

SOMMAIRE

	REMERCIEMENTS.....	5
	par Thomas LOILIER et Albéric TELLIER	
	INTRODUCTION	7
	Par Thomas LOILIER	
I.	COMPRENDRE LE PROCESSUS D'INNOVATION.....	13
	<i>Qu'est-ce que l'innovation ?</i>	15
	La presse quotidienne parisienne face à l'arrivée des journaux gratuits par Albéric TELLIER et Amélie TROUINARD	
	<i>Innovation et développement technologique</i>	36
	Trakus : associer le virtuel au réel pour renouveler les courses hippiques par Albéric TELLIER	
	<i>Les stratégies d'innovation.....</i>	56
	UGC : l'accès illimité au cinéma par Pierre ROY	
	<i>La diffusion et la protection de l'innovation</i>	75
	Intégrer les utilisateurs-pionniers dans le processus d'innovation : le développement du largueur de sécurité pour Kitesurf par Dieter HILLAIRET	
	Le management de la propriété intellectuelle chez Peugeot-Citroën Automobiles ..104 par Pascal CORBEL	
II.	PILOTER LE PROCESSUS D'INNOVATION	129
	<i>Rechercher et Développer : modèles fermés, collaboratifs et ouverts</i>	132
	Comment organiser sa R&D ? Le cas Danone par Cécile AYERBE	
	Nadeo / Trackmania : quand une communauté innovante s'empare d'un jeu ouvert.....150 par Romain GANDIA et Guy PARMENTIER	
	<i>Organiser l'activité d'innovation : structures, équipes et projets</i>	173
	L'ambidextrie organisationnelle du Groupe SEB par Sébastien BRION et Caroline MOTHE	

***Fabriquer l'innovation : processus, apprentissages et comportements* 195**

De l'idée à la mise sur le marché : l'aventure mouvementée du projet Tempill
par Fanny SIMON

Le business model de la créativité de Pixar..... 212
par Thomas PARIS

***Orchestrer les collectifs inter-organisationnels d'innovation : réseaux, écosystèmes et territoires* 230**

Android : une stratégie de croissance fondée sur le développement
d'un écosystème d'affaires

par Valérie FAUTRERO et Gaël GUEGUEN

Comment Val de Vire est tombée dans les pommes.....254
par Guillaume DETCHENIQUE

CONCLUSION 277

par Thomas LOILIER

ONT PARTICIPÉ À CET OUVRAGE 285