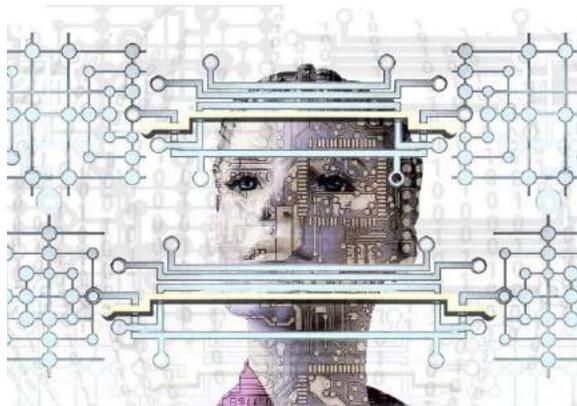


Les entreprises y vont à leur rythme, lorsqu'il est question de transformation numérique. Le domaine est vaste, et les questions à se poser sont multiples. Une étude analyse le cas genevois.



Crédits: DR

La blockchain, l'intelligence artificielle ou encore la réalité augmentée sont autant de technologies qui intriguent. Plusieurs entreprises les utilisent avec plus ou moins d'efficacité, tandis que d'autres peinent à se lancer. Mardi 13 novembre, [la Chambre de commerce, d'industrie et de services](#), [la Banque Cantonale](#) ainsi que [le Canton de Genève](#) ont dévoilé leur nouvelle étude économique. [«Les défis des entreprises face à l'économie 4.0»](#) dresse un état des lieux très complet de transformation numérique en Suisse. Aline Yazgi a réalisé l'étude et s'est intéressée à différents aspects du 4.0, de son lancement jusqu'aux perspectives futures.

Au cœur du modèle d'affaires

La quatrième révolution industrielle est celle de la numérisation. De nombreux experts évoquent les nombreuses technologies qui ont complètement changé les habitudes. «Elles entraînent un profond bouleversement de leur manière de fonctionner et d'appréhender le monde» affirme Aline Yazgi, l'auteur de l'étude. Autant le canton de Genève que la Confédération insistent sur l'importance du numérique.

Des propos qui ont un impact, puisque les industries suisses y accordent de plus en plus d'importance. En 2016, 45% d'entre elles estimaient que les technologies numériques jouaient un rôle dans leur modèle d'affaires. Elles étaient 66% en 2018. A noter qu'au niveau romand, la moyenne dépasse légèrement celle nationale, avec un ratio de sept entreprises sur dix.

Une numérisation délicate

La prise de conscience est présente, mais tous les acteurs n'ont pas pris le virage numérique. L'étude démontre que les grands groupes sont davantage impliqués dans la digitalisation, et y investissent. Le prix à payer pour se doter de technologies telles que la blockchain, l'intelligence artificielle ou encore la connectivité est parfois trop élevé pour les «petits». L'auteur cite le dirigeant d'une petite société qui juge compliqué la solution 4.0. «Trop complexe, trop cher, trop peu formé» lâchait-il.

L'étude rappelle également les risques liés aux nouvelles technologies. La menace la plus saillante est celle du piratage. Le big data vise à conserver des données pour les utiliser ensuite. Cela permet de nombreux avantages: de la meilleure compréhension d'un client à une meilleure efficacité d'un médicament. Toutefois, si un tiers met la main sur ces données, les conséquences pourraient être fâcheuses.

La peur prend une autre forme pour les sceptiques du numérique: «Les gens entendent parler de choses très pointues et du coup se disent que ce n'est pas pour eux. Il y a là un réflexe de peur qui entraîne la paralysie. Ils n'arrivent pas à avoir une vue pragmatique et à identifier les priorités afin de voir quelles technologies peuvent leur être utiles aujourd'hui, et lesquelles ils doivent seulement surveiller.» raconte Christian Mustad, cofondateur de la société genevoise d'[iconyl](#).

Gains conséquents

«La digitalisation est parfois perçue comme un risque plutôt qu'une opportunité» explique l'auteur de l'étude. Pourtant, les coûts de production pourraient baisser en moyenne de 5,2% selon [une étude d'EY](#). Un des exemples de réussite cité dans l'étude genevoise est celui de [Geberit](#), à Givisier. L'entreprise a amorti son système de suivi en temps réel des statistiques de production en seulement 2 ans. L'usine connectée a enregistré une productivité augmentée de 250% «associée à une diminution drastique des déchets industriels (-75%) et des émissions de CO2 (-89%)». Autre bon élève: les [cafés Trottet](#), qui ont développé leurs liens avec la clientèle. «Les commandes internet – inexistantes il y a trois ans – sont aujourd'hui supérieures à 3 millions de francs», affirme Inès Westeel, la community manager de l'entreprise familiale. Pour une transformation numérique réussie, l'auteur conseille de bien définir ses besoins. Toute entreprise qui veut adopter une technologie doit se renseigner, et connaître différents éléments tels que les perspectives d'évolution, les réels apports, les coûts ou encore le calendrier. Surtout «ne pas se dire que c'est fini». Créer un site internet demande par exemple des mises à jour constantes du contenu. Dans ce domaine-là, les Genevois peinent encore, comme le soulève l'étude. Plus de 10% des commerces du canton n'ont pas de site web.

Genève en capitale du digital ?

Dans la veine des magasins qui proposent des expériences plutôt que des produits, la logique d'interaction s'installe dans de nombreuses industries. Les technologies ont amené leur lot de concepts, de l'économie du partage au consomm'acteur, en passant par l'ubérisation. Celui qui était hier un simple fabricant propose aujourd'hui des services. Chaque entreprise doit prendre en compte cet environnement, pour s'adapter au mieux. L'étude souligne la responsabilité de chacun, de l'individu à la collectivité en passant par l'Etat. Les autorités genevoises ont des objectifs clairement définis en termes de compétences numériques. La population doit être mieux formée. Les organisations internationales peuvent aussi contribuer à l'essor numérique. « Genève a en effet de nombreux atouts pour se positionner comme une capitale du digital » estime Aline Yazgi, en citant le [Centre européen de recherche nucléaire](#) (CERN), l'[Organisation mondiale du commerce](#) (OMC) ou encore l'[Organisation des Nations unies](#) (ONU).