

Contact presse Capgemini Consulting :

Sam Connatty

Tel.: +44 (0) 870 904 3601

Email: sam.connatty@capgemini.com**Contact Presse Altimeter :**

Brian Solis

E-mail: brian@altimetergroup.com

Dans une étude mondiale, Capgemini Consulting et Altimeter révèlent que les entreprises rencontrent toujours de grandes difficultés pour innover

Le traditionnel modèle de R&D est dépassé et les grandes entreprises explorent de nouvelles pistes avec les « Centres d'Innovation »

Paris, le 23 Juillet 2015 - Le rapport mondial **[“The Innovation Game: Why and How Businesses are Investing in Innovation Centers”](#)** réalisé par [Brian Solis](#) du groupe Altimeter et Capgemini Consulting, la marque de conseil en stratégie et transformation du [groupe Capgemini](#), révèle que les entreprises, confrontées à un modèle de R&D traditionnel perçu comme obsolète, rencontrent beaucoup de difficultés pour innover. Les équipes de R&D des entreprises traditionnelles sont en effet mal outillées pour relever le défi du « darwinisme numérique ». Pour faire face à cette contrainte, les entreprises cherchent à mettre en place des « Centres d'Innovation » au sein de pôles technologiques mondiaux tels que la Silicon Valley afin de tirer parti de leur écosystème de startups, d'investisseurs en capital-risque, de partenaires et d'universités.

Brian Solis, analyste au sein du groupe Altimeter, précise : " Pour les plus grandes entreprises mondiales, l'innovation n'a jamais été plus cruciale - ni plus complexe. Nous vivons dans un monde où les ruptures liées au digital peuvent se produire n'importe quand et n'importe où ; ces nouveaux entrants du numérique menacent la structure même de nombreuses industries établies. Les entreprises doivent maintenant se rendre compte que les approches d'innovation autrefois fiables représentent désormais des impasses. Il est temps d'innover... ou de disparaître ! "

[André Benoît De Jaegere](#), Directeur Associé en charge de l'Innovation au sein de Capgemini Consulting, ajoute : "De nombreuses organisations tâchent de résoudre cette question de l'innovation en s'associant avec des startups spécialisées dans le domaine des nouvelles technologies ou en se les appropriant, mais trop souvent, cela répond à un seul objectif. Il faut savoir équilibrer réflexion interne et réflexion externe. Les centres d'innovation se révèlent être un moyen efficace de cultiver la mentalité et le fonctionnement agiles propres aux startups qui permettent de rester à la pointe, mais il est clair que leur mise en place présente de nombreuses difficultés ".

Pour mieux comprendre la nature de ces difficultés, Altimeter et Capgemini Consulting ont étudié la façon dont les 200 plus grandes sociétés dans le monde ont abordé la question des centres d'innovation. Cinq secteurs principaux ont été auscultés : l'automobile, les services financiers, les produits de consommation et le

commerce de détail, l'industrie manufacturière et les Télécoms. Les deux sociétés ont mené en complément des entretiens avec des responsables de l'innovation au sein de ces organisations.

L'étude révèle qu'il existe une grande variété d'approches sur le sujet des centres d'innovation, que ce soit en termes d'emplacement, de hiérarchisation des priorités ou encore de modèle de gouvernance :

- 38% des 200 plus grosses entreprises ont mis en place des centres d'innovation au sein de pôles mondiaux de technologie
- Les États-Unis et l'Europe détiennent la part la plus importante de la totalité des centres d'innovation dans le monde avec chacun un score de 29%, suivi par l'Asie avec 25%
- La Silicon Valley constitue la région la plus attractive pour mettre en place un centre d'innovation pour les grandes organisations - 61% des entreprises y ont déjà créé un ou plusieurs de leurs centres. Mais beaucoup d'autres pôles émergent - le top 10 des villes dans cette étude ne représentant que 35% de la totalité des centres d'innovation.
- Les sujets de recherche les plus étudiés par les centres d'innovation restent les technologies bien établies telles que la mobilité (63%) ainsi que le Big Data & les Analytics (51%).
- Les technologies moins matures, telles que l'impression 3D (5%), la réalité virtuelle (13%) et la robotique (13%), arrivent au deuxième plan
- Les centres d'innovation contribuent à accélérer la production et la mise en œuvre de nouvelles idées, mais aussi à attirer les talents, renforcer l'engagement des employés, et établir des partenariats avec des startups.
- L'étude a identifié quatre types principaux de centres d'innovation :
 - « **In-house Innovation Labs** » - véritables moteurs de l'innovation au sein de l'organisation, ces centres centralisent l'ensemble des activités, allant de la conception jusqu'au prototypage.
 - « **University Residence** » - dans ce modèle, les entreprises investissent dans un centre établi au sein d'un campus pour stimuler l'innovation en s'appuyant sur les chercheurs universitaires.
 - « **Community Anchor** » - ces centres d'innovation identifient des mentors à l'intérieur et à l'extérieur de leur organisation et offrent la possibilité aux startups de travailler activement avec l'entreprise : elles peuvent par exemple y tester leurs produits avec des clients.
 - « **Innovation Outposts** » - ce modèle consiste à organiser de petites équipes dans de grands pôles technologiques, situés par exemple dans la Silicon Valley. Pour les grandes organisations, l'objectif consiste à avoir un pied dans cette communauté, sans pour autant avoir recours à d'importants investissements.
- Le taux de pénétration de ces centres varie considérablement selon les secteurs; l'industrie manufacturière se trouvant sur la première marche du podium avec 58% d'entre elles qui ont mis en place un centre d'innovation ; en revanche, en dépit des pressions croissantes liées à la révolution numérique, les services financiers présentent un certain retard avec seulement 28%.

Ces centres d'innovation reçoivent de substantiels investissements de la part des grandes entreprises mondiales. Ceci dit, établir un centre qui se développe avec succès se révèle être un véritable défi : selon un expert mentionné dans cette étude, pas moins de 80 à 90% de ces centres échouent dans leur mission.

L'innovation doit être bien ciblée

Le rapport indique que l'investissement dans des centres d'innovation peut être rentable. Il faut néanmoins que les objectifs soient définis clairement et en adéquation avec les besoins de l'entreprise.

Pour déployer des centres d'innovation pérennes, Capgemini Consulting et Altimeter recommandent d'employer les stratégies suivantes :

- Définir un objectif clair
- Créer un solide modèle de gouvernance soutenu par la direction
- Choisir un axe stratégique qui soit ni trop futuriste, ni trop près des opérations commerciales
- Associer étroitement les différentes divisions et entités opérationnelles pour éviter un phénomène d'isolation
- Créer une équipe véritablement multifonctionnelle qui puisse opérer au sein d'environnements à la fois structurés et non structurés
- Fonctionner avec une certaine marge de manœuvre budgétaire, mais savoir aussi quand abandonner certains projets
- Travailler avec un groupe diversifié de partenaires dans l'écosystème de l'innovation, suivant des critères de sélection judicieux.

Une intégration harmonieuse de l'innovation chez Walmart

Le rapport mentionne la façon dont Walmart a mis en place un système d'innovation à la fois intégré et ciblé. Walmart Labs – le centre d'innovation de Walmart - fait partie de l'équipe Walmart Global ecommerce qui gère tous les sites Web de l'entreprise, de sorte que les innovations liées aux activités d'e-commerce puissent être rapidement mises en place sur l'ensemble de ces sites. Une équipe du Walmart Labs a par ailleurs aidé à développer le moteur de recherche du site de Walmart en seulement neuf mois, ce qui a conduit à une augmentation de 20% du taux de conversion des ventes en ligne.

AT&T innove près de chez eux

AT&T de leur côté ont mis en place un réseau de centres d'innovation dans diverses régions reconnues pour leur culture de l'innovation telles que la Silicon Valley ou encore les pôles technologiques situés en Israël. Mais le groupe a aussi ouvert des centres à Plano et à Atlanta, qui constituent des lieux importants d'affaires pour l'entreprise. Les centres d'innovation d'AT&T ont permis de réduire significativement le temps passé entre l'émergence de l'idée initiale et le lancement du service sur le marché. Leur collaboration avec les startups a par ailleurs permis de développer des solutions qui ont fait mouche, comme par exemple un service de facturation de vidéo personnalisé ou encore un type de réseau doté d'un système d'optimisation automatique.

Fernando Alvarez, directeur du digital au sein de Capgemini Consulting conclut : *"L'essor fulgurant des pôles technologiques et le désir croissant d'innover chez les nouveaux arrivants dans le secteur du numérique ont permis l'émergence d'un écosystème autour de l'innovation, dont les organisations traditionnelles peuvent tirer profit. La conception des centres d'innovation, qui jouissent d'un budget colossal, combinée avec la possibilité d'accéder à la clientèle offrent une excellente opportunité aux organisations traditionnelles pour dynamiser leur capacité d'innovation."*

Méthodologie

Dans le cadre de l'étude intitulée **"The Innovation Game: Why and How Businesses are Investing in Innovation Centers"**, Capgemini Consulting et Altimeter ont analysé, entre les mois de février et juillet 2015, les 200 plus grandes entreprises dans le monde (d'après Bloomberg) évoluant sur cinq secteurs principaux (Automobile, Services financiers, Produits de consommation & Commerce de détail, Industrie manufacturière et Télécoms), en prenant les 40 plus importantes au regard du chiffre d'affaire dans chaque secteur. Les deux entreprises ont mené en parallèle des entretiens avec des cadres dirigeants en charge de l'innovation dans ces organisations (dont la plupart ont des chiffres d'affaires supérieurs à 5 milliards de dollars). Il a par ailleurs été défini qu'une entreprise est considérée comme ayant un centre d'innovation si au minimum l'un de ses centres est localisé au sein d'un des pôles technologiques suivants : la Silicon Valley, Tel Aviv, Los Angeles, Seattle, New York, Boston, Londres, Toronto, Vancouver, Chicago, Paris, Sydney, Sao Paulo, Moscou, Berlin, Waterloo (Canada), Singapour, Melbourne, Bangalore et Santiago (liste basée sur le Telefonica Innovation Hub «Startup Ecosystem Report», 2012).

Cliquer sur le lien pour visualiser le rapport [**The Innovation Game: Why and How Businesses are Investing in Innovation Centers**](#).

À propos d'Altimeter

Le groupe Altimeter est un cabinet de conseil en recherche et stratégie qui aide les entreprises à comprendre et agir sur les bouleversements liés au numérique. Fondée en 2008 par l'auteur à succès Charlene Li, la société travaille avec plus de 150 entreprises, dont neuf des 30 du Dow Jones et 16 du Fortune 100. Nommé par Fast Company comme l'un des «Cinq petites entreprises les plus créatives», le siège du groupe Altimeter est basé à San Francisco, CA. Pour plus d'informations, visitez www.altimetergroup.com.

A propos de Capgemini Consulting

Capgemini Consulting est la marque de conseil en stratégie et transformation du groupe Capgemini. Leader dans la transformation des entreprises et des organisations, Capgemini Consulting aide ses clients à concevoir et mettre en œuvre des stratégies innovantes au service de leur croissance et de leur compétitivité. La nouvelle économie numérique est synonyme de ruptures mais aussi d'opportunités. Les 3600 consultants de Capgemini Consulting travaillent avec des entreprises et des organisations de premier plan pour les aider à relever ces défis en menant à bien leur transformation numérique.

Retrouvez plus d'informations sur le site www.capgemini-consulting.com et sur Twitter @CapgeminiConsul

A propos de Capgemini

Fort de près de 145 000 collaborateurs et présent dans plus de 40 pays, Capgemini est l'un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance. Le Groupe a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires de 10,573 milliards d'euros. Avec ses clients, Capgemini conçoit et met en œuvre les solutions business et technologiques qui correspondent à leurs besoins et leur apporte les résultats auxquels ils aspirent. Profondément multiculturel, Capgemini revendique un style de travail qui lui est propre, la « [Collaborative Business Experience™](#) », et s'appuie sur un mode de production mondialisé, le « [Rightshore®](#) ».

Plus d'informations sur : www.capgemini.com

Rightshore® est une marque du groupe Capgemini