

# Quand se sont les salariés et les clients qui récompensent la meilleure innovation de l'année – Décathlon

L'incitation à l'innovation se fait de plus en plus forte au sein des entreprises. Au-delà du procédé, comment valoriser l'innovation la plus pertinente ?

Traditionnellement, les prix sont décernés par un jury constitué d'experts, de célébrités ou de personnes disposant d'un statut qui les légitiment dans le choix.

Il n'en est rien chez Décathlon où **ce sont les salariés et les clients qui élisent la meilleure innovation de l'année** lors d'une cérémonie intitulée les « Oxyane Innovation Awards ».

Au-delà du caractère événementiel, cette manifestation a pour objectif principal d'associer les salariés et les clients au processus de sélection. Pour cela, chaque année depuis 2005, Oxyane, la maison mère de Décathlon (50.000 collaborateurs, 7 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2012 et 2.800 produits créés par an), met en compétition les collaborateurs de ses différentes marques (Quechua, Domyos, B'Twin...).

Un grand Show organisé par le présentateur de Koh-Lanta, Denis Brognart, au zénith de Lille. Cet événement est par ailleurs retransmis en direct sur Internet pour que les clients et les employés du monde entier puissent participer à ce grand événement annuel.

Encouragées par 3.500 spectateurs (clients et salariés), 9 équipes présentent leurs inventions.

A la fin du show, comme cela se fait de plus en plus dans le

milieu télévisuel, le public est invité à voter, soit par SMS, soit via Internet pour le projet le plus innovant. Pour Décathlon, « **il est important que ce soient les utilisateurs qui aient le dernier mot** ».

Idée force : associer les salariés et les collaborateurs dans la sélection des innovations