

Difficultés macroéconomiques

Les périodes d'incertitude créent des tensions entre les besoins à court terme et les objectifs à long terme

L'imprévisibilité actuelle du marché influence non seulement la prise de décision au présent, mais aussi les innovations du futur. Dans l'incapacité de prédire les tendances, les organisations sont divisées sur la façon de s'atteler au développement de produits et de services dans cette période complexe.

57 % des responsables et 47 % du personnel de l'information indiquent que l'innovation semble être actuellement plus un luxe qu'une nécessité. En outre, plus de la moitié (54 %) des responsables partout dans le monde déclarent que leur entreprise devrait mettre l'innovation en pause jusqu'à ce que l'économie soit plus stable.

Quant à notre enquête, elle suggère que le climat macroéconomique façonne la manière dont les entreprises envisagent l'innovation, ainsi que le niveau de risque qu'elles sont prêtes à tolérer. 58 % des responsables et 42 % des spécialistes de l'information affirment que, vu les conditions économiques actuelles, leur entreprise rechigne à donner la priorité à des projets d'innovation audacieux et de grande envergure.

En effet, 34 % des responsables reconnaissent que les innovations majeures sont la meilleure solution pour que l'entreprise continue d'avancer, bien que 41 % voient les percées de la concurrence comme la plus grande menace à leur activité.

S'en tenir aux habitudes peut sembler la ligne de conduite la plus sûre, mais, à une époque où tout change si vite, l'immobilité peut être encore plus dangereuse que de s'embarquer les yeux fermés dans un nouveau projet.

Difficultés fonctionnelles

Les technologies anciennes, ainsi que le manque de collaboration et de communication, empêchent les entreprises de transposer leur vision innovante dans la réalité

Les difficultés fonctionnelles qui freinent l'innovation se divisent en quatre grandes catégories : technologiques, organisationnelles, culturelles et stratégiques.

Difficultés technologiques

Les responsables d'entreprise et les spécialistes de l'information sont d'accord : des outils inadéquats et obsolètes rendent l'innovation plus difficile. 40 % des responsables et 35 % des spécialistes de l'information déclarent que les technologies anciennes étouffent la créativité, et ils sont respectivement 39 % et 37 % à indiquer qu'elles entravent aussi la productivité.

Difficultés organisationnelles

34 % des responsables d'entreprise et 30 % des spécialistes de l'information affirment que les difficultés liées à la collaboration interdisciplinaire sont un obstacle majeur pour l'innovation.

La vitesse et l'efficacité sont également des problèmes importants, tout comme le manque de talents et de compétences.

Difficultés stratégiques

Pour 33 % des responsables et 32 % des spécialistes de l'information, privilégier la pensée à court terme par rapport aux objectifs à long terme représente la principale difficulté stratégique. Pire encore, 39 % des spécialistes de l'information indiquent que leur direction ne discute pas de la stratégie d'innovation de l'entreprise, et 37 % affirment ne même pas la connaître.

Difficultés culturelles

C'est dans ce domaine que nous observons une déconnexion profonde entre les responsables et les spécialistes de l'information. Pour les responsables d'entreprise, les plus grands obstacles à l'innovation sont la priorité absolue accordée à la concurrence plutôt qu'à la collaboration, ainsi qu'un manque de diversité des points de vue. Pour les spécialistes de l'information en revanche, les trois premières difficultés culturelles sont la résistance au changement (33 %), les politiques internes (28 %) et le burn-out (28 %).

Difficultés humaines

La peur reste un frein majeur à l'innovation à tous les niveaux d'une organisation

Comme les gens sont au cœur du développement de produits et de services, les émotions entrent en jeu. De fait, 62 % des responsables reconnaissent que leur peur constitue un obstacle à l'innovation dans leur entreprise.

La peur est aussi une affaire personnelle : près d'un tiers des responsables se soucient de voir leur carrière dérailler ou leur réputation ternie si des projets d'innovation tournent mal. Dans le même temps, 52 % des spécialistes de l'information s'inquiètent que leur poste soit en danger si leur entreprise n'innove pas.

L'innovation est bonne pour les affaires et pour les gens

Tandis que les responsables s'accordent largement sur le fait que l'innovation aide leur entreprise à dépasser la concurrence (80 %), à augmenter les revenus et les profits (83 %), et à développer la clientèle (84 %), il y a aussi des avantages au niveau humain. 82 % des responsables indiquent que l'innovation aide à recruter et à retenir des talents, tandis que 70 % des spécialistes de l'information déclarent que l'innovation peut limiter le turn-over.

Comment surmonter la crise de l'innovation

- Définir une stratégie claire et la communiquer à tous les niveaux de l'organisation
- Développer un portfolio diversifié, ce qui implique de prendre des risques en toute confiance
- Simplifier les processus interdisciplinaires de développement de produits, en les optimisant pour les accélérer et placer la clientèle au centre

- Examiner les principaux moteurs de la peur, et trouver des manières de normaliser les échecs et de les dépasser rapidement

La méthodologie utilisée :

Afin d'obtenir des informations sur l'état de l'innovation en cette période particulière, Miro a mené en juillet 2023 une enquête CAWI en ligne.

Nous avons interrogé 1 792 responsables (membres de la direction, VP et cadres), ainsi que 8 261 spécialistes de l'information travaillant à temps plein dans les domaines suivants : produit, conception, ingénierie, expérience utilisateur, gestion de projet et autres rôles impliqués dans les workflows de développement de produits en entreprise.

Ces responsables et spécialistes de l'information représentent sept marchés internationaux : Allemagne, Australie, États-Unis, France, Japon, Pays-Bas et Royaume-Uni.