

	<b>Up ! Enhanced Management</b>	Première édition
	<b>3 Le marketing</b> 3.5 Le marketing spécialisé	<a href="http://www.up-comp.com">http://www.up-comp.com</a> <a href="mailto:contact@up-comp.com">contact@up-comp.com</a>

F

Un an supplémentaire, soit 20 % de temps de plus qu'initialement prévu, a été nécessaire à **Eurotunnel**.

- **La probabilité de respect du budget initial est incertaine.**  
Le tunnel sous la manche a coûté deux fois le montant du devis initial.
- **La probabilité qu'un produit soit un succès est incertaine.**  
Le tunnel sous la manche n'a pas le succès nécessaire à la rentabilisation de l'investissement. De plus, il est jugé comme étant un élément contribuant au trouble étant donné que de nombreux immigrants tentent de l'utiliser pour atteindre l'**Angleterre**.

F

En revanche, innover est nécessaire puisque presque tous les produits ont un cycle de vie fini, du fait de l'obsolescence technologique ou de l'évolution des besoins. Innover est également un moteur de croissance fort, les exemples types étant **3M**, **L'Oréal** ou **Microsoft**.

### 3.5.3.3 La gestion du risque

L'objectif est d'apprécier le risque que comporte l'innovation pour l'entreprise et non du risque :

- Perçu par les autres acteurs de l'environnement de l'entreprise.  
Il s'agit des financiers, des prescripteurs, des intégrateurs ou des clients.
- Economique de créer une activité dédiée à l'exploitation de l'innovation.

Il faut toutefois remarquer que ces risques sont corrélés. Le risque de l'innovation pour l'entreprise peut être mesuré sur plusieurs axes :

- **Concurrentiel.**  
L'entreprise peut-elle protéger son innovation par des brevets ?  
L'innovation est-elle imitable en faisant appel à d'autres technologies ou d'autres techniques ?
- **Ethique.**  
Les conséquences de l'innovation pour l'homme ou pour l'environnement sont-elles bien cernées ?
- **Financier.**  
L'entreprise a-t-elle suffisamment de ressources pour développer l'activité issue de son innovation ?
- **Juridique.**  
L'entreprise est-elle autorisée à employer les technologies ou les techniques corrélées à son innovation ?
- **Marketing.**  
L'entreprise a-t-elle déjà commercialisé des offres pour les segments de clients cible ?
- **Produit.**  
Le produit apporte-t-il suffisamment de différenciation valorisante pour un client ?  
Le marché potentiel est-il suffisant ?
- **Technique.**  
L'entreprise domine-t-elle les techniques sur lesquelles reposent ses produits innovants ?
- **Technologique.**  
L'entreprise domine-t-elle la technologie de l'innovation ?  
La technologie que l'entreprise a conçue est-elle éprouvée ?

Il s'agit d'évaluer le plus objectivement possible le niveau de risque pour l'entreprise en l'étalonnant entre 0 % et 100 % sur chaque axe puis de calculer le niveau de risque global de la manière suivante :