

**Extrait du nouveau livre de michel Hébert « Et s'il fallait tout changer ! »  
(Ed. L'harmattan)**

**Extrait des annexes**

## **Que pensent les entreprises de l'imprévisible**

**Quelles conséquences ? C'est l'objectif de l'étude que nous avons faite en janvier 2013.  
Les entreprises ont-elles une farouche volonté de réfléchir et d'agir ?**

### **Quelques résultats**

Ces résultats tracent le cadre des réflexions que nous devons mener pour travailler sur ce monde inconnu qu'est l'imprévisible.

Pour **65 %** des entreprises, **l'imprévisible devient le défi numéro 1** qu'elles doivent affronter dorénavant.

Pour **95 %** des sondés, **une nouvelle manière de réfléchir s'impose** ; il est désormais urgent de s'écarter des modèles établis et d'envisager de nouveaux modes de réflexion : **rapidité, flexibilité, réactivité.**

**71 %** des entreprises disent **que les modèles de prévisions habituels sont de moins en moins pertinents.** Sans modèles de prévision pertinents, il faut introduire de nouvelles formes de réflexion et d'action. Ainsi pour mieux appréhender l'imprévisible.

**81 %** des entreprises pensent qu'il faut tenter des expérimentations pour obtenir des retours d'expériences et ouvrir de nouvelles voies pour mieux comprendre ce monde nouveau.

**78 %** des personnes interrogées disent que le long terme devient **une succession d'étapes à court terme réussies.**

En l'absence de modèles pertinents, il est essentiel de **privilégier l'intuition et l'opportunisme (77 %).**

**93 %** des entreprises pensent également que la réactivité est plus que jamais cruciale et que la rapidité de réflexion et de décision est devenue fondamentale.

**85 %** des entreprises pensent que l'imprévisible sera de plus en plus fréquent à l'avenir.

**« Et s'il fallait tout changer ? » est disponible sur le site de l'éditeur [www.harmattan.fr](http://www.harmattan.fr), [Amazon.fr](http://Amazon.fr), [Fnac.com](http://Fnac.com) ou en commande chez les libraires au prix de : 23,50 €.**