



## Avis de Soutenance

Madame Pauline LACOM

Présentera ses travaux en soutenance

Soutenance prévue le **vendredi 18 mai 2018** à 10h30

Lieu : Université de Technologie de Belfort-Montbéliard -Site de Montbéliard 1 Cours Louis Leprince-Ringuet 25200 Montbéliard  
salle M101

Titre des travaux : Soutenir une démarche d'innovation centrée utilisateur/client au sein d'une entreprise industrielle internationale positionnée sur un marché B2B

Ecole doctorale : SPIM - Sciences Physiques pour l'Ingénieur et Microtechniques

Section CNU : 62

Unité de recherche : ELLIADD - Éditions, Langages, Littératures, Informatique, Arts, Didactiques, Discours

Directeur de thèse : Jean-Claude SAGOT

Codirecteur de thèse : Florence BAZZARO  HDR  NON HDR

Soutenance :  Publique  A huis clos

Membres du jury :

<u>Nom</u>	<u>Qualité</u>	<u>Etablissement</u>	<u>Rôle</u>
M. Jean-Claude SAGOT	Professeur des Universités	UTBM-Université Bourgogne - Franche-Comté	Directeur de these
Mme Florence BAZZARO	Maître de Conférences	UTBM-Université Bourgogne - Franche-Comté	CoDirecteur de these
M. AMEZIANE AOUSSAT	Professeur des Universités	Arts et Métiers ParisTech-PARIS	Examineur
Mme LAURE MOREL	Professeur des Universités	ENSGSI-ERPI Université de Lorraine	Rapporteur
M. SIMON RICHIR	Professeur des Universités	ENSAM ANGERS	Rapporteur

## Résumé de la thèse (en français) :

L'environnement socio-économique actuel se caractérise, en particulier, par une concurrence de plus en plus forte entre les entreprises et des marchés en rapide évolution, obligeant ainsi ces entreprises à innover afin de pérenniser leurs activités. L'innovation reste cependant complexe et difficile à mettre en place notamment pour les entreprises qui souhaitent diversifier leurs innovations et ne plus se limiter uniquement aux innovations d'ordre technique. Ainsi, certaines d'entre elles choisissent de mettre en place une démarche d'innovation centrée sur leurs utilisateurs/clients. Cette approche reste assez peu étudiée, notamment pour les entreprises industrielles ; il apparaît dès lors comme nécessaire de s'interroger sur le déploiement d'une telle démarche. C'est dans ce cadre que se situe notre problématique de recherche que nous pouvons formuler ainsi : « Comment favoriser la mise en place d'une démarche d'innovation centrée utilisateur/client au sein d'une entreprise industrielle internationale positionnée sur un marché B2B ? » Nos travaux ont été conduits au sein d'un sous-traitant automobile français positionné sur un marché B2B international. Quatre contributions majeures ressortent de nos travaux de recherche : (i) une description des typologies d'innovation déjà mises en place au sein de cette entreprise, considérée comme assez représentative des entreprises industrielles positionnées sur un marché B2B ; (ii) une définition du processus d'innovation centrée utilisateur/client pour l'entreprise et plus particulièrement des premières phases de ce dernier où les utilisateurs/clients sont les plus impliqués ; (iii) une proposition de méthodes et outils favorisant la mise en place d'une démarche d'innovation centrée utilisateur/client ; (iv) une validation de l'efficacité de la démarche mise en place avec ces outils associés. Ces contributions nous ont permis de répondre à notre problématique de recherche et de participer ainsi au soutien de la mise en place d'une démarche d'innovation centrée utilisateur/client au sein d'une entreprise internationale positionnée sur un marché B2B.

## Abstract (in English)

The current socio-economic environment is particularly characterized by a growing competition between companies and rapidly changing markets, forcing companies to innovate in order to maintain their activities. However, innovation remains complex and difficult to implement, especially for companies wishing to diversify their innovations and no longer be limited to technical innovations. Thus, some of them choose to implement an innovation approach focused on their users/customers. This approach remains relatively little studied, especially for manufacturing companies; therefore, it seems to be necessary to wonder about the deployment of such an approach. In this context, our research problematic can be expressed as follows: "How to support the setting-up of an innovation approach led by user/customer within an international manufacturing company positioned on a B2B market?" Our work was conducted in a French automotive subcontractor positioned on an international B2B market. Four major contributions emerge from our research: (i) a description of the typologies of innovation already implemented within this company, considered as fairly representative of manufacturing companies positioned on a B2B market; (ii) a definition of the process of innovation led by user/customer for the company, and more particularly the early phases of the process where users/customers are the most involved; (iii) a proposition of methods and tools that favor the setting-up of an innovation approach led by user/customer; (iv) a validation of the effectiveness of the set up approach with the associated tools. These contributions allowed us to respond to our research problem and thus participated in supporting the setting-up of an innovation approach led by user/customer within an international manufacturing company positioned on a B2B market.