



Constat de
l'Innovation...

... Et Ensuite ?

L'INNOVATION : PLUS IMPORTANTE QUE RÉELLEMENT MATURE



DES RÉPONDANTS
considèrent que
l'innovation dans leur
entreprise est importante
ou très importante



considèrent
que la MATURITÉ
de leur entreprise concernant
l'innovation est moyenne à élevée

DES FREINS À L'INNOVATION TRÈS HÉTÉROCLITES

1.

Difficulté
à établir
le retour sur
investissement :

38%

2.

Court-termisme

37%

3.

Manque de
coordination et
de coopération
interne

35%

4.

Freins culturels

35%

OBJECTIFS : CAP SUR LE BUSINESS

4 OBJECTIFS PRIORITAIRES POUR L'INNOVATION dans les 24 prochains mois

1.

Création
de nouveaux
modèles
économiques :

57%

2.

Extension vers
de nouveaux
marchés

51%

3.

Amélioration de
l'expérience et
de la relation
client

51%

4.

Création de
nouveaux
produits ou
services

49%

LE CLIENT, VECTEUR DE L'INNOVATION

 74%

DES RÉPONDANTS
attendent de l'innovation
un maximum de valeur
ajoutée dans la Conception
et le Design, expérience
utilisateur et client

 73%

DES RÉPONDANTS
estiment que l'expérience
utilisateur est le domaine
fonctionnel prioritaire
en termes d'innovation

Avec 49%

le Marketing arrive
au deuxième rang

Viennent ensuite le Big et
Smart Data avec

55%

puis le CRM Omnicanal
avec

36%

L'OPEN INNOVATION ENCORE TIMIDE

 33%

DES RÉPONDANTS
pratiquent déjà
l'open innovation

 33%

envisagent de s'y lancer

TECHNOLOGIES : L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR AVANT TOUT

 71%

DES RÉPONDANTS
comptent investir dans
les Applications mobiles
et le Web mobile

 43%

dans les
Objets connectés

 37%

dans le
Design d'interfaces

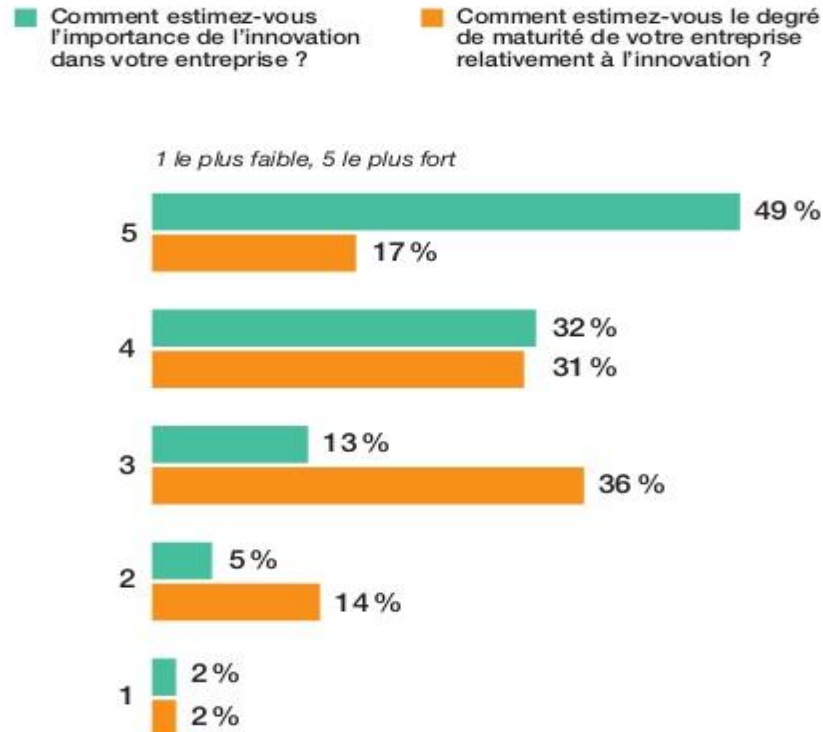
 37%

dans le
Machine Learning

1. L'INNOVATION DANS L'ENTREPRISE

L'INNOVATION : IMPORTANTE MAIS ENCORE IMMATURE

Degré de maturité de l'entreprise relativement à l'innovation
& Importance de l'innovation pour l'entreprise

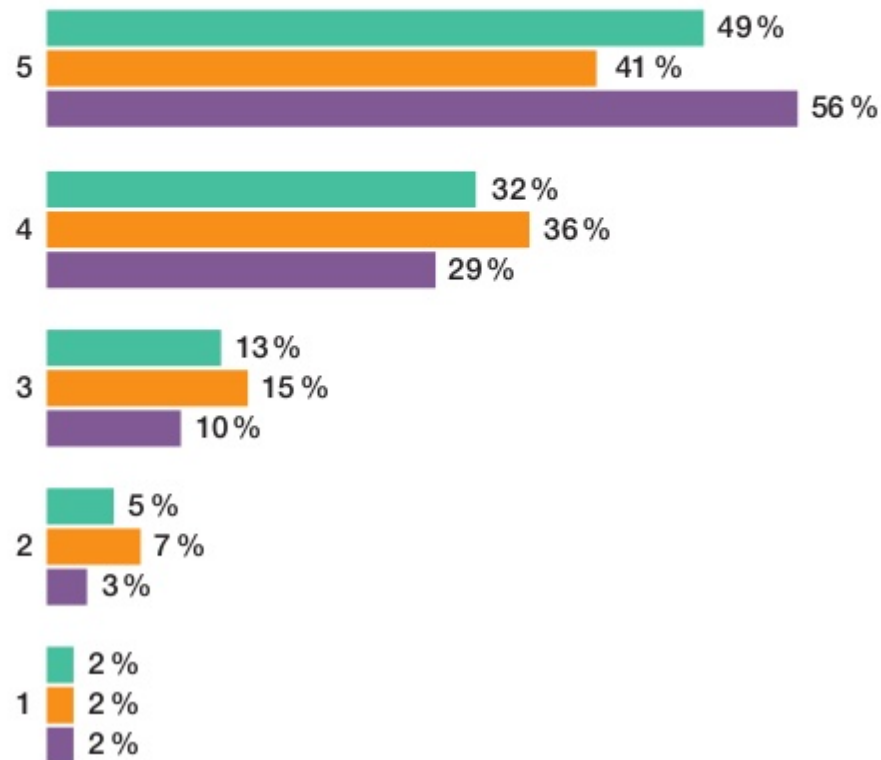


**L'importance de l'innovation n'est pas estimée de la même façon
par les populations qui la portent et celles qui la consomment.**

Comment estimez-vous l'importance de l'innovation dans votre entreprise ?

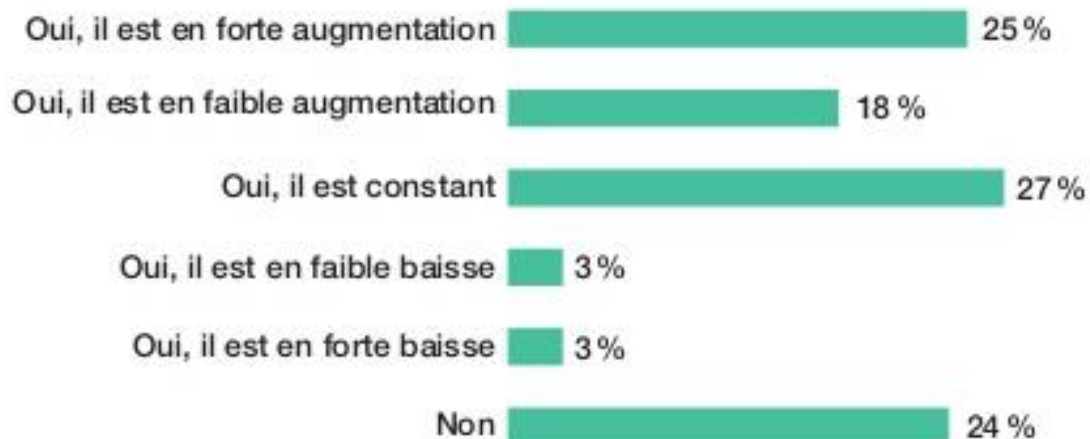
■ Total ■ CI (consommateurs de l'innovation) ■ PI (porteurs de l'innovation)

1 le plus faible, 5 le plus fort



Des Budgets plutôt orientés à la hausse.

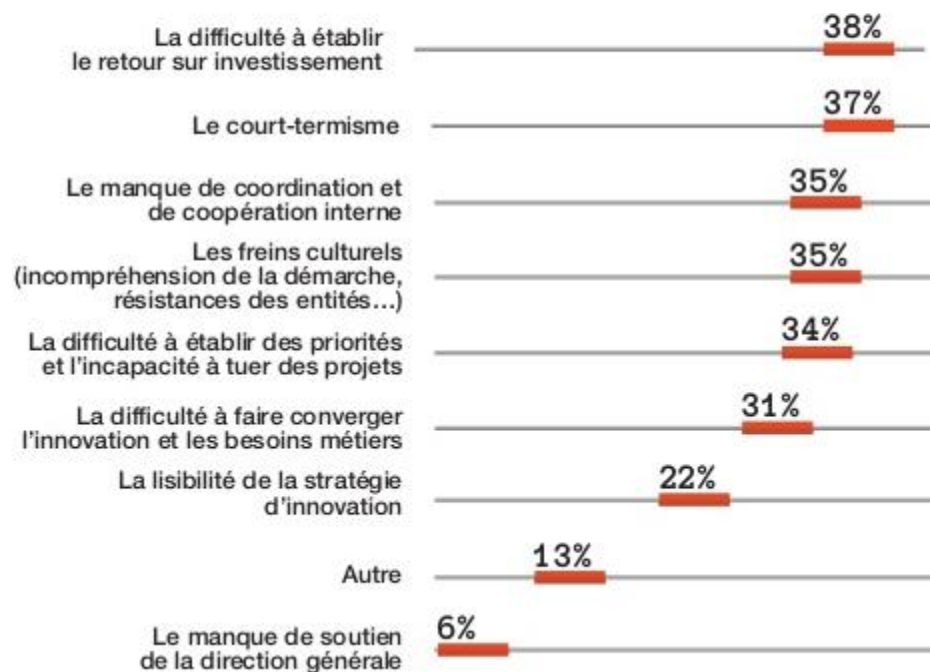
Savez-vous mesurer le budget consacré à l'innovation dans votre entreprise sur les 24 derniers mois ?



PERCEPTION DES FREINS À L'INNOVATION : LE GRAND ÉCART

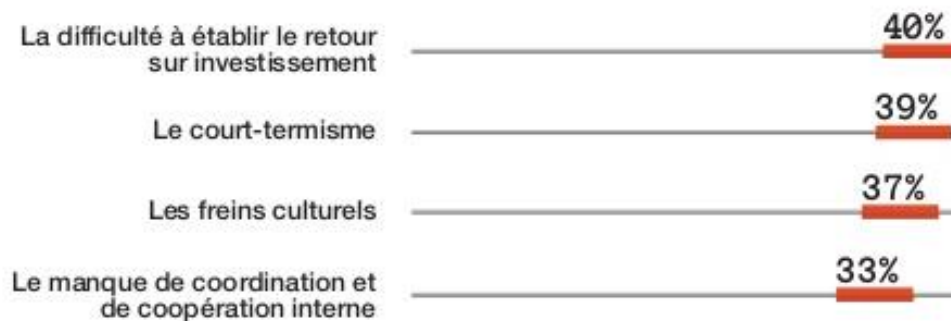
Les freins perçus à l'innovation, variables selon les populations.

Comment estimez-vous les moyens mis en œuvre au service de l'innovation dans votre entreprise ?



Classement des freins par population.

Porteurs de l'innovation :



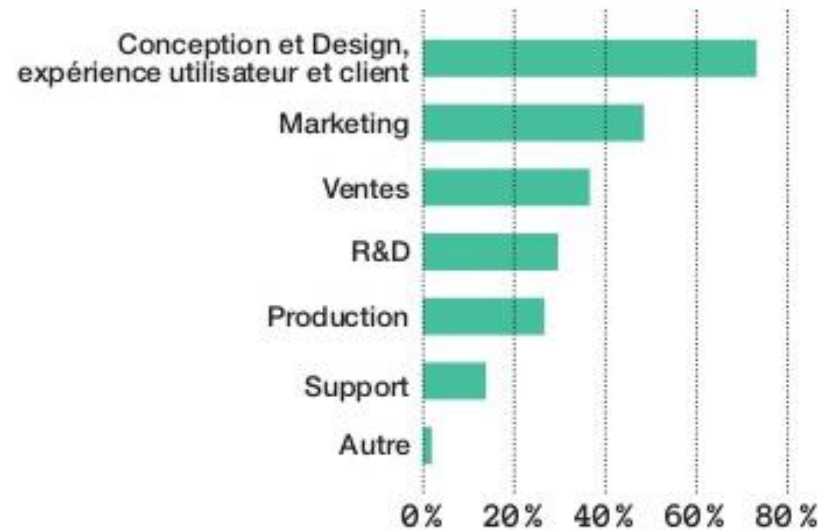
Consommateurs de l'innovation :



L'UTILISATEUR EN LIGNE DE MIRE

Domaines où le plus de valeur est attendue de l'innovation.

Selon vous, dans quels domaines l'innovation a-t-elle vocation à apporter le maximum de valeur ajoutée ?



Jean-François Gaudy

Gfi Informatique

L'ŒIL DE L'EXPERT

« La fin des danseuses »

Ouf ! Voici enfin que la fonction innovation trouve sa place dans l'entreprise. Elle n'est plus "la danseuse du président" et on lui reconnaît une importance stratégique, certes complémentaire des autres fonctions (elle est par exemple souvent liée au digital), mais avec sa propre autonomie et son propre tempo.

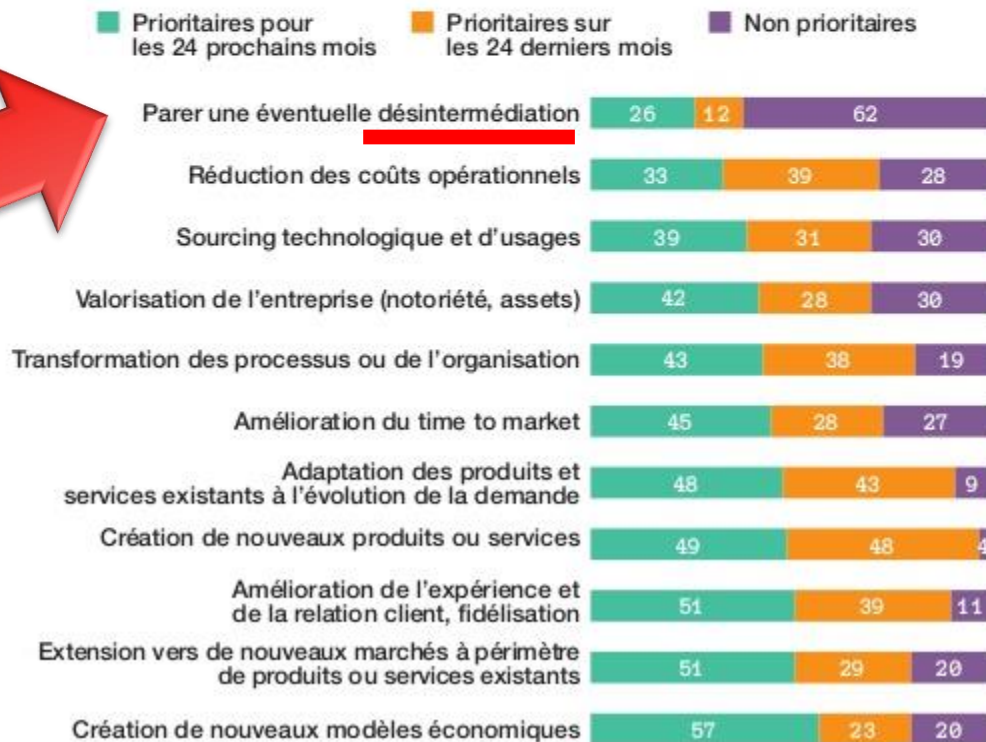
La mission innovation est de plus en plus occupée par des professionnels "couteaux suisses", capables de faire le grand écart entre R&D et Marketing, transformation digitale et écosystèmes complexes.

De plus en plus fréquemment, des budgets lui sont dédiés, avec des feuilles de routes qui, on le voit, peuvent encore manquer de lisibilité. Mais n'est-ce pas lié à la fonction elle-même ? Car l'innovation est par nature amenée à se réinventer sans cesse ! Difficile de communiquer sur une activité en constante métamorphose.

2. LA STRATÉGIE D'INNOVATION : DU PRODUIT AU BUSINESS

BUSINESS MODELS ET NOUVEAUX MARCHÉS EN POINTE

Des priorités futures qui évoluent : les axes d'innovation prioritaires.



Diminution du rôle des intermédiaires au profit des transactions directes entre clients et fournisseurs, entre investisseurs et débiteurs.

“ SEULE L'OPEN INNOVATION PERMET DE TENIR AUTANT DE FERS AU FEU ”

CRÉDIT MUTUEL ARKÉA : UN PILOTAGE LUI-MÊME INNOVANT

La digitalisation contribue à décupler les pistes à explorer pour espérer toucher du doigt la fameuse innovation de rupture. Dans ce contexte, Crédit Mutuel Arkéa a fait de l'innovation ouverte un axe puissant de sa stratégie de différenciation. Le groupe, qui rassemble les fédérations du Crédit Mutuel de Bretagne, du Sud-Ouest et du Massif Central ainsi qu'une trentaine de filiales spécialisées, réunit près de 9 000 salariés.



Frédéric Laurent
Directeur Général
Adjoint en charge du
Pôle innovation et
Opérations

**CRÉDIT MUTUEL
ARKÉA**

« Nous avons été l'un des premiers établissements à proposer des services bancaires sur Minitel ! »,

rappelle Frédéric Laurent, Directeur Général Adjoint en charge du Pôle innovation et Opérations de Crédit Mutuel Arkéa. C'était en 1982. Depuis, le groupe a également été l'un des pionniers sur le courtage en ligne, la banque sur mobile et s'est même essayé à quelques expérimentations sur les Google Glass... Les notions d'automatisation, d'informatisation, puis d'innovation sont donc solidement ancrées au sein d'une organisation désormais tournée vers l'open innovation.

« Depuis quatre ou cinq ans, la digitalisation fait se multiplier les pistes à explorer pour rechercher la véritable innovation de rupture, explique Frédéric Laurent. Nous ne pouvons plus tout absorber seuls ; il n'y a que l'open innovation qui nous permette de tenir autant de fers au feu. Le Blockchain pourrait représenter la prochaine grande innovation de rupture, alors que les Google Glass n'en ont finalement pas été une... »

“ LE BLOCKCHAIN POURRAIT REPRÉSENTER LA PROCHAINE GRANDE RUPTURE ”



On en parle !