

Analyse de la valeur des projets de Recherche et d'Innovation



Entreprise : Orange
Période : **2023 – 2024**
Tuteur entreprise : Guillaume Tardiveau
Lieu : 44 avenue de la République, Châtillon

Orange Innovation / Recherche

La mission d'Orange Innovation est de préparer le futur d'Orange avec les 26 pays du Groupe, en construisant des atouts compétitifs, différenciants et compatibles avec l'objectif de neutralité carbone en 2040.

Cette mission s'articule autour de 4 axes : porter la stratégie technologique et data du Groupe, piloter les innovations majeures, accompagner les pays dans leur démarche d'innovation, construire et opérer des solutions mutualisées.

Le rôle de la Recherche est déterminant pour avancer sur ces sujets, aussi Orange emploie-t-elle environ 700 chercheurs et 140 doctorants sur des sujets aussi variés que la sociologie, le cryptage post-quantique ou encore les objets sans énergie.

Pour plus d'informations sur la Recherche d'Orange visitez www.hellofuture.com

Descriptif du projet

L'objectif du projet est de proposer une méthode d'évaluation de la valeur créée par la Recherche. Cette valeur peut se matérialiser de manières très différentes : dans de nouveaux produits et services générateurs de revenus, ou encore sous la forme de création de savoir, ou de compétence, ou encore de réduction de l'impact carbone généré par les activités d'Orange ou de ses clients.

Il s'agira donc de proposer des méthodes d'évaluation adaptées à la diversité des cas et emportant l'adhésion des acteurs. Plusieurs domaines devront être étudiés en particulier :

- la recherche sur le numérique durable
- l'intelligence artificielle dans les réseaux
- la recherche sur la relation client
- la recherche sur l'internet des objets

Méthodologie envisagée

L'étudiant(e) disposera d'une grande autonomie pour rencontrer un nombre important d'acteurs impliqués dans la Recherche ou dans l'utilisation des résultats de la Recherche. Cela permettra de récolter auprès des experts les approches proposées pour évaluer la valeur des différents travaux. A ce stade les acteurs peuvent être nombreux : chercheurs, financiers, responsable de marketing ou de la propriété intellectuelle.

-



Pour cette première phase plusieurs cas bien connus seront à étudier.

Dans un deuxième temps il faudra d'une part travailler d'une part sur la variété de ces suggestions et témoignages et d'autre part sur les approches académiques connues afin de proposer des modes d'évaluation pour les diverses natures de travaux de Recherche, et d'autre part travailler sur des cas moins mûrs ou plus complexes.

Profil(s) recherché(s)

Maîtrise de l'anglais impérative

Capacité à écouter tout en gardant une approche critique, à synthétiser et à proposer des pistes.