EDF Pulse Incubation met l'intrapreneuriat au service de l’innovation

Le programme d’intrapreneuriat d’EDF lance son premier appel à projets innovants à destination de ses salariés, autour du changement climatique, de la sobriété et du bien-être des clients. Un nouveau départ pour l’incubateur du groupe, qui a déjà fait naître plusieurs success stories intrapreneuriales depuis quatre ans.

Temps de lecture : minute

14 octobre 2021

Innover en mode startup au sein même de sa propre entreprise. C’est le rêve de 74% des Français, selon une étude réalisée par le cabinet Deloitte. Le groupe EDF offre cette opportunité à l’ensemble de ses employés grâce à EDF Pulse Incubation, son programme d’intrapreuneuriat destiné à créer de nouveaux business en France et à l’international. " *Près de la moitié des technologies qui nous permettraient d’atteindre la neutralité carbone en 2050 ne sont pas encore sur le marché. C’est dire l’ampleur du défi. Et dans cet effort collectif, il y a une ressource essentielle à valoriser : le potentiel d’innovation des salariés* ", insiste Marine Zimmermann, directrice de l’incubateur du groupe. Concrètement, l’idée est de " *favoriser l’innovation en accompagnant les salariés avec une méthodologie digne des startups pour explorer de nouveaux business avec un potentiel d’industrialisation rapide* ".

Pour le lancement de ce que la jeune femme décrit aussi comme " *le trait d’union entre les activités métiers d’EDF et les travaux menés par la R&D* ", l’incubateur dévoile en ce début octobre un appel à projets autour de

trois thématiques :

- la résilience et l’adaptation au changement climatique;
- la sobriété et l’accompagnement des particuliers à consommer mieux et moins;
- l’accompagnement des particuliers dans les grandes étapes de leur vie.

Un programme d'intrapreneuriat au " très haut niveau d’exigence "

Si la directrice souhaite attirer " *le maximum de propositions* ", elle rappelle aussi que le programme d’EDF Pulse Incubation demande " *un très haut niveau d’exigence* ". Seuls trois lauréats seront retenus pour l’appel à projets, un par thématique. En dehors de cette campagne, l’incubateur du groupe accueille d’ailleurs " *trois à six projets par an* ", précise-t-elle.

Pour être incubés, les salariés doivent proposer des idées capables d’attirer de nouveaux clients pour le groupe EDF ou d’offrir de nouvelles offres aux clients existants, " *avec un go to market compris entre dix-huit mois et cinq ans*, *le tout en incarnant notre raison d’être, à savoir œuvrer pour la neutralité carbone et la préservation de la planète* ", développe Marine Zimmermann. En revanche, pas besoin d’arriver avec un produit prêt à l’emploi. L’incubateur est justement là pour accompagner le salarié à faire mûrir le projet. " *Certains viennent nous voir avec vingt slides de présentation seulement, d’autres ont déjà un prototype et la signature de prospects* ", poursuit la directrice.

Les créateurs sélectionnés commenceront la première phase d’incubation, baptisée le " boost ", pour une durée de trois mois, renouvelable trois mois. Le ou les porteurs du projet seront alors détachés de leurs activités quotidiennes au sein du groupe afin de consacrer tout

leur temps à vérifier la faisabilité technique et commerciale de leur idée et la désirabilité client. C’est actuellement le quotidien de Clément Briet et de son projet EDF Réutiliz dont l’objectif est de donner une seconde vie aux biens matériels, équipements industriels et matériaux qu'EDF n'utilise plus. Après avoir remarqué l’intérêt inattendu de certains partenaires pour la plateforme EDF Réutiliz, " *sorte de Bon Coin industriel* " lancée en 2018 dans le cadre du projet Réemploi, initialement pour une utilisation interne, cet ingénieur mécanique de formation veut aujourd’hui transformer l’essai et l’ouvrir à d’autres clients.

À lire aussi
Quand EDF rencontre PowerUp : le binôme qui fait mouche

Des success stories

S’il parvient à démontrer la viabilité économique de son entreprise, Clément Briet atteindra la deuxième phase d’incubation, la " preuve de concept " (PoC). Il devra alors implémenter Reutiliz chez un premier client afin de confronter sa faisabilité technique aux réalités du terrain et de tester le " pricing ", notamment.

Industr'IA, un projet lancé en février 2021 qui vise à offrir à l'externe plus d'une soixantaine de cas d'usage exploitant l'intelligence artificielle développés au sein du groupe EDF, est aujourd'hui en fin de PoC, par exemple. Porteuse de ce projet, Rebecca Toth doit maintenant déployer une solution commerciale et présenter un business plan sur cinq ans, en intégrant différents critères de viabilité, tels que la rentabilité et la scalabilité du produit ainsi que des paramètres bien connus des startups comme le taux de conversion.

L'ensemble de ce processus d'incubation est évalué tous les trois mois par l'incubateur et un conseil d'investisseurs qui peuvent décider de poursuivre l'aventure ou de l'arrêter. Lancé en 2017 sous le nom d'EDF Pulse Croissance, qui englobe les deux nouvelles entités EDF Pulse Incubation et EDF Pulse Ventures, le programme a déjà connu plusieurs success stories, avec la création de filiales comme Hynamics, Metroscope, Urbanomy ou Exaion. Et la création de startups intrapreneuriales n'est pas la seule issue possible à EDF Pulse Incubation, insiste Marine Zimmermann : " *Le projet peut aussi permettre d'ajouter une nouvelle offre au sein du groupe ou d'une de ses filiales. Il n'y a pas qu'une seule définition du succès.* "

Maddyness, partenaire média d'EDF Pulse

Article écrit par Maddyness, avec EDF