

L'innovation dans le monde du travail

📍 FRANCE



Données et stratégies
concrètes d'experts du
Work Innovation Lab d'Asana.

 asana
Work Innovation
Lab



WORK INNOVATION LAB

Dr Rebecca Hinds
Anna James
Dr Mark Hoffman
Michael Hahn

Table des matières

| | | |
|----|---|---|
| 04 | La France dans les starting-blocks face au défi de l'innovation | → |
| 06 | Les indispensables pour combler les lacunes en matière d'innovation | → |
| 07 | Capacité | |
| 12 | Connexion | |
| 14 | Résilience | |
| 17 | Vitesse | |
| 20 | À vos marques, prêts... partez ! | → |

La France dans les starting-blocks face au défi de l'innovation

La France peut s'enorgueillir d'un passé riche en innovations. Chanel et Louis Vuitton ont redéfini la haute couture avec leurs créations révolutionnaires, Airbus repousse les limites de l'aviation en construisant des avions à la pointe de la technologie, Orange façonne l'avenir des télécommunications grâce à ses progrès novateurs en matière de 5G... Autant d'exemples qui illustrent le rôle de pionnières qu'ont toujours joué les entreprises françaises en plaçant la barre plus haut, tous secteurs confondus.

L'approche des Jeux olympiques de Paris 2024 nourrit l'enthousiasme des français envers leur pays, notamment en matière d'innovation. Les employés français considèrent fièrement l'Hexagone comme le leader mondial de l'innovation devant les États-Unis, le Japon et tous les autres pays.

Les travailleurs français classent leur pays comme le plus innovant au monde



Pourtant, un décalage étonnant vient remettre en cause leur perception. Bien que les travailleurs français vantent les mérites de leur pays en matière d'innovation, seulement un tiers d'entre eux (34 %) considèrent leur entreprise comme étant très innovante. De plus, à peine la moitié d'entre eux (53 %) estiment que leur entreprise est réceptive aux idées innovantes. Cette dissonance doit servir de signal d'alarme pour les dirigeants et cadres français.

**Seul un employé
français sur 3 considère
son entreprise comme
étant très innovante**



Le présent rapport 2024 sur l'innovation dans le monde du travail en France analyse en détail le paysage de l'innovation dans le pays. En nous basant sur une enquête menée auprès de 2 001 employés du tertiaire ainsi que sur les données dévoilées par les experts du Work Innovation Lab d'Asana, nous nous penchons ici sur la façon dont les entreprises françaises innovent, sur les difficultés auxquelles elles font face et sur les stratégies qu'elles doivent adopter pour devancer la concurrence et rester à la pointe de l'innovation.



Les indispensables pour combler les lacunes en matière d'innovation

Dans un contexte commercial caractérisé par une concurrence féroce, les entreprises françaises subissent une pression toujours plus forte pour innover. Face à l'essor de l'IA, à la poursuite de la décentralisation du travail et à l'étoffement de la tech stack, les entreprises doivent s'adapter en continu pour rester dans la course. Pourtant, nos recherches ont mis en évidence un constat : les entreprises françaises peinent à suivre le rythme.

L'un des principaux obstacles à l'innovation réside dans la définition qu'en donnent les employés et cadres français. D'après nos conclusions, les travailleurs associent davantage l'innovation à l'adoption de nouvelles technologies qu'à la mise en place de nouveaux processus ou de nouvelles pratiques au travail. Pourtant, même si l'adoption de nouveaux outils est essentielle, elle n'est pas suffisante pour conférer à elle seule un véritable avantage concurrentiel aux entreprises.

Redéfinir l'innovation

La véritable innovation ne se limite pas aux outils : elle nécessite de totalement repenser notre façon

de travailler. Pour exploiter le plein potentiel des technologies émergentes, les entreprises doivent également transformer leurs processus, workflows et méthodes de collaboration. Une grande partie des pratiques actuelles sont obsolètes, en décalage total avec la main-d'œuvre technophile moderne.

Mais alors, comment les entreprises françaises peuvent-elles passer à la vitesse supérieure sur le plan de l'innovation ?

Les principaux moteurs d'innovation pour les entreprises françaises

Au Work Innovation Lab, nous avons analysé des milliers d'entreprises pour identifier les principaux indicateurs d'innovation. Notre **Work Innovation Score** a mis en évidence quatre facteurs clés : capacité, connexion, résilience et vitesse. Bien qu'elle excelle dans certains domaines, la France présente de sévères lacunes dans ceux où l'innovation est indispensable.

Capacité

Les employés ont-ils suffisamment de temps et de disponibilité pour accomplir leur travail efficacement ?

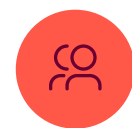
Imaginez la situation suivante : un athlète s'entraîne pour les Jeux olympiques, mais il souffre de burnout et croule sous les entraînements répétitifs qui n'améliorent pas ses performances. C'est dans cette situation que se trouvent actuellement de nombreux travailleurs français. L'innovation n'est stimulée que si les employés sont en mesure d'explorer des pistes et de mettre en œuvre de nouvelles idées. Malheureusement, pas moins de 8 travailleurs français sur 10 déclarent s'être sentis surmenés au cours des six derniers mois.

Le coupable est évident : l'excès de réunions. Les collaborateurs individuels consacrent quatre heures par semaine (soit une demi-journée de travail) à des réunions improductives. La situation est

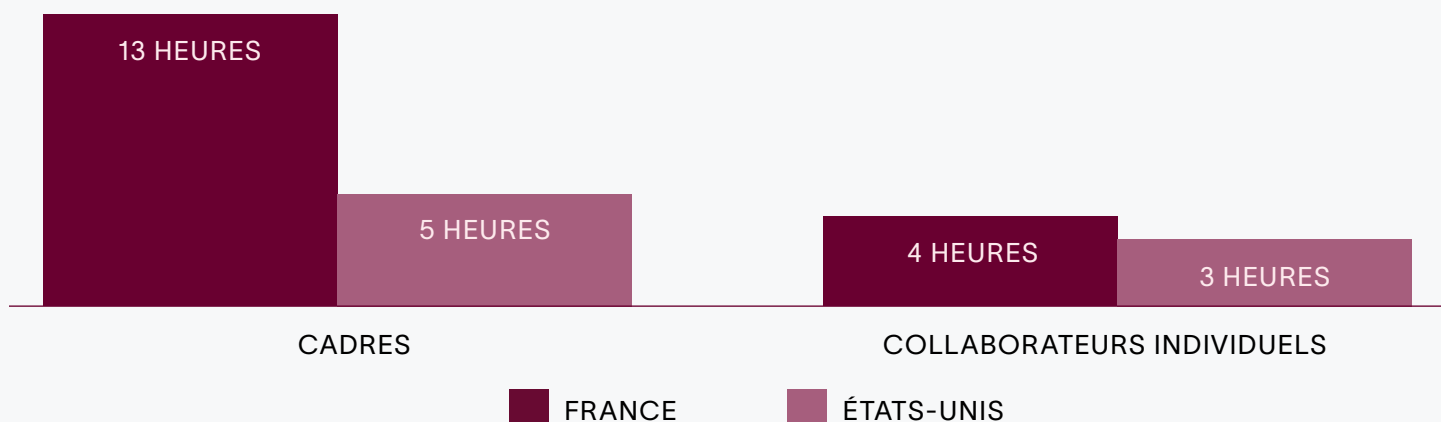
encore pire chez les cadres français, qui perdent jusqu'à 13 heures par semaine dans des réunions improductives, soit deux fois et demi plus que leurs homologues américains.

**8 travailleurs
français sur 10**

**se sont sentis
surmenés au cours
des six derniers mois**



Nombre d'heures gâchées chaque semaine dans des réunions improductives



Les cadres français perdent chaque semaine presque deux journées de travail complètes à cause de réunions improductives



Le nombre de réunions n'est pas le seul problème : leur qualité laisse aussi à désirer. En France, 83 % des réunions sont redoutées des participants, sapant leur moral et leur concentration. Ce chiffre contraste vivement avec celui des États-Unis, où « seulement » 69 % des réunions inspirent l'angoisse. En France, beaucoup de réunions sont synonymes d'improductivité, de manque de suivi exploitable et d'inefficacité.

Pourtant, dans le domaine des activités chronophages, les réunions ne sont que la partie émergée de l'iceberg. Selon nos recherches, une tendance inquiétante s'accroît en France : l'essor du « théâtre de la productivité ». Plutôt que de se concentrer sur le travail important, les employés perdent leur temps sur des tâches qui donnent l'impression qu'ils sont occupés.

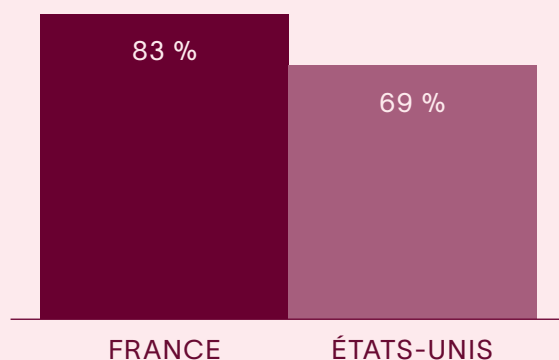
Cette tendance est particulièrement courante chez les cadres : 60 % d'entre eux admettent avoir le sentiment qu'il est parfois plus important de montrer aux autres qu'ils sont occupés que de vraiment mener à bien leur travail. D'ailleurs, les cadres ont 2,4 fois plus de risques que les collaborateurs individuels de recourir à cette pratique.

Les répercussions de cette culture sont graves. Lorsque les employés s'épuisent à se donner l'air occupé, il leur reste peu d'énergie pour faire preuve de créativité et mener des expérimentations, deux démarches pourtant essentielles à l'innovation. Par ailleurs, cette pratique montre un mauvais exemple aux employés, en plus de créer un cercle vicieux

qui favorise le burnout et freine le progrès. Ainsi, rien d'étonnant à ce que les cadres qui se livrent au théâtre de la productivité soient plus susceptibles de faire un burnout que les autres.

83 %

des employés du tertiaire français redoutent leurs réunions



3 cadres sur 5

affirment participer au théâtre de la productivité

Pourcentage de cadres victimes de burnout



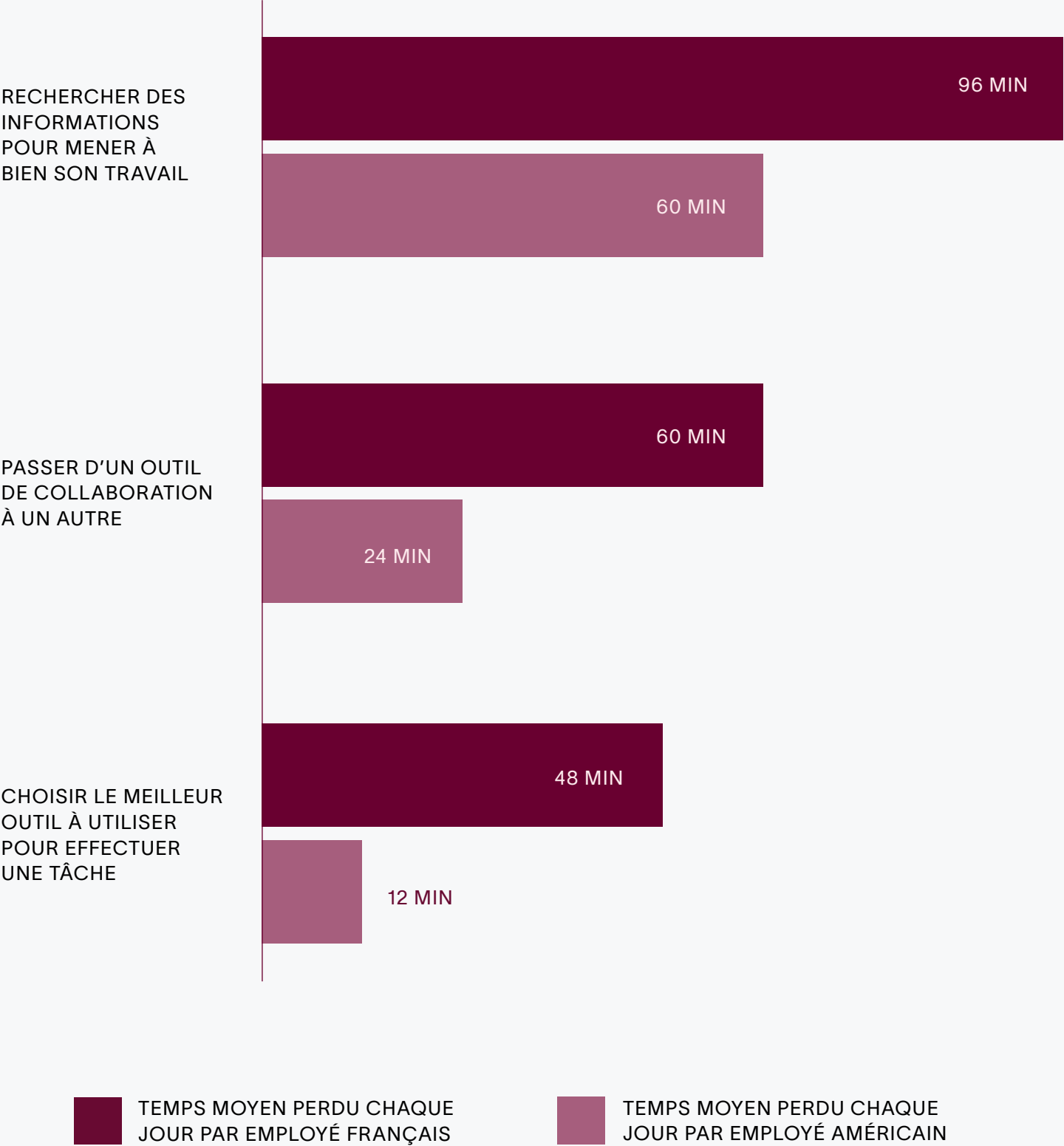
Pour sortir de ce piège, les entreprises doivent commencer à mesurer et à valoriser les résultats (progression au regard des objectifs commerciaux, entre autres) plutôt que la performance (nombre de réunions, par exemple). L'investissement dans des technologies qui favorisent la centralisation du travail et la transparence sur la progression réelle s'avère ici crucial. Dotées de tels outils, les équipes pourront se concentrer sur les activités génératrices de véritable valeur ajoutée, sans avoir à dépendre de réunions et d'e-mails superflus.

En outre, le burnout et le travail inefficace sont renforcés par l'utilisation de technologies disparates. Les travailleurs français perdent 96 minutes par jour à rechercher les informations dont ils ont besoin pour mener à bien leur travail, et 60 minutes à passer d'un outil de collaboration à l'autre.

Cet incessant fonctionnement multitâche numérique fait des ravages. Pas moins de 84 % des travailleurs français déclarent ressentir un certain degré d'épuisement numérique, et 78 % d'entre eux affirment avoir eu besoin d'une désintoxication numérique au cours des six derniers mois (que ce soit en désactivant les notifications ou en faisant des pauses).

Malgré la gravité de cette situation, seulement 21 % des travailleurs estiment que leurs dirigeants s'efforcent activement de faire face à l'épuisement numérique, et uniquement 22 % des dirigeants pensent prendre des mesures suffisantes pour lutter contre le problème. Ce décalage flagrant constitue une difficulté tout en offrant une opportunité : celle de procéder à des changements significatifs.

Temps perdu chaque jour en raison d'outils de collaboration disparates



Stratégies pour lutter contre l'épuisement numérique

POUR EFFICACEMENT RÉSOUDRE CE PROBLÈME, LES DIRIGEANTS PEUVENT ADOPTER DIVERSES STRATÉGIES CLÉS :



Investir dans des technologies pour évaluer les résultats réels

Mettre en place des outils pour suivre et mesurer les résultats significatifs, plutôt que de se focaliser uniquement sur la performance. Cette initiative favorisera l'abandon du théâtre de la productivité au profit de résultats concrets et d'une valeur ajoutée.



Favoriser l'alphabétisation numérique

Aider les employés à développer les compétences nécessaires pour utiliser efficacement les outils numériques, de façon à réduire le temps perdu à rechercher des informations et à passer d'une plateforme à l'autre. Fournir des instructions claires sur les technologies à utiliser pour chaque type de tâche afin de réduire la confusion et d'optimiser la productivité.



Simplifier les outils de collaboration

Réaliser des audits réguliers pour éliminer les redondances, intégrer les systèmes et veiller à ce que chaque outil ait un rôle clair et essentiel. Investir dans un ensemble normalisé de technologies de collaboration à l'échelle de l'entreprise. Soixante-sept pour cent des cadres français sont partisans de cette homogénéisation.



Encourager les vraies pauses et montrer l'exemple

Illustrer le respect de la limite entre vie professionnelle et vie privée en encourageant le droit à la déconnexion. Pour ce faire, il est important d'autoriser les employés à ignorer les communications (e-mails, SMS et appels) en dehors de leurs horaires de travail. Les cadres doivent montrer l'exemple en vue de créer une culture axée sur la productivité durable.

67 %

des cadres français affirment que les entreprises doivent adopter un ensemble standard de technologies de collaboration utilisable par tous les employés, quels que soient leur équipe et leur poste

Connexion

Les employés collaborent-ils efficacement ?

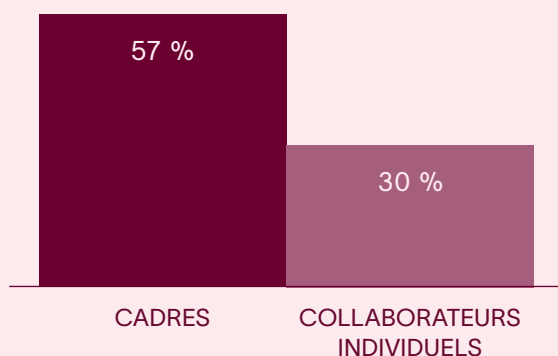
Dans la course à l'innovation, une collaboration efficace joue un rôle aussi crucial qu'un passage de relais. Pourtant, à l'heure où les entreprises françaises se tournent vers la décentralisation du travail, ces relais sont encore maladroits.

Presque la moitié (48 %) des employés jonglent entre des méthodes de communication synchrones (en temps réel) et asynchrones (différée). Les entreprises françaises réalisent actuellement qu'elles ne disposent pas de technologies propices au travail asynchrone. Pour les employés, la surcharge d'informations est le principal obstacle à une collaboration efficace : face à ce trop-plein, ils ont souvent du mal à identifier les priorités et les urgences.

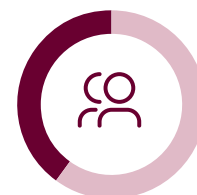
Plus inquiétant encore, seulement 40 % des employés ont le sentiment que leur entreprise a mis en place des mesures précises pour évaluer l'efficacité de la collaboration. Les cadres sont 90 %

plus susceptibles que leurs employés de déclarer qu'ils mesurent l'efficacité de la collaboration en se basant sur des critères précis, mettant en évidence un décalage troublant entre la perception des dirigeants et la réalité quotidienne de leurs équipes.

Pourcentage d'employés déclarant que leur entreprise utilise des critères précis pour mesurer l'efficacité de la collaboration



Seuls 40 % des employés français pensent que leur entreprise mesure l'efficacité de la collaboration



Cette discordance quant aux critères d'évaluation de l'efficacité de la collaboration constitue bien plus qu'une différence d'opinion : elle laisse échapper l'occasion de stimuler l'innovation à tous les niveaux de l'entreprise.

Moins de la moitié (49 %) des employés affirment que leurs managers leur font part de commentaires

sur leur façon de collaborer avec les autres, et ils sont encore moins (43 %) à recevoir des retours de la part de leurs pairs. Il ne s'agit pas là d'une réticence à faire des retours, mais plutôt d'une incertitude quant à ce qui fait l'efficacité de la communication et de la collaboration en premier lieu.

Pour donner un nouvel élan à la collaboration et à l'innovation, les entreprises françaises doivent :



Établir clairement des consignes de communication

Les entreprises doivent établir et diffuser des consignes claires sur la façon d'utiliser les différents moyens de communication (e-mails, messagerie instantanée, appels vidéo, etc.) et sur les cas d'utilisation de chaque outil pour réduire la confusion.



Mettre en place des boucles de feedback régulières

Il est essentiel d'encourager les feedbacks réguliers entre les employés, mais aussi entre les employés et leurs managers. En plus de favoriser la résolution rapide des problèmes, ces retours permettent à tout le monde d'être sur la même longueur d'onde.



Établir des indicateurs de collaboration

L'établissement de normes de communication et de collaboration à la fois claires et mesurables est crucial. Investissez dans des outils tels que le **Work Innovation Score** pour obtenir de précieuses données sur l'efficacité et l'efficiency de la collaboration d'équipe : vous pourrez alors identifier les axes d'amélioration et suivre les progrès au fil du temps.

Résilience

Dans quelle mesure le départ d'un employé affecte la stabilité de votre entreprise ?

En cette époque où les innovations évoluent à un rythme effréné, la résilience (c'est-à-dire la capacité à veiller à ce que, quand les employés s'en vont, ils n'emportent pas avec eux leurs contributions au travail et à l'innovation) est primordiale. Tout comme une équipe de course de relais doit être capable de s'adapter si un membre d'équipe se blesse, une entreprise doit pouvoir continuer à innover au gré des départs et arrivées d'employés.

Aligner le travail des employés sur les objectifs stratégiques

Pour stimuler la résilience, il existe une méthode clé : veiller à ce que tous les employés puissent mesurer l'impact de leur travail sur les objectifs stratégiques de l'entreprise. Après tout, si vous entraînez une équipe de foot, vous veilleriez à ce que chaque joueur comprenne son rôle dans la stratégie de jeu globale, n'est-ce pas ?

Malheureusement, les entreprises françaises ont encore beaucoup de progrès à faire sur ce point. Seulement la moitié environ (56 %) des collaborateurs individuels affirment connaître les objectifs stratégiques de leur entreprise (contre 73 % des cadres).

Seulement 51 % des employés français estiment que leur entreprise communique efficacement ses objectifs. Les collaborateurs individuels sont les moins susceptibles de partager cet avis (42 %), par opposition aux cadres (72 %). Cet écart flagrant révèle un décalage dangereux entre la direction et les employés de première ligne, amenant à penser que les cadres surestiment l'efficacité de leurs efforts de communication. De leur côté, les collaborateurs individuels ne disposent pas de la clarté dont ils ont besoin pour aligner leur travail sur les objectifs de l'entreprise.

56 %

**des collaborateurs individuels
affirment connaître les objectifs
stratégiques de leur entreprise**



Seulement 42 % des collaborateurs individuels estiment que les objectifs stratégiques sont efficacement communiqués au sein de leur entreprise



La transparence sur les objectifs et leur suivi est essentielle à la résilience. Lorsque la progression est clairement suivie, il est plus facile pour les nouveaux membres d'équipe de reprendre le travail là où les autres se sont arrêtés. Pourtant, seulement 53 % des travailleurs estiment que leur entreprise assure un suivi efficace des objectifs. Encore une fois, les collaborateurs individuels (46 %) sont bien moins susceptibles que les cadres (71 %) de partager ce point de vue.

En plus de nuire à la communication, ce manque de transparence entrave l'innovation. Lorsque les

employés ont des doutes sur les objectifs de leur entreprise, ou qu'ils se sentent coupés de ceux-ci, ils sont moins susceptibles de contribuer efficacement à leur accomplissement.

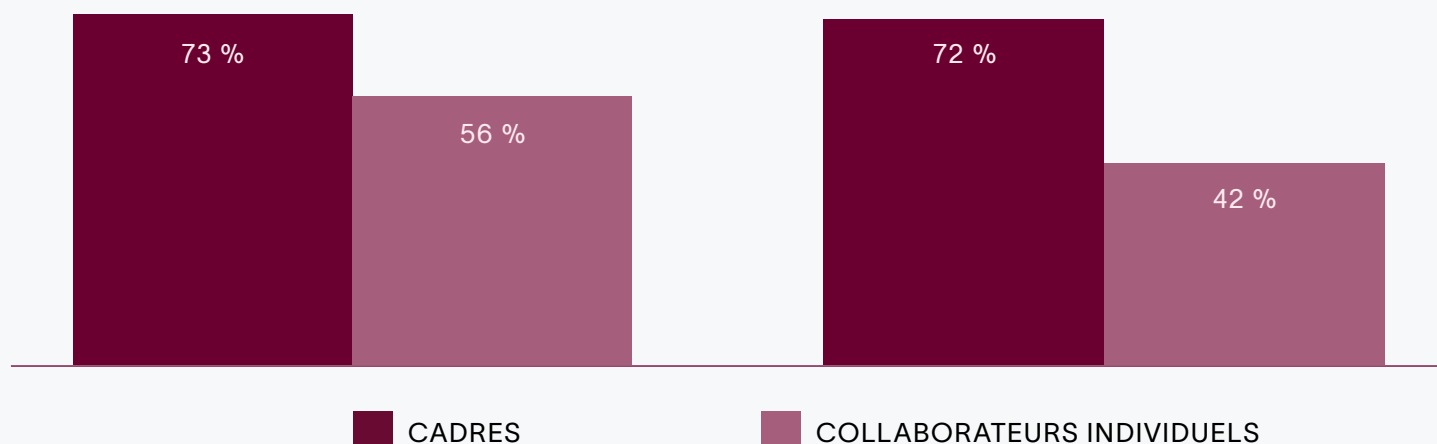
Par ailleurs, ce manque de clarté contribue à la rotation du personnel. Lorsque des employés s'en vont, leurs successeurs ont plus de mal à prendre le relais, faute de clarté sur le contexte et les priorités du travail à accomplir. Imaginez participer à une course de relais sans savoir où se trouve la ligne d'arrivée ou quand passer le bâton au prochain coureur...

Seulement 46 % des collaborateurs individuels estiment que la progression au regard des objectifs est suivie efficacement, contre 71 % des cadres



Travailleurs qui connaissent les objectifs stratégiques de leur entreprise

Travailleurs qui affirment que leur entreprise communique les objectifs stratégiques de façon efficace



Mais alors, quelle est la solution ?

LES DIRIGEANTS DOIVENT SE CONCENTRER SUR DEUX RÉOLUTIONS CONNEXES :



Favoriser la clarté des objectifs

Les dirigeants doivent veiller à ce que chaque membre d'une équipe, peu importe son poste et son ancienneté, connaisse les objectifs de l'entreprise et comprenne réellement le rôle qu'il joue dans leur accomplissement. Plutôt que de simplement communiquer les objectifs aux employés, il est essentiel de faire le lien entre leur travail personnel et la réussite de l'entreprise. En alignant ainsi le travail sur les objectifs, les dirigeants peuvent renforcer la détermination et l'implication des employés vis-à-vis de leur mission.



Investir dans des outils de suivi des objectifs

Les entreprises doivent impérativement investir dans des technologies efficaces de suivi des objectifs : c'est ainsi que le travail suivra son cours en toute fluidité, même quand des employés quittent l'entreprise. En plus de permettre aux équipes de maintenir leur élan, l'adoption d'un système fiable et centralisé de suivi des jalons et des accomplissements aide les nouvelles recrues à rapidement prendre leur poste en main.

Vitesse

À quelle vitesse le travail progresse-t-il au sein de votre entreprise ?

Dans la course mondiale à l'innovation, la vitesse est de mise. La rapidité à laquelle une idée fraîchement conçue peut être mise en œuvre représente un avantage concurrentiel clé.

Paradoxalement, les technologies ralentissent l'innovation au sein des entreprises françaises. Pas moins de 95 % des travailleurs affirment que leur entreprise doit innover sur le plan des technologies. Si vous participiez à une épreuve de course, pourriez-vous vous mesurer à l'élite mondiale en portant des baskets d'un autre temps ?

95 %

des employés estiment que leur entreprise a besoin d'innover au niveau des technologies et des outils utilisés au travail



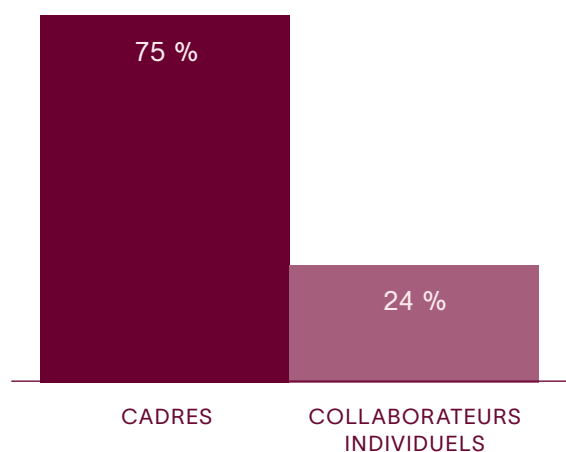
Une adoption inégale de l'IA

Grâce à sa faculté à optimiser les processus et l'efficacité opérationnelle, l'IA est vouée à devenir un outil incontournable pour booster les performances. Pourtant, l'adoption de cette technologie est étonnamment inégale au sein des entreprises françaises. Alors que 75 % des cadres utilisent l'IA de façon hebdomadaire, seulement 24 % des collaborateurs individuels peuvent en dire autant.

Cet écart notable représente un obstacle majeur à l'innovation. Les cadres tournent à plein régime en exploitant l'IA pour obtenir des données et prendre des décisions, mais la majorité de la main-d'œuvre reste cantonnée à des outils et processus traditionnels. Imaginez le résultat si, dans une équipe de cyclisme, les coureurs en tête du groupe avaient accès à des casques aérodynamiques, des vélos ultra-légers en fibre de carbone et des programmes nutritionnels spéciaux, alors que le reste de l'équipe se débattait avec de lourds cadres en acier et du matériel vétuste.

75 % des cadres utilisent l'IA de façon hebdomadaire, contre 24 % des collaborateurs individuels

Pourcentage de travailleurs utilisant l'IA de façon hebdomadaire



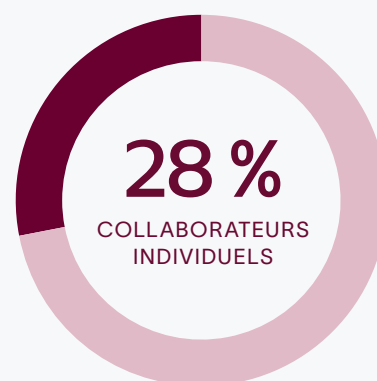
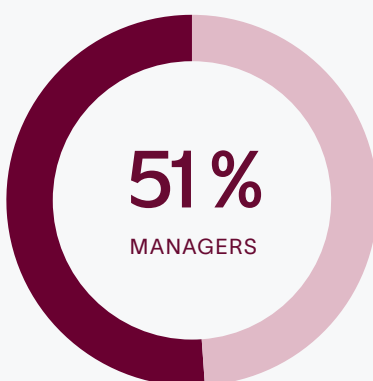
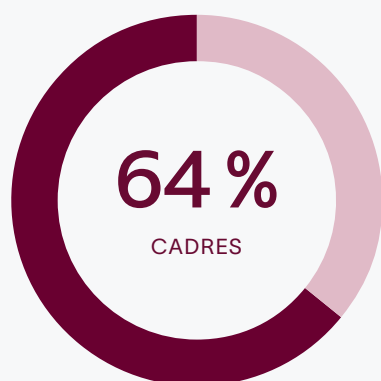
Le problème réside en partie dans le manque de connaissances en matière d'IA. Presque la moitié des employés (48 %) affirment ne pas disposer des ressources dont ils ont besoin pour apprendre à utiliser efficacement l'IA générative. Sans surprise,

il n'est pas facile d'utiliser une technologie sans y avoir été formé.

Les opinions sur l'IA varient selon les niveaux hiérarchiques : les cadres sont pour la plupart optimistes (64 %), les managers un peu moins (51 %), et seulement 28 % des collaborateurs individuels partagent cet avis positif. Cette divergence d'opinion révèle un certain degré de résistance qui pourrait freiner davantage l'innovation et l'adoption de l'IA.

Alors que l'opinion des employés du tertiaire vis-à-vis de l'IA varie, 44 % des collaborateurs individuels se déclarent neutres quant à l'impact de l'IA sur leur travail et ne se sentent ni optimistes ni pessimistes. Cette indécision constitue une excellente opportunité pour les entreprises françaises de promouvoir l'utilisation de l'IA sur le lieu de travail. Les entreprises ont le potentiel de faire pencher la balance et de favoriser l'adoption de l'IA en informant et en instruisant ces personnes indécises. Pour ce faire, elles doivent faire preuve de transparence sur les objectifs et les avantages de l'IA, la présenter comme un collègue sur lequel on peut compter (plutôt qu'un simple outil), proposer des formations pratiques et soutenir les employés afin de les aider à comprendre et à utiliser efficacement ces outils.

Pourcentage de travailleurs se déclarant optimistes quant à l'impact de l'IA générative sur leur travail



Les dirigeants français devraient adopter les stratégies suivantes pour stimuler l'adoption rapide de l'IA :



Investir dans la formation à l'IA

Pour exploiter pleinement le potentiel de l'IA, les entreprises françaises doivent faire de la formation à l'IA leur priorité à tous les niveaux hiérarchiques et fournir des ressources aux employés. Pour plus d'efficacité, l'idéal est d'identifier et d'encourager des ambassadeurs formés à l'IA dans les divers services. Véritablement passionnés, ces individus maîtrisent parfaitement l'IA et ont les compétences en communication nécessaires pour prôner l'utilisation de cette technologie, former leurs coéquipiers et, à terme, libérer pleinement le potentiel de l'IA.



Encourager une utilisation éthique de l'IA

Les entreprises peuvent favoriser un climat de confiance en plaidant pour des pratiques éthiques en matière d'IA. Dans cette optique, elles doivent établir des consignes claires pour garantir une utilisation responsable de l'IA, veiller à la transparence et à la responsabilité dans les processus décisionnels basés sur l'IA et régulièrement faire part des mesures prises pour atténuer les risques.



Mesurer l'adoption de l'IA et l'opinion des utilisateurs à l'aide de données

Les entreprises françaises doivent évaluer en continu l'impact et l'efficacité des outils d'IA, recueillir l'avis des utilisateurs de tous les niveaux hiérarchiques et se baser sur ces données pour améliorer la mise en œuvre de l'IA. Dans cette optique, le recours à une approche orientée données s'avère essentielle pour mesurer l'adoption de l'IA.

L'exploitation du plein potentiel de l'IA ne se fera pas du jour au lendemain : la course vers l'innovation est un marathon, pas un sprint. Les entreprises françaises doivent supprimer un à un les obstacles qui freinent leur course en investissant dans des formations, en adoptant des pratiques éthiques et en basant leurs mesures sur des données.

À vos marques, prêts... partez !

À l'heure où le rythme d'activité des entreprises s'intensifie, celles-ci sont face à un choix critique : regarder la course de loin ou devenir des ambassadeurs de l'innovation. Les initiatives que vous prenez maintenant détermineront votre future place sur le podium. L'avenir de l'innovation est entre vos mains. Le moment est venu de vous placer sur la ligne de départ et de vous lancer dans la course.

Méthodologie de recherche

Dans le cadre de cette étude du Work Innovation Lab d'Asana, 2 001 professionnels en France ont été interrogés entre le 16 et le 23 avril 2024. L'enquête a été réalisée via Qualtrics et ne ciblait ni les clients ni les employés d'Asana. Les participants étaient tous des employés du tertiaire en activité. Le terme « cadre » désigne dans cette enquête les postes de directeur ou niveaux supérieurs.

Ressources supplémentaires pour les dirigeants français

Pour en savoir plus sur le Work Innovation Lab, consultez

workinnovationlab.com

Consultez nos autres rapports, conçus pour aider les dirigeants à guider leur entreprise vers l'avenir du travail.

L'état de l'IA au travail

Découvrez des données exploitables à mettre en œuvre dès aujourd'hui pour permettre à votre entreprise de mieux comprendre et utiliser l'IA.

Télécharger le rapport

L'état des technologies de collaboration

Apprenez à désencombrer la tech stack de votre entreprise et à gagner en efficacité.

Télécharger le rapport

Guide pour se débarrasser des réunions superflues

Découvrez des stratégies éprouvées pour éliminer les réunions stériles et dégager plus de temps pour le travail qui compte vraiment.

Télécharger le rapport