

ENQUÊTE ANNUELLE INNOV'ACTEURS / CAPITALCOM
**LES SALARIÉS, AU CŒUR DE L'INNOVATION
EN FRANCE ET AU CANADA !**

4^{ème} Édition
2015



25 novembre 2015

Le Canada fascine toujours autant les Français qui sont – chaque année – 4 à 6 000 à y vivre l'expérience de l'expatriation. Parmi eux, une écrasante majorité de jeunes : au mois d'avril 2015, 4 500 titres de séjour « Permis Vacances-Travail » ont été distribués en moins de 5 minutes ! Le plein emploi, un meilleur salaire, le goût d'entreprendre ou le sens de l'innovation, sont autant de raisons pour lesquelles les jeunes Français se risquent à traverser l'océan.

A l'occasion de la 4^{ème} édition de leur grande enquête annuelle auprès de la population active en emploi, **Innov'Acteurs** – l'association pour le développement de l'innovation participative (IP) – et **CAPITALCOM** ont interrogé Français et – pour la 1^{ère} fois cette année – Canadiens sur le rôle des salariés dans l'innovation au sein des entreprises et des administrations. L'objectif : comprendre les différences dans l'organisation du travail et la façon dont elle encourage l'innovation des salariés de part et d'autre de l'Atlantique, ainsi que l'enthousiasme que suscitent les entreprises canadiennes chez les jeunes Français !

3 ENSEIGNEMENTS CLÉS

1^{ers}

contributeurs à l'innovation selon les Français et les Canadiens : les salariés !

Les salariés sont unanimement désignés comme les acteurs contribuant le plus à l'innovation par les Français (69,5%) et les Canadiens (60,1%)

2/3

des Canadiens pensent que leur organisation accepte le droit à l'erreur

Les salariés canadiens ont un rapport plus spontané à l'innovation que les Français

70%

des salariés français attendent un témoignage de reconnaissance lorsqu'ils proposent de nouvelles idées

Les managers ont un rôle clé à jouer pour libérer la créativité des salariés en France, en instaurant un climat d'écoute et de confiance.

Qu'est-ce que l'innovation participative ?

L'innovation participative est une démarche de management structurée qui vise à stimuler et à favoriser l'émission, la mise en œuvre et la diffusion d'idées par l'ensemble du personnel en vue de créer de la valeur ajoutée et de faire progresser l'organisation.

Méthodologie

Enquête réalisée en France et au Canada auprès de 2 échantillons de 800 individus représentatifs de la population active ayant un emploi constitué d'après la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge et de région – les échantillons ont été interrogés entre le 23 et le 30 octobre 2015 par voie électronique sur la plateforme Areyounet.

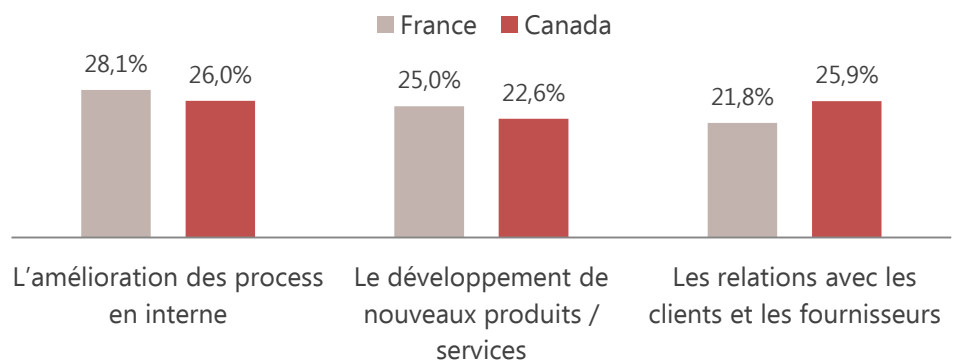
LES SALARIÉS, 1^{ERS} CONTRIBUTEURS À L'INNOVATION

Les salariés sont unanimement désignés comme **les acteurs contribuant le plus à l'innovation** par les Français et les Canadiens (respectivement 69,5% et 60,1%) devant les dirigeants, les managers, ou encore les partenaires commerciaux...

Pourtant, **les sondés sont encore peu nombreux à déclarer être suffisamment sollicités** pour apporter de nouvelles idées à leur organisation – ils sont 39,4% en France contre 48,4% au Canada. Si cette proportion a augmenté de plus de 8 points depuis 2012, année de la 1^{ère} enquête Innov'Acteurs/CAPITALCOM, la plupart d'entre eux souhaiteraient participer plus activement à l'innovation – ce besoin se fait particulièrement ressentir en France, où près de 75% des salariés déclarent vouloir être davantage sollicités – contre 45,7% des Canadiens ! L'innovation participative serait-elle plus démocratisée chez les salariés canadiens ?

À noter : plus les répondants sont jeunes, plus ils ont le sentiment que **l'organisation stimule leur créativité** : ils sont 42,8% en France et 53,7% au Canada à estimer être suffisamment sollicités.

Dans quels domaines votre créativité est-elle la plus sollicitée ?



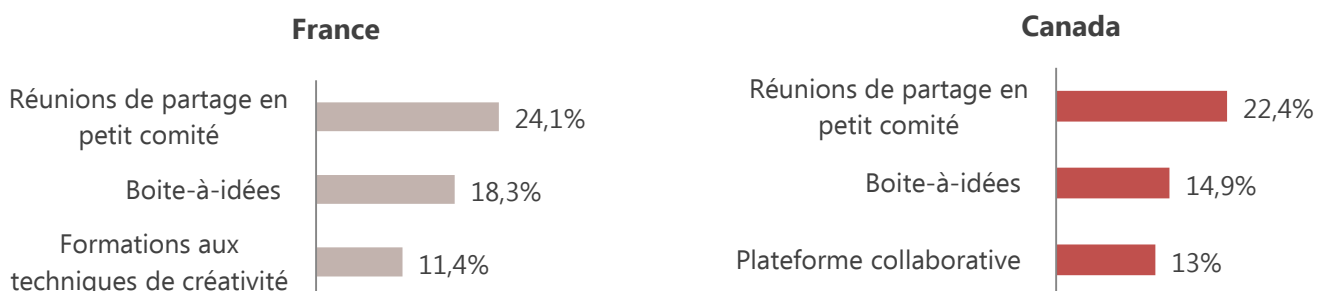
Zoom sur...

En 2012, selon l'enquête réalisée par Innov'Acteurs et CAPITALCOM, près d'un tiers des salariés français (30%) avaient le sentiment que les usages numériques dans leur entreprise étaient en retard par rapport à leurs usages dans la vie privée. Par ailleurs, si une large majorité de salariés interrogés (70%) développent leur créativité sur leur temps de travail, ils sont plus d'un quart à trouver leur inspiration dans la sphère privée.

La créativité des Français et Canadiens est sollicitée de façon similaire, selon eux, **dans les domaines de l'amélioration des process en interne, du développement de nouveaux produits / services** – une tendance plus forte chez les Français – ainsi que des relations avec les clients et les fournisseurs – en particulier au Canada. La responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise (RSE) est le domaine le moins cité par les sondés (9,4% et 9,7% des réponses en France et au Canada).

Les moyens mis à la disposition des salariés pour innover, quant à eux, diffèrent quelque peu entre les deux pays. Si Français et Canadiens utilisent les réunions de partage en petit comité et les boîtes à idées, en France, la priorité est donnée aux formations en techniques de créativité, quand au Canada, les salariés leur préfèrent la mise en place de plateformes collaboratives.

Quels sont les moyens mis à disposition par votre organisation pour vous inciter à innover ?



UN RAPPORT PLUS SPONTANÉ DES SALARIÉS CANADIENS À L'INNOVATION

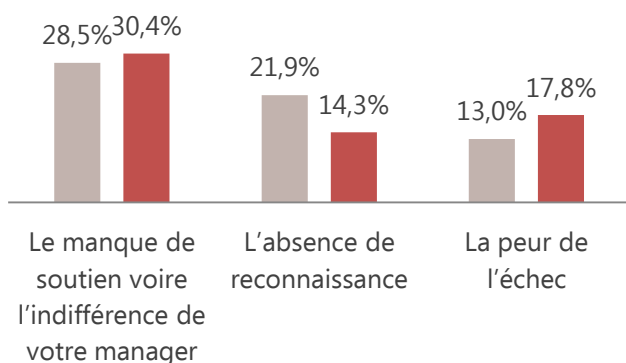
La relation des salariés canadiens à l'innovation semble plus naturelle que celle des Français. Le « réflexe de l'innovation » qu'évoque les résultats de l'étude serait-il dû à des *process* différents au sein de l'organisation, ou à des attentes différentes des salariés ?

Il apparaît tout d'abord que **les salariés canadiens ressentent moins d'appréhension que les salariés français** lorsqu'ils souhaitent proposer une innovation à leur organisation : 47,8% d'entre eux craignent d'être confrontés à des difficultés ; si ce chiffre est élevé, il reste relativement faible en comparaison aux 61,1% des salariés français. Bien que les craintes identifiées par les salariés des deux pays soient similaires (cf. infra), **les Canadiens placent la peur de l'échec bien devant le manque de reconnaissance**, contrairement aux Français, pour lesquels la reconnaissance constitue le facteur déterminant de leur rapport à l'innovation.

Les Français semblent en effet davantage s'appuyer sur l'organisation que les Canadiens, qui accorderaient une plus large place à l'engagement individuel : seuls 55% des Canadiens attendent un témoignage de reconnaissance s'ils proposent une innovation, contre 69,6% des Français. L'absence de reconnaissance constitue même un frein à l'innovation pour 21,9% des Français, contre seulement 14,3% des Canadiens. A cet égard, **les salariés en France et au Canada s'accordent sur le trio de tête des reconnaissances attendues** – avec un écart moindre pour le Canada entre l'attribution de prime ou de bonus et la possibilité de mettre en œuvre son idée.

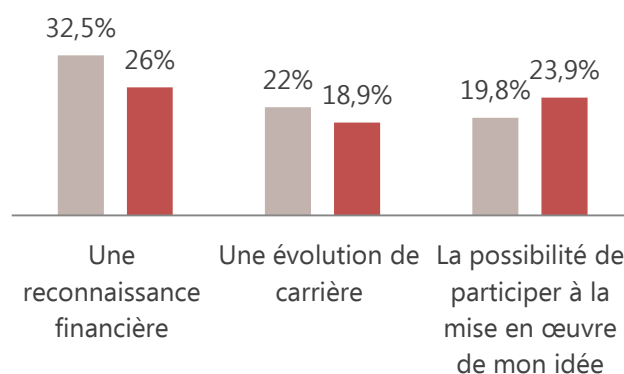
Lorsque vous souhaitez proposer une innovation, quel type de difficultés craignez-vous ?

■ France ■ Canada



Lorsque vous souhaitez proposer une innovation, quel type de reconnaissance attendez-vous ?

■ France ■ Canada



Zoom sur...

Le sentiment de reconnaissance ne repose pas seulement sur l'organisation : interrogés en 2013 par Innov'Acteurs, 70% des salariés français estimaient que l'innovation participative apportait plus de sens au travail. Pour la génération Y, l'IP crée du lien social et favorise l'interaction des salariés – alors que pour les seniors, c'est avant tout parce qu'elle développe l'initiative individuelle et l'esprit d'entreprendre, tout en renforçant la considération des salariés.

Par ailleurs, en France comme au Canada, 21,9% et 19% des salariés affirment qu'une véritable démarche d'innovation participative a été mise en place dans l'organisation où ils travaillent. La démarche reste – encore – assez méconnue du grand public : **seuls 26,9% des Français et 23,1% des Canadiens connaissent l'innovation participative**. Des deux côtés de l'Atlantique, les salariés feraient-ils de l'innovation participative sans le savoir ?

Zoom sur...

Selon le « Baromètre mondial de l'innovation publié » par GE en 2014, 61% des cadres canadiens interrogés estiment que les bénéfices générés par l'innovation participative ont été plus importants, contre 49% en 2013 !

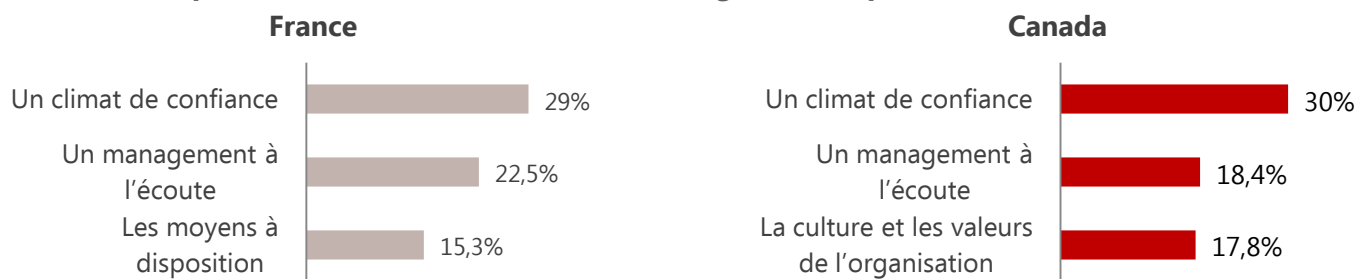
EN FRANCE, LE RÔLE CLÉ DES MANAGERS POUR LIBÉRER LA CRÉATIVITÉ

Salariés français et canadiens s'accordent à reconnaître que les principaux facteurs clés de succès d'une démarche d'innovation participative sont **le climat de confiance dans l'entreprise** (respectivement 28,9% et 29,9% des réponses) et **l'écoute du management** (22,5% et 18,4% des réponses).

Or, **48,6% des Français ont le sentiment que les nouvelles idées qu'ils proposent ne sont pas prises en compte**, contre 33,2% seulement pour les Canadiens ! Un résultat qui laisse à penser que les organisations canadiennes prennent mieux en compte les attentes des salariés qui cherchent à innover. Sans surprise, plus la taille de l'organisation est réduite, plus les actifs ont le sentiment qu'elle prend en compte les nouvelles idées de ses salariés mais la différence est – sensiblement – plus importante en France par rapport au Canada.

Symptôme du besoin d'accompagnement manifesté par les salariés, en particulier français : la mise à disposition de moyens (ex. outils techniques, temps, ressources financières, etc.) est plébiscitée en France, tandis qu'au Canada, ce sont la culture et les valeurs de l'organisation qui priment. Enfin, **2 Canadiens sur 3 ont le sentiment que le droit à l'erreur est toléré par l'organisation dans laquelle ils travaillent** (64,6%) contre une faible majorité de Français (50,4%). Le management « à la canadienne », une source d'inspiration pour les managers français ?

Selon vous, quels sont les facteurs clés dans une organisation pour inciter les salariés à l'innovation ?



Zoom sur...

En 2014, Innov'Acteurs et CAPITALCOM ont interrogé les salariés français sur leur perception du rôle du manager dans l'innovation participative : seul un quart des salariés interrogés ont affirmé que leur manager ne stimulait pas leur créativité – avant tout parce qu'on ne lui demande pas de le faire (26% des réponses), et parce qu'il ne dispose pas de suffisamment de moyens matériels (18%) ou de temps (17%).

A propos d'Innov'Acteurs

Créée en 2002, **Innov'Acteurs** est une association loi 1901 pour le développement de l'innovation participative dans les organisations. **Innov'Acteurs** réunit plus de 90 organisations privées et publiques autour de moments de professionnalisation, d'échange d'expériences et de partage de bonnes pratiques. Son objectif est de soutenir et d'encourager l'innovation à tous les niveaux de l'organisation. Chaque année, **Innov'Acteurs** organise le « Carrefour de l'innovation participative ». Les Trophées de l'innovation participative, organisés par l'association en partenariat avec l'école Novancia – Business School Paris, sont remis à cette occasion. Pour en savoir plus : www.innovacteurs.asso.fr

A propos de CAPITALCOM

Fondée en 2005 par Caroline de La Marnière, **CAPITALCOM** est une Agence de communication indépendante, force de proposition en matière de performance responsable. L'Agence est née de la conviction que les performances financière & extra-financière se complètent et s'enrichissent mutuellement. **CAPITALCOM** accompagne plusieurs grands groupes cotés dans la préparation des temps forts de la communication financière et extra-financière et les relations avec leurs parties prenantes sur le moyen/long terme. Pour en savoir plus : www.capitalcom.fr

Contacts presse

Michaël Duval | 01 45 49 65 57 | mduval@capitalcom.fr | @capitalcom1

Isabelle de Noailles | 06 09 69 90 93 | idenailles@wanadoo.fr