

Les PME peuvent suivre la numérisation par étape plutôt que par de grands projets

ÉTUDE CCIG. Il faut cerner les enjeux de la quatrième révolution industrielle avant de déterminer comment affronter les changements et en tirer profit.

CHRISTIAN AFFOLTER

L'étude menée par la journaliste Aline Yazgi sur mandat de la **CCIG**, et en collaboration avec elle, relève un aspect déconcertant de la quatrième révolution industrielle par rapport aux trois précédentes. Chacune de celles-ci était liée à l'émergence d'une nouvelle technologie - la machine à vapeur, l'électricité, l'informatique/microélectronique. Cette fois-ci, c'est une combinaison de plusieurs technologies qui engendre la quatrième révolution industrielle. Il est ainsi possible de faire usage d'objets connectés, de la réalité virtuelle, du big data, de l'intelligence artificielle, de la blockchain, des robots collaboratifs (qui s'associent pour effectuer des tâches répétitives), de l'impression 3D ou encore des drones. Mais c'est la combinaison de toutes ces technologies qui est l'aspect le plus intéressant. Cela rend son impact à la fois plus global et plus difficile à saisir et à gérer. Néanmoins, un élément se trouve à son centre: la donnée. Les nouvelles technologies apportées «entraînent un profond boulever-



HÉLÈNE DE VOS VUADENS. La responsable Communication et relations investisseurs de la BCGE encourage l'initiative individuelle.

sement de la manière des entreprises de fonctionner et d'appréhender le monde», constate l'étude. Toutes les entreprises sont concernées et doivent réfléchir à leur stratégie. Ce dossier ne concerne pas que le responsable IT, voire la société externe qui s'occupe de l'informatique, mais il doit faire partie des priorités de la di-

rection générale, tout comme du conseil d'administration. «La hantise principale d'un entrepreneur que j'ai rencontré est de se voir soudainement disrupté par une entreprise qui vient de nulle part», a souligné Aline Yazgi. Pour combattre cette menace (voire la tourner en opportunité), les entreprises traditionnelles doi-

vent être encore plus à l'écoute de leurs clients. Non pas dans le sens classique du «le client est roi», mais en le laissant participer activement au développement de l'offre, notamment dans le sens d'une personnalisation accrue. Cette démarche participative est facilitée par la dématérialisation de l'information, qui libère sa circulation. La contrepartie en est qu'il faut assurer la sécurité des données face à des points d'entrée et des cybermenaces toujours plus nombreux. Le principe est simple: il faut protéger les actifs numériques comme les autres actifs.

Il ne faut pas considérer non plus que la numérisation représente un projet trop important, trop coûteux, entraînant trop de changements profonds pour être à la portée d'une PME. Le processus commence par l'élaboration d'une stratégie. «Les entreprises peuvent procéder par petits pas, commencer par des choses simples, la mise en place d'un site web, un suivi de la production au quotidien, l'installation d'un bon système CRM pour la gestion des relations clients. Mais elles doivent com-

prendre que ce processus n'est jamais terminé, qu'il faut adopter une culture du changement permanent. Elles doivent aussi être conscientes du fait que plus personne ne peut tout faire tout seul. L'esprit de silo n'est plus possible, il faut collaborer avec des partenaires», insiste Aline Yazgi.

Cette démarche de petits pas devrait aussi permettre d'éviter l'émergence d'une fracture numérique, et d'atténuer l'influence des facteurs classiques que sont la taille d'une entreprise, son secteur d'activité, l'âge (et surtout l'intérêt) des dirigeants, l'âge du personnel. Comme l'a souligné **Juan-Carlos Torres, président et directeur adjoint ad interim de la CCIG**, la FER comme la **CCIG** ont aussi un rôle à jouer et une responsabilité à assumer dans ce processus. «Mais l'initiative doit aussi venir des individus. Nous devons mener une réflexion sur la manière dont nous pouvons aider les entrepreneurs, les éduquer», a précisé la directrice adjointe et responsable Communication et relations investisseurs de la BCGE Hélène de Vos Vuadens. ■