



Chez Axa, l'intranet dépoussière la boîte à idées

INNOVATION Les salariés de la compagnie sont invités par des « innovateurs » à déposer leurs idées et projets sur l'intranet.

La boîte à idée est en désuétude... détrônée par l'intranet. Désormais, l'innovation participative passe par le Web interne des entreprises. Invitant les salariés à faire part de leurs projets, ce processus a même son carrefour interentreprise. La Société générale, la Banque postale et Axa y ont participé les 26 et 27 novembre. Le salarié se connecte à l'intranet par mot de passe pour se faire reconnaître. L'« innovateur » reçoit l'idée, l'analyse et la dirige vers les services concernés.

En un an, 1 000 idées reçues

« Depuis le lancement au début 2008 et après trois mois de période pilote, près de 1 000 idées ont été déposées », note Emmanuel Frizon de la Motte, responsable de l'innovation participative chez Axa France. À temps plein sur cette tâche, il est relayé par 260 managers formés. La boîte à idée avait



Le lancement de la boîte à idées par intranet a été appuyé par une campagne de publicité interne.

fait un flop : la difficulté était de maintenir le dynamisme des salariés, leur envie de collaborer, y compris à un niveau transversal et quelle que soit leur qualification. Le nouveau support ne fait donc pas l'économie d'un réseau d'animateurs, proches des équipes. Toutes les idées sont publiées, même refusées. Et on peut suivre leur parcours : refusée, acceptée, en cours d'étude.

Les propositions ne font l'objet pour l'instant d'aucune rémunération. Mais, après tout, « la meilleure reconnaissance pour un salarié passe aussi par le fait qu'il est considéré comme un véritable acteur du changement au travers de ses idées », résume Emmanuel Frizon. Sur le principe du Web 2.0, les 16 000 collaborateurs connectés peuvent commenter ou marquer d'un coup de cœur les idées proposées sur le forum. Pour amorcer

la pompe à idées, des « défis » sont lancés sur divers thèmes – comme celui du développement durable.

Peu d'innovations réelles, mais cela peut rapporter gros

« Par l'intranet, on va au-delà des suggestions techniques qui émergeraient essentiellement au niveau local », analyse François-Marie Pons, délégué général d'Innov'Acteurs, association pour le développement de l'innovation participative, et directeur associé de la société de conseil Inergie. L'association entend bien promouvoir l'innovation, bien plus que l'amélioration continue. « Il n'y a pas de honte à regarder ce que font nos concurrents, en France et à l'étranger. Mais une entreprise n'est pas innovante si elle s'en tient à l'imitation », a rappelé François Pierson, PDG d'Axa France, avant de mettre en garde contre le coût des fausses bonnes idées... « Même s'il y a peu d'idées de rupture, il a été démontré que l'outil est rentable, qu'il peut rapporter de l'argent », tempère François-Marie Pons. De quoi motiver les troupes. ●

MADELEINE VATEL