

Risque ou bienfait : l'innovation dans l'entreprise moderne



L'innovation, définie comme le développement et le lancement de nouveaux produits et services, est l'énergie vitale des entreprises. Et pourtant, beaucoup ont du mal à transposer leurs visions créatives dans la réalité.

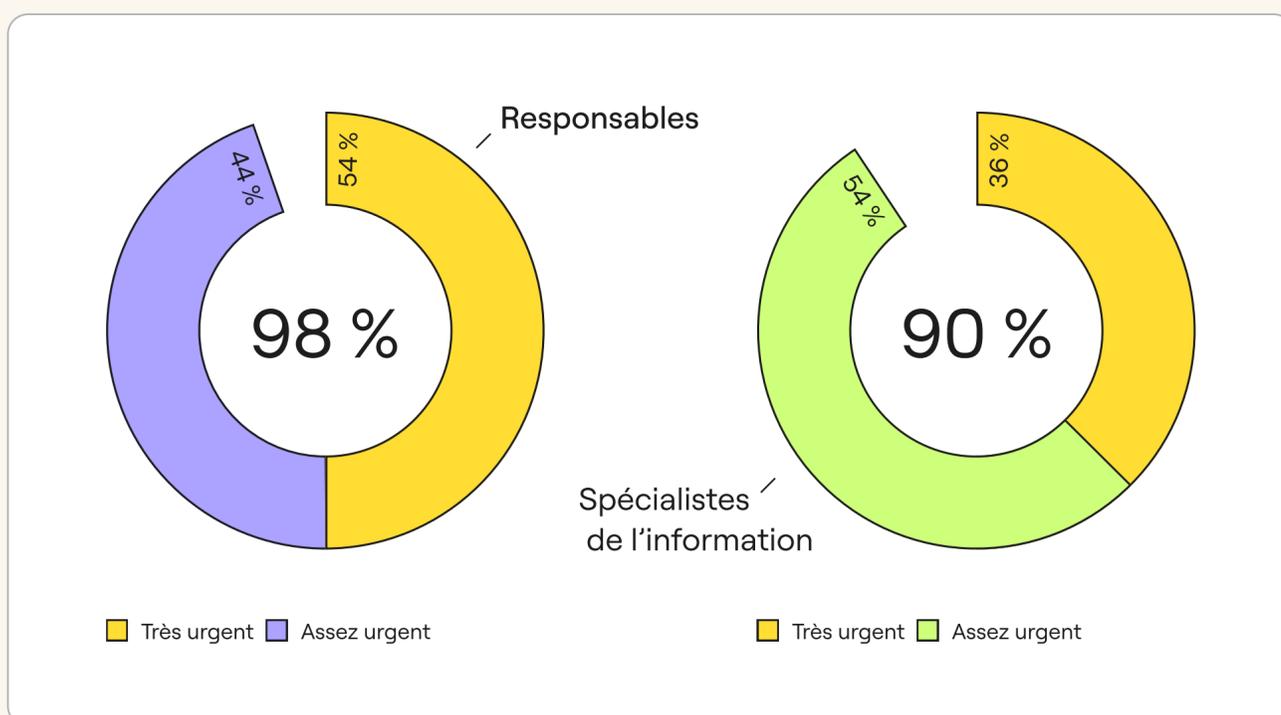
Afin d'en savoir plus sur cette incohérence, Miro a interrogé plus de **1700** personnes à des postes de prise de décision et **8 000** spécialistes de l'information dans sept pays.

Les résultats de notre enquête apportent des réponses aux questions suivantes :

- Comment les responsables d'entreprise et les spécialistes de l'information voient l'innovation aujourd'hui ?
- Quelles difficultés entravent l'innovation ?
- Pourquoi les entreprises doivent s'adapter dès maintenant afin d'innover mieux et plus rapidement ?

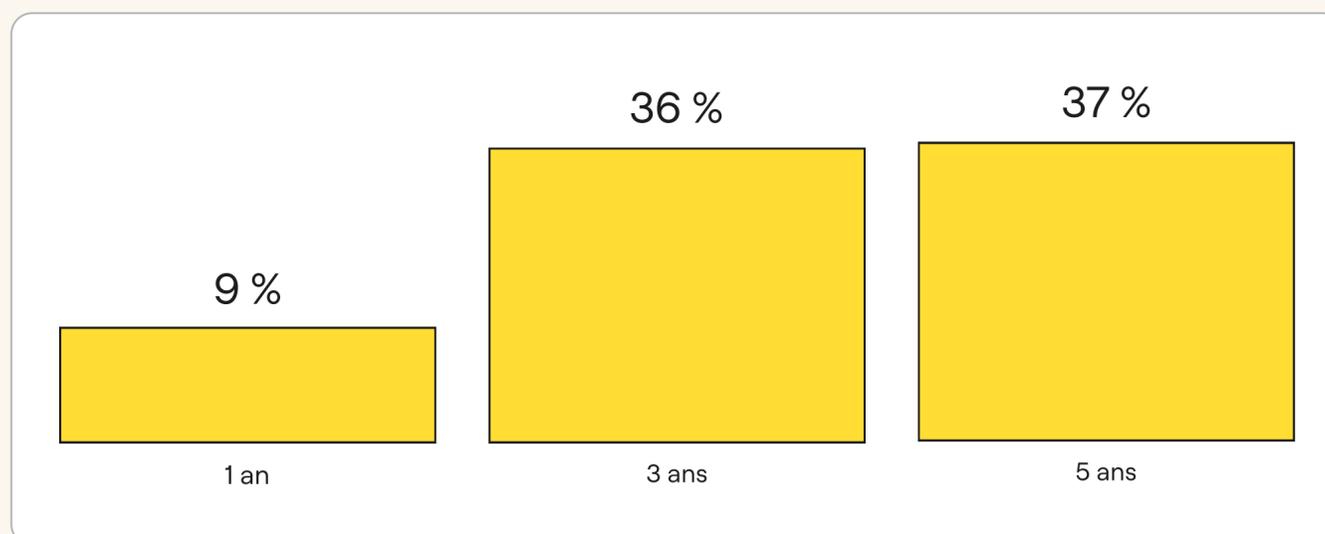
Il est urgent d'innover, sans plus attendre

Comment décririez-vous le besoin d'innovation dans votre entreprise ?



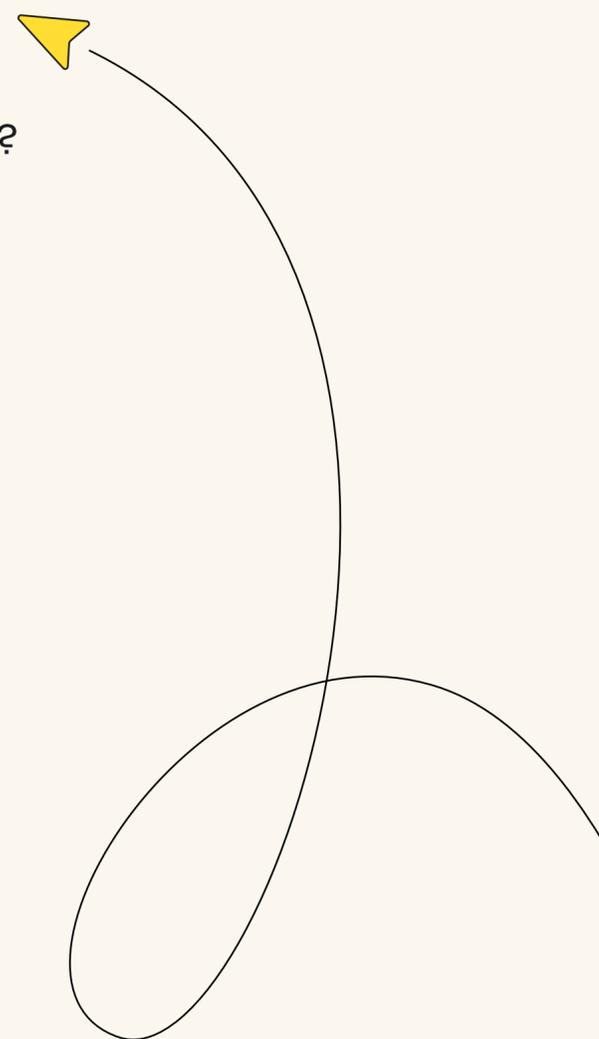
82 % des responsables et **72 %** des spécialistes de l'information s'accordent à dire que l'innovation est plus importante maintenant qu'elle ne l'était il y a quelques années.

Combien de temps une entreprise peut-elle survivre si elle ne parvient pas à innover ?



Pour **82 %** des responsables, une entreprise disparaîtra sous cinq ans si elle ne réussit pas à innover.

Malgré un quasi-consensus sur le caractère essentiel de l'innovation, les actions des responsables d'entreprise et du personnel de l'information ne vont pas dans ce sens.



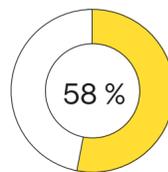
Trois principales difficultés à l'innovation

01 Macroéconomiques

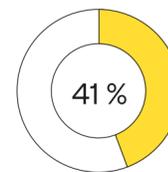
L'innovation : indispensable ou secondaire ?

- Environ la moitié des responsables (**57 %**) et des spécialistes de l'information (**47 %**) interrogés indiquent que l'innovation semble être actuellement plus un luxe qu'une nécessité.
- En outre, **54 %** des responsables déclarent que leur entreprise devrait mettre l'innovation en pause jusqu'à ce que l'économie soit plus stable.

Provoquer le changement ou s'y soumettre ?



des responsables affirment que leur entreprise rechigne à donner la priorité à des projets d'innovation audacieux.



des responsables disent que les innovations majeures constituent la plus grande menace de la concurrence.

02 Fonctionnelles

À l'échelle mondiale, les responsables et les spécialistes de l'information ont identifié les mêmes obstacles à l'innovation dans les catégories suivantes :

Technologiques

- Les technologies anciennes étouffent la créativité
- Les technologies anciennes gênent la productivité

Organisationnelles

- Difficultés liées à la collaboration interdisciplinaire
- Lenteur et manque d'efficacité
- Manque de compétences et de profils adaptés

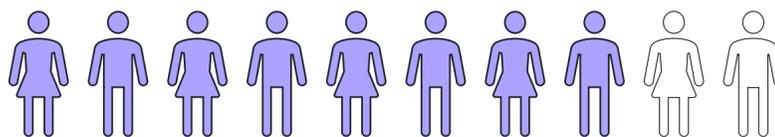
Culturelles

- Résistance au changement
- Burn-out
- Absence d'une culture et d'un état d'esprit orientés vers l'expérimentation

Des processus inefficaces de planification et de communication entravent les efforts de l'organisation visant à réaliser ses visions innovantes :

Stratégiques

79 % des responsables s'accordent à dire que leur entreprise a du mal à transformer les stratégies en nouveaux produits et services.



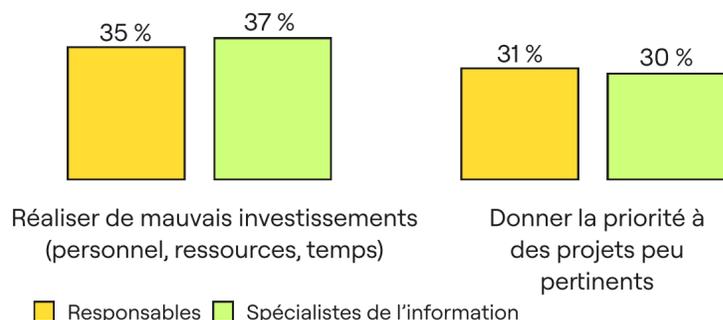
Un **tiers** des responsables et des spécialistes de l'information pensent que privilégier la pensée à court terme par rapport aux objectifs à long terme représente la principale difficulté stratégique.

62 % des spécialistes de l'information indiquent que leur direction ne discute pas de la stratégie d'innovation de l'entreprise, et **37 %** affirment ne même pas la connaître.

03 Humaines

Comme les gens sont au cœur des processus d'innovation, les émotions peuvent entrer en jeu. **62 %** des responsables reconnaissent que leur peur constitue un obstacle à l'innovation.

De quoi les gens ont-ils peur ?



La peur est une affaire personnelle, et les enjeux sont élevés.

31 % des responsables ont peur d'écorner leur réputation ou de voir leur carrière dérailler si l'innovation va de travers.

52 % des spécialistes de l'information ont peur que leur poste soit en danger si leur entreprise n'innove pas.

L'innovation est bonne pour les affaires comme pour les gens

Les responsables s'accordent à dire que l'innovation permet à leur entreprise...

- De développer la clientèle (**84 %**)
- D'augmenter les revenus et les profits (**83 %**)
- De dépasser la concurrence (**80 %**)

Les spécialistes de l'information disent que l'innovation crée un monde du travail plus humain en...

- Soutenant une culture du travail positive (**78 %**)
- Améliorant l'engagement des membres du personnel (**78 %**)
- Favorisant une collaboration interdisciplinaire plus efficace (**76 %**)