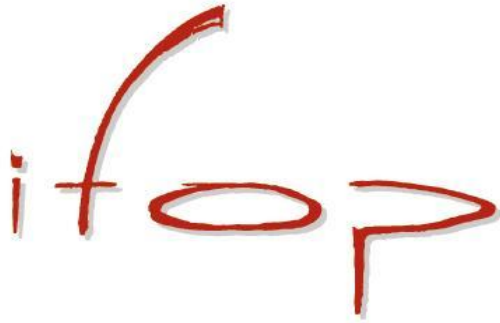




Les dirigeants face à l'innovation

Vague 2

1 | La méthodologie

Etude réalisée pour :

Grenoble Ecole de Management

Echantillon :

Echantillon de **400** dirigeants d'entreprises, représentatif des entreprises françaises de plus de 10 salariés des secteurs de l'industrie, du BTP et des services.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (taille et secteur d'activité) après stratification par région.

Afin de disposer d'effectifs suffisants, les entreprises créées depuis moins de cinq ans ont été surreprésentées, puis ramenées à leur poids réel lors du traitement.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par téléphone au domicile des personnes interrogées.

Dates de terrain :

Du 12 au 26 avril 2013

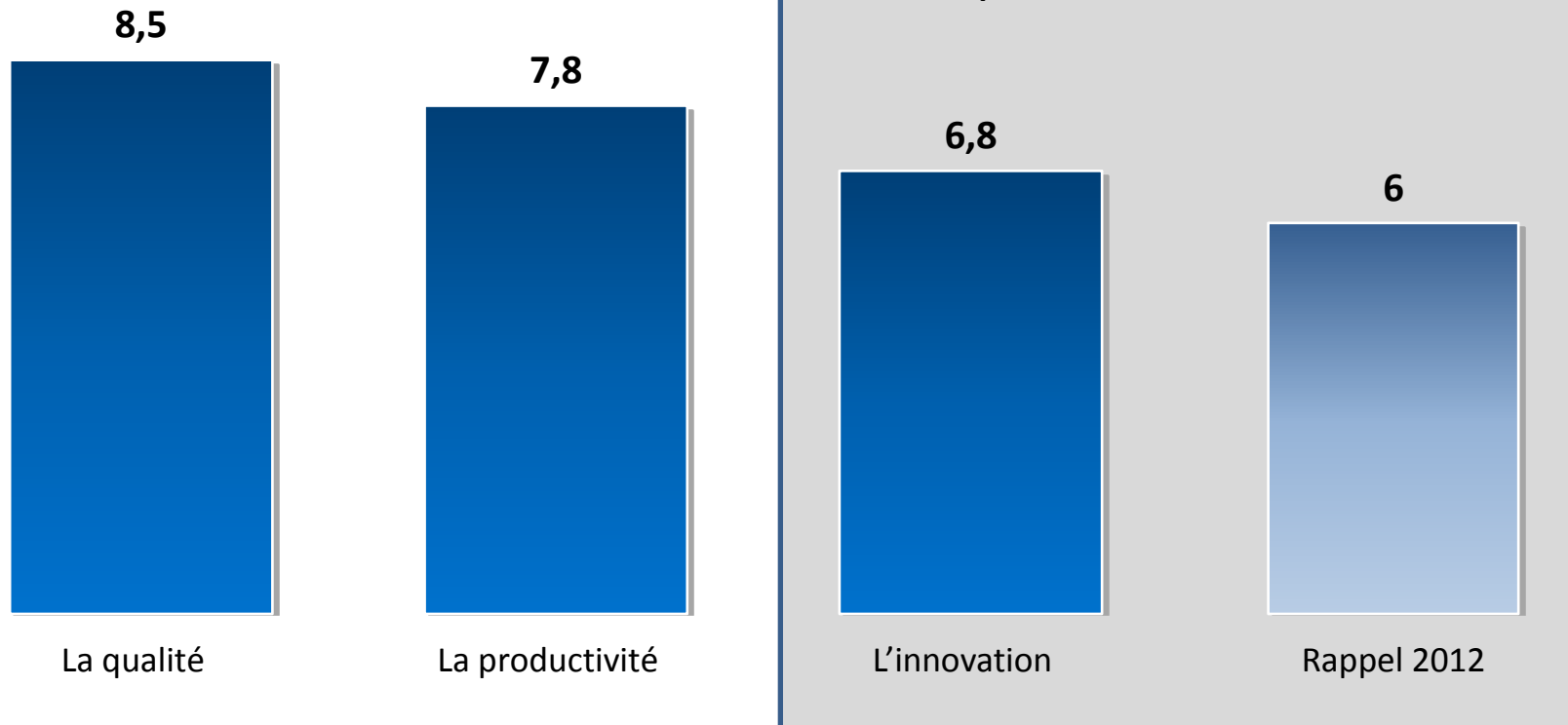
2 | Les résultats de l'étude

A | L'innovation d'une manière générale

La place accordée à différentes dimensions au sein de l'entreprise

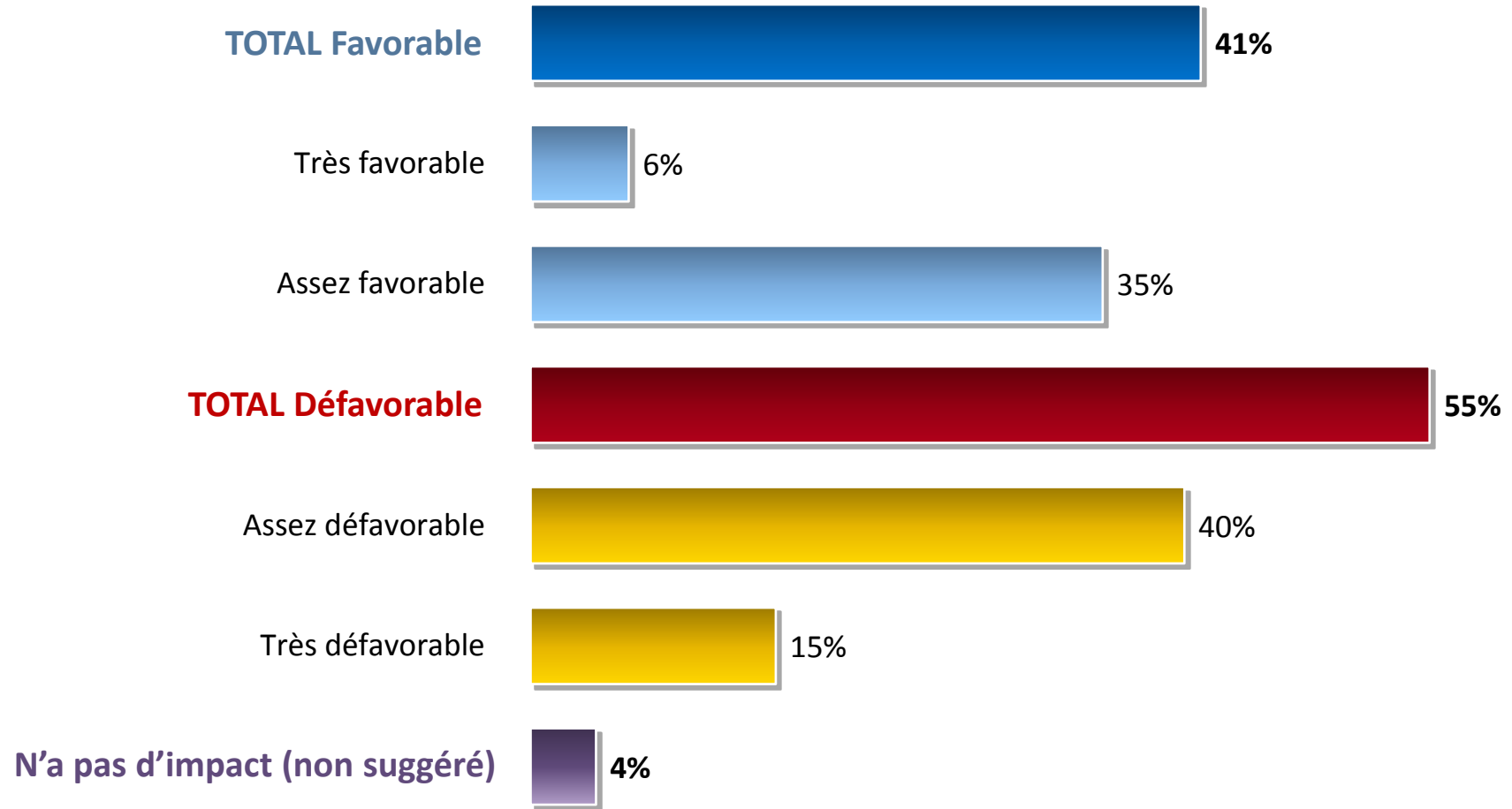
Précision préalable : « L'enquête que nous réalisons porte sur le sujet de l'innovation au sein des entreprises. L'innovation s'entend dans son acceptation large : elle se définit comme la capacité à créer de la valeur pour le client, par la création ou l'évolution des biens ou des services, l'utilisation de la technologie, mais aussi les modes de production ou l'organisation interne. L'innovation permet à l'entreprise de retirer des bénéfices durables de cette création de valeur pour son développement et sa compétitivité. »

Question : Aujourd'hui, sur une échelle de 0 à 10, quelle note donneriez-vous à l'importance accordée à chacune des dimensions suivantes au sein de votre entreprise (0 étant la note la plus basse et 10 la note la plus haute, les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement) ?

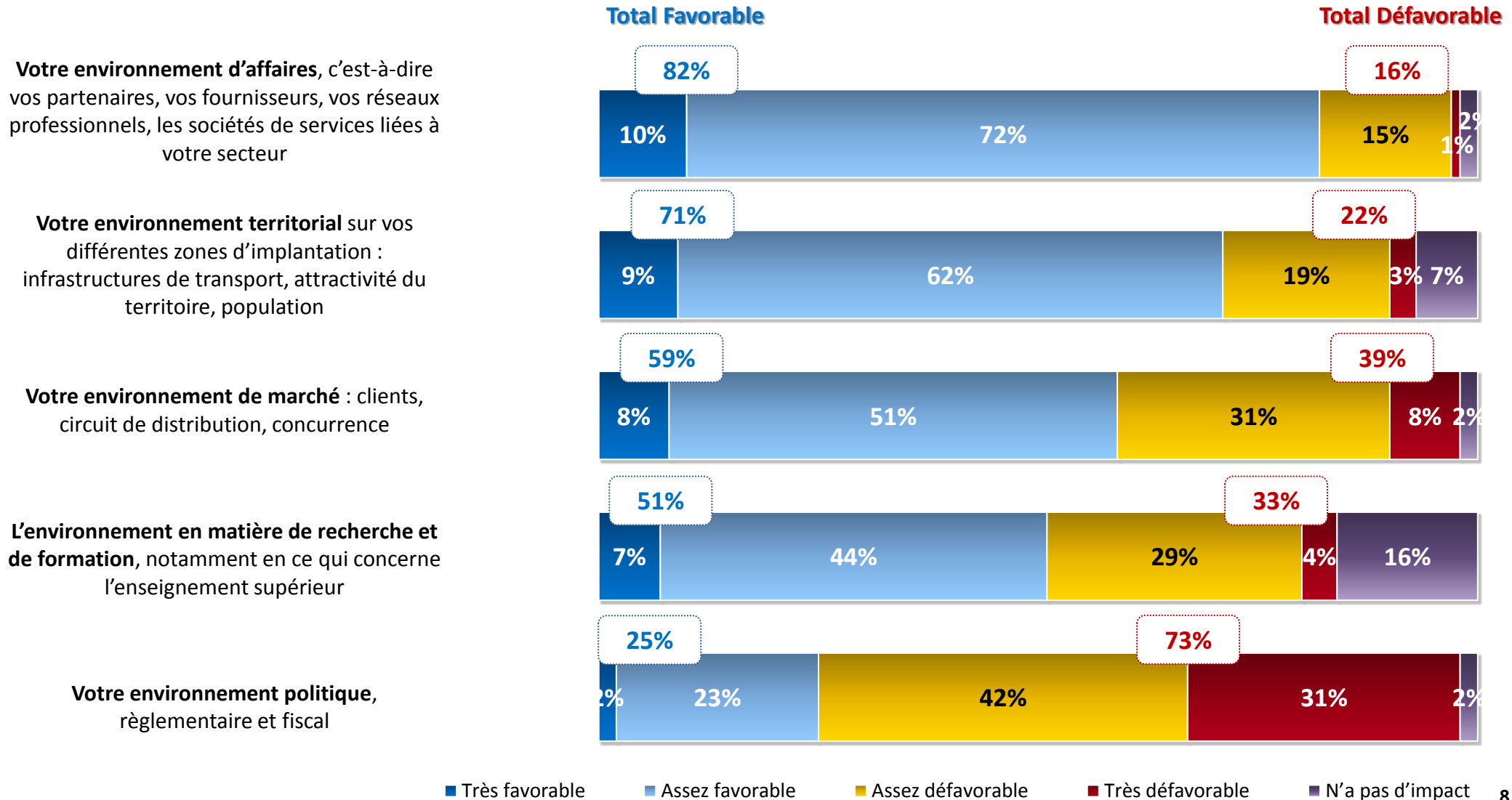


L'impact de l'environnement externe sur la stratégie de l'entreprise en matière d'innovation

Question : D'une manière générale, diriez-vous que l'environnement externe de votre entreprise (politique, économique, social, technologique) est favorable ou défavorable à votre politique (stratégie) en matière d'innovation ?

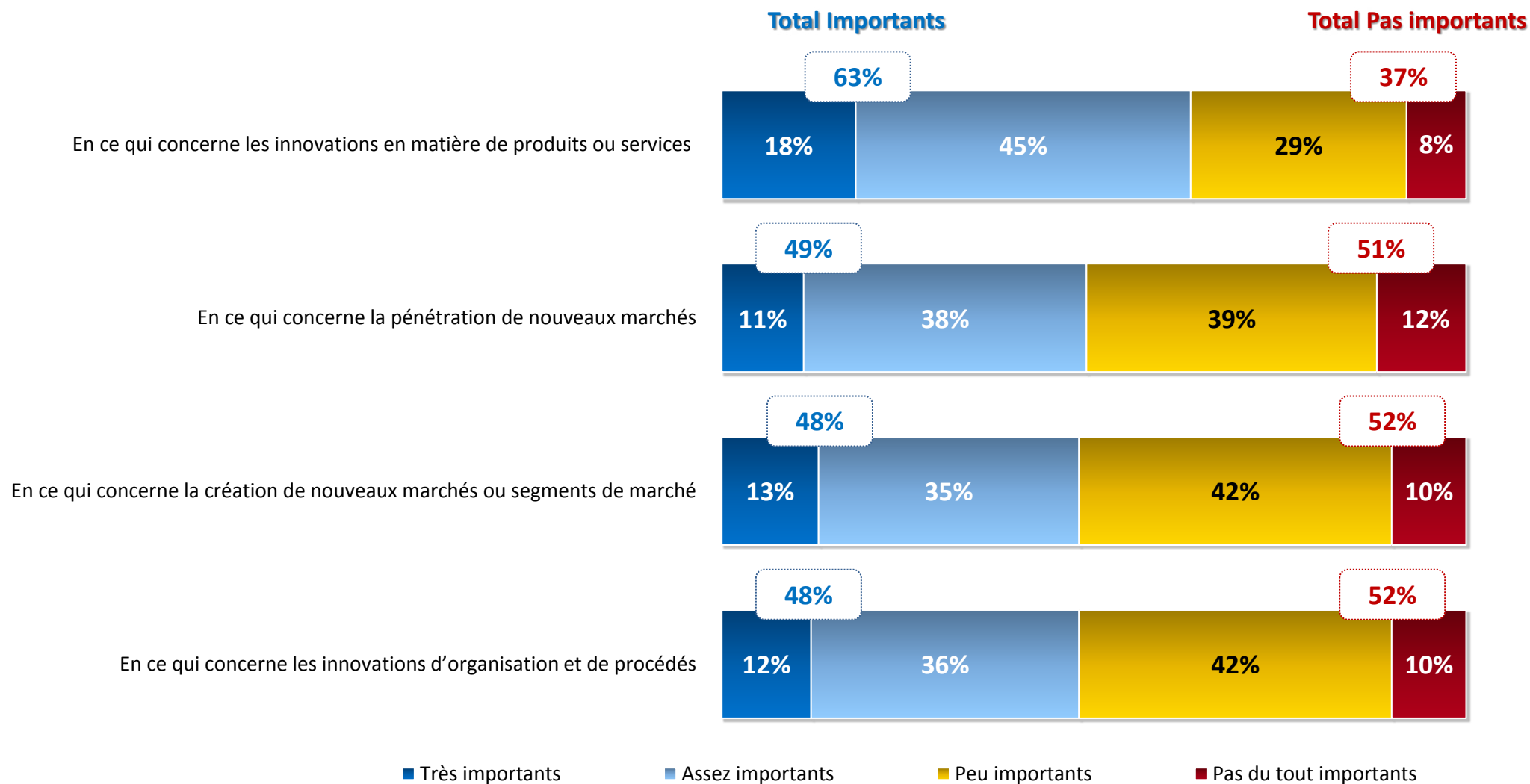


Question : Et pour chacun des éléments suivants de votre environnement externe, diriez-vous qu'il est favorable ou défavorable à votre stratégie d'innovation ?



B | Le processus interne en matière d'innovation

Question : Votre entreprise alloue-t-elle des ressources et des moyens spécifiques importants ou pas importants à l'innovation... ?

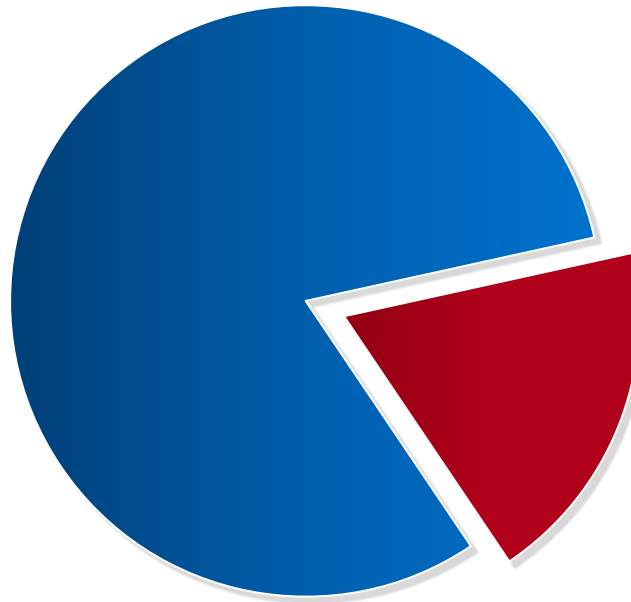


L'importance des moyens alloués à l'innovation

- Récapitulatif -

Question : Votre entreprise alloue-t-elle des ressources et des moyens spécifiques importants ou pas importants à l'innovation... ?

Attribue des moyens
spécifiques à
l'innovation
81%

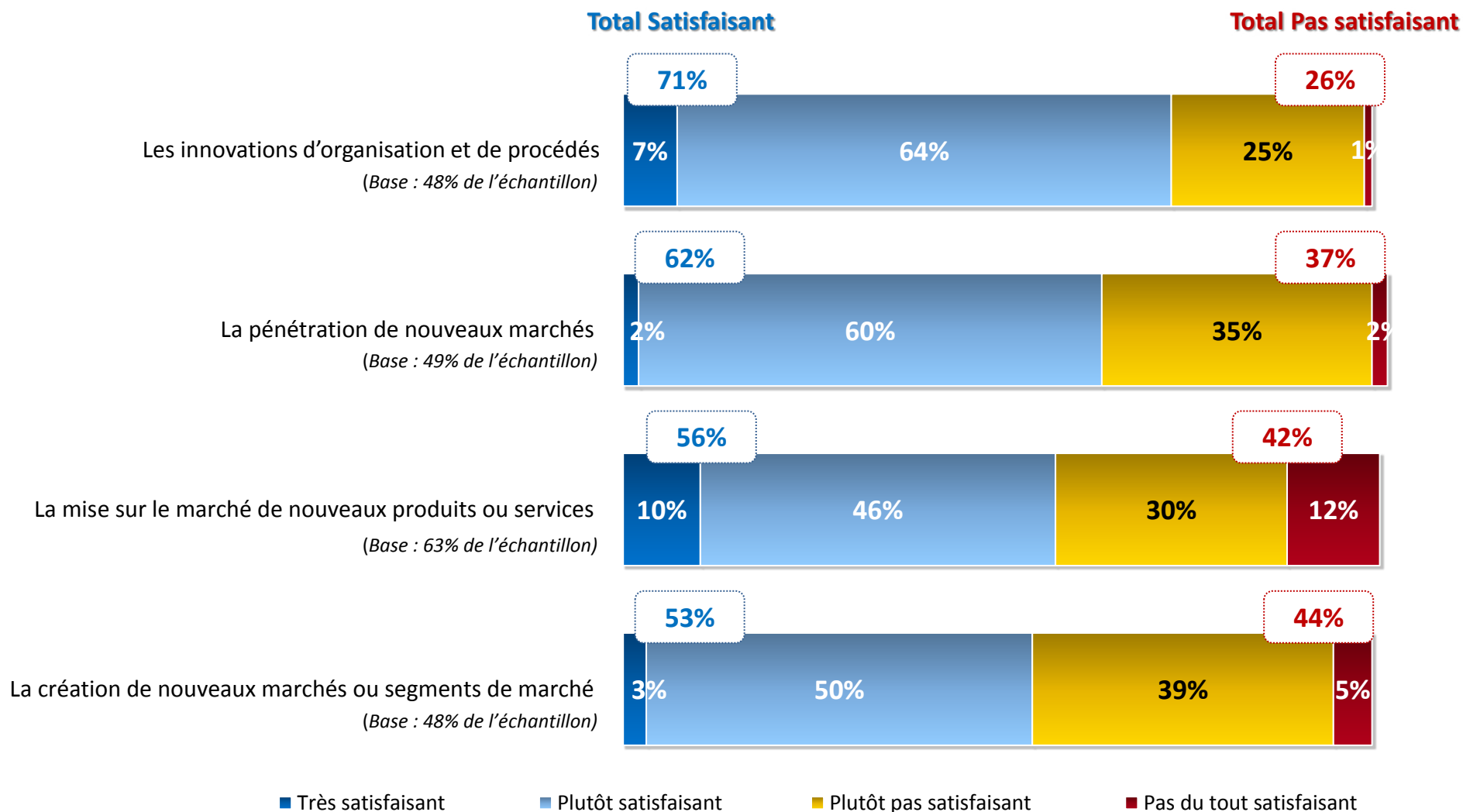


N'attribue pas de
moyens spécifiques
à l'innovation
19%

La satisfaction à l'égard du taux de transformation des idées en innovation

Question : Au cours des 18 derniers mois, diriez-vous que le taux de transformation de vos idées en innovations a été satisfaisant ou pas satisfaisant en ce qui concerne... ?

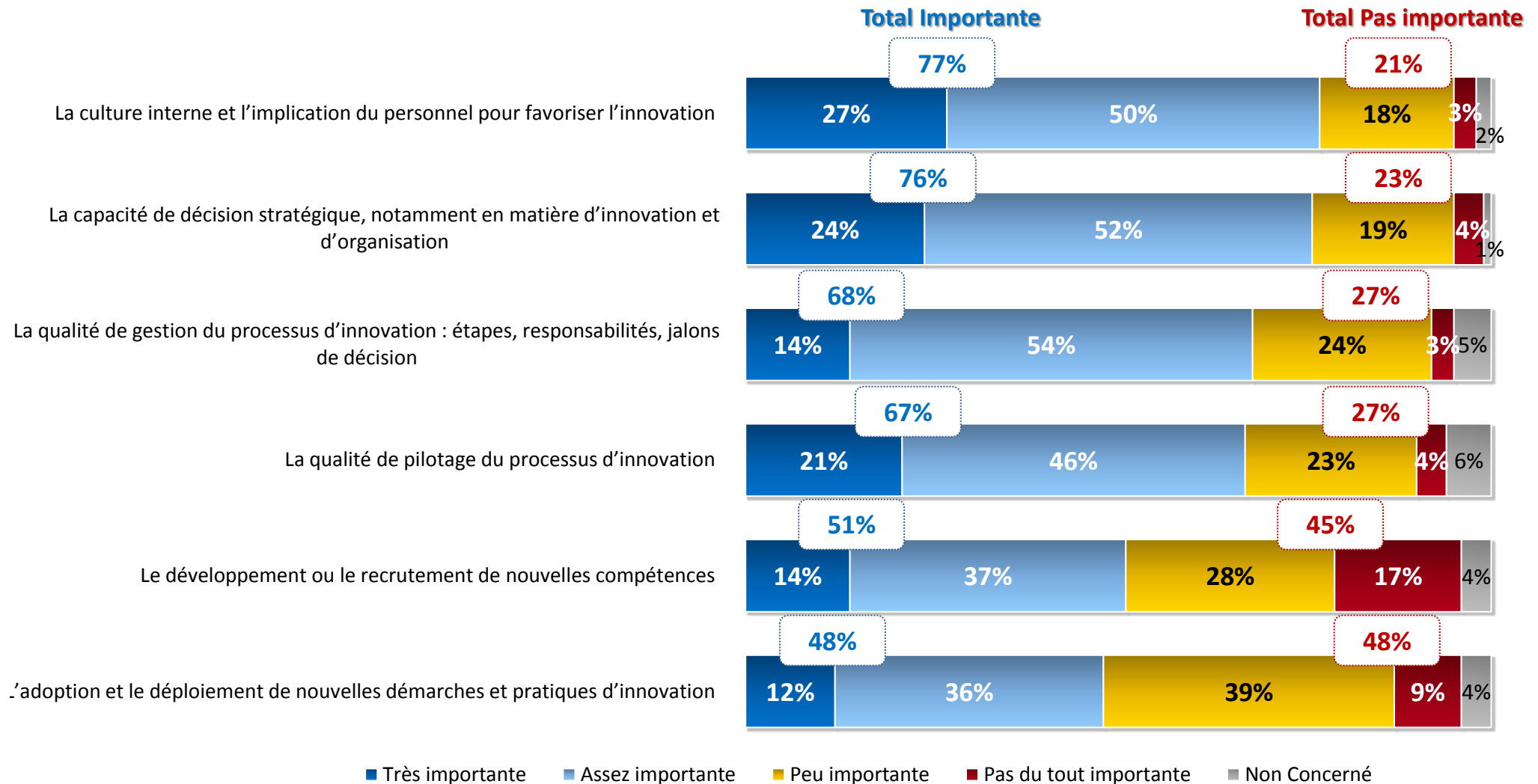
Base : Question posée uniquement aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation dans chacun des domaines concernés.



L'importance de différents éléments dans le processus de transformation des idées en innovation

Question : Et pour chacun des éléments suivants, diriez-vous qu'il a contribué de façon importante ou pas importante à la transformation de vos idées en innovations ?

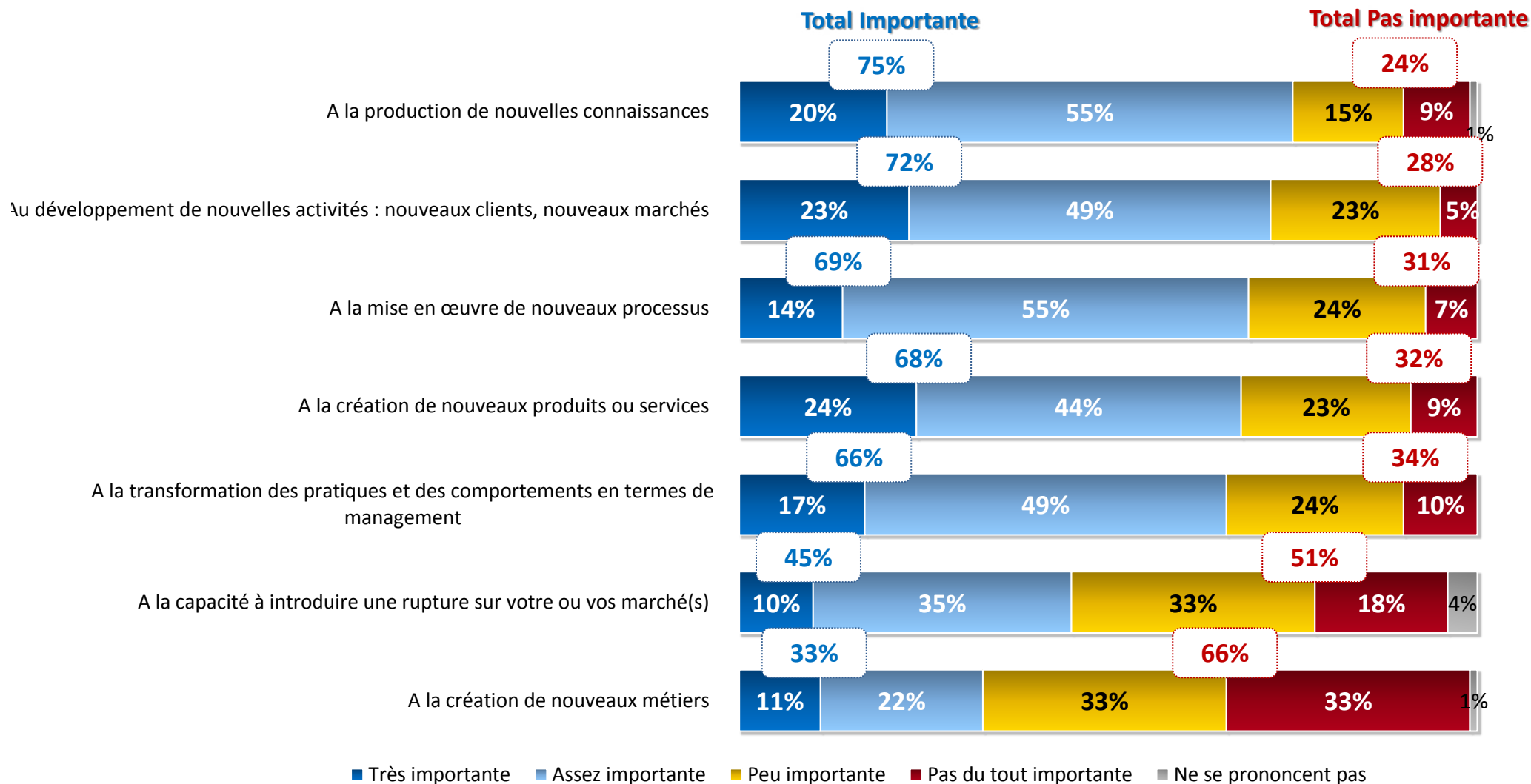
Base : Question posée uniquement aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation, soit **81%** de l'échantillon.



C | Les résultats, l'impact et la performance de la politique en matière d'innovation

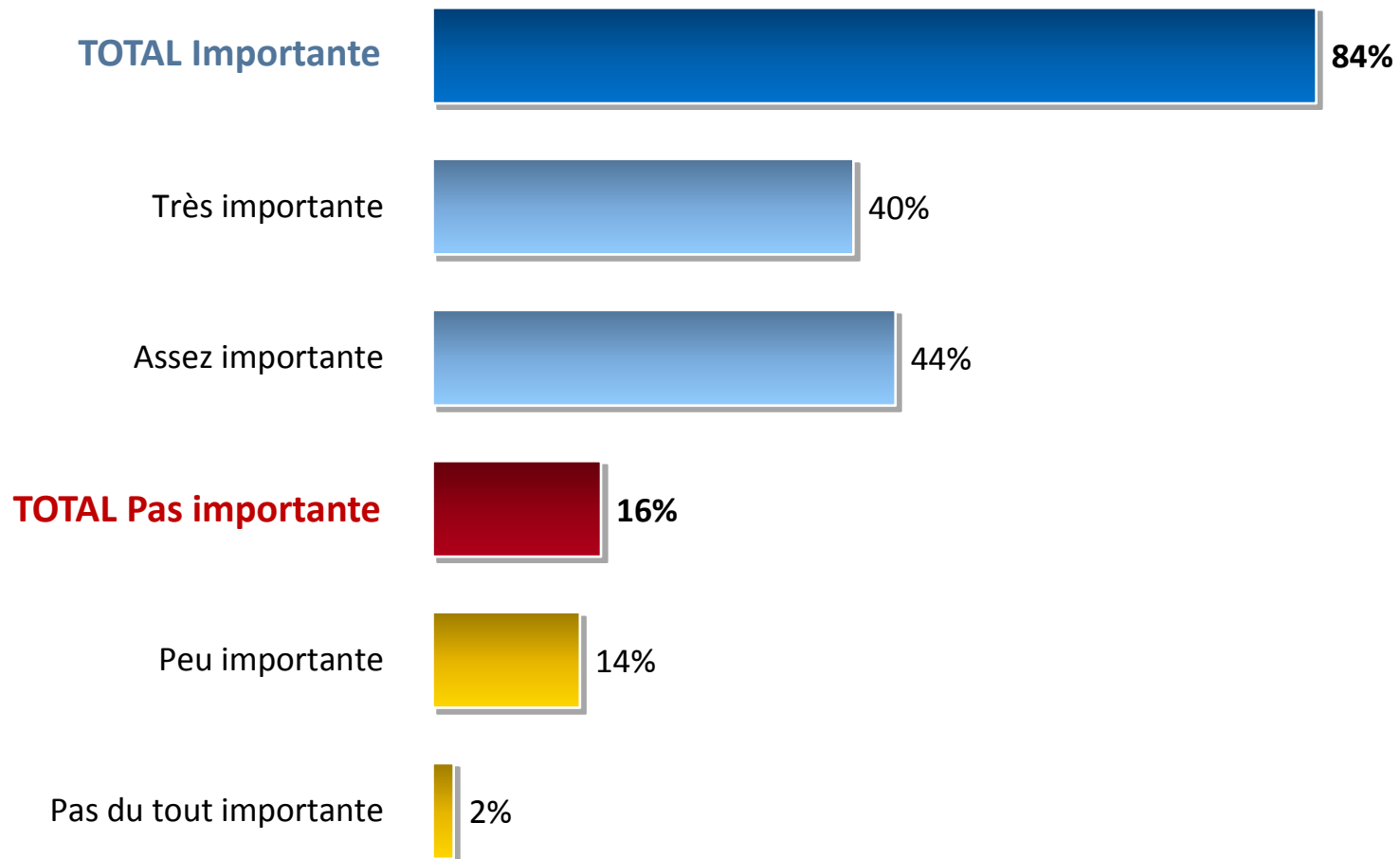
Question : Plus précisément, diriez-vous que vos innovations contribuent de façon importante ou pas importante... ?

Base : Question posée uniquement aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation, soit **81%** de l'échantillon.



Question : D'une manière générale, diriez-vous que l'innovation, développée en interne ou acquise en externe, contribue de façon importante ou pas importante à la compétitivité de votre entreprise ?

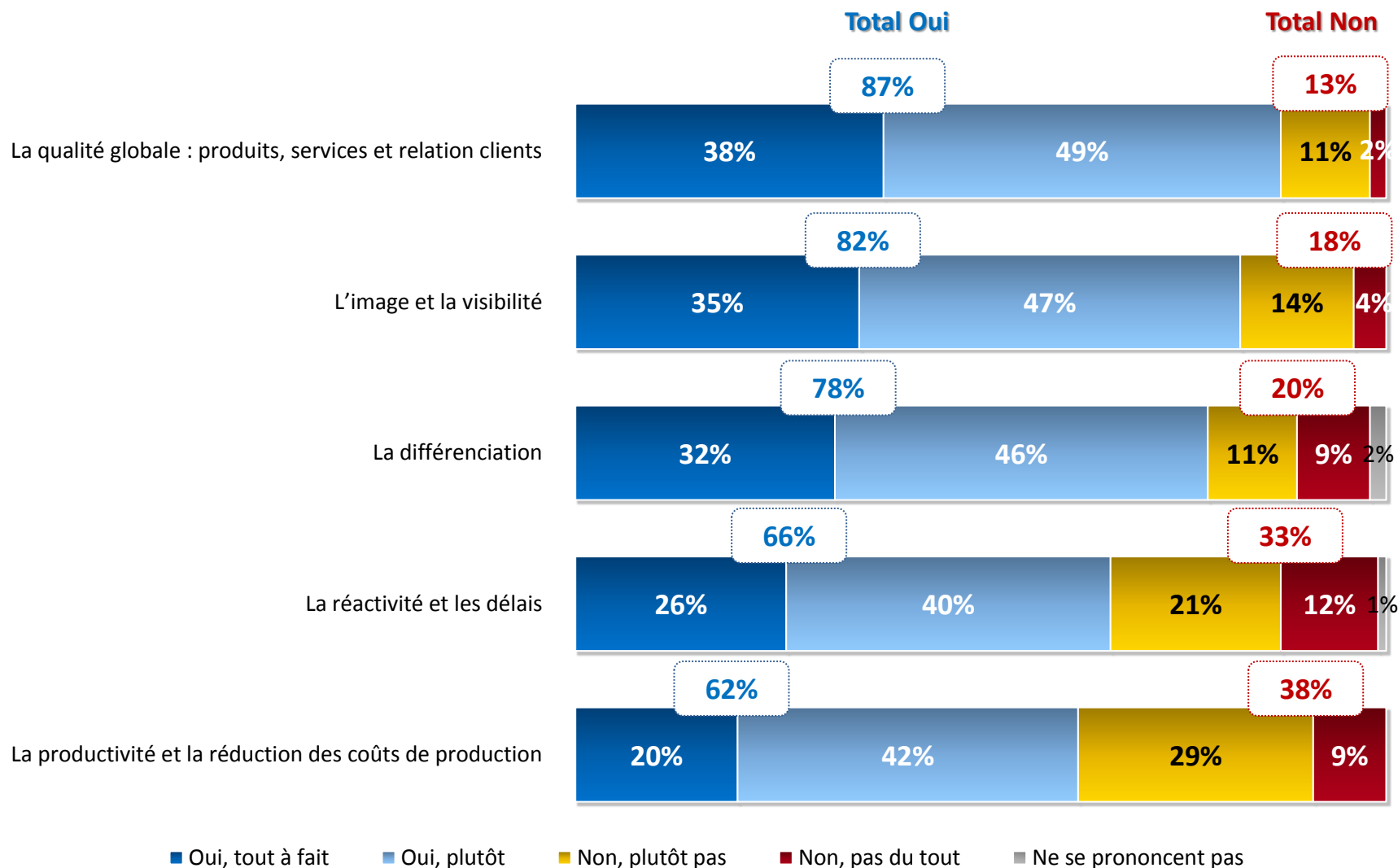
Base : Question posée uniquement aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation, soit **81%** de l'échantillon.



L'incidence de l'innovation sur la compétitivité de l'entreprise dans différents domaines

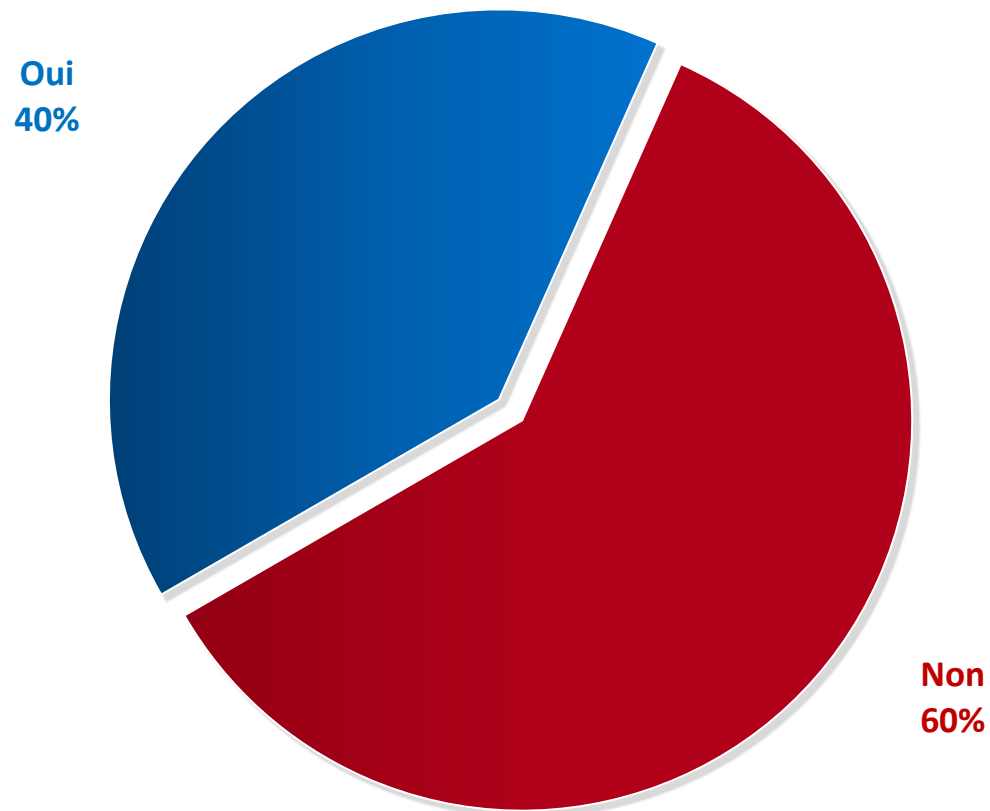
Question : Et diriez-vous que l'innovation a permis à votre entreprise d'améliorer sa compétitivité en ce qui concerne... ?

Base : Question posée uniquement aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation, soit **81%** de l'échantillon.



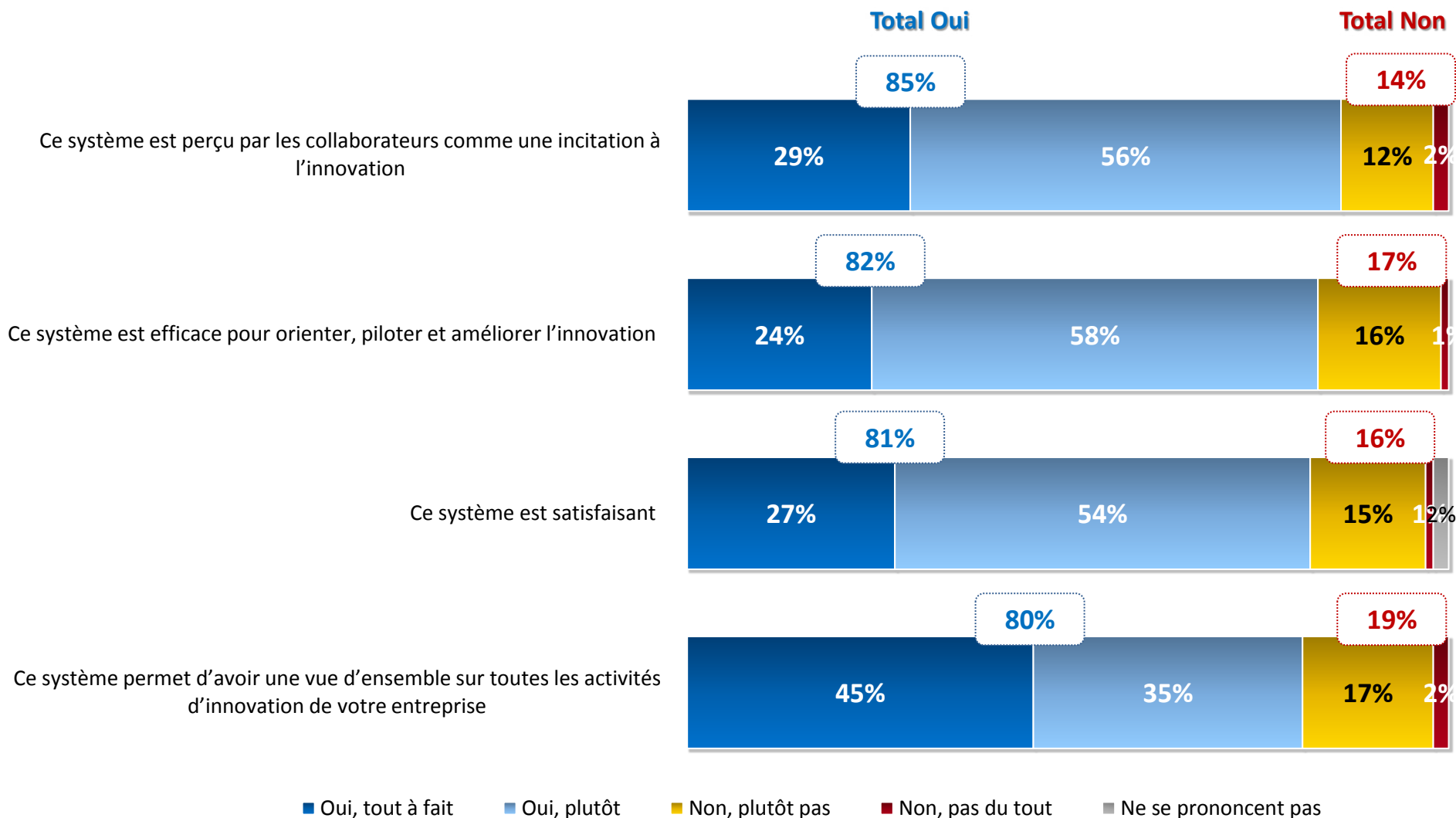
Question : Existe-t-il un système de suivi et d'évaluation de l'innovation au sein de votre entreprise ?

Base : Question posée uniquement aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation, soit **81%** de l'échantillon.



Question : En ce qui concerne le système de suivi et d'évaluation de l'innovation au sein de votre entreprise, diriez-vous que... ?

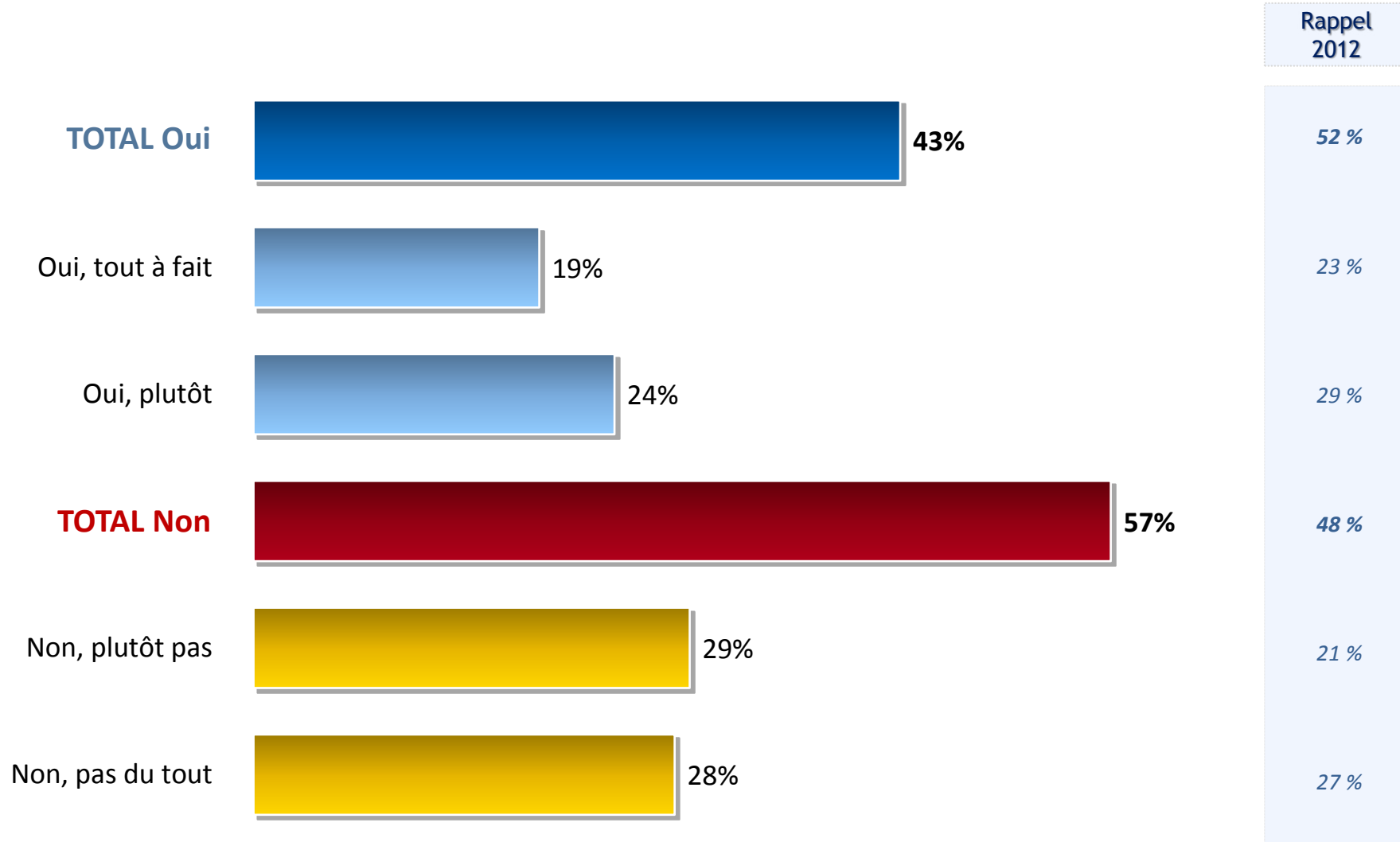
Base : Aux entreprises qui allouent des ressources et moyens spécifiques à l'innovation et qui ont un système d'évaluation, soit **31%** de l'échantillon.



D | L'innovation et les compétences

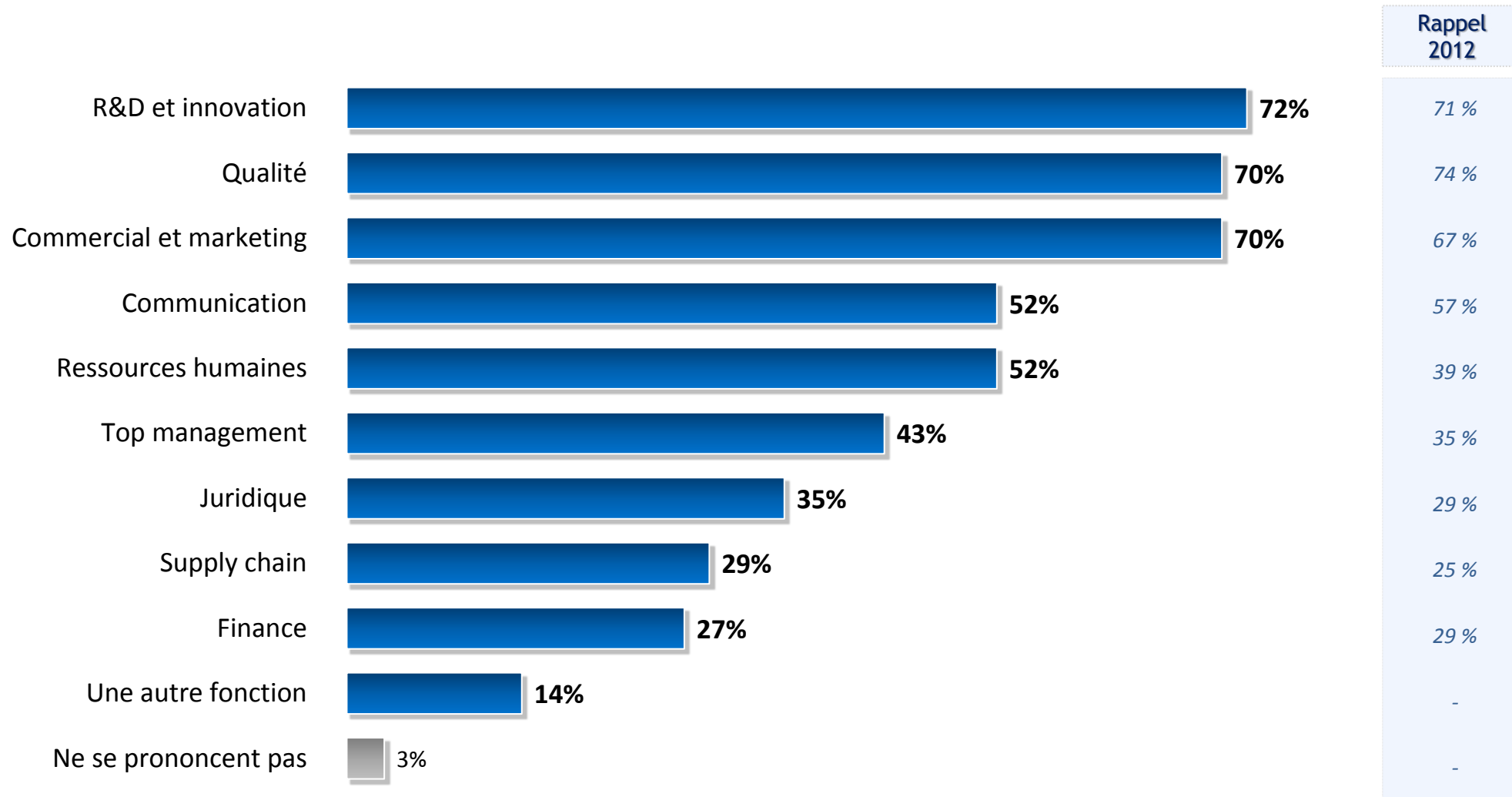
La nécessité de recruter ou développer de nouvelles compétences managériales pour favoriser l'innovation

Question : Diriez-vous qu'il est nécessaire pour votre entreprise de recruter ou de développer de nouvelles compétences en management pour favoriser l'innovation ?



Question : Pour quel(s) type(s) de fonction(s) estimez-vous nécessaire pour votre entreprise de recruter ou de développer de nouvelles compétences managériales afin de favoriser l'innovation ?

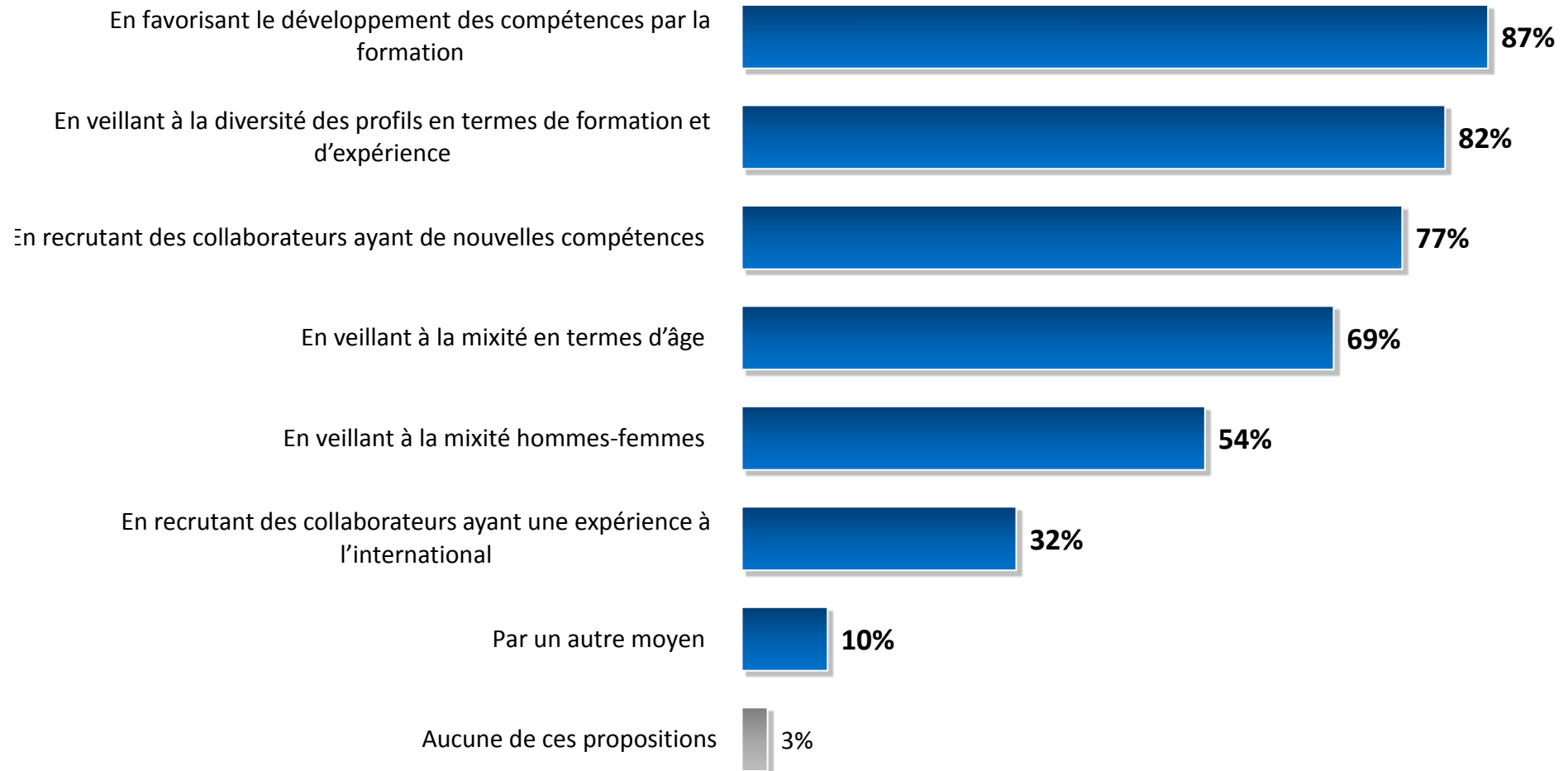
Base : Question posée uniquement aux dirigeants déclarant nécessaire pour votre entreprise de recruter ou de développer de nouvelles compétences managériales pour favoriser l'innovation, soit **43%** de l'échantillon



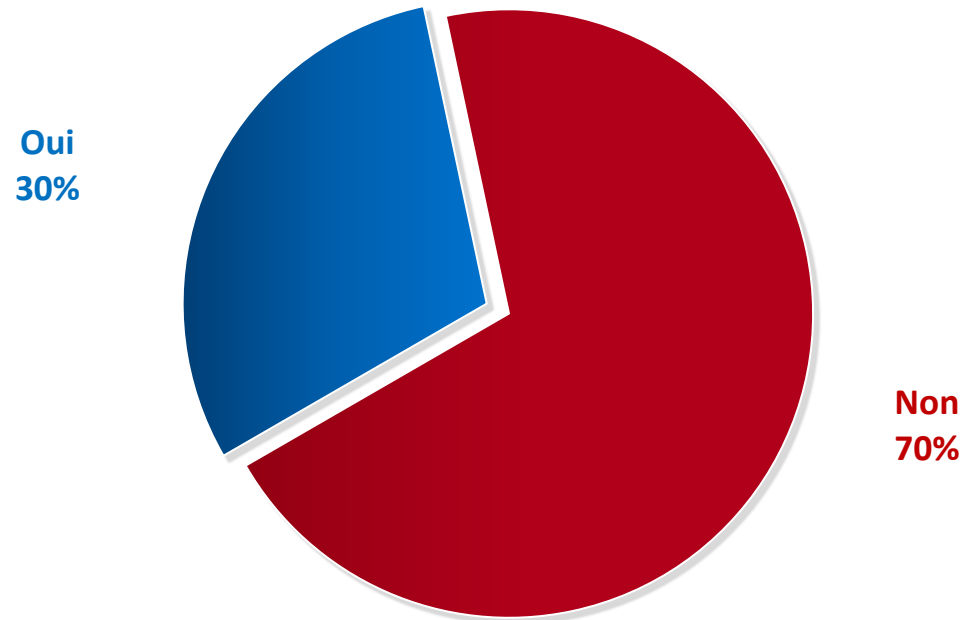
E | L'apport des ressources humaines et la mixité dans les équipes dédiées à l'innovation

Les actions à mettre en place par les RRH pour contribuer à favoriser l'innovation

Question : Selon vous, par quels moyens les responsables des ressources humaines de votre entreprise peuvent-ils contribuer à favoriser l'innovation ?

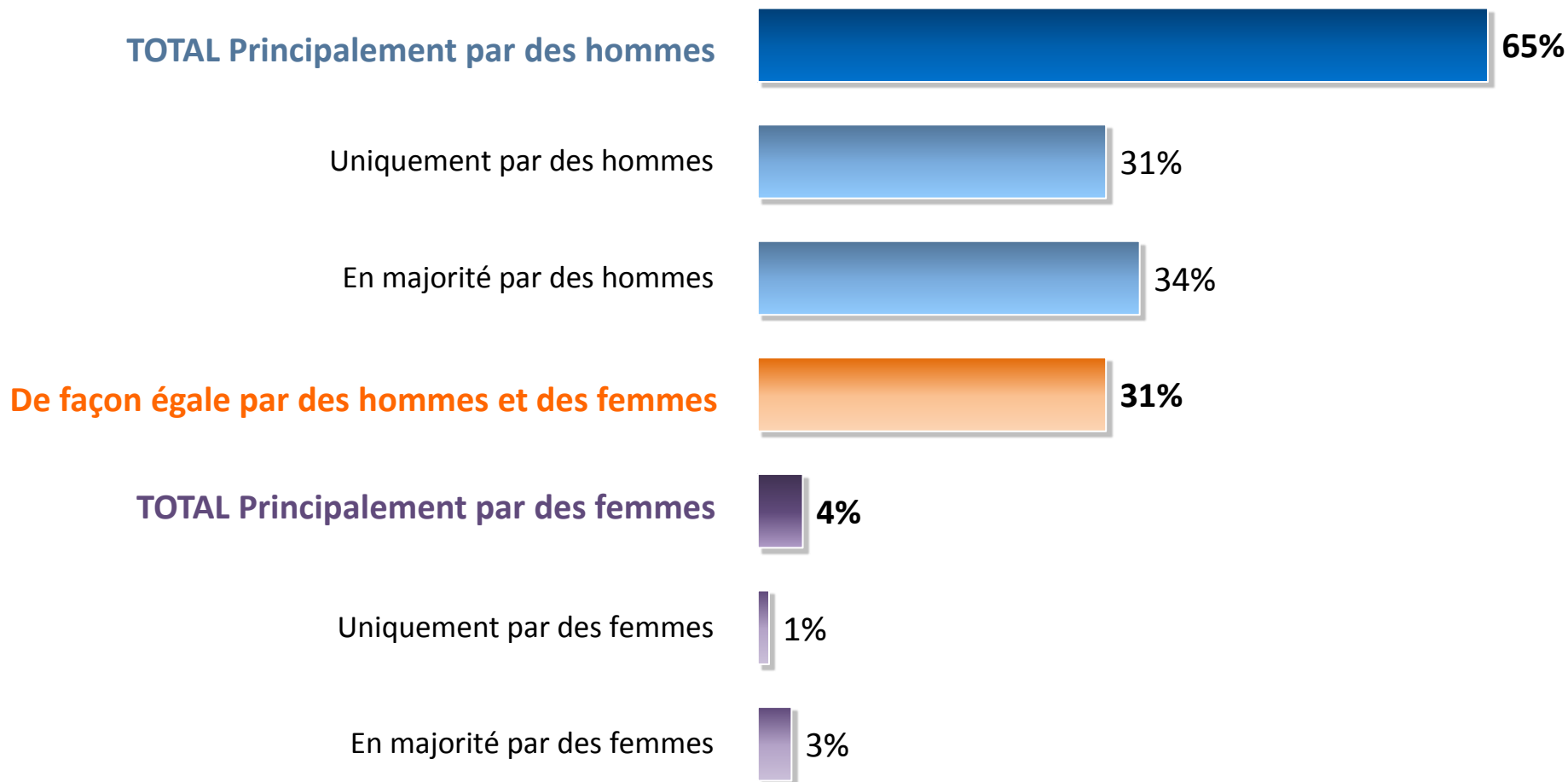


Question : Au sein de votre entreprise, existe-t-il des postes partiellement ou spécifiquement dédiés à l'innovation ?



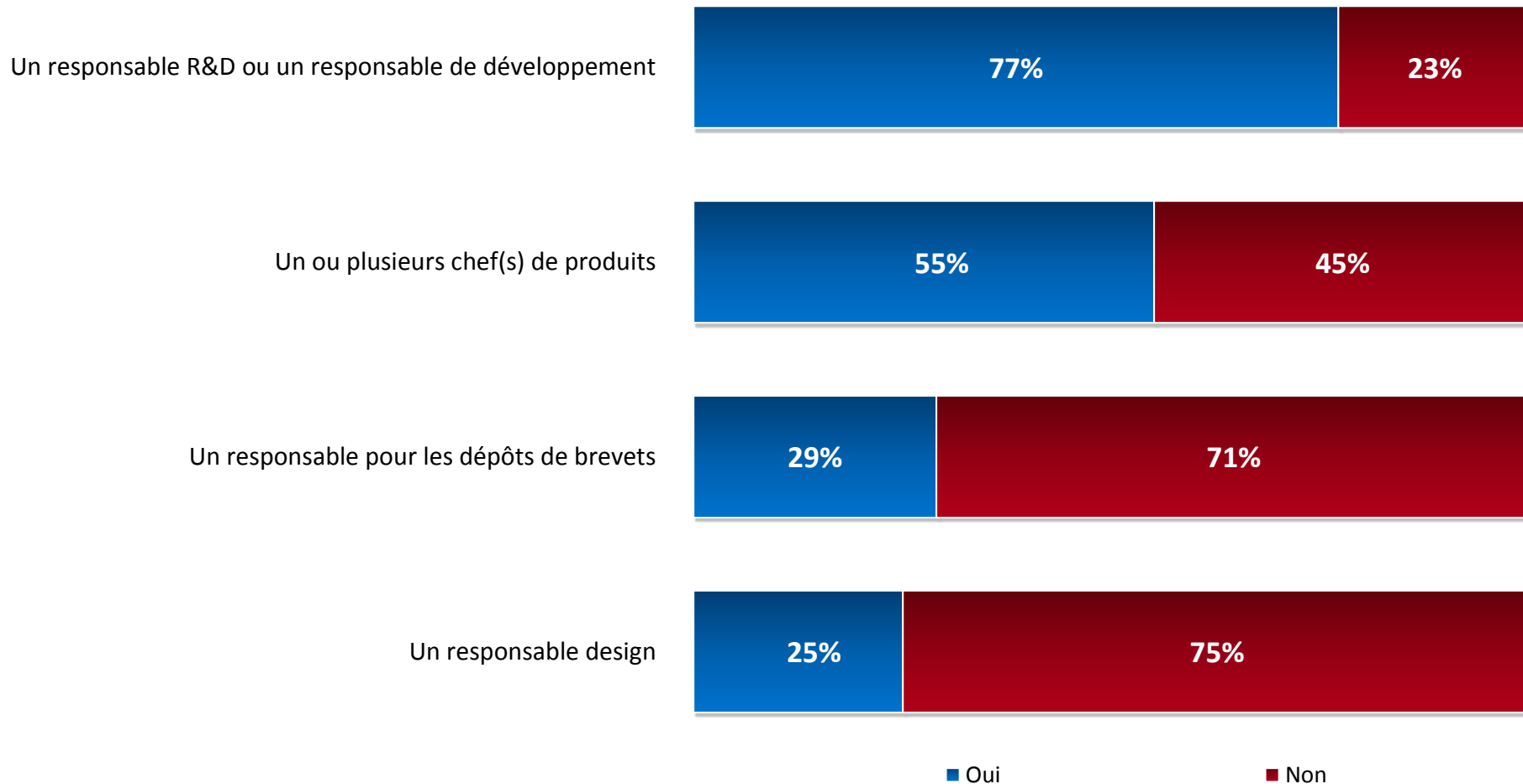
Question : Ces postes sont-ils occupés par des hommes, par des femmes ou par des hommes et des femmes ?

Base : Question posée uniquement aux personnes dont l'entreprise dispose de poste dédiés à l'innovation, soit **30%** de l'échantillon.



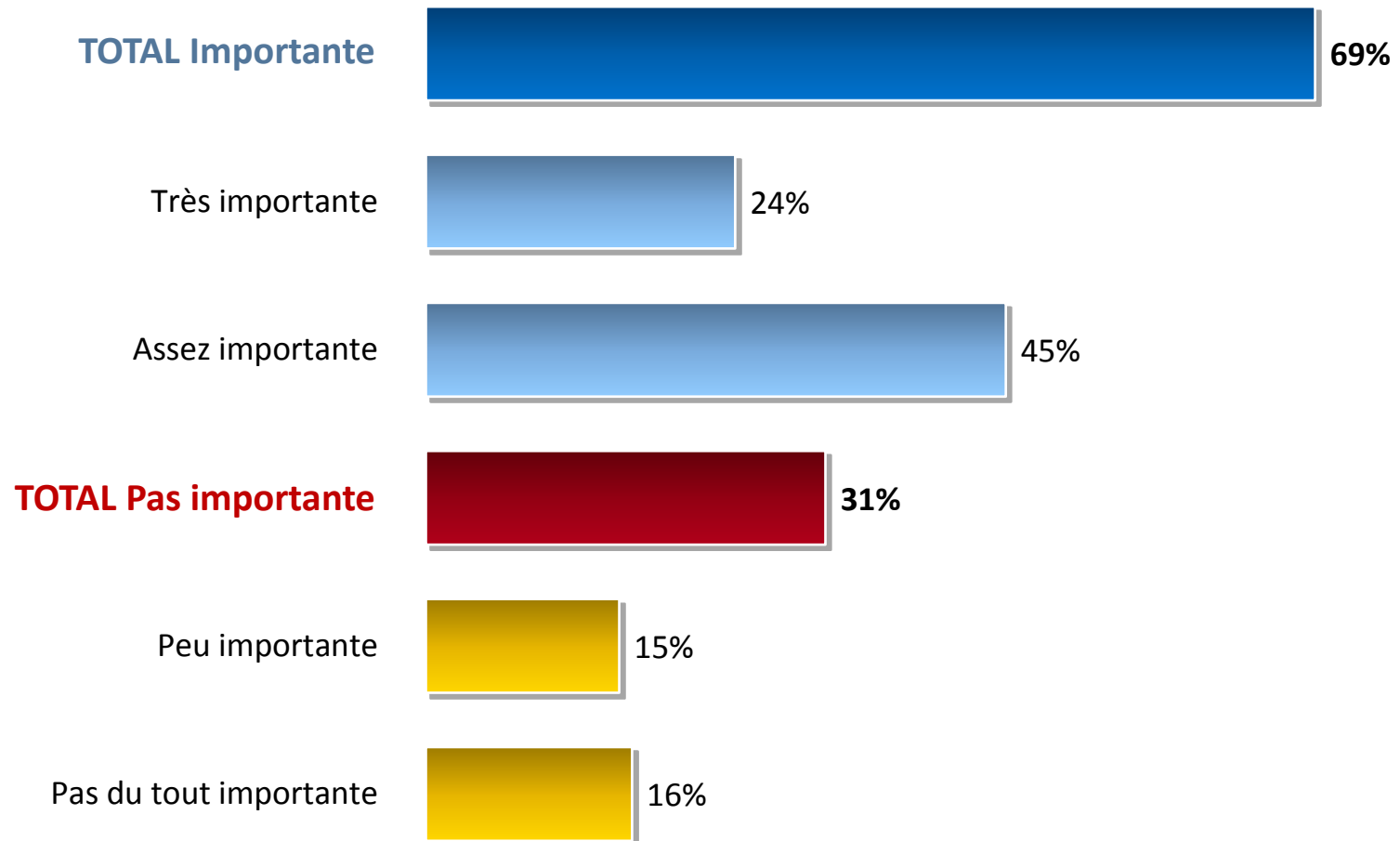
Question : Parmi ces postes dédiés à l'innovation, avez-vous au sein de votre entreprise... ?

Base : Question posée uniquement aux personnes dont l'entreprise dispose de poste dédiés à l'innovation, soit **30%** de l'échantillon.



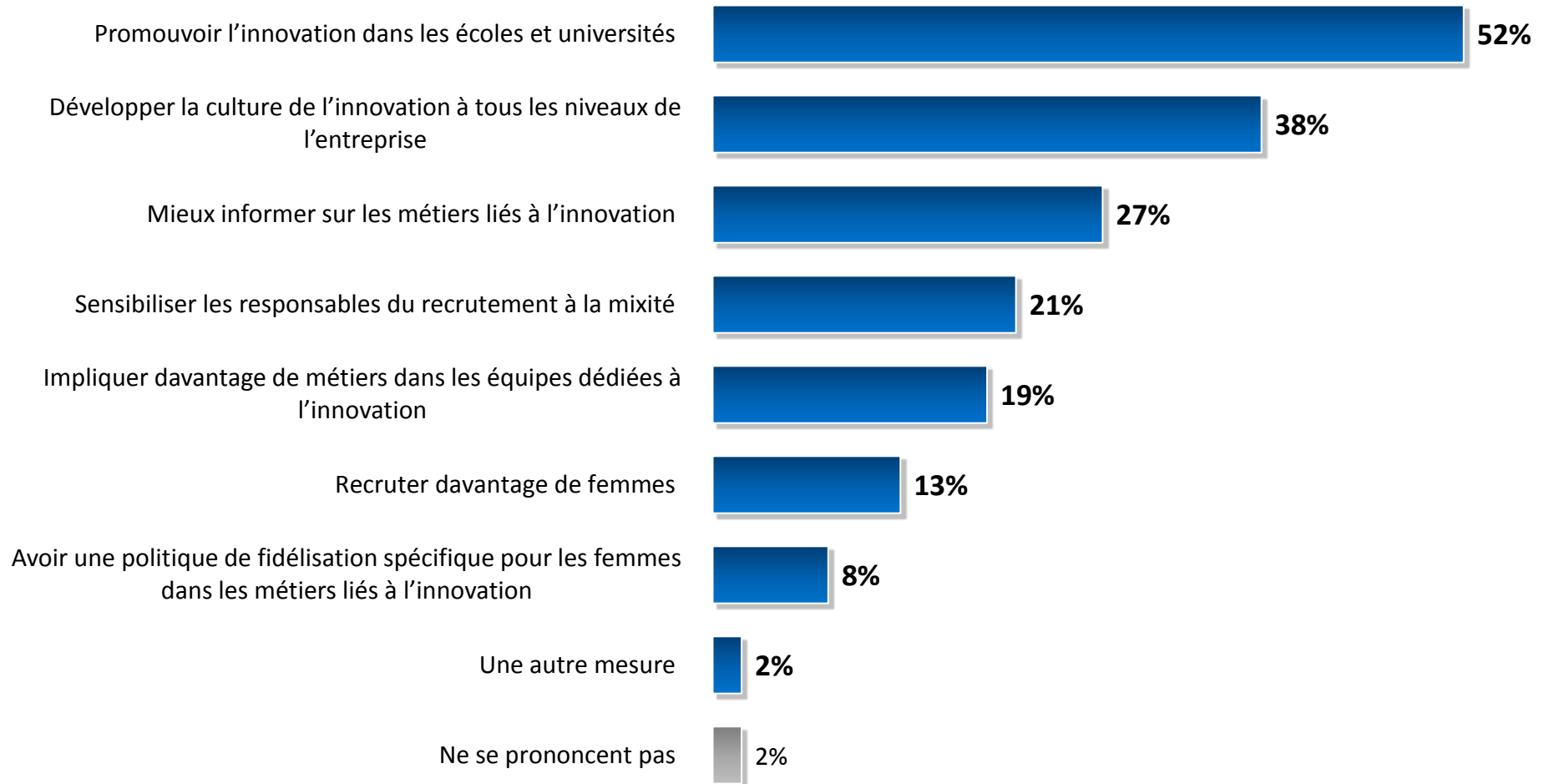
L'importance perçue de la parité homme/femme pour favoriser l'innovation

Question : Diriez-vous que la mixité homme/femme dans les équipes dédiées à l'innovation est importante ou pas importante pour favoriser l'innovation ?



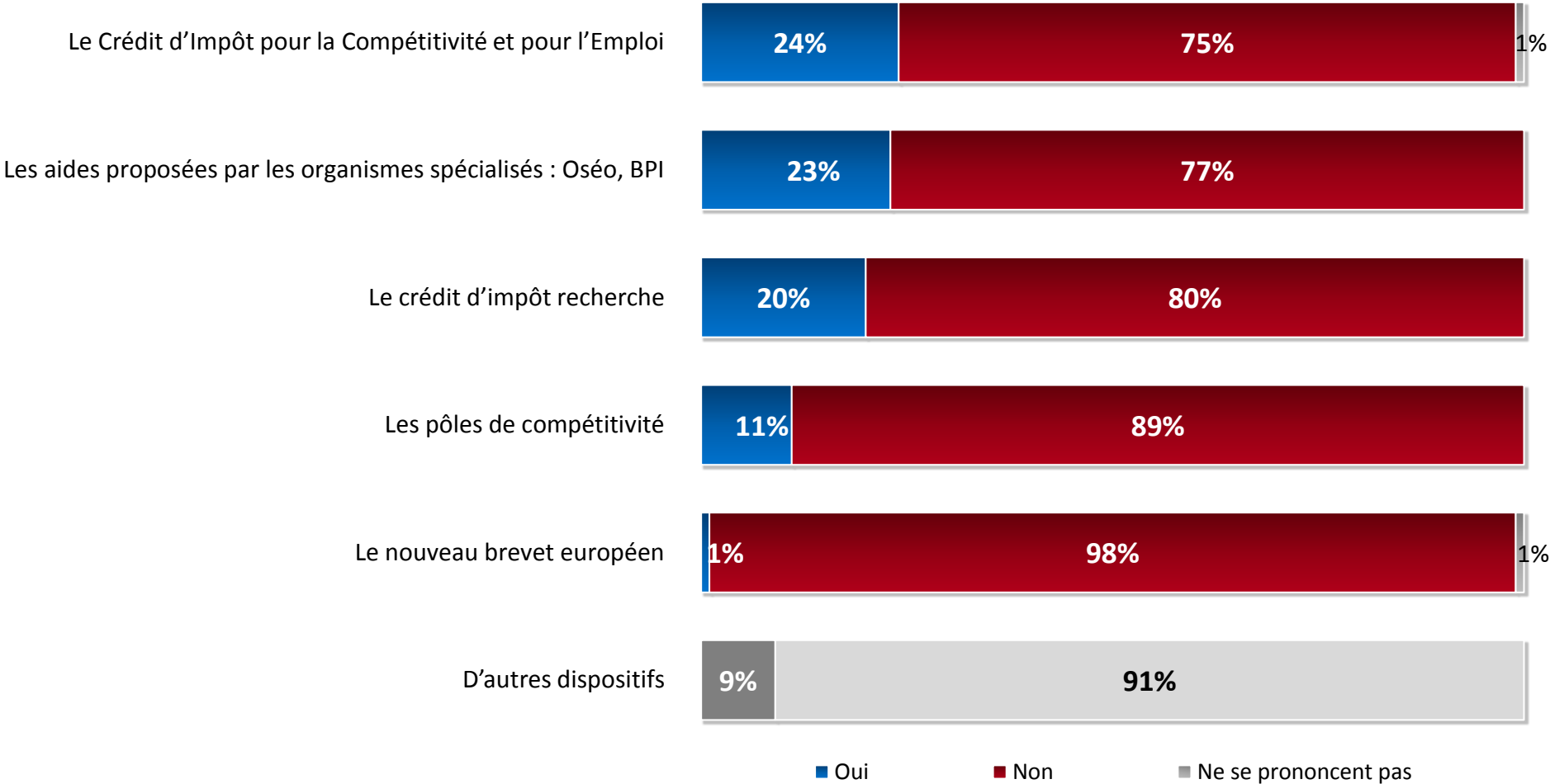
Les mesures prioritaires pour améliorer la parité homme/ femme dans les équipes innovation

Question : Selon vous, quelles sont les mesures prioritaires pour améliorer la mixité hommes-femmes dans les équipes dédiées à l'innovation ?



F | L'innovation dans l'actualité

*Question : Depuis quelques années, pour faire face aux enjeux socio-économiques mondiaux, les dispositifs européens et nationaux de soutien à l'innovation tels que les pôles de compétitivité ont connu un développement important, selon une logique de pôles d'innovation géographiques, spécialisés par secteur et par domaine technologique.
 Votre entreprise bénéficie-t-elle de chacun de ces dispositifs ?*



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Les dirigeants des entreprises de plus de dix salariés des secteurs de l'industrie, du BTP et des services interrogés dans le cadre de la deuxième enquête menée pour Grenoble Ecole de Management sur l'innovation, se sont vus rappeler, préalablement à l'enquête, **la définition de cette notion** comme « *la capacité à créer de la valeur en apportant quelque chose de nouveau dans le domaine considéré tout en s'assurant de l'appropriation de cette nouveauté par les personnes concernées. Elle peut concerner la création ou l'évolution des biens ou des services, l'utilisation de la technologie, mais aussi les modes de production ou l'organisation interne* », afin de bénéficier de représentation et d'expressions communes.

Interrogés sur la place accordée à différentes dimensions, les chefs d'entreprise considèrent de loin la qualité comme leur principale préoccupation : l'engagement de l'entreprise dans ce domaine est évalué en moyenne à 8,5/10 par les personnes interrogées. Un dirigeant sur deux (51%) considère même qu'elle est la priorité absolue (note comprise entre 9 et 10). Logiquement, la productivité constitue également une préoccupation majeure pour les professionnels qui recherchent naturellement la rentabilité : la place qui lui est accordée est en moyenne de 7,8/10. Pour une majorité, elle occupe une place importante (52% donnent une note comprise entre 7 et 8), un tiers tout de même la jugent primordiale (32% entre 9 et 10).

En comparaison, l'innovation apparaît plus accessoire : son importance est réelle (6,8/10) mais s'avère moindre dans la stratégie des entreprises françaises (1,7 points d'écart par rapport à la qualité et 1 point par rapport à la productivité). Seule une personne sur 10 déclare que l'innovation est inexistante dans son entreprise (13% donnent une note comprise entre 0 et 4 points). Elle est faiblement considérée dans un quart des entreprises (24% entre 5 et 6) mais occupe une place importante dans la plupart des structures (44% entre 7 et 8/10).

L'échantillon constitué cette année se déclare donc davantage sensibilisé à l'innovation que celui interrogé en octobre 2011 (+0,8 points /10).

Certaines entreprises se montrent plus sensibles à la thématique de l'innovation et y accordent une plus grande importance. Des critères tels que la taille de l'entreprise, le secteur d'activité et la région apparaissent notamment particulièrement discriminants. En région parisienne (7,0), l'innovation est davantage prise en compte qu'en province (6,7). De manière attendue, les grandes entreprises ont davantage les moyens financiers et humains pour intégrer cette dimension dans leur fonctionnement (7,5 pour les entreprises de plus de 250 salariés contre 6,7 dans les entreprises de moins de 50 salariés). Enfin, la place de l'innovation est plus forte dans les services aux particuliers (7,3/10) et dans l'industrie (7/10) que dans les autres secteurs d'activité, et notamment le BTP (6,2/10).

La proportion minoritaire d'entreprises disposant de postes dédiés témoigne des faibles moyens accordés à l'innovation : seules 30% des structures interrogées disposent d'un ou plusieurs salariés dont les missions portent sur cette dimension. La plupart de ces entreprises proviennent du secteur des services (39%) ou de l'industrie (36% contre 10% dans le BTP) et de la région parisienne (46% contre 25 en province). Notons également une discrimination forte en termes de taille d'entreprise : seules 25% des structures de moins de 50 salariés disposent d'une fonction dédiée à l'innovation contre 72% dans les structures de plus de 250 salariés.

Selon une majorité des dirigeants, l'environnement dans lequel leur entreprise évolue décourage les innovations : 55% le qualifient de défavorable à une stratégie en matière d'innovation. Il s'agit notamment des petites entreprises (59% contre 25% pour les plus grandes) et des entreprises de la région parisienne (65% contre 53%).

Les personnes interrogées vont principalement chercher les freins aux démarches d'innovation dans le contexte global de l'économie française : les obstacles identifiés proviennent ainsi principalement de l'environnement macro-économique, c'est-à-dire l'environnement politique, réglementaire et fiscal (73% le considèrent défavorable). La grande majorité des personnes interrogées (82%) estime que l'environnement d'affaire de leur entreprise, c'est-à-dire leur partenaires, fournisseurs et réseaux professionnels, est favorable à une stratégie d'innovation. 71% jugent également que leur environnement territorial (infrastructures de transport, territoire, population) est propice à l'innovation. Un peu plus d'un sur deux reconnaît par ailleurs que leur marché propre (clients, distributeurs, concurrence) ne restreint pas les initiatives d'innovation (59%). Une proportion similaire ne voit pas non plus de blocage au niveau de la recherche et la formation, notamment dans l'enseignement supérieur (51% et 33% sont d'un avis contraire).

Près de deux tiers des chefs d'entreprises français **allouent des ressources et des moyens spécifiques « importants » à l'innovation en matière de produits et de services** (63%, et même jusqu'à 84% dans les très grandes entreprises). Néanmoins, les entreprises où l'investissement en la matière s'avère « très important » restent peu nombreuses (18%), sans doute aussi du fait des faibles perspectives de croissance actuelles, pouvant décourager nombre d'entre elles.

Au-delà des produits ou services, seule une entreprise sur deux investit des ressources importantes dans l'innovation : 49% pour la pénétration de nouveaux marchés (notamment dans les services aux entreprises 56%), 48% pour la création de nouveaux marchés ou segments de marché (notamment dans les très grandes entreprises 60%) et en ce qui concerne les innovations d'organisation et de procédés (notamment dans l'industrie 57%).

Au global, pas moins de 81% des entreprises françaises assurent consacrer des ressources spécifiques à l'innovation, toutes formes d'allocation confondues. Dans les organisations de plus de 250 personnes, cette proportion atteint même 94% et dans l'industrie 88%.

Lorsqu'elles sont engagées, les démarches d'innovation en matière d'organisation et de procédés sont un succès dans trois quarts des situations : 71% des personnes interrogées indiquent que le taux de transformation de ces idées en innovations a été bon au cours des 18 derniers mois. Le taux de satisfaction à l'égard de la transformation des idées en innovation en ce qui concerne la pénétration de nouveaux marchés s'avère moins importante mais toujours majoritaire (62%). En revanche, **le succès des innovations en matière de produits ou services, ainsi que de nouveaux marchés ou segments de marché apparaît plus aléatoire.** Il se révèle néanmoins satisfaisant dans plus d'un cas sur deux (56% pour les produits et services et 53% pour les marchés).

Notons par ailleurs que très rares sont les dirigeants indiquant être « très satisfaits » du taux de transformation des idées en innovations (entre 2% et 10% selon le domaine), la plupart se disant « plutôt satisfaits ».

Les principaux facteurs de réussite d'une innovation sont intrinsèques au capital humain de l'entreprise : parmi les dirigeants mobilisant des moyens dédiés à l'innovation, 77% reconnaissent que l'implication du personnel et la culture interne de l'entreprise ont joué un rôle prépondérant dans le succès de la démarche. De même, 76% soulignent la capacité de décision stratégique, notamment en matière d'innovation et d'organisation. Un peu plus des deux tiers mettent également en avant **la bonne gestion de la démarche** : 68% indiquent que la gestion du processus a contribué de façon importante à sa réussite et 67% évoquent la qualité de son pilotage. En revanche, l'apport de nouvelles solutions inexistantes au préalable fait l'objet d'appréciations plus mitigées quant à leur impact effectif sur la transformation des idées en innovations : un dirigeant sur deux souligne la contribution du recrutement de nouvelles compétences (51%) ou l'adoption de nouvelles démarches et pratiques (48%) à la transformation d'idées en innovations.

Le champ des bénéfices tirés de l'innovation pour les entreprises est très large. De l'application de démarches d'innovation, elles peuvent en premier lieu tirer de plus grandes connaissances (75%), venant de fait enrichir leur expertise et la qualité de leur offre. Elles considèrent également que l'innovation peut leur permettre d'élargir leur activité en touchant de nouveaux clients, de nouveaux marchés (72%) et en créant de nouveaux produits ou services (69%). Enfin, selon les personnes interrogées, l'innovation dans l'entreprise peut aider à rationaliser et améliorer l'organisation à travers la mise en œuvre de nouveaux processus (69%) et la transformation des pratiques et des comportements en termes de management (66%). Les interviewés sont toutefois partagés quant à la propension de l'innovation à introduire une rupture sur leur marché : 45% en sont convaincus mais 51% défendent l'idée contraire. Enfin, pour un tiers des dirigeants interrogés (33%, et 45% dans le secteur du service aux entreprises), l'innovation est créatrice de nouveaux métiers, soit un score certes minoritaire, mais à prendre en considération, particulièrement dans une période de morosité économique, où ces nouvelles fonctions peuvent permettre de revitaliser l'emploi.

Pour la très grande majorité des dirigeants dont l'entreprise alloue des moyens spécifiques à l'innovation (84%), leur compétitivité se trouve multipliée grâce à cet investissement. Pour 40% d'entre eux, l'innovation, développée en interne ou acquise en externe, contribue même de façon très importante à la compétitivité de l'entreprise. Seuls 16% des interviewés ne constatent pas de réel impact en termes de compétitivité.

Les dirigeants d'entreprises du secteur de l'industrie (44%), de structures de plus de 250 salariés (47%) et ceux dont la part du CA consacré à l'innovation excède 5% jugent davantage que le déploiement de telles démarches impacte de manière très importante la compétitivité de leur établissement.

Le gain de compétitivité apporté par l'innovation concerne l'ensemble des maillons de l'entreprise, allant de l'amélioration de l'image de l'entreprise à une meilleure maîtrise des coûts de production. Selon plus des trois quarts des personnes interrogées, l'innovation a permis à leur entreprise d'améliorer sa compétitivité en ce qui concerne la qualité globale des produits ou des services (87%), l'image et la visibilité de l'entreprise (82%) et sa différenciation (78%). L'innovation permet également de fréquentes améliorations en termes d'organisation : les deux tiers des personnes interrogées reconnaissent qu'ils bénéficient, grâce à cette démarche, d'une meilleure compétitivité en ce qui concerne la réactivité et les délais (66%) et la productivité et la réduction des coûts de production (62%).

De manière logique, plus l'investissement en termes de part du chiffre d'affaires est important, plus l'incidence pour la compétitivité de l'entreprise est forte. Notons que dans l'industrie, les gains s'avèrent presque systématiquement plus importants que dans les autres secteurs. Le BTP, secteur dans lequel l'innovation est la moins développée, souligne cependant des bénéfices plus élevés en termes de différenciation (81%).

Si dans la plupart des entreprises investiguées (81%), la direction alloue des moyens et des ressources spécifiques à l'innovation, **seule une minorité de structures suit et contrôle cet investissement grâce à un système d'évaluation (40%).** Les entreprises les plus organisées sur ce plan sont celles des services en B to B (49%), les très grandes entreprises (57%), les entreprises dont la part du CA consacrée à l'innovation excède 5% (56%), ainsi que les entreprises qui ont créé au moins un poste dédié à l'innovation (61%).

L'évaluation de l'efficacité des systèmes d'évaluation mis en place se révèle positive. Dans les entreprises qui ont mis en place ce type de dispositif de suivi, le système est perçu par les collaborateurs comme une incitation à l'innovation (85%). Le système est jugé efficace pour orienter, piloter et améliorer l'innovation (82%) et d'une manière générale est considéré comme satisfaisant (81%). Enfin, 80% des personnes interrogées considèrent qu'il permet d'avoir une vue d'ensemble sur toutes les activités de l'innovation de l'entreprise.

Une courte majorité (57%) des personnes interrogées se satisfait de la situation actuelle en matière de ressources humaines dédié à l'innovation dans leur entreprise : elles ne considèrent pas qu'il soit nécessaire de recruter de nouveaux profils ou de développer de nouvelles compétences. A l'inverse, 43% déclarent qu'il serait souhaitable de renforcer la professionnalisation de l'innovation de l'entreprise en intégrant de nouveaux spécialistes ou en développant les compétences des personnels déjà présents. Parmi ces derniers, on trouve notamment une plus forte proportion de dirigeants des très grandes entreprises (53%), de celles investissant beaucoup dans ce domaine (57%) et des structures disposant déjà de postes dédiés à l'innovation (60%).

Lorsqu'un renforcement des effectifs dédiés à l'innovation est perçu comme nécessaire, les personnes interrogées évoquent en premier lieu et de façon logique deux fonctions techniques parmi celles qui seraient concernées : R&D et innovation (72%) et Qualité (70%). 70% mentionnent également la fonction commerciale et marketing. La nécessité de développement de fonctions plus transverses est plus discutée : communication (52%), RH (52%), Top management (43%), Juridique (35%), Finance (27%) et enfin supply chain (29%). Dans l'industrie, priorité est mise sur la R&D (86%), tandis que dans les services BtoB il s'agit plutôt du commercial et marketing (85%).

Lorsque des postes spécifiquement consacrés à l'innovation existent dans une entreprise (30% des cas), ceux-ci sont principalement occupés par un responsable R&D ou développement (77%). Un poste de chef de produits est présent dans environ une entreprise sur deux qui compte un poste dédié à l'innovation (55%). En revanche, plus rares sont les entreprises qui disposent d'un responsable des dépôts de brevets (29%) ou d'un responsable design (25%).

En termes de mixité, il paraît indéniable que l'innovation n'est pas un domaine exemplaire : la plupart des postes dédiés à l'innovation sont occupés essentiellement par des hommes (65%, dont 31% uniquement par des hommes). Dans à peine un tiers des entreprises la parité semble respectée pour cette fonction : 31% des dirigeants affirment que les postes dédiés à l'innovation sont occupés de façon égale par des hommes et des femmes. Enfin, dans 4% des entreprises sondées, les femmes sont davantage présentes que les hommes sur ces fonctions.

Pourtant, selon plus des deux tiers des dirigeants, la mixité homme-femme dans les équipes dédiées est importante pour favoriser l'innovation (69%). Elle est même « très importante » pour un quart des interviewés (24%). Cette opinion s'avère plus marquée dès lors que l'entreprise possède un ou plusieurs postes dédiés à l'innovation (75% contre 65% lorsque ce n'est pas le cas). A l'inverse, un tiers des dirigeants d'entreprise (31% et 39% dans l'industrie) considère qu'elle n'est pas, voire pas du tout (16%) essentielle.

Selon les personnes interrogées, l'amélioration de la parité dans les fonctions liées à l'innovation n'incombe pas uniquement aux employeurs et doit être favorisée par d'autres actions. L'effort nécessaire est davantage sociétal, et notamment du ressort de l'éducation : 52% considèrent qu'il faut promouvoir l'innovation dans les écoles et les universités, c'est-à-dire avant l'arrivée dans le monde du travail. Un peu plus d'un quart estime également que les métiers de l'innovation sont trop peu connus et qu'il serait bénéfique de mieux informer sur leur existence (27%). Plus spécifiquement dans l'entreprise, il est essentiel selon les personnes interrogées de développer le spectre de l'implication des salariés dans l'entreprise : développer la culture de l'innovation à tous les niveaux de l'entreprise (38%) et impliquer davantage de métiers dans les équipes dédiées à l'innovation (19%). 21% évoquent le rôle des RH à travers un recrutement plus respectueux de la mixité et 13% à travers l'embauche de davantage de femmes (13%).

Afin de contribuer à favoriser l'innovation d'une manière plus générale, les chefs d'entreprises attendent avant tout des responsables des ressources humaines qu'ils favorisent le développement des compétences des collaborateurs par la formation (87)% et qu'ils veillent à la diversité des profils qu'ils recrutent en termes de formation et d'expérience (82%). Trois quarts des interviewés attendent également que soient intégrés des salariés ayant de nouvelles compétences (77%). Les attentes sont aussi majoritaires en ce qui concerne la diversité générationnelle, à travers la gestion d'une véritable mixité des âges dans l'entreprise (69%). En revanche, la mixité entre hommes et femmes divise davantage, ne constituant un vecteur d'amélioration que pour une personne sur deux (54%), avec cependant des clivages par secteur (71% dans les services contre 34% dans le BTP). Enfin le recrutement de collaborateurs ayant une expérience à l'international ne semble pas prioritaire pour favoriser l'innovation, il n'est cité qu'à hauteur de 32%, mais davantage dans les très grandes structures (49%) et en région parisienne (52%).

Pour faire face aux enjeux socio-économiques mondiaux, des instances européennes et nationales ont mis en place des dispositifs d'aide et de soutien à l'innovation. Néanmoins, très peu des entreprises interrogées ont pu en bénéficier. Un quart d'entre elles a recours au crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (24%) mis en place fin novembre 2012 et 23% aux aides proposées par les organismes spécialisés tels de Oséo ou la BPI. 20% touchent un crédit d'impôt recherche, 11% sont aidés par des pôles de compétitivité et 1% seulement déclarent bénéficier de nouveaux brevets européens.

Les entreprises qui investissent le plus ont logiquement une plus forte propension à demander et obtenir ces aides, il s'agit notamment des entreprises ayant un poste dédié à l'innovation et des très grandes structures (plus de 250 salariés).

1

Sans être une priorité absolue au sein des entreprises, **l'innovation occupe une place importante dans la stratégie des entreprises**. Au global, pas moins de huit entreprises sur dix assurent consacrer des ressources spécifiques à l'innovation.

A ce jour, même si seul un tiers dispose de postes dédiés à l'innovation, les dirigeants d'entreprises semblent satisfaits de leur stratégie et des moyens qu'ils allouent à ce domaine. Selon eux les ressources et les moyens mobilisés sont « importants » en matière de produits et de services. Ils ne considèrent pas qu'il soit nécessaire de recruter de nouveaux spécialistes ou de développer les compétences des salariés. Néanmoins, la place de l'innovation reste à renforcer, celle-ci étant reléguée au rang de préoccupation secondaire face à la qualité et la productivité auxquelles elle peut pourtant contribuer.

2

Les dirigeants imputent essentiellement leurs réticences à investir en matière d'innovation à des causes extérieures.

L'environnement externe, qui comprend la fiscalité, l'environnement politique et les réglementations est largement mis en cause par les chefs d'entreprises. En particulier dans ce contexte de crise, cet ensemble de règles et de charges inhibe des stratégies qui pourtant, selon les dirigeants d'entreprise, représentent un réel facteur de compétitivité : en termes de qualité, d'image et de visibilité, de différenciation, etc.

Au-delà du contexte global particulièrement difficile, les hésitations des entreprises à développer les activités de recherche et de développement proviennent également du taux de transformation des idées d'innovation, lequel s'avère en effet aléatoire : en moyenne, seule une innovation sur deux en termes de produits ou de services est considérée comme un succès. Salué comme responsable du succès des projets d'innovation, le capital humain de l'entreprise constitue très probablement la clé de la réussite. En ce sens, les entreprises disposent d'**une marge de manœuvre en interne pour favoriser l'innovation**. Pour les responsables RH, les enjeux sont doubles : développer les compétences des salariés à travers la formation et favoriser une meilleure diversité des profils par le recrutement.

L'importance de la présence des femmes dans les équipes dédiées à l'innovation au sein des entreprises apparaît également indéniable aux yeux des dirigeants d'entreprises : selon eux, la mixité contribue de manière importante à la réussite des stratégies d'innovation. La réalité ne reflète pas cette situation idéale puisque la plupart des postes sont aujourd'hui occupés par des hommes. Pour améliorer ce phénomène, les chefs d'entreprise appellent à **une meilleure promotion des métiers de l'innovation** dans le milieu étudiant afin de parvenir à un plus juste équilibre en termes de mixité à l'entrée du marché du travail.

4

En dépit des critiques des chefs d'entreprise sur les difficultés engendrées par le contexte extérieur de l'entreprise pour développer l'innovation, la plupart d'entre eux n'a jamais eu recours aux dispositifs d'aide et de soutien à l'innovation mis en place par les instances européennes et nationales. Ce constat met clairement en avant un manque de communication et d'accompagnement autour de ces dispositifs, qui pourraient dynamiser les investissements, en particulier dans le climat de morosité actuel.