

Communiqué de presse Innovation – Tout le monde en parle, mais d’où vient-elle et comment la mesurer ?

L’innovation et ses opportunités commerciales pour les dirigeants au cœur de l’analyse du rapport du 3^{ème} BearingPoint Institute.

Paris, 12 septembre 2013 – A l’heure où l’Europe s’extirpe de la crise, le troisième rapport du **BearingPoint Institute**, publié aujourd’hui, a pour thème : l’innovation. Quelles opportunités commerciales apporte-t-elle ? Quelles en sont les origines ? Economie, autorités ou consommateurs ?

Le rapport révèle que les pays en voie de développement sont souvent bien plus innovants que les pays industrialisés. En combinant les connaissances et savoir-faire des pays développés avec les capacités d’adaptation et d’exécution rapides des pays émergents, les entreprises européennes trouvent de nouveaux relais de croissance.

Les lecteurs trouveront également une analyse du contexte de l’après-crise financière. A l’heure où l’état se resserre sur les banques, le rapport révèle que l’innovation proactive, et non pas la réduction des marges bénéficiaires, est clé pour la croissance des banques.

De nouvelles tendances sont explorées dans ce rapport. Alors que les gouvernements et les banques désertent le secteur des bailleurs de fonds, les contributeurs au BearingPoint Institute explorent la piste des investisseurs institutionnels tels que les assureurs pour combler le déficit de financement. Le rapport détaille également les stratégies innovantes du secteur, dévoilant ainsi que les systèmes de santé publique en Europe ont tout à gagner en intégrant la notion, bien maîtrisée dans le secteur privé, de gestion de la relation client. L’autre piste à creuser pour les distributeurs est le digital qui, intégré au meilleur du monde physique, favorise une réussite transsectorielle.

Les entretiens et tribunes libres des influenceurs de grandes entreprises permettent de mieux comprendre le déploiement concret de l’innovation. Michel Goutorbe, Directeur Général Adjoint du Crédit Agricole, présente les facteurs de succès, les risques et les projets futurs de la nouvelle communauté portant sur la stratégie des applications mobile, le **CA Store**. Charles Hampden-Turner de **THT Consulting** explique comment les dirigeants peuvent saisir, « mettre en bouteille » et mesurer l’innovation au sein de leurs organisations. Brett Goldstein, responsable des Systèmes d’Information de la ville de Chicago, décrit comment la veille internationale a été utilisée pour améliorer les processus de décision de la ville, à l’aide de **West Monroe Partners**. Enfin, Yvon Donval, Associé BearingPoint Chine, exprime son point de vue sur le rôle changeant de la Chine et les nouvelles opportunités offertes aux entreprises.

Per Jacobsson, Associé BearingPoint et responsable du BearingPoint Institute, commente le rapport de cette année : « En s'appuyant sur la recherche, sur des analyses et des exemples tirés des secteurs de la banque, de la santé, de l'industrie et de la distribution, ainsi que sur des entretiens menés auprès des leaders des plus grandes entreprises, ce troisième rapport du BearingPoint Institute constitue une perspective inédite du management de l'innovation et des entreprises. Plus que jamais, le besoin de l'Europe de couper avec les modes de pensée traditionnels permet de faire un pas vers l'innovation, à la fois en termes de produits et de stratégie. Les experts de l'Institut pensent différemment. Nous espérons que cela aidera nos clients et les lecteurs à mettre au défi leur situation actuelle et voir le monde d'un œil différent. »

Vous pouvez télécharger l'article sur le site de BearingPoint : www.bearingpointinstitute.com ou nous contacter afin d'échanger de manière plus détaillée sur les thèmes individuels.

A propos de BearingPoint Institute

L'ambition du BearingPoint Institute va bien au-delà du simple débat d'idées. Notre éclairage original a pour ambition de contribuer aux sciences de gestion mais aussi d'aider les décideurs à mieux comprendre l'évolution de l'économie en leur offrant une vision concrète et pragmatique inspirée des missions que nous menons avec nos clients, et enrichies par la recherche. Pour mener à bien ce projet, le BearingPoint Institute repose sur trois piliers : l'expertise des auteurs des études, l'équipe Leadership composée des associés de BearingPoint et l'« advisory board » indépendant composé de chefs d'entreprise et d'universitaires issus de l'élite des écoles et des universités de management du monde entier.

Pour plus d'informations :

Liens :

- www.bearingpointinstitute.com
- [YouTube](#)
- Téléchargez l'application sur : [iPad sur iTunes](#) | [Amazon pour Android](#) | [Google Play](#)

Suivez-nous :

- Twitter: [@institute_be](#)
- LinkedIn: <http://inst.be/linkedin>

A propos de BearingPoint

Les consultants de BearingPoint savent que l'environnement économique change en permanence, et que la complexité qui en découle nécessite des solutions audacieuses et agiles. Nos clients de l'ensemble des secteurs public comme privé obtiennent des résultats concrets lorsqu'ils travaillent avec nous. Nous conjugons compétences sectorielles et opérationnelles avec notre expertise technologique et nos solutions propriétaires, pour adapter nos services aux enjeux spécifiques de chaque client. Cette approche sur mesure est au cœur de notre culture, et nous a permis de construire des relations de confiance avec les plus grandes organisations publiques et privées. Nos 3350 collaborateurs accompagnent nos clients dans plus de 70 pays, avec notre réseau international de partenaires, et s'engagent à leurs côtés pour des résultats mesurables et un succès durable.

Pour de plus amples informations : www.bearingpoint.com

Retrouvez-nous sur twitter : [@BearingPoint_FR](#)



BearingPoint France

Sandrine Pigot
Marketing & Communication Manager
01 58 86 36 78
sandrine.pigot@bearingpoint.com

MSL France

Florence Bastien – Elsa Perretti
01 44 82 46 16 – 01 44 82 45 54
florence.bastien@mslfrance.com
elsa.perretti@mslfrance.com