

# Microsoft France propose des ateliers innovation ludiques... et sérieux !

Innover, ce n'est pas avoir une idée, ou activer une boîte à idées... Trop facile !

« 80 % à 85 % des idées nouvelles viennent de la consultation de l'écosystème de l'entreprise (dont les employés, les clients, les partenaires...) et donc seulement 10 % à 15 % de la DSI ou des services chargés de nouvelles technologies », constate **Carlo Purassanta**, patron de l'activité Services de Microsoft France, entité qui englobe le nouveau Business Innovation Center présenté à la presse ce 11 avril. Ce centre est déclaré officiellement ouvert aux clients et partenaires.

L'objectif ? Accompagner les entreprises, grandes et petites, dans leur quête de l'innovation. Microsoft France y démontre un ensemble d'applications originales, des réalisations concrètes, innovantes collectées dans toute l'Europe, notamment en France, Italie, Espagne et Portugal. « Nous mettrons à disposition tout un ensemble de réalisations et de cas clients, de projets pilotes collectés par les équipes de Microsoft Consulting International », précise Carlo Purassanta.

Le principe, c'est de stimuler la créativité en démontrant des réalisations pilotes, originales, innovantes. Ce Business Innovation Center a commencé par accueillir des partenaires – une quinzaine déjà actifs – qui contribuent aux démonstrations. Ce sont soit des consultants (cabinets de *consulting*, spécialistes du *re-engineering*, par exemple), soit des SSII ou encore des prestataires intervenants sur des niches de marché, des experts dans certaines applications, dont celles de Microsoft, bien sûr.

Microsoft France propose ainsi une « collection » permanente d'applications « permettant aux clients et partenaires d'appréhender le potentiel de solutions innovantes et inédites pour le métier de l'entreprise et d'en mesurer les bénéfices concrets ».

Les applications présentées ici s'appuient notamment sur les technologies de dernière génération sur tablettes, Windows Phone, Kinect ou encore la table Surface. Elles ont été « scénarisées autour de plusieurs thématiques, dont la relation client, la mobilité, la productivité et l'environnement de travail ». Citons par exemple la solution Archestra System Platform, qui utilise Kinect ; ou encore Wonderware qui propose une solution pour environnements de travail à risques incluant une « interaction » sécurisée avec les systèmes de contrôle commande. Pour le secteur bancaire, une application de gestion de la relation client, Windows Sales Slate FX affiche, sur tablette, un assistant mobile destiné aux conseillers bancaires.

Mentionnons encore Falcon Touch, une forme de catalogue interactif, développé pour Dassault sur la table numérique Surface et permettant d'afficher et de comparer tous les modèles d'une gamme avec options diverses et variées. Autre exemple, Osiatis a développé une application sur tablette pour le contrôle qualité des chantiers de construction. Et Publisoft présente un prototype d'application, toujours sur tablette, pour aider les professionnels de la distribution optimiser leurs linéaires.

Les ateliers (*workshops*) sont proposés sur une journée, dans un mode où « la recherche d'idées peut

*être suscitée par une approche souvent ludique, très participative en tous cas », afin de stimuler la créativité et l'imagination. Aux grands comptes (« qui ne peuvent pas tous se rendre à Seattle ! »), sont proposées des sessions « privées », personnalisées donc mono-client. Microsoft recommande de constituer des équipes d'une dizaine de personnes, de disciplines et d'horizons différents dans l'entreprise, une moitié provenant des métiers et l'autre de la DSI ou des services techniques, par exemple.*

Pour les entreprises de taille moyenne ou petite, ce sont des sessions multi-clients, qui permettent un brassage des idées et des expériences, en croisant des secteurs d'activités différents – ce qui est, le plus souvent, source de créativité et d'imagination, constate Carlo Purassanta.

## **Deux parcours, deux démarches**

Deux « parcours », avec diverses thématiques, ont déjà été constitués pour démarrer :

- l'un permet de découvrir la démarche 'innovation', à partir de cas pratiques, notamment sur la relation client, le CRM, sur un catalogue interactif, ou encore sur l'efficacité collaborative en entreprise ;
- le second parcours, personnalisé, initie aux applications innovantes, notamment autour d'ateliers spécifiques sur la mobilité, avec l'utilisation de tablettes, de *smartphones*, de Kinect, etc. Il vise à permettre la mise en œuvre rapide de projets pilotes concrets.

*« Le but est bien de détecter et finaliser des solutions possibles pour répondre à des besoins "métier", en partant de ce qui a déjà été réalisé. L'étape suivante, c'est construire un prototype d'application et définir un planning pour une mise en production », conclut Carlo Purassanta.*