



RÉINVENTER SES RELATIONS DANS SON ÉCOSYSTÈME


L'entreprise X.0

Introduction

COMMENT AMÉLIORER NOTRE FAÇON DE VIVRE ET DE TRAVAILLER ?

Avec la rapidité des progrès technologiques, les entreprises proposent des produits et services toujours plus innovants, ce qui a pour conséquence des changements inédits dans la façon dont nous vivons et travaillons.

En prenant place à tous les niveaux de la société, les entreprises estompent les frontières relationnelles entre les sociétés et leurs clients finaux, ouvrant une nouvelle voie pour leur croissance future. La technologie est désormais solidement ancrée dans nos activités quotidiennes, mais sa portée est bien plus étendue, et elle remodèle des pans entiers de notre société. Cette année, les tendances de la Vision Technologique d'Accenture soulignent l'évolution rapide des technologies destinées à améliorer notre façon de vivre et de travailler.



Les entreprises ont désormais l'obligation, mais également la chance, d'interagir avec nous de façon différente.

Paul Daugherty | Directeur de la Technologie et de l'Innovation d'Accenture

GE¹ équipe ses techniciens de terrain avec des lunettes de réalité augmentée, ce qui modifie leurs interactions avec le monde physique en leur offrant un accès mains libres à l'information ou permettant également aux experts de visualiser précisément et à distance, ce que voient les techniciens lorsqu'ils réparent des éoliennes.

L'organisme de formation chinois Liulishuo² transforme les schémas éducatifs en introduisant un nouvel intervenant : un professeur d'anglais virtuel doté d'une intelligence artificielle (IA) capable d'offrir à des millions de personnes un apprentissage personnalisé et évolutif. Et en réponse au besoin grandissant d'informations précises pour alimenter le cycle des actualités en continu, Thomson Reuters³ a développé un algorithme qui extrait en temps réel les informations à partir des flux de données de Twitter pour aider les journalistes à classer, identifier, vérifier ou démentir les faits plus rapidement que jamais.

Individuellement, chacune de ces initiatives technologiques est représentative d'une volonté de l'entreprise de créer des produits et services créatifs ou innovants. Mais cette volonté d'innovation s'inscrit dans une stratégie plus vaste : stimuler la croissance de l'entreprise en rendant la technologie indissociable de l'activité – et donc indispensable. Les entreprises utilisent leurs produits et services pour remodeler et réinventer la façon dont notre société travaille et communique, voire la façon dont elle est dirigée.

Les efforts d'Amazon pour faire partie intégrante des foyers de ses consommateurs en sont un exemple parlant. Avec Echo et son intelligence artificielle Alexa, Amazon s'occupe non seulement des achats, mais répond aussi aux besoins quotidiens d'une vie active. Amazon est tellement présent dans la vie des utilisateurs que de nouveaux complexes immobiliers incorporent des consignes automatique Amazon Locker⁴ dans leurs équipements ; et les clients font désormais confiance à l'entreprise au point de lui autoriser l'accès physique à leur domicile, laissant les livreurs déposer les colis en leur absence via Amazon Key⁵ et son système de verrouillage intelligent.

Ces changements s'étendent même au-delà du consommateur. Tesla⁶ et d'autres entreprises impliquées dans la conduite automatisée s'invitent dans les débats réglementaires liés à leur secteur d'activité. Ils collaborent étroitement avec les gouvernements afin d'accélérer le développement d'un cadre réglementaire favorable au déploiement des véhicules autonomes. Dans le domaine des écosystèmes d'entreprise, Siemens s'implante au cœur des architectures de ses partenaires commerciaux. En permettant à chacun d'utiliser son système d'exploitation MindSphere⁷ pour les machines de fabrication des objets connectés (IoT), Siemens consolide sa position d'acteur essentiel du monde de l'IoT, avec l'extraordinaire portée sociétale qui l'accompagne.

Introduction

Ce type d'intégration constitue la prochaine grande évolution sociétale. De la même manière que les villes se sont construites autour des chemins de fer, ou que les foyers ont redéfini leur mode de vie autour de l'électricité, le monde actuel se réinvente non seulement autour de l'innovation numérique mais, par extension, autour des entreprises qui fournissent ces services.

Dans le passé, la société s'est reconstruite de nombreuses fois autour de ruptures technologiques. Nous vivons aujourd'hui l'une de ces reconstructions. Mais cette fois-ci, la transformation est unique : pour la première fois, le changement se fait à double-sens.

Nous n'utilisons pas uniquement des produits et des services, nous fournissons également des informations en retour. Afin de proposer des innovations totalement intégrées, les entreprises ont besoin d'un niveau élevé d'informations, que ce soit sur leur écosystème de partenaires ou notre façon de vivre. A l'ère de l'entreprise intelligente, ce niveau de connexion et de confiance implique un nouveau type de relation. Ce n'est plus uniquement l'aspect professionnel qui compte mais bien le personnel. C'est bien de cette manière que les dirigeants vont redéfinir leurs entreprises.



DE NOUVELLES ATTENTES : CONNAÎTRE LES VALEURS DE L'ENTREPRISE

Dans un monde où tout est connecté, les frontières qui divisaient traditionnellement notre société en catégories distinctes (clients, employés, citoyens, entreprises ou même gouvernements) sont devenues floues.

De plus en plus, en échange de l'accès qu'ils accordent aux entreprises et de l'influence que celles-ci ont sur leur vie, les consommateurs attendent des partenariats, basés non seulement sur les produits d'une entreprise, mais également sur ses objectifs et ses valeurs. Pour simplifier, les consommateurs ont besoin de valeurs communes pour faire confiance à une entreprise. Les dirigeants doivent alors définir ces valeurs ou les faire labéliser.

Ces nouvelles attentes sont un enjeu pour les entreprises qui ont mis en place des plateformes et services innovants. On peut comparer cela aux start-ups apparues lors de la bulle Internet, qui ont ensuite été contraintes de revenir en arrière et de développer des modèles plus traditionnels : les entreprises dont le rapide développement a bousculé la société doivent maintenant assumer les conséquences de ces nouvelles interactions.

Il y a quelques années, Uber a inauguré un nouveau modèle de relation avec les chauffeurs, bouleversant les habitudes du secteur des transports. Maintenant qu'elle a fait évoluer son business model et ses rapports avec les acteurs locaux, l'entreprise s'efforce d'agir de façon plus responsable dans ses interactions avec ses chauffeurs, ses clients et les organismes de réglementation.

L'importance accordée par le public, les gouvernements et les partenaires commerciaux à ces labels provient des responsabilités liées aux partenariats à double-sens. Lorsque ces responsabilités ne sont pas honorées, les résultats sont bien plus dommageables qu'une insatisfaction client : cet échec suscite dans la société un sentiment de désillusion vis-à-vis du modèle d'« innovation intégrée » sur lequel repose le développement des entreprises. Les failles de sécurité chez Equifax ont entraîné le vol de données personnelles qui auront des répercussions pour les décennies à venir sur des centaines de millions de personnes, dont certaines n'avaient aucune relation commerciale explicite avec Equifax⁹. Reconstruire la confiance nécessaire pour maintenir des partenariats avec les consommateurs, les gouvernements et le grand public nécessitera des efforts colossaux.

L'ampleur de ces défis ne fera que croître à mesure que d'autres technologies révolutionnaires arriveront à maturité dans les années à venir, accélérant les changements sociétaux. L'informatique quantique est en mesure de briser les normes cryptographiques qui sous-tendent les systèmes financiers mondiaux ; de nouveaux modèles et plateformes de recrutement bouleversent la conception traditionnelle de l'emploi ; et à mesure que les capacités et la portée de l'Intelligence Artificielle s'intensifient, un risque apparaît : celui de provoquer des failles et des scandales à grande échelle liés à la mauvaise utilisation de cette technologie.

Il apparaît clairement que de nouveaux partenariats devront être créés au niveau individuel et sociétal pour faire face aux conséquences de ces changements révolutionnaires. Mais le rôle que les entreprises vont jouer reste à définir. Quelle est la responsabilité d'une entreprise dont le cryptage sécurisé est déchiffré suite aux progrès de la technologie quantique ? Quelles sanctions une entreprise devra-t-elle subir si l'un de ses partenaires utilise l'IA pour prendre des décisions malhonnêtes ou porte atteinte à la vie privée des utilisateurs ?

Si les géants de la technologie sont de plus en plus actifs sur les questions sociétales, telles que les débats sur l'accès aux données et le respect de la vie privée, c'est que les actions mises en œuvre définiront les labels de ces entreprises. Apple⁹ est allé jusqu'à refuser de donner au gouvernement américain la capacité de déchiffrer les données d'un iPhone, et a consacré beaucoup de temps et de ressources à expliquer sa décision au public. Ce type de communication n'était pas le fruit du hasard : il vise à démontrer ce que l'entreprise fera ou ne fera pas dans le cadre de ses partenariats avec ses clients, les gouvernements et le grand public, et constitue la première étape vers la définition formelle d'un contrat social d'entreprise.

DÉFINIR UN CONTRAT SOCIAL D'ENTREPRISE

Même si les nouvelles attentes sociétales liées à un environnement technologique en évolution peuvent paraître décourageantes, les entreprises pionnières y voient également un avantage potentiel pour l'entreprise.

Elles s'appuient sur leurs interactions technologiques approfondies et intégrées pour bâtir des partenariats étroits avec les clients, les employés, le gouvernement et le grand public. En définissant explicitement la nature de leurs partenariats, ces entreprises définissent également un nouveau contrat social d'entreprise.

La création d'un ensemble cohérent de principes régissant leurs relations, aidera les entreprises à répondre à des attentes toujours plus élevées. De plus, elle leur offre un avantage stratégique pour innover et se développer. Les engagements pris par une entreprise envers ses partenaires deviendront la « valeur nutritionnelle » prisée par ceux-ci. À mesure que les entreprises construisent et étendent leurs écosystèmes, les individus et organisations partageant les mêmes objectifs et idéaux deviendront des partenaires naturels. Au bout du compte, les entreprises créeront des « conditions générales » avec leur galaxie de partenaires au sein de la société connectée, indiquant clairement la voie pour leur croissance future.

La nature et la portée de ces nouvelles conditions générales dépendront du type de partenariat, qu'il s'agisse de clients, d'employés, de gouvernements ou du grand public. Il en sera de même pour les perspectives de croissance liées à leur mise en place.

Le groupe de cosmétiques L'Oréal¹⁰ s'inscrit dans cette démarche. Pour se positionner de manière pérenne en tant qu'acteur socialement responsable, l'entreprise a rédigé une charte éthique stricte en collaboration avec des agences gouvernementales françaises et des organisations d'éthique internationales. A noter que la charte sert de guide décisionnel à quasi tous les niveaux de L'Oréal.

L'Oréal exige ainsi de ses fournisseurs potentiels qu'ils s'engagent à respecter un ensemble de normes éthiques tout aussi rigoureuses et forme les acheteurs internes de façon à s'assurer qu'ils achètent auprès de fournisseurs respectueux de cette charte.

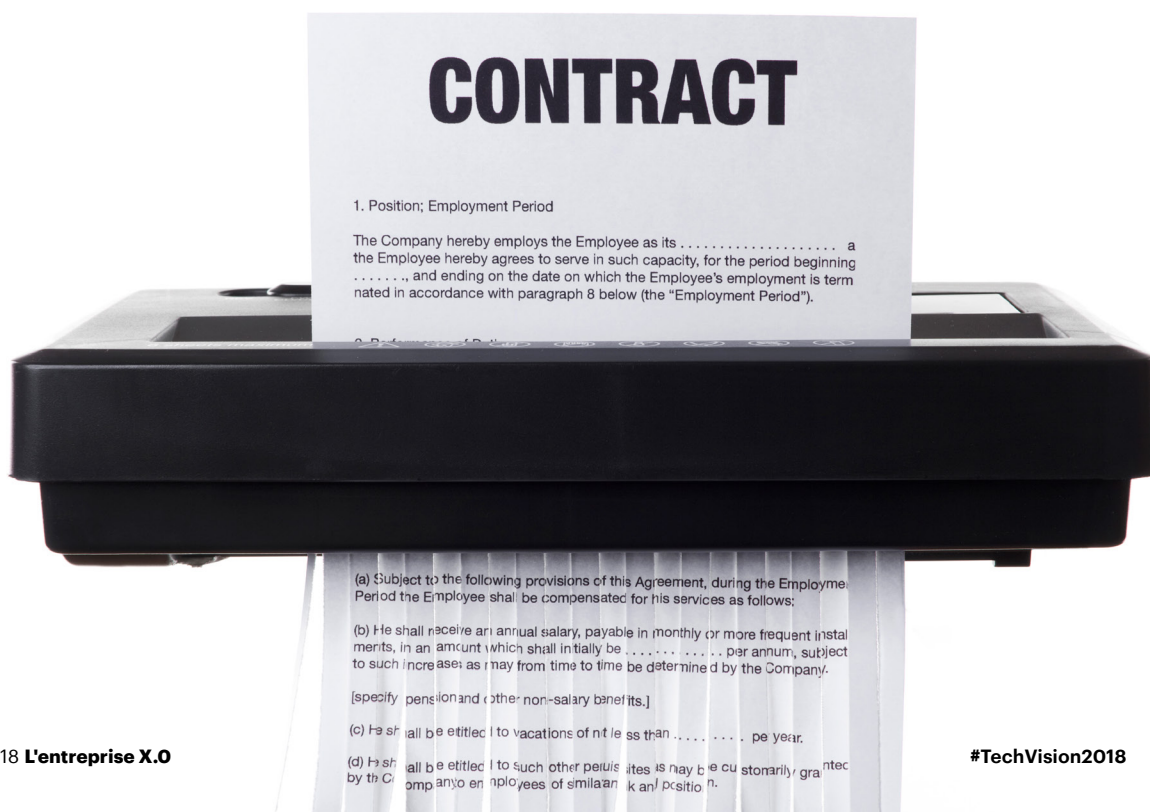
Vis-à-vis du public, la charte établie des principes de responsabilité environnementale : l'entreprise a réduit ses émissions de carbone de 67 %, achète uniquement de l'huile de palme issue de forêts gérées de façon durable et investit dans la construction d'usines « sèches » (n'utilisant que de l'eau recyclée) prévues dès cette année. Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général de L'Oréal, rappelle que ces changements ne sont pas dictés simplement par la bonne conscience mais répondent également à des besoins commerciaux.¹¹ « Au cours des 10 prochaines années, l'éthique ne sera plus seulement un « simple atout », mais une condition préalable essentielle à toute licence d'exploitation d'une entreprise. Les entreprises à la pointe dans ce domaine bénéficieront d'un avantage compétitif. »

Aussi important que le partenariat avec les clients, le fait de considérer les employés comme de précieux alliés définira la culture de l'entreprise et créera une base durable sur laquelle fonctionner et innover. Une étude interne d'AT&T¹² a révélé que près de la moitié de ses 240 000 employés occupaient des postes dont l'entreprise n'aurait plus besoin d'ici dix ans. Ils ont également constaté que seulement la moitié de leurs effectifs avait une formation en science, technologie, ingénierie et mathématiques (STEM), alors que les projections estiment le besoin de ces compétences à 95 % de la main-d'œuvre d'ici 2020. En réaction, AT&T a investi un milliard de

dollars dans Workforce 2020, un programme destiné à réorienter et préparer un quart de ses effectifs à de nouveaux métiers. En 2016, l'entreprise a pourvu plus de 40 % des postes vacants avec des candidats internes.

En définissant les responsabilités qu'elle assumera au sein de chaque type de partenariat, l'entreprise peut définir un nouveau contrat social d'entreprise en établissant des points de repère pour son développement.

Au cours des 10 prochaines années, l'éthique ne sera plus seulement un « simple atout », mais une condition essentielle.

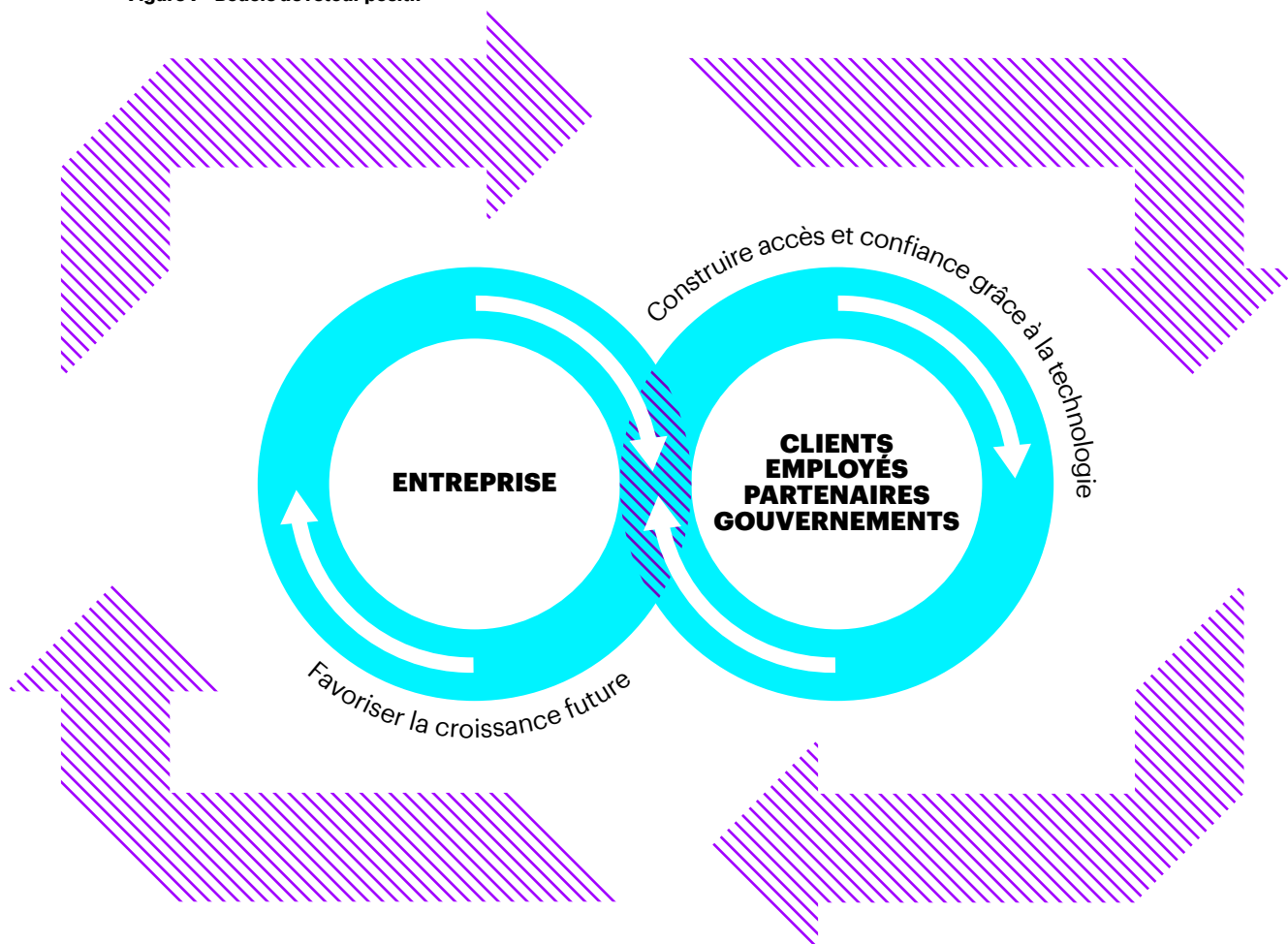


POSSIBILITÉS D'INTÉGRATION

Toujours plus présentes dans nos vies, les entreprises ont façonné la société autour de leurs produits et services. Cette société transformée constitue désormais une nouvelle base pour la croissance future de chaque entreprise.

Grâce à de nouveaux partenariats avec leurs clients, leurs employés, leurs partenaires et même les gouvernements, les entreprises ont la capacité de renforcer leur présence et la confiance dont elles bénéficient. Cette dernière donnera aux entreprises les moyens de s'intégrer davantage dans la société, devenant ainsi toujours plus indispensables et générant leur propre croissance.

Figure 1—Boucle de retour positif



Tendances 2018

L'ENTREPRISE X.0

Les produits et services technologiques ont une influence considérable sur la façon dont nous vivons et travaillons. Grâce à eux, les entreprises génèrent des changements sans précédent dans la société.

Cette année, la Vision technologique d'Accenture souligne cinq tendances émergentes qui expliquent comment la technologie augmente l'influence des entreprises dans la société. Mais en contrepartie de l'importance et de l'influence sans précédent dont bénéficient aujourd'hui les entreprises, l'opinion publique exige plus de responsabilités de leur part. Dans chaque chapitre, vous découvrirez comment les attentes augmentent à mesure que les clients, employés, partenaires commerciaux, gouvernements et autres parties prenantes sont en demande de partenariats formels avec les entreprises.



Tendance 1
L'IA CITOYENNE
L'éducation autour de l'IA, au service des entreprises et de la société.

À mesure que les capacités de l'intelligence artificielle et son influence sur nos vies se développent, les entreprises doivent « éduquer » leurs IA à se comporter comme des membres responsables et productifs de la société.



Tendance 2
LA RÉALITÉ AMPLIFIÉE
L'expérience sans la distance.

Les technologies de réalité virtuelle et augmentée suppriment les distances entre les personnes, les informations et les expériences, transformant ainsi notre façon de vivre et de travailler.



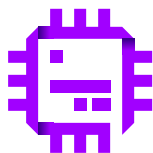
Tendance 3
LA DATA INFAILLIBLE
L'importance de la confiance dans les données.

En se transformant pour exploiter les données, les entreprises ont créé un nouveau type de vulnérabilité : les données inexactes, manipulées et biaisées peuvent fausser le point de vue de l'entreprise et l'induire en erreur, avec de lourdes conséquences sur la société.



Tendance 4
L'IT ANTICHOC
Une architecture prête pour un écosystème à grande échelle.

Pour assurer leur croissance, les entreprises dépendent de partenariats basés sur la technologie. Mais leurs systèmes actuels ne sont pas adaptés pour des partenariats à grande échelle. Pour fonctionner efficacement de façon toujours plus intégrée, les entreprises doivent d'abord se réorganiser.



Tendance 5
L'INTERNET DE LA PENSÉE
Rendre intelligentes les architectures distribuées.

Les entreprises font le pari d'environnements intelligents basés sur la robotique, l'IA et les expériences immersives. Mais pour leur donner vie, elles doivent étendre leurs infrastructures dans les environnements dynamiques et concrets qu'elles souhaitent atteindre.

Conclusion

Dans le cadre de l'étude pluriannuelle d'Accenture dédiée à l'influence de la technologie sur les entreprises, ces tendances reflètent une culture numérique en constante évolution, qui génère défis et opportunités pour les entreprises du monde entier. Depuis l'avènement de l'ère numérique, les entreprises doivent en faire plus chaque année :

Transformation numérique ; implication croissante dans notre quotidien ; et surtout, l'application du principe « d'humain d'abord » dans un environnement en mutation pour les entreprises. Nous avons maintenant atteint le point de fusion : les entreprises remodelent la société et ne peuvent pas le faire seules. Pour chaque entreprise comme pour la société dans son ensemble, la marche à suivre consiste à établir des partenariats avec les individus.

Année après année, chaque thème de notre rapport met en lumière des technologies émergentes ou en évolution et leur influence croissante sur l'entreprise. Certaines technologies jouent déjà un rôle important dans les stratégies des entreprises leaders, tandis que d'autres commencent juste à apparaître comme des facteurs de différenciation. Globalement, les thèmes de notre Vision Technologique fournissent un guide sur la façon dont les entreprises doivent envisager leurs ressources, leurs responsabilités et leurs chances de réussite dans les années à venir.

À l'heure où des entreprises du monde entier œuvrent à changer la société, être un leader ne consiste plus seulement à intégrer de nouvelles technologies. Cela repose sur votre capacité à établir des partenariats qui améliorent la vie quotidienne tout en façonnant la société, établissant ainsi les bases de votre croissance future.

L'enjeu de cette nouvelle ère repose sur notre capacité à utiliser ces liens et ces informations dont nous disposons vis-à-vis des entreprises (et réciproquement) pour changer notre façon de collaborer.

Michael Biltz | Directeur exécutif,
Vision Technologique d'Accenture - Accenture Labs

Mieux appréhender le contexte

L'ensemble des tendances mises en lumière par la Vision Technologique d'Accenture ces trois dernières années comprend les rapports de 2017 et 2016 :

La Vision Technologique d'Accenture comprend un ensemble de tendances technologiques sur trois ans, et il est important de réaliser que les tendances de cette année s'intègrent dans une vision plus globale. À mesure que les entreprises poursuivront leur croissance digitale, elles devront s'adapter aux technologies émergentes tout en continuant à maîtriser celles qui ont évolué. Ces technologies nous renseigneront collectivement sur la façon dont les entreprises construisent la prochaine génération de pratiques commerciales et ouvrent la voie à une croissance future. Retrouvez les références de l'ensemble des tendances ci-dessous et sur accenture.fr

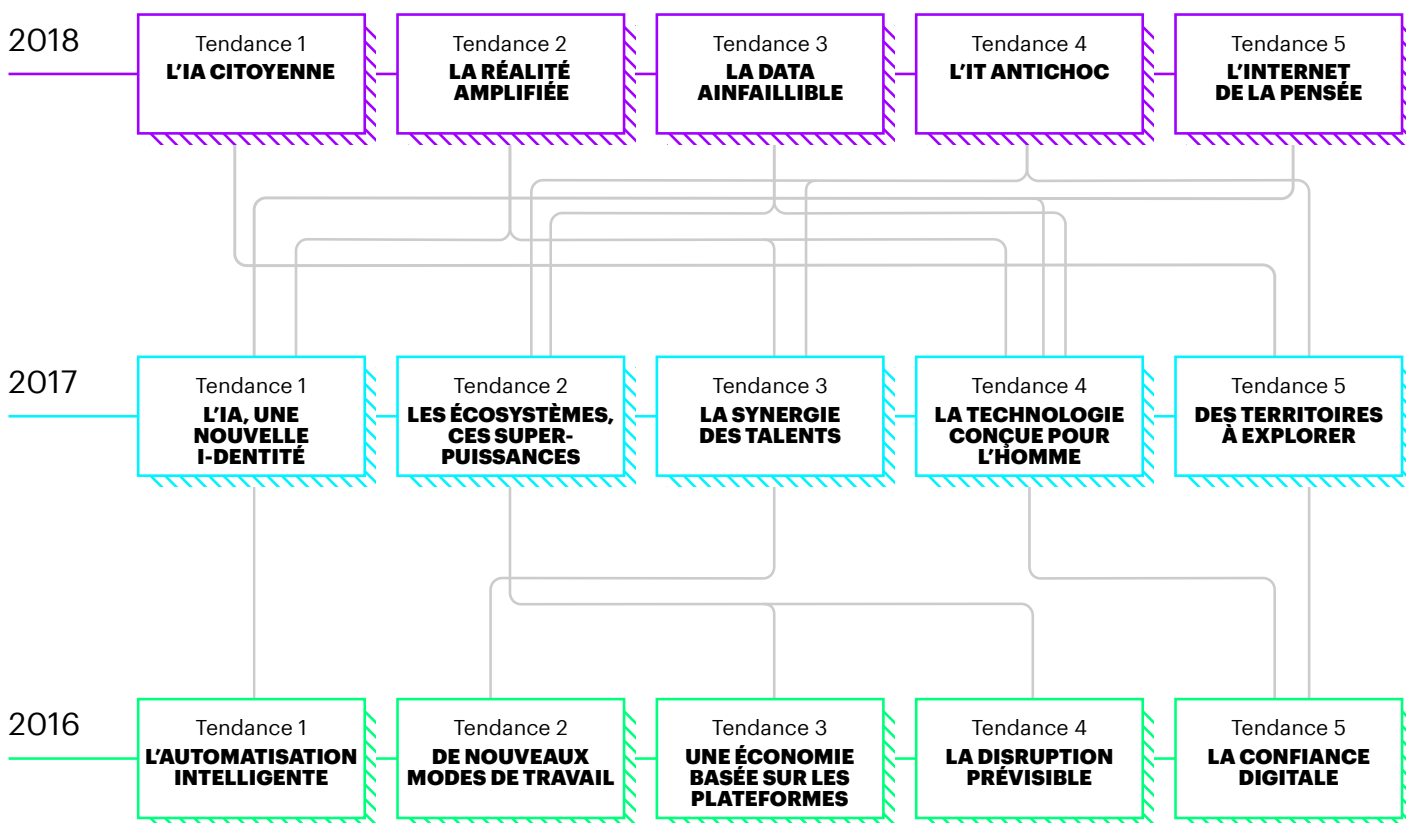


Figure 2—Evolution de nos tendances

2017

Tendance 1

L'IA, UNE NOUVELLE I-DENTITÉ

L'expérience avant tout.

L'intelligence artificielle (IA) deviendra bientôt le porte-parole numérique de votre entreprise. Bien plus qu'un simple outil de fond pour l'entreprise, elle endosse des rôles toujours plus sophistiqués au sein des interfaces technologiques. De la conduite autonome des véhicules exploitant la vision par ordinateur aux traductions simultanées rendues possibles par l'apprentissage automatique, l'IA permet à chaque interface d'être à la fois simple et intelligente, tout en suscitant des attentes élevées vis-à-vis des futurs systèmes interactifs. Elle sera le nouveau visage de votre marque et deviendra un facteur de différenciation essentiel ainsi qu'une compétence cruciale pour l'investissement et la stratégie au niveau des cadres dirigeants.

Tendance 2

LES ÉCOSYSTÈMES, CES SUPER-PUISSANCES

Libérer le pouvoir du « Nous ».

Les entreprises intègrent de plus en plus leurs fonctionnalités métier au sein des services et plateformes de leurs prestataires. Mais plutôt que de les considérer comme des partenariats figés, les dirigeants les plus innovants s'appuient sur ces relations pour renforcer leur position dans les nouveaux écosystèmes. Une position qui sera essentielle lors de leurs prochaines vagues de croissance stratégique. Ainsi, ils mettent au point de nouvelles chaînes de valeur à même de transformer leurs entreprises, leurs produits, et le marché lui-même.

Tendance 3

LA SYNERGIE DES TALENTS

Réinventer l'agilité de vos équipes.

Accenture constate, suite au témoignage de plus de 5400 entreprises que le travail du futur est déjà là. Appuyés par l'apparition de nombreuses plateformes de travail à la demande et de solutions de gestion du travail en ligne, les organisations et modèles traditionnels se transforment en « marchés des talents ». L'entreprise à la demande qui pourra en résulter sera la clé de voûte d'une innovation rapide et des adaptations organisationnelles dont les entreprises auront besoin pour devenir réellement digitales, générant ainsi le plus grand changement économique depuis la révolution industrielle.

Tendance 4

LA TECHNOLOGIE CONÇUE POUR L'HOMME

Insuffler de nouveaux comportements.

Et si la technologie s'adaptait à vous ? Le nouvel horizon en matière d'expérience digitale est une technologie spécialement conçue pour s'adapter aux comportements individuels. Les leaders dans le digital ont compris qu'avec une technologie qui tend vers une coopération efficace entre humains et machines, prendre en compte les comportements individuels humains optimise non seulement la qualité de l'expérience, mais aussi l'efficacité des solutions technologiques. Ce changement transforme les « relations personnalisées » traditionnelles en quelque chose de beaucoup plus précieux : des partenariats.

Tendance 5

DES TERRITOIRES À EXPLORER

Créer de nouveaux marchés, définir de nouvelles normes.

Les entreprises actuelles ne se contentent pas de créer des produits et services inédits, elles créent de nouveaux secteurs d'activité liés au digital. Depuis les normes technologiques jusqu'aux questions éthiques en passant par les mandats gouvernementaux, dans une économie digitale basée sur les écosystèmes, une chose est claire : il reste un grand nombre de règles à établir. Pour être à la hauteur de leurs ambitions en matière de digital, les entreprises doivent assumer leur rôle de leadership afin de contribuer à mettre en place les nouvelles règles du jeu. Celles qui prendront de l'avance pourront se positionner au cœur de leur nouvel écosystème, tandis que les autres risquent d'accuser un retard préjudiciable.

2016

Tendance 1

**L'AUTOMATISATION
INTELLIGENTE**
**Le nouveau collaborateur
à l'ère du digital.**

Les leaders vont s'appuyer sur l'automatisation non seulement pour tirer parti du rythme effréné de la transformation digitale, mais aussi pour créer un nouvel univers numérique au sein duquel ils pourront consolider leurs avantages concurrentiels. Les machines et l'intelligence artificielle seront les recrues de demain avec de nouvelles compétences qui permettront aux collaborateurs d'exercer de nouvelles tâches et de réinventer leur métier.

Tendance 2

**DE NOUVEAUX
MODES DE
TRAVAIL**
**Réinventer la
culture digitale.**

Les entreprises investissent dans le déploiement des outils dont elles ont besoin pour s'adapter aux mutations constantes imposées par les technologies digitales. Pour atteindre ces objectifs ambitieux, les leaders se recentrent sur un facteur trop souvent négligé : leurs employés. Ces entreprises envisagent les nouvelles technologies non seulement comme un facteur de disruption, mais aussi comme un catalyseur de transformation qui leur permettra de devenir une organisation agile et hautement évolutive. En bref, les dirigeants se rendent compte que ces nouveaux modes de travail peuvent leur offrir un nouvel avantage concurrentiel.

Tendance 3

**UNE ÉCONOMIE
BASÉE SUR LES
PLATEFORMES**
**L'innovation par
l'extérieur.**

Les entreprises leaders misent sur la puissance du digital non seulement pour déployer de nouvelles plateformes numériques mais aussi pour développer, grâce à elles, de nouveaux business models et stratégies. Les évolutions technologiques ne sont toutefois que le début de changements plus profonds.

Tendance 4

**LA DISRUPTION
PRÉVISIBLE**
**Générer une nouvelle
croissance grâce aux
écosystèmes digitaux.**

L'émergence accélérée des écosystèmes digitaux (agriculture de précision, Internet industriel, villes intelligentes, etc.) pose les bases de la prochaine vague de grandes disruptions pour les entreprises. Ces écosystèmes digitaux, ainsi que les entreprises qui sont à leur fondement, instaurent des passerelles entre les marchés et tendent à atténuer les frontières traditionnelles entre les secteurs.

Tendance 5

**LA CONFIANCE
DIGITALE**
**Renforcer les relations
avec les consommateurs
par l'éthique et la sécurité.**

Pour gagner la confiance au sein de l'économie digitale, les entreprises doivent mettre en place des mesures de cybersécurité solides et intégrer l'éthique à chaque étape du parcours client. Les nouveaux produits et services doivent être conçus de façon éthique et sûre. Les entreprises qui relèveront ce défi seront à même de créer des liens de confiance durables avec leurs clients, s'assurant au passage de leur fidélité.

À propos de la Vision Technologique

MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Chaque année, l'équipe de la Vision Technologique s'associe à Accenture Research pour identifier les tendances et développements IT qui auront le plus d'impact sur les entreprises, organismes publics et autres organisations durant les trois à cinq prochaines années. Ces tendances ont une influence significative sur l'ensemble des secteurs d'activité et peuvent être utilisées dès aujourd'hui par les entreprises.

Cette recherche a débuté en réunissant des informations auprès du Conseil d'administration de la Vision Technologique, un groupe composé de plus d'une vingtaine d'experts en provenance d'entreprises des secteurs privé et public, d'universités, de sociétés de capital-risque et d'entrepreneurs. L'équipe a interviewé des précurseurs en matière de technologies et des experts du secteur, ainsi qu'une centaine de responsables Accenture de tous les secteurs d'activité.

Chaque année, le processus de recherche inclut également une étude menée auprès de milliers de dirigeants d'entreprises et de responsables informatiques du monde entier afin de mieux comprendre l'influence de la technologie sur leur activité. Les réponses contribuent à identifier les stratégies technologiques et les investissements prioritaires d'entreprises issues de zones géographiques et de secteurs d'activité variés.

Une liste de tendances a ainsi été établie, puis l'équipe a de nouveau convoqué son Conseil d'administration aux côtés de dirigeants d'Accenture et d'experts extérieurs afin d'étudier en détail ces tendances pour évaluer les plus pertinentes et les redéfinir au besoin.

Les différents thèmes ont été évalués en fonction de leur pertinence par rapport aux enjeux auxquels font face les entreprises. Plus précisément, l'équipe de la Vision Technologique a souhaité explorer de nouvelles idées en matière d'évolution technologique, qui feront bientôt partie du quotidien des dirigeants de la plupart des entreprises.

Références

- 1 Kloberdanz, K. (25 mai 2017). How Augmented Reality Glasses Are Being Used in Industry. GE. <https://www.ge.com/reports/looking-smart-augmented-reality-seeing-real-results-industry-today/>
- 2 Millward, S. (27 juillet 2017). "AI English Teacher" Gets \$100M. Tech in Asia. <https://www.techinasia.com/ai-english-teacher-100m>
- 3 Liu, X., Nourbakhsh, A., Li, Q., & Shah, S. (octobre 2015). Real-Time Rumor Debunking on Twitter. <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2806416.2806651>
- 4 Vega, N. (28 juillet 2017). Amazon Wants to Install Delivery Lockers in Your Apartment Building. Business Insider. <http://www.businessinsider.com/amazon-hub-delivery-locker-apartment-buildings-2017-7>
- 5 Barrett, B. (25 octobre 2017). Amazon Key Puts Deliveries—and Delivery People—in Your Home. Wired. <https://www.wired.com/story/amazon-key-and-cloud-cam/>
- 6 Dellinger, A.J. (6 juin 2016). Tesla May Be Sharing Data with the Government to Help Advance Regulation on Autopilot Vehicles. The Daily Dot. <https://www.dailydot.com/debug/tesla-motors-autopilot-data-offered-to-department-of-transportation/>
- 7 MindSphere: Data to Knowledge. (n.d.). Siemens. <https://www.siemens.com/global/en/home/products/software/mindsphere.html>
- 8 Malik, J. (28 septembre 2017). If Data Is the New Oil, Then Equifax Just Caused a Huge Environmental Disaster. CSO. <https://www.csoonline.com/article/3228887/data-breach/if-data-is-the-new-oil-then-equifax-just-caused-a-huge-environmental-disaster.html>
- 9 Customer Letter. (16 février 2016). Apple. <http://www.apple.com/customer-letter/>
- 10 Alvarez, C. (27 octobre 2017). L'Oréal Championne Mondiale du Développement Durable, Selon le CDP. Novethic. <http://www.novethic.fr/empreinte-terre/climat/isr-rse/l-oreal-championne-mondiale-du-developpement-durable-144955.html>
- 11 L'Oréal Named as One of the World's Most Ethical Companies by the Ethisphere Institute for the Seventh Time. L'Oréal Group. (7 mars 2016). <http://www.loreal.com/media/press-releases/2016/mar/ethisphere-2016>
- 12 Can AT&T Retrain 100,000 People? (15 mars 2017). Fortune. <http://fortune.com/att-hr-retrain-employees-jobs-best-companies/>

À PROPOS D'ACCENTURE

Accenture, un des leaders mondiaux des services aux entreprises et administrations, propose une large gamme de services et solutions en stratégie, conseil, digital, technologie et gestion déléguée d'opérations. Combinant son expérience et son expertise dans plus de 40 secteurs d'activité et pour toutes les fonctions de l'entreprise - en s'appuyant sur le plus grand réseau international de centres de services - Accenture intervient à l'intersection de l'activité de ses clients et de la technologie pour les aider à renforcer leur performance et créer de la valeur sur le long terme pour leurs parties prenantes. Avec plus de 425 000 employés intervenant dans plus de 120 pays, Accenture favorise l'innovation pour améliorer notre environnement de demain. Site Internet : www.accenture.com/fr-fr

À PROPOS DES LABS D'ACCENTURE

Le travail des Labs d'Accenture consiste à incuber et prototyper de nouveaux concepts à travers des applications de projets R&D susceptibles d'avoir une influence significative à court terme sur les résultats de nos clients. Notre équipe de chercheurs et d'experts en technologie accompagne les responsables de nos différents secteurs d'activité dans l'investissement, l'incubation et le déploiement d'idées novatrices qui aident nos clients à créer de nouvelles sources d'avantages commerciaux. Le réseau de Labs d'Accenture compte sept centres de recherche dans le monde, situés en Inde (Bangalore), en Chine (Pékin), en Irlande (Dublin), aux États-Unis (Silicon Valley et Washington D.C), en France (Sophia Antipolis), et en Israël.

À PROPOS D'ACCENTURE RESEARCH

L'équipe Accenture Research se penche sur les grands défis qui attendent les entreprises internationales d'aujourd'hui, pour y déceler des tendances et de précieuses informations axées sur les données. Associant la puissance des méthodes de recherche innovantes et une parfaite connaissance des secteurs de nos clients, notre équipe de 250 chercheurs et analystes répartis dans 23 pays publie chaque année des centaines d'articles, de rapports et de points de vue. Combinées à des données exclusives et à des partenariats avec de grandes organisations telles que le Massachusetts Institute of Technology (MIT) ou la Singularity University, nos recherches sont de véritables supports de réflexion qui guident nos innovations et nous permettent de transformer des théories et des idées neuves en solutions concrètes qui répondent aux défis que rencontrent nos clients dans leur quotidien.

Copyright © 2018 Accenture
Tous droits réservés

Accenture, son logo et
High Performance Delivered
sont des marques déposées
d'Accenture.

Les références contenues dans ce document peuvent appartenir à leurs propriétaires respectifs. L'utilisation de ces marques déposées ne constitue pas une remise en cause de la propriété de ces marques par Accenture et ne vise pas à représenter ou impliquer l'existence d'une quelconque association entre Accenture et les propriétaires légitimes de ces marques déposées. Les informations liées à des produits, services et organisations de tiers ont été obtenues auprès de sources publiques disponibles, et Accenture ne peut garantir l'exactitude et la fiabilité de telles sources d'information. Ces inclusions ne signifient pas que les tiers ont donné leur accord pour l'utilisation de ces informations.

Les points de vue et opinions exprimés dans ce document ne doivent pas être considérées comme des conseils professionnels à l'égard de votre entreprise.