



édito

**La courbe de maturité digitale CDO Alliance : un outil de pédagogie, évaluation et décision pour les Comex**



**Jean-Paul Amoros,** président de CDO Alliance

Le digital a induit la prolifération d'entreprises proposant de nouvelles expériences de service directement aux clients (apps, sites web) sans possession d'actifs physiques (marchandises, taxis...). GAFA(M), NATU, BATX « court-circuitent » le marché - vitesse d'innovation, données clients, nouvelles approches - et semblent avantagés par rapport aux entreprises classiques. Pas de « legacy » technique, organisationnel et culturel à transformer ! Sous une apparente immobilité, les entreprises traditionnelles construisent pourtant leur socle digital... Il leur manque parfois un cap de vision stratégique de direction générale, une énergie mobilisatrice et une mise en cohérence de l'action de l'entreprise selon un plan de transformation : la roadmap. Le CDO est celui qui œuvre à faire acquérir la culture, la compétence agile et digitale à l'entreprise, et lui fait établir sa cible de transformation. La courbe présentée l'aide à mettre en récit auprès des plus hauts niveaux de l'entreprise les phases et vecteurs de transformation digitale en décryptant les modèles et intensités digital-agile des acteurs du marché.

**Emily Metais-Wiersch,** auteure (La boîte à outils du CDO, Dunod)

**Les degrés de maturité digitale**

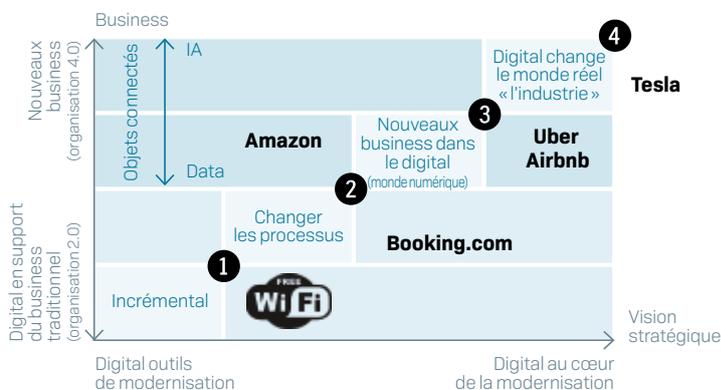
**Quels sont les premiers paliers pour l'entreprise ?**

L'IoT est l'un des premiers éléments capacitants (enablers) digitaux apparus en entreprise, notamment en industrie manufacturière, logistique-transport-distribution, énergie-utilities et services (facilities management). En rendant communicants les objets des chaînes de production et services, l'entreprise peut piloter à distance et en temps réel les opérations. Ce qui peut sembler un ajout mineur se révèle une bascule structurante. À ce stade, l'entreprise a déployé une infrastructure sous-jacente de données (datalake-hub-lab) et développé la culture de la donnée (collecte-exploitation, décision, opérationnalisation). Ce premier pas franchi, l'automatisation et la dématérialisation viennent compléter les mesures de gain en performance, de fluidification et d'instantanéisation des processus et traitements. L'autre incrément digital majeur apporté par l'entreprise à son marché a pris la forme d'apps. Ergonomiques, tactiles, elles sont devenues les interfaces de relation et

de service disponibles en tous lieux et à toute heure (smartphones, web, bornes). Cette fois encore, la face émergée de l'iceberg semble légère. Mais elle sous-tend une transformation importante du système d'information de l'entreprise (ouverture d'API, capacité temps réel 24/7, big data, sécurisation), de ses modes de travail (centrage et interactivité client, test and learn, mode agile) et amorce une évolution profonde des approches organisationnelles (pour concrétiser la transversalité et la collaboration).

Les entreprises nativement digitales, spécialistes de la donnée arrivent sur le marché directement à l'étape 3 de la courbe (AirBnB, Uber) selon un modèle de portail de services, intermédiaire-agrégateur. La force réside dans l'expérience simplifiée et identifiable, « signée ». Enfin ultimement, les entreprises qui changent le secteur (Tesla). Plus qu'innover elles inventent, en développement rapide ! Le modèle repose sur l'agrégation-intégration de l'écosystème qu'elles fédèrent autour d'un authentique génie visionnaire. La mission portée est transcendante : « donner à un avenir plus excitant et inspirant les conditions nécessaires à son accomplissement ».

**Quels types d'acteurs trouve-t-on dans les phases de maturité suivantes ?**



**Faurecia monte en puissance dans le digital**



**Grégoire Ferré,** CDO de Faurecia

**Le parcours digital de Faurecia suit la courbe présentée. Il y a 4 ans nous avons d'abord connecté notre appareil de production industrielle - nos machines - que nous avons relié à un datalake structuré pour capter et exploiter de la**

**donnée. Sur cette base « incrémentale », nous avons digitalisé certains de nos processus de production grâce à de nouvelles méthodes d'automatisation. Nous abordons désormais la phase 3 de la courbe. Nous travaillons**

**sur de nouvelles expériences passager et conducteur : le cockpit du futur (CES 2018). La voiture devient connectée (capteurs, surfaces intelligentes, écrans), modulaire et auto-adaptative en fonction de données échangées avec des plateformes digitales.**