1.1.2)</p>
	1.1.3 – Evaluer et piloter la performance de la stratégie d'innovation en définissant des indicateurs clés de performance afin de mesurer l'impact de la stratégie d'innovation sur les objectifs stratégiques de l'entreprise.		<p>Les données recueillies et de leurs impacts sur la stratégie d'innovation permettent de proposer les actions et les ressources les plus adaptées au projet d'innovation. (1.1.3)</p>
1.2 - Analyse proactive des tendances du marché et des écosystèmes concurrentiels et identification des opportunités stratégiques pour l'entreprise.	1.2.1 - Définir le cadre normatif de la stratégie d'innovation, en mettant en œuvre les processus de qualité et les normes (type ISO 56000), - Et en veillant au respect des réglementations sur la propriété intellectuelle et industrielle, afin de garantir la conformité des innovations proposées à ces normes.	<p>Mise en situation : Projet individuel de développement de stratégie d'innovation pour un nouveau produit ou un service.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des normes et réglementation applicables à la stratégie d'innovation - Analyse des implications de ces normes et réglementations pour la stratégie d'innovation <p>Propositions de solutions pour garantir la conformité des innovations proposées aux normes et réglementations.</p> <p>Livrable : Rapport écrit regroupant les préconisations et les solutions attendues</p>	<p>La cohérence de l'innovation avec la stratégie de l'entreprise est démontrée par le respect des normes et des réglementations (sur la propriété intellectuelle et industrielle) en vigueur sont bien prises en compte (1.2.1)</p>
	1.2.2- Intégrer les enjeux du développement durable dans la politique d'innovation de l'entreprise pour réduire l'empreinte écologique de l'entreprise et améliorer sa réputation environnementale, en établissant des objectifs de durabilité clairs et mesurables et en intégrant la durabilité dans la culture d'entreprise.		<p>Définition et réalisation d'objectifs de durabilité établis de manière spécifiques, mesurables, atteignables et inscrits dans le temps. Ils sont documentés dans la stratégie d'innovation de l'entreprise (1.2.2)</p>
	1.2.3 - Promouvoir les pratiques d'entreprise socialement responsables (équité, diversité, ...) pour renforcer l'engagement des employés et améliorer la perception de l'entreprise dans la société, en sensibilisant, en formant et en encourageant les initiatives internes liées à la responsabilité sociale, et en établissant des programmes d'incitation pour encourager la participation des employés dans les pratiques responsables.		<p>L'engagement des employés dans les pratiques socialement responsables est mesuré à travers des indicateurs tels que le taux de participation aux initiatives internes, les retours d'employés sur leur satisfaction par rapport aux programmes d'incitation, ... Des initiatives concrètes de sensibilisation, de formation et d'encouragement des employés sont mises en œuvre et documentées (1.2.3)</p>
1.3 - Mise en place d'un système de veille stratégique active analysant les tendances émergentes du	1.3.1. - Mener une veille technologique, en étudiant la concurrence et les opportunités d'établissement de partenariats stratégiques avec des acteurs clés de l'industrie, afin d'anticiper les évolutions pouvant impacter l'entreprise.	<p>Mise en situation : Analyse de trois thématiques d'innovation distinctes afin d'identifier les opportunités (technologiques, environnementales, commerciales, ...) permettant le développement d'une nouvelle activité. Chaque thème doit être abordé en tenant compte des enjeux de durabilité et de responsabilité sociale, ainsi que de la participation des employés dans le processus d'innovation.</p> <p>Livrable : Présentations individuelles croisées permettant d'argumenter le choix d'une des trois thématiques, par le biais d'analyses multicritères (économiques, concurrentielles et stratégiques, technologiques, ...). La présentation doit également mettre en avant la démarche participative utilisée pour recueillir les idées des employés et insuffler une culture d'innovation responsable au sein de l'entreprise.</p>	<p>Les informations produites par la veille (par le biais de la diversité des sources, de la cohérence par rapport aux domaines clés de l'entreprise) et son analyse, sont d'actualité, exactes et utilisables directement dans le contexte de l'entreprise afin de prendre des décisions stratégiques (1.3.1), (1.3.2)</p>

marché et extrayant des idées pertinentes pour l'innovation	1.3.2 - Développer une intelligence économique, en mettant en place des systèmes et des processus pour surveiller, analyser et interpréter les informations disponibles sur les marchés, les concurrents, les clients, les technologies émergentes et les tendances globales, afin de permettre à l'entreprise de se positionner avantageusement face à la concurrence et de saisir les opportunités de croissance tout en minimisant les risques		L'analyse du marché, la quantification, l'identification des clients, la concurrence réaliste et actuelle, par le biais d'une étude concurrentielle, démontrent les opportunités stratégiques permettant de sélectionner l'une des trois thématiques de départ. (1.3.2)
2.1 - Conception des méthodologies de développement de produits et services innovants, intégrant les meilleures pratiques du secteur et les retours utilisateurs.	<p>2.1.1 - Concevoir un produit et/ ou service innovant (en rupture avec le marché),</p> <ul style="list-style-type: none"> - en déterminant le cadre méthodologique, - en définissant les risques associés - et en analysant sa valeur <p>afin de créer une offre unique qui répond à des besoins non satisfaits ou mal adressés par les solutions existantes.</p> <p>2.1.2 - Anticiper les risques du projet, en réalisant une analyse de risques approfondie et en mettant en place une gestion proactive des risques, afin d'apporter des solutions</p> <p>2.1.3 - Réaliser une analyse du cycle de vie dans une perspective d'écoconception, en utilisant des outils et méthodologies tels que l'Analyse de cycle de vie (ACV), les évaluations d'impact environnemental et les audits écologiques, afin d'intégrer la dimension environnementale</p>	<p>Mise en situation : Projet individuel de conception de produits et/ ou de services</p> <p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des risques (rapport écrit) : réalisation d'une analyse des risques projet, en respectant la méthodologie de conception d'un produit et/ ou service innovant - Analyse de la valeur (rapport écrit) : Réalisation d'une analyse de la valeur sur le sujet choisi (produit) 	<p>Une analyse du contexte valide, le choix des méthodes et outils, leurs mises en œuvre, l'exhaustivité des risques identifiés, une analyse quantifiée et un plan d'action répondant à la totalité des risques, constituent l'analyse des risques du projet de conception (2.1.2)</p> <p>La présentation détaillée du produit, l'identification de son cycle de vie (en prenant en compte les dimensions : technique, environnementale, ...), l'identification des fonctions, leur caractérisation et quantification constituent l'analyse de la valeur du produit (2.1.1), (2.1.3)</p>
	2.1.4 - Réaliser une conception centrée utilisateurs (Norme ISO 9241-210, conception centrée sur l'ensemble des utilisateurs, en tenant compte de leur situation (handicap, ...)), en utilisant par exemple la méthode des <i>Personas</i> , et en intégrant des tests utilisateurs (analyse sensorielle) afin d'intégrer les besoins actuels et futurs du client.	<p>Mise en situation : Projet individuel de conception d'un nouveau produit ou service pour une entreprise fictive permettant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'identification des besoins des utilisateurs en utilisant la méthode des <i>Personas</i>. - Conception de la maquette du produit ou service en tenant compte des besoins de tous les utilisateurs (prise en compte des besoins, des situations de handicap, ...) - Rédaction des tests utilisateurs pour valider la conception. <p>Livrable : Rapport écrit de conception et de tests comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une description des <i>Personas</i> utilisateurs. - Les spécifications du produit ou service. - Les tests utilisateurs. - Les recommandations pour l'amélioration du produit ou service. 	La maquette présentée a tenu compte de l'ensemble des <i>Personas</i> afin de s'assurer de la compréhension du produit ou du service, démontrant la faisabilité du projet, identifiant les étapes de la conception du produit / service, ciblant les processus d'industrialisation et démontrant son ergonomie et son usage (2.1.4)
2.2 - Stimulation de la créativité et de l'innovation au sein de l'équipe pour générer des idées novatrices et disruptives répondant aux besoins du marché.	<p>2.2.1 - Faire émerger de nouvelles idées, en utilisant des méthodes de créativité générale, afin d'accroître le potentiel d'innovation de l'entreprise.</p> <p>2.2.2 - Résoudre des problèmes techniques, en mettant en œuvre des méthodes de créativité techniques (par exemple TRIZ (Théorie de Résolution des Problèmes Inventifs)), afin d'apporter des solutions innovantes aux problématiques rencontrées par l'entreprise.</p>	<p>Mise en situation : Projet de conception de produit et/ ou de service répondant aux besoins du marché et des utilisateurs.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse du marché visé et de sa segmentation, part de marché, étude de la concurrence, utilisateur et clientèle potentiels, stratégie à mettre en œuvre. - Présentation de la maquette : Description du produit, fabrication envisagée. 	<p>Les méthodes (générales ou techniques) et outils de créativité utilisés, permettent de résoudre un problème technique (2.2.1), (2.2.2)</p> <p>La fiche de créativité, composée d'un titre, d'un schéma, d'un descriptif, des avantages et inconvénients du concept proposé, permet de présenter l'innovation produit ou service (2.2.1)</p>
2.3 - Identification des segments de marché stratégiques et les opportunités de différenciation pour orienter le développement de produits et	<p>2.3.1 - Analyser le marché,</p> <ul style="list-style-type: none"> - en prenant en compte les besoins et attentes des utilisateurs - et en réalisant un benchmark produit concurrentiel, <p>afin de déterminer un positionnement et de créer une activité innovante.</p> <p>2.3.2 - Evaluer l'attractivité et le potentiel d'un segment de marché</p> <ul style="list-style-type: none"> - en analysant les données économiques et marketing - en évaluant les forces et faiblesses du marché 	<p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rapport écrit présentant trois fiches de créativité, répondant à la situation analysée. - Soutenance individuelle permettant de présenter l'analyse de marché, l'étude de la concurrence, la cible client, la stratégie à mettre en œuvre et le processus de conception du produit ou service 	<p>La mise en œuvre de la méthode de marketing des 4P (product, price, promotion, place) permet l'atteinte des objectifs fixés et la mise en place d'une démarche marketing conforme aux attentes du marché. (2.3.1), (2.3.2), (2.4.2)</p> <p>Les différents concepts s'appuient sur l'étude des</p>

services innovants.	- en déterminant le potentiel d'un segment de marché Afin de définir une stratégie de développement efficace et de cibler les segments les plus prometteurs	Présentation de la maquette physique ou numérique du projet présenté : Description du produit, fabrication envisagée	Personas) (2.3.1) La maquette présentée permet de valider la solution retenue en démontrant la faisabilité des spécifications (2.4.1), (2.4.2) La maquette permet de juger de son ergonomie et de son usage (2.4.1) Le processus de fabrication dans le cadre de l'innovation d'un produit ou d'un service, répond aux exigences (flexibilité, agilité, sécurité, traçabilité, ...) définies dans le cahier des charges afin de garantir la qualité, l'efficacité et la compétitivité du produit ou du service final. (2.4.3)
2.4 - Management du développement des produits, de la phase conceptuelle à la mise sur le marché, en assurant une adaptation continue aux exigences de ce dernier.	2.4.1 - Concrétiser un concept innovant en élaborant une maquette afin de valider la solution retenue. 2.4.2 - Formaliser le processus de conception du produit, en mettant en œuvre des technologies comme le <i>lean development</i> , afin d'améliorer la qualité du produit final. 2.4.3 - Identifier les éléments dans le développement du processus d'industrialisation d'un produit (bien et service), en utilisant des méthodes de planification avancée de la production et des outils de simulation numérique, pour les intégrer dès les phases amont du processus de conception.		
3.1 - Management d'une équipe inclusive et multidisciplinaire dans la conception et l'exécution de projets innovants, en assurant une collaboration et une gestion des conflits efficaces.	3.1.1 - Concevoir un accompagnement au changement, en déterminant une stratégie de communication efficace et des programmes de formation adaptés, afin d'accompagner les équipes suite aux évolutions liées au développement d'activité. 3.1.2 - Constituer une équipe projet en fonction de leurs profils, en utilisant des outils d'évaluation des compétences et de gestion des ressources humaines, et en prenant les dispositions adaptées permettant l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap pour pouvoir l'animer efficacement. 3.1.3 - Mettre en place un pilotage de projet en mode agile, - en définissant un cadre permettant de s'adapter au besoin client pendant le projet, - en respectant les méthodologies de gestion des coûts, - et en intégrant cette conduite du projet dans la gestion du portefeuille projets de l'entreprise, afin de proposer des produits innovants adaptés, priorisés en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.		Mise en situation : Etude de cas basée un projet innovant simulé Livrables : - Rapport écrit individuel portant sur la rédaction d'un plan de management relatif à un projet innovant, comprenant la coordination d'équipes, la communication sur l'avancement du projet, l'utilisation d'indicateurs de suivi, la résolution de conflits et la négociation des ressources et des budgets. - Soutenance orale individuelle portant sur la présentation du plan de financement
3.2 - Mobilisation et gestion des ressources humaines et financières de manière efficace pour garantir le succès des projets innovants.	3.2.1 - Coordonner les équipes, en communiquant sur l'avancement du projet, en le supervisant à l'aide d'indicateurs de suivi, et en apportant une aide organisationnelle, afin d'exercer un leadership basé sur l'empathie et d'assurer ses responsabilités. 3.2.2 - Gérer les conflits, en négociant les ressources, les budgets et les accords, afin de satisfaire toutes les parties et créer de la cohésion d'équipe.		Un tableau de bord présente les indicateurs de coût, délais et qualité : taux de consommation des ressources (humaines, techniques, financières) planifiées versus réalisées, suivis des jalons, modalités d'évaluation des attendus, relatifs à l'état d'avancement du projet. (3.2.1) Une analyse stratégique des organisations permet d'identifier le positionnement (missions, compétences, attentes) des acteurs du projet afin d'anticiper les conflits éventuels et y apporter une réponse le cas échéant. (3.2.2)
3.3 - Évaluation des sources de financement disponibles et élaboration des plans de financement pour les projets innovants.	3.3.1 - Constituer un capital, en établissant une prévision de la rentabilité du projet et en analysant sa pérennité financière, afin de développer l'activité. 3.3.2 - Analyser et négocier les conditions de financement en identifiant et en ayant une connaissance approfondie des différentes sources de financement disponibles (crowdfunding, subventions, ...) afin de sécuriser le projet en minimisant les risques financiers		Les sources de financement liées à l'innovation sont spécifiées pour le projet, l'indicateur de rentabilité du projet est calculé, les prévisions sur le chiffre d'affaires sont cohérentes et le besoin en fonds de roulement est calculé (3.3.1) Minimiser les risques financiers en diversifiant les sources de financement (3.3.2)

4.1 - Développement d'une communication stratégique autour des produits et services innovants, valorisant leur position de valeur et mobilisant les parties prenantes internes et externes du projet innovant.	4.1.1 - Défendre son projet auprès de parties prenantes (business angels, direction, ...) en élaborant une présentation structurée et percutante, incluant des données chiffrées, une analyse de marché, et une démonstration claire de la valeur ajoutée du projet, de manière convaincante pour obtenir l'accord nécessaire.	<p>Mise en situation : Communication autour d'un projet de conception de produit et/ ou de service permettant de développer une nouvelle activité, nécessitant d'interagir auprès de diverses parties prenantes (investisseurs, financiers, ...) afin d'organiser une levée de fonds.</p> <p>Livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Business Model Canvas (document écrit individuel) - Business Plan (projet de création d'une nouvelle activité) (document écrit individuel) - Soutenance orale individuelle « levée de fonds » synthétise l'ensemble du projet d'innovation, le produit, le marché, l'équipe. - Soutenance juridique (individuelle) : Définition de la structure juridique adaptée au projet innovant développé. 	<p>La stratégie de communication intègre les spécificités du service ou du produit, visant à promouvoir la valeur de cette innovation, afin de convaincre les parties prenantes, d'investir dans la solution. (4.1.1)</p> <p>Le plan démontre une compréhension des risques et propose des stratégies d'atténuation. (4.1.1)</p> <p>Les leaders d'opinion clés du secteur sont identifiés et fidélisés (4.1.2)</p> <p>Les neuf segments du Business Model Canvas (modèle économique du projet regroupant les acteurs clés du projet tels que les partenaires, les canaux de distribution, ...) sont renseignés et présentent de manière synthétique le projet innovant (4.1.2), (4.2.2)</p> <p>Les contrats avec les partenaires et les clients sont négociés sous couvert des experts juridiques (4.2.1)</p> <p>Le Business Plan présente une analyse des brevets et une analyse des technologies concurrentes (brevets, dessins, modèles, ...) et une structure juridique en cohérence avec le projet, et l'organisation souhaitée. (4.2.1), (4.2.3)</p>
	4.1.2 - Construire et développer un réseau professionnel autour de l'activité développée, en participant activement à des événements sectoriels, des conférences, et des groupes professionnels sur les réseaux sociaux, pour s'entourer des compétences mobilisables.		
4.2 - Évaluation des implications juridiques et réglementaires liées au développement et à la commercialisation de produits et services innovants, en assurant une conformité optimale.	4.2.1 - Préparer à la création d'une entreprise ou d'une activité en se basant sur la consultation d'experts juridiques et en tenant compte du cadre législatif, afin de garantir la conformité, la protection et la croissance de leur entreprise.		
	4.2.2 - Sélectionner les différentes structures d'accompagnement (incubateurs, pépinières d'entreprises, aides régionales, collectivités, concours innovation, prêts d'honneur, ...) en utilisant des outils d'analyse comparative et des plateformes spécialisées dans le conseil aux entreprises, pour identifier la ou les structures adaptées aux besoins (techniques, financiers, légaux, ...) de l'innovation.		
	4.2.3 - Déposer un brevet, en consultant un agent de la propriété intellectuelle ou un avocat spécialisé en brevets, et constituer le dossier de présentation de la demande, afin de protéger l'innovation ou l'invention à l'origine du projet.		

Pour obtenir la certification, le candidat doit :

- Valider les 4 blocs de compétences
- Rédiger une thèse professionnelle et la présenter oralement devant un jury de professionnels
- Rédiger une mission en entreprise de 6 mois équivalent temps plein, consécutifs ou non

L'articulation entre le référentiel et les blocs de compétences se fait de la manière suivante :

Blocs de compétences	Compétences du référentiel
----------------------	----------------------------

Bloc 1 : Définir une stratégie d'innovation	1.1 à 1.3
Bloc 2 : Concevoir et développer des produits / services répondant aux besoins du marché et des utilisateurs	2.1 à 2.4
Bloc 3 : Manager des projets innovants mobilisant les moyens humains et financiers en lien avec la stratégie globale de l'entreprise	3.1 à 3.3
Bloc 4 : Développer et promouvoir son activité	4.1 à 4.2