

- Résultat de la mise en application d'idée de la recherche. Cela suppose une nouveauté par rapport à ce qui est proposé (*Encyclopédie du marketing*)
- Recherche déterminée et organisée du changement et, dans l'analyse systématique des opportunités, de tels changements peuvent s'offrir en termes de progrès économique ou social (*Peter Drucker, 2005*)
- Changement intentionnel obtenu par un agent économique et qui engendre une augmentation de recettes ou une diminution des coûts (*Fayolle, 2004*)
- Mise au point/commercialisation d'un produit plus performant dans le but de fournir au consommateur des services objectivement nouveaux ou améliorés (*OCDE*)
- Alliance entre recherche, marketing, instinct, imagination, produit et courage industriel (*Riboud*)

L'innovation : un concept polysémique

- L'ipad
- Le porte-monnaie Monéo
- Les voitures électriques
- Créer un musée mobile (cf. Centre Pompidou mobile)
- Vendre en ligne
- Créer des marques de distributeurs (MDD)
- Développer le télé-travail
- Mettre en place une mini-crèche dans l'entreprise pour les enfants du personnel
- Acheter à l'extérieur des composants que l'on fabriquait jusqu'à alors
- Développer des films en 3D
- ...

**Les innovations concernent les produits,
les services, les pratiques sociales...**

Exemples d'innovation dans les **produits** sportifs

Toning shoes

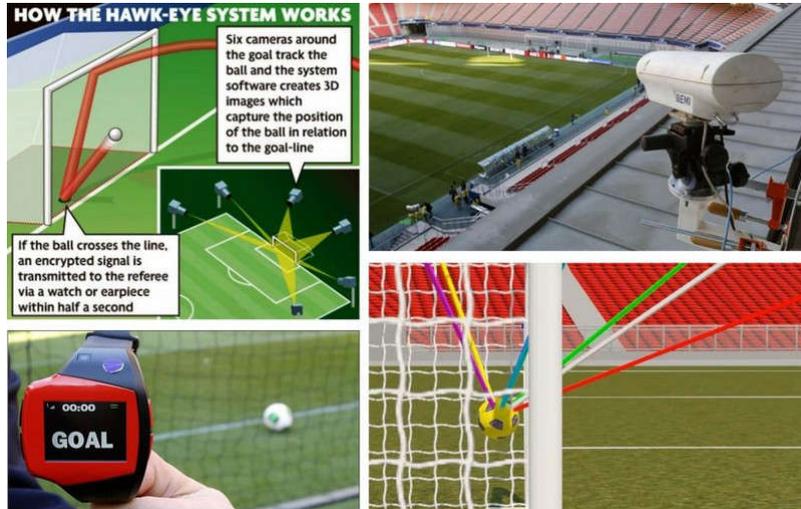


Exemples d'innovation dans les **produits** sportifs



Quechua phone, smartphone du randonneur

Exemples d'innovation dans les produits sportifs



Goal line technology

Exemples d'innovation dans les produits sportifs

GARMIN PRODUITS ▾ CARTES SUPPORT EXPLORER ▾

Shop » Objets connectés » Bracelets et montres d'activité



vívosmart®
Numéro de référence: 010-01317-03
149,00€
Le temps de traitement peut être de 1 à 3 jours ouvrables.

Version
Rose (Small) ▾

Ajouter au panier

[f Like](#) [Share](#) [51](#) [g+1](#)

[Plus d'images](#)

[Vue d'ensemble](#) [Caractéristiques](#) [Dans la boîte](#) [Vidéos de formation](#) [Accessoires](#)

Bracelet d'activité avec Smart Notifications

- Affiche le nombre de pas, les calories, la distance et l'heure
- Alarmes vibrantes pour les appels, les SMS, les e-mails reçus sur votre smartphone et les informations de votre calendrier.
- Vous réveille par vibration et analyse votre sommeil. Une alarme d'inactivité vous rappelle lorsqu'il est temps de bouger
- Chronomètre intégré, peut être couplé avec un moniteur de fréquence cardiaque²
- Objectifs quotidiens personnalisés de pas

Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Nouveauté

LES CHAUSSURES CONNECTÉES POUR TOUS

Tweeter 4 | Recommander 0 | 8+1 | 0 | Envoyer par mail | S'inscrire



On n'arrête plus le progrès. Ayant la volonté d'aller toujours plus loin dans la recherche de nouvelles technologies, un groupe de scientifiques vient de mettre au point une paire de chaussures connectée dédiée aux runners et ce, quel que soit leur niveau.

Celles-ci sont équipées, entre autres, de capteurs qui ont pour but de mesurer la vitesse et la distance parcourue par leur détenteur. Ces capteurs ont également la faculté de déterminer la surface sur laquelle le joggeur est en train de courir afin de lui proposer des conseils et un suivi personnalisé.

De même, le coureur pourra se voir avertir d'un début d'épuisement et sa chaussure sera même capable de lui conseiller d'arrêter son effort. Comme cela se fait avec les autres équipements connectés, le transfert des données s'effectue par l'intermédiaire du bluetooth vers le smartphone du sportif.

Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Ex: Le maillot intelligent des Tottenham Hotspurs

Principe :

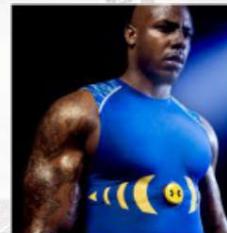
- Dans le cadre de son contrat d'équipementier avec Under Armour
- Lors de chaque match, les joueurs portent le maillot « E39 »

Concrètement :

- Un maillot intelligent comportant des micro-capteurs NFC dans les fibres textiles, permettant de mesurer en temps réel :
 - Température corporelle, rythme cardiaque, rythme respiratoire.
 - Km parcourus, vitesse atteinte, accéléromètre, etc.
- Des micro-capteurs d'origine militaire

Intérêts :

- Pour le staff : suivre les performances physiques des joueurs, anticiper les changements, prévenir les blessures, etc.
- Pour le public : être au plus près de l'action, enrichir le contenu en rapport avec le match, etc. (à venir)



Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Deux coureurs du Marathon de Paris ont été cobayes volontaires pour courir full-connected



Exemples d'innovation dans les produits sportifs

La course en temps réel

Le français Dotvision, basé en Seine-et-Marne, a développé un système de tracking GPS doté d'une interface de communication vers le cloud. Sans l'intermédiaire d'un smartphone, il envoie les informations en direct via GSM, GPRS ou 3G vers une plateforme en ligne (qui tourne sur le cloud Azure de Microsoft). **Notre course sera ainsi visualisable tout au long du marathon.**



Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Des lunettes-caméra en première mondiale

En exclusivité, le constructeur français Archos a mis à disposition de nos deux coureurs un prototype de ses lunettes-caméra, capables de filmer et de prendre des photos. Doté d'une mini carte SD, l'appareil peut enregistrer en 720p des vidéos grâce à un objectif à 1 MegaPixel fixé entre les deux verres. Le constructeur français annonce une autonomie de 140 minutes en vidéo grâce à une batterie 400 mA Li-Ion polymères rechargeable en USB... il va falloir courir très vite pour filmer les 42,195 kilomètres !



Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Le cardio au poignet

L'expert du GPS TomTom est aussi un incontournable des montres connectées pour le sport. Ses montres Runner Multi-sport Cardio disposent d'un cardio fréquencemètre intégré. Elles permettent de définir ses zones de fréquence cardiaque optimale, de consulter en temps réel ses statistiques puis de les analyser sur les plate-forme en ligne ou l'appli MySports.



Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Le suivi low-cost

Geonaute, la division électronique du géant sportif français Decathlon, a mis au point la montre GPS ONmove 200. Accompagnée de l'application mobile myGeonaute Connect, elle remonte par bluetooth les indicateurs classiques (distance, vitesses moyenne et instantanée, allures instantanée et moyenne). Son plus : elle coûte moins de 90 euros.



Exemples d'innovation dans les produits sportifs

Semelles high-tech

Imprimées en 3D et sur mesure, les semelles morphologiques de la start-up française Rcup promettent un confort renforcé mais aussi de meilleures performances et la prévention des blessures. Encore à l'état de prototype, elles sont dotées pour l'occasion d'un capteur Nike+ qui, relié à l'appli Nike+ Running rapportera le nombre de pas effectués.



Exemples d'innovation dans les **produits** sportifs



Exemples d'innovation dans les **produits** sportifs

Fiba approves glass LED courts for elite tournaments

Move paves the way for innovation in broadcast, commercial, and operations.



Exemples d'innovation dans les produits sportifs



Exemples d'innovation dans les produits sportifs et leur impact sur la performance

FASTSKIN®

LZR RACER® speedo

LA COMBINAISON « A L'AGE SPATIAL » SIGNÉE SPEEDO EST PRÊTE POUR LE DECOLLAGE
 «Je me sens partir comme une fusée » affirme Michael Phelps.

12 Février 2008, Londres.
 Pour célébrer son 80ème anniversaire, Speedo, leader mondial du maillot de bain et de la natation sportive, lance sa nouvelle combinaison de natation, SPEEDO LZR RACER®, la combinaison la plus rapide du monde.

Pour réaliser cette nouvelle combinaison, Speedo s'est entouré de l'expertise d'un grand nombre d'instituts internationaux de Recherches dont l'agence spatiale américaine, la NASA, mais aussi des plus meilleurs nageurs mondiaux dont Michael Phelps (USA), Grant Hackett (AUS), Nathalie Coughlin (USA), Libby Lenton (AUS), Hugues Dubosq (FR) et Fred Bousquet (FR).

Les principaux caractéristiques de la nouvelle SPEEDO LZR RACER®

- Réalisée à partir d'une matière ultra légère, déperlante, flexible, et séchant rapidement : LZR PULSE (exclusivité Speedo).
- Des panneaux ultra profilés LZR® sont intégrés dans la base même de la matière pour créer un système "Hydro Form Compression" aidant à compresser davantage l'ensemble.

▶ Consulter le site officiel (anglais)

Balles de tennis Wilson fermées hermétiquement
 Raquette en polyéthylène de Technifibre
 Combinaison Zuber en néoprène

Exemples d'innovation dans les
produits sportifs et leur impact sur la performance

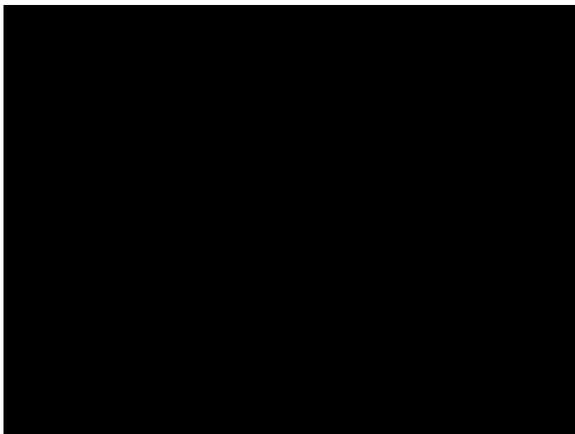
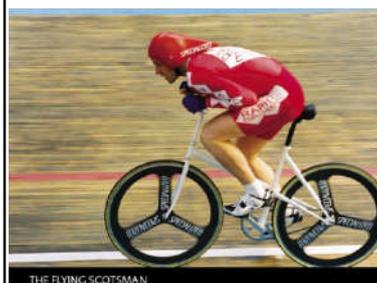
Exemples d'innovation dans les
services sportifs et leur impact sur la performance



Exemples d'innovation dans les **produits** sportifs et leur impact sur la performance



Exemples d'innovation dans les **produits** sportifs et leur impact sur la performance



Exemples d'innovation dans les
produits sportifs et leur impact sur la performance

- <https://www.youtube.com/watch?v=k0ZefBIf624>

Self training soccer tool

Exemples d'innovation dans les
produits sportifs et leur impact sur la performance

Nike ZoomX Vaporfly NEXT%

Nike Air Zoom Pegasus 37

Nike Air Zoom Tempo NEXT%

Nike Air Zoom Alphafly NEXT%



<https://www.nike.com/fr/running/vaporfly>

Exemples d'innovation dans les services sportifs



tabrasco
SPORTS SWISS GROUP

Mesure de la FC des athlètes et transmission des informations aux téléspectateurs

Marketing expérientiel – solutions pour accroître la télégénie des sports

Exemples d'innovation dans les services sportifs



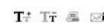
Modification du lieu de distribution d'un match

Exemples d'innovation dans les services sportifs

PSG : UNE TOURNÉE EN CHINE AVEC DEUX AMICAUX AU PROGRAMME



Ligue 1 Conforama
06/05/2019



Le PSG a annoncé lundi qu'il effectuerait une tournée en Chine à partir du 23 juillet, avec deux amicaux au programme avant de disputer le Trophée des Champions contre le Stade Rennais à Shenzhen.

Comme l'été dernier, le PSG lancera officiellement sa saison en Chine. Avant d'affronter le Stade Rennais à l'occasion du Trophée des Champions à Shenzhen le 3 août, le club parisien disputera deux matchs amicaux dans le cadre d'une tournée estivale en Chine dont les contours ont été dévoilés ce lundi. Cette tournée qui se déroulera du 23 juillet au 3 août verra le Paris Saint-Germain affronter le club italien de l'Inter le 27 juillet puis l'Espanyol Barcelone le 30 juillet. Deux amicaux qui auront respectivement lieu à Macao et à Suzhou, non loin de Shanghai.

Tournée internationale pour une marque de sport

Exemples d'innovation dans les services sportifs

International Champions Cup

- L'**International Champions Cup** est un tournoi de pré-saison de football amicale qui se déroule sur plusieurs continents. Créé en 2013, il est disputé par des clubs d'[Amérique du Nord](#) et d'[Europe](#)

Exemples d'innovation dans les services sportifs

Elargissement des offres et des services par les stations de moyenne montagne (1000-1500 m) pour compenser le manque d'enneigement et les évolutions des comportements de consommateurs (7 heures de ski en moyenne par jour et par personne dans les années 1970, 4 heures aujourd'hui)

- Loisirs pour les enfants pour toucher une cible familiale
- Balade en raquette
- Balade avec chiens de traineaux
- Ski nordique
- Bibouac dans un igloo
- Espace bien-être, loisir (piscine, centre aquatique, sauna, spa...)



Exemples d'innovation dans les services sportifs



Création de Décathlon par le groupe Auchan en 1976

Principes stratégiques de l'innovation



- L'innovation doit être perçue comme telle par le consommateur...
- ...et provoquer un changement dans son comportement d'achat
- Innovations mineures (9/10) et innovations majeures (1/10)
- Gestion des innovations au sein des entreprises

Steve Ballmer, ex-CEO of Microsoft.



Steve Ballmer, ex-CEO of Microsoft.

Microsoft: les smartphones, "le plus grand regret" de Steve Ballmer

Par L'Expansion.com avec AFP, publié le 20/09/2013 à 09:45

Le patron de Microsoft, qui quittera l'entreprise l'année prochaine, a reconnu qu'avoir raté le tournant des smartphones était "la chose qu'il regrettait le plus".

LE PATRON DE MICROSOFT, QUI QUITTERA L'ENTREPRISE L'ANNÉE PROCHAINE, A RECONNU QU'AVOIR RATÉ LE TOURNANT DES SMARTPHONES ÉTAIT "LA CHOSE QU'IL REGRETTAIT LE PLUS".

Le patron de Microsoft Steve Ballmer, qui s'apprête à quitter le groupe, a reconnu jeudi que son grand regret était d'avoir raté le tournant de la téléphonie mobile, mais pour lui le géant informatique ne doit pas encore s'avouer vaincu dans ce domaine.

"Pratiquement pas de part de marché"

"Je regrette qu'il y ait eu une période au début des années 2000 où nous étions si concentrés sur ce que nous avions à faire avec Windows que nous n'avons pas été capables de redéployer des talents vers un nouvel appareil appelé le smartphone. C'est la chose que je regrette le plus", a indiqué M. Ballmer lors d'une conférence avec des analystes. "Cela aurait été meilleur pour Windows et pour notre succès dans d'autres formes de produits, a-t-il ajouté.

Les marchés des smartphones et des tablettes sont aujourd'hui dominés par les rivaux Apple (avec l'iPhone et l'iPad) et Google (dont plusieurs fabricants utilisent le logiciel Android). Microsoft lui n'a "pratiquement pas de part de marché" dans les appareils mobiles, a concédé M. Ballmer, estimant toutefois que le groupe avait du coup "des opportunités de croissance".

- L'innovation doit être perçue comme telle par le consommateur...
- ...et provoquer un changement dans son comportement d'achat
- Innovations mineures (9/10) et innovations majeures (1/10)
- Gestion des innovations au sein des entreprises
- Innovation et réussite commerciale

Premier magnétoscope ?



Ampex (50's)

Première calculatrice grand public ?



Anita, 1961



Sega Dreamcast (1998-2001)

Sortie en 1998, la machine de rêve de Sega fut l'une des premières consoles de salon dotées d'un modem permettant de jouer en ligne. Bête de concours face à une Sony Playstation, la Dreamcast fut surtout un échec retentissant en l'absence d'un catalogue de jeux fourni et de l'arrivée de la Playstation 2.

Suite à l'échec commercial de la Dreamcast, Sega arrêtera la fabrication de console pour se recentrer sur l'édition de jeu vidéo.



Google glass, 2015



Connected watch

Prévisions de vente 2015 : 24 millions d'exemplaires

Ventes effectives 2015 : 12 millions d'exemplaires

Abandon



Commandes 4 fois moins nombreuses que prévu



Réussite aux US, échec en Europe et en Chine



① Innovations :
typologie et caractéristiques marketing



① 4 grands types d'innovations

		Perception de l'innovation par le producteur	
		Faible : innovation commerciale	Forte innovation technologique
Perception de l'innovation par le consommateur	Faible : innovation mineure		
	Forte : innovation majeure		

① 4 grands types d'innovations

		Perception de l'innovation par le producteur	
		Faible : innovation commerciale	Forte innovation technologique
Perception de l'innovation par le consommateur	Faible : innovation mineure	<i>Innovation incrémentale</i>	
	Forte : innovation majeure		



① 4 grands types d'innovations

		Perception de l'innovation par le producteur	
		Faible : innovation commerciale	Forte innovation technologique
Perception de l'innovation par le consommateur	Faible : innovation mineure		
	Forte : innovation majeure	<i>Innovation sociale</i>	



① 4 grands types d'innovations

		Perception de l'innovation par le producteur	
		Faible : innovation commerciale	Forte innovation technologique
Perception de l'innovation par le consommateur	Faible : innovation mineure		<i>Innovation technologique</i>
	Forte : innovation majeure		



❶ 4 grands types d'innovations

		Perception de l'innovation par le producteur	
		Faible : innovation commerciale	Forte innovation technologique
Perception de l'innovation par le consommateur	Faible : innovation mineure		
	Forte : innovation majeure		<i>Innovation radicale</i>



❷ Innovations de rupture rares

➡ Innovation de rupture technologique

➡ Innovation de rupture commerciale

Importance des leviers de communication sur l'acte d'achat d'une innovation de rupture

	Éveil de l'intérêt (en%)	Décision d'achat (en%)
Conseil des vendeurs	56	59
Foires et salons	70	56
Conférences scientifique ou technique	37	30
Mailing direct	30	0
Articles de presse	11	0
Publicité médiatisée	22	7
Bouche à oreille	30	48
Consultants, experts, spécialistes	0	15

Source : Russel Abratt, *Industrial marketing management*

③ Marketing de l'innovation

- Marketing de l'offre et marketing de la demande
- Communication des marques et innovations (de rupture)
- Catégorie de produits et substituabilité



④ Spécificités marketing de l'innovation sportive

➔ Innovation, positionnement et concurrence

TACTEO Pack DUO

«Ultra-DURABLE RESISTANT X10»

Excell 3000 carbon *****

UN MAX DE PUISSANCE ET D'EFFETS !

cornilleau

④ Spécificités marketing de l'innovation sportive

➡ Innovation, positionnement et concurrence

➡ Innovation et rentabilité

④ Spécificités marketing de l'innovation sportive

➡ Innovation, positionnement et concurrence

➡ Innovation et rentabilité

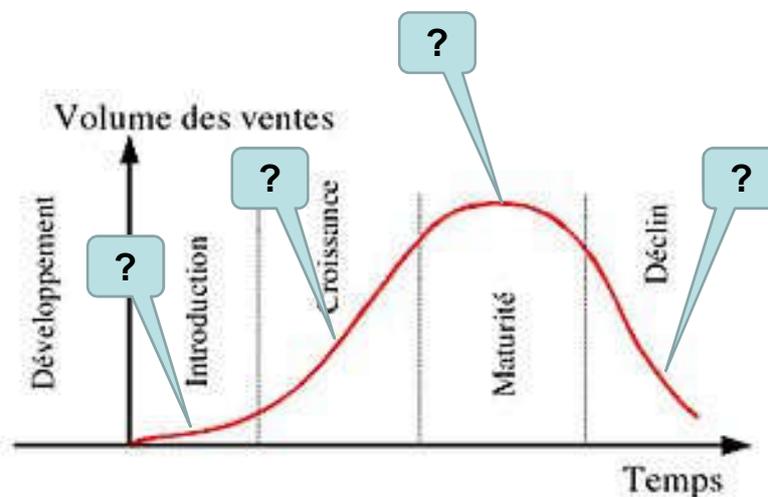
➡ Innovation et incertitude

- Incertitude vis-à-vis des applications possibles
- Incertitude vis-à-vis des marchés cibles
- Incertitude vis-à-vis de l'attitude du consommateur
- Incertitude vis-à-vis des concurrents

4 Spécificités marketing de l'innovation sportive

- Innovation, positionnement et concurrence
- Innovation et rentabilité
- Innovation et incertitude
- Nécessité de mettre en place une veille
- Innovation et cycle de vie du produit/service

Intérêt de l'innovation



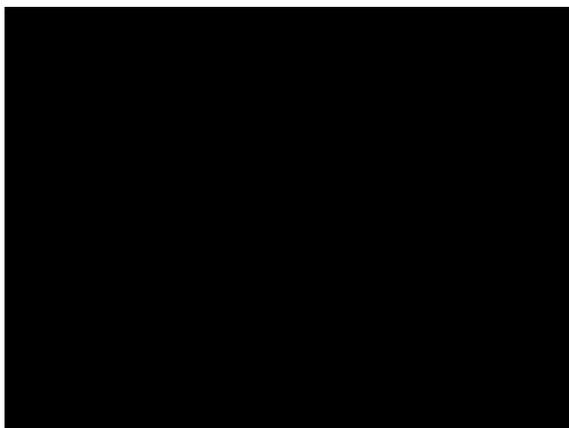
② Stratégies d'innovation dans l'industrie du sport



① Spécificités marketing de l'innovation sportive

Sportif pratiquant : recherche VA du produit à l'usage

Running smartsensing



- www.smartsensing.fr/en

Faciliter la pratique

kipsta
Page 11

Sac feelzip

Plus d'hygiène après la pratique
à partir de **14€**



RETOUR

Ce sac dispose d'un tapis de sol intégré qui vous permettra de vous sécher tranquillement, sur une surface toujours propre et nette. Parfaitement aéré, il vous permet également de bien séparer les affaires propres des sales. Disponible en 3 contenances : 14€ pour le 40l, 19€ pour le 60l et 24€ pour le 90l. À partir de 14 euros.

en savoir

à un ami



play & connect

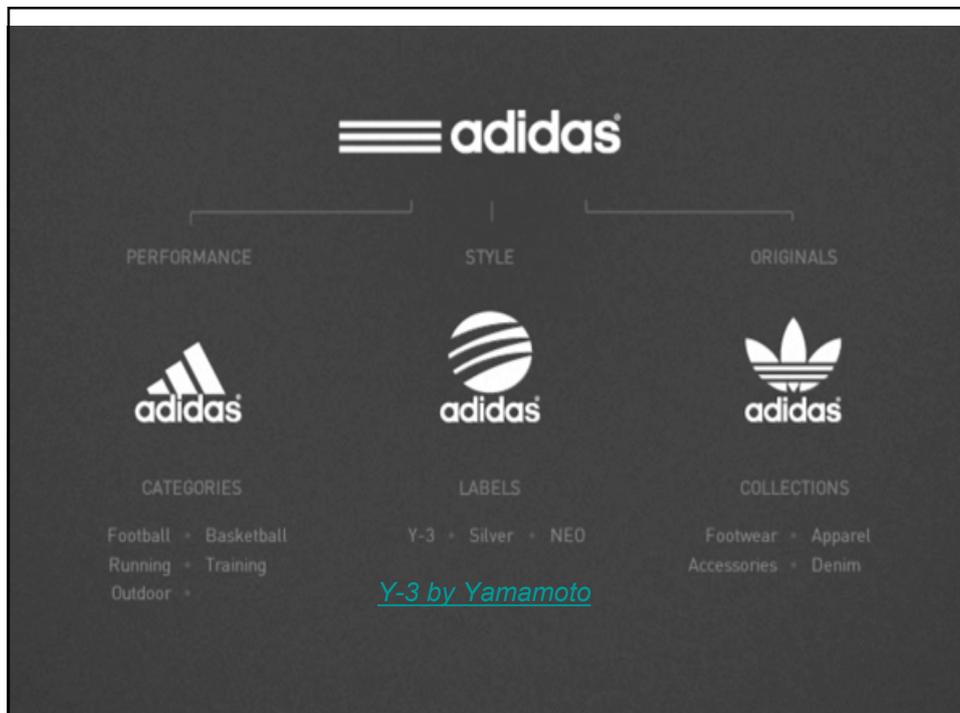
Matériels de ski connectés



① Spécificités marketing de l'innovation sportive

Sportif pratiquant : recherche VA du produit à l'usage

Sportif 12-20 ans : recherche VA du produit esthétique et sociale



② Innovation et usage chez les 12-20 ans

➡ Efficacité technique et efficacité symbolique

② Innovation et usage chez les 12-20 ans

➡ Efficacité technique et efficacité symbolique

➡ Culture sportive et culture médiatique

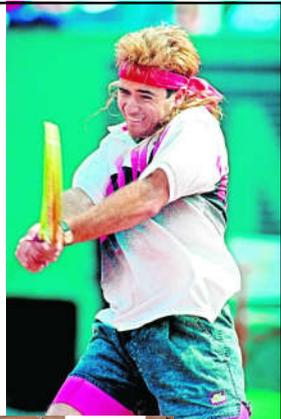
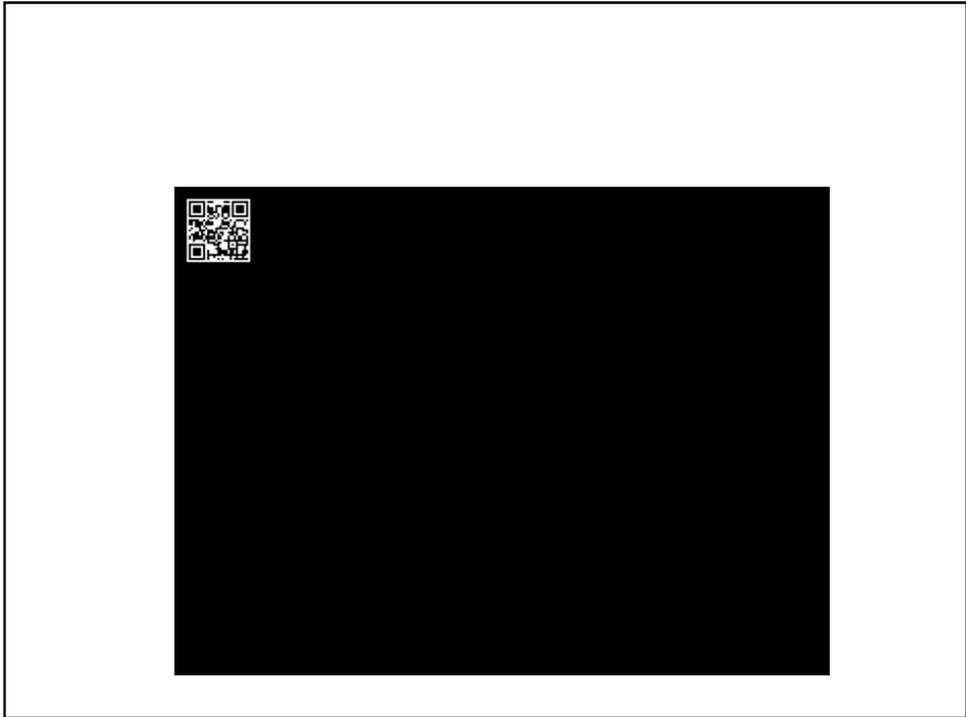
➡ Innovation et identité

② Innovation et usage chez les 12-20 ans

- ➔ Efficacité technique et efficacité symbolique
- ➔ Culture sportive et culture médiatique
- ➔ Innovation et identité
- ➔ Détournement des usages ou des codes d'un produit

② Innovation et usage chez les 12-20 ans

- ➔ Efficacité technique et efficacité symbolique
- ➔ Culture sportive et culture médiatique
- ➔ Innovation et identité
- ➔ Détournement des usages ou des codes d'un produit
- ➔ Importance de la contestation



ACHETER
MAINTENANT >

TRINOMIC

BORN IN THE '90s

FOREVER FASTER **puma**

Foot Locker
APPROVED.

RULE-BREAKER

MARIO BALOTELLI



'Kokkinakis slept with your girlfriend... sorry to tell you that, mate': Tennis bad boy Nick Kyrgios's extraordinary mid-match sledge to opponent Stan Warwinka, who is rumoured to be dating 19-year-old player Donna Vekic

- Australian tennis bad boy's sledge picked up by a courtside microphone
- He told Stan Wawrinka: 'Kokkinakis banged your girlfriend'
- Comment is believed to refer to Croatian up-and-comer Donna Vekic
- Wawrinka has been romantically linked with Vekic since divorcing his wife Iliham Vuilloud earlier this year
- Latest episode in a pattern of bad behaviour by Kyrgios, including calling an umpire 'dirty scum' at Wimbledon

By DANIEL PIOTROWSKI FOR DAILY MAIL AUSTRALIA and AUSTRALIAN ASSOCIATED PRESS

PUBLISHED: 04:27 GMT, 13 August 2015 | UPDATED: 15:26 GMT, 13 August 2015

Risques de la contestation pour les marques



Auteur
DDG LAB

Pôles
IP-IT & MEDIA

Compétences
Médias & Communication
(Internet, TV, Presse, etc.)

Date
17-09-2015

"sème le désordre" / "impose ses règles" / "Gagne tout"

Share Tweet Like

Une campagne publicitaire (Adidas) anti-règles ?

Un collectif (Enjeux E-médias) a saisi l'Autorité de régulation de la publicité et dénonce une valorisation des "pulsions individualistes". Il dénonce dans une lettre ouverte les messages portés par la marque de sport, estimant qu'ils sont contraires aux valeurs morales que l'école a vocation à transmettre. Enjeux E-médias s'appuie notamment sur la recommandation enfant de l'ARPP, selon laquelle "la publicité ne doit pas présenter favorablement des actes antisociaux ou délictueux" ni "légitimer des comportements qui seraient contraires aux principes de citoyenneté".

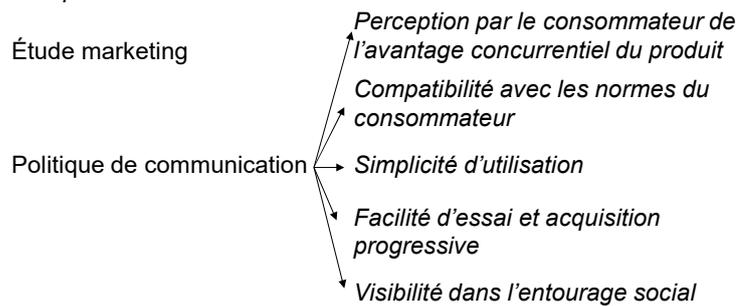
L'influence des marques de sports sur les jeunes étant très grande, ce collectif se dit choqué "qu'une grande entreprise puisse sans honte jouer la carte du mépris, flatter les pulsions individualistes les plus primaires et vanter la loi de la jungle, alors qu'elle devrait porter les valeurs du sport, du collectif, que nous avons à transmettre à la jeunesse".

Sur le site Internet de la marque, Adidas invite à casser les règles pour devenir "le maître du jeu", appelle à "faire parler son talent" et "gagner encore et toujours" pour "ton équipe, pour la gloire", "sans relâche, sans pitié". Le troisième mot d'ordre appelle au "chaos" en "détruisant" les adversaires, et vante le "raz-de-marée qui balaye tout sur son passage" et va "exploser la défense".

Cette campagne va selon le collectif à l'encontre des valeurs de "vivre ensemble" véhiculées au lycée.

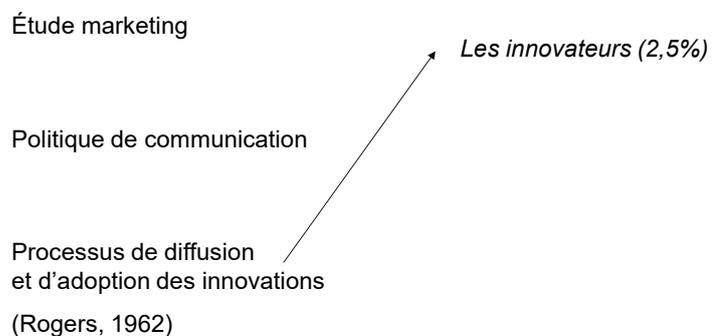
③ Les deux directions du marketing de l'innovation sportive

➔ Marketing de l'offre ou de l'innovation descendante : de l'idée au marché ou *techno push*

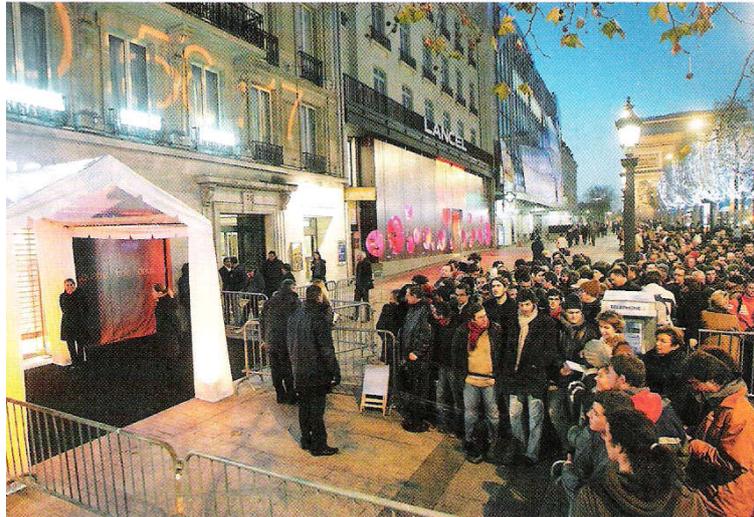


③ Les deux directions du marketing de l'innovation sportive

➔ Marketing de l'offre ou de l'innovation descendante : de l'idée au marché ou *techno push*



Lancement d'un produit sur les Champs Elysées



③ Les deux directions du marketing de l'innovation sportive

➔ Marketing de l'offre ou de l'innovation descendante : de l'idée au marché ou *techno push*

Étude marketing

Politique de communication

Processus de diffusion et d'adoption des innovations

(Rogers, 1962)

Les innovateurs (2,5%)

Les adopteurs précoces (13,5%)

La majorité précoce (34%)

La majorité tardive (34%)

Les réfractaires (16%)

③ Les deux directions du marketing de l'innovation sportive

➔ Marketing de la demande ou de l'innovation ascendante : du marché à l'idée ou *market driven*

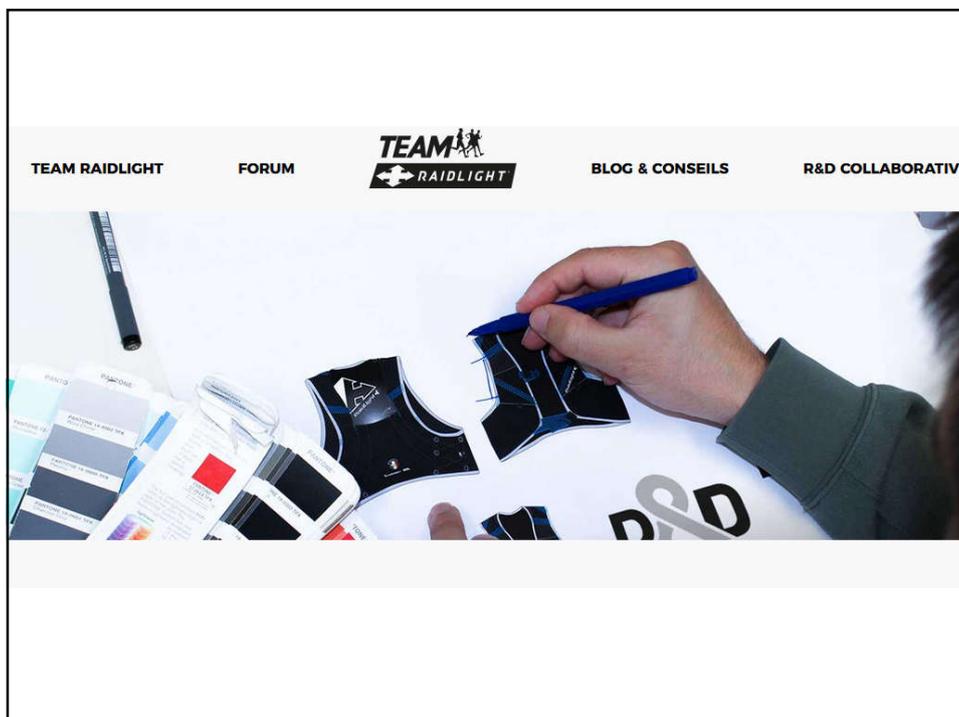


Contexte

RaidLight 

PARTAGEONS L'EXPÉRIENCE TRAIL RUNNING
MARQUE FRANÇAISE DEPUIS 1999, VISITEZ-NOUS EN CHARTREUSE

- Création 1999 par Benoît Laval
- 36 salariés, CA = 4,8 M€ (50% en ligne)
- Activités : textile, portage, hydratation
- Positionnement :
 - ▣ Innovation et différenciation (light, fonctionnalités, ergonomie...)
 - ▣ R&D collaborative (atelier de conception 2.0...)
 - ▣ Ancrage culture sportive de référence (« passion »)
- 2010 = diversification via chaussure de trail
 - ▣ Stratégie d'innovation de rupture





✉ **Joel A.** - 07/01/2020 10:42:54

Bonjour

Serait t'il possible d'intégrer une fente sur les poignés des maillots manche longues pour pouvoir avoir axé à la montre !!

dés que l'on mets un maillot manche longue il est impossible de voir la montre à part de la mettre sur le tissu mais comme maintenant toutes les montres ont des cardio aux poignées il serait bien de faire une fente !!!

Vos vestes ont la lunette ,pourquoi pas la fente sur les maillots

Au prix ou sont les montres on aimerait bien pouvoir utiliser les fonctions à 100 % et que la montre soit visible 😊

Cordialement



✉ **maud c.** - 14/04/2020 15:59:57

Bonjour.

J'aime toujours autant vos produits! Et merci de prendre régulièrement en compte mes remarques! :))

La ceinture stretch est super. En ce moment idéale pour y glisser son attestation (...) et une mini gourde d'eau quand il fait très chaud.

Le fait qu'il y ait une fermeture éclair me paraît super.

Il manque juste à mon avis un petit anneau, en tissu, à l'intérieur de cette poche, pour y accrocher les clefs.

Il faudrait aussi améliorer un peu le tissu pour qu'il ne se relâche pas (même si la tenue reste très convenable!)

④ Une diversité d'innovations dans le domaine sportif

Produit nouveau



Extension de marques existantes (produits)



Extension de marques existantes (produits)



Extension de marques existantes (produits)

Basketball Legend God Shammgod Gets His Own Puma Sneaker

By Peter Verry | [@PeterVerry](#)



Extension de marques existantes (produits)

PJ Tucker and Dolce & Gabbana Unveil Miami Sneaker Collaboration

By admin - June 30, 2021



Extension de marques existantes (produits)

GUCCI



Extension de marques existantes (spectacle sportif)

The screenshot shows the Superleague Formula website. The main content area features a video player with a thumbnail of a driver celebrating, with text overlays including "1,000,000€", "1st place one million", and "Superleague Formula 2010 Champion". The website header includes the "Superleague Formula" logo and the "Sonangol" sponsor logo. A navigation menu is visible below the header. On the right side, there is a "Results" section with a "General Standings 2010" table.

Pos	N°	Club	Total
1	0	RSC Anderlecht	699
2	19	Tottenham Hotspur	657
3	10	FC Basel 1893	607
4	9	Olympiacos	653
5	3	AC Milan	631
6	7	Flamengo	540
7	16	FC Porto	495
8	22	AS Roma	458
9	24	Swindon Town FC	453
10	1	Liverpool FC	439
11	33	Grondos de Bordeaux	372
12	14	Corrinthians	363
13	4	Galatasaray	358
14	18	Sevilla FC	355
15	2	Sporting Clube de Portugal	329
16	5	PSV Eindhoven	288
17	15	Athletic de Bilbao	265
18	69	Olympique Lyonnais	225

Repositionnement d'un produit



La MX1007 est idéale pour tous ceux qui recherchent une chaussure multisports haut de gamme combinant amorti et stabilité. Ce modèle est disponible en plusieurs largeurs pour plus de confort.

www.newbalance.fr

Déclinaison d'un produit



Amélioration d'un produit

GARMIN PRODUITS ▾ CARTES SUPPORT EXPLORER ▾

[Shop » Sports & Outdoor » Running](#)



Plus d'images

Forerunner® 920XT

Numéro de référence: 010-01174-10

449,00€

Le temps de traitement peut être de 1 à 3 jours ouvrables.

Version

Forerunner® 920XT Bleu et Noir

[Ajouter au panier](#) [Rechercher un magasin](#)

[Like](#) [Share](#) [171](#) [8+1](#)

[Vue d'ensemble](#) [Caractéristiques](#) [Dans la boîte](#) [Vidéos de formation](#) [Accessoires](#)

Montre GPS multisports avec analyse de la foulée et fonctions connectées

- Running DynamicsSM : cadence, oscillation verticale, temps de contact avec le sol et la longueur de la foulée
- Estimation de la VO2 maxSM en course à pied et cyclisme, prédictions de course (Race Predictor) et aide à la récupération
- Données de natation en intérieur et extérieur : distance parcourue, allure, identification du type de nage, nombre de mouvements, entraînements éducatifs et calcul des temps de repos
- Smart NotificationsSM : consultez vos e-mails, SMS, appels et autres alertes directement sur votre montre
- Fonctions connectéesSM : téléchargements automatiques des données vers Garmin Connect™, suivi en temps réel et partage sur les réseaux sociaux

5 Innovations sportives : l'importance des matériaux

Légèreté



Source : www.cannondale.com

Elasticité



Source : www.babolat.com

Rigidité



Confort



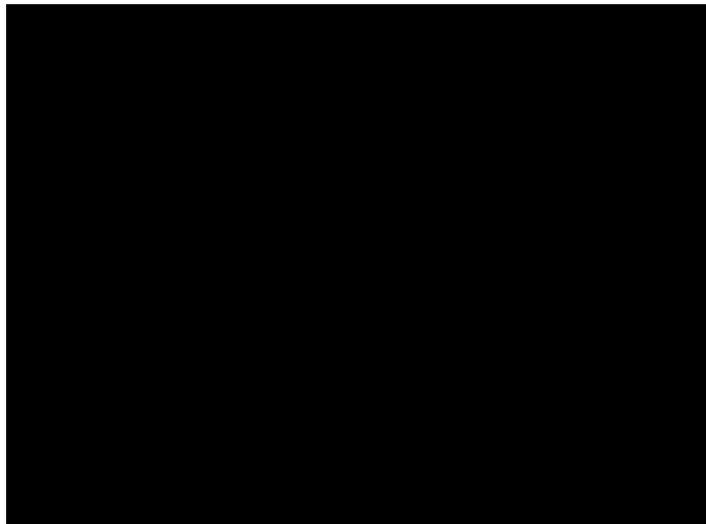
•Nike Free Flyknit

Confort



Amorti

Les innovations d'amortis : Nike Air, Adidas Adiprene
Mizuno Wave, Asics Gel...



Autres concepts...

- Les innovations de contrôle de pronation : Nike Bi Density, Adidas Pro moderator, Asics Duo Max...
- Les innovations de durabilités et d'accroche : Nike BRS1000, Adidas Adiwear...



③ L'innovation chez 3 trois marques de sport



① Adidas et l'innovation technologique

- Un principe fondateur
- Concepts technologiques : *Adiprène, Traxion, Clima 365 (Climalite, Climawarm, Climacool, Climaproof...)*
- Deux flux d'innovation



Innovation de rupture descendante : l'Energy boost

- La stratégie : « la marque du confort »
- Le principe : « la chaussure qui restitue l'énergie »
- Le positionnement : cibler les adopteurs précoces
- La communication : prime à l'émotion
- La distribution : limitation des volumes





chaussures energy boost 2

Offre-toi une foulée pleine d'énergie avec la chaussure souple et résistante Energy Boost 2. Cette chaussure de course hommes possède un amorti en mousse boost™ qui fournit un retour d'énergie infini et une tige Techfit™ pour un excellent chaussant sans couture.

- Poids : 275 g (pointure 42 2/3).
- La technologie boost™ offre une restitution optimale de l'énergie à chaque pas. Le renfort du talon externe apporte un confort maximum.
- La tige Techfit™ sans couture offre souplesse et maintien pour un excellent chaussant.
- Tige textile souple, avec renforts en matière synthétique soudés pour le maintien et la stabilité.
- Extended TORSION® SYSTEM pour la stabilité et le soutien de la voûte plantaire et une restitution de l'énergie au niveau de l'avant-pied. Compatible miCoach®.
- Semelle adiWEAR™ pour une durabilité exceptionnelle.

Innovation de rupture ascendante : la ligne Stella McCartney

stella mccartney



- ➔ Le constat : les femmes sous-représentées
- ➔ L'analyse de la demande
- ➔ Les grandes orientations : femmes et épanouissement
- ➔ La stratégie : sport et élégance
- ➔ La distribution : élégance et choix



- Trouver d'autres exemples d'innovations de rupture ascendante et descendante dans l'industrie du sport

Innovations incrémentales

➔ L'équipement : ballon des Championnats d'Europe 2020



Le nom du ballon donné par adidas pour cet Euro est **Uniforia**, contraction des mots *unité (Unity)* et *euphorie (Euforia)*. Il reprend les caractéristiques du *adidas Telstar 18* utilisé lors de la Coupe du Monde 2018 en Russie, avec pour seule innovation technologique l'utilisation d'un nouveau matériau *Hi-White* censé améliorer sa visibilité sur les terrains de foot. Les coordonnées GPS des 12 stades hôtes de cet Euro 2020 sont affichés sur le ballon



⇒ L'innovation sur mesure (marketing one-to-one) : la chaussure

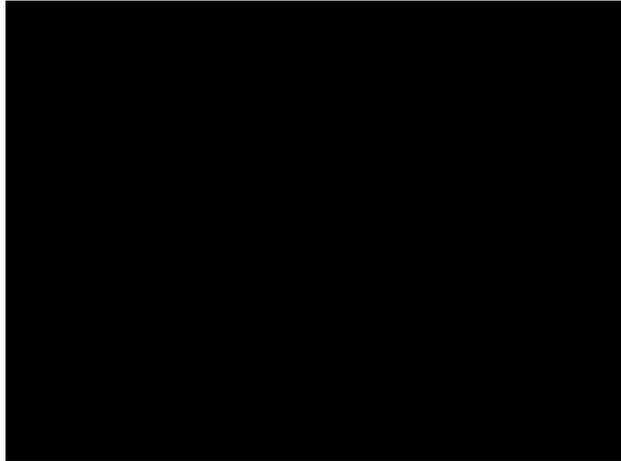
The screenshot shows the Adidas website's personalization interface. At the top, there is a navigation bar with the Adidas logo, menu items (HOMMES, FEMMES, ENFANTS, SPORTS, MARQUES, PERSONNALISER, MICOACH), a search bar, and utility links (STATUT DE LA COMMANDE, INSCRIPTION À LA NEWSLETTER, CONNEXION). Below the navigation bar, a 'PERSONNALISER' section is active, with sub-links for 'Designs Sauvegardés', 'Vêtements', 'Chaussures', 'Accessoires', and 'Voir Les Produits Personnalisables'. The main content area features a large banner for 'MI ZX FLUX ADV' with the text 'Ton futur est unique. Exprime-toi en créant ta propre ZX Flux ADV.' and a 'CRÉER MAINTENANT' button. To the right of the banner is a 3D visualization of a shoe with various color options. Below the banner, there are four filter categories: 'À L'AFFICHE' (Nouveautés, Meilleures ventes, mi ZX FLUX Photo Print), 'SEXE' (Hommes, Femmes, Enfants), 'SPORTS' (Football, Running, Basketball), and 'ORIGINALS' (Chaussures Hommes, Chaussures Femmes, Chaussures). The Adidas logo is visible in the bottom right corner.

⇒ L'innovation sur mesure (marketing one-to-one) : la tenue

The screenshot shows the Adidas website's personalization interface for clothing. At the top, there is a navigation bar with the Adidas logo, menu items (HOMMES, FEMMES, ENFANTS), a search bar, and utility links (Trouver un revendeur, Mon compte, Mes commandes). Below the navigation bar, a 'miadidas' section is active. The main content area features a large banner with the text 'une équipe. un même objectif. une même tenue.' over a background image of a football team in maroon and blue tracksuits. The Adidas logo is visible in the bottom right corner.

➔ L'innovation sur mesure (marketing one-to-one) : l'accompagnement de la performance

- adidas micoach



➔ Engagement écologique

- « adidas fabrique des chaussures avec des déchets recyclés récupérés en mer »



➔ Engagement écologique

« Adidas veut passer un cap dans le développement durable en proposant des produits uniquement composés de matières recyclées.

Légèreté, souplesse, respirabilité, évacuation de la transpiration... Les équipementiers ont fait des progrès dans un grand nombre de domaines ces dernières années. La prochaine étape ? L'écologie. Chez Nike, les maillots de foot sont depuis quelques années entièrement fabriqués grâce à des bouteilles en plastique recyclées. Jeudi, Adidas a dévoilé un projet baptisé "Sport Infinity", qui souhaite aller encore plus loin. L'idée : que les produits de la marque soient



➔ Nike et l'innovation technologique



HISTORIQUE



1950 : importation des Onitsuka Tiger : Bowerman & Knight (BRS)

1965 : 1^{er} vendeur/ représentant à plein temps : Jeff Johnson

1966 : 1^{er} magasin à Santa Monica (Californie)

1971 : création du swoosh : Carolyn Davidson

1972 : création de Nike

1973 : la chaussure en « waffle »

1979 : concept « Air » pour la *Tailwind*

1981 : Nike devient leader en FTW au USA

1982 : Nike Air Force 1

1984 : signature de Michael Jordan + Chaussures *Air Jordan*

1988 : slogan « Just do it »

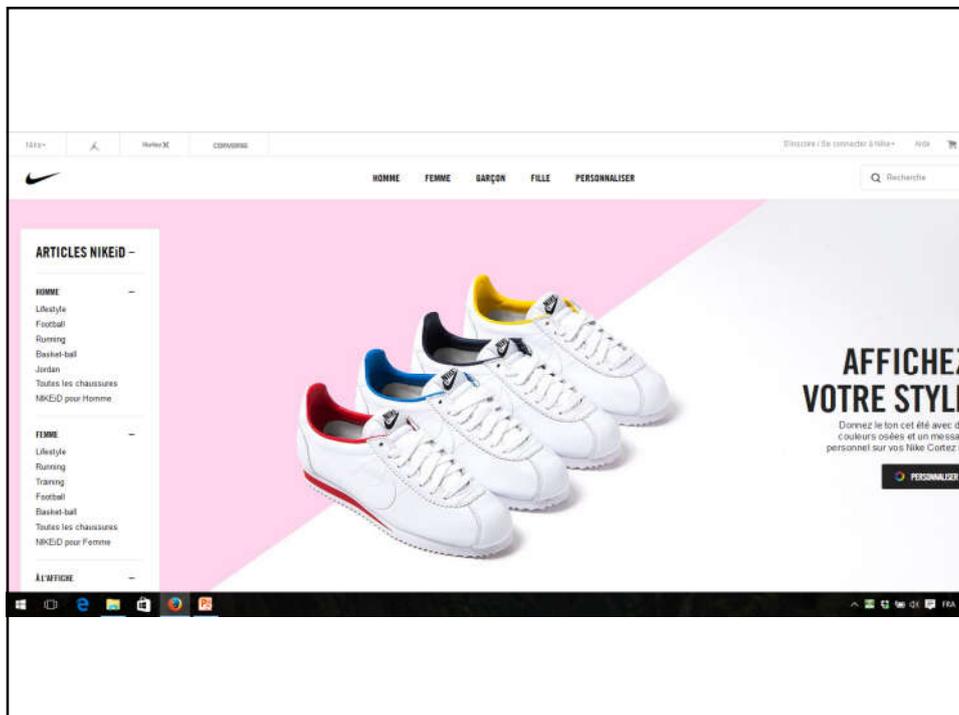
2003 : rachat de Converse et de Umbro en 2007

22 février 2009 : signature de la FFF



➔ L'innovation sur mesure : la chaussure

NIKEiD.



NIKE iD^{COM} CHAUSSURES ÉQUIPEMENT COLLECTIONS TOUT VOIR

ACCUEIL > SPORT CULTURE > AIR MAX '90 iD - HOMMES > PERSONNALISER RECOMMENCER

AIR MAX '90 iD
EUR 155.00



1. DÉBUT **2. CRÉER** 7 sur 9 **3. PERSONNALISER** 4. VISUALISER

Click "More Info" for detail view of Leather Metallic Silver.

Accent Color

Lace Color

Collar Lining Color

Midssole Color

Neon Yellow

SELECTIONNEUR DE PAYS RECHERCHER UNE BOUTIQUE POLITIQUE DE CONFIDENTIALITE © 2005 NIKE. TOUS DROITS RÉSERVÉS.

NIKE iD^{COM} CHAUSSURES ÉQUIPEMENT COLLECTIONS TOUT VOIR

ACCUEIL > SPORT CULTURE > AIR MAX '90 iD - HOMMES > PERSONNALISER RECOMMENCER

AIR MAX '90 iD
EUR 155.00



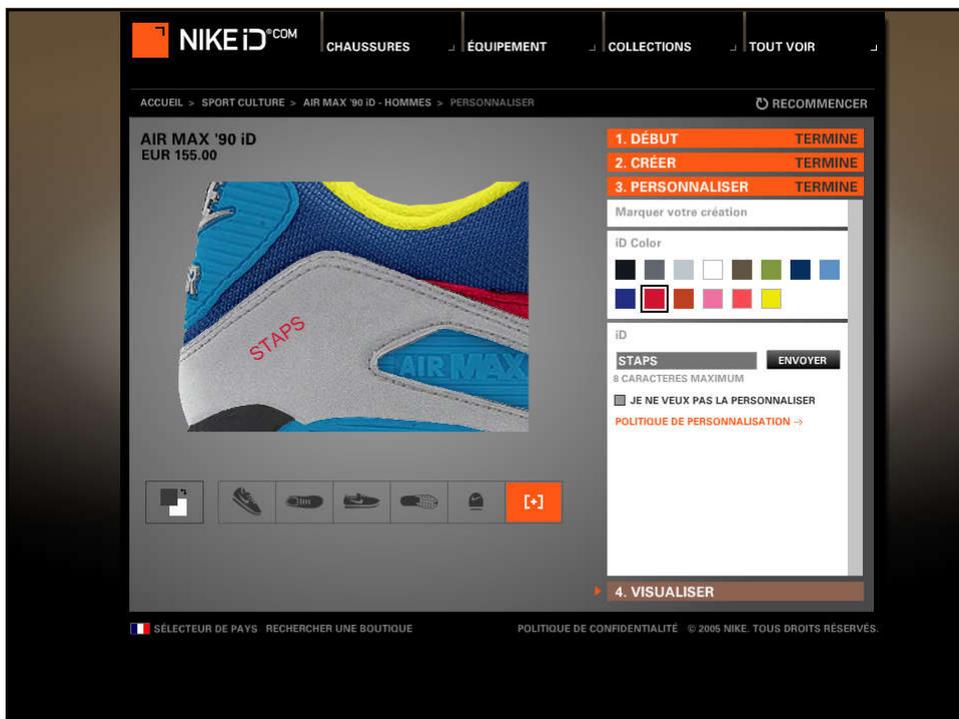
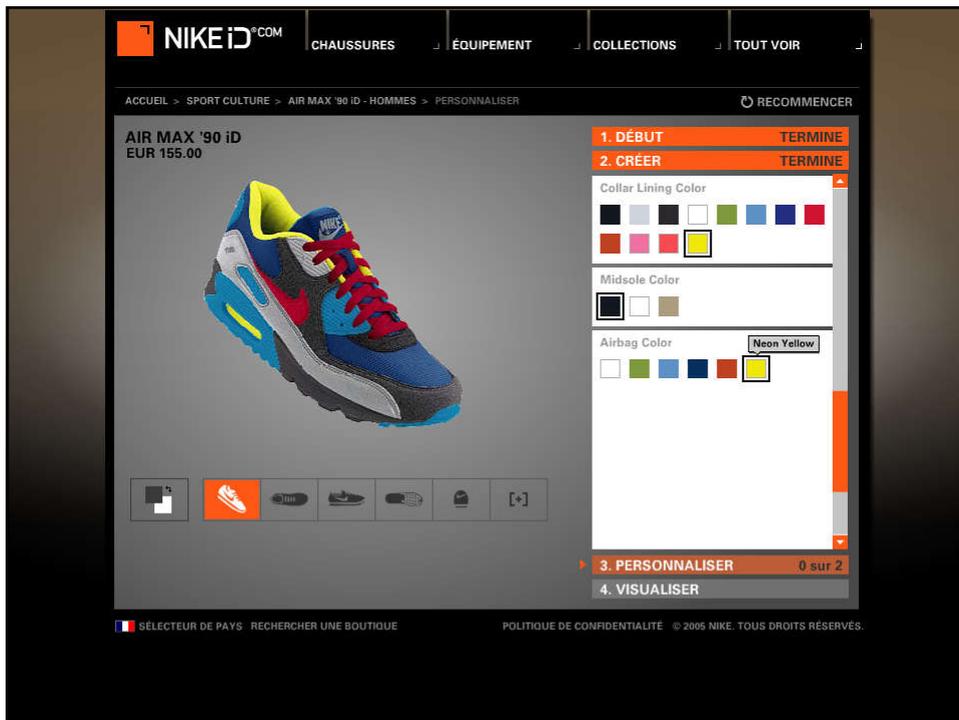
1. DÉBUT **2. CRÉER** 8 sur 9 **3. PERSONNALISER** 4. VISUALISER

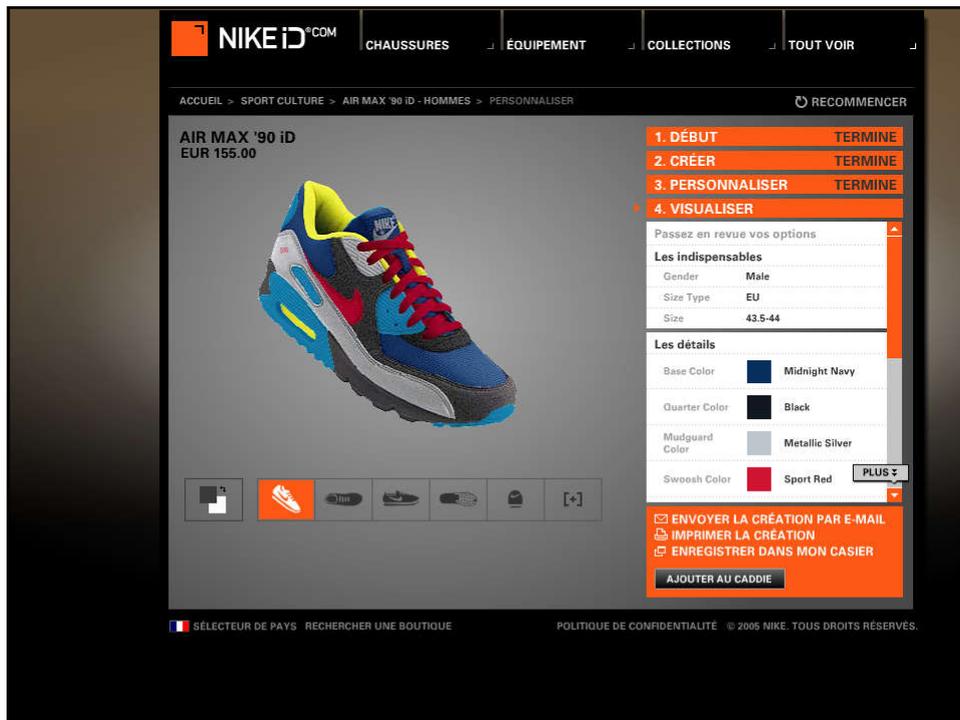
Collar Lining Color

Black Color

Airbag Color

SELECTIONNEUR DE PAYS RECHERCHER UNE BOUTIQUE POLITIQUE DE CONFIDENTIALITE © 2005 NIKE. TOUS DROITS RÉSERVÉS.





② Décathlon et l'innovation technologique

Une importante démarche de R&D

<https://www.youtube.com/watch?v=jhFYOL7x7N0>

DECATHLON

Les 5 missions du laboratoire de l'innovation de Décathlon :

- Faciliter la pratique
- Renforcer la sécurité
- Optimiser le confort
- Accompagner les nouvelles pratiques
- Baisser les prix



Innovation chez Décathlon



Focus marque composant Equarea
<http://www.equarea.com/FR>

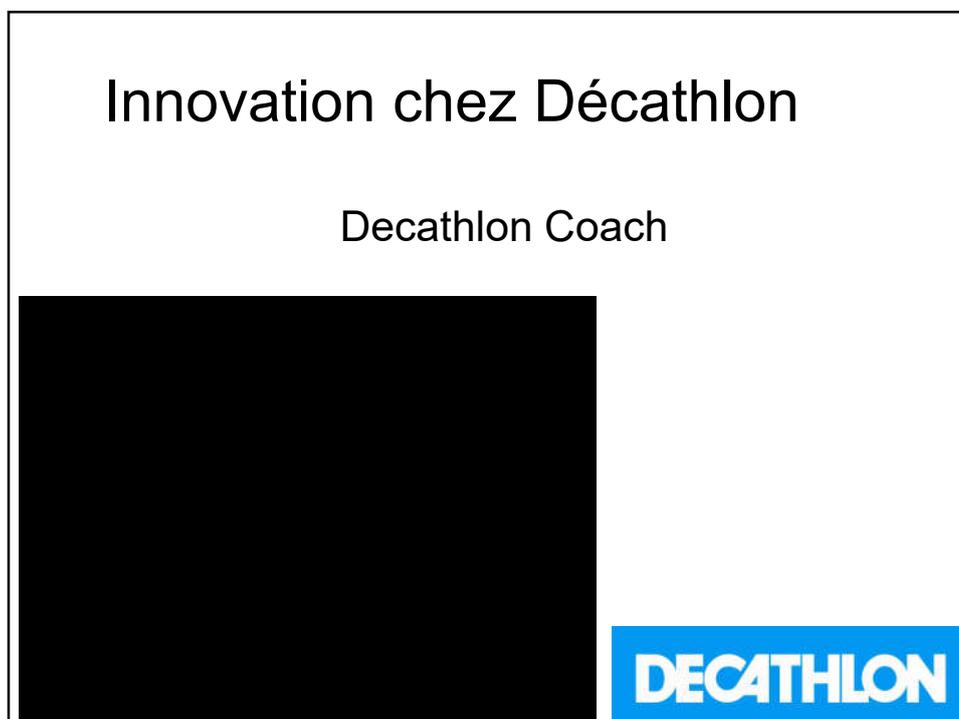
DECATHLON

Innovation chez Décathlon



Innovation chez Décathlon

Decathlon Coach

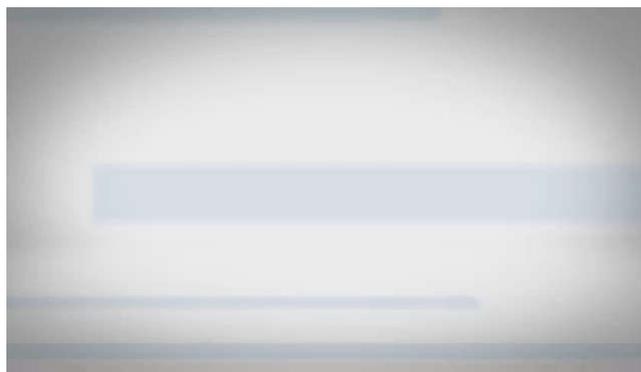


Decathlon innovation award

- Chaque marque passion propose son innovation
- Précédents lauréats
- Tentes 2 secondes
- [Filet de tennis de table qui se fixe sur toutes les tables \(14,90 euros\)](#)
- Many : semelle + chaussures à part
- The kage
- Splitzer
- Le lecteur mp3 étanche

DECATHLON

Decathlon innovation award



DECATHLON

Conclusion

Avantages de l'innovation :

- Contribue à l'image de l'entreprise
- Renforce ou améliore la position concurrentielle de l'entreprise
- Permet d'augmenter les marges de l'entreprise ou de justifier un positionnement prix plus élevé

Inconvénients de l'innovation :

- Coût
- Incertitude sur la réussite commerciale
- Créer de l'incertitude en interne

Fin

