

Centres d'innovation : malgré des investissements massifs et un nombre croissant de centres dans le monde, seulement 17 % des entreprises ont adopté une culture d'innovation à l'échelle de l'entreprise

Paris, le 14 décembre 2017 – Une nouvelle étude du Digital Transformation Institute de Capgemini, intitulée « [The discipline of innovation: Making sure your innovation center actually makes your organization more innovative](#) », souligne l'essor des centres d'innovation et analyse la valeur qu'ils apportent aux entreprises. Selon cette enquête menée auprès de 1 700 employés dans 340 organisations, les sociétés investissent énormément dans les centres d'innovation dans l'espoir de s'adapter à l'évolution du marché, sans pour autant parvenir à innover.

L'étude révèle une culture d'innovation insuffisante, l'absence de processus internes robustes et un manque de leaders qui encouragent l'innovation en interne dans les entreprises. Elle montre également la répartition actuelle des centres d'innovation : si les Etats-Unis restent le leader du marché, l'Inde et Singapour gagnent rapidement du terrain. Par ailleurs, les secteurs technologique et automobile sont ceux qui ont créé le plus de centres d'innovation au cours des 12 derniers mois.

Un manque d'efficacité d'innovation

Les processus d'innovation actuels sont inefficaces et n'offrent pas de résultats concrets aux entreprises. Depuis octobre 2016, le nombre de centres d'innovation a augmenté de 27 %, mais les organisations ne deviennent pas pour autant plus novatrices.

Si 87 % des sociétés interrogées disposent d'un centre d'innovation, aucune n'est arrivée à une maturité « optimale »¹. En effet, la moitié des dirigeants jugent leur entreprise incapable de s'adapter à l'évolution du marché, et moins d'un cinquième (17 %) d'entre eux estiment qu'une culture d'innovation règne dans leur organisation. La plupart des sociétés (76 %) sont encore dans la phase initiale de leur programme d'innovation : les projets sont menés dans les différents services de façon indépendante, sans gestion centralisée.

Une maturité freinée par la culture de l'entreprise et un manque de collaboration

Selon le rapport, les principaux obstacles à la création d'une entreprise innovante sont une culture inadaptée et un manque d'engagement auprès de la communauté élargie des fournisseurs et partenaires. Déjà identifiée comme un frein majeur à la transformation digitale dans de précédentes études², la culture de l'entreprise s'avère donc également un obstacle à l'innovation. Cette nouvelle étude montre que de nombreuses organisations ne possèdent pas une culture d'expérimentation, de partage et de concrétisation des idées. En outre, l'innovation est inhibée par l'incapacité des sociétés à travailler avec leur écosystème élargi. Quatre personnes interrogées sur dix jugent que leurs process et technologies ne favorisent pas les interactions avec leurs partenaires. Un autre facteur qui empêche la collaboration externe réside dans la

¹Une entreprise est considérée comme arrivée à maturité optimale lorsqu'elle réussit à faire germer et mûrir ses idées de manière à obtenir des résultats commerciaux ou opérationnels significatifs.

²Rapport sur la culture digitale 2017 du Digital Transformation Institute (DTI) de Capgemini



réticence à partager des données avec des tiers par crainte de perdre l'avantage concurrentiel de l'entreprise.

Pourtant, c'est en s'ouvrant à la collaboration et en adoptant une culture adéquate que les entreprises deviennent matures en matière d'innovation. L'étude révèle que les organisations novatrices sont 13 % plus nombreuses à établir des partenariats en interne et en externe avec des start-ups, des universités et d'autres partenaires industriels. En outre, les sociétés matures sur le plan de l'innovation sont 25 % plus susceptibles de disposer de processus flexibles.

Comme l'explique Lanny Cohen, directeur des technologies et de l'innovation et membre du Comité exécutif du groupe Capgemini : « *Les entreprises doivent prendre conscience qu'il ne leur suffit pas d'ouvrir des centres d'innovation pour devenir innovantes du jour au lendemain. Pour une transformation réelle et durable, les sociétés doivent développer une culture qui encourage les collaborateurs, par des récompenses financières ou non, à tester et à commercialiser leurs idées. Les départements dédiés à l'innovation peuvent jouer un rôle important dans ce processus, en collaborant avec les différentes équipes afin de développer des idées originales et d'établir un lien avec l'écosystème de partenaires et de fournisseurs. Ceci dit, il faut noter que la réussite passe avant tout par la promotion de l'esprit d'innovation et de la créativité à l'échelle de l'entreprise.* »

Emergence des centres d'innovation en Inde et à Singapour

La Silicon Valley n'a plus le monopole des créations de centres d'innovation. Au niveau mondial, elle n'héberge plus que 13 % d'entre eux, contre 18 % en 2015.

- L'évolution est la plus flagrante en Asie :
 - Les pays d'Asie revendiquent 29 % des ouvertures de centres d'innovation en 2017, contre 25 % en Europe ;
 - Singapour a attiré le plus de centres d'innovation cette année, reléguant Londres à la troisième place du classement ;
 - Bangalore séduit également de plus en plus de centres d'innovation : cette ville devient la quatrième destination la plus prisée (gagnant ainsi une place par rapport à 2016), et l'Inde occupe le quatrième rang en termes de centres d'innovation créés en 2017.
- Des changements s'opèrent également aux Etats-Unis :
 - Les Etats-Unis arrivent en tête du classement avec 47 centres d'innovation ouverts cette année, mais bon nombre d'entre eux sont dispersés géographiquement ;
 - Bien que la Silicon Valley reste la destination numéro un aux Etats-Unis, sa part de centres d'innovation américains a baissé de 20 % au cours des deux dernières années ;
 - Les villes d'Atlanta, de Boston et de New York ont accueilli à elles trois 11 centres supplémentaires en 2017.

Comment maximiser la valeur des projets d'innovation

Pour devenir une entreprise innovante, il est nécessaire d'adopter une approche rigoureuse sur un certain nombre de fronts. L'étude décrit les étapes à suivre :

- Accéder à un écosystème élargi, où les idées sont développées en concertation avec les partenaires externes et internes ;
- Promouvoir et encourager l'innovation dans les différents services et départements fonctionnels, sans se limiter aux services innovation ;
- Bâtir une culture digitale dans laquelle les dirigeants servent de modèles et soutiennent les équipes ;
- Créer une culture qui encourage l'expression d'idées à tous les niveaux de l'entreprise ;
- Mettre en place des processus de gestion des idées jusqu'à leur commercialisation.



Afin d'améliorer la maturité d'innovation moyenne, des efforts concertés doivent être déployés pour renforcer les maillons faibles que sont l'écosystème et la culture de l'entreprise. Enfin, la vigueur, l'engagement et la détermination des dirigeants sont essentiels à la réussite des projets d'innovation dans les organisations.

Méthodologie

Le Digital Transformation Institute de Capgemini a mené une enquête de mars à avril 2017 auprès de 1 700 collaborateurs (dirigeants, cadres intermédiaires et cadres débutants) de 340 entreprises de cinq secteurs d'activité (automobile, banques/assurances, biens de consommation, commerce et télécommunications) dans huit pays (Etats-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne, Italie, Suède, Pays-Bas et Espagne).

Capgemini a également effectué une analyse secondaire approfondie de toutes les annonces et ouvertures de centres d'innovation survenues entre novembre 2016 et octobre 2017 dans tous les secteurs d'activité majeurs. Parmi les principales sources figurent des articles et communiqués de presse, des rapports annuels, des entretiens réalisés auprès de dirigeants, des interventions prononcées lors de conférences, ainsi que des informations issues du Web et des réseaux sociaux telles que des articles de blogs.

Vous pouvez télécharger une copie du rapport en cliquant [ici](#).

A propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,5 milliards d'euros en 2016.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

A propos du Digital Transformation Institute Le Digital Transformation Institute assure l'expertise digitale au sein de Capgemini. La division publie régulièrement des études sur l'impact des technologies digitales dans les grandes organisations, en s'appuyant sur le réseau international d'experts Capgemini et en travaillant en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Le Digital Transformation Institute dispose de plusieurs centres de recherche en Inde, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.