

DIGITALISATION DE LA LOCOMOTIVE À CHARBON AU TGV

On pensait avoir le temps. Les nouvelles règles de *compliance* et de réglementations nationales et internationales avaient lancé le train de la digitalisation du secteur financier, qui roulait tranquillement, au rythme des reports, des investissements qui ne venaient pas ou des autres priorités qui le dépassaient largement.

On pensait avoir le temps, oui, mais ça c'était avant: avant la crise sanitaire, avant que les déplacements soient proscrits et que les rendez-vous deviennent virtuels comme les réunions sur Zoom. Depuis, la digitalisation a pris le TGV à marche forcée. Et c'est une conséquence positive de cette crise, car la digitalisation du secteur de la finance au sens large (banques, institutions financières, sociétés de conseils financiers mais aussi fonction finance des entreprises) apporte *a minima* efficacité, gain de temps, d'argent et surtout de sécurité, tant pour les entreprises que pour leurs clients.

L'édition du baromètre du think tank Losam Agency du premier trimestre 2020 (avec Wolters Kluwer CCH Tagetik et Esker), « Future of Finance », démontrait qu'en ce début d'année, la moitié (48 %) de la centaine de directions financières de grands groupes français qui le composent estimaient leur digitalisation à un état d'avancement « moyen », démontrant par là même leur retard par rapport aux ambitions des nouveaux usages, et surtout, des nouvelles réglementations. Pourtant, quelques semaines plus tard, la France se confinait, généralisant le télétravail et rendant compliqué, voire impossible une simple saisie de signature, une confirmation physique d'identité ou tout autre acte, auparavant banal de la vie d'une entreprise et en particulier d'une entreprise financière, pourtant soumise à



Auteur
Corinne Prince-Labille,
Allure Finance

Multi-family office, Allure Finance accompagne les familles et les entrepreneurs dans la gestion de leur patrimoine. Qu'ils souhaitent développer, préserver ou transmettre leur patrimoine, le cabinet conseille ses clients dans le temps et apporte son expertise et ses solutions sur mesure.

des règles strictes d'authentification. La digitalisation n'était plus alors une option, mais une question de survie.

LA TRANSFORMATION DIGITALE, UNE QUESTION DE SURVIE POUR LES ENTREPRISES

La transformation digitale consiste à intégrer pleinement les technologies digitales dans l'ensemble de l'activité, de façon globale et à adapter l'ensemble des processus et des organisations aux nouveaux usages induits par le digital. Il ne s'agit plus simplement de digitaliser la facturation ou d'envoyer des contrats par messagerie sécurisée, mais bien de repenser l'ensemble des organisations pour les digitaliser. Il ne s'agit plus de saupoudrer de digital la

partie visible des échanges entreprise/client, mais bien de penser digital sur l'ensemble des services d'une organisation.

Processus d'achat (P2P, *procure to pay*), gestion des notes de frais, data visualisation, robotisation (RPA, robotisation *process automation*) mais également élaboration budgétaire qui, en ces temps incertains, doit multiplier les simulations, sujets brûlants du moment.

LA DIGITALISATION : UN OUTIL D'AIDE À LA DÉCISION EFFICACE

Cependant, la digitalisation s'engage maintenant de façon impérative sur le *disclosure management* (respect des obligations en matière de rapports externes et internes, en particulier lors du processus de pré-

DR

paration du rapport annuel de fin d'année) et bien sûr la *compliance*, clé de voute de la sécurité de la relation client/fournisseur. Ce dernier point étant particulièrement sensible en ces temps de confinement propices aux usurpations d'identité (y compris des Présidents!), fraudes aux règlements, en particulier sur Internet, mais pas uniquement. L'objectif ultime étant de compléter ces sujets par la digitalisation des fonctions managériales, non pas en remplaçant les hommes clés par des machines, fussent-elles dotées d'intelligence artificielle, mais bien d'en faire de « supers managers ». Supers managers, qui par la kryptonite de la digitalisation, se voient entourés et conseillés des meilleurs analystes, des meilleurs experts et des meilleurs stratèges - tous digitaux - pour les aider dans leurs choix, qui malgré l'intensification de la complexité de l'environnement, se voient puissamment éclairés. Ces conseils digitaux ne remplaceront jamais le talent (espérons-le!), mais lui permettront de s'exprimer plus vite, plus efficacement et surtout, plus sereinement.

Le baromètre Losam Agency précise que seuls 6 % des projets en intelligence artificielle ou en prédictif ont été menés à bien au début de l'année 2020, et 17 % sont prévus à moyen terme. La faute à la

transformation culturelle (67 %), aux ressources (56 %) ou encore aux réticences envers les nouvelles technologies pour 43 % des responsables interrogés par le think tank.

RENDRE LES MODÈLES PROSPECTIFS EFFICACES

Dans un contexte aussi particulier que celui que nous vivons depuis un an, pourquoi ce dernier point devient-il plus prégnant alors qu'il est encore le parent pauvre de la digitalisation ?

Tout simplement parce que lorsque l'environnement est incertain, et surtout entièrement nouveau (premier confinement national), sans aucune référence similaire (les précédentes pandémies n'ont jamais entraîné de mise à l'arrêt de l'économie), avec des décisions lourdes de conséquences (arrêt des échanges internationaux, accroissement abyssal de la dette), ceux qui tireront leur épingle du jeu sont des profils capables d'élaborer de multiples scénarios, y compris les plus improbables, et les différentes voies pour y faire face efficacement. Ce sont les seuls, qui par leur capacité d'anticipation, seront prêts à affronter toutes les situations. Et la formidable capacité de prévision, de calcul, de simulation, de prise en compte de paramètres mul-

tiples d'une digitalisation globale, à tous les échelons d'une entreprise, deviendra indispensable à la survie, au développement, voire à une véritable croissance des entreprises concernées. Les Gafas l'ont bien compris: en un an, leurs valorisations globales se sont envolées.

ÉTENDRE LA DIGITALISATION À L'ENSEMBLE DES AGENTS ÉCONOMIQUES

Mais ce ne seront pas, heureusement, les seules à en profiter. Les grands groupes, les PME, y compris les plus petites, qui ont saisi les enjeux d'une digitalisation globale bien pensée et bien financée, avant d'y être contraints par la crise, démontreront la pertinence de leurs choix. En premier lieu montrés du doigt comme trop aventureux où trop en avance sur leurs temps, ils seront certainement les gagnants de l'après-Covid, dans les années à venir. Pour Sara Seghaier, la responsable de Losam Agency, « *les prochains baromètres devraient montrer l'effet d'accélération de la Covid-19 sur les plans de la transformation digitale des directions financières* ».

Chez Allure Finance, nous nous sommes engagés dès le début de 2018 dans la voie d'une digitalisation globale...

« Il a fallu les fous d'hier pour que nous soyons capables d'agir avec une extrême clarté aujourd'hui. Je veux être un de ces fous. Nous devons inventer le futur »

Thomas Sankara,
ancien président
du Burkina Faso

