CORRECTIONS DOSSIER 1

**L’INNOVATION**

**1/ Après avoir pris connaissance du processus d’innovation chez Décathlon , dégagez l’importance du lien entre l’étape 6 et l’étape 1 du cycle d’innovation**

Etapes :

-identification des besoins du client (terrain)

-développement de l’idée innovante en laboratoire

-prototypage de l’innovation (passage de l’idée au produit)

-test et essai du produit (prototype) en laboratoire

- fabrication du produit (choix des composants et assemblage

-tests et avis du client

Importance de lien :

la réception de l’innovation doit non seulement répondre aux besoins des clients , mais diffusion est à l’origine d’idées génératrices d’innovations futures.

**2/ Analysez les principales raisons de l’innovation chez Orange**

-s’adapter aux changements de son environnement=> »temps de crise «  doc2

- conserver ou créer des avantages concurrentiels et ainsi à détenir une « position de quasi-monopole sur le marché.

Ces innovations vont donc contribuer à ce qu’Orange devienne le leader des opérateurs Internet

**3/ Présentez le patrimoine technologique d’Orange. Pourquoi Orange doit il gérer ce patrimoine ?**

Le patrimoine technologique =>ensemble des technologies qu’une entreprise maîtrise ou utilise dans ses activités.

Orange possède une maîtrise des technologies dans les domaines de la voix haute définition, de la téléprésence, de la 4G et de la fibre optique mais également dans des technologies nouvelles comme le *cloud computing*, l’Internet des objets et la technologie sans contact ou NFC (*Near Field Communication*).

**4/ Une invention est-elle forcément une innovation ?**

Une innovation correspond à la mise en œuvre d’une invention afin de proposer une nouvelle offre sur un marché.

Mais une invention n’est pas nécessairement transformée en innovation et ne donne pas toujours lieu à la création d’un nouveau produit.

**5/ Quelles sont les phases du processus d’innovation du Bloc d’Orange et les personnes impliquées.**

Le Bloc est un nouveau produit créé par Orange, il s’agit d’un projecteur audio-vidéo portable connecté qui permet de projeter sur grand écran des photos, vidéos, jeux vidéo et chaînes de télévision.

Le processus d’innovation du Bloc d’Orange se compose d’un ensemble de plusieurs étapes au sein de multiples unités. Il s’agit d’un processus long qui a duré presque deux ans et que l’on peut décomposer en plusieurs phases :

– phase de recherche de l’idée (découverte) : cette étape a été réalisée par la branche marketing du centre de recherches d’Orange à Paris ;

– phase d’anticipation (développement) : cette étape a été réalisée par une dizaine de personnes, elle a servi à débroussailler le terrain et à aboutir à un prototype ;

– phase d’industrialisation : cette étape a été mise en œuvre par les différents Orange Labs situés dans différentes villes (Paris, Rennes, Lannion, Toulouse, Grenoble) et a réuni au total environ 80 personnes ;

– on peut ajouter enfin la phase de commercialisation.

**6/Pourquoi l’accélération du processus d’innovation grâce aux Orange Labs est-il un véritable enjeu pour l’entreprise ?**

En effectuant des activités de recherche, les Orange Labs saisissent et anticipent les changements technologiques. En étant implantés à différents endroits, ils facilitent le développement des partenariats avec d’autres organisations pour accélérer la capacité d’innovation. De cette façon, ils permettent de réduire la durée du processus d’innovation et donc de raccourcir les délais d’introduction des nouveaux biens et services sur le marché, ce qui lui permet de distancer la concurrence et ainsi de maintenir sa place sur le marché.

**7/ Quel rôle joue la veille technologique dans la politique d’innovation d’Orange ?**

La veille technologique consiste à surveiller l’environnement technologique de l’entreprise dans le but d’en anticiper les changements.

Dans le cadre de la politique d’innovation d’Orange, cette activité de veille technologique est indispensable parce qu’elle permet à l’entreprise de capter les évolutions technologiques et de disposer d’informations sur les dernières innovations liées à son marché afin d’en déduire des opportunités de développement.

8/ Quels moyens et quels principes Orange met-elle en œuvre dans ses activités de recherche et développement ?

Pour optimiser ses activités de recherche et développement, Orange met en œuvre les moyens suivants :

– des investissements humains et financiers importants (5 000 chercheurs, ingénieurs… et 780 millions d’euros consacrés à la recherche et l’innovation en 2013) ;

– la création du réseau Orange Fab qui permet d’accompagner des entrepreneurs de start-up sur le plan financier et logistique.

De plus, le PDG d’Orange, Stéphane Richard, souhaite agir en respectant les principes suivants :

– que les activités de recherche soient mises en œuvre par des équipes projet pluridisciplinaires ;

– qu’une collaboration existe entre ceux qui vendent les produits et sont au contact des marchés, et les équipes dédiées à l’innovation.

9/Pourquoi Orange a-t-elle lancé Orange Fab, un accélérateur de start-up ?

Orange développe un véritable réseau d’accélérateur de start-up dans le monde : en France, en Pologne, en Espagne et aux États-Unis. De cette façon, Orange cherche à collaborer avec des start-up afin de profiter de leur potentiel d’innovation.

10/Présentez les raisons pour lesquelles Orange a engagé ces partenariats.

Orange cherche à nouer des partenariats avec d’autres organisations afin de travailler avec des entreprises spécialisées et reconnues pour leur expertise technologique dans le but d’offrir à ses clients les meilleurs produits ou services.