



Entreprises et salariés : Un appétit croissant pour l'innovation participative !

Halte au french bashing ! Contrairement aux idées reçues, la France est un pays de créateurs ! Tous les signaux concourent dans ce sens si l'on se réfère aux succès populaires d'événements récents tels que « La France a des solutions », la 19^{ème} édition de la « Cité de la réussite » ou encore le LH Forum. Le **choc d'innovation** dont notre pays a besoin pour lever les obstacles de la reprise ne se prépare pas seulement dans les laboratoires de R&D : **il devient de plus en plus évident de mobiliser l'ensemble des salariés dans les entreprises et les administrations.**

C'est une conviction que partagent **CAPITALCOM** et **Innov'Acteurs**, l'association pour le **développement de l'innovation participative** qui promeut une démarche de management visant à favoriser l'émission d'idées par l'ensemble du personnel en vue de créer de la valeur.

Comme chaque année, **Innov'Acteurs** rassemble les théoriciens et praticiens de l'innovation participative pour **échanger, réfléchir et surtout partager leurs expériences** concrètes lors du **Carrefour de l'Innovation Participative**, le **24 novembre 2014** à la Défense.

A l'occasion de la 3^{ème} édition de leur **grande enquête annuelle** auprès de la population active, **Innov'Acteurs** et **CAPITALCOM** ont sollicité trois experts du management pour participer à l'élaboration du questionnaire et à l'interprétation des résultats : **ÉRIC ALBERT**, psychiatre, dirigeant & fondateur de l'Institut Français d'action contre le stress, **CAROLE COUVERT**, Présidente confédérale de la CFE-CGC et **CHARLES VAN HAECKE**, co-fondateur des « Espoirs du Management ».

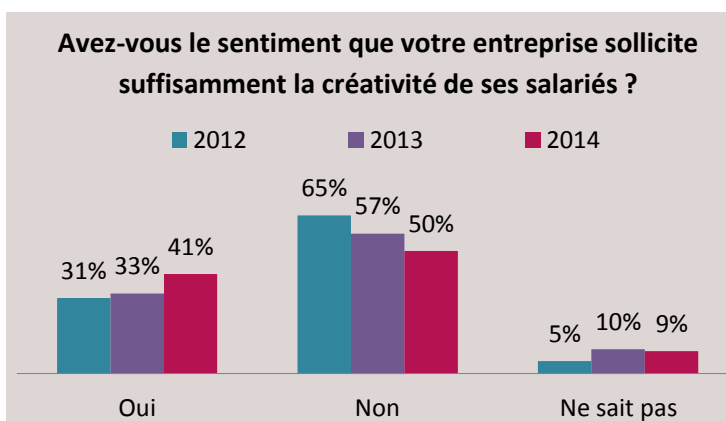
5 enseignements majeurs se dégagent de cette 3^{ème} édition de l'enquête :

- 1° Des entreprises de plus en plus à l'écoute de la créativité de leurs salariés**
- 2° Un gap encore important entre les nouvelles pratiques et les usages**
- 3° Une créativité qui occupe le temps personnel de plus d'1/4 des salariés**
- 4° Des salariés qui s'inspirent les uns des autres**
- 5° Peur et manque de confiance, les deux principaux freins à l'innovation**

Fiche technique : enquête réalisée auprès d'un échantillon national de 752 individus représentatifs de la population active ayant un emploi constitué d'après la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge et de catégorie socioprofessionnelle – l'échantillon a été interrogé en ligne du 23 au 30 octobre 2014.

1° Des entreprises de plus en plus à l'écoute de la créativité de leurs salariés

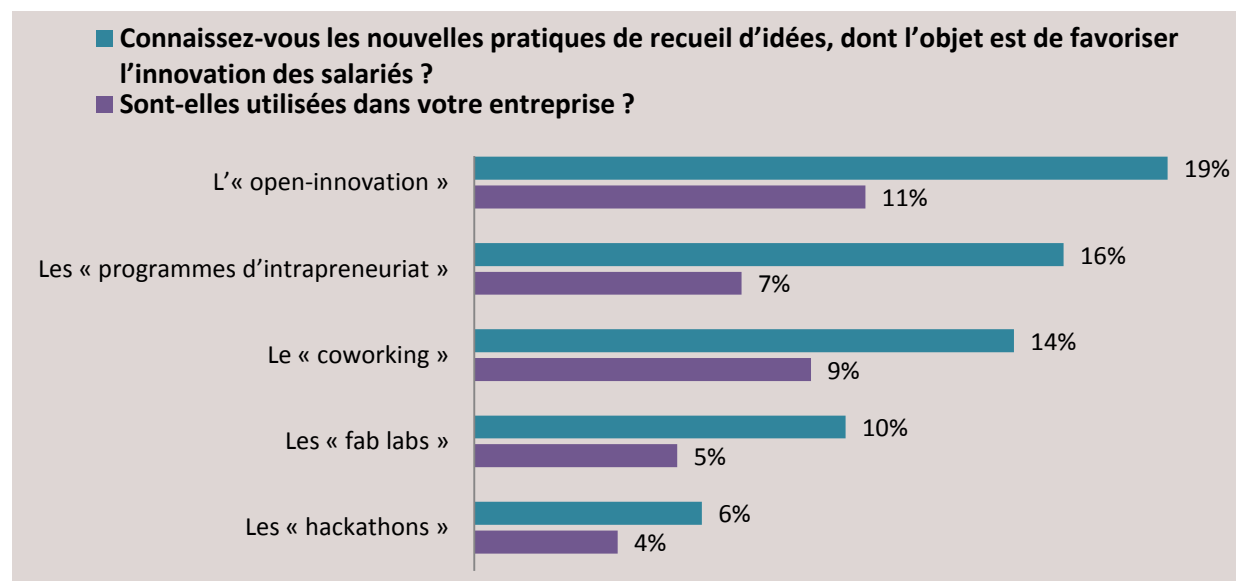
Près de deux tiers des salariés (63%) ressentent le besoin ou l'envie de proposer de nouvelles idées dans le cadre de leur activité professionnelle, une requête que les entreprises semblent avoir entendue puisque les salariés sont de plus en plus nombreux (41%) à penser que leur entreprise sollicite suffisamment leur créativité (+10% depuis 2012 et +7% depuis 2013).



Par ailleurs, deux tiers des actifs français (65%) ont le sentiment de bien comprendre la stratégie de leur entreprise, et ils sont 53% à penser que leur entreprise favorise la performance collective. Ces ratios particulièrement élevés sont très encourageants dans la mesure où ils créent un contexte favorable à l'innovation participative.

2° Un gap encore important entre les nouvelles pratiques et les usages

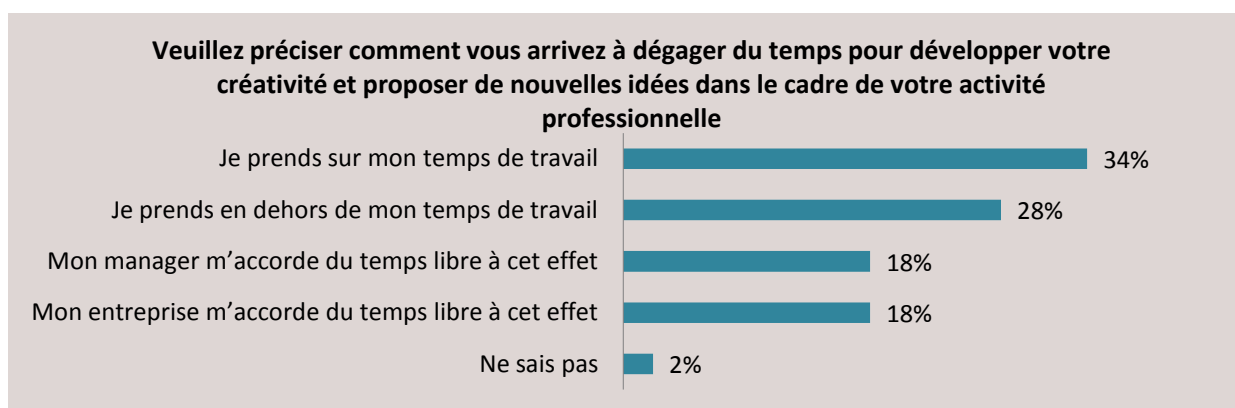
La pratique innovante la plus connue des salariés est « l'open-innovation » (19%), c'est-à-dire les partenariats entre les grandes entreprises, les startups et les laboratoires de recherche, suivie par les « programmes d'intrapreneuriat » (16%), dont l'objectif est de permettre aux salariés de mettre en place une démarche entrepreneuriale en lien avec les métiers de l'entreprise, puis le « co-working » (14%), qui correspond à la mise en place d'espaces de travail collaboratif. En revanche, les « fab labs » – ateliers de fabrication mis à disposition du public – et les « hackathons » – événements de programmation informatique collaborative autour d'un projet – restent encore très largement méconnus des salariés et peu pratiqués par les entreprises.



Assez logiquement et de ce fait, les deux **moyens dont les salariés aimeraient disposer en priorité pour innover** sont donc ceux qu'ils connaissent, c'est-à-dire **l'organisation de réunions de partage en petit comité** et les **boîtes-à-idées**.

3° Une créativité qui occupe le temps personnel de plus d'1/4 des salariés

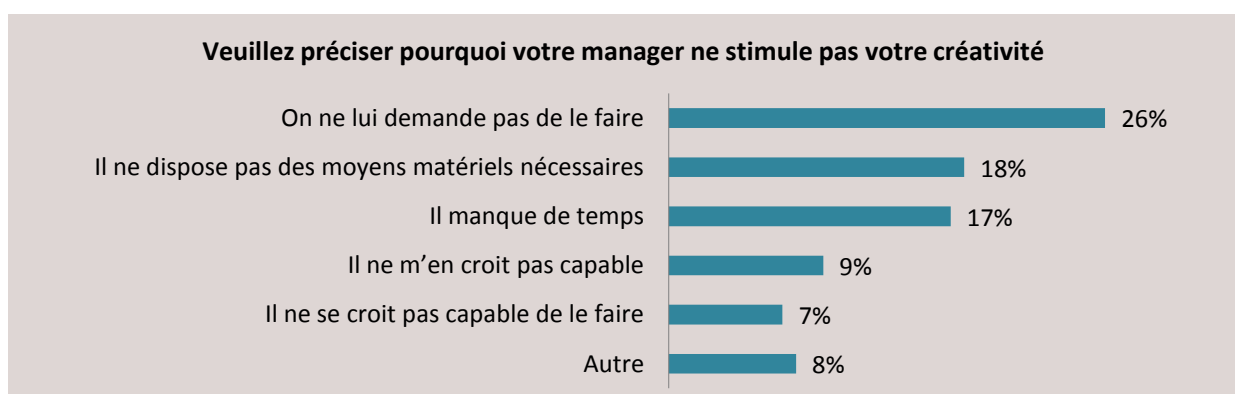
Une large majorité de salariés interrogés (70%) **développent leur créativité** sur leur temps de travail. Cela étant – fait intéressant – plus d'un quart des salariés trouvent leur inspiration dans la sphère privée, un chiffre significatif.



Corollaire de ce constat, **60% des salariés ont le sentiment d'être plus créatifs en dehors de leur temps de travail** ; la première raison invoquée est le fait de **se sentir libéré de toute pression** (30% des réponses), suivie par le fait de **disposer de plus de temps** (21%).

4° Des salariés qui s'inspirent les uns des autres

Seul un quart des salariés interrogés affirment que **leur manager ne stimule pas leur créativité** mais, pour ces derniers, **c'est avant tout parce qu'on ne lui demande pas de le faire** (26% des réponses), suivi par le fait **qu'il ne dispose pas des moyens matériels nécessaires** (18%) ou **qu'il manque de temps** (17%) ; seuls 9% pensent que c'est parce que leur manager ne croit pas en eux.

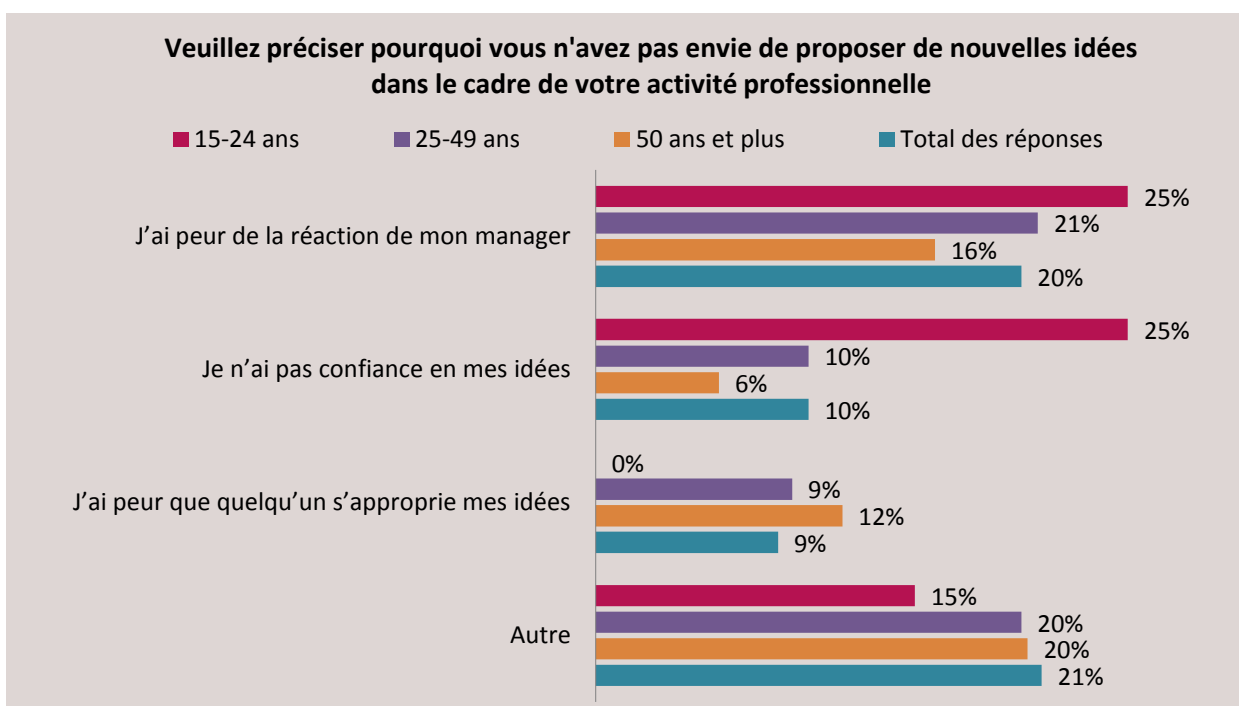


L'innovation participative est perçue avant tout comme un **processus horizontal** – et non hiérarchique – au sein duquel **les salariés doivent se sentir à égalité et en confiance avec leur manager**. C'est probablement la raison pour laquelle ce dernier **n'arrive qu'en troisième position** (13% des réponses) **des personnes aidant le plus les salariés à développer leur créativité et leur capacité à proposer de nouvelles idées** dans le cadre de leur activité professionnelle, derrière **leurs collègues** (17%) et leur **conjoint** (14%). Le **directeur de l'innovation** et/ou le chef de projet Innovation Participative arrive seulement en dernière position (5%).

5° Peur et manque de confiance, les deux principaux freins à l'innovation

Si le manager n'est pas pointé du doigt par les salariés, il joue un rôle majeur dans la **mise en place d'un climat favorable pour que chaque employé se sente libre de faire des propositions**.

De ce fait, la première raison mentionnée par les salariés qui n'éprouvent pas l'envie de proposer de nouvelles idées (27% des personnes interrogées) est la **peur de la réaction de leur manager** (20%), suivi par le **manque de confiance en leurs idées**, puis la **peur que quelqu'un se les approprie** (10%) ; **les jeunes, en particulier, manifestent un manque de confiance dans leurs idées** puisqu'ils placent cet item en première position (25%) alors que les seniors le placent en dernière position (6%).



Les autres raisons qui sont évoquées par les salariés sont la **rigidité de l'organisation**, **l'absence de motivation** ou encore le **manque d'engagement envers leur entreprise**.

CONTACT PRESSE

Michaël Duval

Tél. : 01 45 49 65 57

Email : mduval@capitalcom.fr

A propos d'Innov'Acteurs : Créé en 2002, Innov'Acteurs est une association loi 1901 pour le développement de l'innovation participative dans les organisations. Innov'Acteurs réunit **plus de 80 organisations privées** (dont 1/3 du CAC 40) **et publiques** autour de moments de professionnalisation, d'échange d'expériences et de partage de bonnes pratiques. **Son objectif est de soutenir et d'encourager l'innovation à tous les niveaux de l'organisation.** Chaque année, Innov'Acteurs organise le **Carrefour de l'innovation participative**, journée de réflexion et d'échanges d'expériences concrètes autour des apports et enjeux de l'innovation et de la créativité dans les entreprises. Les **Trophées de l'innovation participative**, organisés par l'association en partenariat avec l'école Novancia – Business School Paris, sont remis à cette occasion.

Pour en savoir plus : www.innovacteurs.asso.fr

A propos de CAPITALCOM : Agence indépendante de **conseil en communication (Corporate, Financière et Extra-Financière)**, CAPITALCOM s'est engagée dans une **dynamique de valorisation de la performance responsable / intégrée** des entreprises sur le **moyen / long terme** pour **stimuler de nouvelles formes d'innovation** et **répondre aux enjeux de compétitivité** au plan mondial. Dans ce cadre, l'Agence accompagne les entreprises en France et à l'international dans **l'élaboration et la mise en œuvre de leur stratégie de communication financière et extra-financière à destination de leurs parties prenantes** (actionnaires, clients, salariés, agences de notation, fournisseurs, partenaires, associations, ONG, etc.).

Pour en savoir plus : www.capitalcom.fr