

BAROMÈTRE DES PRATIQUES DIGITALES 2016 PAR SIA PARTNERS, ECONOCOM ET L'IFOP : LE DIGITAL, DE LA RÉVOLUTION À LA CONCRÉTISATION

Paris, le 04 octobre 2016 - Pour la deuxième année consécutive, Sia Partners, Econocom et l'Ifop présentent leur étude de grande ampleur sur les pratiques digitales des entreprises. Avec plus de 400 participants issus de 329 grandes entreprises françaises de plus de 500 collaborateurs, dont 25 groupes du CAC 40, cette étude établit une cartographie inédite de la transformation numérique des entreprises en France. Ce baromètre pose ainsi, sur deux ans, les bases d'un référentiel pertinent pour les éditions futures.

Le digital, un « new normal » face à la résistance au changement

Loin d'être un buzzword, le digital fait désormais figure de normalité et constitue l'indispensable adaptation des entreprises à la nouvelle donne. En 2016, seules 26 % des entreprises estiment que leur transformation numérique est motivée par un effet de mode (vs 32 % en 2015).

Reflet du passage du « must-have » au « must-do », **la résistance au changement devient le frein principal cité en 2016 et se place en tête des problématiques à résoudre pour accélérer la transformation digitale.** Le manque d'agilité de l'entreprise devient le second obstacle majeur, passant de la 6^{ème} à la 2^{ème} position tandis que la capacité à évaluer concrètement le ROI des projets complète le Top 3. Thème particulièrement investigué en 2016 par les entreprises, **la sécurité passe de la 3^{ème} à la 7^{ème} position des freins cités.**

Bruno Grossi, Directeur Exécutif d'Econocom explique ces évolutions par un changement de référentiel : *« En 2016, les principaux freins cités sont directement liés à la mise en œuvre opérationnelle des projets dans les entreprises. Enfin ! Les attentes et le niveau d'exigence des dirigeants se sont sensiblement renforcés, preuve que le digital ne pénètre pas encore assez et assez vite le monde de l'entreprise. Pour réussir leur révolution digitale, les entreprises doivent accepter de revisiter les modèles économiques, les organisations, les processus opérationnels, les relations avec leurs clients et collaborateurs ».*

La data, une (r)évolution encore à ses prémices

Si la data apparaît comme l'un des enjeux phares de la transformation numérique, la collecte organisée et l'exploitation intelligente des données sont encore peu investies par les entreprises en 2016, au contraire de la question de leur **sécurité**.

Pour **Isabelle Denervaud**, Associée du cabinet Sia Partners, *« les stratégies des entreprises révèlent une grande diversité de profils, entre posture défensive et proactive. **Quatre profils de Data Players émergent, selon leur avancement sur les sujets data, au premier rang desquels on trouve les Audacieux et les Avant-Gardistes.** Ces derniers, en avance sur tous les domaines, sont dotés à 85% d'un Chief Data Officer. Les*

Sécuritaires et les Indifférents investissent eux le secteur de la data par l'angle détourné de l'Internet des Objets ».

Au-delà de l'enjeu sécuritaire largement investigué, les entreprises perçues comme capables d'exploiter pleinement le potentiel de leurs données constituent aujourd'hui une minorité, notamment sur les axes de la collecte (9 %), la qualité (12 %) et le traitement des données (10 %).

L'externe, nouvel eldorado du digital et de l'innovation

Cette édition 2016 le confirme, c'est vers l'externe que les entreprises se tournent en premier lieu pour chasser de nouveaux talents digitaux (43 % en 2016 vs 34 % en 2015). Par ailleurs, l'écosystème est de plus en plus sollicité au travers de partenariats avec des entreprises innovantes, le financement ou le soutien à des start-ups (1,8 fois plus qu'en 2015) et 63 % des entreprises déclarent avoir participé en tant que visiteur, exposant ou sponsor à des événements sur le digital ou l'innovation.

L'appréhension du digital semble une évidence quand il s'agit de l'usage professionnel à destination de l'externe : **en 2016, les entreprises sont toujours plus présentes sur les réseaux sociaux (83%)**, principalement sur Facebook, puis sur Twitter et LinkedIn. A l'inverse, les collaborateurs se trouvent délaissés, avec des formations au digital en recul (à peine 3 entreprises sur 10 contre 4 sur 10 en 2015 proposent des formations au digital) **et des outils digitaux qui se révèlent plus déceptifs qu'en 2015** (seuls 16 % des utilisateurs sont convaincus par la simplicité d'utilisation des outils digitaux à leur disposition contre 23 % en 2015).

Les initiatives des entreprises sur le digital sont nombreuses. Elles doivent en particulier **relever un double défi** :

- Pérenniser leur transformation technologique en incluant la dimension « expérience collaborateur »,
- Diffuser une culture forte de progrès et d'aventure collective pour lever les résistances.

Alors que le digital est en voie de normalisation et que l'adoption des pratiques qui en découlent constitue désormais un facteur clé de compétitivité, les entreprises commencent déjà **à investir de nouveaux domaines, et notamment celui de l'Internet des Objets. Signe de la prochaine révolution digitale ?**

À propos de Sia Partners

Sia Partners accompagne 50% des groupes du CAC40 dans leurs projets digitaux, du cadrage à la mise en œuvre. Le cabinet est devenu, depuis sa fondation en 1999, le leader des cabinets de conseil français indépendants. Cofondé par Matthieu Courtecuisse, Sia Partners compte 850 consultants pour un chiffre d'affaires de 115 millions d'euros pour l'exercice 2015/2016. Le Groupe est présent dans 15 pays, les Etats-Unis représentant le deuxième marché. Les équipes Transformation Digitale de Sia Partners ont lancé depuis fin 2013 l'Observatoire des Stratégies Digitales (OSD), qui décrypte les itinéraires digitaux des entreprises. L'OSD repose sur deux piliers depuis 2015 : le baromètre quantitatif des pratiques digitales présenté ici, en partenariat avec Econocom et IFOP, et une dimension qualitative par des études de cas régulières, en partenariat avec AccorHotels, Econocom et Orange. En outre depuis cette année, Sia Partners accompagne ses clients dans la réalisation de leurs projets Data Science au sein d'une practice dédiée, au travers d'offres innovantes couvrant l'ensemble des champs d'application des techniques de Data Science : Data Acquisition & Data Management, Data Modeling, et Data visualization.

Pour plus d'informations : www.sia-partners.com

Twitter : @SiapartnersTD

LinkedIn : Sia Partners Télécoms, Médias et Stratégies digitales

Blog : telecom.sia-partners.com

Contact Presse :

Brunswick Group

Domitille Harb/Victoria Kiener

Tél : + 33 (0)1 53 96 83 83

SIAPARTNERS@brunswickgroup.com

À propos d'Econocom

Econocom conçoit, finance et accompagne la transformation digitale des entreprises. Avec plus de 9 000 collaborateurs présents dans 19 pays, et un chiffre d'affaires supérieur à 2,3 milliards d'euros, Econocom dispose de l'ensemble des capacités nécessaires à la réussite des grands projets digitaux : conseil, approvisionnement et gestion administrative des actifs numériques, services aux infrastructures, applicatifs et solutions métiers, financement des projets.

Econocom a adopté le statut de Société Européenne en décembre 2015. Cotée sur Euronext à Bruxelles depuis 1986, l'action Econocom Group fait partie des indices Bel Mid et Tech 40.

Pour plus d'informations : www.econocom.com

Suivez nous sur Twitter : @Econocom_fr

Contact Presse :

Agence Elan-Edelman

Alexandre Ménard

Tél. : +33 (0)1 86 21 50 20

alexandre.menard@elanedelman.com

À propos de l'Ifop

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 6 expertises (Opinion & Stratégies d'entreprise, Consumer & Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés.

C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe des expertises transversales avec son entité InCapsule by Ifop ou encore le département Relation Client, Grandes Enquêtes et Panels.

Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses trois implantations : Paris, Shanghai et Hong-Kong. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

Pour plus d'informations : www.ifop.com

Contact Presse :

Olivia Augis

Tél. : + 33 1 72 34 94 28

olivia.augis@ifop.com