



**Pascal Demurger**  
Directeur général du groupe MAIF

Suivi

## Transformation digitale : se réinventer ou périr !

Face à la montée en puissance des start-up et des GAFAs, la rupture digitale secoue les grands groupes qui doivent faire face à de nouveaux modèles d'affaires redoutables. Aujourd'hui, l'alternative est simple : les entreprises traditionnelles doivent se réinventer ou périr. Robotisation des entreprises, développement fulgurant de l'intelligence artificielle, ou encore déploiement généralisé de l'internet des objets, l'économie mondiale accélère sa mue digitale à une vitesse fulgurante, exponentielle même si l'on se réfère aux caractéristiques de la loi de Moore. Internet est devenu la plateforme technologique globale sur laquelle « dansent » des milliers de startups et les GAFAs, ces conglomérats des temps modernes.

Le premier d'entre eux, Alphabet (holding de Google), incarne à lui seul, le changement en cours. Santé, transports, logistique urbaine, télécoms, ou encore assurances, la firme de Mountain View déploie ses algorithmes et se diversifie tous azimuts en capitalisant sur les immenses bases de connaissances acquises depuis son moteur de recherche. Il ne s'agit plus d'une entreprise « cool » qui permet d'accéder à des documents indexés mais bien d'une marque mondiale présente dans notre quotidien et notre intimité. Une société qui opère une expérience utilisateur exceptionnelle, propulsée par ce fameux big data qu'elle maîtrise parfaitement, en générant des rendements croissants, les bits ayant cette vertu magique de rendre nul le coût marginal d'acquisition.

Que peuvent/doivent faire les entreprises traditionnelles face à ces acteurs qui s'affranchissent des règles du jeu ?

## **SORTIR DU DÉNI ET ENGAGER UN PROJET DE TRANSFORMATION PROFONDE**

Changer ou périr, cette injonction binaire, voire simpliste, caractérise pourtant notre époque. La rupture digitale est là et produit ses effets avec toujours plus d'intensité. Elle secoue nos grands groupes qui doivent faire face à de nouveaux modèles d'affaires redoutables. Quand Tesla engrange 200.000 commandes de son model 3, à peine 24 heures après l'annonce d'Elon Musk, cela interroge toute une industrie. Quel constructeur automobile pouvait imaginer une telle accélération il y a encore 3 ans ?

On pourrait lister les industries et services les uns après les autres et constater à chaque fois la vitesse et la profondeur de la rupture digitale ; l'ubérisation menace tous les secteurs. Dénier cet état de fait est la première erreur à ne pas commettre.

Il faut donc se réinventer et engager une transformation profonde de l'organisation en activant un triptyque simple qui traverse aujourd'hui toutes les strates de l'entreprise :

- UX - Définir et mettre en oeuvre une expérience utilisateur exceptionnelle en partant systématiquement des besoins de nos utilisateurs, collaborateurs et sociétaires, le design devenant une discipline à part entière dans notre référentiel métiers
- Data - Maintenir l'accès aux données et se mettre en capacité de les exploiter à partir d'une politique de la data qui garantisse à la fois les sources d'approvisionnement nécessaires à l'entreprise et l'utilisation éthique qu'en font nos experts et analystes
- Culture - Engager un projet de transformation par la formation enfin pour installer au cœur de l'entreprise une nouvelle culture de l'innovation, de la collaboration, de l'agilité et de l'intraprenariat mais aussi et surtout de nouvelles compétences et savoirs.

Ces 3 axes doivent être activés simultanément, les données nourrissant la qualité de l'expérience, la culture prévalant sur tout le reste.