

Întreprinderea este o organizație care, printre alte funcții, are în vedere concepția și realizarea de produse, « produsul » fiind luat în sensul a ceea ce este (va fi) furnizat unui utilizator pentru a răspunde la nevoia sa (AFNOR, 1990). Într-un asemenea context, concepția de produse este o activitate creatoare care, plecând de la nevoile exprimate de piață și de la cunoștințele existente, are ca rezultat definirea de produse satisfăcând aceste nevoi în mod industrial realizate. În mod firesc, alegerile organizaționale și tehnice ale întreprinderii sunt puternic influențate de mediul (economic, comercial, tehnologic, normativ, legislativ, etc.) acesteia. În contextul de puternică variabilitate a mediului pe care întreprinderea îl cunoaște astăzi, gestiunea evoluției sale apare ca un nivel suplimentar de pilotaj ce asigură menținerea întreprinderii pe piață printr-o revizuire mai mult sau mai puțin profundă a datelor sale tehnice și a organizării sale : a concepe noi produse și a reconcepe sistemul de producție (ré-engineering) constituie două principale variabile de acțiune a gestiunii evoluției acesteia. Inovația apare deci ca o forță pentru întreprindere, ea constituie o voință strategică de luare în calcul a riscurilor. Aceasta poate face să intervină schimbări afectând în același timp sau în mod independent, resursele materiale, resursele umane – și deci organizarea care decurge din acestea - tehnologie, etc. Totuși, întreprinderea nu are resurse nelimitate pentru a conduce mereu spre succes proiectele sale de inovație. Ea trebuie prin urmare, să rezerve celor mai bune proiecte alocarea de resurse și de mijloace financiare. Astfel că, în măsura în care întreprinderea trebuie să opereze alegeri între diferitele sale proiecte, un sistem de evaluare a acestora, precum și a riscurilor inerente acestor proiecte devine o necesitate pentru a o ajuta în deciziile sale.

Această cercetare consistă în integrarea unei faze de gestiune a riscurilor în proiectele de concepție, particulare inovației, unde gradul de eșec rămâne foarte important. Noi propunem să furnizăm conducătorilor de întreprindere, șefilor de proiecte și altor responsabili un model de ajutor în luarea deciziei în concepția inovantă. Metodologia reținută se compune din trei faze principale : studiu la nivelul strategic (care trebuie să permită definirea stării formei întreprinderii), studiu la nivelul proiectului (relativă proiectului însuși, o dată ce scenariul de concepție a fost adoptat) și studiu la nivelul produsului, relativă fazei de concepție propriu-zise. În fiecare fază, o analiză preliminară a riscurilor este realizată spre a valida sau nu alegerile efectuate care permit să ghideze decidenții în luarea deciziilor lor. Propunerea noastră de model permite să stabilească o legătură între strategia întreprinderii și diferitele proiecte de inovație puse în aplicare pentru o mai bună selecție și o mai bună definire a acestora; să identifice și să analizeze factorii tangibili și intangibili existenți la dispoziția întreprinderii spre a avea o viziune clară și precisă a mediilor intern și extern ale întreprinderii și spre a obține o mai bună gestiune a proiectelor de inovație; în sfârșit, să identifice riscurile potențiale și să analizeze impacturile acestor riscuri asupra proiectului de inovație.

The company is an organization which, among others functions, has in responsibility the conception and the realization of products, by "product" meaning what is (or will be) supplied to a user to answer its need (AFNOR, on 1990). In such a context, the conception of products is a creative activity which, starting with the market needs and the existing knowledge, ends in defining industrially made products satisfying these needs. Naturally, the organizational and technical choices of the company are strongly influenced by its environment (economic, commercial, technological, normative, legislative, etc.). In the context of strong environmental variability which companies know nowadays, the management of its evolution seems as a supplementary level of piloting ensuring the preservation of the company within the market, by a more or less deep revision of its technical data and its organization: to conceive new products and to re-conceive the system of production (ré-engineering) constitute two main variables of action of its evolution management. The innovation thus appears as a force for the company, it constitutes a strategic will of risk-taking. It can bring in changes affecting, simultaneously or independently, the materials, the human resources – and thus the organization which ensues from it – the technologies, etc. For all that, the company has no unlimited means to always conduct to success its innovation projects. It thus has to reserve the allowance of its resources and its financial means for the best projects. Therefore, as far as the company has to operate choices between its various projects, a system of evaluation of these projects and of the risks inherent to these projects becomes a necessity to help it in its decisions.

This work deals with the integration of a risk management procedure in design projects, which have a very significant failure rate. We propose to provide to enterprise and project managers a model for assistance to the decision-making in innovative design. The methodology is composed of three principal phases: the study at the strategic level (which must make it possible to identify strengths and weaknesses of the company), the study on the project level (relating to the project, once the scenario of innovating design adopted), and the study at the product level, relating to the phase of design itself. In each phase, a preliminary analysis of the risks is made in order to validate or not the choices carried out, which makes it possible to guide the decision makers in their decision-makings. Our proposition of model allows to establish a link between the company's strategy and the various innovation projects implemented for a better selection and a better definition of these last ones; to identify and to analyze the tangible and inviolable factors at arrangement of the company to have a clear and precise vision of the internal and external environments of the company, and to obtain a better management of the innovation projects; finally to identify the potential risks and analyze the impacts of these risks on the innovation project.