NEWS RELEASE

Les entreprises doivent se moderniser pour accompagner la marche accélérée vers le travail hybride

9/13/2022

L'étude met notamment en lumière un décalage significatif entre les inquiétudes des collaborateurs et celle des managers sur l'équilibre vie professionnelle – vie personnelle

- 1361 entreprises ont été interrogées en France, en Australie, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis
- 84% des organisations indiquent que des solutions de communication modernes sont essentielles à leur réussite
- Les entreprises doivent investir davantage dans la modernisation de leur infrastructure de communications et de collaboration pour faciliter la mise en place du travail hybride
- La flexibilité, l'agilité et l'assurance d'être dotés de solutions d'avenir sont les moteurs de la modernisation des entreprises

Mitel®, l'un des leaders mondiaux dans le domaine des communications d'entreprise, partage aujourd'hui les résultats d'une étude sur l'état des technologies de communication et de leur usage en entreprise - intitulée **« Fonder le travail hybride sur de solides bases »**. Menée par le cabinet d'analystes **Techaisle**, l'enquête dévoile des données instructives sur la variété des besoins des entreprises en quête de modernisation de leurs technologies de communications pour faciliter la mise en place du travail hybride. L'étude a été menée sur les marchés français, australien, allemand, britannique et américain auprès de 1361 entreprises, dans des secteurs tels que le BTP, la finance, la santé, l'hôtellerie, l'industrie, l'informatique, les services professionnels, le commerce, les télécommunications, les transports et les services publics.

L'étude, qui vise à analyser les tendances, les similitudes et les différences d'attitude à l'égard des communications d'entreprise dans des environnements de travail de plus en plus « hybrides » - fonctionnant désormais en permanence sur un modèle mêlant présence sur site et à distance - a permis de mettre en exergue plusieurs grandes tendances.

Des investissements à revoir à la hausse pour véritablement mettre en œuvre le travail hybride
L'enquête révèle ainsi que, malgré une accélération initiale liée à la pandémie, les entreprises ont encore du chemin à parcourir pour permettre le travail à distance dans des conditions adéquates. 42 % des entreprises françaises (43 % au niveau mondial) s'attendent à ce que leurs collaborateurs travaillent à domicile 3 à 4 jours par semaine de façon pérenne, et à ce que 20 % travaillent exclusivement à domicile. Pourtant, seulement 11 % des entreprises françaises déclarent avoir adopté un mode de pensée hybrid-first, et 44 % des entreprises (42 % en France) admettent ne disposer que de moyens de base pour le travail hybride, notamment du point de vue technologique (outils de collaboration). Seules 34 % des entreprises estiment avoir des pratiques de travail à distance matures avec des outils de communication et de collaboration avancés, alors que 78 % des collaborateurs (72 % en France) affirment que de meilleurs outils de communication et de collaboration les aideraient à mieux effectuer leur travail.

Les entreprises, en quête de modernisation par le biais de solutions de communications unifiées pratiques et flexibles
Bien que nous ne soyons qu'au début de l'accompagnement des pratiques de travail hybride à grande échelle, 83 % des entreprises françaises (84 % au niveau mondial) reconnaissent l'importance des outils de communications et de collaboration, estimant que des communications modernes sont essentielles à leur réussite. Mais les entreprises ne recherchent pas n'importe quelle solution. 69 % d'entre elles souhaitent investir dans des technologies de communication et de collaboration polyvalentes plutôt que dans des équipements spécialisés à vocation unique – venant ainsi renforcer la pertinence des solutions de communications unifiées (UC). Selon les répondants, une solution de communications unifiées efficace doit apporter flexibilité, une large palette de fonctionnalités et l'intégration à de nombreuses autres solutions technologiques telles que les suites bureautiques, les solutions de

gestion de projet et de gestion de la relation client, les rendant parfaitement adaptées à un environnement de travail hybride.

Du côté des achats, les organisations sont également en quête de simplicité et de variété des modèles. En ce qui concerne les communications unifiées sur site en particulier, 41 % des entreprises en France préfèrent acheter des solutions de communications unifiées sous forme de dépenses d'investissement (CapEx), tandis que 29 % d'entre elles préfèrent un modèle de dépenses opérationnelles (OpEx). Les fournisseurs de communications unifiées offrant des conditions d'achat flexibles, notamment des services par abonnement, sont ainsi mieux positionnés pour attirer les entreprises désireuses de moderniser leurs infrastructures de communication.

Employeurs vs collaborateurs : réduire le fossé entre les deux parties, en priorisant la santé mentale et le bien-être
Alors que le phénomène de la « Grande Démission » continue de se propager en France, 48 % des employés s'inquiètent du conflit entre vie professionnelle et vie privée, contre seulement 19 % des employeurs. En outre, 37 % des employés craignent le sentiment de solitude en situation de télétravail, quand seuls 28 % des employeurs expriment la même inquiétude. Et si 50 % des entreprises déclarent disposer d'un processus de remontée d'informations et d'évaluation continue des attentes des collaborateurs, 32 % n'ont pour l'heure pas encore mis en place de mécanisme de ce type. Bien qu'il y ait encore beaucoup à faire pour combler le fossé entre les perceptions respectives des employés et des employeurs, l'étude de Techaisle suggère que des investissements accrus dans des solutions modernes de communications unifiées peuvent servir de catalyseur. Et cela au service de la productivité individuelle et collective, via des connexions fluides entre les employés, les employeurs et les collègues, et contribuer ainsi à atténuer le stress et à stimuler l'engagement.

« Comme le montre l'étude de Techaisle, les entreprises n'investissent pas suffisamment dans les outils et ne mettent pas suffisamment de ressources en œuvre pour répondre efficacement aux besoins d'un environnement de travail qui évolue rapidement vers l'hybrid-first », a déclaré Anurag Agrawal, Fondateur et analyste en chef chez Techaisle. « La complexité du choix et du déploiement, les incertitudes économiques et la nécessité de s'adapter rapidement à des conditions changeantes représentent d'énormes défis pour les entreprises en quête de modernité, et des opportunités tout aussi conséquentes pour les fournisseurs de communications unifiées qui doivent soutenir les clients dans ce processus. D'après nos recherches, les acteurs qui proposent une gestion complète du cycle de vie des clients, conçue pour évoluer en fonction des besoins de ces derniers, ont une stratégie gagnante. »

« Les dernières recherches de Techaisle soulignent le besoin urgent pour les organisations d'investir pour disposer de solutions de communications modernes qui aideront les collaborateurs et les clients à l'ère du travail hybride », a déclaré Christophe Chamy, Directeur Général France et Vice-Président Europe du Sud chez Mitel. « Cependant, compte tenu des nombreux changements auxquels les organisations sont confrontées et des besoins qui varient

considérablement d'une entreprise à l'autre, il peut être difficile de savoir comment naviguer avec succès dans un processus de modernisation. La stratégie commerciale de Mitel est ancrée dans la gestion complète du cycle de vie des clients qui offre aux organisations de tailles et de secteurs différents le choix, la flexibilité, l'évolutivité et le soutien dont elles ont besoin pour accompagner leurs collaborateurs et leurs clients sur le long terme. »

Le livre blanc de Techaisle « Fonder le travail hybride sur de solides bases » est disponible en téléchargement sur ce **lien**.

A propos de Techaisle
Techaisle est une organisation internationale d'études de marché et d'analyse de l'industrie des technologies de l'information, fondée sur le principe que les stratégies de mise sur le marché nécessitent des études perspicaces, des données flexibles et une analyse approfondie. Consciente de la valeur de la cohérence des données sur les marchés pour éclairer la planification stratégique, Techaisle a conservé une approche holistique de la connaissance et fournit des analyses cohérentes à l'échelle mondiale. Techaisle est convaincu que les données sont intrinsèquement plus précieuses lorsqu'elles peuvent être résumées et fournies en tant que réponse à une question spécifique.