

# *Séminaires*

*Employability Skills for Innovation*



## Rim Jallouli

Professeur - Marketing de l'innovation

ESEN- Université de la Manouba

Présidente Fondatrice de l'Association

Tunisienne d'Economie Numérique ATEN





## Dr Rim Jallouli

- Directrice ESEN - Univ. Manouba (2011-2017)
- Directrice centre 4C ESEN (2018- 2019)
- General Chair- International Conference on Digital Economy ICDEc (2016-2023)  
[www.aten.tn](http://www.aten.tn)
- Country chair & Best Reviewer Award -Global Business and Technology Association- **New York**
- Professeur Visiteur - **Lebanese International University LIU**
- Guest Speaker, University of Marketing and distribution sciences- Japan





Secure | https://www.linkedin.com/in/rim-jallouli-chaabouni-40b64826/

Applications Google Danza Kuduro - You HANABySAP Coreografia Danza K (101) Facebook Nouve

Recherche Accueil Réseau Emplois Messagerie Notifications Vous



Applications Google Danza Kuduro - You HANABySAP Coreografia Danza K (101) Facebook Nouvel onglet

Rim Jallouli

Page Boîte de réception Notifications Statistiques Outils de publication Paramètres Aide

Rim Jallouli Chaabouni Professeur en Marketing de l'Innovation et directrice de l'ESEN

Rim Jallooli @IP.RimJallooli2015 Accueil

À propos Services Photos Vidéos Publications

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager Ajouter un bouton

Écrivez quelque chose... Enseignant



RIM JALLOULI @rimjallouli

Tweets 271 Abonnements 128 Abonnés 221

Tendances pour vous · Modifier

#CAEST  
#Tunis  
#football 10,3 k Tweets  
#PyeongChang2018 110 k Tweets

Quoi de neuf ? Voir les nouveaux Tweets

Ian P. McCarthy @Toffeemen68 · 16 févr. Doing and learning from #innovation. Working harder versus working smarter. #EngageFraserHealth

À l'origine en anglais

# Plan

## Plan:

- 1- Définition, domaines et typologies de l’Innovation
  - 2- technologies et Innovation Business
  - 3- Créativité et Innovation
  - 4- Design Thinking
  - 5- Business Models innovants

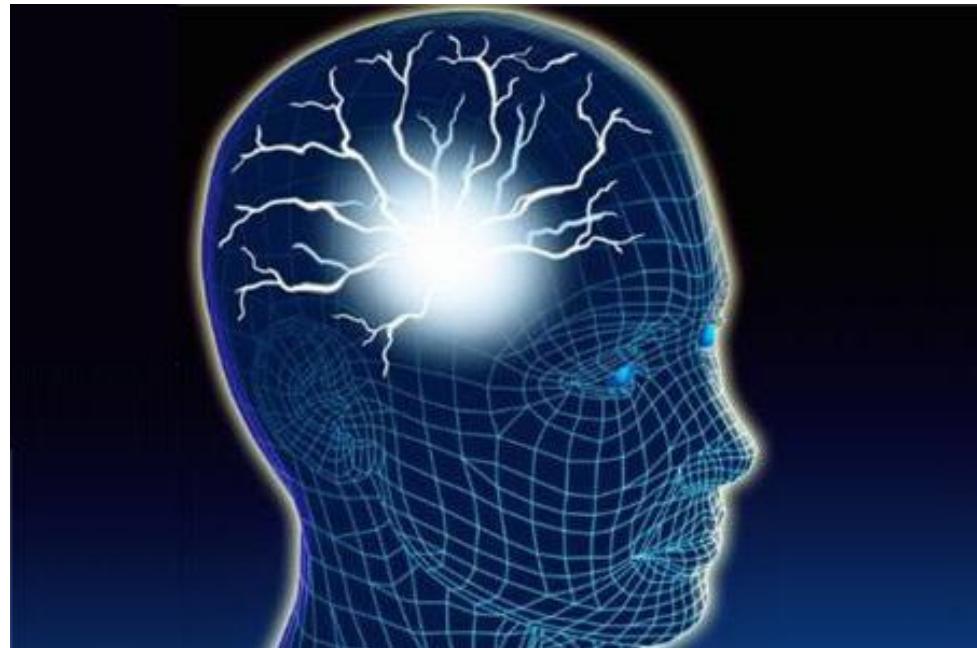


# Objectifs

1. Découvrir la notion d'innovation: Définition, Domaines et typologie
  2. Appréhender la relation entre les concepts de Créativité , Technologies et Innovation
  3. Découvrir les approches de l'open Innovation, Design thinking et business models innovants



« Toute idée, pratique ou produit  
qui sont perçus comme nouveaux  
par l'unité d'adoption »



02. Management de l'Innovation dans le domaine culturel, CD interactif, Master Management et Marketing de la culture et des arts de spectacles, Institut Supérieur de Musique, Université de Tunis, 2007-2010

The screenshot shows a web-based course page for 'Gestion de l'innovation'. The header features the logo of the Institut Supérieur de Musique (ISM) and the title 'Gestion de l'innovation' followed by 'Cas des activités culturelles et artistiques'. A large, abstract painting in shades of green, yellow, and red serves as the background for the main content area. On the left, a vertical navigation menu lists several topics: Accueil, Concept de l'innovation, Innovations musicales, L'évolution de la musique, Les comptes rendus, Le questionnaire, and Orientation marché. Below the main content area, there is a footer section with the same navigation menu and the URL 'GI-ISM\page0.html'.

## LE PRÉSENTIEL ENRICHI

1. Des CR des séances publiés sur la plateforme UVT et sur CD
2. Les corrigés de TD
3. Une mise à niveau technologique des étudiants (logiciels, internet)



Innovation au niveau de l'instrument

# Remarques

1. Unité d'adoption: individus, organisations, entreprises, pays, association, quartiers
2. La perception varie selon l'espace et le temps

*Sidi bou said «le petit paradis blanc et bleu»*



# **Projet «Sidi Bou Said » ville numérique**



## **Encadré par:**

**Pr Gammoudi  
Mohammed Mohssen**

**Pr Serge Miranda**



## **Réalisé par:**

*Idriss Mariem  
Béjaoui Mariem  
Hanafi Ali  
Ammous Hana  
Hechemi Chedli*

*Ben Ghanem Amira  
Bouhafa Fares  
Kourda Ahmed  
Faten Motaz  
Emna Riahi*

Visite virtuelle du palais:

*Galerie d'honneur*



# Clarification du concept d'innovation

Innovation

vs

Invention

# Types d'innovations

Innovation radicale

vs

Innovation incrémentale

# Types d'innovations

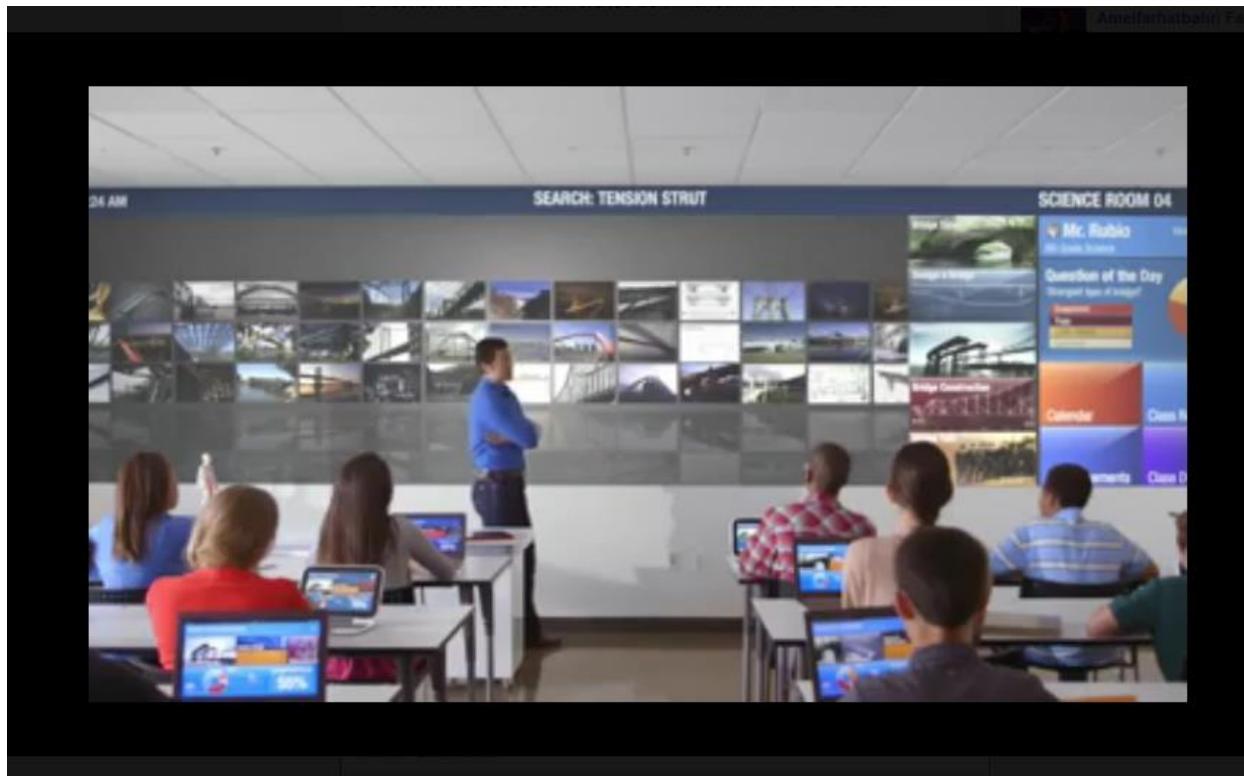
Innovation Managériale

VS

Innovation Technologique

# Domaines

## Innovation Technologique / Pédagogique



<https://www.facebook.com/video.php?v=856207887739093&set=vb.100000496695412&type=2&theater>

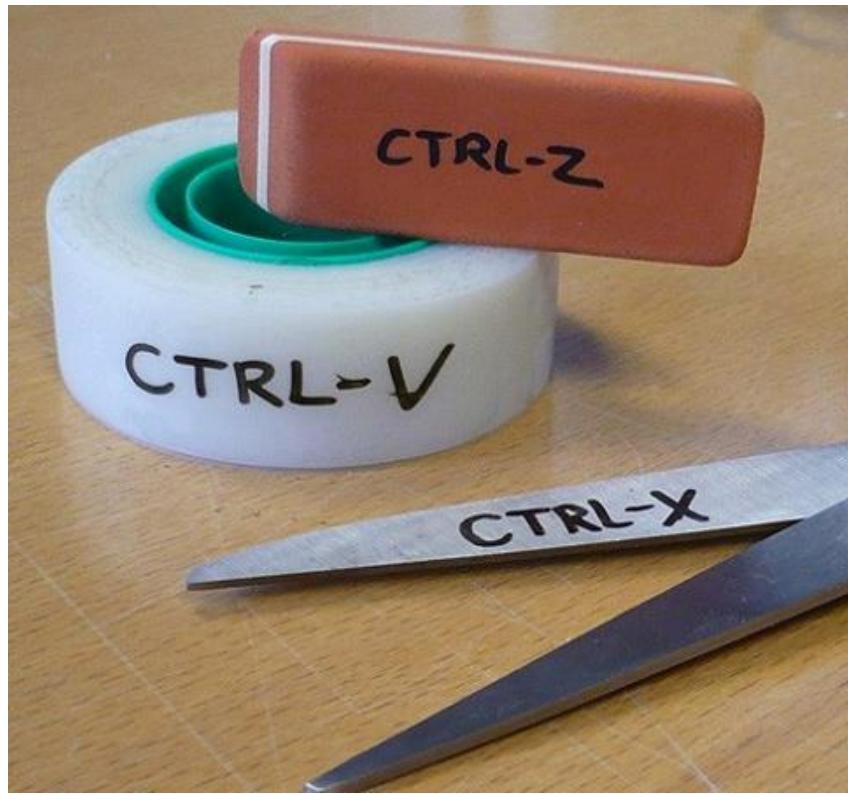
En Tunisie  
Université Virtuelle de Tunis UVT  
Plateforme Moodle  
Innovation Technologique / Pédagogique



MOST  POPULAR

I FACILITATE THINKING.  
I ENGAGE MINDS.  
I LISTEN TO QUESTIONS.  
I ENCOURAGE RISK.  
I SUPPORT STRUGGLE.  
I CULTIVATE DREAMS.  
I LEARN EVERY DAY.

I TEACH.



# LE SPORT

Evolution des objets connectés  
dans le sport



1. Traqueur d'activité  
SmartWatch
2. Équipement  
du sportif



3. Équipement Sportifs  
Stades...

## LE SPORT

### Technologie Smart Sensing



Intégrés dans le tissu  
Mesure des données physiologiques



Boîtier amovible  
Récupération de l'ensemble des données



Monitoring en temps réel

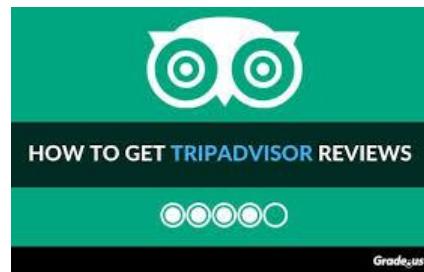


Gestion sécurisé des  
données, construction  
d'indicateurs



Analyse en temps différé

# LE TOURISME



## L'EDUCATION



## LOGISTIQUE & TRANSPORT



Les microbus électriques autonomes

## AGRICULTURE



### 4 IN 1 PLANT SOIL PH METER

Kit du teste du sol:  
température, Ph, lumière ,,,



## SANTE



# Les domaines de l'innovation et leurs impacts

## 1. Innovations en santé

### 1.2 Les trois champs de l'innovation en santé

#### Innovation diagnostique et thérapeutique

Thérapies géniques

Biotechnologies

Thérapies ciblées

Médecine de précision liée au séquençage de l'exome et du génome,

Solutions thérapeutiques de e-santé.

#### Innovation technologique et numérique

Esanté et objets de santé connectés dans le domaine de l'autonomie, du bien vivre, de l'information des patients

Télémédecine

Partage des données de santé et open data

Robotique chirurgicale

Imagerie en 3D

#### Innovation organisationnelle et comportementale

Nouveaux modes d'exercice et de prise en charge

Parcours de soins coordonnés

Dossier médical partagé

Plateformes de suivi à distance

Education thérapeutique

Patient connecté

Solutions de e-santé ayant un impact sur l'organisation et les comportements.

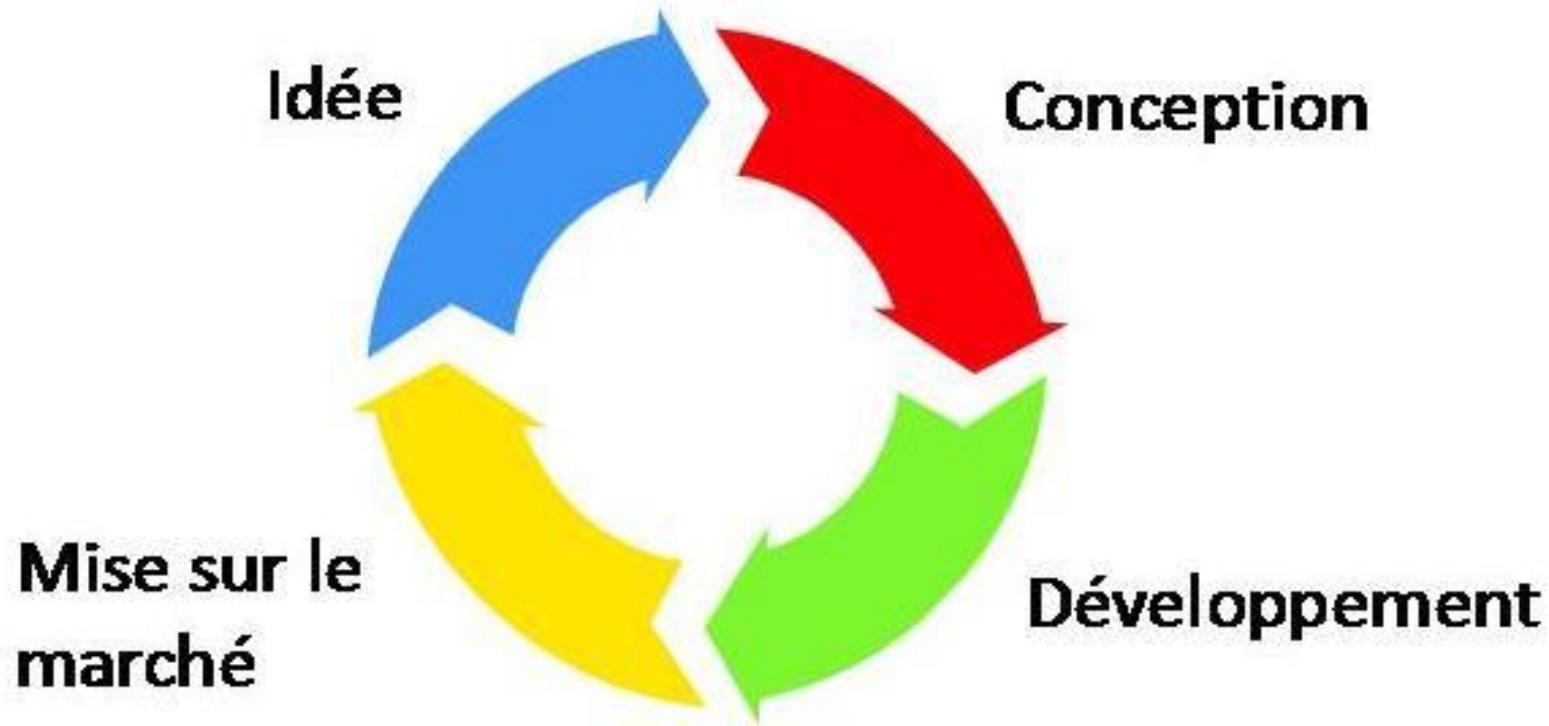
# Activité 1 ( Domaines )/ Exposé Sem 3

- 2 exemples d'innovation
- 2 ou 3 diapositives pour chaque exemple
- Diapositive 1: Présentation personnelle
- Diapo 2 : Photo qui illustre cette innovation, explication de l'idée / Acteurs concernés (entreprises, clients, Etat, communes, citoyens,...)
- Diapositive 3: facteurs de succès ou facteur d'échec

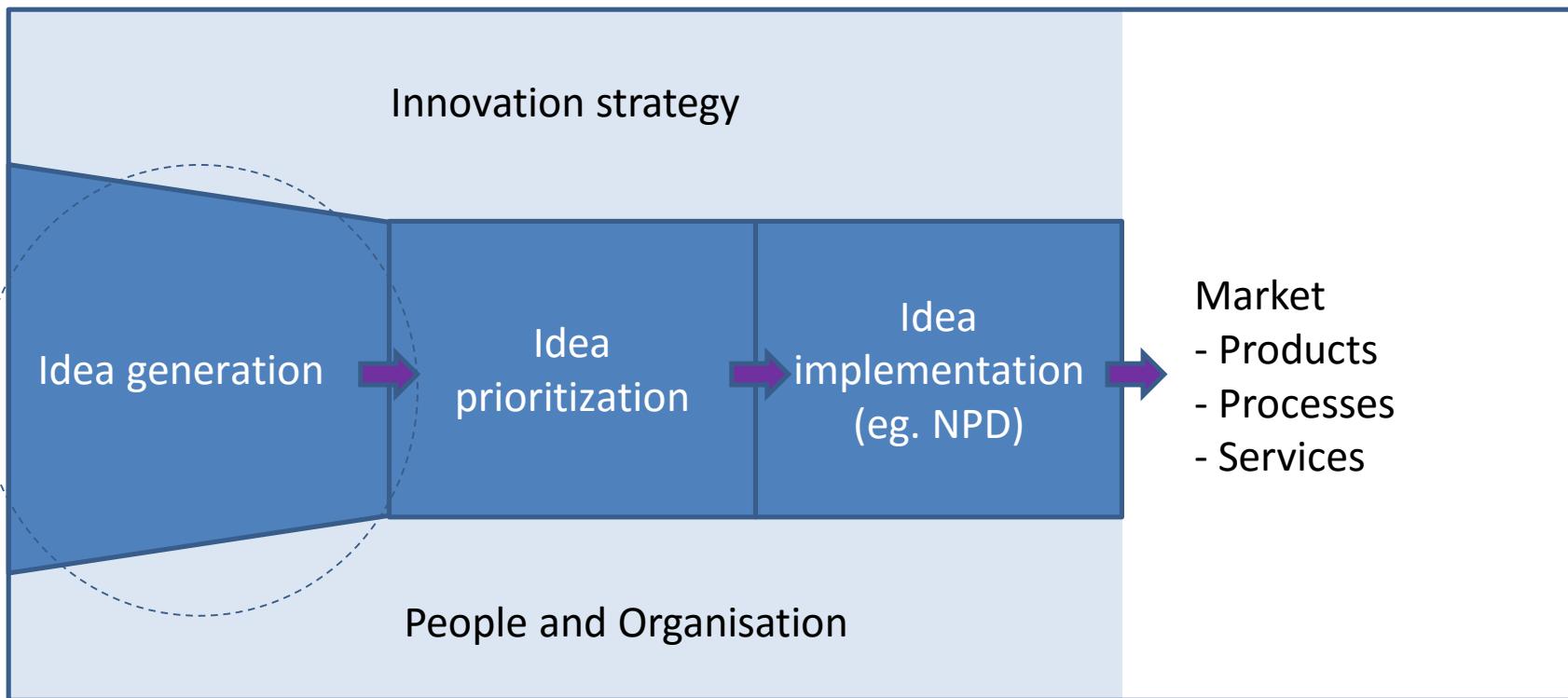
# Une idée, Une innovation



# L'innovation, un processus

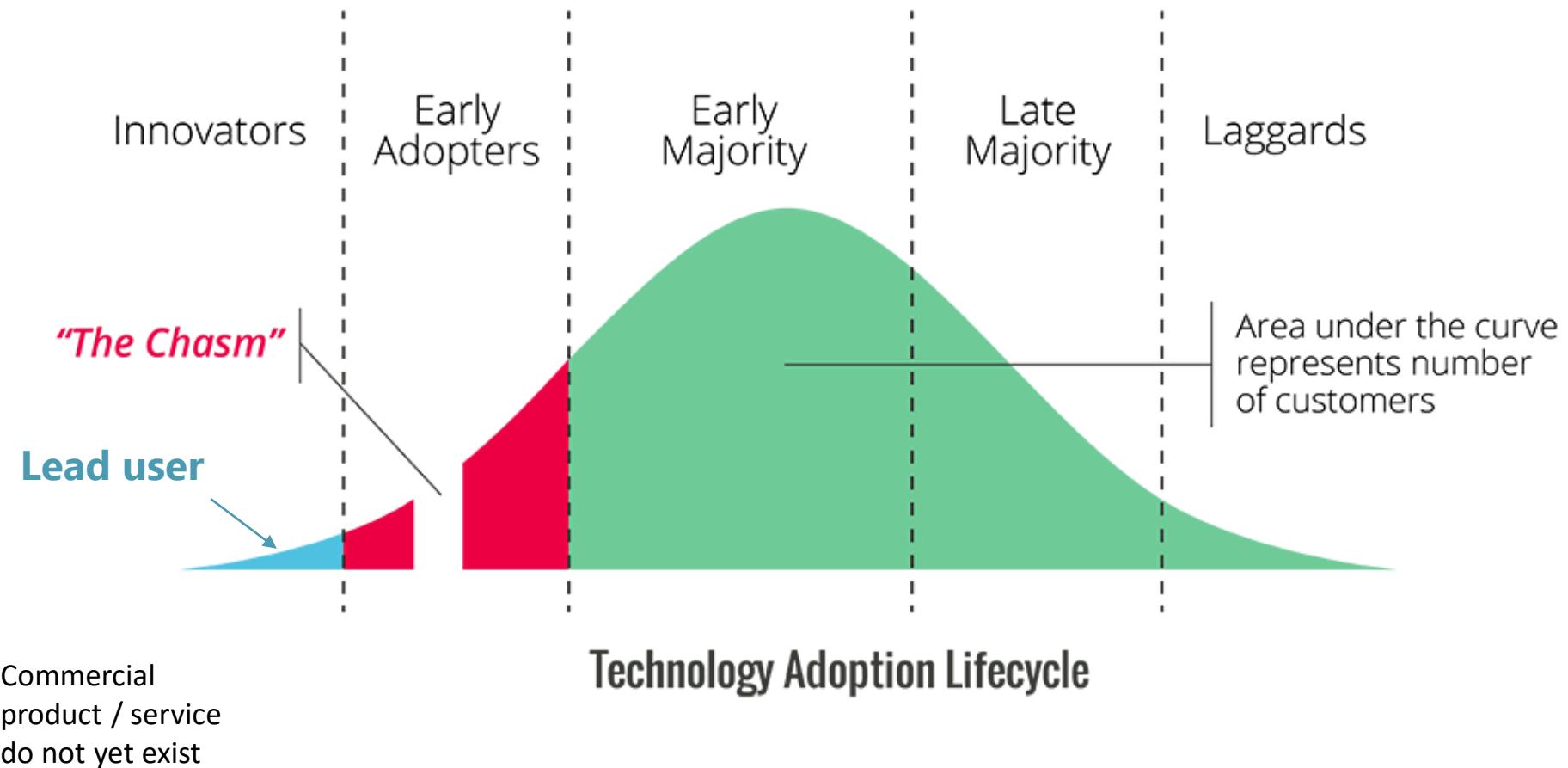


# THE INNOVATION PROCESS



(Goffin/Herstatt/Mitchell 2009)

# ADOPTION AND DIFFUSION OF INNOVATION



Crossing the Chasm, Geoffrey A. Moore (2014) – Picture from <https://ayogo.com/blog/crossing-the-chasm/>

# **Un processus complexe, non linéaire et dont les stades sont inter reliés**

**L'innovation :**  
**n'est pas un changement isolé,**  
**une partie d'un système plus large,**  
**la politique au niveau national et au niveau sectoriel**  
**Les politiques gouvernementales, l'éducation, les valeurs**  
**de la société, les relations industrielles, l'organisation**  
**du secteur, les innovations radicales dans le secteur,**

# Facteurs de succès des innovations

Une culture organisationnelle



Un climat favorable à la génération d'idées nouvelles

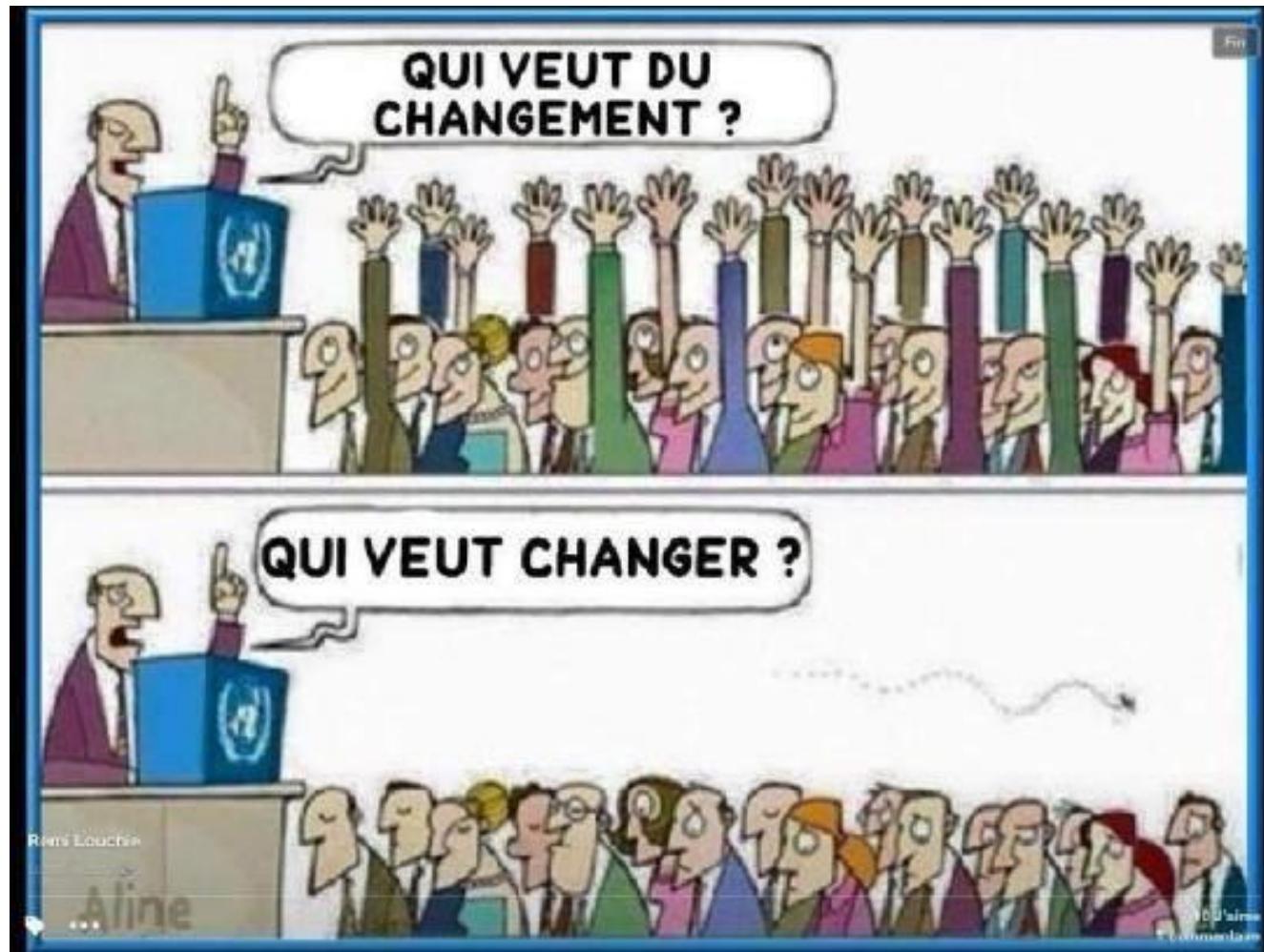
Un esprit d'entreprenariat / Les caractéristiques de l'équipe :sa composition physique, sa diversité, ses spécificités psychologiques

L'identification de chacun dans l'équipe (pas la fonction)

Nouveaux domaines d'investigation en créativité

# Résistance au Changement

## Management du changement



# **L'Indice Mondial de l'Innovation**

# **Global Innovation Index**

# Historique

- ▶ L'Indice mondial de l'innovation (GII) a été lancé en 2007 dans le but d'identifier et de déterminer des mesures et des méthodes susceptibles de dresser un tableau aussi complet que possible de l'innovation dans la société.
  - Le projet GII a été lancé par Soumitra Dutta, doyen de la Saïd Business School de l'Université d'Oxford, en 2007, alors qu'il était à l'INSEAD.
  - L'association de l'OMPI avec le GII a débuté en 2011 et a commencé à coéditer le GII en 2012.
  - En 2013, l'Université Cornell s'est jointe en tant que coéditeur, avec le professeur Dutta représentant le GII à l'Université Cornell et Bruno Lanvin à l'INSEAD.
  - Le GII a continué d'être coédité par l'Université Cornell, l'INSEAD et l'OMPI jusqu'en 2020.
- ▶ Depuis 2021, le GII est publié par l'OMPI en partenariat avec le Portulans Institute, divers partenaires de réseaux corporatifs et universitaires et le Conseil consultatif du GII.



# Définition

- L'Indice mondial de l'innovation, évalue chaque année les pays en fonction de leur capacité et de leur succès en matière d'innovation. Il attribue un score compris entre 0 (pour les performances les moins favorables) et 100 (pour les performances optimales).
- Ce score est ensuite utilisé pour établir un classement, permettant de comparer la position relative des pays en termes d'innovation.
- L'Indice mondial de l'innovation se base sur deux principaux sous-indicateurs:
  - **Les inputs**, qui englobent les institutions, les ressources humaines et la recherche, les infrastructures, la sophistication du marché et la sophistication de l'environnement des affaires.
  - **Les outputs**, qui incluent les connaissances et la technologie, ainsi que la créativité.



# Edition 2023

- 16<sup>ème</sup> édition
- 250 Pages
- L'étude couvre 132 pays
- 80 indicateurs de base
- Top 3 en 2023

GII rank	Economy	Score
1	Switzerland	67.6
2	Sweden	64.2
3	United States	63.5



# Edition 2023

## Classement selon l'Indice mondial de l'innovation 2023

### Classement selon l'Indice mondial de l'innovation 2023

Rang au sein du classement	Rang au sein du groupe de la région	Rang au sein de l'économie	Rang au sein du classement	Rang au sein du groupe de la région	Rang au sein de l'économie
1 Suède	67,6	1	67,6	2	1
2 Suisse	64,2	2	68	1	1
3 États-Unis d'Amérique	63,3	3	69	2	2
4 Royaume-Uni	62,4	4	69,4	47	3
5 Suède	61,5	5	70	1	1
6 Finlande	61,2	6	6	1	1
7 Pays-Bas (Pays-Bas)	60,4	7	71	2	2
8 Allemagne	59,8	8	59	2	2
9 Danemark	58,7	9	70	2	2
10 République de Corée	58,6	10	70	2	2
11 France	56,0	11	6	1	1
12 Chine	55,3	12	4	79	1
13 Israël	54,9	13	59,9	11	1
14 Irlande	54,3	13	1	78	1
15 Canada	54,3	13	61	1	1
16 Estonie	53,4	15	9	82	1
17 Hong Kong (Chine)	53,3	16	5	83	1
18 Autriche	53,3	17	64	1	1
19 Norvège	50,7	18	11	85	1
20 Islande	50,7	19	64	1	1
21 Luxembourg	50,6	20	10	87	1
22 Irak	50,6	20	10	87	1
23 Islande	50,4	21	14	88	1
24 Espagne	49,7	22	14	89	1
25 Australie	49,7	23	6	90	1
26 Malte	49,7	23	19	90	1
27 Nouvelle-Zélande	48,6	26	7	92	1
28 Croatie	48,6	27	14	94	1
29 Espagne	45,9	28	18	95	1
30 Portugal	44,9	29	19	96	1
31 République tchèque	44,8	30	20	97	1
32 Emirats arabes unis	43,2	31	3	98	1
33 Islande	43,2	31	33	99	1
34 Lituanie	42,0	33	22	100	1
35 Hongrie	41,9	34	22	101	1
36 Malte	40,9	35	22	102	1
37 Lettonie	39,7	35	24	103	1
38 Turquie	39,7	35	25	104	1
39 Turquie	38,6	4	8	105	1
40 Inde	38,1	1	1	106	1
41 Grèce	37,7	36	26	107	1
42 Thaïlande	37,5	37	27	108	1
43 Croatie	37,5	37	28	109	1
44 Croatie	37,1	38	28	110	1
45 Slovaquie	36,2	39	29	111	1
46 Lettonie	35,9	40	30	112	1
47 Roumanie	34,7	40	30	113	1
48 Pologne	34,5	41	30	114	1
49 Brésil	33,6	6	1	114	1
50 Qatar	33,4	42	1	115	1
51 Fédération de Russie	33,1	7	1	116	1
52 Chili	33,3	43	2	117	1
53 Irak	33,3	43	3	118	1
54 Macédoine du Nord	33,0	9	13	119	1
55 Ukraine	32,8	3	20	120	1
56 Moldavie	32,7	11	13	121	1
57 Maurice	32,1	10	1	122	1
58 Malte	31,9	11	12	123	1
59 Afrique du Sud	30,4	12	2	124	1
60 République de Moldova	30,3	13	2	125	1
61 Irak	30,2	13	13	126	1
62 Iran (République islamique d')	30,1	6	2	127	1
63 Uruguay	29,9	4	2	128	1
64 Irak	29,5	5	2	129	1
65 Géorgie	29,9	14	1	130	1
66 Colombie	29,4	15	1	131	1
67 Argentine	29,4	15	27	132	1
68 Mongolie	28,8	1	13	133	1
69 Maroc	28,4	2	11	134	1
70 Arménie	28,0	17	13	135	1
71 Argentine	28,0	18	6	136	1
72 Argentine	27,9	22	7	137	1
73 Monténégro	27,8	20	26	138	1
74 Bosnie-Herzégovine	27,1	22	37	139	1
75 Arménie	27,1	23	9	140	1
76 Argentine	27,1	23	9	141	1
77 Argentine	27,1	23	9	142	1
78 Argentine	27,1	23	9	143	1
79 Argentine	27,1	23	9	144	1
80 Argentine	26,8	24	38	145	1
81 Argentine	26,7	25	3	146	1
82 Ouzbékistan	26,2	7	4	147	1
83 Albanie	25,4	26	4	148	1
84 Argentine	25,3	26	10	149	1
85 Botswana	24,6	27	3	150	1
86 Egypte	24,2	28	1	151	1
87 Malte	23,5	29	14	152	1
88 Pakistan	23,3	29	14	153	1
89 Malte	23,3	29	14	154	1
90 Sri Lanka	23,3	13	6	155	1
91 Malte	23,3	29	14	156	1
92 Liban	23,2	17	17	157	1
93 Sénégal	22,5	1	1	158	1
94 République dominicaine	21,8	19	11	159	1
95 El Salvador	21,8	17	12	160	1
96 Argentine	21,6	19	9	161	1
97 Bolivie	21,4	19	13	162	1
98 Paraguay	21,4	31	14	163	1
99 Argentine	21,2	20	8	164	1
100 Kenya	21,2	20	8	165	1
101 Malte	20,7	20	8	166	1
102 Tunisie	20,7	20	5	167	1
103 Malte	20,7	20	8	168	1
104 Malte	20,6	20	8	169	1
105 Malte	20,6	20	8	170	1
106 Malte	20,5	20	8	171	1
107 Malte	20,5	20	8	172	1
108 Malte	20,5	20	8	173	1
109 Malte	20,5	20	8	174	1
110 Malte	20,5	20	8	175	1
111 Malte	20,5	20	8	176	1
112 Malte	20,5	20	8	177	1
113 Malte	20,5	20	8	178	1
114 Malte	20,5	20	8	179	1
115 Malte	20,5	20	8	180	1
116 Malte	20,5	20	8	181	1
117 Malte	20,5	20	8	182	1
118 Malte	20,5	20	8	183	1
119 Malte	20,5	20	8	184	1
120 Malte	20,5	20	8	185	1
121 Malte	20,5	20	8	186	1
122 Malte	20,5	20	8	187	1
123 Malte	20,5	20	8	188	1
124 Malte	20,5	20	8	189	1
125 Malte	20,5	20	8	190	1
126 Malte	20,5	20	8	191	1
127 Malte	20,5	20	8	192	1
128 Malte	20,5	20	8	193	1
129 Malte	20,5	20	8	194	1
130 Malte	20,5	20	8	195	1
131 Malte	20,5	20	8	196	1
132 Malte	20,5	20	8	197	1
133 Malte	20,5	20	8	198	1
134 Malte	20,5	20	8	199	1
135 Malte	20,5	20	8	200	1
136 Malte	20,5	20	8	201	1
137 Malte	20,5	20	8	202	1
138 Malte	20,5	20	8	203	1
139 Malte	20,5	20	8	204	1
140 Malte	20,5	20	8	205	1
141 Malte	20,5	20	8	206	1
142 Malte	20,5	20	8	207	1
143 Malte	20,5	20	8	208	1
144 Malte	20,5	20	8	209	1
145 Malte	20,5	20	8	210	1
146 Malte	20,5	20	8	211	1
147 Malte	20,5	20	8	212	1
148 Malte	20,5	20	8	213	1
149 Malte	20,5	20	8	214	1
150 Malte	20,5	20	8	215	1
151 Malte	20,5	20	8	216	1
152 Malte	20,5	20	8	217	1
153 Malte	20,5	20	8	218	1
154 Malte	20,5	20	8	219	1
155 Malte	20,5	20	8	220	1
156 Malte	20,5	20	8	221	1
157 Malte	20,5	20	8	222	1
158 Malte	20,5	20	8	223	1
159 Malte	20,5	20	8	224	1
160 Malte	20,5	20	8	225	1
161 Malte	20,5	20	8	226	1
162 Malte	20,5	20	8	227	1
163 Malte	20,5	20	8	228	1
164 Malte	20,5	20	8	229	1
165 Malte	20,5	20	8	230	1
166 Malte	20,5	20	8	231	1
167 Malte	20,5	20	8	232	1
168 Malte	20,5	20	8	233	1
169 Malte	20,5	20	8	234	1
170 Malte	20,5	20	8	235	1
171 Malte	20,5	20	8	236	1
172 Malte	20,5	20	8	237	1
173 Malte	20,5	20	8	238	1
174 Malte	20,5	20	8	239	1
175 Malte	20,5	20	8	240	1
176 Malte	20,5	20	8	241	1
177 Malte	20,5	20	8	242	1
178 Malte	20,5	20	8	243	1
179 Malte	20,5	20	8	244	1
180 Malte	20,5	20	8	245	1
181 Malte	20,5	20	8	246	1
182 Malte	20,5	20	8	247	1
183 Malte	20,5	20	8	248	1
184 Malte	20,5	20	8	249	1
185 Malte	20,5	20	8	250	1
186 Malte	20,5	20	8	251	1
187 Malte	20,5	20	8	252	1
188 Malte	20,5	20	8	253	1
189 Malte	20,5	20	8	254	1
190 Malte	20,5	20	8	255	1
191 Malte	20,5	20	8	256	1
192 Malte	20,5	20	8	257	1
193 Malte	20,5	20	8	258	1
194 Malte	20,5	20	8	259	1
195 Malte	20,5	20	8	260	1
196 Malte	20,5	20	8	261	1
197 Malte	20,5	20	8	262	1
198 Malte	20,5	20	8	263	1
199 Malte	20,5	20	8	264	1
200 Malte	20,5	20	8	265	1
201 Malte	20,5	20	8	266	1
202 Malte	20,5	20	8	267	1
203 Malte	20,5	20	8	268	1
204 Malte	20,5	20	8	269	1
205 Malte	20,5	20	8	270	1
206 Malte	20,5	20	8	271	1
207 Malte	20,5	20	8	272	1
208 Malte	20,5	20	8	273	1
209 Malte	20,5	20	8	274	1
210 Malte	20,5	20	8	275	1
211 Malte	20,5	20	8	276	1
212 Malte	20,5	20	8	277	1
213 Malte	20,5	20	8	278	1
214 Malte	20,5	20	8	279	1
215 Malte	20,5	20	8	280	1
216 Malte	20,5	20	8	281	1
217 Malte	20,5	20	8	282	1
218 Malte	20,5	20	8	283	1
219 Malte	20,5	20	8	284	1
220 Malte	20,5	20	8	285	1
221 Malte	20,5	20	8	286	1
222 Malte	20,5	20	8	287	1
223 Malte	20,5	20	8	288	1
224 Malte	20,5	20	8	289	1
225 Malte	20,5	20	8	290	1
226 Malte	20,5	20	8	291	1
227 Malte	20,5	20	8	292	1
228 Malte	20,5	20	8	293	1
229 Malte	20,5	20	8	294	1
230 Malte	20,5	20	8	295	1
231 Malte	20,5	20	8	296	1
232 Malte	20,5	20	8	297	1
233 Malte	20,5	20	8	298	1
234 Malte	20,5	20	8	299	1
235 Malte	20,5				

# **Interface interactive de l'OMPI**

- Des chiffres interactifs sur l'économie du GII peuvent être consultées sur le lien:
  - **<https://www.wipo.int/gii-ranking/>**

# Tunisie (2023)



- Des chiffres à partir du rapport 2023:

Rang de l'Indice mondial de l'innovation Économie	Classement
1 Suisse	67,6
2 Suède	64,2
3 États-Unis d'Amérique	63,5
70 Maroc	28,4
79 Tunisie	26,9

Pays/Économie	Indice mondial de l'innovation, classement global		Institutions	Capital humain et recherche	Infrastructure	Perfectionnement des marchés	Perfectionnement des entreprises	Résultats en matière de connaissances et de technologie		Produits de la créativité
	Score	Rank						Score	Rank	
Suisse	67,6	1	2	6	4	7	5	1	1	
Suède	64,2	2	18	3	2	10	1	3	8	
États-Unis d'Amérique	63,5	3	16	12	25	1	2	2	12	
Maroc	28,4	70	83	86	94	80	107	65	55	
Tunisie	26,9	79	107	46	89	98	119	50	72	

# Références

- <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-appendix1-en-appendix-i-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>
- <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>
- <https://www.wipo.int/gii-ranking/>
- <https://www.wipo.int/gii-ranking/en/tunisia/onepager>

---

# REFLECTION AND FEEDBACK

---



## TECHNOLOGIES & INNOVATION BUSINESS

- Quelles sont les top technologies ces dernières années
- Quel est leur impact stratégique sur le Business
- Quels sont les domaines du Business les plus concernés par les innovations technologiques

# Top ten technologies ? 2019- 2022

2019

1. IoT
2. AI
3. 5G
4. Serverless Computing
5. Blockchain
6. Robotics
7. Biometrics
8. 3D Printing
9. Virtual Reality/Augmented Reality
10. Drones

2020

1. AI
2. 5G
3. IoT
4. Serverless Computing
5. Biometrics
6. Augmented Reality/Virtual Reality
7. Blockchain
8. Robotics
9. Natural Language Processing
10. Quantum Computing



## Top 10 emerging technologies for 2020

- 1. AI** Artificial intelligence refers to programmed algorithms that automatically parse and apply knowledge.
- 2. 5G** offers improvements over 4G, such as low latency, intelligent power consumption and high device density. 5G will make augmented reality, smart cities and connected vehicles possible.
- 3. IoT** combines information from connected devices and allows for analytics of systems.
- 4. Serverless Computing** or Function as a Service (FaaS), allows companies to build applications that scale in real time so that they can respond to demand instantly
- 5. Biometrics** will improve security by allowing people and devices to authenticate and move seamlessly through the world.

<https://www.techrepublic.com/article/top-10-emerging-technologies-of-2020-winners-and-losers/>

## Top 10 emerging technologies for 2020

- 6. Augmented Reality/Virtual Reality** transform how people engage with machines, data and each other.
- 7. Blockchain** manages data and supply chain challenges providing security and network accessibility.
- 8. Robotics** are shifting from industrial use to service delivery and are impacting home and businesses, both physically and virtually.
- 9. Natural Language Processing:** NLP is a field of AI that enables computers to analyze and understand human language.
- 10. Quantum Computing:** It is the key to leveraging machine learning and the power of AI.

<https://www.techrepublic.com/article/top-10-emerging-technologies-of-2020-winners-and-losers/>

## 4 IMPACTFUL TECHNOLOGIES FROM THE GARTNER EMERGING TECHNOLOGIES AND TRENDS IMPACT RADAR FOR 2021

THURSDAY, JANUARY 21, 2021



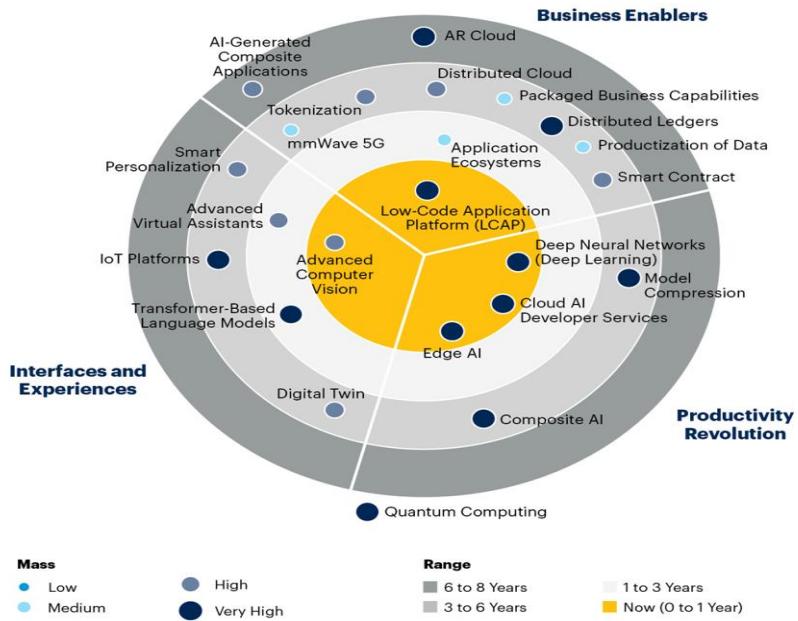
MY LIST SHARE



### Quantum Computing

Enables computers to achieve unprecedented levels of performance. Quantum computers are incredibly fast and effective. They can perform calculations in few seconds for which today's supercomputers would need decades or even millennia.

## Emerging Technologies and Trends Impact Radar



[gartner.com/SmarterWithGartner](http://gartner.com/SmarterWithGartner)

Source: Gartner  
© 2021 Gartner, Inc. All rights reserved. CTMKT\_1151750

**Gartner**®

## Composite AI

The “combination of different AI techniques (Machine learning, deep learning, NLP, optimization..) to achieve the best result”

## AI – VR

There is a whole new level of virtual assistance on the way called advanced virtual assistants, which are capable of functioning as virtual billing agents, virtual AI/VR agents or even virtual driver/car agents.

The impact will be substantial in industries, organizations and consumer interactions.

## Quantum Computing – AI

Quantum computers will take artificial intelligences (AI) a big step forward. These could safely and reliably take over tasks such as data evaluation or forecasting.

## Natural language processing (NLP)

refers to the branch of computer science and more specifically, the branch of AI concerned with giving computers the ability to understand text and spoken words in much the same way human beings can.

Big

Data

Transformation

IDEA

IOT

BUSINESS  
social

TECHNOLOGY

Innovat  
ION

INTERNET

MARKET

CONNECT

AI

Big  
Data

Innovation

## 2- ET and Business Innovation

Emerging technologies provide a strategic roadmap to firm differentiation over the next three to five years.



Active Windows  
<https://www.gartner.com/en/information-technology/insights/top-technology-trends>

## Gartner Top Strategic Technology Trends for 2021

People centricity	Location independence	Resilient delivery
 Internet of Behaviors	 Distributed cloud	 Intelligent composable business
 Total experience strategy	 Anywhere operations	 AI engineering
 Privacy-enhancing computing	 Cybersecurity mesh	 Hyperautomation

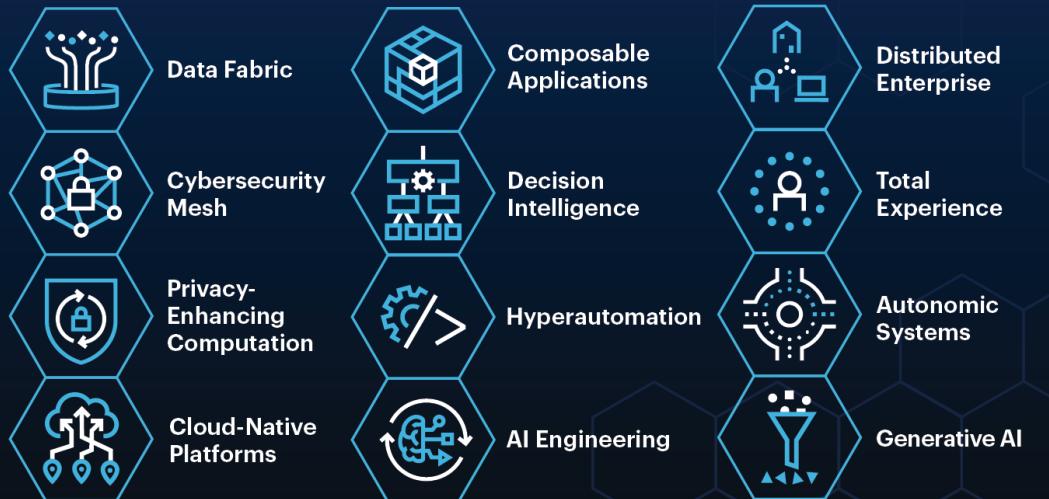
## Top Strategic Technology Trends for 2022



© 2021 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. 1397600

Gartner

# Top Strategic Technology Trends for 2022



© 2021 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. 1397600

## Generative AI?

Generative AI enables using existing content like text, audio files, or images to create new plausible contents. It allows machines to abstract the underlying pattern related to the input, and then use that to generate similar contents.

## Think of data fabric as a self driving car (Gartner.com)

- ✓ Consider two scenarios. In the first, the driver is active and paying full attention to the route, and the car's autonomous element has minimum or no intervention. In the second, the driver is slightly lazy and loses focus, and the car immediately switches to a semi-autonomous mode and makes the necessary corrections.
- ✓ Both scenarios sum up how data fabric works. It monitors the data pipelines as a passive observer at first and starts suggesting alternatives that are far more productive.
- ✓ When both the data “driver” and the machine-learning are comfortable with **repeated scenarios**, they complement each other by **automating improvisational tasks** (that consume too many manual hours), **while leaving the leadership free to focus on innovation**.

## 2022 Trends 12 Technology trends - 3 strategic orientations



### Engineering Trust

Integrating and processing Data more securely across cloud and non-cloud environments



### Sculpting Change

- Scaling and accelerating the organization's digitalization.
- Creating applications more rapidly to automate business activities, optimize AI and enable quicker, smarter decisions.



### Accelerating Growth

Enabling to maximize value creation and enhance digital capabilities

<b>Categories of E-commerce technologies</b>	<b>Frequency</b>	<b>Related terms as cited in the corpus</b>
MT	12	mobile computing, mobile commerce, mobile devices, mobile services, mobile applications, mobile payment, smartphone games
ICT	37	ICT, E-commerce, telecommunication, fiber channel, network optimisation, new generation networks, machine-to-machine communication, IT, information systems, fintech, virtual reality
IT SERVICES	16	workflow, resource sharing, self-service parcel delivery service, website ranking, web programming, web 2.0
SECURITY	13	electronic signature, trust, two-factor authentication, secure system, encryption, e-commerce vulnerability, computer security
PLATFORMS	39	social networks, e-commerce platform, third-party websites, multi-sided platform, third-party payment, social information systems, dual-purposed information systems
AI	32	mobile agent, agent system, deep learning and RS, neuronal networks, reinforcement learning, chatbot, AI, prediction algorithm, training, machine learning, deep learning
DATA ANALYTICS	16	machine learning, BI, big data analytics, big data and decision support systems, data visualization, data mining and RS, Big Data, data mining data
DECISION SUPPORT SYSTEMS (DSS)	25	RS, decision making, decision support systems, multiple-criteria decision-making, cluster analysis

## Emerging technologies and Business Innovation (All Fields/ Contexts )

Banking : Fin Tech,  
Cryptocurrency, Blockchain  
Technologies, Text mining,  
visualisation

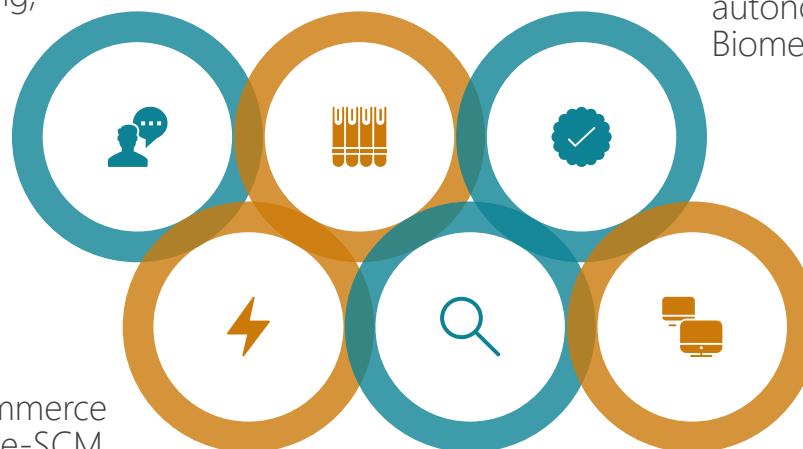
Agriculture : IoT, AI,  
Autonomous systems,

Airlines: E-commerce  
technologies, e-SCM,  
Distributed enterprise,  
IoT, Platforms

Tourism: Platform, Data Fabrics,  
Recommender Systems, text  
mining, sentiment analysis

Industry : Robotics,  
optimization tools, IoT  
Hyper automation,  
autonomous systems ,  
Biometrics

E-learning: Learning  
Platforms, Cloud  
technologies, Cybersecurity



E-health : AI, data  
analytics, IoT, decision  
intelligence , AR/ VR,  
Robotics

## Emerging technologies and Business Innovation (All functions, departments)

Finance: Digital assets, crypto currency, Blockchain Technologies, Sentiment analysis, Text mining, visualisation .

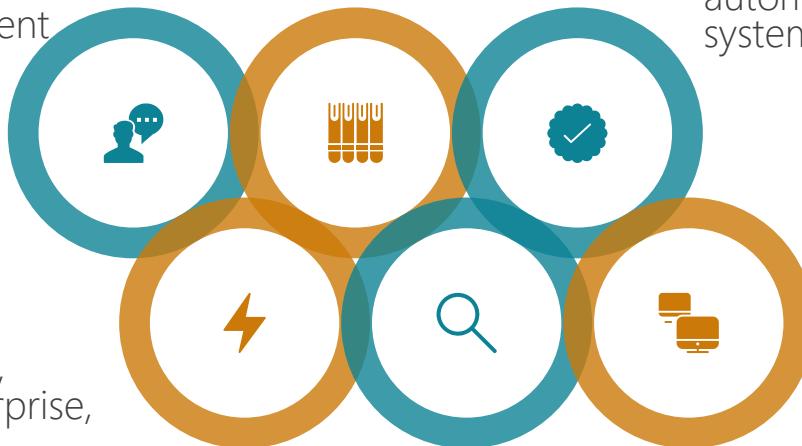
HR: Platform, Professional Networks, Recommender Systems

Production/ factory: Robotics, optimization tools, IoT, Hyper automation, autonomous systems

Logistics: e-SCM, Distributed enterprise, IoT, Platforms

Research and Development: Open Innovation, Collaborative Platforms, Cloud technologies, Cyber security

Marketing : E-commerce technologies, SEO, Recommender systems, Social media data analytics, IoT, total experience, decision intelligence , AR/ VR



# Créativité et Innovation



You may say I am a dreamer  
But I am not,

[I have goals]

(John Lennon, [Ibrahim H. Osman])

# Clarification du concept d'innovation

Innovation

vs

créativité

# NEW PRODUCT FAILURE RATES

Source: Stevens, G.A. and Berkley, L. "3,000 New Ideas & 1 Commercial Success", (May/June 1997)



# Importance des compétences professionnelles pour l'innovation : Ouverture, Flexibilité, Veille, réactivité



In the new world,  
it is not the big fish  
which eats the  
small fish, it's the  
fast fish which  
eats the slow fish

Klaus Schwab  
Founder and Executive Chairman  
World Economic Forum

# Pourquoi l'échec des innovations



Certaines innovations radicales ont la capacité de détruire la fortune des firmes

# Facteurs de succès des innovations

## Le rôle des « champions d'innovation »



« la personne qui a dû avoir le prestige et la crédibilité au sein de l'organisation, pour pouvoir utiliser le réseau interne de l'entreprise et vendre l'innovation »

Agent de changement – Innovateur

Une interface entre l'idée créative et l'organisation

# Facteurs de succès des innovations

**Le rôle des leaders dans le développement d'un climat favorable à l'innovation**



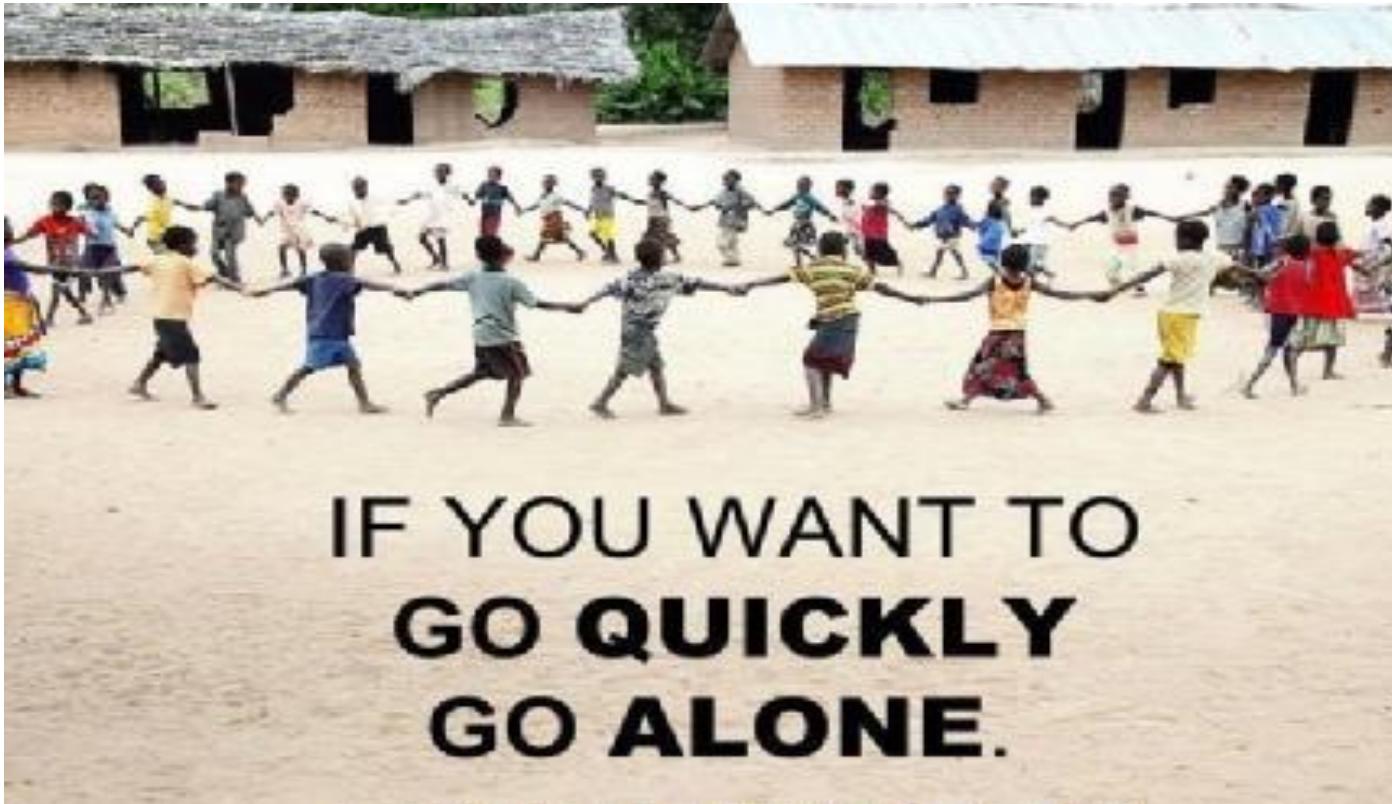
**"85% of your financial success is  
due to your personality and ability to  
communicate, negotiate, and lead.  
Shockingly, only 15% is due to  
technical knowledge.**

**~ Carnegie Institute of Technology**

**When I Talk to Managers**  
**I get the feeling that**  
**They are Important.**

---

**When I Talk to Leaders**  
**I get the feeling that**  
**I am Important.**



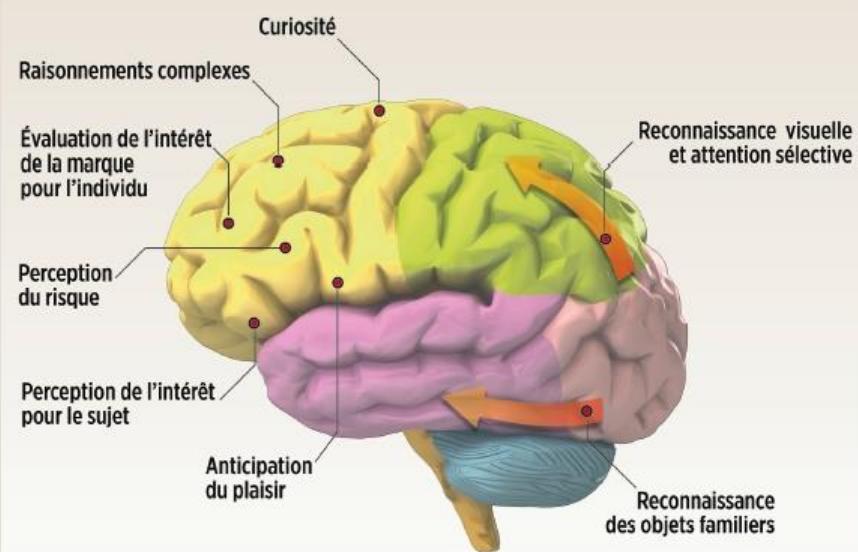
**IF YOU WANT TO  
GO QUICKLY  
GO ALONE.**

?

# La créativité : Un don, une attitude, ou un apprentissage ?

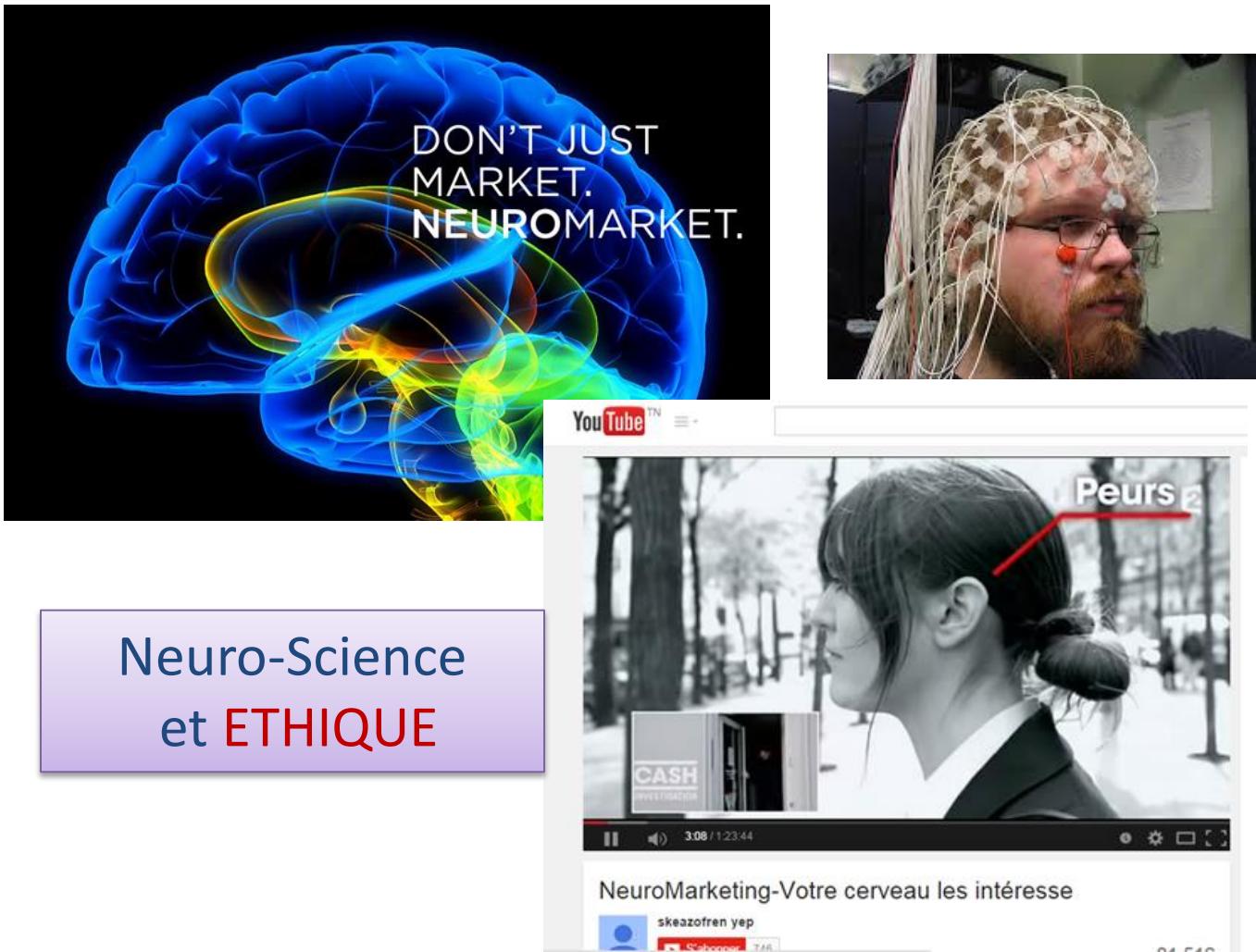
- Naît-on créatif ou le devient-on ?
- La notion de créativité est difficile à cerner
- Cerveau gauche et cerveau droit ?
- le cerveau gauche régit les qualités analytiques, pratiques et logiques tandis que le cerveau droit est le siège de la créativité, de la sensualité et de la passion
- L'activité cérébrale s'apparente davantage à des réseaux et à des processus engageant à la fois le cerveau gauche et le cerveau droit.

## Ces zones du cerveau qui intéressent les spécialistes du neuromarketing



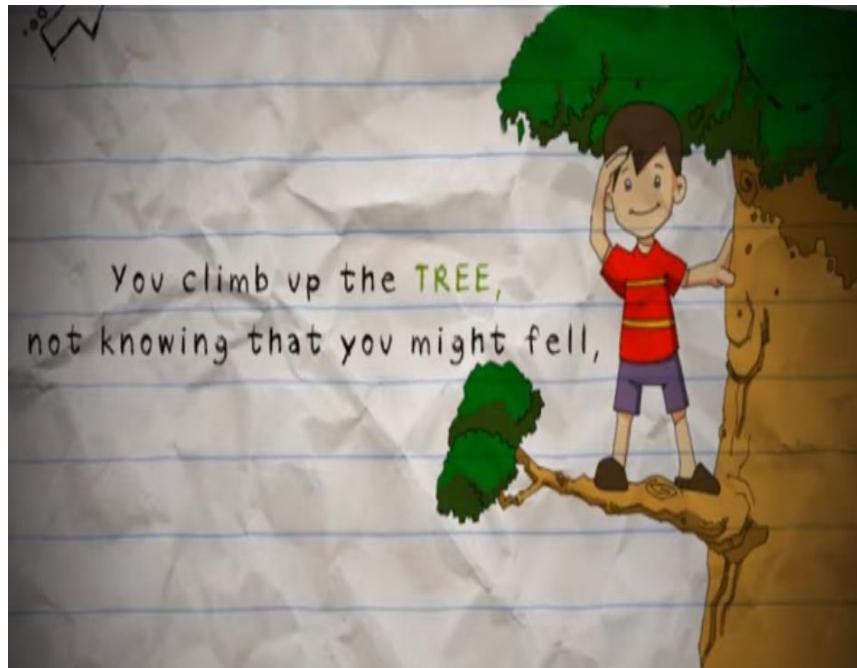
Chaque zone du cerveau réagit à un stimulus différent. Les marques ajustent leurs messages en conséquence. Les neurosciences fournissent ainsi des informations complémentaires aux méthodes classiques.

<http://wax-science.fr/neuromarketing-notre-cerveau-en-2-0/>

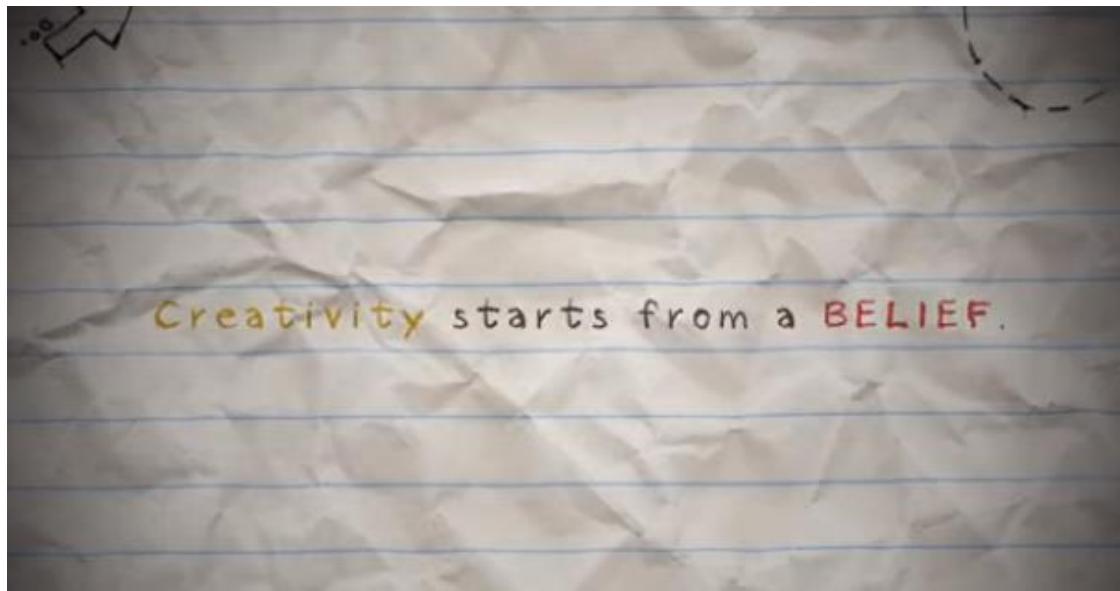


<https://www.youtube.com/watch?v=7OqBkm2Pi6I>

## La créativité, Un don ?



- « La créativité, c'est l'intelligence qui s'amuse » Einstein
- Pour Steve Jobs, on est créatif malgré soi
- « *Créativité signifie simplement connecter des choses. C'est être capable d'établir une connexion entre certaines de ses expériences et de synthétiser de nouvelles choses*»



**“The painting exercises definitely got us in touch with capabilities that usually lie dormant in our current environment.”**

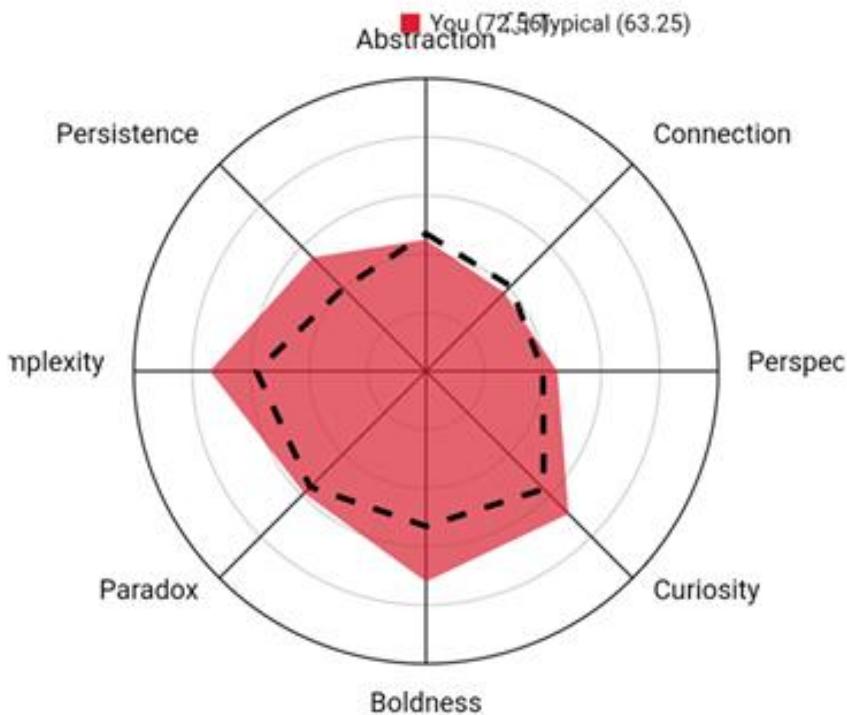
# La créativité, Un don, une attitude, un apprentissage ?

- La créativité est l'**acte de transformer des idées nouvelles et imaginatives dans la réalité** (Linda Naiman, fondatrice de Creativity at Work)
- La créativité est davantage une manière de fonctionner qu'un talent
- Le point commun entre Mozart, Picasso et LeBron James ? **Le travail et la persévérance.**
- Le génie + Le Travail et la persévérance
- **La peur de l'erreur est un immense frein à la créativité**

# La créativité, Un état d'esprit, une attitude, un comportement

- L'humilité est une condition nécessaire à la créativité: Apprendre
- La créativité est un **état d'esprit** : de nouvelles choses à apprendre en permanence, à imaginer et à réaliser. <http://www.testmycreativity.com/>
- La créativité se mesure: Abstraction, Connexion, Perspectives, Curiosité, Audace, Paradoxe, Complexité, Persistance

# Your creativity score is **72.56**





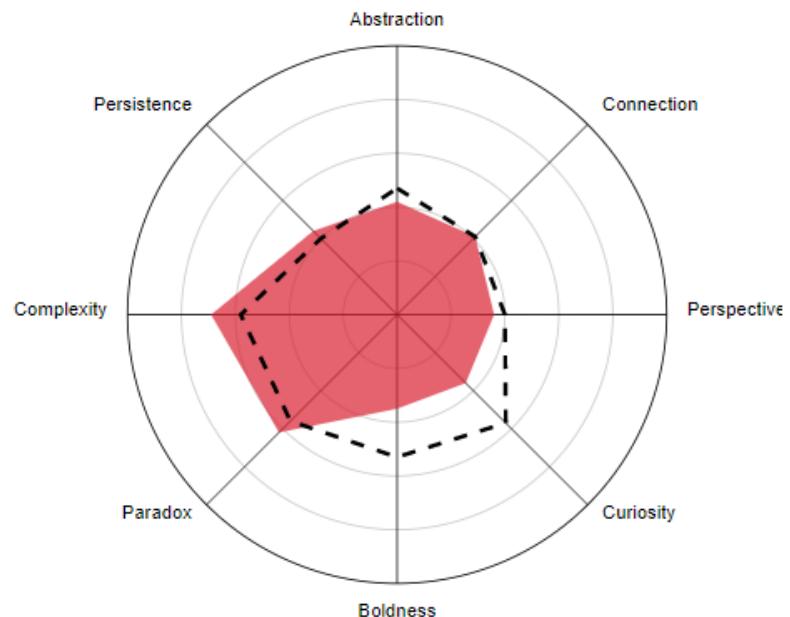
TEST MY  
CREATIVITY

Share your creativity



Your creativity score is **59.54**

■ You (59.54)    □ Typical (63.25)



#### Explanation of different metrics

**Abstraction** The ability to abstract concepts from ideas

**Connection** The ability to make connections between things that don't initially have an apparent connection

**Perspective** The ability to shift ones perspective on a situation - in terms of space and time, and other people

**Curiosity** The desire to change or improve things that everyone else accepts as the norm

**Boldness** The confidence to push boundaries beyond accepted conventions. Also the ability to eliminate fear of what others think of you

**Paradox** The ability to simultaneously accept and work with statements that are contradictory

**Complexity** The ability to carry large quantities of information and be able to manipulate and manage the relationships between such information

**Persistence** The ability to force oneself to keep trying to derive more and stronger solutions even when good ones have already been generated

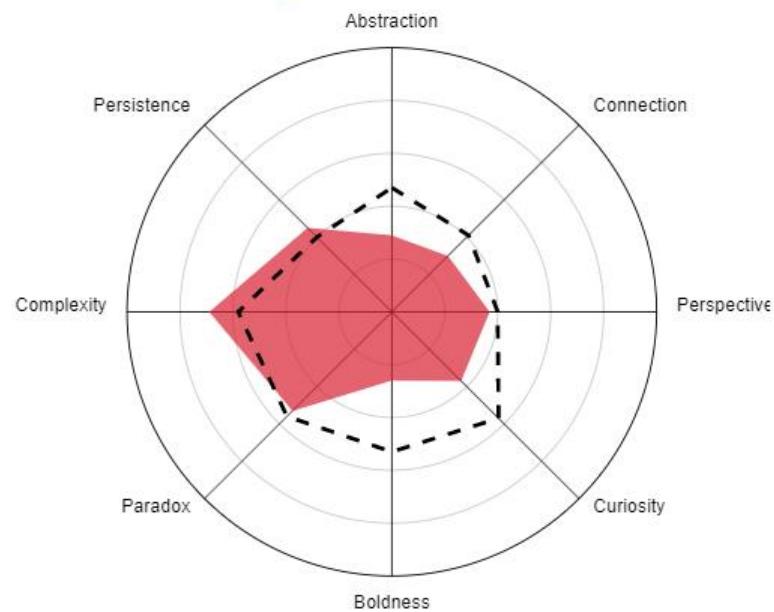
Activier Wind



TEST MY  
CREATIVITY

Your creativity score is **54.32**

■ You (54.32) □ Typical (63.25)



Share your creativity



#### Explanation of different metrics

**Abstraction** The ability to abstract concepts from ideas

**Connection** The ability to make connections between things that don't initially have an apparent connection

**Perspective** The ability to shift one's perspective on a situation - in terms of space and time, and other people

**Curiosity** The desire to change or improve things that everyone else accepts as the norm

**Boldness** The confidence to push boundaries beyond accepted conventions. Also the ability to eliminate fear of what others think of you

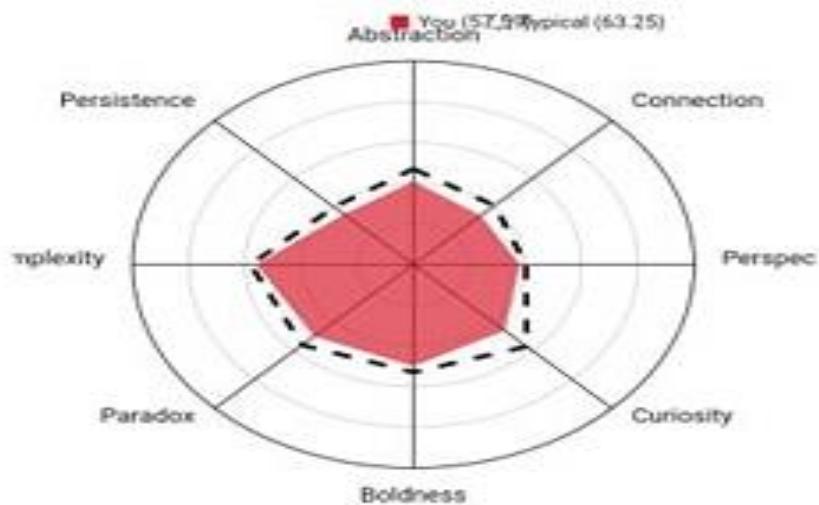
**Paradox** The ability to simultaneously accept and work with statements that are contradictory

**Complexity** The ability to carry large quantities of information and be able to manipulate and manage the relationships between such information

**Persistence** The ability to force oneself to keep trying to derive more and stronger solutions even when good ones have already been generated

Active  
Accédez

Votre score de créativité  
est de **57,59**

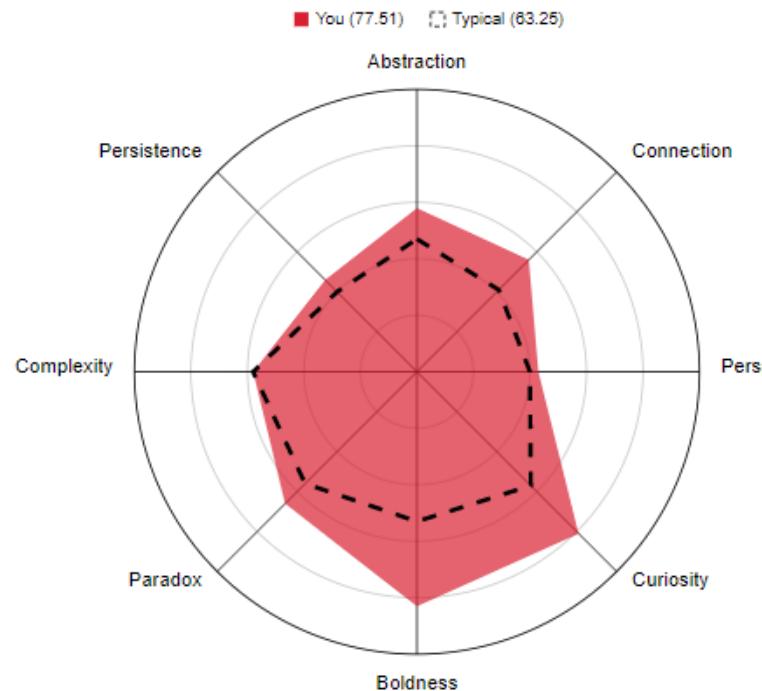




TEST MY  
CREATIVITY



Your creativity score is **77.51**



#### Explanation of different metrics

**Abstraction** The ability to abstract concepts from ideas

**Connection** The ability to make connections between things that don't initially have an apparent connection

**Perspective** The ability to shift ones perspective on a situation - in terms of space and time, and other people

**Curiosity** The desire to change or improve things that everyone else accepts as the norm

**Boldness** The confidence to push boundaries beyond accepted conventions. Also the ability to eliminate fear of what others think of you

**Paradox** The ability to simultaneously accept and work with statements that are contradictory

**Complexity** The ability to carry large quantities of information and be able to manipulate and manage the relationships between such information

**Persistence** The ability to force oneself to keep trying to derive more and stronger solutions even when good ones have already been generated

<http://www.testmycreativity.com/>

Active  
Accédez

- **Abstraction** – La capacité d'abstraire des concepts à partir d'idées
- **Connexion** – La capacité de faire des liens entre des choses qui n'en ont pas en apparence
- **Perspective** – La capacité de changer de perspective à propos d'une situation – en termes d'espace, de temps et de gens
- **Curiosité** – Le désir de changer ou d'améliorer des choses communément acceptées comme des normes
- **Audace** – L'acte de repousser les limites au-delà des conventions. Également la capacité d'éliminer la peur de ce que les autres pensent de vous
- **Paradoxe** – La capacité à la fois d'accepter et de travailler avec des affirmations contradictoires
- **Complexité** – La capacité de retenir une grande quantité d'informations et de les manipuler ainsi que d'établir des liens entre ces informations
- **Persistiance** – La capacité à continuer à établir davantage et de meilleures solutions même si de bonnes idées ont déjà été trouvées.



16 Personalities

Test de personnalité

Types de personnalité

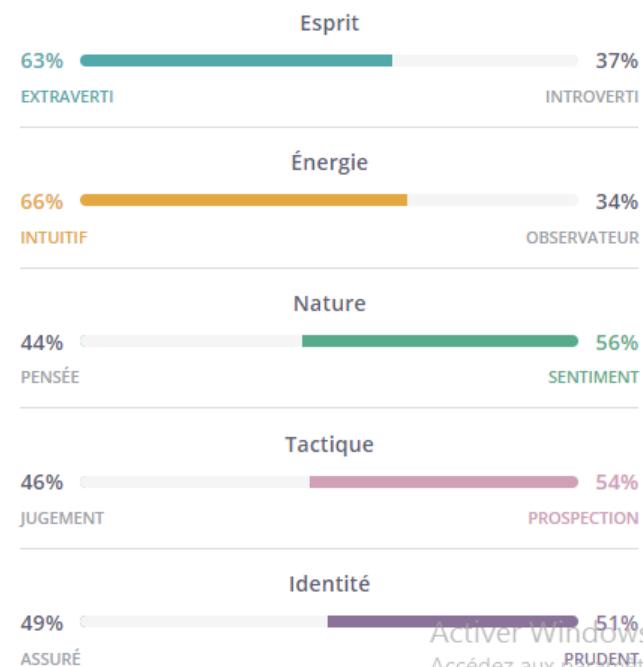
Contact

Français

Votre type de personnalité est :

# Inspirateur

## ENFP-T



Activer Windows  
PRUDENT  
Accédez aux paramètres pour activer Windows.

# La personnalité « Inspirateur »

*Votre gagne-pain ne m'intéresse pas. Je veux savoir de quoi vous vous languissez et si vous osez rêver de rencontrer ce dont votre cœur se languit. Votre âge ne m'intéresse pas. Je veux savoir si vous accepterez de prendre le risque d'avoir l'air idiot pour l'amour, pour vos rêves, pour l'aventure d'être vivant.*

ORIAH MOUNTAIN DREAMER

La personnalité « Inspirateur » est un véritable esprit libre. Ils sont souvent l'âme d'une soirée mais, à la différence des Explorateurs, ils sont moins intéressés par l'excitation et le plaisir purs du moment présent que par l'appréciation des connexions sociales et émotionnelles qu'ils établissent avec autrui. Charmants, indépendants, énergiques et compatissants, les 7 % de la population qu'ils représentent peuvent certainement se repérer dans n'importe quelle foule.



Activer Windows

Accédez aux paramètres pour activer Windows.

---

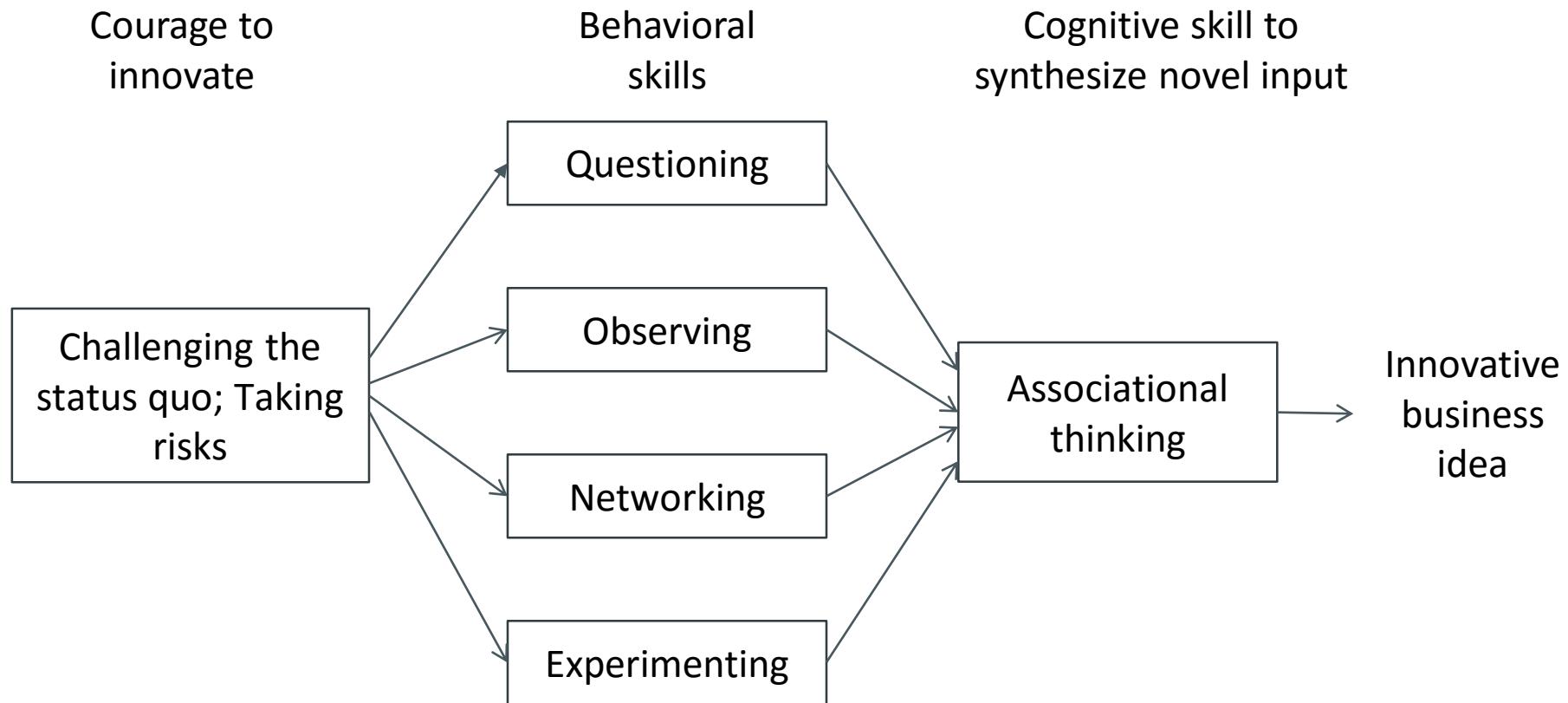
## CREATIVITY : THE IMPORTANCE OF BEHAVIORAL SKILLS

---

The ability to generate innovative ideas is not merely a function of the mind, but also a function of the exercise of behavioral skills

(Dyer et al., 2011)

# MODEL FOR GENERATING INNOVATIVE IDEAS



(Dyer et al., 2011)

# ASSOCIATING

- „Creativity is connecting things“ Steve Jobs.
- Einstein called creative thinking „combinatorial play“ and saw it as „the essential feature in productive thought“
- Lego thinking



+



=



(according to: Dyer et al., 2011)

---

# TIPS FOR DEVELOPING ASSOCIATING SKILLS

---

- Tip #1: Force new associations
- Tip #2: Take on the persona of a different company
- Tip #3: Generate metaphors
- Tip #4: Build your own curiosity box
- Tip #5: SCAMPER: Substitute; Combine; Adapt; Magnify; Minimize; Modify; Put to other uses; Eliminate; Reverse; Rearrange

(Dyer et al., 2011)

---

# QUESTIONING

---

- Innovators ask more questions and more provocative questions than non-innovators
- Questions that describe the territory explore what currently is/what caused the situation.
- Questions that disrupt the territory use “why?”, “why not” and most importantly “what if”
- “What if?” questions are especially important. By imposing/removing constraints forces out-of-the-box thinking because it ignites new associations
- But questions alone do not produce innovations

(Dyer et al., 2011)

---

# OBSERVING

---

- Trying to develop a sense, as if you see something for the first time even though you have seen it many times before.
- IDEO – „pretend to be an anthropologist“
- Observing is carefully, intentionally, and consistently looking out for small behavioral details, in order to gain insights about new ways of doing things
- Understanding all dimensions of „getting the job done“ – functional, social, and emotional

(Dyer et al., 2011)

---

# TIPS FOR DEVELOPING OBSERVATION SKILLS

---

- Tip #1: Observe customers
- Tip #2: Observe companies
- Tip #3: Observe whatever strikes your fancy
- Tip #4: Observe with all your senses

(Dyer et al., 2011)

---

# NETWORKING

---

- Find and test ideas through a network of diverse individuals
- Innovators can gain radically different perspectives by networking with individuals from diverse backgrounds

(Dyer et al., 2011)

---

## TIPS FOR DEVELOPING IDEA NETWORKING SKILLS

---

- Tip #1: Expand the diversity of your network
- Tip #2: Start a “mealtime networking” plan
- Tip #3: Plan to attend at least two conferences/ year
- Tip #4: Start a creative community
- Tip #5: Invite an outsider
- Tip #6: Cross-train with experts

(Dyer et al., 2011)

---

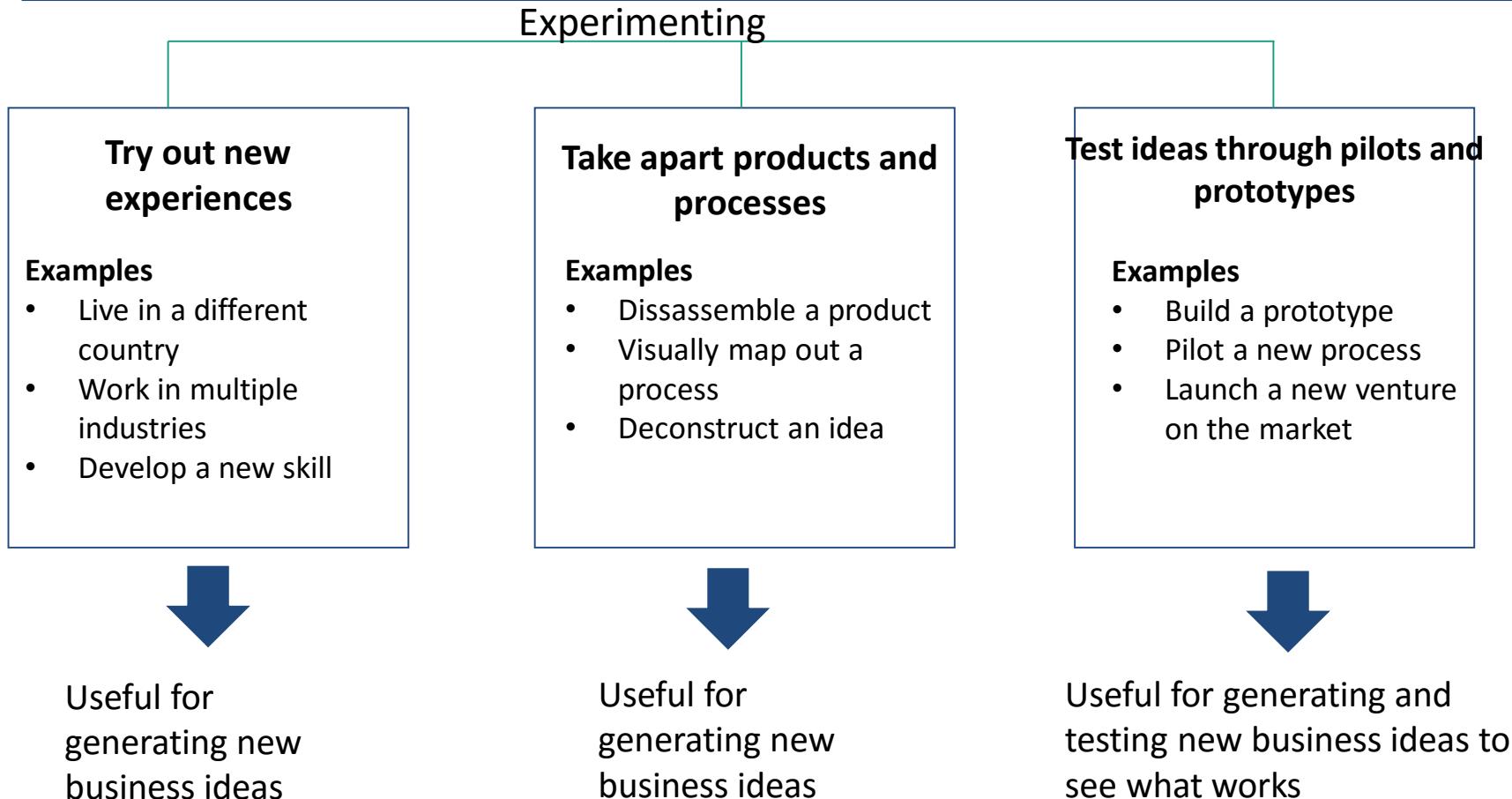
# EXPERIMENTING

---

- Actively try out new ideas
- Construct interactive experiences
- Try to provoke unorthodox responses to see what insights emerge
- Innovators are experimental in nature and are constantly trying new experiences and exploring new ideas

(Dyer et al., 2011)

# THREE WAYS THAT INNOVATORS EXPERIMENT



(Dyer et al., 2011)

## Conclusion

### 4 niveaux d'analyse de l'innovation

1. L'individu: La créativité , le leadership
2. L'organisation: le climat, la taille, le secteur
3. La culture : L'orientation marketing
4. La technologie



# Le design Thinking

Une approche de l'innovation et de son management

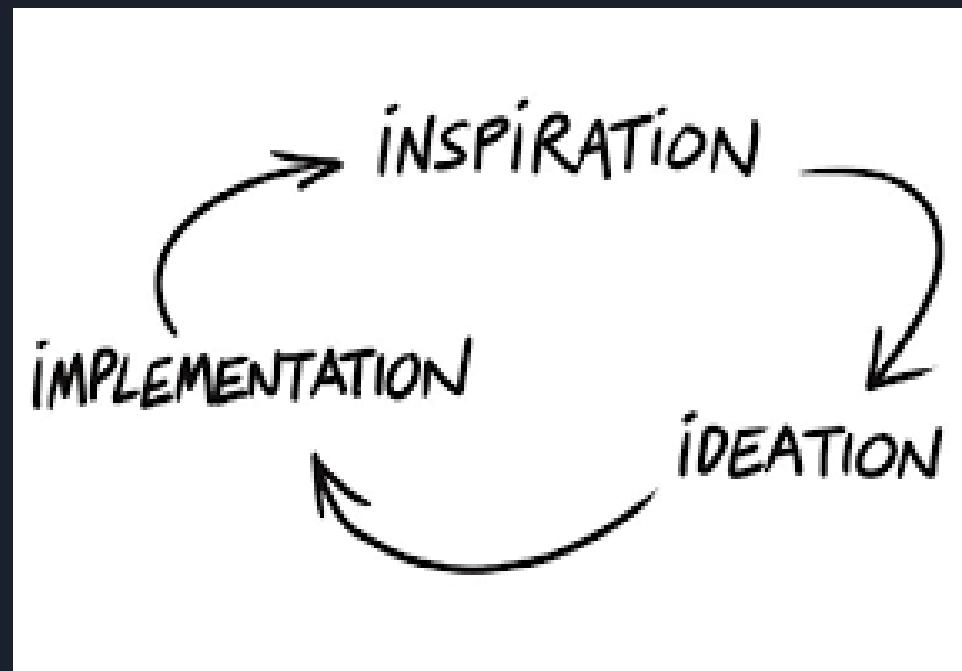
Une synthèse entre la pensée analytique et la pensée intuitive.



# Le processus du design thinking

Il existe plus d'une douzaine de processus en design thinking

Les plus populaires sont ceux développés par la d.school de Stanford



# La phase d'inspiration: Make it up!

- Compréhension de ceux pour qui on veut innover: Clients , Utilisateurs, Partenaires ...
- Apprendre d'eux est la clé de voûte du design thinking : Ecoute, empathie, obsevation, questionnement, débat...



# La phase d'idéation : Make it Real !

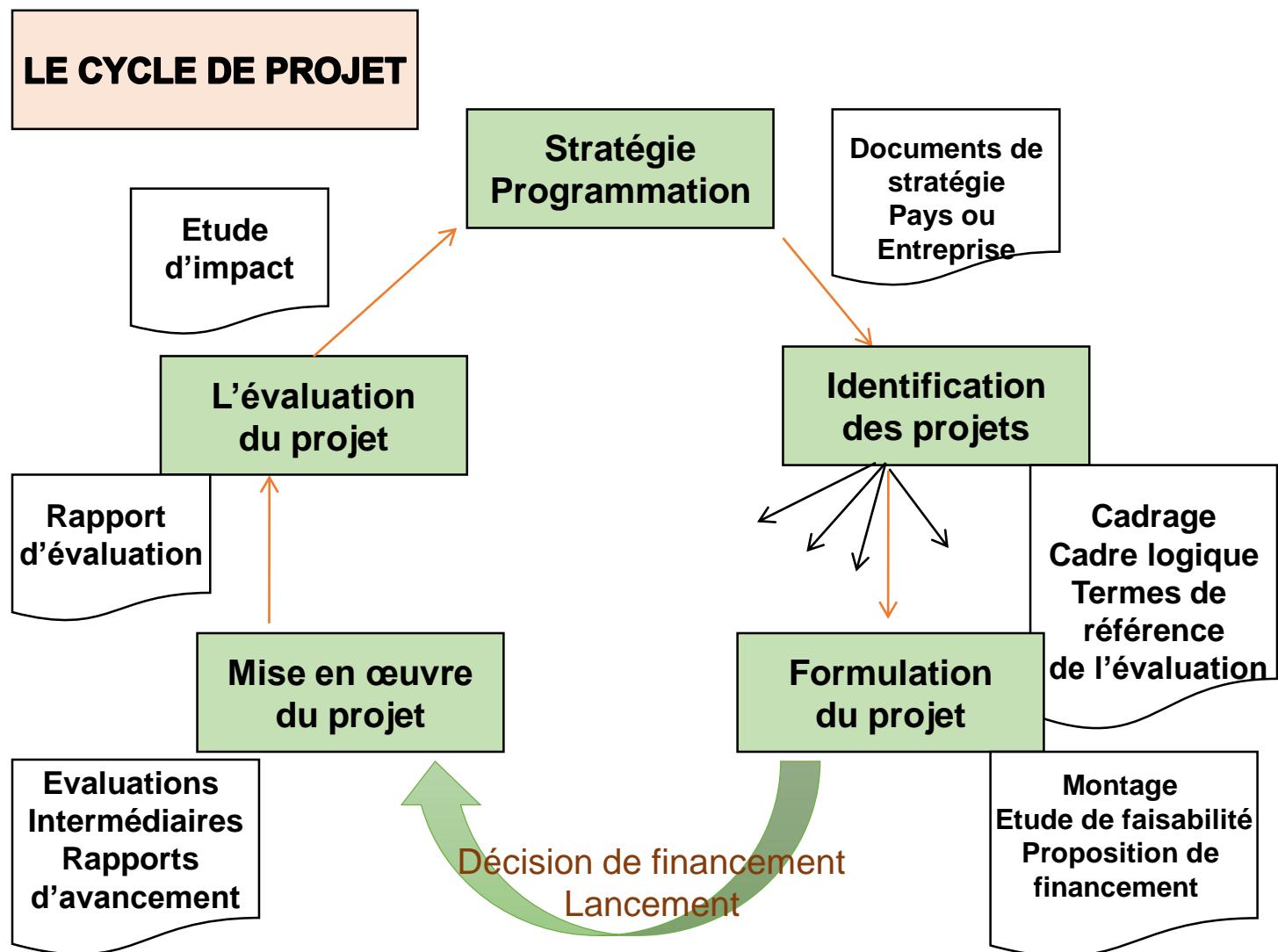
- L'idéation est le processus de générer, développer et tester des idées qui peuvent aboutir à des solutions
- La Note Conceptuelle est un outil puissant pour cette phase
- Plan de la note conceptuelle:  
Contexte, Proposition, Objectifs,  
Ressources, partenaires, Calendrier



## La phase d'implémentation: Make it Happen !



La phase d'implémentation commence au moment où émergent une ou plusieurs solutions matures, résultantes de l'interaction entre les phases d'inspiration et d'idéation.



# La conception de projet

## Questions Clefs

### Pourquoi?

- A quoi *sert* un projet ?
- Quel est son *objectif* ?
- Est ce qu'il s'insère dans notre *stratégie* ?
- Comment le *formuler* de manière qu'il arrive à *atteindre* cet objectif ?

## La conception de projet

- Comment le *mettre en œuvre* de manière qu'il arrive à *atteindre cet objectif* ?
- Comment *évaluer* s'il a atteint son objectif ?
- Comment fixer dès la conception des *critères d'évaluation* de l'atteinte de l'objectif ?
- Comment *tirer des leçons* afin de mieux concevoir *les projets futurs* ? (*cycle de projets*)

## La méthode du **QQOQCPC**

- **Structurer** le projet **autour de questions à se poser** avant son lancement.
- **Définir** les attendus du projet en les structurant selon **9 problématiques**



Lettre	Question	Sous-questions	exemples
Q	Qui ?	De qui, avec qui, pour le compte de qui	Responsable, cible, acteurs,
Q	Quoi ?	Quoi, avec quoi, en relation avec quoi	Objet, outil,
O	Où ?	où, venant d'où...	Lieu, déplacement environnement,
Q	Quand ?	A partir de...jusqu'à, Tous les...	Date, durée, cycle
C	Comment ?	Par quel procédé	Action, moyen, procédure
P	Pourquoi?	Cause, facteur de déclenchement Finalité, motif	La raison d'être L'objectif
C	Combien ?	Valeur, quantité	Budget

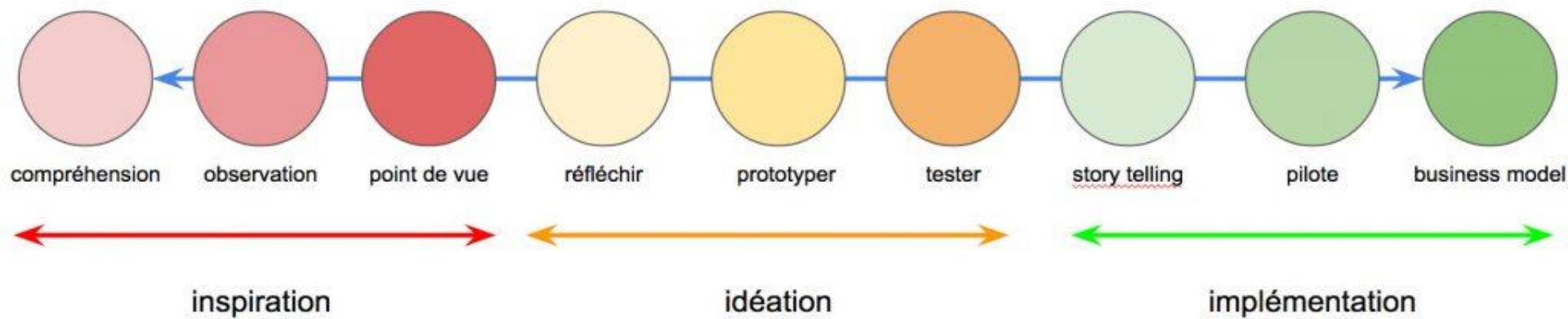
Problématiques principales	Questions à se poser
1. Définir les buts, objectifs, le contexte et le public	Quel environnement? Changement? Pourquoi ? Résultat attendu Pour qui le projet est-il prévu? Enjeu
2. Le Contenu du projet	Quel Contenu? Approche ou méthodologie? Quelles activités ? Quoi pour réaliser?
3. La construction spatio-temporelle	Où ? Combien de temps? Quand commence –t- il et finit- il ?
4. Organisation pratique	Comment? Quelle organisation ? Quelle logistique?
5. Montage financier	Quel coût? Combien ? Comment, d'où viennent les fonds?
6. Partenaires	Qui sont-ils? Quels sont leurs rôles? Comment se fait la coordination ?
7. Moyens d'action	Le projet peut-il s'intégrer dans des dispositifs déjà existants?
8. Communication (interne et externe)	Comment communiquer à l'intérieur de l'équipe? Faut-il médiatiser le projet? Pourquoi? Comment le faire?
9. Evaluation et perspectives	Comment et à partir de quand évaluer ? Quelles seront les suites du projet?

# **Les étapes décisives dans le déroulement d'un projet**

1. La stratégie ou programmation
2. L'identification
3. La formulation
4. La Mise en œuvre
5. L'évaluation

# Design Thinking

MYAGILE  
PARTNER





# Les logiques de base du design Thinking

Concrètement le travail en mode design thinking s'organise autour de trois logiques :

1. Une logique de co-création : Cross-départements, Intelligence collective
2. Une gymnastique intellectuelle alternant des phases d'intuition et d'analyse, ouverture/fermeture
3. Des mécanismes d'observation qui offrent une compréhension pleine et entière des expériences



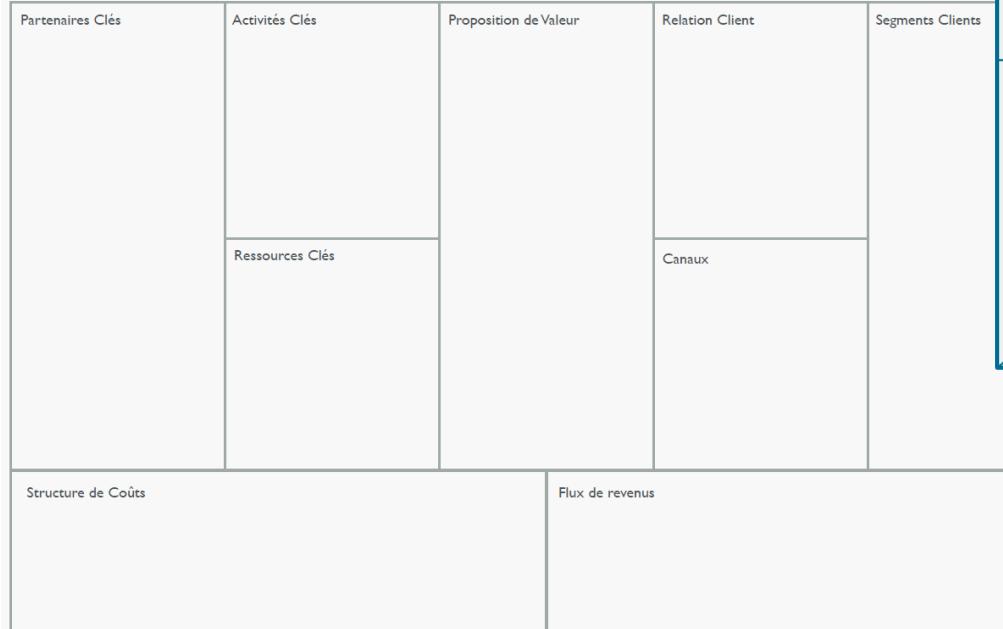
# Caractéristiques des entreprises qui Adoptent le Design Thinking

- L'empathie : ces entreprises innovantes partent des besoins de l'utilisateur (consommateur), voire de ses frustrations pour offrir des solutions
- Une culture du prototype
- Un domaine d'application large : Produits, services, plateformes : Les géants de l'Internet, comme Google, Facebook ou encore Amazon, utilisent le design thinking pour mettre au point et améliorer des plateformes optimisées pour l'utilisateur
- Des investissements lourds dans le design : Ces entreprises misent sur l'exploration et l'imagination, avec une mobilisation de moyens conséquents
- Une culture de la synthèse : Une pensée innovante et synthétique.

# Chap 5: Les Business-Models Innovants

## Business Model Canvas

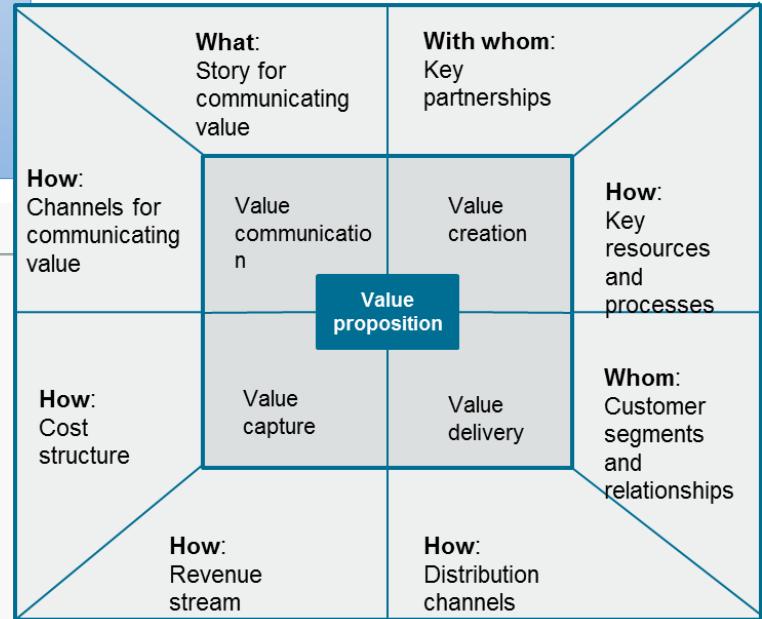
### Business Model Canvas

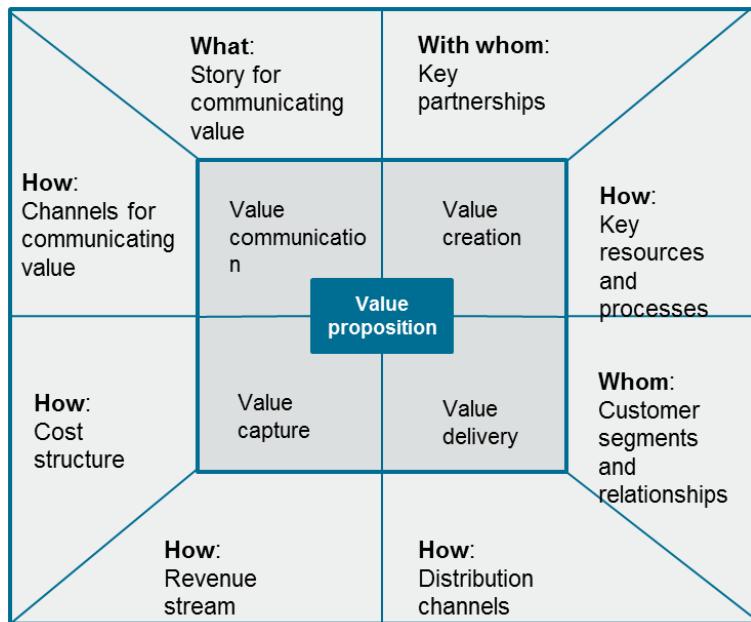


Scannez le code pour commander un Poster Business Model Canvas !  
ou rendez-vous sur [www.onopia.com](http://www.onopia.com)



Business model canvas from [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)  
Imprimé par Onopia [www.onopia.com](http://www.onopia.com)



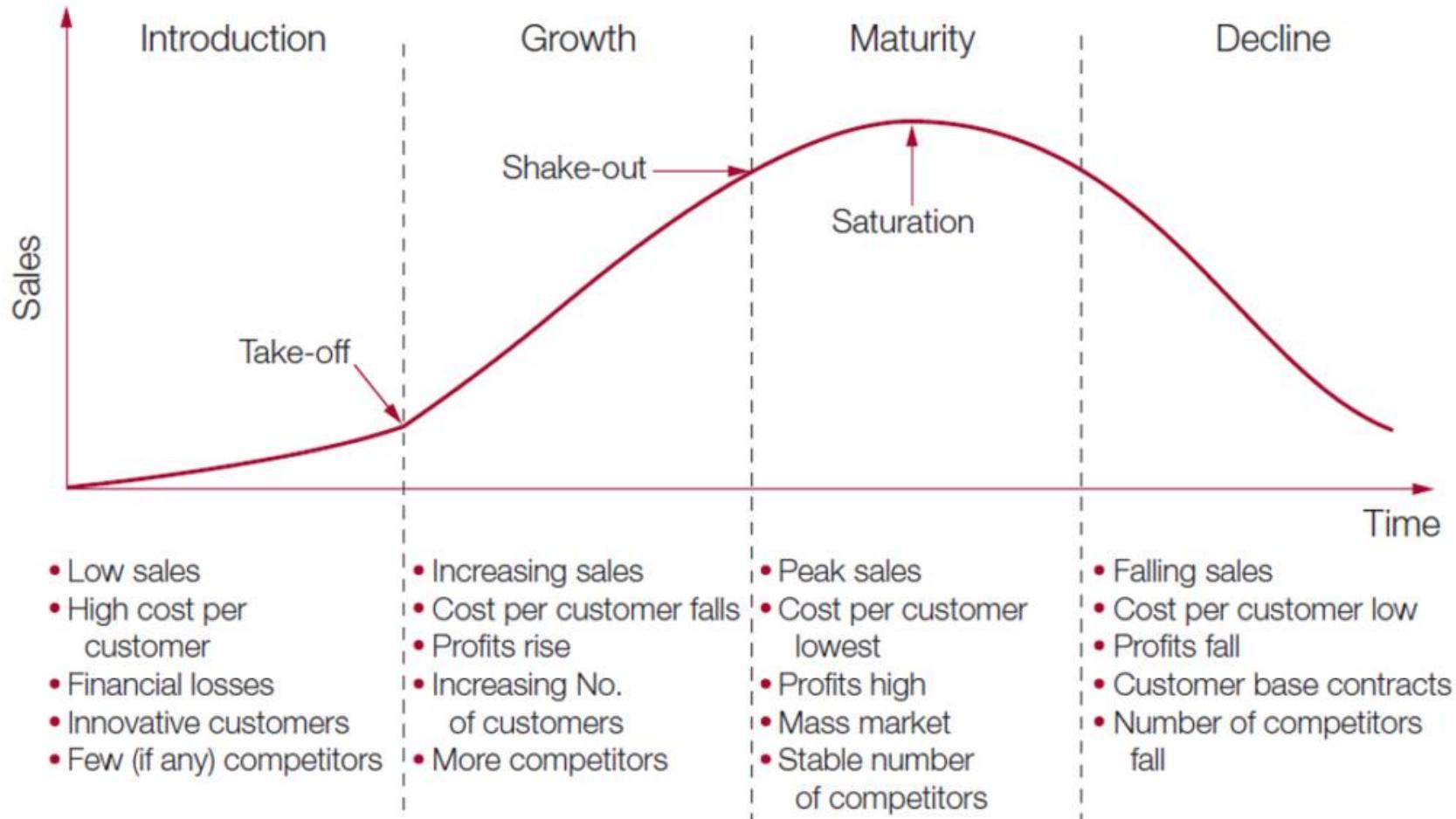


# The Marketing Mix

## The Four Ps



## The 4 Life Cycle Stages and their Marketing Implications



# Product



## Logo Categories

Standalone Symbols



Wordmarks or Logotypes



Automobiles Citroën

Combination of Symbol and type

## Slogan

Vous n'imaginez pas tout ce que  
Citroën peut faire pour vous.

## **Brand**

public perception | customer experience | reputation | name | mission | socially responsible? | history  
product, service, or idea | advertising | marketing | messaging | public relations | customer demographics  
style | employees and leadership | look, feel, tone | market share | relationship to competitors | story

## **Corporate Identity**

logo design | stationery | electronic media | advertising | print collateral  
product design | packaging | signage | vehicle graphics | uniforms

## **Logo**

Icon or symbol | wordmark | type and symbol

**RATE SHIPPING. FREE SHIPPING ON ORDERS OVER \$10 WITHIN THE US**



**TOOGGA**  
*Health & Beauty from the Sahel*

[Buy Toogga Plant Trees](#)   [Partners and Cooperatives](#) ▾   [Contact Us](#)

---

## Health and beauty with a conscience

We specialize in producing sustainably harvested organic, natural, non-toxic skincare and cosmetics directly from the Sahel region. We are committed to the communities we work with.

[Accédez aux paramètres de confidentialité](#)

# Packaging

The wrapping material around an item that serves to contain, identify, describe, protect, display, promote and otherwise make the product marketable and keep it clean

# Packaging Functions

1. *Protection (food, durability, transportation)*
2. *Packing/ Conditioning (water/ Oil)*
3. *Information (Labeling, how to use, made in..., ingredients and nutritional value)*
4. *Image and Communication*









- ☰
- Accueil**
- Pâtisserie Tunisienne**
- Macarons**
- Épicerie Sucrée**
- Sirops**
- Tartinables et Zrir**
- Light**



Comment acheter en ligne?     TND ▾ Français ▾

# masMoudi

PÂTISSERIE

Pâtisserie fine fondée en 1972 à Sfax



<https://www.masoudi.tn/fr/nos-coffrets-113.html>



**Les idées recettes**  
Masoudi révèle une autre façon de goûter les pâtisseries



## Evénements

Des instants sur mesure...  
[En savoir plus](#)



## Pâtisserie masmoudi



## Nos Boutiques

Découvrez notre réseau de boutiques  
[À Découvrir Tunis Hammamet Djerba](#)

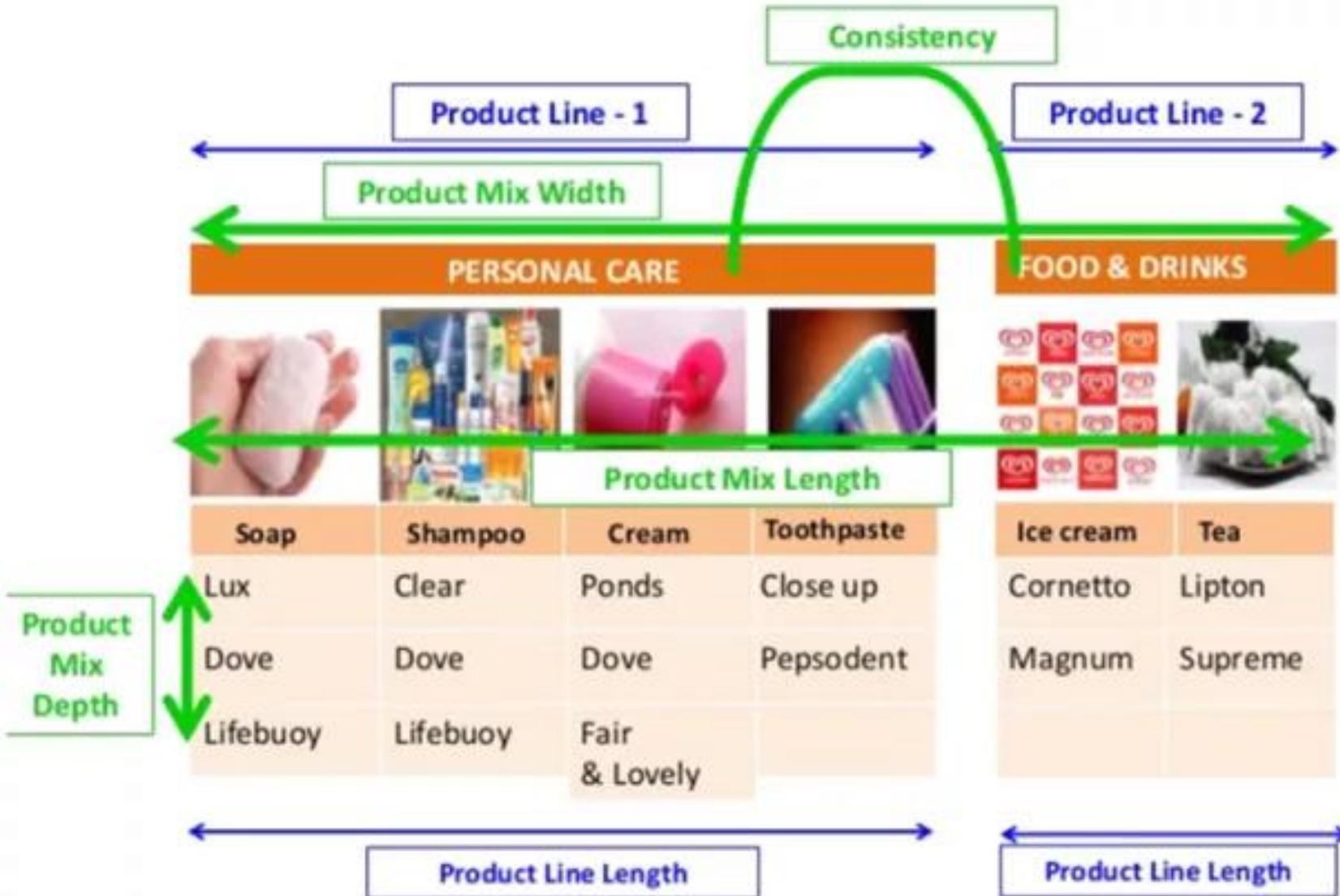


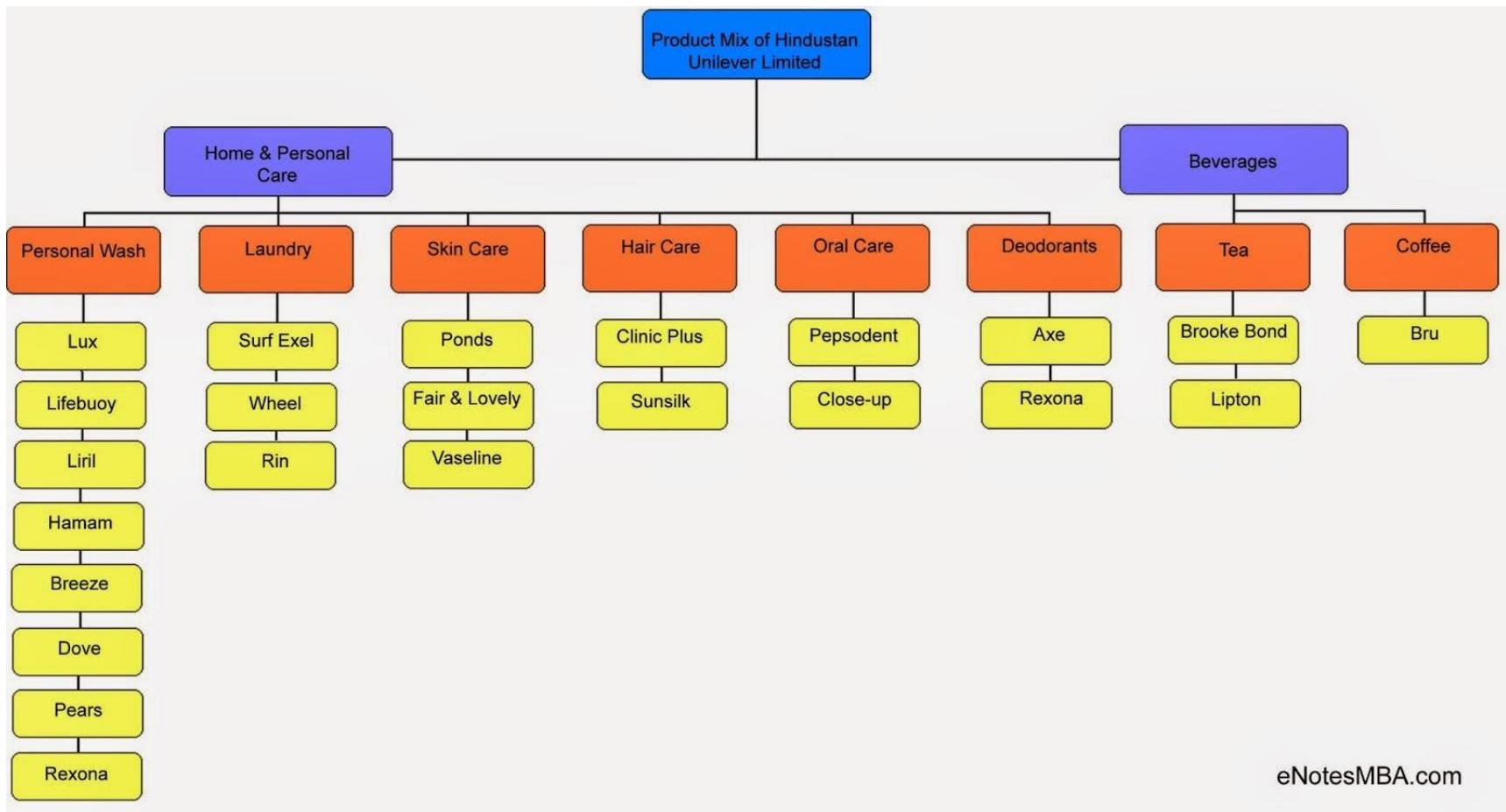
# Product Strategy

1-Brand

2-Packaging

3-Range

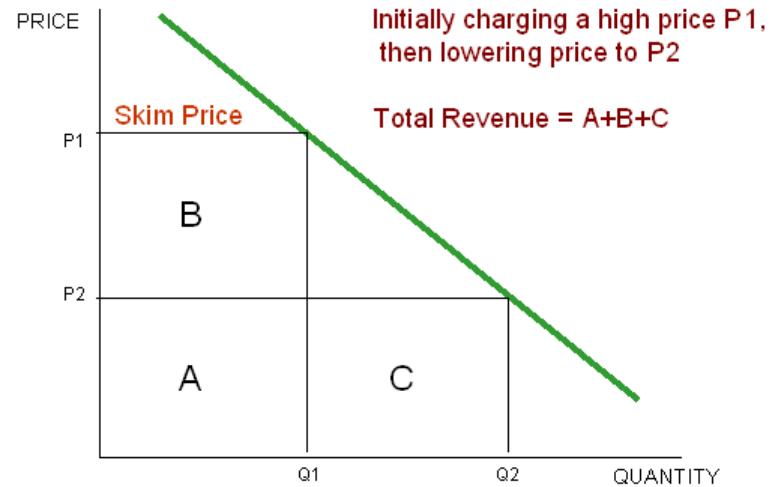




# PRICE



## Price Skimming



# Distribution / Place

What is a distribution channel?

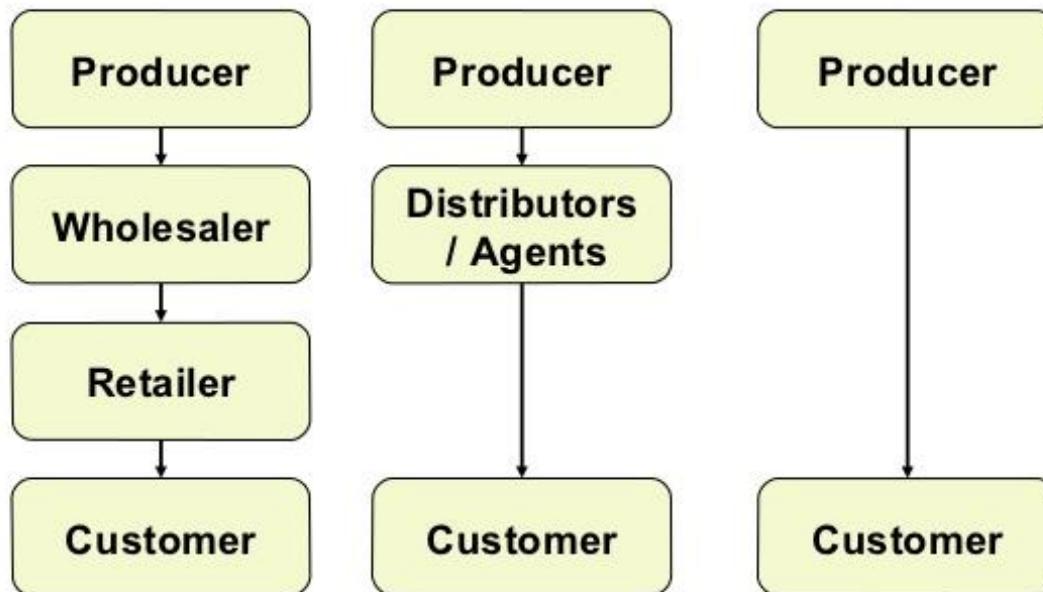
A distribution channel moves a product from production to consumption

## The Objective of Distribution

**To make products  
available in the right  
place at the right time  
in the right quantities**

# Channels can have various levels

Each party in a distribution channel is called an “intermediary”



# Main Types of Intermediary



Retailer



Wholesaler



Distributor



Agent



**Carrefour**  
**Hypermarché**  
**MONS GRANDS PRÉS**



**Carrefour** **market**



## Retail Marketing Mix

While many elements may make up a firm's retail marketing mix, the essential elements may include:

- Store location,
- merchandise assortments
- Store ambience,
- customer service,
- price,
- Communication with customers

# Store ambience



# Customer Services

## Store Location



## Channel strategy decisions

- Channel length - direct or indirect?
- Choice of intermediary
- Use just one or several channels?
- How to move the goods through the channel?
- Control over the channel – e.g. who decides price, promotion, packaging?

# So why use intermediaries?

- **Geography-** customers may live too far away to be reached directly or spread widely
- **Consolidation of small orders into large ones**
- **Better use of resources elsewhere**
- **Lack of retailing expertise**
- **Segmentation - different segments of the markets can be best reached by different distribution channels**



## **Short or long channels?**

---

- **Short distribution channels**
  - Few if any intermediaries used
  - Greater control over the marketing of the product
  - Keeps greater proportion of profit
  - But means increased distribution costs
- **Long distribution channels**
  - Reduced costs
  - Reduces the producer's control over marketing

# Factors to Consider (1)

- **Nature of the product**
  - Perishable/fragile?
  - Technical/complex?
  - Customised
  - Type of product – e.g.  
convenience, shopping,  
speciality
  - Desired image for the product



## Factors to Consider (2)

---

- **The market**
  - Is it geographically spread?
  - The extent and nature of the competition
- **The business**
  - Its size
  - Its nature
  - Does it have established distribution network?

## **Short channels are used for...**

---

- Industrial products
- Expensive and complex goods
- Bulking products
- Customized products
- Services
- Products sold in geographically concentrated market
- Products bought infrequently by relative small numbers of customers

## **Long channels are used for...**

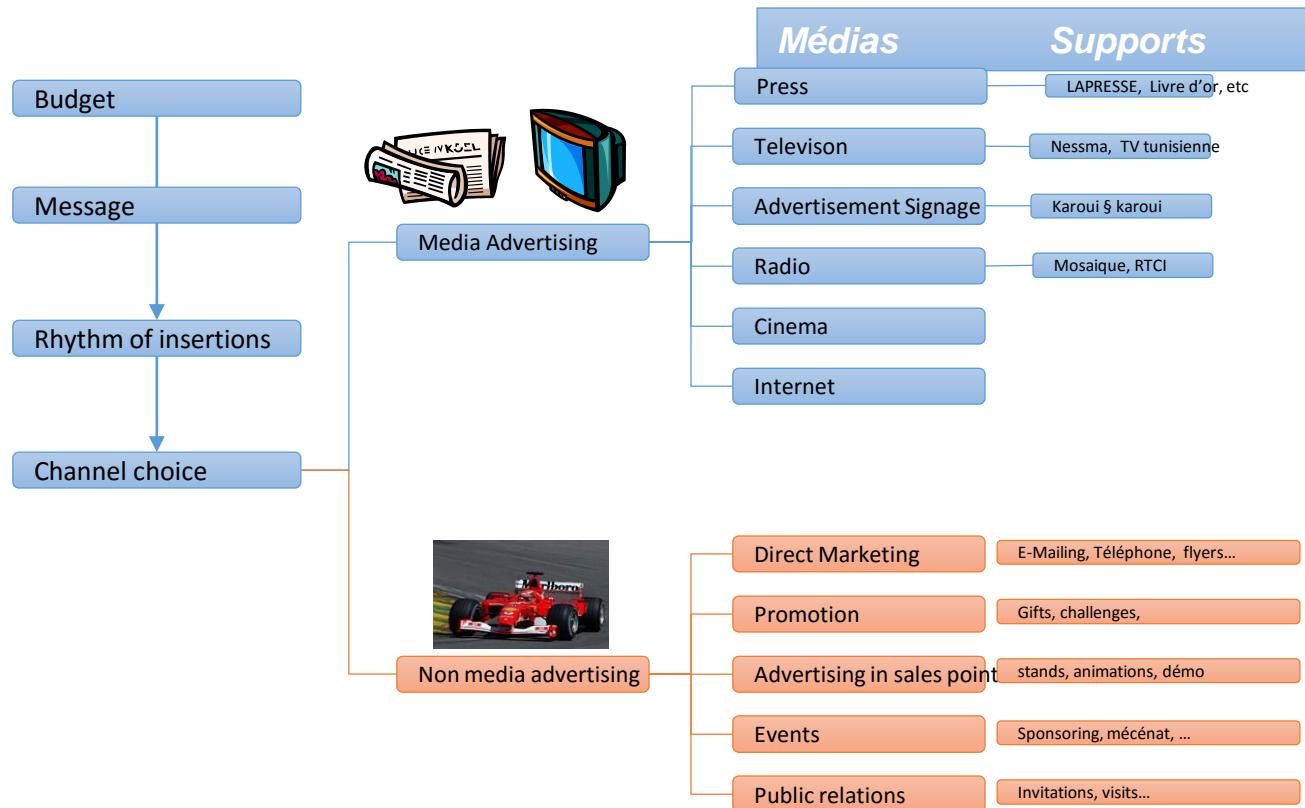
---

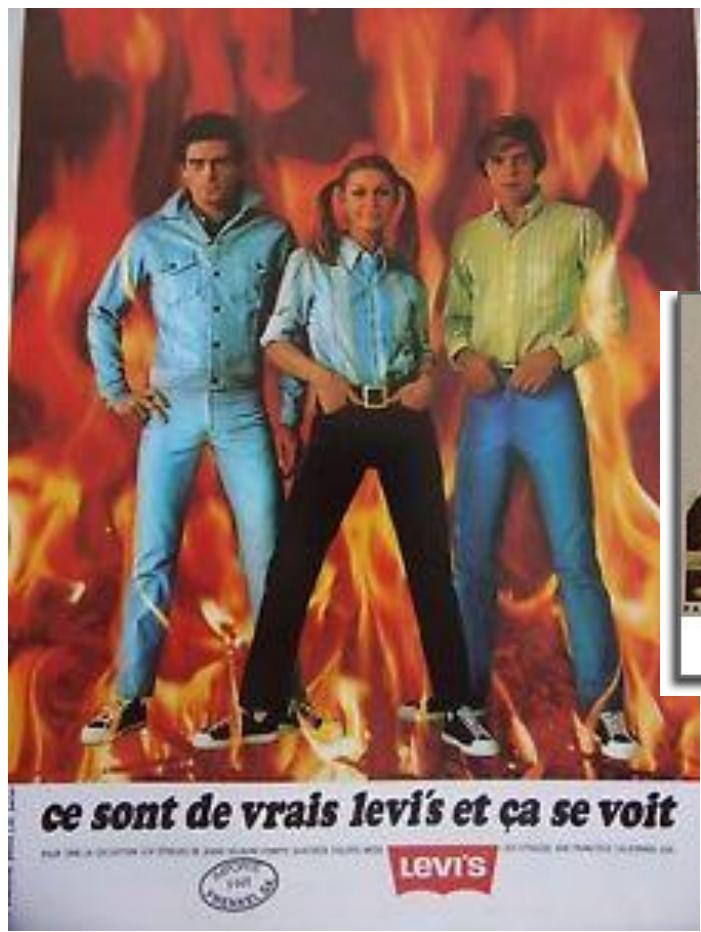
- Consumer goods
- Inexpensive and simple goods
- Small products
- Standardised products
- Goods sold in dispersed markets
- Goods sold frequently and to many customers

# Communication/ Promotion

Product  
Price  
Distribution

# Promotion /Communication









# Consistency of 4P's

## Case Study

Emphasis on	Examples
Price	Discount supermarkets Low-cost airline
Promotion	Soap powders Furniture retailers
Product	Luxury motor vehicles Tailor-made holidays
Place	Convenience stores Coffee shops

<http://www.le-furet-du-retail.com/article-passer-des-4p-aux-4c-les-nouvelles-regles-marketing-du-consumer-centric-118271485.html>



# From 4P's to 4C's

## Examples

- The price is usually lower with e-commerce technologies

Example: Books on Amazon, Flight tickets Tunisair or emirates airlines (**Price /Convenience**)

- We save money of the store management: salesforce , electricity, management of products
- Comments of the consumers to promote the service or the product Example: Expedia or TripAdvisor (**Product/Conversation**) it is possible thanks to platforms' technologies
- An electronic Word of mouth (e-wom ), a new recommendation system (technical, computer science)

## To do: 7 slides

1. Un chef cuisinier tunisien qui a remporté le prix du meilleur chef dans l'émission Top chef Mena region
2. Il s'installe en Tunisie et prépare son projet de restaurant
3. Concevoir un BMC qui valorise son savoir faire et sa créativité en matière de préparation de menus internationaux innovants

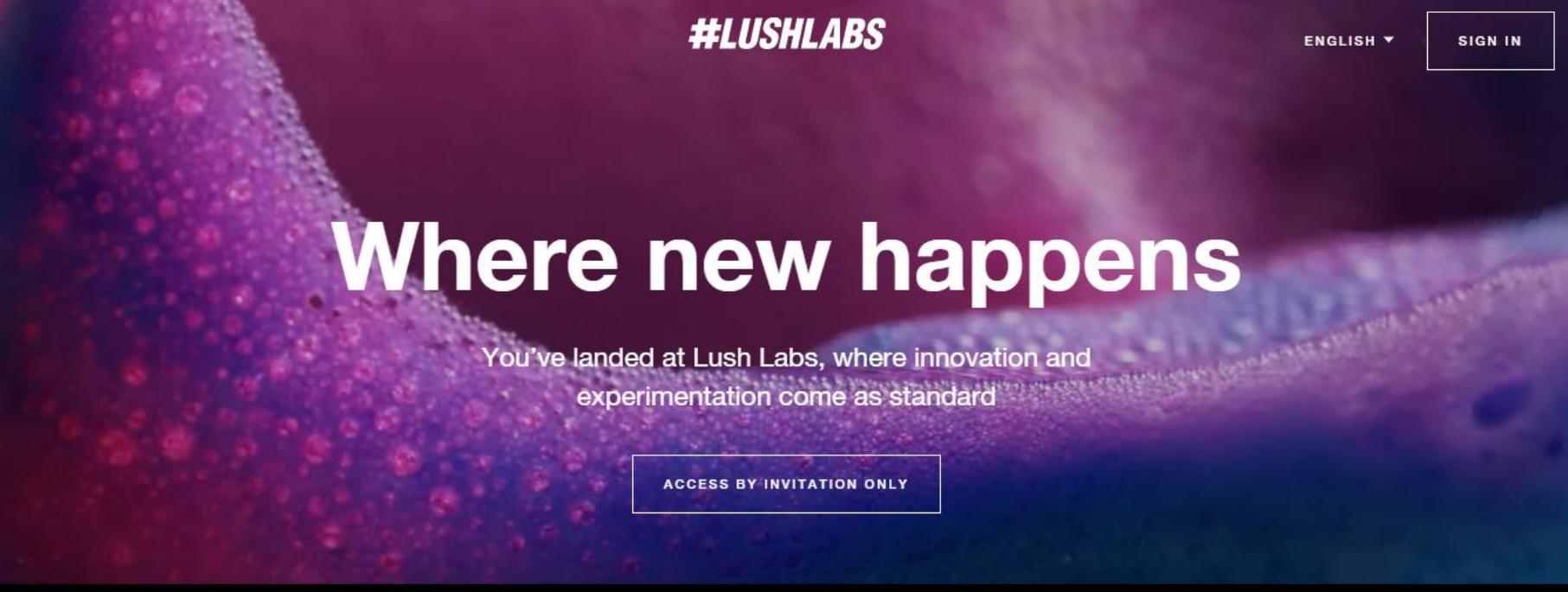
# Case study: Lush Website

The screenshot shows the Lush website's homepage. At the top is a dark header with the Lush logo, a speech bubble icon, a search icon, and user account links for 'Log in' and 'Join'. Below the header is a grid of product categories:

New Products	Bath & Shower	Face	Body	Hair	Fragrances	Spa	Gifts
New Products	Bath Bombs	Cleansers &	Body Lotions	Shampoo	Perfume	Spa Treatments	Gifts
Lush Labs	Shower Gels &	Scrubs	Deodorants &	Hair Treatments	Body Sprays	Spa Music	Under £15
Community	Jellies	Face Masks	Dusting Powders	Conditioners	Solid Perfume		£15 - £30
Favourites	Soaps	Face Moisturisers	Massage Bars	Styling	Washcards		Over £30
Father's Day Gifts	Bubble Bars	& Oils	Foot Care	Henna Hair Dyes			Knot Wraps
	Body Scrubs	Make Up	Hand Care	HairLab			Swag
	Jelly Bombs	Spot Treatments	Sun Care				Music
	Shower	Lip Scrubs &					Gift Cards
	Moisturisers	Balms					
	Bath Oils	Toners					
	Multi-purpose Fun	Toothy Tabs &					
		Mouthwash					

Below the grid, a message reads: "This website uses cookies - no, not the squidgy chocolate kind. They are the kind that makes cruising all the better. Sometimes we use cookies to see how you interact with the website, but this is always done anonymously. Still not sure? Read more about this in our [privacy](#) and [cookie policy](#)". There is a cookie consent banner at the bottom with checkboxes for 'Necessary' and 'Statistics', a 'Show details' link, and an 'OK' button.

Activer Windows  
Accédez aux paramètres pour activer Windows.



#LUSHLABS

ENGLISH ▾

SIGN IN

# Where new happens

You've landed at Lush Labs, where innovation and experimentation come as standard

ACCESS BY INVITATION ONLY

**This website uses cookies — no, not the squidgy chocolatey kind.**

They are the kind that makes website cruising all the better. Sometimes we may use cookies to see how you interact with the website, but this is always done anonymously. Still not sure? Read about this in our [Privacy and Cookie Policy](#).

Activer Windows

Accédez aux paramètres pour activer Windows.

YES, I ACC



## *Les Business Models innovants du Digital*

- Le contexte: Technologies émergentes et innovation Business, Plateformes, Social media, Big Data, Cloud, IoT , AI
- Innovation Business: Apparition de nouveaux BM spécifiques à l'ère du digital et qui ont changé la manière de concevoir le Business.
- Typologie et exemples???

## Le modèle Freemium : du gratuit au payant à forte valeur ajoutée

The screenshot shows the LinkedIn homepage with a blue header bar. The main content area displays a summary of profile activity: 167 views in the last 90 days (+150% from the previous week). It highlights 'Toutes les vues du profil' (All profile views), '2 vues intéressantes' (2 interesting views), and '1 personne travaille chez Open Startup'. Below this, three user profiles are shown: Maher Ben zinouba (1er, Chargé des ressources et richesses humaines chez Safran), Wissem (Découvrez le reste des vues de votre profil avec un compte Premium), and Dana Rammal (2e, Speech therapy student). A large orange button at the bottom encourages users to 'Essai gratuit d'un mois' (Free trial for one month). The top navigation bar includes links for Accueil, Réseau, Emplois, Messagerie, Notifications, Vous, and Produits, along with a 'Recherche' search bar and a 'LinkedIn' logo.



## *Les Business Models innovants du Digital*

Le modèle de l'abonnement :

Payer pour l'accès et non la possession  
SAAS, E-CRM , Netflix



Les modèles data-driven faisant appel aux technologies Big Data, intelligence artificielle et objets connectés: Exemple des moteurs de recherche, Facebook

Google



Le modèle de l'économie collaborative, Open Innovation et co-création de masse.  
L'exemple des communautés virtuelles  
Patient Innovation, Uber, airbnb



Uber



## *Les Business Models innovants du Digital*

### Les modèles circulaires qui valorisent les recyclages et les occasions



## Qu'est ce qui différencie les Digital Business models?

- Ciblage de plusieurs segments: AI, Big Data, Cloud, Social Media
- Interactivité: Réponses rapides voire en temps réel – IoT, AI, Big Data, Cloud, Chatbots, Deep learning, data mining
- Importance de l'avantage compétitif saillant difficile à imiter: Se concentrer sur une niche, une valeur ajoutée qui provient d'un rôle déterminant dans l'écosystème (le pionnier, le moins cher , le fournisseur exclusif du service, l'expert, leader ..)
- « A winner-takes-all »



## Qu'est ce qui différencie les Digital Business models?

1. Désirabilité :Segmentation, Ciblage, Positionnement, Open Innovation et Plateformes
2. Faisabilité: Maitrise des technologies du digital (IA, Data, ICT, Platforms, IoT, Mobile Technologies, Cloud, Sécurité, e-commerce..)
3. Compétitivité: Une proposition de valeur innovante difficile à imiter
4. Viabilité: Un rôle central dans l'écosystème digital et en perpétuelle adaptation aux innovations technologiques et business



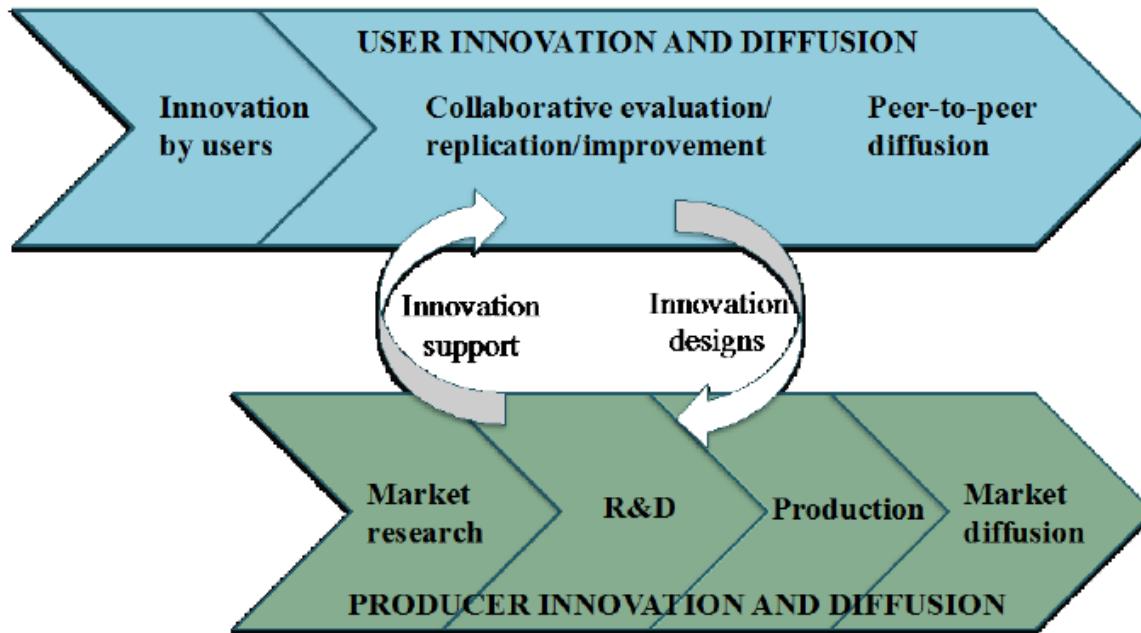
Uber



# Open and User Innovation



file:///C:/Users/TOSHIBA/Documents/Downloads/SSRN-id2866571.pdf



# Technologies – Open Innovation

Le changement de paradigme vers l'open innovation a été rendu possible grâce à plusieurs technologies essentielles qui ont transformé les dynamiques de collaboration, de partage et d'innovation. Voici les principales :

## 1. Internet et Connectivité Mondiale

Impact : Internet a créé une infrastructure globale pour la communication et l'échange de données en temps réel, permettant à des organisations et des individus de collaborer à distance.

## 2. Cloud Computing

Impact : Le cloud permet le stockage et l'accès à des données, outils et logiciels à distance, favorisant la collaboration entre équipes dispersées géographiquement. Exemples : Google Drive

## 3. Big Data et Analyse de Données

Exemples : Analyse prédictive pour repérer les tendances, recommandations personnalisées.

# Technologies – Open Innovation

## 4. Intelligence Artificielle (IA) et Machine Learning

Impact : Ces technologies automatisent l'analyse complexe, accélèrent la résolution de problèmes et optimisent les processus d'innovation.

## 5. Plateformes de Collaboration et Réseaux Sociaux

Impact : Des plateformes numériques spécialisées permettent de mettre en relation chercheurs, entreprises et innovateurs.

## 6. Technologies Open Source

Impact : Les logiciels et outils open source ont démocratisé l'accès à des technologies avancées et facilité la co-création.

# Technologies – Open Innovation

8. Blockchain Impact : La blockchain garantit la transparence, la sécurité et la traçabilité dans les échanges de données, essentiels pour des collaborations inter-entreprises. Exemples : Gestion de la propriété intellectuelle dans des projets collaboratifs.
9. Internet des Objets (IoT)Impact : Le IoT génère de nouvelles données et opportunités pour l'innovation collaborative dans des écosystèmes interconnectés. Exemples : Collaborations pour développer des solutions intelligentes dans l'industrie 4.0 ou les villes intelligentes.
10. Réalité Virtuelle (VR) et Augmentée (AR)Impact : Ces technologies facilitent la collaboration immersive, le prototypage et les tests à distance. Exemples : Simulations de produits, collaboration en réalité virtuelle pour le design.

# **Technologies – Open Innovation**

## **En Conclusion:**

Ces technologies ont non seulement facilité la connectivité et le partage, mais elles ont également redéfini les notions de propriété, de contribution et de collaboration. Elles ont rendu possible la transition vers un écosystème d'innovation ouvert, où les entreprises s'appuient sur des réseaux externes pour co-innover et rester compétitives.

# Synthèse et Débat

- Principales conclusions
- Rappel des concepts clefs
- Rappel des supports de cours
- Questions et Débat de clôture

We Invest In  
Intelligence



Think Different

