

La bibliothèque de l'innovation.	
Statut	Description du fond Ad Valor « bibliothèque de l'innovation », et bibliographie.
Auteur, qualité	Nicolas Géraud, chargé d'affaires
Date, n° de version	lundi 11 avril 2005, v1.0
Diffusion	Libre
Doc joint	-
Suivi des modifications	-

Présentation de l'initiative du fond Ad Valor « bibliothèque de l'innovation »

« La fonction essentielle d'une bibliothèque est de favoriser la découverte de livres dont le lecteur ne soupçonnait pas l'existence et qui s'avèrent d'une importance capitale pour lui. »

Umberto Eco.

Issue d'une initiative de recherche et continuant à porter des développements [cf. <http://www.ad-valor.com/fr/pages/politiqueRech.php>], Ad Valor souhaite mettre à disposition de ses différents publics son fond bibliographique sur l'innovation. Ce faisant, Ad Valor organise la réponse à une demande régulière, avec une volonté d'ouverture maximale et dans le respect de la confidentialité de ses prestations.

Modalités d'accès, selon les publics et les documents.

	Fonds Ad Valor ¹	Archives études ²	Rapports, éléments de conseil ³
Etudiants	Accès libre, consultation sur place (sauf étudiants encadrés et évalués par une personne d'Ad Valor, pouvant faire des emprunts courts).	Accès exceptionnel, sur recommandation d'un enseignant et autorisation du directeur d'étude.	Seule une présentation anonymisée par le seul directeur d'étude. en phase de formation est possible, avec l'accord préalable du client et sans laisser de supports écrits.
Stagiaire Ad Valor	Accès libre, emprunts possibles même après la fin du stage.	Accès possible, à l'invitation du maître de stage.	Accès possible, à l'initiative du maître de stage et avec l'accord du client.
Enseignant et chercheurs	Accès libre, emprunts longs possibles, retour impératif si la référence est demandée par un consultant Ad Valor.	Accès possible, après consultation du directeur d'étude et autorisation du gérant Ad Valor.	Accès envisageable, sur demande écrite au directeur d'étude et au client.
Consultant	Idem enseignants et chercheurs.	Strictement aucun accès.	Aucun accès, sauf accord exceptionnel (aval impératif du client et du gérant).
Client Ad Valor	Idem enseignants et chercheurs + photocopies possibles.	Accès possible, sur proposition du chargé d'affaires du client, qui « filtre » les éléments communiqués.	Accès possible, sur proposition du chargé d'affaires du client, qui « filtre » les éléments communiqués + autorisation écrite du commanditaire.
Consultant Ad Valor	Accès illimité.	Sur autorisation du gérant ou chargé d'affaires.	Sur autorisation du gérant ou chargé d'affaires et du commanditaire.

- Les consultants d'Ad Valor entendent par ailleurs être proactif vis-à-vis de leurs clients pour leurs signaler tout article, ou toute publication, susceptibles d'actualiser leurs propres veilles bibliographique.
- Ad Valor s'engage à mettre à jour son fond régulièrement (éventuellement en suivant vos recommandations !), et à garder cette bibliographie en libre accès (vers une version commentée ?).
- La « bibliothèque de l'innovation » est complétée par des fonds plus modestes (quelques référents, un fond relatif à la prospective, et un consacré au transport).

¹ Les fonds Ad Valor (innovation, prospective, transport) sont recensés ci-après. Ils comprennent uniquement des publications tout public.

² Les archives études sont constituées des documents de travail et des enregistrements terrain (entretiens audios ou focus) réalisés dans Ad Valor (on parle de « littérature grise », parce qu'elle n'est pas publique, mais n'a pas de valeur intrinsèque, contrairement aux éléments de conseil). Elles peuvent être utiles à des chercheurs travaillant sur les évolutions méthodologiques des approches usages (socio, ergo, design, etc.). Nous avons en archive l'ensemble des dossiers traités par Ad Valor (cf la liste de nos références : <http://www.ad-valor.com/fr/pages/nosClients.php>)

³ Les rapports et éléments de conseil constituent les livrables produits dans Ad Valor pour ses commanditaires. Ces documents sont le plus souvent hautement confidentiels, mais dans le cas de certaines commandes publiques, ou d'éléments de conseils qui ont perdu toute actualité, le secret professionnel peut « tomber », sur des modalités bien définies, et toujours avec l'assentiment du commanditaire et de son directeur d'étude.

- AGATHOCLEOUS A., 1996, Qualité : changement d'organisation et performance, Editions Anact, Saint-Just-La-Pendue.
- BARCENILLA J., BRANGIER E., 2003, Concevoir un produit facile à utiliser, Editions d'organisation, Paris.
- BELLANGER F., 2000, Habitat(s), Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues.
- BERARD D., 1996, Télétravail et nouvelles formes de travail, Editions Anact, Saint-Just-La-Pendue.
- BLOCH A., MANCEAU D., 2000, De l'idée au marché, Editions Vuibert, (coll « Entreprendre »).
- CATHELAT B., 1987, Publicité et société, Editions Payot, Paris.
- CAUVIN P., CAILLOUX G., 2003, Deviens qui tu es, Editions Le souffle d'or, Barret-sur-Méouge.
- CAUVIN P., CAILLOUX G., 2003, Les types de personnalité, ESF Editeur (coll « formation permanente »), Issy-les-Moulineaux.
- DESTOT M., 2000, Encourager l'innovation en France, moteur de croissance et source de nouveaux emplois, Kiosque de l'Assemblée nationale, Paris.
- DUBIUSSON S., HENNION A., 1996, Le design : l'objet dans l'usage, Ecole des mines de Paris, Paris.
- DUBOIS B., KOTLER P., 1990, Marketing management, Publi-union éditions, Paris.
- FLIPO J.P., 2001, L'innovation dans les activités de service, Editions d'organisation, Paris.
- GRANGE T., ROCHE L., 1999, Innovation et technologie, Editions Maxima (coll « Groupe ESC Grenoble »), Paris.
- HARVARD BUSINESS REVIEW, 2000, La chaîne de la valeur, Editions d'organisation, Paris.
- JOANNIS H., 1981, De l'étude de motivation à la création publicitaire et à la promotion des ventes, Editions Bordas, Paris.
- LEDUC R., 1983, Qu'est-ce que la publicité, Editions Bordas, Paris.
- LEDUC R., 1984, La publicité, une force au service de l'entreprise, Editions Bordas, Paris.
- LES CAHIERS DU NUMERIQUES, 2002, Ces objets qui communiquent, Editions Lavoisier, Paris.
- MILLER P., 1997, Stratégie et marketing de l'innovation technologique, Editions Dunod, Paris.
- MILLER P., 2004, L'étude des marchés qui n'existent pas encore, Editions d'organisation, Paris.
- MOLLES A., ROHMER E., 1984, Théorie des actes, vers une écologie des actions, Editions Casterman.
- MOREAU F., AFPLANE, 2003, L'entreprise élargie : de nouvelles formes d'organisations, Editions Insep Consulting, Paris.
- PETERS T., 1998, L'innovation un cercle vertueux, Editions Village Mondial, Paris.
- RAY D., 2001, Mesurer et développer la satisfaction clients, Editions d'organisation (coll « Groupe ESC Grenoble »), Paris.
- SERIS J.P., 1994, La technique, Presses universitaires de France (coll « Les grandes questions de la philosophie »), Paris.
- SILVESTRE H., 2001, Les stratégies des PMI, cadre général et modélisation de la démarche, Ecole de management de Lyon.
- SILVESTRE H., CHAUMONT C., DE CHARENTENAY T., ESNAULT L., FAY E., IGLESIAS N., 1998, Smes and multimedia, Ecole de management de Lyon.
- SILVESTRE H., GOUGET R., PASTORELLO M.H., 1995, Rapport de recherche : approche typologique de l'univers stratégique de dirigeants de PMI indépendantes et filiales du groupe de la région Rhône-Alpes, Ecole de management de Lyon.
- SVEIBY K.E., 2000, Knowledge management, La nouvelle richesse des entreprises, Editions Maxima, Paris.

VEILLE BIBLIOGRAPHIQUE « Marketing de l'innovation », 2002.

- BRECHIGNAC, ROUBAUD, Le marketing des services.
- CHAPELET, MANGIONNE, Le lancement d'un produit nouveau.
- DETRIE, Le client retrouvé.
- KOTLER, DBOIS, Marketing management.
- RAVENNE, Rechercher et innover en groupe.
- RAY, Mesurer et développer la satisfaction client.
- VERNETTE, L'essentiel du marketing.

VEILLE BIBLIOGRAPHIQUE « Marketing de l'innovation », 2004.

- BALLERY E., Qualité en conception : innover sans se tromper, Qualité en mouvement n°41.
- Politique de prix : analyse conceptuelle, méthode de fixation.
- LEPAGE A., La conception à l'écoute du marché, produit de substitution des études de marché classiques ?
- LAURENCIN J.P., 2003, Le test économique, moment du cycle de la conception participative.
- MORLET T., Ergonomie : quelques notions.
- FAVIER A., 1991, L'obligation de guérir et le droit d'être chronique : sens et fonction du temps dans les rapports de l'homme avec la maladie, sens et fonction de la maladie dans les rapports de l'homme avec le temps.
- ANDERSON C., 2004, a crash course in innovation, Wired.
- La simplicité d'usage, approche conceptuelle et modèles.
- DARPY D, VOLLE P., Comportements du consommateur, concepts et outils, Editions Dunod.
- Conférence internationale de management stratégique AIMS, 2004, Regards croisés sur l'innovation : la question des rapports entre innovation et déviance, Le Havre.
- Futuris, 2003, Regards 2015, quelles définitions pour l'innovation et les systèmes nationaux de recherche et d'innovation ?
- L'innovation en formation : de la définition à l'action.
- MERSADIER G., 2004, L'innovation paysanne en Afrique subsaharienne, Inter-réseaux.
- Les Echos, L'art du management 2004.
 - o Globalisation et internationalisation, n°1.
 - o Innovation et changement, n°2.
 - MOINGEON B, LEHMANN-ORTEGA L., Innovation stratégique : un gisement de croissance.
 - CREMADEZ M, Combattre ou prévenir la résistance au changement ?
 - SANTI M., Pour une nouvelle typologie opérationnelle des innovations.
 - MICHAUT-DENIZEAU A, Tests de concepts : ce qu'il faut vraiment savoir.
 - BOURGEOIS D., Révolution client : la fin d'une illusion.
 - DUMONT A., Créer des valeurs nouvelles dans les activités de services.
 - o Gouvernance et mesure, n°3.
 - CORCIA Y, Evaluer la compétitivité du système d'information.
 - o Stratégie et management, n°5.
 - o Développement personnel des dirigeants, n°6.
 - SOLE A., Comment les dirigeants décident-ils ?
 - BLOCH A., L'entrepreneur et l'échec : une relation thérapeutique ?
 - GEUSER F., TREPO G., L'appréciation annuelle des salariés : un must difficile.
 - o Valeur et valeurs, n°7.
 - MICHEL D., Créons-nous de la valeur ou des valeurs ?
 - DETRIE J.P., Créer et capturer la valeur : l'essence de la stratégie.
 - DE BORDINAT H., Valeur de l'offre : une rentabilité forte et durable.
 - o Marketing et communication, n°8.
 - EVARD Y., Le marketing expérientiel : un nouveau développement.
 - LAMBERT-PANDRAUD R., LAURENT G., La fidélité à la marque des consommateurs âgés.
 - VANHUELE M., Grande distribution : client fidèle, client volage.
 - o Immatériel, n°9
 - FERRY-MACCARIO N., Slogan publicitaire et risques juridiques.
 - CHEVALIER F., Créativité et innovation : des compromis instables.
 - NGUYEN V., SANTI M., Les piliers de l'évaluation d'un projet innovant.
 - o Altermanagement, n°10.
 - ARENAS D., VERNIS A., Intégrer la responsabilité sociale dans la stratégie de l'entreprise.

REVUES

LA DOCUMENTATION FRANCAISE, n°247, 1990.

L'AUDIOVISUEL, n°103, Mai-Juin 2002.

TORNADO INSIDER, n°35, Septembre 2002.

TORNADO INSIDER, n°33, Octobre 2002.

WIRED, Mai 2003.
WIRED, Septembre 2003.
WIRED, Octobre 2003.
WIRED, Novembre 2003.
WIRED, Décembre 2003.
WIRED, Janvier 2004.

WIRED, Février 2004.
WIRED, Mars 2004.
WIRED, Avril 2004.
WIRED, Mai 2004.
WIRED, Juin 2004.
WIRED, Juillet 2004.

WIRED, Novembre 2004.
WIRED, Décembre 2004.
WIRED, Janvier 2005.
WIRED, Février 2005 + test wired.
WIRED, Mars 2005.

THESES / MEMOIRES

LE QUILLEUX A., 2004, Le design de demain : comment mieux prendre en compte l'utilisateur lors de la conception d'objet industriel ?

VERCHERE C., 2004, Les entre-dits des je(eux), Grenoble.

DIVERS

CIGREF, 1996, Accompagnement du changement, contributions complémentaires à Acuité.

CEM, Documents divers, Diagramme des affinités.

CLUB TIME, 2000 à 2005.

DOCUMENTS MFQ, ISO 9004

DOSSIER DE PRESSE AD VALOR.

EUROSYN, 2001, Lettre bimestrielle, L'avènement du sur-mesure et de la personnalisation.

EUROSYN, 2001, Lettre bimestrielle, Le luxe, un secteur pas comme les autres...

EUROSYN, 2002, Lettre bimestrielle, La différenciation sensorielle.

GIRARD J., 2004, Rapport de la mission personnes âgées commandité par le Conseil Général de l'Isère et de la Ville de Grenoble, L'innovation technologique au service du maintien à domicile des personnes âgées., Grenoble.

GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT, 2003, Les cahiers du management technologique.

GROUPE DE TRAVAIL « Méthodes et outils pour l'observation et l'analyse des usages » 2002, Etude PNER N°3, Etudier les usages pédagogiques des technologies de l'information et de la communication : une pratique de recherche et/ou de légitimation ?, Lyon.

LA REVUE DE COMMUNICATION ET PEDAGOGIE, 1989, Communication et langages, n°82, Editions Retz, Alençon.

LA REVUE DE COMMUNICATION ET PEDAGOGIE, 1989, Communication et langages, n°83, Editions Retz, Alençon.

LOI DE MOORE (dossier).

MALLEIN ., 2004, Présentation des profils Nice. (Archive audio)

METALLURGIE, janvier 2002, enquête ABC.

MFQ, 1999, Se former à la qualité : par où commencer, maîtriser la qualité, améliorer la qualité, anticiper la qualité.

QUALI'GUIDE, 2002, Guide pratique du management de la qualité.

PUBLICATIONS AD VALOR (revue de presse)

SILVESTRE H., DE CRESCENZO J.C., 1998, La performance comme espace de médiation, Les cahiers du changement.

TRINQUIER P., 1995, Expressions populaires en langues d'oc, Editions Lacour (coll « Colporteur »), Nîmes.

PAOLETTI M., 1996, Analyse de la démocratie locale à travers la genèse institutionnelle du referendum, Bordeaux.

VEILLE (synthèses et articles)

VEILLE BIBLIOGRAPHIQUE « Ville de Grenoble ».

PROSPECTIVES ET APPARENTES

AGENCE D'URBANISME DE LA REGION GRENOBLOISE, 1999, Grenoble pôle européen universitaire et scientifique, D'une prospective de site à un projet de livre blanc.

ATLANTIC, 2004, n°2.

BOUBOUR E., 1999, Communicating nanotechnology to the public : breaking down the language barriers to earn trust.

BURKE M., CATHELAT B., EBGUY R., 1998/1999, Tendances sociales, Tendances modes, L'observatoire de la première vision.

CARRIERE J., 1998 ? Rhône-Alpes ? Une prospective, Rapport au Préfet de Région et au Président du Conseil Régional.

CITRON, 2004, French seduction, La France a-t-elle encore le pouvoir pour nous séduire ?

DUPOUX F., MOREL P., SCHERR W., 1999, Prévision multimodale des déplacements par un modèle d'activités, Application au PDU de l'agglomération grenobloise, TEC n°156.

DUPUY J.P., 2004, Quand les technologies convergeront, Futuribles n°300.

EUROSYN, 2001, Lettre bimestrielle, L'avènement du sur-mesure et de la personnalisation.

EUROSYN, 2001, Lettre bimestrielle, Le design sensoriel.

EUROSYN, 2001, Lettre bimestrielle, Le design sonore.

FUTUR(E)S, 2001, n°6.

GATE J.C., OLIVIER P., VERILHAC V., 2003, Questions design, Réponses matériaux, Centre du Design Rhône-Alpes et Agence Rhône-Alpes pour la maîtrise des matériaux, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1998, Les cahiers millénaire trois, Le thème de l'homme, n°1, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1999, Les cahiers millénaire trois, Intelligence et développement de la cité, n°17, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 2000, Les cahiers millénaire trois, Une agglomération compétitive et rassemblée, n°21 supplément, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1997, Lettre d'information n°1, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1998, Lettre d'information n°2, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1998, Lettre d'information n°3, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1998, Lettre d'information n°4, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 1999, Lettre d'information n°5, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 2000, Lettre d'information n°6, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 2000, Lettre d'information n°7, Lyon.

GRAND LYON PROSPECTIVE, 2001, Les notes, Société de l'information : quelle information, pour quelle société, n°1, Lyon.

IHM NATURELLES E VERBALISATION.

INNIVATION 128, 2004, Veille technologique, étude TechTendances et programmes TechWatch.

INNOVATION ET TRANSFERT TECHNOLOGIQUE, 2000, L'onde de choc des scénarios.

JEAN G., 1994, Voyages en utopie, Editions Gallimard, Evreux.

LE FIGARO MAGAZINE, 2004.

LE MONDE LIBERTAIRE, 1998, Vers un autre futur !, Hors série n°10.

LE NOUVEL OBSERVATEUR, 2004, Dieu et la science, le nouveau choc.

LES ECHOS, 3 février 2004, Le secteur public friand de conseil.

LES ECHOS, 12 février 2004, Les Echos innovation.

LES ECHOS, 18 février 2004, Les Echos innovation.

LES ECHOS, 25 février 2004, Les Echos innovation.

LES PRODUITS DE FONT « MINI » CETTE SAISON.

MAGAZINE LITTERAIRE, 1984, Géopolitique et stratégie, les nouvelles cartes du monde.

MAGAZINE LITTERAIRE, 1985, Les enjeux de la biologie.

MINOTAURE, 2003.

PREPARATION DES ETATS GENERAUX DE L'AGGLOMERATION GRENOBLOISE (Résultats provisoires après le 1^{er} atelier de décembre 2000).

TECHNIKART COLLECTOR FUTUR, 2004, Débranche tout !

TECHNIKART FUTUR, 2004-2005, Quel big brother êtes-vous ?

Fond « Transport »

OUVRAGES

BIGEY M., 1993, Les élus du tramway, Lieu Commun Edima, Paris.

- BELLENGER L., 1998, La négociation, Presses Universitaires de France, Vendôme.
- BERNOUX P., 1985, La sociologie des organisations, Editions du Seuil, Evreux.
- BERNOUX P., 1995, La sociologie des organisations, Editions du Seuil, Manhecourt.
- DETRIE J.P., 1997, Strategor, politique générale d'entreprise, Editions Dunod, Paris.
- EBER N., 2004, Théorie des jeux, Editions Dunod, Paris.
- GRAWITZ M., 1996, Méthodes des sciences sociales, Editions Dalloz, Paris.
- LUGAN J.C., 2000, La systémique sociale, Presses Universitaires de France, Vendôme.
- NEVEU E., 2002, Sociologie des mouvements sociaux, Editions La Découverte, Paris.
- PIOTET F., SAINSAULIEU R., 1994, Méthodes pour une sociologie de l'entreprise, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, Mayenne.
- THUDEROZ C., 2000, Négociations, Presses Universitaires de France, Paris.

DICTIONNAIRES

- ATKINS B.T., BIRKS R.O., COUSIN P.H., DUVAL A., LAMY M.N., MILNE C., SINCLAIR L.A., 1989, Robert Collins Dictionnaire français/anglais, anglais/français, Dictionnaires Le Robert, Paris.
- BERMAN J.P., MARCHETEAU M., SAVIO., 1979, L'Anglais économique et commercial, Presses Pocket (coll « Les langues pour tous »), Paris.
- DAUZAT A., 1938, Dictionnaire étymologique, Librairie Larousse, Paris.
- DAUZAT A., DUBOIS J., MITTERAND H., 1971, Nouveau dictionnaire étymologique, Librairie Larousse, Paris.
- DESIRAT C., GENOUVRIER E., HORDE T., 1977, Nouveau dictionnaire des synonymes, Paris.
- HARRAP'S SHORTER, 1993, Dictionnaire anglais/français - français/anglais, Harrap Books Limited, Paris.
- LE NOUVEAU BESCHRELLE, 1959, L'art de conjuguer, Editions Hatier, Paris.
- Le petit Larousse illustré, 2000, Editions Larousse, Paris.
- THOMAS V., 1956, Dictionnaire des difficultés de la langue française, Librairie Larousse, Paris.

SUPPORTS DE FORMATION

- BARTIKOWSKI B., 1999, La satisfaction des clients dans les services : une vue situationnelle du poids fluctuant des éléments, Université de droit, d'économie et des sciences d'Aix Marseille.
- BOISSIN O., 2002, Diagnostic stratégique, Université Pierre Mandès France, Grenoble.
- COURS DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES.
- EVERTHING YOU NEED TO KNOWABOUT « STRATEGY ».
- MIT, 16 Septembre 2003, Technology and culture, Theories of technology and culture.
- MIT, 2003, Bargaining Theory.
- MIT, 2003, Technology Strategy.
- MIT, 2004, Game Theory.

MIT, 21 Octobre 2003, Technology and culture, Computers and information technologies.

MIT, 4 Novembre 2003, Technology and culture, Computers and information technologies.

RAFFIN F., 2005, Management de l'innovation.

RIVARD P., 1998, Bibliographie (très) sélective d'ouvrage sur l'analyse système, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines.

ROCHET C., Le diagramme des affinités.