

ODOXA

L'Opinion tranchée

L'INNOVATION DANS LES ENTREPRISES

Où en est-elle aujourd'hui et comment
la favoriser demain ?



saegus

Sondage réalisé par Odoxa pour Saegus - levée d'embargo vendredi 3 février à 6h

**L'œil du
sondeur
Gaël Sliman**



Les salariés font confiance à leurs entreprises pour innover mais pointent bon nombre de freins et facteurs de blocage internes à lever pour la favoriser.

RÉSUMÉ

Pour les salariés Français, leurs entreprises veulent innover mais elles n'y parviennent pas autant qu'elles (et eux) le souhaiteraient car il existe de nombreux freins internes qui retardent ou empêchent l'innovation.

Or, ces freins ne sont pas sans conséquence : si Steve Jobs travaillait dans leur entreprise, l'immense majorité des salariés estime qu'il n'aurait pas les moyens de mener à bien ses innovations pour l'entreprise. C'est d'autant plus dommage que les solutions existent et sont parfaitement identifiées par les Français comme par les salariés.

Enseignements et chiffres clés

- 1) Les salariés font largement confiance (60%) à leur entreprise pour se transformer et innover et une nette majorité (53%) estime d'ailleurs que leur entreprise s'investit déjà dans l'innovation numérique
- 2) Mais il existe encore des freins importants au bon développement de l'innovation dans les entreprises : plus des deux-tiers des salariés (67%) cite au moins un frein bloquant ou limitant l'innovation dans son entreprise !
- 3) Ces freins ne sont pas sans conséquence : pour plus de six salariés sur dix (62%) si « Steve Jobs » était présent dans son entreprise il n'aurait pas les moyens de mener à bien ses innovations pour l'entreprise !
- 4) Heureusement, les solutions permettant de favoriser le développement de l'innovation dans les entreprises existent et sont parfaitement identifiées par les salariés comme par l'ensemble des Français

**L'œil de
l'expert**

Marc Trilling





Marc Trilling // Président de Saegus

L'Innovation est un terme galvaudé. Historiquement l'apanage exclusif des directions R&D, elle est aujourd'hui promue en rang de culture d'entreprise et devient la responsabilité de toutes les directions.

Innover et se transformer ou mourir, la pression n'a jamais été aussi forte pour les entreprises traditionnelles qui s'efforcent tant bien que mal de s'ouvrir aux structures plus jeunes et plus innovantes, pour mieux s'en inspirer.

Et force est de constater qu'elles se décomplexent de plus en plus, quitte pour une partie d'entre elles à lutter contre le mépris de l'échec, en comprenant que ce dernier est aussi gage d'apprentissage pourvu qu'il soit rapide et permette d'en tirer les enseignements pour aller plus loin, plus vite. Hackaton, Lab, Incubateurs, Growth Hacking, Design Thinking, Lean Startup, autant d'approches, de concepts et de moyens mis à disposition pour y arriver.

Toutefois l'ingrédient principal y est-il ? L'actif le plus important et le plus précieux de l'entreprise - leurs salariés - est-il bien pris en considération dans ces nouvelles initiatives ?

«Innover et se transformer ou mourir»

Si ces derniers sont confiants dans la capacité de leur entreprise à se transformer, ils ne sont pas aveugles aux freins potentiels. Pourtant ne sont-ils pas finalement eux-mêmes le vivier d'innovation tant attendu ? A l'inverse de startup fraîchement incubées, ils sont les plus à même de faire évoluer leur culture d'entreprise et savent y évoluer.

Mais pour les plus intrapreneurs d'entre eux, en dehors des campagnes d'innovation souvent bien éphémères, en auraient-ils durablement les moyens ?





ANALYSE DÉTAILLÉE

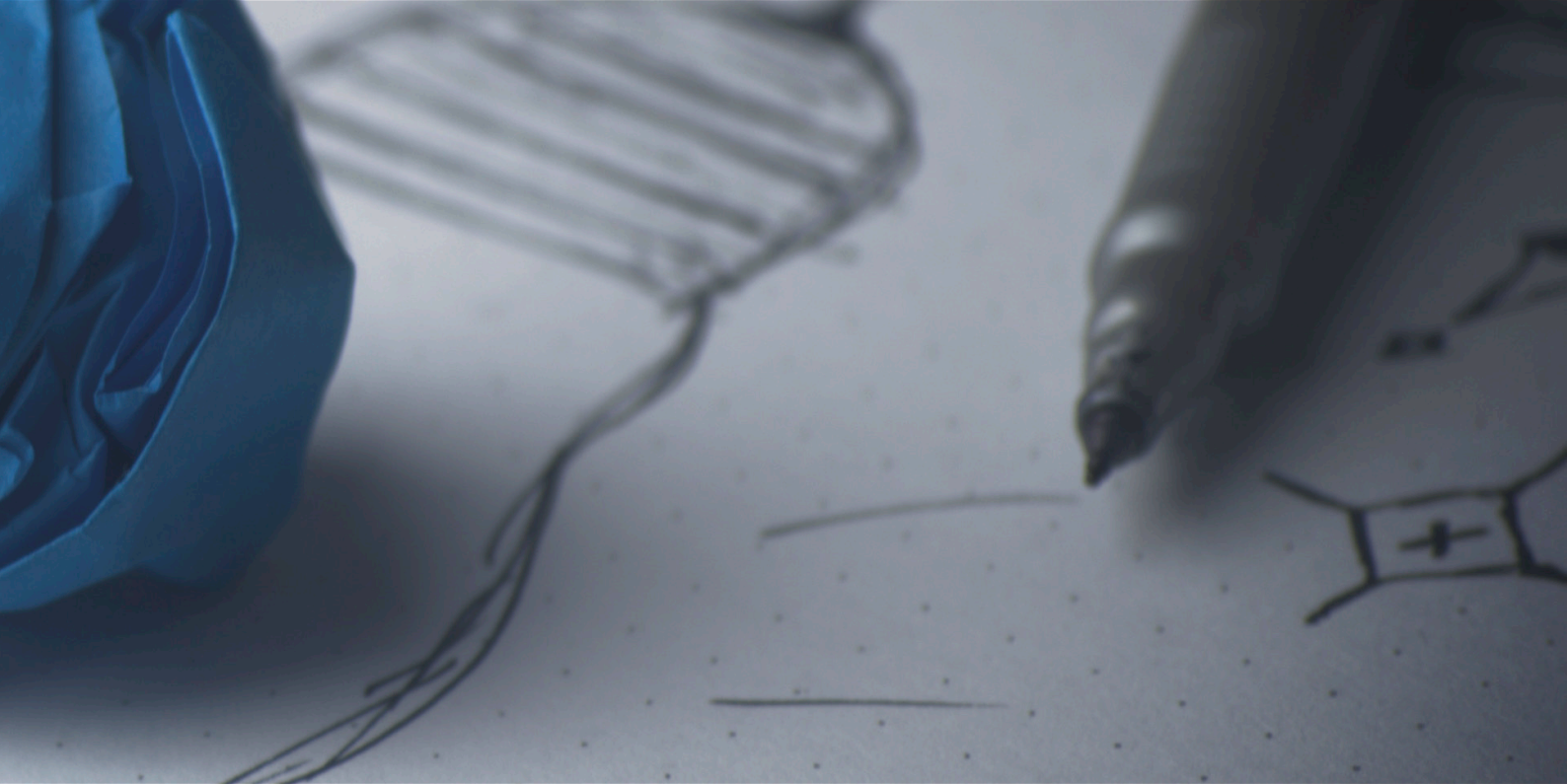
1

Les salariés font largement confiance (60%) à leur entreprise pour se transformer et innover et une nette majorité (53%) estime d'ailleurs que leur entreprise s'investit déjà dans l'innovation numérique.

Pas de doute, les salariés Français font très largement confiance à leur entreprise pour se transformer, changer et innover : 60% d'entre eux leur font confiance ! Cette très forte confiance des salariés s'agissant des intentions d'innovation des entreprises se traduit, logiquement, dans les actes.

Les salariés sont ainsi une nette majorité de 53% à estimer que leur entreprise s'investit déjà dans l'innovation digitale et le numérique, « que ce soit pour se faire connaître ou pour échanger avec le marché, ses clients et ses collaborateurs ».

Néanmoins, si ce résultat est satisfaisant quant au regard que portent les salariés sur l'investissement de leurs entreprises dans le numérique, on constate tout de même une « perte en ligne » entre les intentions et le « passage à l'acte » : 60% des salariés soutiennent les intentions de leur entreprise en matière d'innovation, mais « seulement » 53% estiment qu'elles sont déjà concrètement passées à l'acte...



Par ailleurs, s'agissant des actes, si la barre symbolique des 50% est bien franchie, les choses semblent encore nettement perfectibles. D'abord, parce que, même s'ils sont minoritaires, les salariés qui jugent encore que leur entreprise ne s'investit pas dans le numérique sont tout de même nombreux : 46%.

Ensuite, parce que ceux qui estiment que leur entreprise s'investit bien dans l'innovation numérique, ne pensent pas pour autant qu'elle s'y investit « beaucoup » (seulement 18% le pensent) ; la plupart d'entre eux estimant qu'elle s'y investit « un peu ». Des marges de progressions sont donc largement possibles, que ce soit sur la réalité de l'investissement des entreprises dans l'innovation numérique, et surtout dans la communication à leurs salariés de leurs actions, car ceux-ci sont les premiers ambassadeurs de l'action des entreprises.

2

Mais il existe encore des freins importants au bon développement de l'innovation dans les entreprises : plus des deux-tiers des salariés (67%) cite au moins un frein bloquant ou limitant l'innovation dans son entreprise !

Il y a de bonnes raisons à ce que les salariés ne soient pas encore plus nombreux à penser que leur entreprise s'investit dans l'innovation numérique : ces derniers pointent de très nombreux freins qui, selon eux, brident le développement de l'innovation dans leur propre entreprise.

Ces freins viennent à la fois « des process internes qui sont trop complexes » (48%), « de la méconnaissance de ces process par les dirigeants » (44%), et des blocages situés tant « au niveau juridique » (44%), qu'à celui « des responsables de services » (40%) ; mais ces blocages et freins viennent aussi selon les salariés, « des salariés eux-mêmes qui sont souvent hostiles au changement » (44%).

Chacun de ces freins est cité par plus de 40% des salariés interrogés, mais surtout, les deux-tiers des salariés (67%) estime qu'au moins un de ces freins existe dans son entreprise et y entrave le bon développement de l'innovation.



3

Ces freins ne sont pas sans conséquence : pour plus de six salariés sur dix (62%), si « Steve Jobs » était présent dans leur entreprise, il n'aurait pas les moyens de mener à bien ses innovations pour l'entreprise !

Confiants du talent interne de leurs ressources humaines, les salariés français sont près d'un sur deux (44%) à penser qu'il existe peut-être un « Steve Jobs » dans leur entreprise !

Mais pour quoi faire ?

Que pourrait donc bien faire ce « Steve Jobs » s'il était identifié ? Malheureusement sans doute pas grand-chose.

Ainsi, du fait des blocages et des freins internes que pointent les salariés sur le développement de l'innovation, près des deux-tiers des salariés Français (62%) estiment que « si ce Steve Jobs était bien présent dans leur entreprise », il n'aurait de toute façon « ni les moyens, ni le temps, ni l'aide nécessaire pour mener à bien ses innovations pour le bien de l'entreprise » ! Pire encore, seuls 7% des salariés pensent à l'inverse qu'il serait « très probable » qu'il ait cette aide et ses moyens...





4

Heureusement, les solutions permettant de favoriser le développement de l'innovation dans les entreprises existent et sont parfaitement identifiées par les salariés comme par l'ensemble des Français.

L'existence de ces freins internes à l'innovation est évidemment problématique. Mais il n'y a pas de fatalité ; pour les salariés comme pour les Français, des solutions efficaces existent qui permettraient de lever ces freins si elles étaient mises en œuvre. Ainsi, les neuf-dixièmes des Français comme des salariés sont persuadés que l'innovation pourrait être favorisée si « l'on associait bien en amont les équipes internes chargées de réaliser ces innovations » (93% des Français et 92% des salariés le pensent), si l'on « veillait à ce que la direction des entreprises connaissent parfaitement tous les process et toutes les règles internes » (93% et 91% l'affirment) et si l'on faisait en sorte qu'il y ait « une grande rapidité d'exécution entre l'idée initiale et le produit ou le service final » (90% et 87%).

Le fait que tant de Français et surtout tant de salariés – si conscients des freins internes qui existent dans leur entreprise – soient ainsi persuadés que ces solutions simples (sur le papier) puissent favoriser l'innovation est évidemment un formidable encouragement.

Charge à présent aux entreprises et à leurs dirigeants d'en être elles-aussi convaincues et de mettre en œuvre ces solutions.

Gaël Sliman, Président d'Odoxa
@gaelsliman



LES SALARIÉS FONT CONFIANCE À LEUR ENTREPRISE POUR SE TRANSFORMER, CHANGER ET INNOVER

Aux salariés : Faites-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance à votre entreprise pour se transformer, changer, et innover ?
(Base 1075)

LES SALARIÉS

S/T Non :
39%

S/T Oui :
60%



- 10% : Tout à fait confiance
- 50% : Plutôt confiance
- 29% : Plutôt pas confiance
- 10% : Pas du tout confiance
- 1% : (NSP)

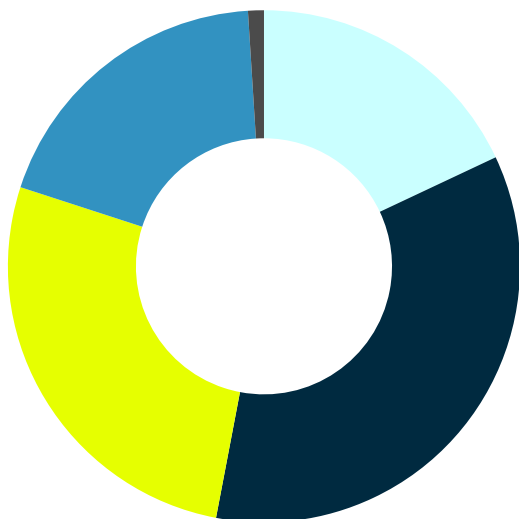
ILS ONT LE SENTIMENT QU'ELLE S'INVESTIT DÉJÀ DANS L'INNOVATION NUMÉRIQUE

Aux salariés : Avez-vous le sentiment que votre entreprise s'investit dans l'innovation digitale et/ou numérique que ce soit pour se faire connaître ou pour échanger avec le marché, ses clients et ses collaborateurs ? (Base : 1075)

LES SALARIÉS

S/T Non :
46%

S/T Oui :
53%

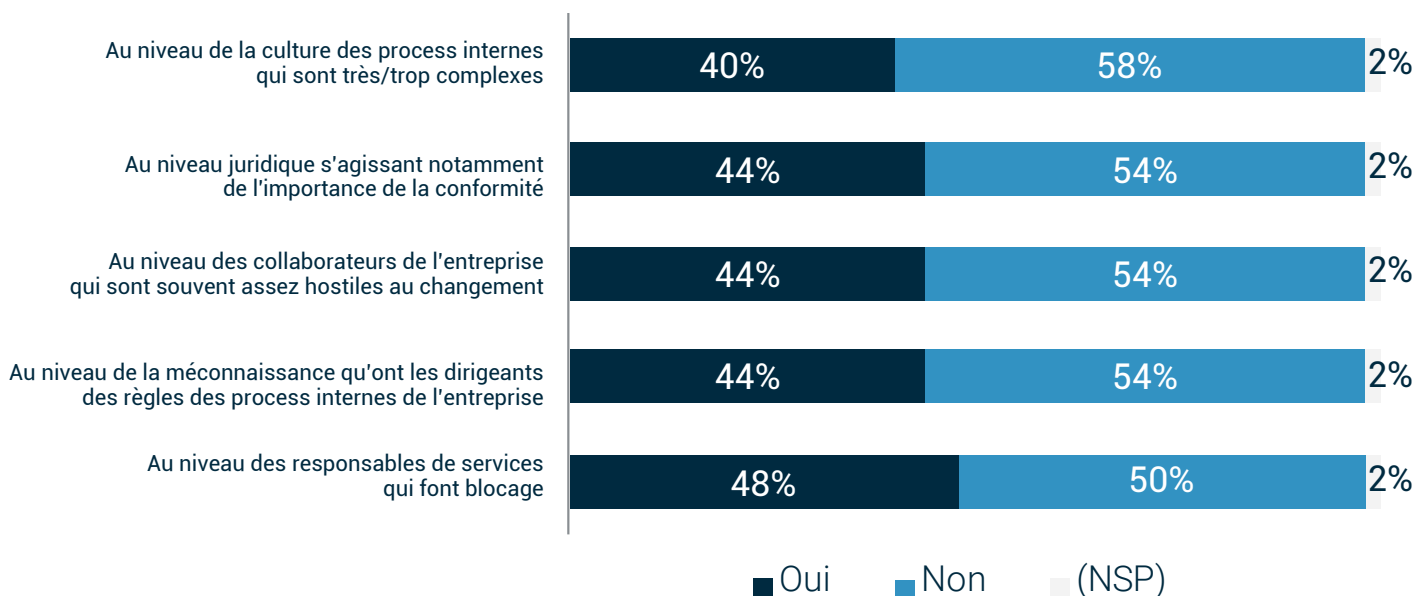


- 18% : Elle s'investit beaucoup dans l'innovation digitale et/ou numérique
- 35% : Elle s'investit un peu dans l'innovation digitale et/ou numérique
- 27% : Elle s'investit peu dans l'innovation digitale et/ou numérique
- 19% : Elle ne s'investit pas du tout dans l'innovation digitale et/ou numérique
- 1% : (NSP)

MAIS LES SALARIÉS POINTENT AUSSI DE NOMBREUX FREINS AU DÉVELOPPEMENT DE L'INNOVATION

Aux salariés : Selon vous existe-t-il des freins importants au développement de l'innovation dans votre entreprise ... ? (Base : 1075)

LES SALARIÉS



S/T au moins un oui : 67%

Hors « collaborateurs hostiles au changement »
ST au moins un oui : 64%



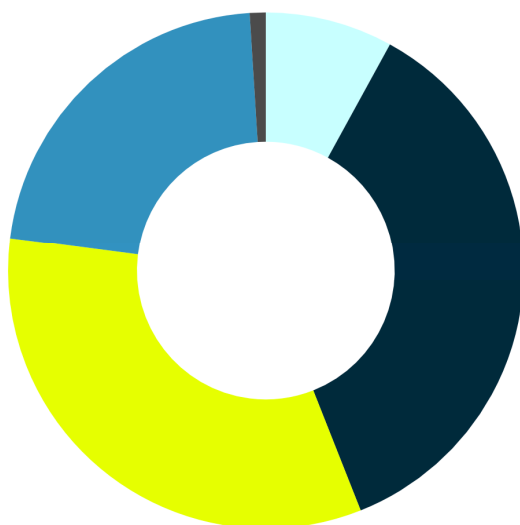
SI DE NOMBREUX SALARIÉS PENSENT QU'IL Y A DANS LEUR ENTREPRISE DES « STEVE JOBS EN PUISSANCE »...

Aux salariés : Diriez-vous qu'il est probable qu'il y ait actuellement parmi les salariés de votre entreprise des « Steve Jobs en puissance » c'est-à-dire des personnes ayant le talent et la créativité pour proposer des innovations géniales ? (Base : 1075)

LES SALARIÉS

S/T Non :
55%

S/T Oui :
44%



- 8% : Oui, c'est très probable
- 36% : Oui, c'est assez probable
- 33% : Non, c'est assez peu probable
- 22% : Non, c'est très peu probable
- 1% : (NSP)

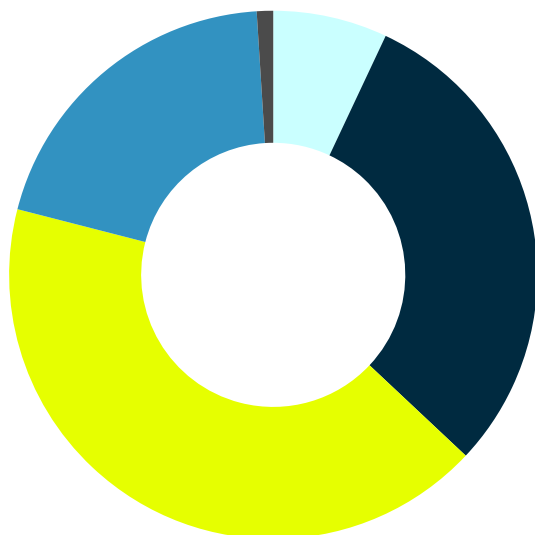
... LA PLUPART DES SALARIÉS ESTIMENT SURTOUT QU'IL N'AURAIT PAS LES MOYENS DE CONDUIRE SES INNOVATIONS

Aux salariés : Et si ce « Steve Jobs » était bien présent dans votre entreprise, pensez-vous qu'il aurait les moyens, le temps, et l'aide nécessaire pour mener à bien ses innovations pour l'entreprise ? (Base 1075)

LES SALARIÉS

S/T Non :
62%

S/T Oui :
37%

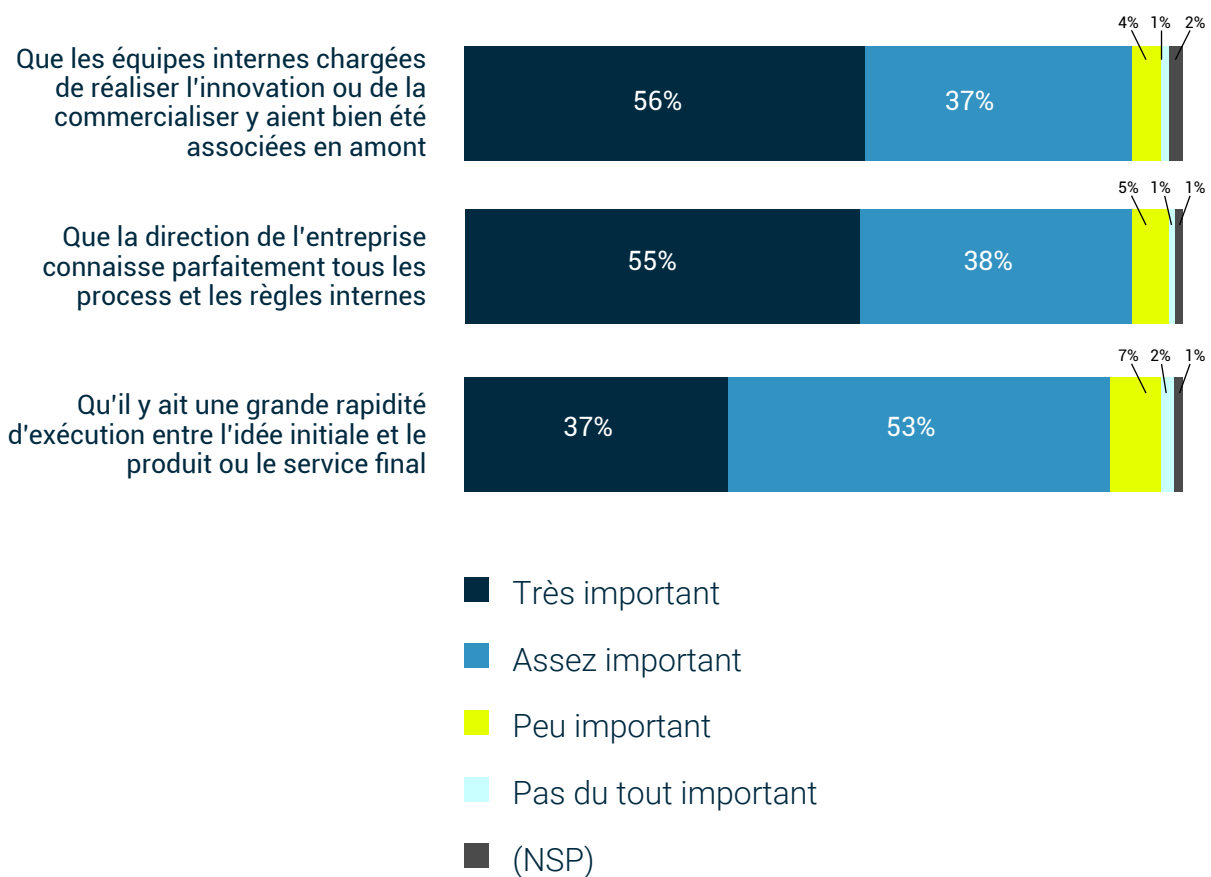


- 7% : Oui, c'est très probable
- 30% : Oui, c'est assez probable
- 42% : Non, c'est assez peu probable
- 20% : Non, c'est très peu probable
- 1% : (NSP)

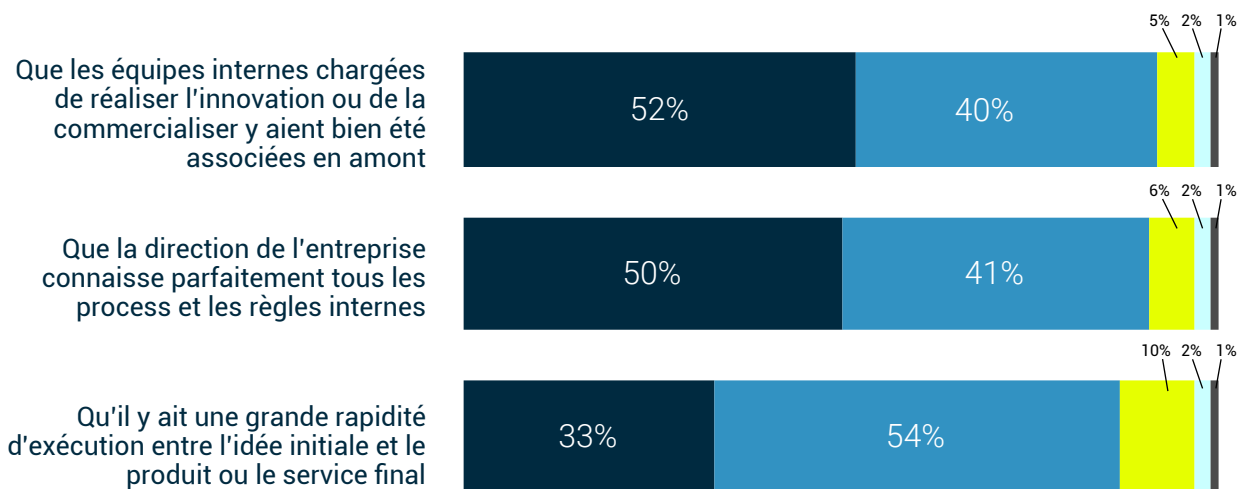
MAIS ILS ESTIMENT QU'IL EXISTE DES SOLUTIONS QUI FAVORISERAIENT LE DÉVELOPPEMENT DE L'INNOVATION

A tous : Pour favoriser le développement de l'innovation dans les entreprises est-il selon vous, très important assez important, peu important ou pas important du tout... (Base 1010 Français et 1075 salariés)

FRANÇAIS



SALARIÉS



- Très important
- Assez important
- Peu important
- Pas du tout important

MÉTHODOLOGIE

RECUEIL

Enquête réalisée auprès :

D'un échantillon de Français interrogé par Internet les **4-5 janvier 2017**.

D'un échantillon de salariés interrogé par Internet les **4-5 et 12-13 janvier 2017**.

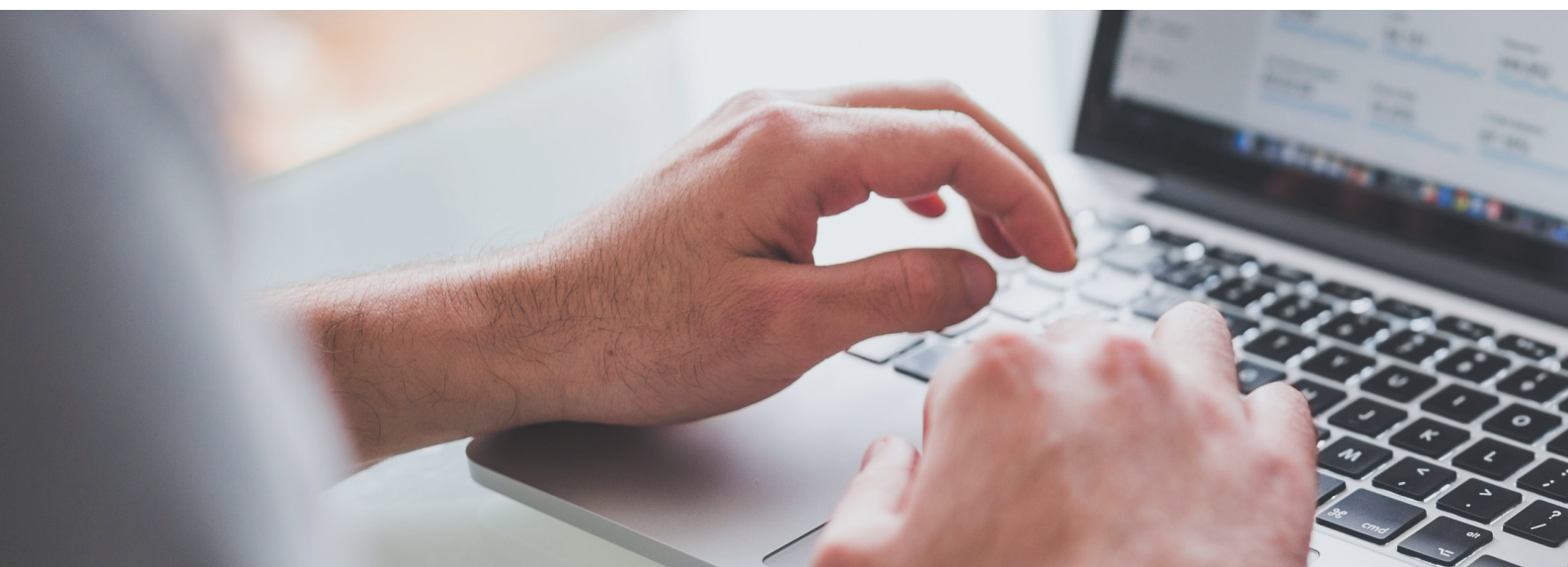
ECHANTILLON

Echantillon de **1 010 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, dont **476 non-salariés**.

Echantillon de **1 075 salariés** issu de deux échantillons représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.

ODOXA



PRÉCISIONS SUR LES MARGES D'ERREUR

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

Si le pourcentage observé est de ...

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 20%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
800	1,5	2,5	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2

Lecture du tableau : Dans un échantillon de 1000 personnes, si le pourcentage observé est de 20%, la marge d'erreur est égale à 2,5%.

Le pourcentage réel est donc compris dans l'intervalle [17,5 ; 22,5].

ODOXA



A propos de Saegus

Saegus, accompagne ses clients dans la création d'intracubateurs permettant d'accélérer l'émergence de nouveaux produits et services digitaux.

L'approche de Saegus associe méthodologies de conseil et applications exclusives.

100% digital. 0% Slide.

Pour plus d'information, rendez-vous sur :

<http://www.saegus.fr/>

<http://www.foreseeds.com>



152 avenue des Champs-Élysées
75008 Paris

contact@saegus.com

Tel : +33 1 86 95 23 32
Fax : +33 1 86 95 23 34
