

Vision technologique 2021

Dirigeants recherchés

Maîtriser le changement face à un tournant
Résumé

Le monde a soif d'un nouveau type de leadership. Les défis de 2020 ont mis en évidence deux vérités. Plus d'entreprises que jamais ont adopté l'axiome selon lequel elles sont toutes des entreprises de technologie, ce qui a instauré une ère de transformation exponentielle alors que la technologie révolutionne sans cesse les industries et l'expérience humaine. Maintenant que nous commençons à façonner notre réalité post-pandémie, les entreprises doivent apprendre à **maîtriser le changement.**

Pendant des années, les entreprises se sont évaluées avec optimisme, convaincues que leur transformation numérique était plus avancée qu'en réalité.

Peu importe l'indicateur – adaptabilité, innovation, connectivité –, elles affirmaient être des chefs de file du marché prêts à tout. Par contre, en 2020, la crise sanitaire et économique de la COVID-19 leur a enlevé leurs lunettes roses en exposant clairement une nouvelle réalité : des modalités de travail et des opérations rigides, des chaînes d'approvisionnement fragiles, des informations peu fiables et des clients dont les besoins ont changé. La pandémie et les perturbations ressenties ont exposé les limites des normes bien établies qui régissent le fonctionnement des entreprises et le mode de vie des gens.

Forcées de reconnaître cet écart de réalisation grandissant quant à la transformation numérique, les entreprises ont commencé à condenser leurs programmes de transformation sur dix ans en plans biennaux ou triennaux. Les chefs de file ont changé de cap pour se concentrer sur l'établissement d'un noyau numérique qui leur permettra de transformer simultanément plusieurs éléments de leurs entreprises et leurs talents. Ils ont essentiellement commencé à considérer la technologie comme une bénédiction en cette période imprévisible, ce qui leur a permis d'accélérer leurs efforts pour minimiser les perturbations de la pandémie. Au milieu de ce chaos, non seulement les entreprises ont réagi plus rapidement qu'elles ne le croyaient possible, mais elles ont aussi commencé à faire preuve de l'adaptabilité, de l'innovation et de la connectivité qu'elles pensaient jusque-là déjà incarner¹.

Toutefois, ce parcours de réinvention ne fait que commencer. La pandémie a accéléré radicalement les changements que les entreprises savaient venir, mais auxquelles elles ne s'attendaient pas de sitôt. Des transformations qui devaient se concrétiser dans plusieurs années ont lieu ici et maintenant : la convergence des industries, la localisation des chaînes d'approvisionnement, la virtualisation de masse ainsi que l'évolution rapide et continue des attentes des clients. Par contre, bien que les changements immédiats soient clairs, nous n'avons jamais été si peu sûrs de ce que nous réserve l'avenir à long terme.

Nous nous retrouvons devant un tout nouvel ensemble de circonstances. D'une part, nous avons une transformation numérique généralisée et accélérée à laquelle s'ajoutent les constituants numériques permettant de créer à peu près n'importe quoi. D'autre part, nous avons une table rase dans chaque industrie en attente de la définition de la prochaine vision de l'avenir. Cette combinaison offre une occasion qui ne se représentera peut-être jamais au cours de la présente génération : façonner activement notre avenir en

repartant presque à zéro. Ce défi exige donc un nouveau type de leadership. Pour se faire chefs de file dans cet avenir incertain, les entreprises devront apprendre à **maîtriser le changement.**

La plus grande réinvention jamais vue au sein de l'industrie est amorcée. Les populations et le monde ont besoin de dirigeants qui regarderont au-delà des efforts de triage actuels pour commencer à bâtir l'avenir. Bien que les entreprises soient tentées de s'en tenir à leurs habitudes, 2020 a clairement mis en évidence la nécessité d'une nouvelle façon de faire. Si les entreprises conservent une perspective lucide et restent concentrées sur leur transformation numérique accélérée, en réinventant tout, depuis leurs employés jusqu'aux données, architectures et écosystèmes, elles pourront devenir des chefs de file.



Pas de leadership sans avancées technologiques

Nous avons toujours dit que la technologie changerait le monde et cette accélération simultanée de la transformation numérique des entreprises de toutes les industries a fait de cette hypothèse une réalité. L'ère des suiveurs est effectivement terminée. Le changement perpétuel est là pour durer et les dirigeants doivent non seulement l'accepter, mais aussi le catalyser.



La pandémie a rendu bien évident le fait qu'il n'y a pas de leadership sans avancées technologiques.

Il suffit de penser au secteur de la restauration. Alors que les mesures de confinement partout dans le monde mettaient un terme à l'expérience traditionnelle des repas au restaurant, certaines grandes chaînes ont commencé à déclarer faillite². En fait, 60 % des restaurants désignés comme « temporairement fermés » sur Yelp en juillet étaient fermés de façon permanente en septembre³. Six mois après le début de la pandémie, la National Restaurant Association a signalé que près de trois millions de travailleurs étaient toujours au chômage et que l'industrie de la restauration était en voie de perdre 240 milliards de dollars⁴. Malgré tout, Starbucks a émergé de ce chaos comme chef de file.

La transformation numérique de Starbucks était déjà bien amorcée en 2020, donc lorsque la pandémie a frappé, cette initiative stratégique est devenue une bouée de sauvetage. L'application mobile de l'entreprise, qui permet aux utilisateurs de personnaliser leurs commandes et de payer

leurs boissons à partir de leur téléphone, s'est révélée inestimable lorsque les transactions sans contact sont rapidement devenues la norme. À l'arrivée du mois d'août, trois millions de nouveaux utilisateurs l'avaient téléchargée, et les commandes mobiles et le ramassage au service à l'auto représentaient ensemble 90 % des ventes⁵. Starbucks a utilisé la technologie pour réinventer son expérience client dans un monde en mutation, puis lorsque la demande a bondi, elle a doublé la mise. L'entreprise a mis en place un nouveau système intégré de gestion de tickets pour combiner les commandes d'Uber Eats, de l'application Starbucks et des clients du service à l'auto en une seule file pour les baristas. Elle a aussi introduit une nouvelle machine à espresso dotée d'une multitude de capteurs pour aider le personnel à surveiller la quantité de café versé afin de prévoir l'entretien nécessaire⁶.

Starbucks était prête à prendre l'initiative lorsque l'incertitude a frappé, mais toutes les entreprises

n'ont pas eu cette chance. Il y a un an, beaucoup se contentaient de faire le minimum nécessaire pour suivre le rythme de la concurrence. À titre d'exemple, Gartner sonde chaque année les fabricants sur les niveaux actuel et prévu de déploiement de l'infonuagique dans les systèmes d'entreprise, et de 2014 à 2019, ils ont déclaré des niveaux de déploiement se situant entre 8 et 13 %, mais indiqué qu'ils s'attendaient à atteindre entre 30 et 50 % en trois ans. Pour reprendre les propos des analystes de Gartner, les fabricants prévoyaient passer à l'infonuagique en trois ans, depuis cinq ans⁷.

Toutefois, cette mentalité a commencé à changer au cours des 12 derniers mois. Parmi les responsables informatiques, 82 % ont déclaré avoir intensifié leur utilisation des technologies infonuagiques en réponse directe à la crise et 66 % ont signalé qu'ils continueront d'accroître leur utilisation de l'infonuagique dans un avenir prévisible⁸.

Ce sont 95 % des entreprises qui ont dit chercher de nouvelles façons de mobiliser leurs clients à cause de la COVID-19⁹. Des plateformes de livraison de produits alimentaires qui ont permis aux restaurants de rester en contact avec leurs clients à l'essor des services de télésanté et du commerce électronique, la pandémie a fait prendre conscience d'une nouvelle réalité aux entreprises. L'infonuagique est aujourd'hui au cœur de l'entreprise, pas seulement en périphérie, et la technologie n'est plus seulement un véhicule de succès, c'est le véhicule duquel dépend toute réussite possible¹⁰.

Ce qui a commencé comme une tentative de résoudre des problèmes immédiats pendant la pandémie est rapidement devenu une occasion de réorganiser rapidement l'entreprise, de créer de nouveaux types de valeur et de devenir un chef de file de l'industrie. Ford a créé 10 vidéos interactives en réalité augmentée pour aider les clients à faire l'expérience de la nouvelle Mustang Mach-E électrique sans avoir à se rendre sur place pour l'essayer¹¹. Les clients potentiels peuvent explorer toutes les caractéristiques de la nouvelle voiture à l'aide d'un modèle 3D entièrement interactif, tout en écoutant les concepteurs et les ingénieurs qui ont participé à sa création. Dans un autre cas, D-Wave, l'une des principales entreprises explorant l'informatique

quantique, a donné accès à sa plateforme d'infonuagique Leap gratuitement à quiconque travaillait sur des solutions à la crise de la COVID-19, exposant ainsi de nombreuses personnes à l'utilité de l'informatique quantique¹². Il y a aussi Neolix, un fabricant de camions de livraison autonomes basé à Pékin, qui a déclaré une hausse des commandes alors que la pandémie a réduit la circulation sur les routes et ouvert les yeux aux clients sur les avantages de la livraison sans conducteur¹³. En accélérant leur transformation pour répondre aux besoins d'un monde en crise, ces entreprises ont ouvert la voie à un nouvel avenir qui sera fondé sur la technologie.

Vu la rapide accélération numérique au cours de la pandémie, la technologie s'est imposée comme pierre angulaire des chefs de file mondiaux. Se contenter du minimum n'est plus suffisant. Le fossé entre les leaders numériques et les retardataires s'élargit de jour en jour et l'adoption d'une approche attentiste laissera les entreprises derrière. Le leadership exige que les entreprises accordent la priorité à l'innovation technologique en réponse à un monde qui change radicalement. Les petits projets pilotes et la mise à l'échelle progressive sont un luxe désuet et la friction entre la recherche, le développement et le déploiement à grande échelle doit diminuer ou disparaître.

Les chefs de file n'attendent pas la nouvelle normalité, ils la bâtissent

Comme le dit le dicton : « La meilleure façon de prédire l'avenir, c'est de l'inventer. » La priorisation de la technologie est essentielle pour veiller à ce que l'entreprise ne prenne pas de retard. Toutefois, le véritable leadership viendra des entreprises qui adoptent des mentalités et des modèles radicalement différents. Le monde est assailli par le changement et a besoin d'un leadership qui y réagira de manière audacieuse.

La prospérité en cette période exigera des dirigeants ambitieux qui ne se contenteront pas de réadapter l'entreprise, mais qui seront aussi prêts à faire fi des conventions pour concrétiser leur vision de l'avenir.

Qu'il s'agisse de la main-d'œuvre, des chaînes d'approvisionnement, de la technologie, de l'exploitation ou des modèles d'affaires, les dirigeants ont passé des décennies à élaborer des systèmes à des fins statiques, où le changement se produisait lentement et de façon prévisible. En revanche, la réussite est maintenant réservée à ceux qui ont l'audace de tout réinventer.

Au cours de la dernière année, les entreprises ont été forcées d'affronter des présomptions bien ancrées sur la vitesse à laquelle l'organisation peut changer de cap, où et comment le travail est effectué, et même ce qu'elle vend et à qui. Alors que certains sont restés paralysés à la vue de l'effritement de leurs vieilles convictions, d'autres ont brisé la bureaucratie et les présomptions sur leur chemin pour devenir les leaders que tout le monde suivra. La chaîne d'hôtels Red Roof a vu la réduction des déplacements couplée à l'augmentation du travail à distance comme une occasion de réserver des chambres comme espaces de travail quotidien¹⁴. Alors que de plus en plus

d'entreprises commencent à considérer le retour au bureau comme un choix, et non un destin inévitable, Red Roof s'est positionnée comme un concurrent sur le marché du cotravail. Par ailleurs, alors que les dépenses publicitaires à l'échelle mondiale ont commencé à diminuer, Spotify a constaté la menace qui pesait sur son modèle d'affaires soutenu par la publicité¹⁵. L'entreprise a rapidement pris des mesures pour commencer à acheter et à créer du contenu de qualité supérieure afin de faire augmenter le nombre d'abonnements payants. Ainsi, ce virage stratégique l'a fait passer de l'octroi de licences et de l'agrégation à la production et à l'innovation.

En vase clos, on dirait des entreprises qui réagissent temporairement à la crise, mais leur volonté de contester la proposition de valeur fondamentale établit une nouvelle norme pour l'avenir. Alors que de nombreuses entreprises attendent toujours que la nouvelle norme se présente à elles, d'autres la façonnent déjà.

Avant la pandémie, si vous demandiez à un cadre supérieur combien de temps il faudrait pour déployer une nouvelle plateforme de communication dans l'entreprise, il vous aurait répondu qu'il serait exagéré de demander de le faire en moins d'un an. Mais voilà qu'en mars 2020, le National Health Service du Royaume-Uni a dissipé les perceptions quant à la rapidité avec laquelle la transformation technologique doit se faire. En quelques semaines, il a déployé le logiciel Microsoft Teams pour 1,2 million d'employés¹⁶.

Si vous aviez demandé à un fabricant ce qu'il faudrait pour passer de la production de voitures à la production d'équipement médical, il vous aurait probablement répondu que c'était presque impossible. Pourtant, lorsque le Royaume-Uni a dû faire face à une pénurie critique de ventilateurs, Rolls-Royce a révélé la véritable capacité de changement des entreprises. Le fabricant de voitures de luxe a restructuré l'intégralité de sa chaîne d'approvisionnement pour commencer à produire cet équipement médical absolument nécessaire¹⁷.

En moins de cinq semaines, l'entreprise avait obtenu les nouvelles pièces requises auprès de 100 fournisseurs différents, orchestré des opérations sur trois sites et lancé la production.

Quand les choses se gâtent, les dirigeants ne voient pas le changement comme une perturbation, mais plutôt comme une occasion de construire quelque chose de nouveau. Par contre, les mesures audacieuses échoueront sans les bases technologiques nécessaires pour soutenir leur ambition. Les entreprises qui combinent leurs grandes idées avec une technologie puissante feront de la préparation au changement une compétence concurrentielle plutôt qu'une adaptation réticente.

Par exemple, en parallèle avec son acquisition de connaissances au sujet de la pandémie de COVID-19, le Geisinger Health System a accordé la priorité aux investissements accélérés dans la modernisation des API et l'architecture des microservices¹⁸. Grâce à l'agilité et à l'adaptabilité qu'elle a acquises, l'entreprise a pu passer facilement de 27 visites à distance par jour à plus de 1 000; doubler son effectif en télétravail pour atteindre 13 000 employés; et concevoir un système de dépistage numérique ainsi qu'un tableau de bord d'accompagnement qui permettent aux

administrateurs de consulter les données sur le nombre de malades en temps réel, de réduire les temps d'attente et le surpeuplement, et d'assurer des protocoles de distanciation sociale sécuritaires.

Un vide temporaire existe alors que la population, les employés, les clients et les partenaires continuent d'établir un nouvel ensemble de préférences pour la prochaine norme. Des possibilités illimitées s'offrent aux entreprises désireuses de se défaire de la mentalité « nous avons toujours fait ainsi » et de participer à l'élaboration des prochaines étapes. Cela pourrait consister à réinventer l'expérience client dans votre industrie, à repenser la façon dont les données circulent à l'échelle de l'entreprise et de ses partenaires, ou à favoriser les avantages d'une main-d'œuvre virtualisée – même lorsque la distanciation sociale ne sera plus une nécessité.

Cette grande ouverture signifie cependant que la concurrence n'a jamais été aussi féroce. Toutes les entreprises, de celles en démarrage aux concurrents traditionnels, font face aux mêmes perturbations et présentent leur propre vision de l'avenir en même temps. Il ne suffit plus de suivre le rythme. Pour mener le bal, les entreprises doivent devenir des pionnières.



Élargir les horizons du leadership

La technologie permet de réaliser les ambitions les plus audacieuses, mais ce sont les employés, telle l'étoile du Nord, qui fournissent la vision et la direction. En tant que pionnières de la nouvelle norme, les entreprises devraient avoir une incidence prodigieuse sur le monde qui les entoure – et le succès financier ne sera qu'une mesure de leadership parmi d'autres.



Il existe une occasion unique de rebâtir un monde meilleur que celui d'avant la pandémie et pour atteindre cet objectif, il faudra élargir notre définition de la valeur pour y inclure le degré d'épanouissement de la population, l'incidence sur l'environnement, l'inclusivité croissante et plus encore.

Lorsque la technologie, l'ambition et l'engagement envers la population convergent, l'impossible devient réalisable. Au début de la pandémie, il était clair que de nombreux travailleurs allaient rester dans l'incertitude. Certaines industries, comme le transport aérien et l'hôtellerie, se sont soudainement retrouvées avec pratiquement aucun client, mais un surplus d'employés talentueux. Dans d'autres domaines, comme la technologie et le service à la clientèle, la demande a grimpé en flèche et le personnel actuel ne suffisait plus. Pour remédier à ce déséquilibre, les directeurs en chef des ressources humaines d'Accenture, de Lincoln Financial Group, de ServiceNow et de Verizon ont créé conjointement une plateforme numérique pour proposer de nouveaux rôles aux travailleurs¹⁹. La plateforme, appelée People + Work Connect, dresse la liste des employés disponibles et des rôles à remplir, ce qui permet aux professionnels des RH de différentes entreprises de pourvoir collaborativement les postes au sein de

leur organisation et de garder plus d'employés sur le marché du travail.

Même avant la pandémie, d'autres dirigeants élargissaient déjà leur vision de l'identité de leurs parties prenantes et intégraient ces engagements dans le tissu de leur entreprise. Par exemple, Danone a publié ses résultats de fin d'exercice avec un gain par action calculé en fonction de l'ajustement carbone afin de bien tenir compte de l'effet écologique dans l'évaluation de sa rentabilité²⁰. À la lumière des manifestations qui ont attiré l'attention sur l'inégalité raciale, Walmart a procédé à une vérification de sa diversité et de ses pratiques d'embauche, accordé la priorité à ses relations avec des fournisseurs détenus par des groupes minoritaires, et consacré 100 millions de dollars à l'établissement d'un centre pour l'équité raciale²¹.

Grâce à leur transformation numérique accélérée, les entreprises peuvent s'attaquer à certains des défis les plus persistants auxquels le monde est confronté. À mesure que des initiatives comme la durabilité et la consommation consciencieuse deviennent des priorités, la technologie offre une base pour atteindre ces objectifs.

Imaginez acheter un café et être en mesure de voir l'intégralité de l'historique des étapes de production – et y croire. Vous pourriez garantir que l'emballage est fait de matériaux durables, confirmer l'absence d'allergènes, n'avoir aucun doute sur le caractère éthique des pratiques de production et plus encore. Auparavant, ce degré de visibilité aurait semblé exagéré pour n'importe quel produit. Par contre, les solutions technologiques émergentes rendent cela de plus en plus possible, permettant ainsi aux entreprises d'établir avec leurs clients des liens de confiance sans précédent.

La chaîne d'approvisionnement circulaire, par exemple, est un système multifournisseurs créé en partenariat avec Mastercard, Amazon Web Services, Everledger, Mercy Corps et Accenture. Cette initiative intersectorielle combine le partage de données fondé sur la chaîne de blocs, la vérification de l'identité par biométrie, les capacités de paiement et la planification des ressources dans le but de favoriser l'équité et les pratiques durables dans les chaînes d'approvisionnement mondiales²². En abordant les problèmes concernant la provenance, l'authenticité et la traçabilité, le système profite à l'ensemble de l'écosystème. Les clients sont en mesure de vérifier que la production convient à leurs besoins et à leurs valeurs, et ils ont même la possibilité de verser un pourboire directement aux petits producteurs qui adoptent des pratiques durables. Les producteurs sont récompensés pour leur travail acharné et leurs efforts, tandis que les fabricants et les distributeurs peuvent faire le suivi des marchandises afin de mieux planifier et optimiser leur processus par rapport à la demande, ce qui réduit le gaspillage et ouvre la voie à des pratiques plus durables.

Comme les entreprises misent davantage sur les capacités de la technologie, elles doivent reconnaître plus que la valeur qu'elle apporte à l'entreprise. Pour changer la donne avec la technologie, elles doivent mesurer son effet selon une perspective plus large.



Saisissons notre moment : Tendances technologiques 2021

Les entreprises ne rivalisent plus strictement pour obtenir des parts de marché. Elles se font concurrence pour bâtir leur vision de l'avenir le plus rapidement possible. Leur réussite dépendra de leur capacité d'accélérer et de maîtriser le changement dans tous les aspects de leurs activités, ce qui représentera ensuite une fonction directe des décisions technologiques prises aujourd'hui.

Mais ne vous y trompez pas, la transformation de l'entreprise en chef de file de la technologie ne peut se limiter à la tutelle du chef de l'information ou de la technologie. Pour réussir, l'ensemble des cadres supérieurs doivent encourager une approche axée sur le numérique qui se manifeste dans tous les secteurs de l'organisation.

Pour devenir un maître du changement, il faut d'abord **structurer l'avenir** et reconnaître que les stratégies commerciales et technologiques sont de plus en plus indissociables. L'architecture n'a jamais été aussi importante, car les choix technologiques que font les entreprises aujourd'hui détermineront ce qu'elles pourront ou ne pourront pas faire longtemps dans l'avenir. La concurrence est en voie de devenir une bataille de piles de technologies et aucune solution unique ne peut convenir à tous.

Alors que les chefs de file intègrent la technologie à tous les aspects de l'entreprise, les mines d'or de données générées sont utilisées pour construire des réseaux massifs de jumeaux numériques intelligents. **Le monde miroir** que créent ces jumeaux de nouvelle génération alimente le changement en libérant la valeur confinée dans les données de façon à permettre aux entreprises d'effectuer des simulations, des prédictions et des automatisations en comblant aisément le fossé entre le numérique et le physique.

Les entreprises doivent également veiller à ce que leurs employés aient la capacité de devenir des moteurs de changement, un résultat réalisable grâce à la **démocratisation de la technologie**, qui rend accessibles de puissantes capacités technologiques sans avoir besoin de compétences spécialisées. Les entreprises peuvent stimuler une innovation de base en équipant chaque employé des outils et des compétences nécessaires pour élaborer des solutions technologiques là où elles sont nécessaires.

L'entreprise peut changer à partir de n'importe où lorsqu'elle équipe la main-d'œuvre pour lui permettre **d'apporter son propre environnement**. Cette transformation de la main-d'œuvre, la plus importante jamais vue auparavant, positionne les entreprises de manière à leur permettre de repousser leurs limites en explorant les avantages d'un effectif virtualisé.

Enfin, les défis et les possibilités qui nous attendent sont vastes et les entreprises ne pourront pas s'y

attaquer seules. **Les écosystèmes multilatéraux** aideront les entreprises à mener le bal en changeant leur façon de s'associer. Des chaînes d'approvisionnement aux écosystèmes numériques, la pandémie a montré le degré de fragilité des relations à l'échelle du globe. En renouant ces partenariats autour de la technologie, les entreprises trouvent des moyens de s'adapter ensemble.

Un nouvel avenir se profile à l'horizon, un avenir différent de celui auquel le monde s'attendait. À mesure que cet avenir se dessine, il y aura peu de place pour les entreprises qui s'accrochent au passé. Regarderez-vous le monde se transformer autour de vous, ou serez-vous celui qui le transformera? Les gens sont prêts pour quelque chose de nouveau et il est temps que les entreprises se joignent à eux.

Place au changement.

PLACE AU CHANGEMENT



Nos cinq tendances technologiques pour 2021

Des bases plus solides

L'architecture d'un avenir meilleur

Une nouvelle ère de concurrence au sein de l'industrie s'en vient, une ère où les entreprises se livrent une concurrence sur leur architecture.

Monde miroir

La puissance des jumeaux numériques imposants et intelligents

Les investissements croissants dans les données, l'intelligence artificielle et les technologies de jumeaux numériques donnent naissance à une nouvelle génération d'entreprises et de renseignements, le monde miroir.

Moi, Technologue

La démocratisation de la technologie

Une transformation est en cours en développement technologique. Le traitement du langage naturel, les plateformes schématisées, l'automatisation robotisée des processus et bien d'autres innovations démocratisent la technologie en mettant à disposition de puissantes capacités à l'échelle de l'entreprise.

Partout et en tous lieux

Votre environnement vous accompagne

Il est temps que les entreprises fassent du travail à distance un avantage, plutôt qu'une simple mesure d'adaptation.

De l'individuel au collectif

S'orienter dans le chaos grâce à l'écosystème multilatéral

La perturbation mondiale causée par la COVID-19 a précipité les entreprises dans une lutte pour réinventer leurs partenariats, et les systèmes multifournisseurs ont retenu l'attention.

Des bases plus solides

L'architecture d'un avenir meilleur

Une nouvelle ère de concurrence au sein de l'industrie s'en vient, une ère où les entreprises se livrent une concurrence sur leur architecture. Les entreprises disposent d'un grand nombre d'options technologiques diverses. Cela signifie qu'elles peuvent personnaliser chaque couche de leur architecture technologique, optimisant ainsi l'exécution de la stratégie d'entreprise à un degré jamais vu auparavant. Cependant, pour construire et exploiter la pile de technologies la plus compétitive, il faut approcher la technologie différemment. Les stratégies commerciales et technologiques doivent devenir indissociables et les entreprises doivent s'efforcer d'être des chefs de file technologiques.

Points à retenir

La diversité des capacités technologiques de la pile diversifiera comme jamais les solutions d'affaires. Les entreprises qui travaillent à déterminer leur combinaison de technologies la plus précieuse pourront mettre au point des offres vraiment uniques.

La création d'une pile de technologies compétitive commence par l'accumulation d'une richesse technique : les stratégies infonuagiques et les microservices en sont la clé. Les entreprises ont besoin d'un fondement technologique adaptatif. Elles ne peuvent pas se permettre d'être ralenties par les systèmes existants.

À mesure que les entreprises fusionneront leurs technologies et leurs stratégies d'affaires, elles commenceront à jouer un rôle plus important dans la facilitation de la relation entre les personnes et la technologie. Pour ce faire, il faut nouer des relations de confiance, non seulement envers les produits et services, mais aussi envers les technologies qui les sous-tendent.

Monde miroir

La puissance des jumeaux numériques imposants et intelligents

Les investissements croissants dans les données, l'intelligence artificielle et les technologies de jumeaux numériques donnent naissance à une nouvelle génération d'entreprises et de renseignements, le monde miroir. Les leaders construisent des jumeaux numériques intelligents à l'échelle de leur organisation et les relient pour créer des modèles vivants d'usines entières, de chaînes d'approvisionnement, de cycles de vie des produits et plus encore. Alors qu'une plus grande partie du monde physique est représentée dans l'espace numérique, le monde miroir en plein essor offrira une foule de nouvelles possibilités. Les chefs d'entreprise seront en mesure de réunir les données et les renseignements à des échelles sans précédent; de poser des questions générales essentielles à leur survie et d'y répondre; et de réinventer leur façon de fonctionner, de collaborer et d'innover.

Points à retenir

Les simulations du monde miroir donneront aux entreprises la liberté d'explorer de nouvelles idées et de poser d'innombrables questions hypothétiques dans un environnement numérique sans risque. Les dirigeants doivent utiliser cette capacité pour transformer leur processus d'innovation.

Pour récolter les avantages des jumeaux intelligents et du monde miroir, les entreprises doivent établir des pratiques complètes et fiables relativement aux données. Les jumeaux sont une façon puissante de transformer les données en perspectives exploitables, mais l'utilisation de données incomplètes ou de mauvaise qualité fera plus de mal que de bien.

Le monde miroir promet une visibilité globale, mais pour y accéder, il faut sortir des quatre murs de l'entreprise. Les entreprises doivent travailler à un avenir où des jumeaux intelligents permettront des collaborations entre les écosystèmes harmonieuses et axées sur les données.

Moi, Technologue

La démocratisation de la technologie

Une transformation du développement technologique est en cours. Le traitement du langage naturel, les plateformes schématisées, l'automatisation robotisée des processus et bien d'autres innovations démocratisent la technologie en mettant à disposition de puissantes capacités à l'échelle de l'entreprise. Ce phénomène est une couche de base des stratégies d'innovation des entreprises. Alors que les TI continueront de gérer les mises en œuvre majeures et de travailler avec les technologies les plus avancées, les employés qui font face aux problèmes opérationnels quotidiens auront la capacité de créer eux-mêmes des solutions axées sur la technologie. Grâce à la technologie démocratisée, chaque employé peut être un innovateur, optimiser son travail, régler les irritants et garder l'entreprise au fait des besoins nouveaux et changeants.

Points à retenir

La technologie démocratisée peut aider à combler les lacunes en matière de compétences. Bien que les compétences hautement techniques demeurent en demande, les dirigeants peuvent utiliser la technologie démocratisée pour cultiver une grande partie de ce dont ils ont besoin au sein de leur effectif actuel.

Pour activer une couche d'innovation de base, les entreprises doivent former leurs employés à penser comme des technologues. Les programmes de formation doivent porter sur la façon d'utiliser divers outils démocratisés ainsi que sur des connaissances générales en technologie.

La démocratisation permet d'abattre les cloisons traditionnelles entre la technologie et les activités de l'organisation. Les dirigeants devront revoir les rôles de leurs employés des TI et des autres secteurs, puis repenser leur façon de collaborer.

Partout et en tous lieux

Votre environnement vous accompagne

Il est temps que les entreprises fassent du travail à distance un avantage, plutôt qu'une simple mesure d'adaptation. Au plus fort de la pandémie, les entreprises ont amorcé la plus importante transformation de la main-d'œuvre jamais vue en envoyant leurs employés chez eux et en redoublant d'efforts pour trouver des solutions technologiques destinées à préserver leur productivité. Ce faisant, elles ont rendu le travail possible non seulement de la maison, mais de partout ailleurs. Les occasions ne manquent pas pour les entreprises prêtes à réinventer leur organisation et ce qu'elles peuvent accomplir à l'aide d'un modèle de main-d'œuvre virtualisée. En revanche, il ne suffira pas de simplement prolonger les politiques mises en place pendant la pandémie. Les dirigeants doivent maintenant mettre au point des stratégies « apportez votre propre environnement », qui tiennent compte des ramifications du travail à distance sur le plan de la sécurité, des changements culturels nécessaires et de l'utilité évolutive de l'espace de bureau physique.

Points à retenir

Au cours de la pandémie, les entreprises se sont efforcées de faire fonctionner l'approche « apportez votre propre environnement » sur le plan technologique, mais elles doivent maintenant la simplifier et la rendre sécuritaire. Elles doivent s'attaquer aux irritants dès aujourd'hui, sinon ceux-ci empireront rapidement.

La stratégie « apportez votre propre environnement » donne l'occasion de réinventer les modèles d'exploitation de l'entreprise. Qu'il s'agisse d'accroître la collaboration personne-robot ou d'accéder à un bassin de talents véritablement mondial, les avantages potentiels sont énormes.

À mesure que les entreprises adoptent une stratégie « apportez votre propre environnement », leur culture doit également évoluer. Il s'agira d'un processus continu, mais parmi les solutions rapides se trouve la refonte de la façon dont les employés communiquent et travaillent pour veiller à accorder la même reconnaissance à ceux en télétravail et à ceux qui sont sur place.

De l'individuel au collectif

S'orienter dans le chaos grâce à l'écosystème multilatéral

La perturbation mondiale causée par la COVID-19 a précipité les entreprises dans une lutte pour réinventer leurs partenariats, et les systèmes multifournisseurs ont retenu l'attention. La demande soudaine pour le traçage des contacts, les paiements sans contact et les nouvelles façons d'établir la confiance ont mis en évidence ce que les écosystèmes existants des entreprises avaient négligé. Au cours des trois prochaines années, les besoins des clients, la réglementation et d'autres aspects changeront rapidement. Les entreprises apprennent maintenant qu'elles sont plus fortes ensemble. Elles ont l'occasion de ne pas répéter les erreurs du passé et de paver une nouvelle voie. Grâce aux systèmes multifournisseurs, les entreprises peuvent accroître leur résilience et leur adaptabilité, trouver de nouvelles façons d'approcher le marché et établir de nouvelles normes à l'avant-garde des écosystèmes pour leurs industries.

Points à retenir

Pour renforcer leur résilience, les entreprises doivent s'ouvrir davantage à des partenariats fondés sur le numérique. Il faut d'abord investir dans des technologies comme les services infonuagiques axés sur l'industrie et traverser les frontières traditionnelles de celle-ci.

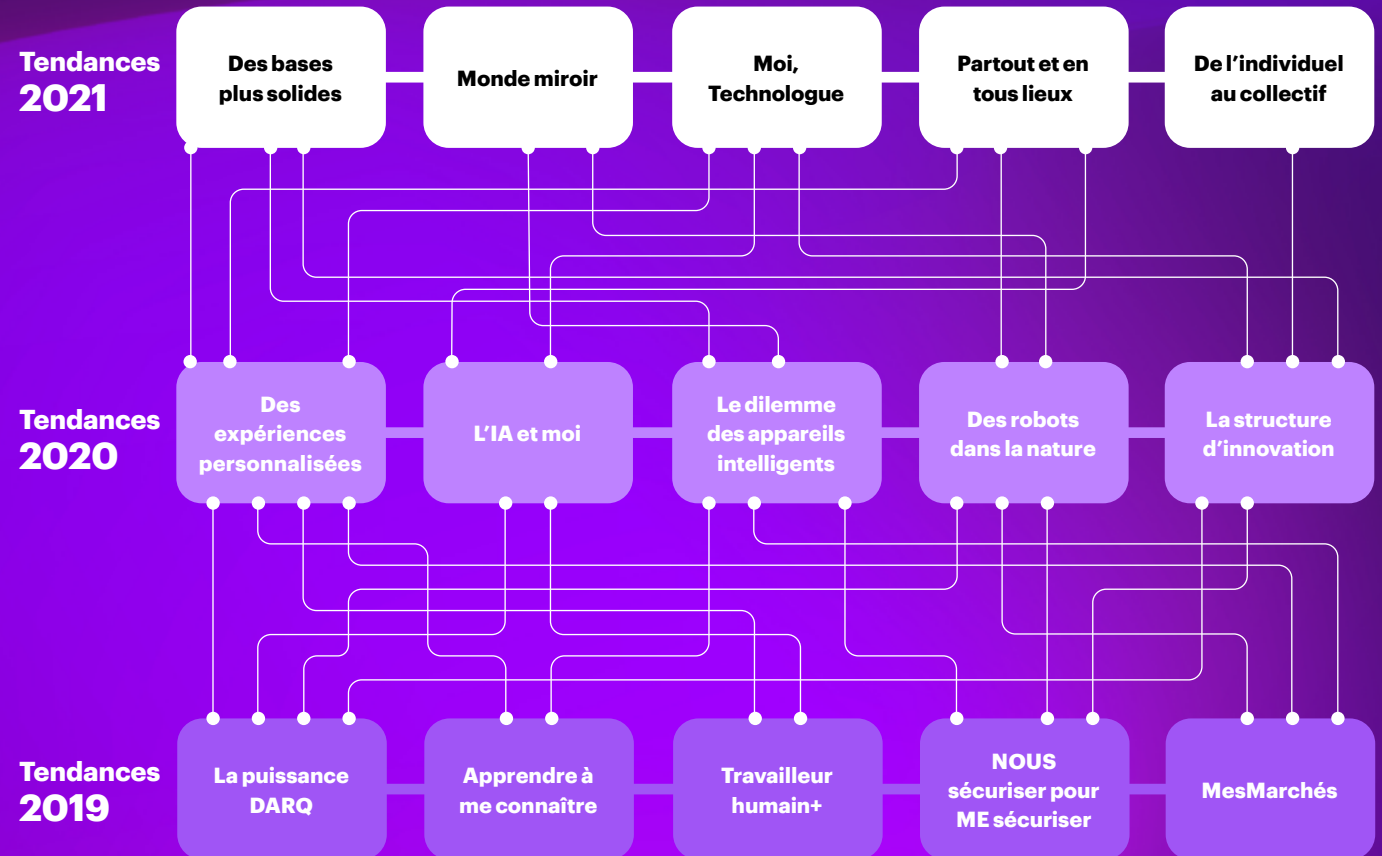
Le taux d'adoption des systèmes multifournisseurs augmente rapidement et ces derniers ont la capacité de transformer radicalement les partenariats. Les dirigeants d'entreprise doivent toutefois comprendre le dossier d'analyse qui permettra d'en tirer le meilleur parti.

Les systèmes multifournisseurs sont en train de transformer certaines des institutions les plus solidement établies. À mesure que les entreprises profitent des avantages offerts par ces systèmes, elles doivent s'assurer d'utiliser la technologie en vue de créer un avenir plus équitable.

Compléter le tableau

Le rapport sur la Vision technologique d'Accenture offre un aperçu des tendances technologiques sur trois ans et comprend actuellement les tendances de 2020 et de 2019.

Il est important de savoir que les tendances de chaque année s'inscrivent dans une vue d'ensemble. Suivre leur évolution au fil du temps offre un aperçu de la façon dont elles pourraient poursuivre leur croissance à l'avenir.



Tendances 2020

Des expériences personnalisées

Aider les gens à choisir leur propre aventure

Repenser les expériences numériques à l'aide de nouveaux modèles qui amplifient le pouvoir personnel. Convertir les auditoires passifs en participants actifs en transformant les expériences à sens unique en véritables collaborations.

L'IA et moi

Réinventer l'entreprise en établissant une collaboration entre l'humain et l'IA

Adopter une nouvelle approche utilisant l'intelligence artificielle pour libérer le plein potentiel des gens. Déployer l'IA au-delà de l'automatisation et repousser la frontière de la création au moyen d'une collaboration entre les gens et les machines.

Le dilemme des appareils intelligents

Surmonter le « fardeau des prototypes »

Remédier à la nouvelle réalité de la propriété d'un produit à l'ère des « prototypes perpétuels ». Transformer les irritants en occasions de créer un partenariat sans précédent entre les entreprises et les clients.

Des robots dans la nature

Accroître la portée des entreprises ainsi que leur responsabilité

Concevoir de nouveaux modèles d'interaction et de retombées au fur et à mesure que la robotique s'étend au-delà des murs de l'entreprise. Des entreprises de tous les secteurs créeront de nouvelles possibilités en franchissant les prochaines frontières de la robotique pour l'offrir à grande échelle.

La structure d'innovation

Créer un moteur d'innovation continue

Puiser dans l'ampleur sans précédent des technologies perturbatrices actuellement disponibles. Se doter des capacités et établir les partenariats d'écosystèmes nécessaires pour assembler la structure d'innovation unique de l'organisation.

Tendances 2019

La puissance de DARQ

Comprendre l'ADN de DARQ

Les nouvelles technologies sont des catalyseurs du changement, en offrant d'extraordinaires nouvelles capacités opérationnelles. La technologie de registres distribués, l'intelligence artificielle, la réalité amplifiée et l'informatique quantique seront le prochain ensemble de nouvelles technologies à provoquer un changement radical, permettant aux entreprises de réinventer des industries entières.

Apprendre à me connaître

Découvrir des clients et des occasions uniques

Les interactions axées sur la technologie créent une identité technologique en expansion pour chaque consommateur. Ce fondement vivant de la connaissance sera non seulement essentiel à la compréhension de la prochaine génération de consommateurs, mais également à l'établissement de riches relations personnalisées fondées sur l'expérience dans l'ère post-numérique.

Travailleur humain+

Changer le lieu de travail ou entraver la main-d'œuvre

La main-d'œuvre est en train de devenir humaine+ : chaque personne est habilitée par ses compétences et ses connaissances ainsi que par un nouvel ensemble de capacités en augmentation constante rendu possible grâce à la technologie. À présent, les entreprises doivent adapter les stratégies technologiques qui ont créé avec succès cette main-d'œuvre de prochaine génération pour soutenir une nouvelle façon de travailler dans l'ère post-numérique.

Nous sécuriser pour me sécuriser

Les entreprises ne sont pas des victimes; elles sont des vecteurs

S'il est vrai que l'entreprise axée sur l'écosystème dépend de l'interconnectivité, ces connexions augmentent l'exposition au risque. Les entreprises de pointe reconnaissent que tout comme elles collaborent déjà avec des écosystèmes entiers pour offrir les meilleurs produits, les meilleurs services et les meilleures expériences de leur catégorie, le temps est venu pour que la sécurité se joigne également à cet effort.

Mes Marchés

Répondre aux besoins des consommateurs à la vitesse d'aujourd'hui

La technologie crée un monde d'expériences intensément personnalisées et sur demande, et les entreprises doivent réinventer leurs organisations pour trouver ces occasions et les saisir à mesure qu'elles se présentent. Cela signifie qu'il faut considérer chaque occasion comme si elle était un marché individuel, un marché momentané.

À propos de la Vision technologique

Depuis plus de 20 ans, Accenture rédige le rapport sur la Vision technologique en guise d'examen systématique du contexte des affaires pour déterminer les tendances émergentes qui auront l'impact le plus élevé sur les entreprises, les agences gouvernementales et les autres organisations au cours des prochaines années. Ces tendances ont un impact important sur l'ensemble des secteurs et sont réalisables en entreprise dès maintenant.

Accenture Labs et Accenture Recherches collaborent au processus annuel de recherche, qui comprend :

- la collecte de données auprès du comité consultatif externe de Vision technologique, un groupe réunissant plus de deux douzaines de professionnels chevronnés des secteurs public et privé, de l'éducation, du capital de risque et des entreprises. De plus, l'équipe Vision technologique mène des entrevues auprès de sommités technologiques et d'experts de l'industrie, et de près d'une centaine de dirigeants d'Accenture dans l'ensemble de l'organisation.
- un sondage mené auprès de responsables informatiques et commerciaux de partout dans le monde afin de connaître leurs perspectives sur l'adoption de la technologie et son impact sur les affaires. Les réponses au sondage permettent de définir les stratégies technologiques et les investissements prioritaires d'entreprises de différentes industries et géographies.

Dès que le processus de recherche dégage une présélection des tendances, l'équipe de Vision technologique s'affaire à valider et à peaufiner l'ensemble. Les tendances sont classées selon leur pertinence dans le contexte de vrais enjeux d'affaires. L'équipe Vision technologique recherche des idées allant au-delà des moteurs habituels du changement, pour se concentrer sur les tendances qui feront bientôt leur apparition dans la planification des directions de la plupart des entreprises.

Références

- 1 Wilson, H. J. (25 octobre 2019). Why you should mind the innovation achievement gap. Accenture : <https://www.accenture.com/us-n/blogs/accenture-research/innovation-achievement-gap>
- 2 Valinsky, J. (13 décembre 2020). The 30 retailers and restaurant chains that filed for bankruptcy in 2020. CNN Business : <https://www.cnn.com/2020/12/12/business/retailers-restaurants-bankrupt-2020/index.html>
- 3 Increased Consumer Interest in May Correlates with COVID-19 Hot Spots in June, According to the Yelp Economic Average (2020). <https://www.yelpeconomicaverage.com/yea-q2-2020.html>
- 4 Sietsema, T. (6 octobre 2020). 'The Goal is to Make It Through This'. Washington Post : <https://www.washingtonpost.com/magazine/2020/10/06/weather-pandemic-restaurants-reinvent-themselves-again-again/>
- 5 Lauchlan, S. (29 juillet 2020). Brewing resilience – how early digital vision is paying off for Starbucks. Diginomica : <https://diginomica.com/brewing-resilience-how-early-digital-vision-paying-starbucks>
- 6 Wilson, M. (6 juin 2020). Starbucks is about to look a lot different – and COVID-19 is only part of the reason why. Fast Company : <https://www.fastcompany.com/90514230/starbucks-is-about-to-look-a-lot-different-and-covid-19-is-only-part-of-the-reason-why>
- 7 Franzosa, R. (24 août 2020). Manufacturing Operations Finally Turns to the Cloud. Gartner : <https://www.scmworld.com/manufacturing-operations-finally-turns-cloud/>
- 8 Donnelly, C. (18 juin 2020). Coronavirus: Enterprise cloud adoption accelerates in face of Covid-19, says research. Computer Weekly : <https://www.computerweekly.com/news/252484865/Coronavirus-Enterprise-cloud-adoption-accelerates-in-face-of-Covid-19-says-research>
- 9 COVID-19 Digital Engagement Report (2020). Twilio : <https://www.twilio.com/covid-19-digital-engagement-report>
- 10 Accenture Cloud First Launches with \$3 Billion Investment to Accelerate Clients' Move to Cloud and Digital Transformation (17 septembre 2020) : <https://newsroom.accenture.com/news/accenture-cloud-first-launches-with-3-billion-investment-to-accelerate-clients-move-to-cloud-and-digital-transformation.htm>
- 11 Cole, C. (29 septembre 2020). Ford is using augmented reality to help sell its new Mach-E electric SUV. CNET : <https://www.cnet.com/roadshow/news/ford-mustang-mach-e-augmented-reality/>
- 12 D-Wave Provides Free Quantum Cloud Access for Global Response to COVID-19 (31 mars 2020). <https://www.dwavesys.com/press-releases/d-wave-provides-free-quantum-cloud-access-global-response-covid-19>
- 13 Ross, P. E. (17 mars 2020). Is Coronavirus Speeding the Adoption of Driverless Technology? Institute of Electrical and Electronics Engineers : <https://spectrum.ieee.org/cars-that-think/transportation/self-driving/will-coronavirus-speed-adoption-of-driverless-technology>
- 14 Anas, B. (31 mars 2020). The Clever Way This Hotel Chain Plans To Stay Open During The Coronavirus Closures. Forbes : <https://www.forbes.com/sites/brittanyanas/2020/3/31/the-clever-way-this-hotel-chain-plans-to-stay-open-during-the-coronavirus-closures/amp/>
- 15 Guillén, M. F. (7 juillet 2020). How Businesses Have Successfully Pivoted During the Pandemic. Harvard Business Review : <https://hbr.org/2020/07/howbusinesses-have-successfully-pivoted-during-the-pandemic>
- 16 Hughes, O. (7 avril 2020). Microsoft and NHS Digital to provide new clinical capabilities through Teams. Digital Health : <https://www.digitalhealth.net/2020/04/microsoft-and-nhs-digital-to-provide-new-clinical-capabilities-through-teams/>
- 17 Designed, supplied, delivered: Coordinating production of medical ventilators for the UK (2020). Accenture : https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF126/Accenture-RollsRoyce-ACN-Ventilator-ChallengeUK-CaseStudy.pdf
- 18 Geisinger's digital strategy to combat COVID-19 and accelerate enterprise transformation (14 juillet 2020). Healthcare IT News : <https://www.healthcareitnews.com/blog/leveraging-digital-strategy-combat-covid-19-and-accelerate-enterprise-transformation>
- 19 Peart, N. (9 décembre 2020). Four HR Officers Create A Solution To Connect People To Work. Forbes : <https://www.forbes.com/sites/nataliapeart/2020/12/09/four-hr-officers-create-a-solution-to-connect-people-to-work/?sh=514492096278>
- 20 Danone Full Year Results 2019 (2020) : https://www.danone.com/content/dam/danone-corp/danone-com/medias/medias-en/2020/corporatepressreleases/danone_full_year_2019_results.pdf
- 21 McMillon, D. (12 juin 2020). Advancing Our Work on Racial Equity. Walmart : <https://corporate.walmart.com/newsroom/2020/06/12/advancing-our-work-on-racial-equity>
- 22 Accenture Circular Supply Chain (2019) : https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-95/Accenture-Circular-Supply-Chain.pdf#zoom=50

À propos d'Accenture

Accenture est une entreprise mondiale de services professionnels dotée de capacités de pointe dans les domaines du numérique, de l'infonuagique et de la sécurité. Alliant une expérience inégalée et des compétences spécialisées dans plus de 40 secteurs, nous offrons des services en stratégie et services-conseils, interactivité, technologies et opérations, tous propulsés par le plus grand réseau de centres de technologies de pointe et d'opérations intelligentes au monde. Chaque jour, nos 506 000 employés concrétisent notre promesse à l'égard des technologies et de l'ingéniosité humaine, au service de nos clients situés dans plus de 120 pays. Nous maîtrisons la puissance du changement pour créer de la valeur et une réussite partagée pour nos clients, notre personnel, nos actionnaires et nos collectivités. Consultez notre site Web : www.accenture.com/ca-fr.

© 2021, Accenture
Tous droits réservés.

Accenture et son logo sont des marques de commerce d'Accenture.

À propos d'Accenture Labs

Accenture Labs assure l'incubation et le prototypage de nouveaux concepts grâce à des projets de R et D appliquée qui auront un impact significatif sur les entreprises et la société. Notre équipe de technologues et de chercheurs dévoués travaille auprès des dirigeants dans l'ensemble de l'entreprise et de partenaires externes pour imaginer et inventer le futur.

On retrouve Accenture Labs dans sept grands centres de recherche dans le monde : San Francisco (Californie) et Washington D.C., aux États-Unis; Dublin, en Irlande; Sophia Antipolis, en France; Herzliya, en Israël; Bangalore, en Inde; Shenzhen, en Chine; en plus des Nano Labs partout dans le monde. Accenture Labs travaille en étroite collaboration avec le réseau Accenture composé de près de 400 centres d'innovation, de studios et de centres d'excellence pour livrer des résultats de recherche de pointe, des connaissances et des solutions aux clients, là où ils mènent leurs activités commerciales et leur vie de tous les jours. Pour plus de renseignements, veuillez visiter le site www.accenture.com/labs (en anglais).

Ce document comporte des références descriptives à des marques de commerce qui peuvent appartenir à d'autres. L'utilisation de ces marques de commerce dans ce document n'est pas une affirmation de propriété de celles-ci par Accenture et ne prétend pas ou ne donne pas à entendre qu'il existe une association entre Accenture et les propriétaires légitimes de ces marques de commerce.

À propos d'Accenture Recherches

Accenture Recherches façonne les tendances et élabore des analyses fondées sur des données sur les enjeux les plus urgents auxquels les organisations mondiales doivent faire face.

Alliant la puissance des techniques de recherche innovantes à une connaissance approfondie des industries de nos clients, notre équipe de 300 chercheurs et analystes couvre 20 pays et publie des centaines de rapports, d'articles et de points de vue chaque année. Nos recherches qui suscitent la réflexion, appuyées par des données exclusives et des partenariats avec des organisations de premier plan comme le MIT et Harvard, guident nos innovations et nous permettent de transformer nos théories et nos idées nouvelles en solutions concrètes pour nos clients. Pour plus de renseignements, visitez le site : www.accenture.com/research