

SOMMAIRE

Avant-propos	7
Chapitre 1 – Peut-on manager l’innovation de rupture ?	11
1. Innovation de rupture : de quoi parle-t-on ?	12
2. Evaluer les enjeux de l’innovation de rupture.	14
3. Méthodes et outils du pilotage des innovations de rupture	15
4. Nouveaux acteurs et nouveaux rôles	17
5. Conclusion	19

PREMIERE PARTIE – Evaluer les enjeux de l’innovation de rupture

Chapitre 2 – Méthodologie de construction collective de valeur – le cas d’innovations automobiles embarquées	23
1. Introduction	23
2. Contexte, objectif et méthode	24
3. La « valeur entreprise » d’une innovation	25
4. Un outil de construction collective de la valeur	28
5. La valeur comme levier de coordination des trajectoires de conception	32
Chapitre 3 – Évaluer l’importance stratégique des marchés précurseurs	35
1. Introduction	35
2. La valeur d’apprentissage et de prescription des marchés précurseurs	36
3. Modèle de valorisation du marché précurseur	40
4. Application du modèle et résultats	44
5. Synthèse et implications	48
Chapitre 4 – La valeur environnementale des programmes spatiaux - Concepts et méthodes ...	51
1. Contexte et enjeux	51
2. Une stratégie de valorisation à plusieurs dimensions	54
3. Valorisation des biens environnementaux	54
4. Valeur de l’information	59
5. Conclusion	63

DEUXIEME PARTIE - Methodes et outils du pilotage des innovations de rupture

Chapitre 5 – Piloter un projet d’exploration dans une industrie de l’amont : le cas de la chimie de spécialité	69
1. La spécificité du management des projets d’exploration	69
2. Le Projet « Mur »	73
3. Piloter des projets d’exploration dans des structures orientées exploitation : les enseignements du projet « Mur »	77
4. Conclusion	81

Chapitre 6 – Méthodologie de conception et rassurance face à une innovation de rupture. Le cas du véhicule électrique	83
1. Introduction	83
2. L'analyse des usages dans la littérature	84
3. Le dominant usage appliqué au cas du VE	86
4. Une méthode d'exploration concourante des usages et des technologies dans la continuité	88
5. Apports et conditions d'application	95
Chapitre 7 – Pilotage de l'exploration des marchés : quel outil après le business plan initial ? Le cas d'Air Liquide Hydrogène Energie	99
1. Introduction	99
2. Méthodologie	100
3. L'exploration de « l'hydrogène énergie » par Air Liquide : D'Axane (1998) à la création d'Air Liquide Hydrogen Energy (2009).	100
4. Revue de la littérature : le management des explorations	101
5. Le pilotage d'une exploration de marchés : l'outil OUAIDE	104
6. Apports de la démarche	111
7. Conclusion et limites	112

TROISIEME PARTIE – Nouveaux acteurs et nouveaux rôles

Chapitre 8 – Structurer un écosystème adapté au déploiement d'une innovation de rupture	117
1. Introduction	117
2. Revue de littérature	118
3. Un écosystème en émergence	119
4. Une entité organisationnelle originale pour structurer cet écosystème	124
5. Conclusion	129
Chapitre 9 – La création d'une communauté d'exploration, le cas d'Aldebaran Robotics	131
1. Introduction	131
2. Les communautés d'exploration : éléments de définition	132
3. La création d'une communauté d'exploration chez Aldebaran	134
4. Enseignements de la création d'une communauté d'exploration	144
5. Conclusion	149
Chapitre 10 – L'open innovation à l'épreuve de la pratique – Deux expérimentations dans le secteur du jeu vidéo	151
1. Introduction	151
2. Ubisoft	152
3. L'intérêt de l'open innovation pour Ubisoft	152
4. Une palette d'outils d'open innovation	153
5. L'open innovation de Monsieur Jourdain	155
6. Lancement d'un concours de prototypes de jeu	158
7. Recours à un intermédiaire d'open innovation	160
8. Conclusion	164

Annexes et references

Présentation du master Projet Innovation Conception	169
1. Objet et pédagogie du master	169
2. Les atouts du Master PIC	170
3. Les projets de Master	171
Biographies	173
Index des figures, tableaux et encadrés	175
Références	177