

La Poste est désormais axée sur l'innovation

La Poste s'est vu décerner l'Award de la «Meilleure gestion des idées» à l'international par le Centre pour la gestion des idées et des innovations (ZI). Lorenz Wyss, responsable d'Ideation et de la Gestion des idées à l'échelle du groupe, a reçu ce prix le 2 mars à Berlin. Norbert Thom, membre du jury, a prononcé cet élogieux discours.



Pendant des décennies, j'ai observé attentivement le développement du système de propositions et de gestion des idées de la Poste, ainsi que le système de son prédécesseur. Au début des années 1990, j'ai préparé une thèse de doctorat sur ce sujet. Les résultats obtenus étaient décevants. A l'époque, pour quelque 60 000 collaborateurs, 300 propositions d'amélioration seulement avaient été soumises. Il régnait encore un vieil esprit de monopole et le pilotage du système n'était pas optimal. En 2007, la participation a augmenté de façon impressionnante: sur le même nombre de collaborateurs, 7000 propositions environ ont été faites. A cette période, la Poste a reçu le prix pour la meilleure idée de gestion dans sa catégorie (grande entreprise), attribué par l'Institut d'organisation et de gestion du personnel (IOP) de l'Université de Berne.

Aujourd'hui, tout est encore beaucoup plus impressionnant. Le jury du ZI a notamment observé que la gestion des idées faisait partie de la stratégie d'entreprise et était utilisée comme un instrument de développement de la culture d'entreprise. Il existe une interconnexion

entre gestion des innovations et gestion des idées. La gestion des idées inclut le système de gestion des idées (SGI), le processus d'amélioration continue (Kaizen) et le crowdsourcing (appels d'offres ouverts). La Direction du groupe est engagée de façon très active dans la gestion des idées. Il existe des objectifs clairs pour poursuivre leur développement. Le dossier de candidature pour le plus grand secteur (courrier) le démontre de manière convaincante. Le marketing autour de la gestion des idées est impressionnant. Citons par exemple l'«innovateur du mois», ou encore la «voiture SMART Postidea» que l'auteur d'une excellente idée peut

utiliser pendant un mois. Les clients ont la possibilité de participer à un atelier Kaizen. Il existe un lien entre la gestion des idées et les décisions du personnel. La créativité des «champions des idées» peut représenter un tremplin de carrière. Aujourd'hui, les chiffres parlent d'eux-mêmes: 1634 propositions ont été transmises via le système de gestion des idées Postidea, 10 199 propositions plus modestes (incrémentielles) via Kaizen et 684 idées par crowdsourcing. Le 32 grandes idées commerciales, qui ont pu être présentées directement au comité de la Direction du groupe Innovation, nouvelles activités et développement durable, méritent une mention particulière. La gestion des idées

de la Poste ne cesse de se développer. Actuellement, par ex-empile, c'est au tour de «Postidea Mobile» d'être promu: un nouveau moyen d'enrichir le panel d'idées par le biais du téléphone mobile. Des «Boost camps» permettent de décider en quelques jours si une idée a ou non un réel potentiel.

Tous ces éléments

démontrent qu'il est possible de voir émerger une entreprise de services axée sur les innovations à partir d'une entreprise en situation de monopole sans réel dynamisme. La directrice générale a pris sous sa responsabilité directe l'unité d'organisation en charge de l'innovation, ce qui souligne son importance stratégique. ■



«La directrice générale a pris sous sa responsabilité directe l'unité en charge de l'innovation, ce qui souligne son importance stratégique.»

Professeur Norbert Thom, membre du jury 2016 du ZI et ancien directeur de l'Institut d'organisation et de gestion du personnel de l'Université de Berne.



www.zentrum-ideenmanagement.de

www.iop.unibe.ch

www.postidea.ch