

Sommaire

Remerciements	5
Introduction	9
1^{re} partie - ÉTAT DES LIEUX	13
Chapitre 1 - L'innovation !	15
L'innovation créatrice de valeur !	15
Le rôle du management	18
L'innovation est facteur de croissance pour les entreprises	19
L'innovation peut prendre des formes très différentes !	21
Chapitre 2 - Une situation critique pour les entreprises françaises !	29
La production en baisse !	29
La productivité	31
Un autre élément impacte fortement la production	34
La compétitivité n'a pas réellement de lien avec l'innovation	35
Chapitre 3 - Les entreprises françaises sont en déclin !	39
La pérennité n'est jamais assurée pour les entreprises les plus importantes	39
L'échec de l'innovation dans les entreprises françaises !	40
Le déclin et ses causes	44
Le cas SNCF	55

Chapitre 4 - Les difficultés à trouver des financements malgré les aides de l'État !	61
Les nouvelles entreprises « jeunes pousses » ou start-up	64
Chapitre 5 - Que pensent les consommateurs ?	67
2^e partie - LES SOLUTIONS EXISTENT !	71
Des solutions à adapter à chaque situation	72
Les conditions de réussite	75
Chapitre 6 - Des entreprises françaises innovent en permanence ! ..	79
Des structures traditionnelles cumulent innovation technique et sociale	80
Des réussites que nous pouvons analyser au regard des échecs constatés	90
Chapitre 7 - Une culture différente du management social	95
Un nouveau discours amorce un changement culturel	95
Le cas France Télécom/Orange	96
Chapitre 8 - Une stratégie à long terme, ferme et souple, à l'écoute du monde qui change.....	109
Le rapprochement avec les théories	110
Chapitre 9 - Une organisation qui soutient l'innovation permanente	115
Le rapprochement avec les théories	116
Chapitre 10 - Le management des ressources humaines	121
Le management et la gestion des ressources humaines ne sont pas dissociables	121
Le cas Davidson Consulting.....	123
Conclusion	143
Bibliographie	151
À propos de l'auteur	157