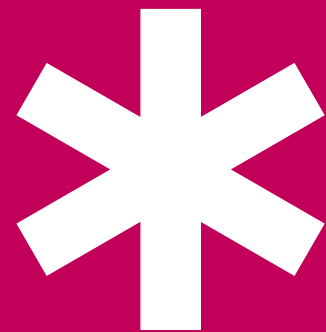


Mini-série épisode 2/3

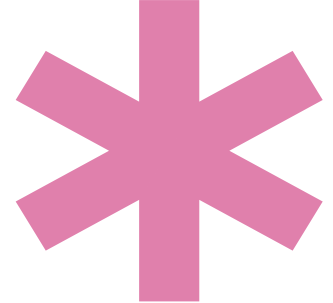
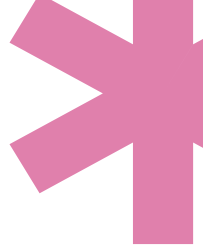
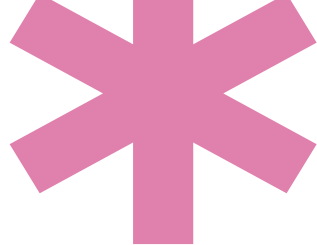


Innovation

Les erreurs à éviter quand on lance un Lab Innovation (et pourquoi certains ont échoué)

A photograph showing the lower bodies and hands of several people gathered around a light-colored wooden table. They are engaged in a collaborative activity, with their hands pointing to and moving various colorful sticky notes and printed diagrams spread across the table surface. One person on the left is holding a brown paper coffee cup. In the background, a small potted plant and a container of colored pencils are visible.

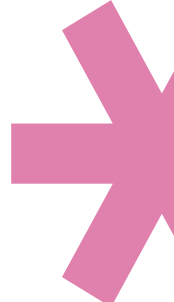
Argon&Co*



Un Lab Innovation n'est pas un lieu et ce n'est pas simplement un terrain de jeu.

C'est un engagement pour transformer des signaux faibles en résultats forts.

Sans alignement avec la stratégie, cet engagement s'effondre.
De même quand il cesse d'être connecté au business et aux métiers, il cesse d'exister.

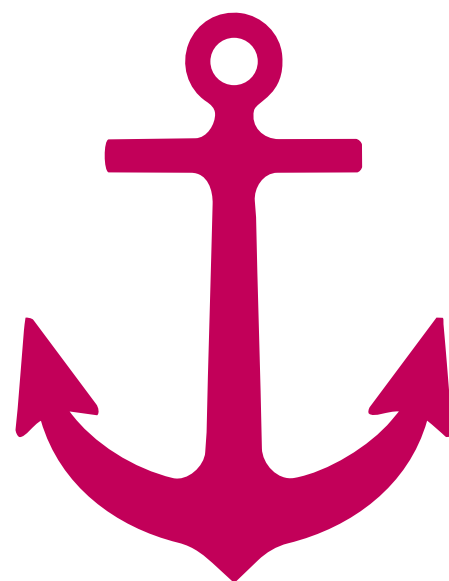


Un Lab d'innovation ne meurt pas d'un manque d'idées... mais d'un manque d'ancrage.

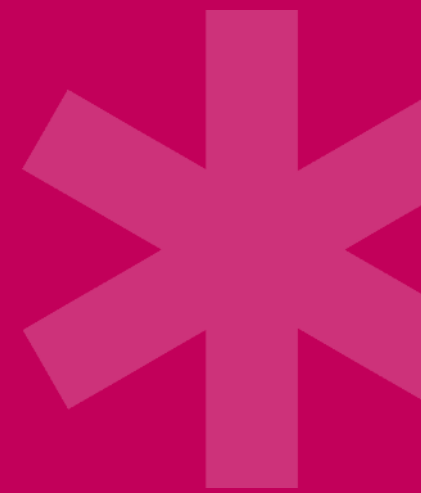
Ainsi plusieurs questions sont à se poser avant de se lancer dans la conception d'un centre d'innovation :

- **Où est la valeur de votre Lab ?**
- **À quoi sert-il ?**
- **Comment est mesurée sa valeur ?**
- **Qui le porte et comment est-il intégré l'organisation ?**

L'innovation ne meurt jamais de l'audace. Elle meurt du manque d'adoption. Un Lab ne vaut que par ce qu'il change réellement



En 2026, l'innovation doit prouver sa valeur et s'inscrire dans la durée

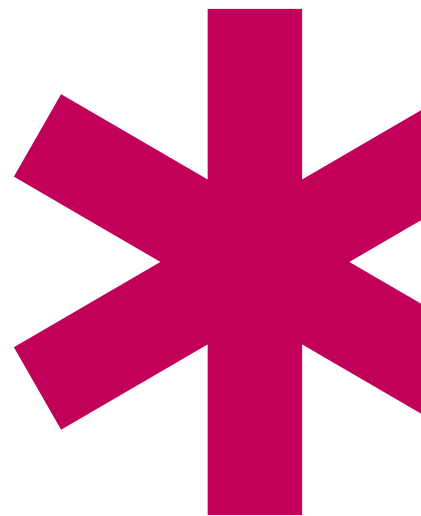


Dans un contexte 2026 prudent où les investissements seront scrutés, un Lab Innovation peut redevenir un **accélérateur vital d'énergie collective** pour :

- ? **Stimuler l'esprit critique**
- 🎨 **Libérer la créativité**
- 🤝 **Reconnecter les équipes au business**

Mais attention : **un Lab “vitrine” n'est pas un Lab utile.** Les retours d'expérience le montrent : sans alignement stratégique et sans impact mesurable, les Labs s'essoufflent... puis disparaissent

Pourquoi tant de Labs échouent encore...



1

Pas d'alignement stratégique

Un Lab « décoratif », déconnecté des priorités du marché, devient un théâtre de l'innovation avec beaucoup de post-its et trop peu de résultats.

2

Sponsorship COMEX insuffisant

Sans mandat clair ni arbitrage, le Lab se réduit à un club d'idées sympathique mais impuissant.

3

Aucun indicateur de valeur

Sans KPIs (time-to-market, NPS, adoption...), impossible de prouver son utilité. L'innovation devient « non mesurable », donc non prioritaire.

4

Investissement trop lourd, trop tôt

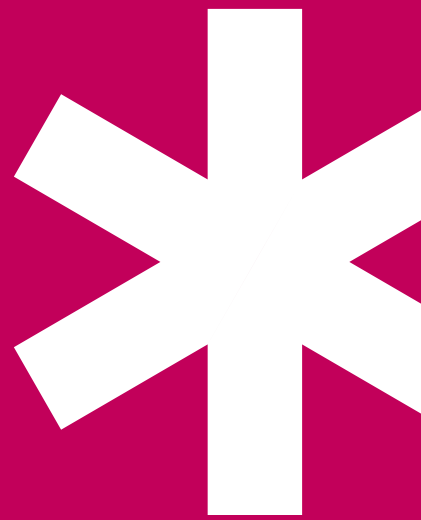
Des millions dans les locaux... avant même d'avoir des problèmes clients validés. L'innovation commence frugale...ou avec une montée en puissance progressive et dans le temps.

5

Isolement organisationnel

Un Lab sans ponts vers le marketing, la supply chain, le manufacturing, la qualité, les ventes, etc.... devient un silo supplémentaire.

Quand une équipe talentueuse échoue à pérenniser son centre d'innovation



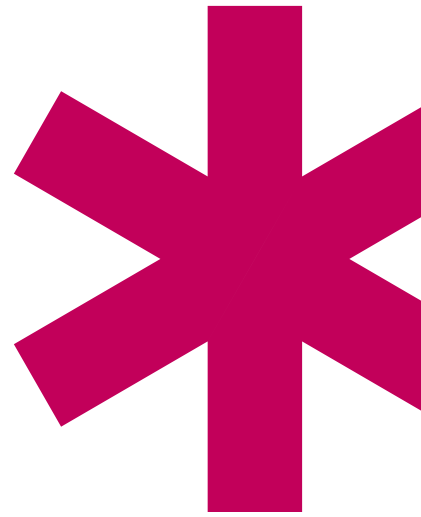
Le Breakthrough Innovation Group (BIG) était **talentueux**, **expérimenté**, **parfaitement mandaté** sur l'innovation de rupture.

Pourtant, ses innovations phares — OPN ou Gutenberg — ont été arrêtées après des années d'efforts.

BIG a cumulé les écueils :

- ✗ isolement organisationnel,
- ✗ manque de résultats tangibles,
- ✗ inadéquation entre modèle économique et usages, malgré un mandat clair et un niveau d'expertise élevé.

Des questions restent en suspens



Ainsi on peut s'interroger :

- Peut-on réussir sur un positionnement spécifique (la rupture), sans l'adhésion des métiers et du marché ...?
- Un Lab peut-il être cohérent... et pourtant non rentable...?
- Une technologie spectaculaire... sans usage réel a-t-elle une chance ?

**C'est le paradoxe et la schizophrénie des managers en Innovation.
Combiner simultanément le court /moyen terme et le long terme.**

**Sans preuves d'impact, même les meilleurs Labs se heurtent au mur
du court-termisme business.**

Les 5 contre-mesures simples pour éviter l'échec

Définir la valeur attendue dès le départ

Problèmes clients, hypothèses de revenu/économie, KPIs, périmètre et offre de service.
On définit l'intention... avant les murs.

Choisir tôt son positionnement : RUN ou NEW

On ne peut pas tout faire d'un coup au départ : améliorer l'existant et préparer la rupture.

Le meilleur choix : **un point de départ clair, assumé et évolutif.**

Désiloter l'organisation

Rituels terrain, communautés actives, diffusion d'apprentissages.

Le but : faire du Lab un connecteur interne, pas une île isolée au milieu du Pacifique.

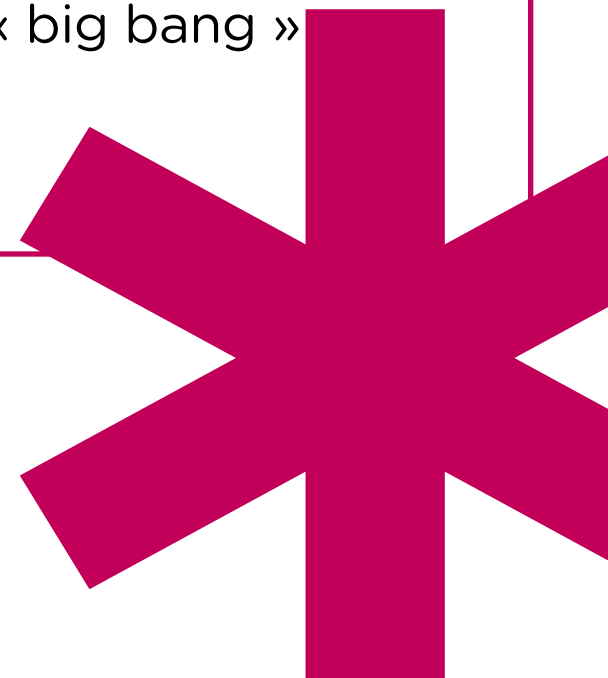


Installer une co-gouvernance forte

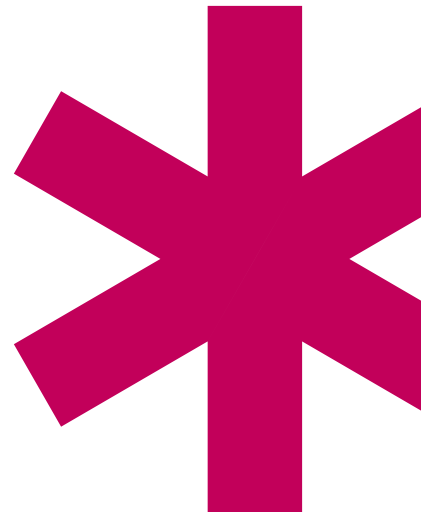
Un sponsor COMEX + des business owners co-responsables des résultats. Le Lab n'est jamais seul, il est « en responsabilité partagée ».

Construire un portefeuille d'expérimentations frugales

Commencer petit, apprendre vite, monter en complexité. Le Lab est un **organisme vivant**, pas un projet « big bang »



Un Lab est un moyen, pas une destination



En conclusion, retenons quelques principes clés :

- L'innovation n'a de sens que si elle sert un enjeu business,
- Sans métriques, un Lab devient décoratif,
- Sans intégration, il devient un silo de plus ou un OVNI sans alignement avec le business
- Un Lab fort est frugal au départ, connecté avec son environnement (client et collaborateurs) et mandaté par des sponsors déterminés,
- L'impact précède toujours la reconnaissance, il faut savoir être résilient.

**Un Lab innovation ne prouve sa valeur qu'en résolvant de vrais problèmes et en mobilisant l'intelligence collective.
Le reste n'est que mise en scène et communication.**

Dans le prochain épisode vous verrez pourquoi réaliser un Lab Innovation et de quelle manière s'y prendre afin qu'il produise des preuves au plus vite.

Pour en savoir plus téléchargez le livre blanc complet sur :

argonandco.com/fr

En savoir plus

Les experts Argon & Co



Yannick Migotto

Partner

yannick.migotto@argonandco.com



Aurélie Delemarle

Principal

aurelie.delemarle@argonandco.com

En partenariat avec :



Eric Viron

Expert Innovation

Argon&Co*