

Baromètre digital des ETI

*La crise, accélérateur de la
transformation digitale des ETI ?*

Paris, 2 décembre 2020

Avec le soutien du :



Introduction

Alexandre Montay

Délégué général, METI



Avec le soutien du :



La crise, accélérateur de la transformation digitale des ETI ?

Méthodologie

Mode de recueil

 Interview téléphonique de 15 min

Dates de terrain

 Du 7 au 25 septembre 2020

Cible interrogée

 150 PDG, DG et Directeurs d'ETI en France, tous secteurs

Les résultats

Les résultats sont mis en perspective avec la vague 2019 du baromètre lorsque les comparatifs sont possibles.

Source : Enquête CSA pour EY-Apax Partners avec le soutien du METI

Notre échantillon quanti

150+ répondants

TOUS secteurs
TOUTES tailles d'ETI

Les intervenants

3 dirigeants invités

**Alexandre
Montay**
Délégué général,
METI



**Florence
Naillat**
Déléguée générale
adjointe, METI



François Georges
Président Sandaya



**Dominique
Pageaud**
Associé EY



**Grégory
Salinger**
CDO Apax Partners



Matthieu Leroy
Directeur général adjoint
L-Acoustics



**Alban
de l'Espinay**
Dir. Associé EY



Alain Conrard
CEO Prodware



AGENDA

- 01 La maturité digitale progresse
- 02 La crise sanitaire accélère la transformation...
- 03 ...et modifie l'organisation du travail dans les ETI
- 04 Les ETI investissent toujours plus dans le digital
- 05 La direction générale a un rôle déterminant ^[L]_[SEP] pour créer et maintenir la dynamique

01



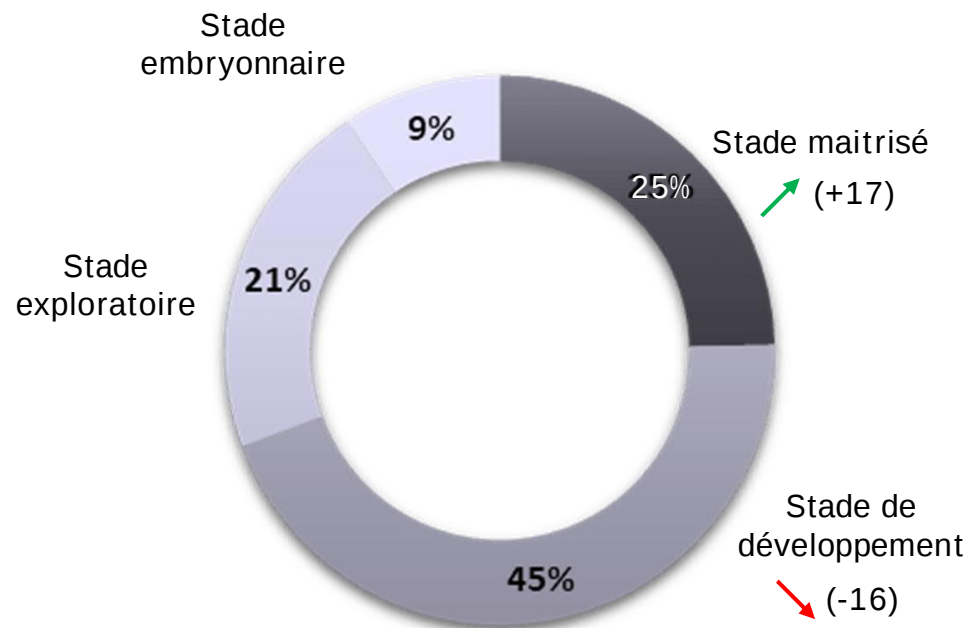
Grégory
Salinger
CDO Apax Partners

La maturité digitale progresse

Avec le soutien du :



Plus de deux ETI sur trois activement engagées dans leur transformation digitale



+17 points

25% se déclarent
au stade « maîtrisé »
+17 points vs. 2019

Des disparités persistent entre les ETI plus matures et les ETI moins avancées

70%

qualifient leur niveau de maturité digitale comme élevé

30%

qualifient leur niveau de maturité digitale comme faible

VS.

BtoC : 82%

Actionnariat financier : 79%

150M€ et plus : 77%

BtoB : 39%

< 150M€ : 51%

Industrie : 45%

Pour deux ETI sur trois, les changements induits sont profonds



Pour **69%** la transformation digitale impacte le modèle économique.



Pour **72%** la transformation digitale implique des changements dans le modèle opérationnel.



Le digital a mis le client au cœur de la conception des offres et produits

Des efforts restent à faire, notamment face aux *pure players*



79% (87% dans le B2C) ont mis en place des approches centrées sur le client ...



... mais **19%** ont une démarche de co-construction avec leurs clients dans la conception des offres et produits

DG et DSI, sponsors de la transformation digitale

71%

déclarent la Direction générale et la DSI comme porteuses principales de la transformation digitale dans leur entreprise.

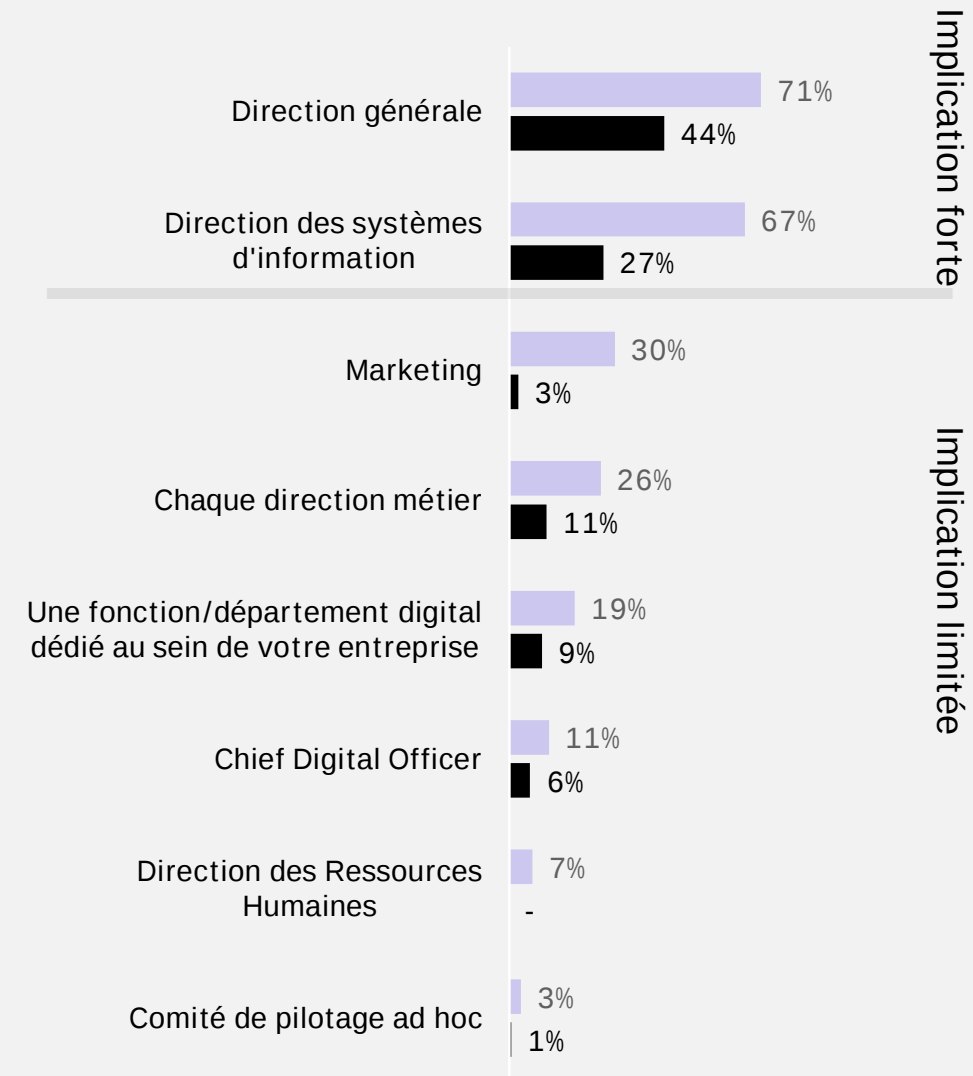
44%

déclarent le DG comme porteur principal de la transformation digitale dans leur entreprise.

30%

déclarent le CDO et les fonctions digitales dédiées comme porteurs secondaires de la transformation digitale dans leur entreprise.

■ Sponsor principal ■ Sponsor secondaire



Témoignage

- ✓ Focus sur la maturité de Sandaya...
- ✓les étapes clés pour l'atteindre....
- ✓ La répartition des porteurs de la transformation vous fait-elle réagir ?



François Georges
Président Sandaya





02



Florence
Naillat
DGA METI

La crise sanitaire accélère la transformation

Avec le soutien du :



Face au choc sismique
provoqué par la crise,
les ETI se sont distinguées
par leur capacité d'adaptation

84%

déclarent qu'elles étaient prêtes
à affronter cette situation exceptionnelle



Les ETI prêtes à faire face à la crise dans certains domaines plus que dans d'autres



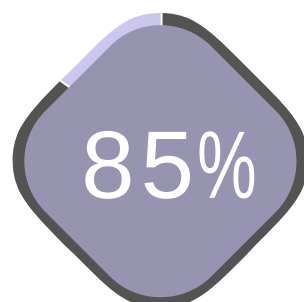
Se déclaraient « prêtes » :

Infrastructures IT



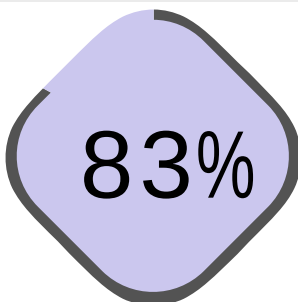
32% totalement prêtes

Collaboration à distance



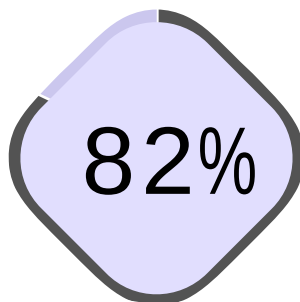
33% totalement prêtes

Modes de management



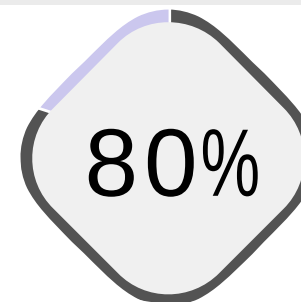
20% totalement prêtes

Productivité, organisation du travail



23% totalement prêtes

Gestion de la relation client



24% totalement prêtes

Témoignage



Matthieu Leroy
Directeur général adjoint L-Acoustics

- ✓ L-Acoustics, prête à faire face aux contraintes imposées par la crise ?
- ✓ Focus sur l'organisation interne du travail....
- ✓ ... et la relation client.



03



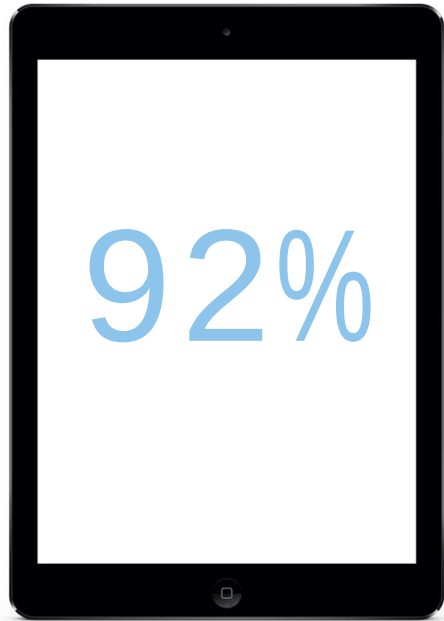
Florence
Naillat
DGA METI

..et modifie l'organisation
du travail dans les ETI

Avec le soutien du :



La crise a accéléré le recours aux outils digitaux



ont indiqué avoir accéléré l'appropriation des outils digitaux (messagerie instantanée, visioconférence, outils de transfert de fichiers...)



Le télétravail, gagnant de la crise

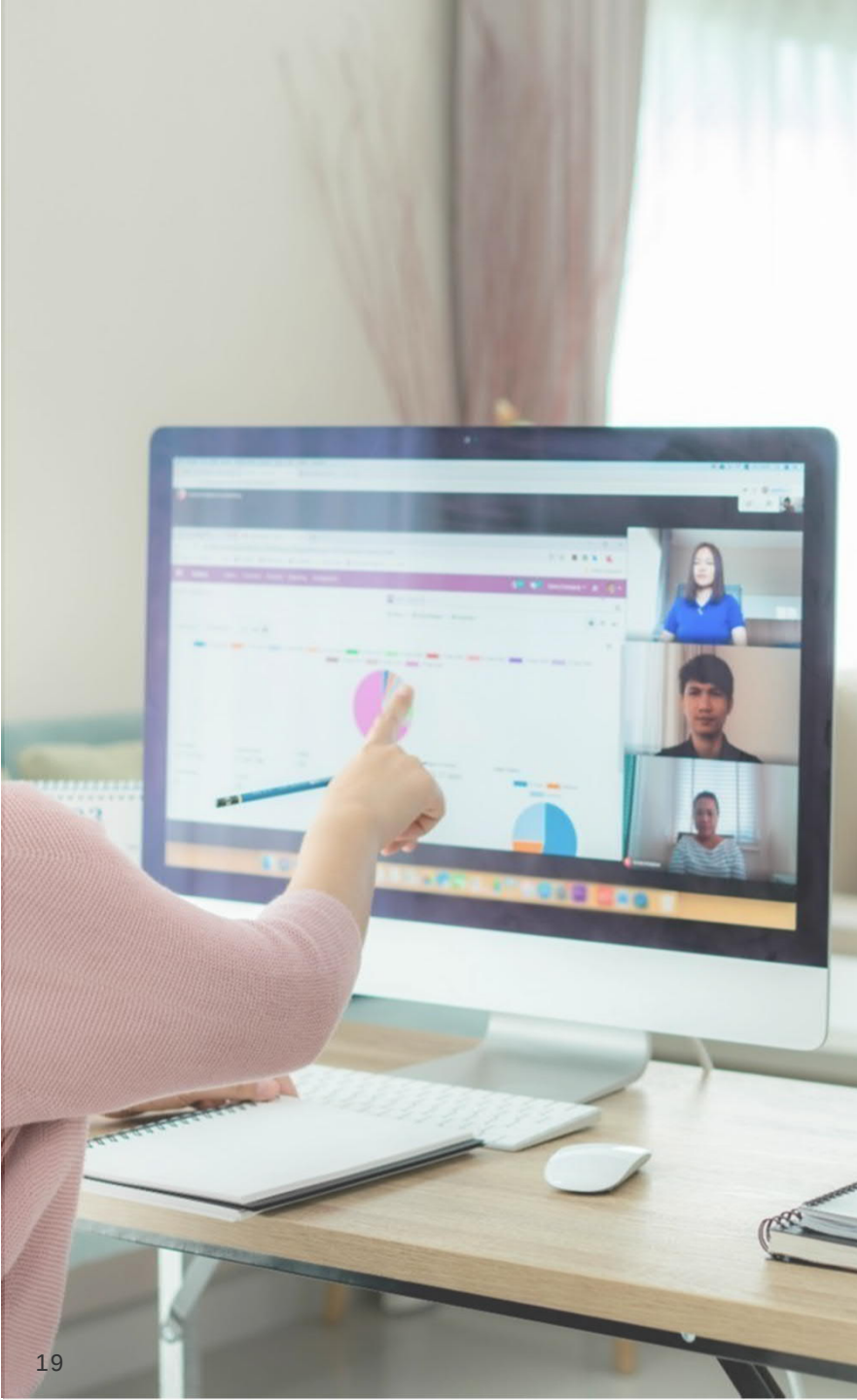
Le télétravail est bien mieux perçu

80%

Des différences sectorielles s'observent :
l'évolution est moins sensible dans l'industrie, expliqué en
partie par une proportion de postes "télétravaillables"
inférieure à celle d'autres secteurs.

63%

La crise a modifié les pratiques managériales des
ETI, en les faisant évoluer vers plus d'agilité et de
responsabilisation.



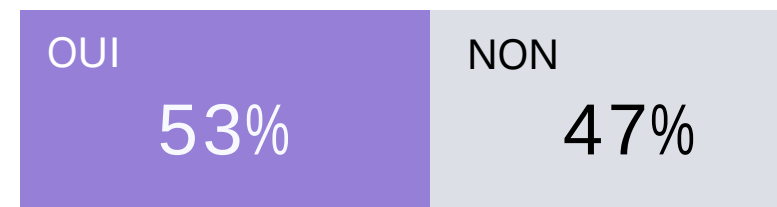
La crise a accéléré l'innovation pour la moitié des entreprises et encouragé le travail collectif

Travail collectif



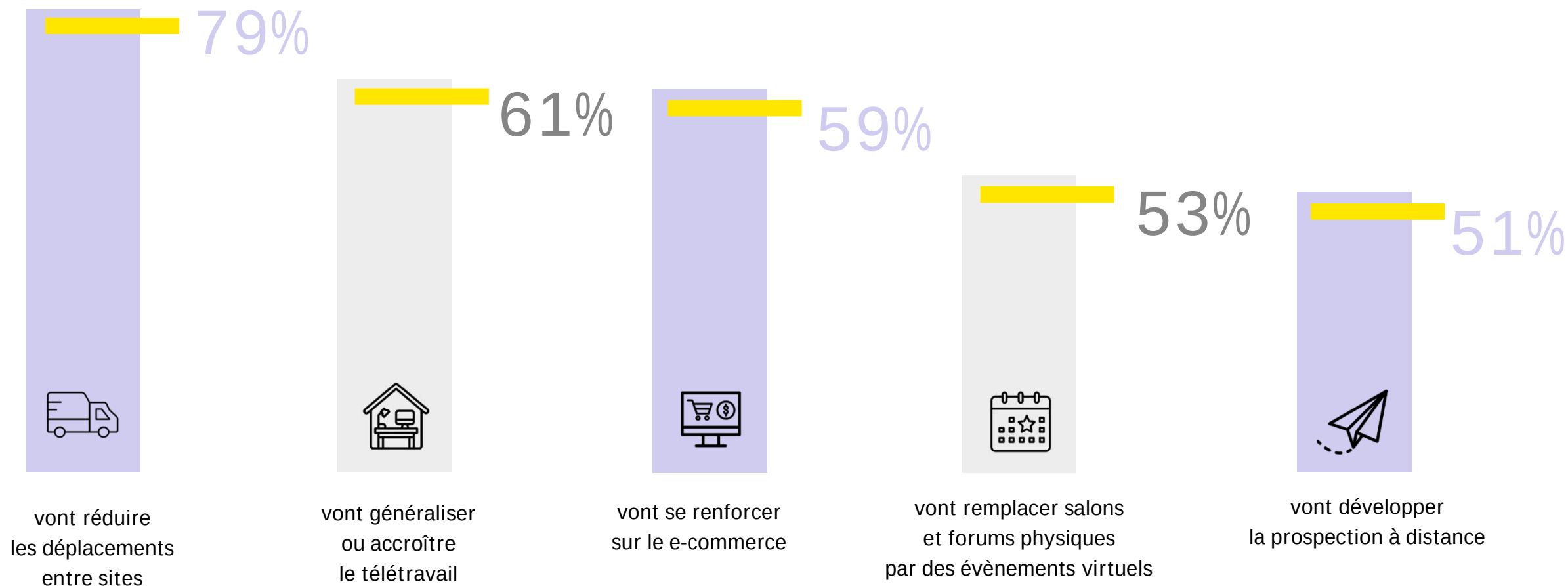
Une ETI sur deux déclare que la crise a encouragé la pratique du travail collectif au sein de l'entreprise

Développement de l'innovation



Une ETI sur deux déclare que la crise a accéléré l'innovation au sein de l'entreprise

Des évolutions engagées qui vont durer



Témoignage



Matthieu Leroy
Directeur Général Adjoint L-Acoustics

- ✓ Quels aspects de l'activité et de l'organisation seront modifiés durablement par la crise ?
- ✓ Croyez-vous au 100% digital ?



04



Alban
de l'Espinay
Dir. Associé EY

Les ETI investissent toujours plus dans le digital...

Avec le soutien du :



Un effet d'accélération de la crise

71%

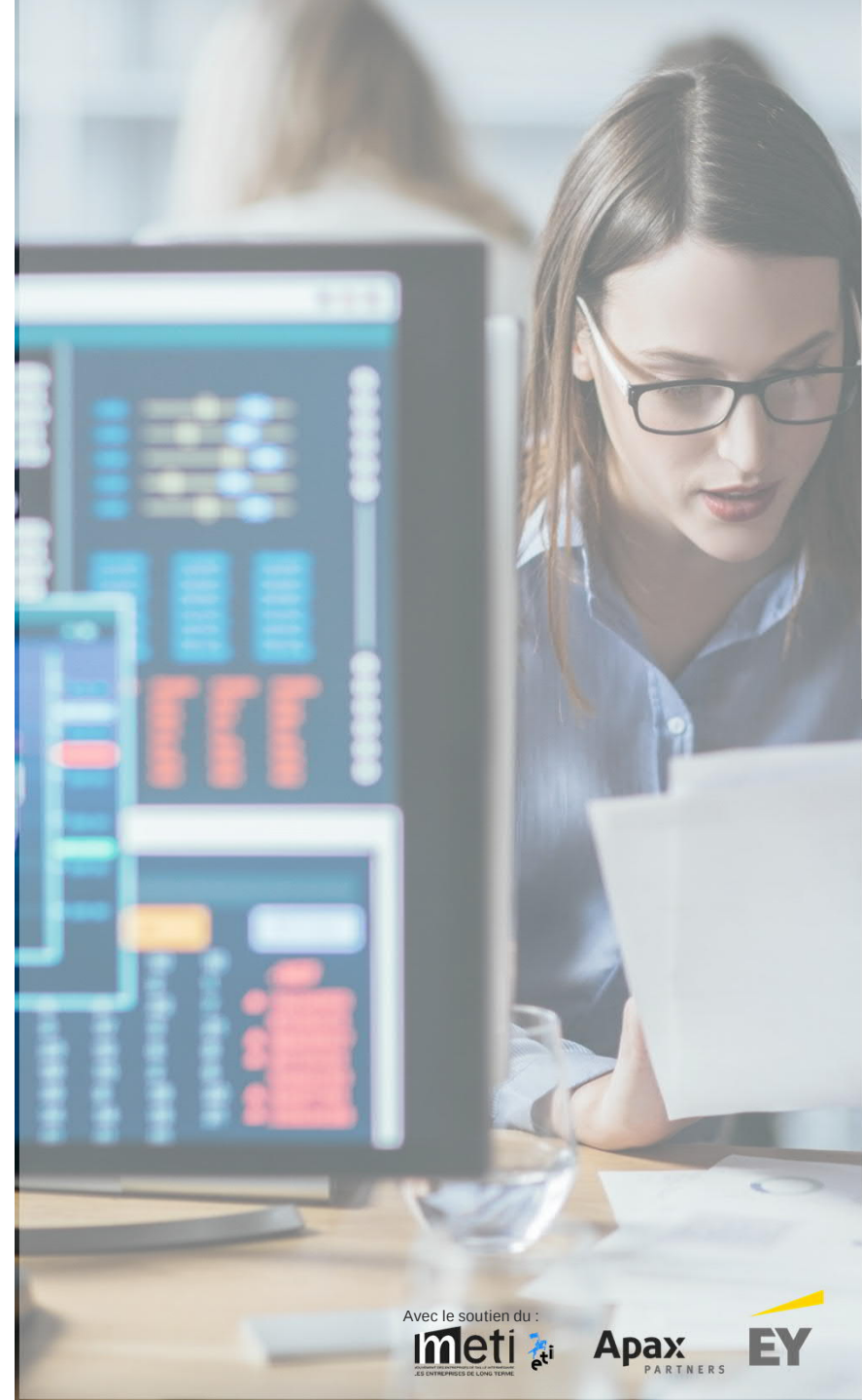
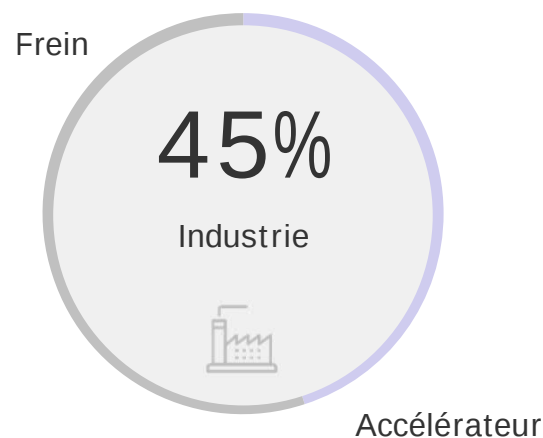
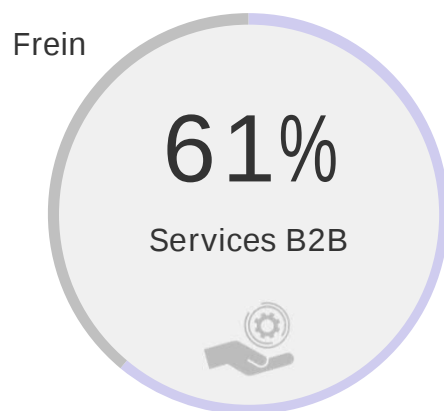
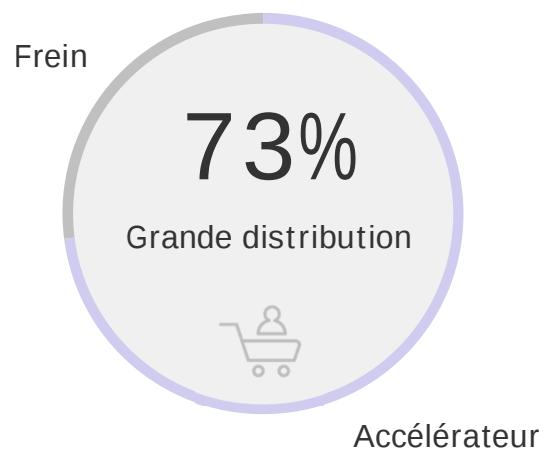
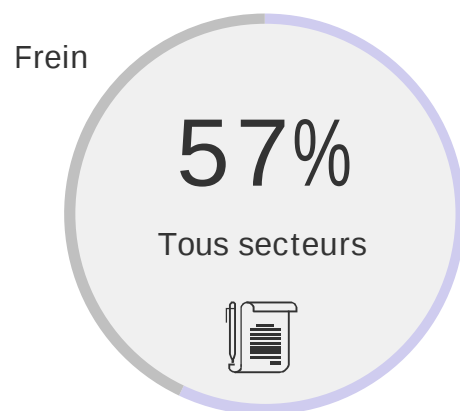
déclarent vouloir accélérer leurs investissements dans le digital.

50%

déclarent que la crise a accéléré le déploiement d'outils d'amélioration de l'expérience client et de transition vers le marketing digital.



Un effet à relativiser selon les secteurs d'activité



Les ETI priorisent leurs investissements de manière pragmatique avec un retour sur investissement rapide

Domaines d'investissement prioritaires

90%



Mise en place
d'outils digitaux
et collaboratifs



86%

Amélioration de l'expérience
client sur le digital

87%



Modernisation
des infrastructures IT
(réseau, VPN...)



81%

Cybersécurité

Domaines d'investissement moins prioritaires, plus complexes et de plus long terme



36%

Collecte et exploitation de la data
(-21pts vs. 2018)

30%



Big Data



26%

Cloud

18%



Intelligence artificielle

Témoignage



Alain Conrard
CEO Prodware

✓ Illustrations
de réorientations
d'investissements

05



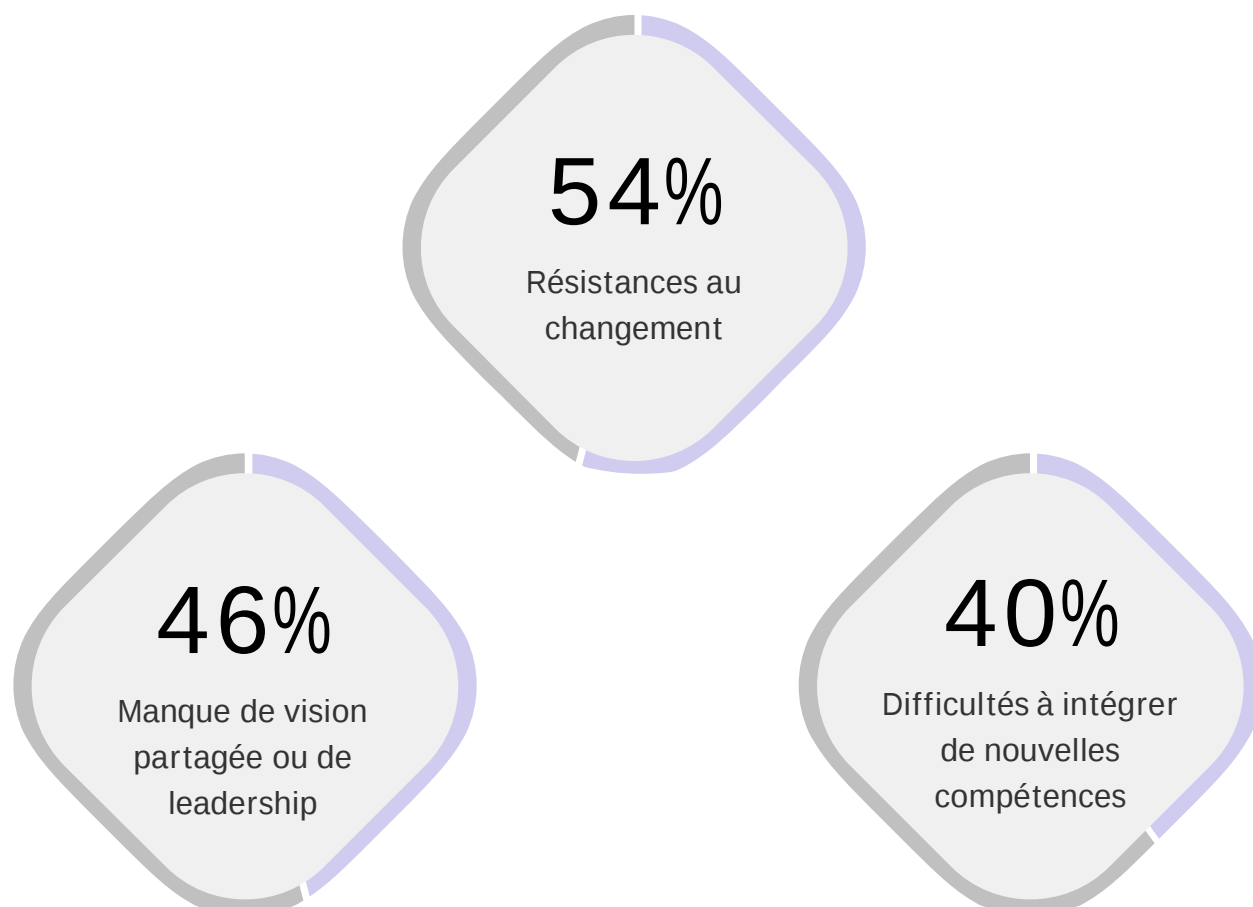
Alban
de l'Espinay
Dir. Associé EY

Le rôle des directions
générales est déterminant
pour créer et maintenir
la dynamique

Avec le soutien du :



La transformation digitale se heurte à quelques freins bien identifiés



BtoB uniquement : 48%



Des résistances face à l'adoption des nouveaux modèles d'organisation induits par la digitalisation

Plus de la moitié des ETI rencontrent des résistances dans l'adaptation de leur organisation au digital



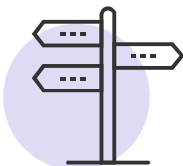
Il est nécessaire de renforcer le rôle des RH comme facilitateurs de cette transformation



Culture d'entreprise



Télétravail



Pratiques managériales



Approches agiles

7%

7 % seulement considèrent la fonction RH comme porteuse de la transformation digitale dans leur organisation.

La nécessaire identification de nouvelles compétences techniques et comportementales

29%

ont engagé une démarche de prospective RH visant à identifier ces compétences clés pour leur organisation.



Baromètre digital des ETI – 2020

70% déclarent
avoir un stade de
maturité élevé

69% déclarent
que la transformation digitale
impacte leur modèle économique



63% promeuvent
des pratiques managériales
plus agiles et responsabilisantes

71%
déclarent vouloir
accélérer
leurs investissements
dans le digital

La crise a incité **1/2** ETI
à accélérer le déploiement
d'outils relevant de l'amélioration
de l'expérience client et de la
transition vers le marketing
digital.

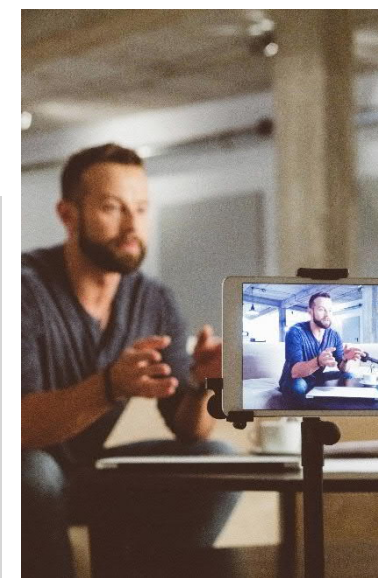


59% vont renforcer
l'e-commerce

84%
étaient prêtes à
affronter la crise

Le télétravail est mieux perçu
dans : **80%** des ETI

46%
constatent un manque de vision
partagée ou de leadership dans la
mise en œuvre de leur
transformation digitale



Questions – Réponses

Avec le soutien du :



Vos contacts



Alexandre Montay

Délégué général, METI
a.montay@m-eti.fr



Florence Naillat

Déléguée générale adjointe, METI
f.naillat@m-eti.fr



Dominique Pageaud

Associé, EY
Dominique.pageaud@fr.ey.com



Grégory Salinger

Chief digital officer, Apax Partners
gregory.salinger@apax.fr



Alban de l'Espinay

Dir. Associé, EY
Alban.De.L.Espinay@fr.ey.com