

Transformation digitale : les entreprises peinent à avancer malgré leurs investissements

Malgré les progrès réalisés pour améliorer l'expérience client, la plupart des entreprises ne disposent pas des compétences digitales et du leadership nécessaires à la réussite de leur transformation digitale

Paris, le 3 juillet 2018 – Une nouvelle étude du *Digital Transformation Institute* de [Capgemini](#) souligne que seule une minorité des entreprises estime posséder les compétences digitales (39%) et le leadership nécessaires (35%) à la réussite de leur transformation digitale. Selon le rapport intitulé « [Understanding Digital Mastery Today : Why companies are struggling with their digital transformations](#) », alors que les entreprises ont réalisé de belles avancées dans l'amélioration de l'expérience client, elles rencontrent des difficultés dans la transformation de leurs opérations. De plus, les organisations ne parviennent pas à créer une culture digitale forte nécessaire à la mise en œuvre de leur transformation numérique.

L'étude, réalisée auprès de plus de 1 300 cadres de plus de 750 entreprises (la majorité d'entre elles ont un chiffre d'affaires dépassant 1 milliard de dollars), compare les progrès actuels de la transformation digitale aux constats établis dans l'étude de Capgemini Consulting et MIT Sloan de 2012, « [The Digital Advantage: How Digital Peers Outperform Their Peers in Every Industry](#) ». Ce nouvel état des lieux indique que malgré d'importants investissements consacrés aux initiatives de transformation digitale, qui devraient dépasser 2 000 milliards de dollars d'ici 2021¹, les entreprises s'estiment aujourd'hui moins bien équipées en compétences de leadership qu'elles ne l'étaient il y a 6 ans (44% en 2012 contre 35% en 2018), tandis que moins de la moitié d'entre elles pensent qu'elles disposent des compétences digitales nécessaires à leur transformation (39% en 2012 tout comme en 2018).

Les entreprises progressent dans l'expérience client mais l'excellence dans leurs opérations fait toujours défaut

L'expérience client est la compétence digitale dans laquelle les entreprises se sont investies en priorité et ont le plus progressé. En effet, 43% des entreprises utilisent aujourd'hui des canaux mobiles pour vendre des produits et services, contre 23% en 2012. De plus, près de 40% améliorent leurs connaissances des marchés et des clients grâce aux objets connectés, contre seulement 17% en 2012. Ces gains ne sont pas surprenants compte tenu de l'utilisation généralisée des canaux et applications mobiles parmi les consommateurs et des progrès réalisés dans les technologies de l'Internet des objets (IoT).

Cependant, seulement 36% des organisations déclarent exceller dans leurs opérations². Bien que la part des organisations qui conçoivent leurs produits avec des outils digitaux ait quelque peu augmenté entre 2012 et 2018 (de 38% à 40%), seules 35% d'entre elles contrôlent leurs opérations en temps réel (48% en 2012), seulement 29% modifient leurs processus opérationnels pour s'adapter rapidement aux changements

¹ IDC, « *IDC Forecasts Worldwide Spending on Digital Transformation Technologies to Reach \$1.3 Trillion in 2018* », décembre 2017

² Les opérations comprennent des aspects tels que : la conception digitale de produits et de services, la capacité d'adapter rapidement les processus opérationnels, le suivi en temps réel et la capacité des employés à partager leurs connaissances, à collaborer grâce à des outils digitaux et à effectuer leur travail depuis n'importe quel endroit.



externes (34% en 2012), et de nombreuses organisations ne disposent pas des outils et des capacités attendus par leurs employés. Seules 38% des organisations affirment que leurs employés utilisent des outils collaboratifs digitaux et seules 33% considèrent que les technologies digitales améliorent la communication entre les dirigeants et les employés (70% et 62% respectivement en 2012).

Les relations se dégradent entre le business et l'IT

A l'ère du digital, de bonnes relations entre le CIO (*Chief Information Officer*) et les autres membres de l'équipe de direction sont essentielles. Cependant il semblerait que ce ne soit pas le cas dans la plupart des organisations. Alors que 65% des entreprises estimaient que le CIO et les autres dirigeants partageaient une vision commune concernant le rôle de l'IT dans leur organisation en 2012, elles ne sont plus que 37% en 2018. En 2012, 59% des répondants estimaient que le CIO et les dirigeants avaient une vision commune de la façon dont l'IT pouvait être utilisé pour accroître la productivité des opérations de l'organisation. Ce pourcentage est tombé à 35% en 2018. Aujourd'hui, seuls 36% des répondants estiment que le CIO et les autres dirigeants sont d'accord sur les priorités d'investissement dans l'IT, alors qu'ils étaient 53% à le penser il y a six ans. Selon le rapport, cela suggère que l'optimisation se fait toujours en silos ou que les décideurs côté business sont trop impatients pour suivre le rythme plus lent de l'IT et développent ainsi l'informatique parallèle³ pour mener leurs initiatives.

«Le rythme de développement des produits, des solutions et de l'innovation digitale a considérablement accéléré», déclare Bagnasco Enrico Maria, responsable de l'innovation chez Telecom Italia. « Il est donc important pour les entreprises d'entretenir un dialogue ouvert avec leur écosystème externe et de trouver le juste équilibre entre le business et la technologie pour atteindre leurs objectifs en matière de transformation digitale.»

Une progression freinée par le manque de culture digitale

Outre les défis que représente le leadership, le rapport révèle que les entreprises n'ont pas été capables de créer la culture digitale propice à la réussite de leur transformation. Seulement 36% des organisations affirment que la discussion autour des initiatives digitales est ouverte à tous (49% en 2012) et seules 38% d'entre elles déclarent disposer d'un programme spécifique destiné à former leur personnel en place au digital. Les dirigeants ont besoin d'impliquer leurs collaborateurs dans leur vision de la transformation digitale, mais à l'heure actuelle, seuls 36% des entreprises pensent que les dirigeants et managers partagent une vision commune de cette transformation.

D'après Cyril Garcia, responsable des services digitaux de Capgemini, *« l'environnement technologique actuel est bien plus complexe qu'en 2012. Les nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, l'automatisation et l'Internet des objets offrent aux entreprises des opportunités inédites. Mais pour réussir, ces dernières doivent avant tout parvenir à adapter et intégrer ces technologies à leurs activités. Pour en tirer pleinement avantage, les dirigeants ne doivent pas se contenter d'investir dans ces nouvelles technologies, mais doivent œuvrer de concert avec leurs collaborateurs à la progression de la transformation digitale de leur entreprise. Ils doivent en effet s'attacher autant à la gestion du changement qu'à la compréhension de la technologie. »*

³ L'informatique parallèle fait référence à des périphériques, logiciels et services qui ne sont pas sous le contrôle de propriété des organisations informatiques



Garder le cap d'une transformation digitale réussie

Aujourd'hui, de nombreuses organisations font face aux réalités de la complexité de leur transformation et réalisent à quel point il peut être difficile de la réussir. Le rapport révèle que les organisations n'ont pas avancé suffisamment vite sur le sujet des talents et de la culture digitale, entravant ainsi leur succès. Le rapport recommande que les efforts des entreprises se portent sur les dimensions clés du succès de la transformation digitale, telles que les opérations, la gouvernance, et en particulier les talents et la culture.

Vous pouvez télécharger une copie du rapport en cliquant [ici](#).

Méthodologie de l'étude

Cette étude a été réalisée d'avril à mai 2018 auprès de 1 338 cadres exerçant des fonctions dans 757 entreprises, dont 71% ont déclaré, au titre de l'exercice fiscal 2017, un chiffre d'affaires supérieur au milliard de dollars.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

À propos du Digital Transformation Institute

Le Digital Transformation Institute est le centre de recherche de Capgemini sur le digital. L'institut publie régulièrement des études sur l'impact des technologies numériques au sein des organisations et des grands secteurs économiques. L'équipe de l'Institut s'appuie sur le réseau international d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Il dispose de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.