

Construire une stratégie de valorisation d'une innovation



Contexte :

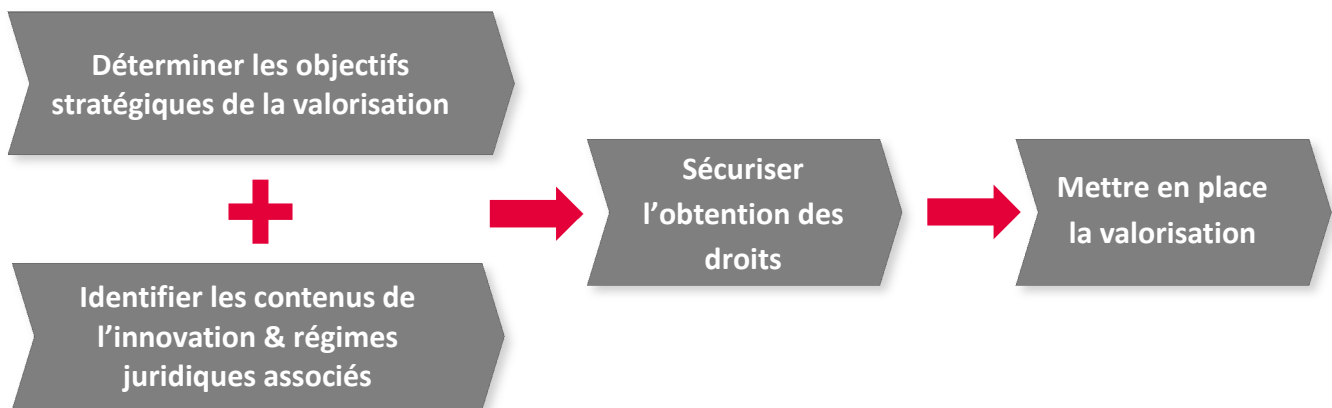
Un projet d'innovation interne peut susciter un intérêt au-delà de l'entité publique à l'origine de celui-ci. Cela peut se traduire par une demande d'acteurs externes au projet (sociétés privées, autres entités publiques, etc.) ou par un souhait de mutualisation ou de partage du projet.

Cibles :

- ☐ Porteurs de projets d'innovation
- ☐ Responsable de programme d'innovation
- ☐ Participants et coordinateurs de labs d'innovation
- ☐ Juristes en propriété intellectuelle et/ou en droit des marchés publics



Processus :



Exemples de valorisation :

HACKATHON CIVILS e-recrutement DE LA DÉFENSE Entité : Min. Armées Objectif : Générer des idées d'amélioration du processus de recrutement de civils Valorisation : Mise sous licence libre des résultats du hackathon	Chatbot NOA  Entité : Pref. IdF Objectif : Mutualiser un chatbot (agent conversationnel) avec d'autres entités publiques Valorisation : Logiciel sous licence libre (90%)	ADN Rapide GendSAG  Entité : Gendarmerie N. Objectif : Faire produire une innovation interne par un industriel et générer des ressources propres Valorisation : Licence de brevet avec redevances
--	--	--