

# La fonction prospective dans les entreprises

Enquête exclusive

2012



OBSERVATOIRE  
DES TENDANCES

# Contexte et objectifs

*Une entreprise sans prospective, c'est le risque d'une régression par manque d'anticipation, surtout en temps de crise. L'actualité nous montre jour après jour des exemples d'entreprises qui vont dans le mur par absence de vision.*

*L'incertitude et la complexité ambiante, augmentent le besoin d'identification de scénarios possibles dans le futur et un repérage des tendances lourdes. Aujourd'hui, chaque entreprise organise sa fonction prospective selon son secteur d'activité, sa culture ou son management. C'est une des rares fonctions de l'entreprise où il existe une telle diversité des pratiques. Face à un besoin unanime de vision stratégique, il est apparu essentiel de faire le point sur la fonction prospective dans les entreprises en France, déterminer l'organisation de cette fonction [best practices] et évaluer les besoins en ce domaine.*

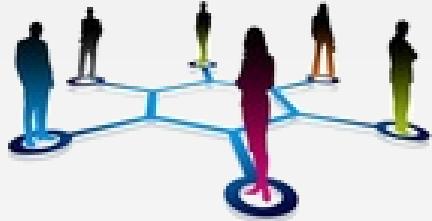
# Méthodologie

- L'enquête a été réalisée par voie postale en juin 2012. Le dépouillement et l'analyse des résultats ont été effectués lors du deuxième semestre 2012.
- 51 entreprises ont été interviewées sur la fonction prospective de leur entreprise :
  - 10 « moins de 10 salariés »
  - 9 « de 50 à 200 salariés »
  - 8 « de 200 à 500 salariés »
  - 11 de « 500 à 2 »000 salariés »
  - 13 de « plus de 2 »000 salariés »

© Observatoire des tendances 2012/2013



# Les acteurs de la prospective dans l'entreprise



la **Prospective** est traitée via un **Comité de Direction** ou un **Comité Stratégique**

**69%**

**24%**

Via un service dédié à la prospective

**16%**

Via le PDG exclusivement

**10%**

Via l'externalisation auprès de conseils



# LA PLACE de la prospective dans l'organisation de l'entreprise



Quand il est existant, le **service Prospective** est rattaché hiérarchiquement au **DG**

**68%**

Direction Marketing

**10%**

Direction de la Stratégie

**10%**

Direction du développement

**10%**

Direction de l'innovation

**10%**



# Quels sont les décideurs de la prospective ?

Comment sont  
décidés les thèmes  
prospectifs à  
explorer ?



Les directions sont habilitées à lancer des études prospectives **45%**  
[77% des entreprises de + 2000 salariés]

Il n'existe pas de règle spécifique **35 %**

Ils sont exclusivement lancés par la direction générale **20 %**

La culture de l'entreprise, c'est la possibilité d'autosaisie sur un thème prospectif par chaque équipe **20 %**

# Les services « complémentaires » à la fonction prospective dans l'entreprise

## Existence de services internes dédiés...



**Service Innovation 62%**

[82% des entreprises de « 500 à 2000 salariés »  
et 83% des « + 2000 salariés »]

**Service Etudes de marchés 59%**

**Service Veille / Intelligence économique 58%**

[83% des entreprises de « + 2000 salariés »]

**Service Recherche & développement 56%**

[82% des entreprises de « + 2000 salariés »]

# Objectif de la prospective en entreprise



Anticiper les mutations globales dans votre secteur d'activité **77%**

Lancer de nouveaux produits et services **77%**

Disposer d'une vision à long terme pour pouvoir construire une stratégie **61%**

Comprendre et anticiper les tendances sociétales **59%**  
[100% des entreprises de « + 2000 salariés »]

Décrypter les nouveaux modes de vie **35%**

Prévoir la situation macro économique **20%**

Gérer les ressources humaines en mode prévisionnel **18%**

# LA LIGNE D'HORIZON



## *L'horizon stratégique des entreprises...*

**Moins de 3 ans 40%**

**de 3 à 5 ans 42%**

**plus de 5 ans 20%**

**plus de 10 ans 10%**

## *L'horizon des études prospectives....*

**63% à 2015**

**47% à 2020**

**8% à 2025**

**4% à 2030**



# Les moyens mis en œuvre pour développer la prospective...



**Organisation de brainstorming pour réfléchir au futur 62%**

**Réalisation des études prospectives sur mesure 41%**

**Achats d'études sectorielles prospectives 39%**

**Intervention conférenciers/experts dans séminaires/CODIR 39 %**

**Veille dans les salons internationaux 35%**

**Participation à des think tanks 31%**

**Système de veille périodique pour le top management 29%**

**Voyages d'études 28%**

**Mise en place de groupes de veilleurs en interne 24%**

**Achat de carnets de tendances de bureaux de style 10%**



# La prospective dans le contexte actuel

*Vision de la fonction prospective pour les 2 prochaines années, face à un environnement incertain...*

49%

Equivalente à aujourd'hui

4%

En retrait par rapport à aujourd'hui

47%

En augmentation par rapport à aujourd'hui



# LES FREINS A LA PROSPECTIVE

*Inconvénients qui bloquent le développement de la prospective dans l'entreprise...*



**Utilité non perçue (24,5%)**

**Théorique (24,5%)**

**Manque de rentabilité (12,2%)**

**Manque d'application opérationnelle (36,7%)**

**Prospective déconnectée de la vision stratégique (24,5%)**

# Les outils manquants pour la prospective en entreprise!!!

41%

**Des cahiers de tendances opérationnels périodiques fournissant une prospective à 360°**

41%

**Un reporting sur les signaux faibles de mon environnement**

35%

**L'organisation de conférences pour le top management avec des sociologues, innovateurs, chasseurs de tendances, philosophes, etc**

33%

**Un best of des tendances sous forme d'un rapport annuel**

30%

**Un séminaire de réflexion prospectif fournissant une synthèse des tendances pertinentes**

24%

**Des brainstormings flash pour impulser de nouveaux scénarios de rupture**

22%

**Un système de vigie créative décalée**

11%

**Des voyages d'études**

# L'intérêt des communautés pour la prospective en entreprise

76%

Verraient un intérêt à travailler en communauté, de type « Open Foresight Club », sur leurs sujets prospectifs et, en échange, à aider les homologues d'autres entreprises sur leurs propres sujets prospectifs

3%

À un rythme bi-mensuel

40%

À un rythme trimestriel

58%

À un rythme semestriel



## Contacts

René Duringer  
Observatoire des tendances

[smartfutur@gmail.com](mailto:smartfutur@gmail.com)

<http://www.observatoiredestendances.com>

06 03 40 79 91

OBSERVATOIRE  
DES TENDANCES

Patrick ROTHE, G et A Links

[rothe@getalinks.fr](mailto:rothe@getalinks.fr)

[www.getalinks.fr](http://www.getalinks.fr)