

3ÈME ÉDITION DES NZZ X DAYS: LA NUMÉRISATION ET APRÈS?

Le numérique se déploie dans tous les domaines de notre vie

Le 28 mars dernier se déroulait la troisième édition des NZZ XDays Suisse Romande, à l'International Institute for Management Development (IMD) de Lausanne. Cette journée a vu plusieurs intervenants et entreprises prendre la parole sur le thème «La numérisation: et après?».

LAUREN HOSTETTLER

La transformation numérique ne concerne pas seulement l'utilisation des technologies ou la digitalisation de produits et de processus. Il est maintenant temps de prendre du recul, de réfléchir et de concrétiser les influences pertinentes du progrès technologique. C'est ce qu'ont montré les orateurs des NZZ XDays, traitant plusieurs axes de réflexion pour aborder ces transformations et mettre en lumière les enjeux stratégiques et entrepreneuriaux.

STRATÉGIES DIGITALES ET VALEURS

Selon Stefan Michel, doyen de l'EMBA pour cadres à l'IMD, professeur en marketing et science des services, une transformation digitale doit se construire sur des compétences et des ressources existantes. «La stratégie s'appuie sur trois piliers: le produit, l'ingénierie et la logistique. Le produit doit pouvoir répondre à un problème technique, l'ingénierie réfléchit à la production de cette solution et la logistique permet une fabrication au bon moment, au bon endroit et dans des quantités suffisantes», explique-t-il. Ce processus peut être adapté par des entreprises de toutes tailles», indique Stefan Michel. «On ne fait qu'étendre un cœur du métier, le faire émerger et le rendre viable.» Il précise: «La digitalisation modifie l'écosystème de l'entreprise, mais aussi la manière de

prévoir la chaîne d'approvisionnement, les prix et la communication. C'est un nouveau niveau de ce que l'entreprise avait l'habitude de faire». Il propose d'opter sur une stratégie digitale qui reste en accord avec les valeurs de l'entreprise. Pour la mettre en place, il faut écouter ses clients et classer par priorité les actions qui ont du sens.

FLUIDIFIER LES INFORMATIONS

Marjolaine Grondin, cofondatrice et CEO de Jam, premier média conversationnel français pour les 15-25 ans, explique qu'à l'heure actuelle, «on utilise moins de dix applications par mois et les plus utilisées sont les messageries». Les agents conversationnels (*chatbots*) deviennent de plus en plus importants, car «l'intelligence artificielle fluidifie la conversation en insérant des questions, des sondages ou la possibilité de choisir son contenu» et permettent aux entreprises de fidéliser un client, de motiver son engagement et de créer une relation de confiance. «Le média de demain sera conversationnel ou ne sera pas. Pour transmettre un message, il faut interagir, proposer, consulter, et non plus simplement distribuer et s'attendre à être écouté», explique-t-elle. Le processus de Jam est entièrement automatisé, mais les articles sont tous rédigés par des humains: «Les services conversationnels restent des compétences humaines, pour tous les métiers. Les aspects sociaux ou

la capacité à faire de l'humour restent très importants pour notre audience».

Que répond-elle lorsqu'on évoque la peur de l'omniprésence des robots? «Il existe beaucoup de fantasmes négatifs sur l'intelligence artificielle. Il faut savoir qu'un *chatbot* n'est ni auto-apprenant ni omniscient. Il permet une gestion des contenus, des traductions et une simplicité d'utilisation. Grâce à cette technologie, nous avons des appareils de plus en plus petits et de plus en plus performants sans que nous nous en rendions compte.»

REPENSER NOTRE BESOIN À INTERNET

Markus Beckedahl, fondateur et rédacteur en chef de netzpolitik.org, explique que le public n'a pas de recul sur sa relation à internet. «Est-ce vraiment utile qu'il y ait des caméras partout?

Nos enfants ont-ils réellement besoin de micro dans leur poupée Barbie? Est-ce vraiment nécessaire d'avoir une application pour lancer notre machine à café?» Dans la plupart des cas, il constate que la sécurité des informations transmises à ces objets n'est pas certifiée et que le respect de l'intimité n'est pas garanti. «J'aime bien la technologie, mais je n'aime pas que quelqu'un d'autre l'utilise contre moi», résume Markus Beckedahl.

«Heureusement, nous commençons à réguler l'usage des drones, mais il faudrait faire pareil pour l'intelligence artificielle ou les systèmes de reconnaissance faciale.» Un manque d'expérience sur les nouvelles technologies ne doit pas limiter les droits digitaux de chacun: «Nous devons être capables de contrôler ce que nous utilisons», conclut-il. ■

Maison connectée pour tous

Des entreprises comme La Poste, ABB, Swisscom, Elca ou Philip Morris ont animé des tables-rondes abordant différentes thématiques liées à la numérisation, parmi lesquelles l'internet des objets, les assistants virtuels ou la transformation numérique dans le monde du travail.

La conférence donnée par ABB traitait de la domotique. Internet des objets et contrôle à distance de son logement ont été abordés par les responsables de ventes Laure Kleiss et Christian Ebnetter, pour qui «le confort, c'est lorsque la technologie est invisible et qu'elle n'a pas besoin d'être manipulée pour fonctionner correctement». En collaboration avec Bonacasa et Bonainvest, ABB travaille sur des interfaces simples et efficaces, adaptées aux besoins de populations de tous âges. Des boutons de commandes au niveau des personnes en chaises roulantes, des boîtes aux lettres automatisées ou des appartements en location capables de s'adapter aux nouveaux locataires sont les projets en cours de réalisation.