

Les entreprises tardent à franchir le cap de l'automatisation : seulement 16 % d'entre elles ont déployé des projets d'automatisation pour plusieurs cas d'usage et à grande échelle

Selon un nouveau rapport, les organisations passent à côté d'un gisement d'opportunités en focalisant leur démarche d'automatisation sur l'obtention de gains opérationnels plutôt que sur un objectif de croissance de leur chiffre d'affaires.

Paris, le 11 octobre 2018 – Un nouveau rapport du [Capgemini Research Institute](#) montre que moins d'un cinquième (16%¹) des organisations internationales mettent en place des solutions d'automatisation à grande échelle² et pour plusieurs cas d'usage. Les entreprises se focalisent par ailleurs davantage sur les économies de coûts opérationnels obtenues grâce à l'automatisation que sur une stratégie de croissance sur le long terme. Plus de 40% d'entre elles indiquent que l'objectif premier de leurs initiatives d'automatisation est l'amélioration de la qualité, alors que 23% cherchent à générer des revenus complémentaires. Le rapport souligne également que seulement 32% des organisations interrogées se concentrent sur les cas d'usage considérés comme des « quick-wins » : des opérations faciles à mettre en œuvre et permettant un gain important.

Dans le cadre de ce rapport, intitulé « [Reshaping the future: Unlocking automation's untapped value](#) », plus de 700 dirigeants d'entreprises expérimentant ou déployant des solutions d'automatisation ont été interrogés et plus de 110 cas d'usage dans 6 secteurs d'activités ont été analysés. Les résultats montrent que les entreprises du secteur automobile arrivent en tête pour le déploiement de projets d'automatisation à grande échelle (25% des organisations interrogées¹), avant l'industrie et la vente au détail (15%¹). Par pays, ce sont les États-Unis (26%¹), la France (21%¹) et l'Allemagne (17%¹) qui dominent en termes de maturité (voir figure 1 ci-dessous).

Automation maturity: a national and sector perspective of scale

Proportion of organizations implementing automation at scale by country

(as a percent of organizations experimenting or implementing automation)



Proportion of organizations implementing automation at scale by sector

(as a percent of organizations experimenting or implementing automation)



¹ Il s'agit du pourcentage d'entreprises qui déploient des solutions d'automatisation à grande échelle parmi les entreprises qui expérimentent ou mettent en place l'automatisation.

² L'expression « mise en œuvre à grande échelle » désigne les projets qui vont au-delà de la phase pilote de test et sont mis en œuvre à grande échelle dans plusieurs lignes d'activités, fonctions ou zones géographiques d'une entreprise.

L'étude indique également que :

- Les entreprises pourraient économiser jusqu'à **165 milliards de dollars d'ici 2022** grâce au lancement à grande échelle de solutions automatisées, dans les secteurs de l'automobile (32 milliards de dollars), de la vente au détail (125 milliards de dollars), des *utilities* (149 milliards de dollars) et de l'industrie (165 milliards de dollars).
- **Les gains sont supérieurs dans les fonctions de *back-office* et de *middle-office*** : plus de la moitié (56%) des entreprises qui recourent à l'automatisation l'ont intégrée dans leur informatique et plus d'un tiers (37%) dans leurs activités de *middle-office*. Les fonctions de *back-office* réalisent les meilleurs retours sur investissement : à hauteur de 18 % pour les fonctions achat et chaîne logistique et de 15% pour les ressources humaines. Parmi les entreprises ayant déployé des solutions d'automatisation, 29% l'ont fait pour les fonctions de *front-office* telles que la vente et le marketing.
- **Les « quick-wins » pourraient être la voie du déploiement de l'automatisation à grande échelle** : le rapport analyse des cas d'usage de l'automatisation en termes de complexité et d'avantages afin de comprendre pourquoi de nombreuses entreprises n'en retirent pas encore de bénéfices significatifs. Seul un tiers (32%) des organisations interrogées déploient à grande échelle les « quick-wins », tous secteurs et fonctions confondus, pour les cas d'usage comme :
 - le rapprochement des comptes pour la comptabilité
 - les appels d'offre pour l'achat
 - l'intégration des nouveaux entrants pour les ressources humaines
 - la génération de leads pour la vente et le marketing
 - les contrôles anti-fraude pour les services financiers
 - la maintenance préventive pour la production industrielle

En revanche, plus d'un tiers (36 %) des organisations privilégient les déploiements au « cas par cas » dans des domaines comme la saisie ou l'automatisation du stockage des données. Pour autant, ces opérations restent difficiles à réaliser, ne peuvent pas être menées à grande échelle et les gains potentiels restent, en outre, limités.

« Seulement 16 % des entreprises ont déployé à grande échelle plusieurs cas d'usage d'automatisation. Un potentiel énorme, en termes à la fois de gains d'efficacité et de création de valeur, reste à saisir. Nous devrions tirer dès aujourd'hui des leçons de ces cas d'usage et nous inspirer de certains des "quick-wins" pour mener des projets d'automatisation offrant un retour sur investissement, » commente [Ashwin Yardi](#), responsable des activités d'industrialisation et d'automatisation de Capgemini et directeur des opérations du Groupe en Inde.

Il ajoute : *« Les dirigeants ont besoin d'une vision audacieuse et d'une feuille de route claire pour créer l'élan et embarquer avec eux leur organisation. L'automatisation apporte une solution technologique aux problématiques de transformation de l'entreprise ; par conséquent, le top management et la direction technologique doivent collaborer activement dès le premier jour du projet. L'automatisation doit être abordée comme un programme de transformation stratégique de bout en bout plutôt que comme une série de déploiements tactiques. Cette transformation doit également être une conversation bilatérale, invitant les collaborateurs à suggérer des projets d'automatisation. Si l'ensemble de ces prérogatives sont remplies et que l'équipe dirigeante adhère au projet, l'automatisation peut s'avérer être un moteur puissant, créateur de valeur. »*

L'automatisation appliquée aux ventes : un formidable outil encore inexploité

Selon le rapport, les quelques organisations ayant commencé à utiliser l'automatisation et l'intelligence artificielle pour améliorer leurs ventes en tirent bénéfice. Parmi les entreprises pionnières citées, Harley-Davidson a vu ses ventes augmenter de 2 930%³ à New York l'an dernier en utilisant l'intelligence artificielle conjuguée à l'automatisation. Autre exemple, L'Oréal⁴ a utilisé des logiciels de reconnaissance vocale et des *chatbots* pour automatiser son *front-office* ainsi que son service client : au Canada, le géant de la beauté a intégré à la plateforme *Facebook Messenger* un service de conseils en cadeaux, animé par une intelligence artificielle. Le *chatbot* pose des questions aux utilisateurs sur leurs amis, puis leur suggère les produits cosmétiques à offrir.

« Pour lancer des projets d'automatisation et de nouvelles avancées technologiques, il faut définir au préalable une feuille de route stratégique pour l'entreprise et s'appuyer sur la colonne vertébrale que constituent ses employés pour mener à bien la transformation. Pour favoriser l'automatisation et créer cet élan vers le changement, les collaborateurs ont besoin de se sentir en confiance dans leur environnement de travail. Il faut favoriser le développement d'une culture agile auprès de personnes ouvertes d'esprit et qui reconnaissent la valeur d'une approche digitale, » précise Christian Gottswinter, *Head of Central Business Excellence* chez Siemens.

S'inspirer des leaders

Le rapport analyse les caractéristiques communes des organisations à l'avant-garde de l'automatisation à grande échelle et qui obtiennent des gains supérieurs à la moyenne. Ces points communs sont :

- **Une feuille de route clairement établie** : 68% d'entre elles ont clairement défini la feuille de route de leur transformation, alors que 67% ont affirmé disposer du budget nécessaire pour y parvenir.
- **Un engagement décidé au plus haut niveau de l'entreprise** : 85% ont déclaré que l'automatisation est une priorité stratégique pour leur organisation et 82% ont affirmé que la direction avait pris la mesure de son importance.
- **L'accent mis sur les ressources humaines et le développement de compétences** : 88% estiment que l'automatisation est bien accueillie par les collaborateurs, alors que 83% rapportent que l'automatisation crée de nouveaux emplois au sein de leur entreprise.

Méthodologie de l'étude

L'étude a été réalisée auprès de 705 cadres issus d'entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse 500 millions de dollars au titre de l'exercice fiscal 2017, qui expérimentent ou déploient actuellement des technologies d'automatisation parmi plusieurs secteurs et pays. 40% de ces organisations déclarent un chiffre d'affaires supérieur à 10 milliards de dollars. L'étude a été menée en juillet 2018 au niveau international.

Le rapport peut être téléchargé en cliquant [ici](#).

³ Harvard Business Review, « *How Harley-Davidson used artificial intelligence to increase New York sales leads by 2,930%*, » mai 2017.

⁴ Mobile Marketer, « *L'Oréal empowers new Facebook Messenger chatbot to recommend gifts*, » avril 2017.



À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

À propos du Capgemini Research Institute

Le « Capgemini Research Institute » est le centre de recherche de Capgemini sur le digital. Il publie régulièrement des études sur l'impact des technologies numériques au sein des organisations et des grands secteurs économiques. L'équipe de l'Institut s'appuie sur le réseau international d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Il dispose de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Il a été récemment classé **N°1 mondial** pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Plus d'informations sur <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>