



Ce projet est cofinancé par l'union européenne.
L'Europe s'engage en France avec le programme national FSE « EMPLOI ET INCLUSION » 2014-2020

Impacts du numérique sur l'organisation des entreprises

Cahier de tendances digitales des 13 branches du périmètre

► Mars 2018



Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Annexes

La DGEFP, AGEFOS PME et ses partenaires doivent cerner les besoins des entreprises afin de les accompagner au mieux dans leur transition numérique

La révolution numérique a entraîné une transformation de la chaîne de valeur

1

Apparition de nouveaux modèles de distribution/médiation en réseau

2

Positionnement d'acteurs centrés sur l'expérience client entraînant une désintermédiation sur le service entre le distributeur et le client

3

Positionnement de fournisseurs de data et de connaissance client B2B, entraînant une désintermédiation producteur/distributeur

4

"Consom'acteur" : nouveaux rôles du consommateur particulier ou entreprise

5

Désintermédiation "direct to consumer", depuis le producteur directement vers le client final

Il est crucial pour les TPE et PME d'évaluer et de développer leur niveau de maturité numérique

Il s'agit d'évaluer leur capacité à se transformer et à piloter le changement pour définir une stratégie numérique adaptée à leurs métiers

A court/moyen terme

- ▶ Présence en ligne : site internet, réseaux sociaux...
- ▶ Utilisation de technologies numériques dans les process internes, dans les relations clients : Big data, CRM...
- ▶ Ouverture de l'équipe aux outils de travail collaboratifs

A long terme

- ▶ Conscience des tendances numériques de long terme du secteur : big data, robotisation...

A long terme, cette vulnérabilité numérique peut entraîner une baisse des dynamiques territoriales via :

- ▶ un risque de perte d'emploi à un niveau territorial au profit d'acteurs plus lointains et dématérialisés
- ▶ Une disparition progressive des services de proximité

L'AGEFOS PME doit positionner son « offre » sur le sujet de la transition numérique

Sur la culture et les enjeux du numérique

- ▶ Lean Management
- ▶ Travail collaboratif
- ▶ Flexibilité du travail
- ▶ Une culture centrée sur le client (confiance, data, relationnel)

Sur les technologies numériques

A court/moyen terme

- ▶ Numérisation
- ▶ Automatisation
- ▶ Big Data et analyse de données
- ▶ Plateformes et désintermédiation
- ▶ Réseaux sociaux

A long terme

- ▶ Objets connectés
- ▶ Intelligence artificielle
- ▶ Blockchain
- ▶ Robotique
- ▶ BIM et modélisation 3D

Le cahier de tendances s'intègre dans la phase 1 de l'étude et vise à analyser les impacts du numérique sur les entreprises de 13 branches professionnelles



Objectifs du cahier de tendances

- ▶ Identifier les grandes tendances du digital qui vont impacter les 13 branches professionnelles du périmètre
- ▶ Synthétiser les impacts transversaux sur l'organisation des entreprises
- ▶ Décliner les tendances globales identifiées à chaque branche

Eléments de réponse

- ▶ Perspectives économiques & évolutions des usages induites par le numérique
- ▶ Décomposition de la chaîne de valeur des entreprises de la branche et cartographie des impacts du digital sur les activités clés
- ▶ Identification des impacts les plus critiques

Cette cartographie des tendances du digital s'est effectuée à partir d'une analyse documentaire et d'entretiens auprès d'experts et représentants des branches

Une analyse documentaire extensive ...

- ▶ **Publications AGEFOS**
 - Etudes et référentiels Métiers
 - Etudes prospectives
 - Portraits statistiques
 - Observatoire
- ▶ **Publications et analyses EY**
- ▶ **INSEE (Données statistiques)**
- ▶ **Pôle Emploi**
 - Rapports
 - Statistiques
- ▶ **Etudes et publications de référence à l'échelle des 13 branches**
 - Cf. Bibliographie

... supportée par des entretiens auprès d'experts

- ▶ **Experts et représentants des branches professionnelles**
 - Cf. Liste des entretiens
- ▶ **Experts EY**
 - Cf. Liste des entretiens

Expertises	Assurances	Habillement & Chaussure
Papeterie	Répartition pharmaceutique	Gardiens
Experts-comptables	Prestataires de services	Ports de plaisance
Hôtellerie de plein air	Organismes de tourisme	Miroiterie

Les moteurs de la transformation digitale : 10 volets de l'innovation digitale impactant les branches de manière différenciée



Web 2.0

- Interactions entre utilisateurs et création de réseaux sociaux



Numérisation & Automatisation

- Intégration d'outils numériques et de solutions logicielles dans la réalisation de tout ou partie des activités de travail



Cloud

- Espaces de stockage de données et des applications accessibles directement en ligne



Big Data & Analytics

- Analyse statistique et mathématique des données et restitution des informations avec une visualisation associée



API

- Interface de programmation qui permet de se « connecter » sur une application pour échanger des données



Internet des objets (IoT)

- Extension des flux d'échanges de données en temps réel via des capteurs et des dispositifs d'échanges d'informations



Cognitive Automation

- Système d'intelligence artificielle capable d'acquérir, mettre en œuvre et transmettre des connaissances



Impression 3D

- Procédés de fabrication de pièces en volume par ajout ou agglomération de matière



Réalité augmentée

- Superposition de la réalité et d'éléments (sons, images 2D,..) calculés par un système informatique en temps réel



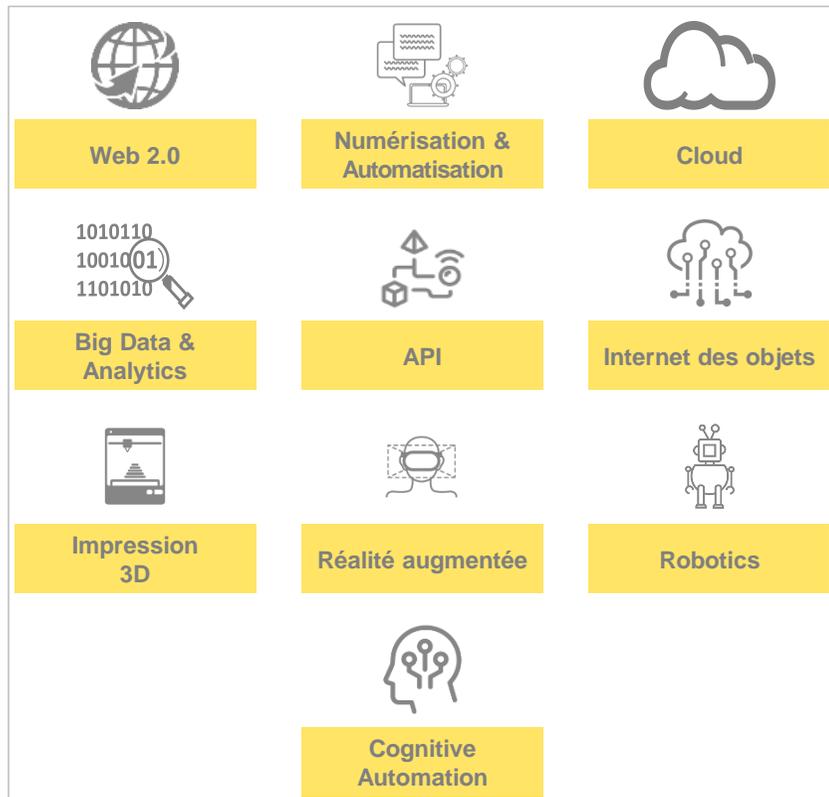
Robotics

- Appareil effectuant, grâce à un système de commande automatique, une tâche précise pour laquelle il a été conçu

Sources : Analyse EY

L'analyse documentaire et les entretiens d'experts ont permis de déterminer quelles tendances technologiques sont susceptibles d'impacter les branches

Grandes tendances du digital



Branches professionnelles dans le périmètre de l'étude



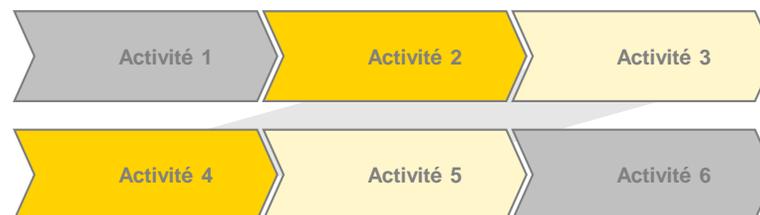
La chaîne de valeur de chaque branche a été décomposée afin de déterminer quelles activités vont être principalement impactées par le digital

Branches professionnelles dans le périmètre de l'étude



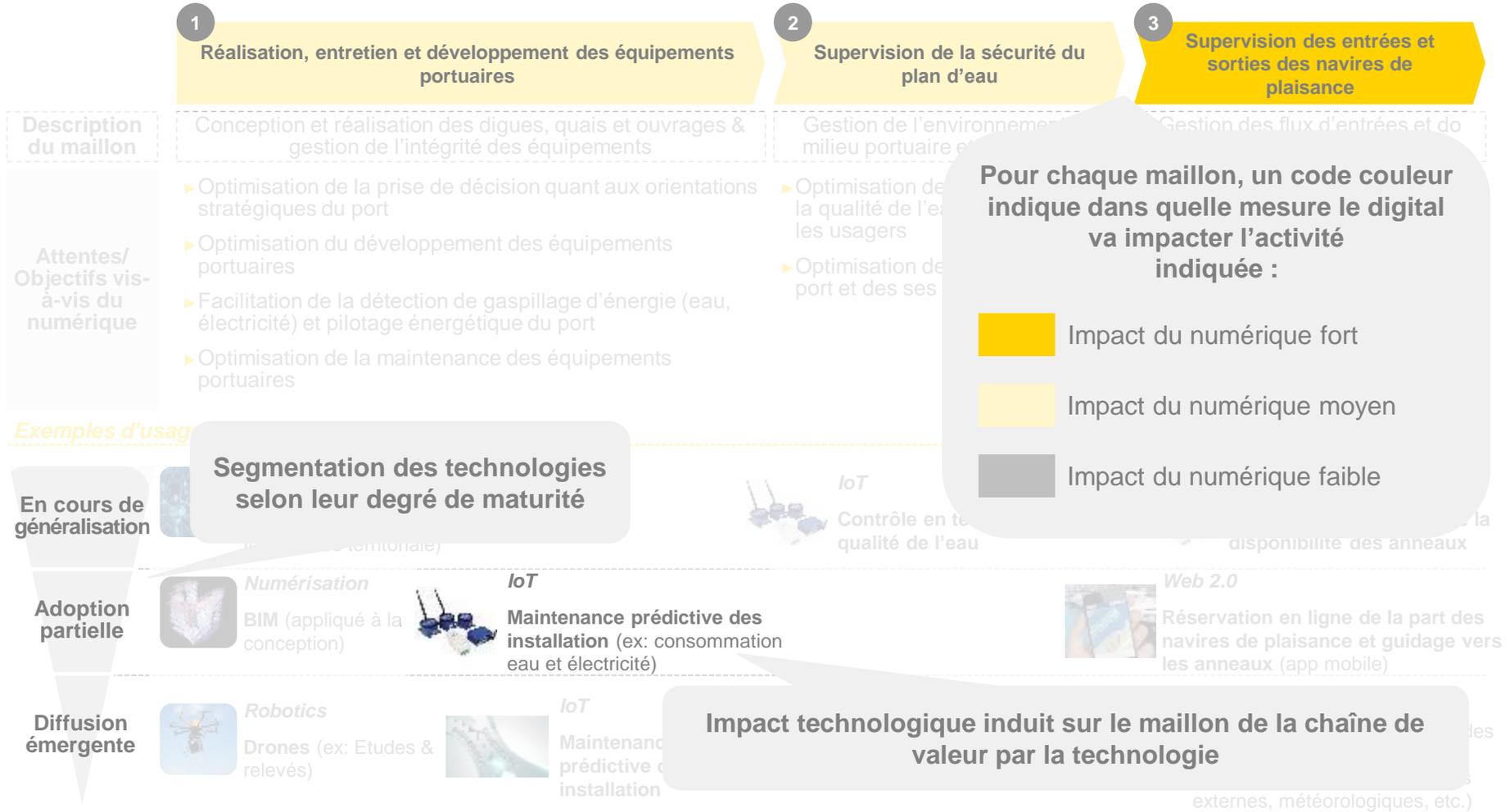
Cartographie des impacts du numérique sur les activités clés des branches

- ▶ Etude des activités des entreprises des 13 branches qui concourent à la création matérielle et à la vente du produit ou service



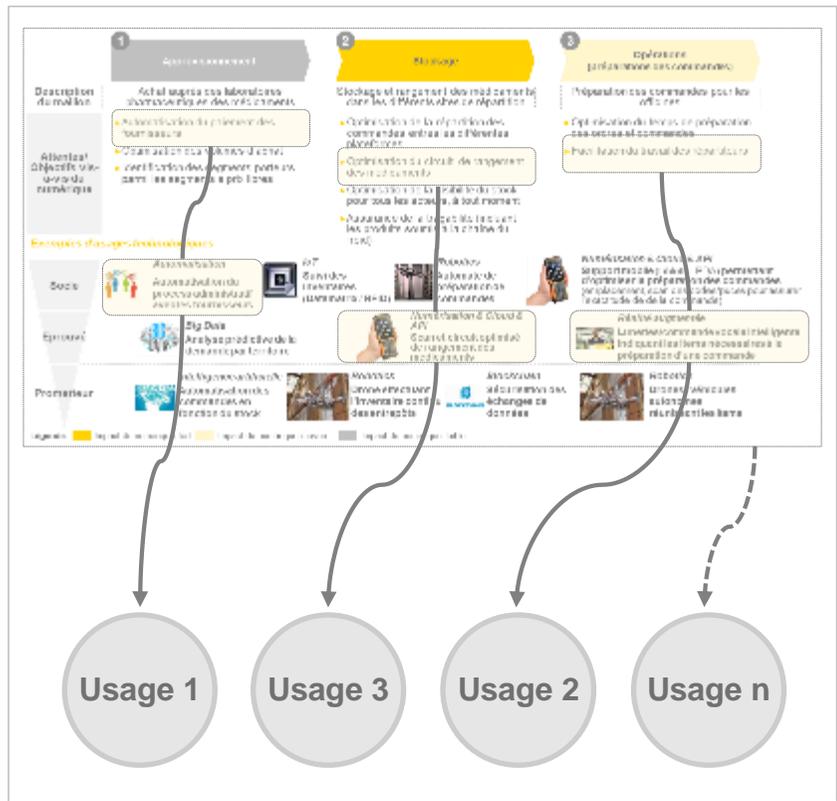
- ▶ L'impact induit par la transformation numérique est tracé sur les différents maillons de la chaîne de valeur de chaque branche
- ▶ Pour chaque maillon, un code couleur indique dans quelle mesure le digital va impacter l'activité indiquée

Les impacts induits par les tendances digitales identifiées ont été cartographiés tout au long de la chaîne de valeur des branches

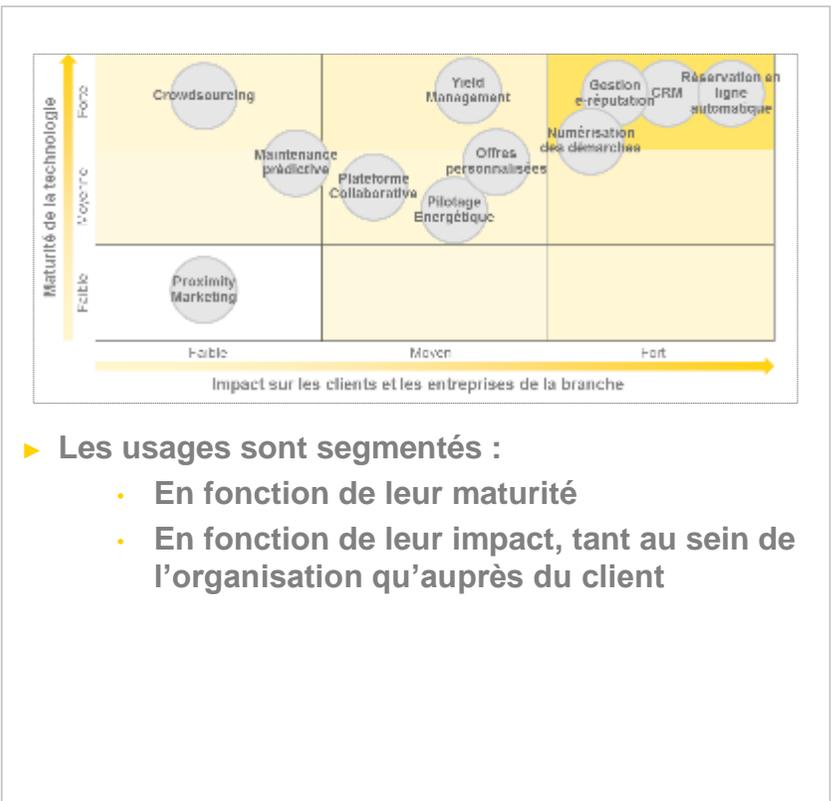


Les nouveaux usages induits par les évolutions technologiques ont été placés sur une matrice selon leur degré de maturité et leur impact

Identification des nouveaux usages induits à partir de l'analyse de la chaîne de valeur



Segmentation de ces nouveaux usages en fonction de leur de maturité et de leur impact



Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Sociétés d'expertises et d'évaluations

Assurances : courtage

Commerce

Services aux entreprises

Tourisme

Immobilier

Industrie

Activités support

Annexes

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Sociétés d'expertises et d'évaluations

Assurances : courtage

Commerce

Services aux entreprises

Tourisme

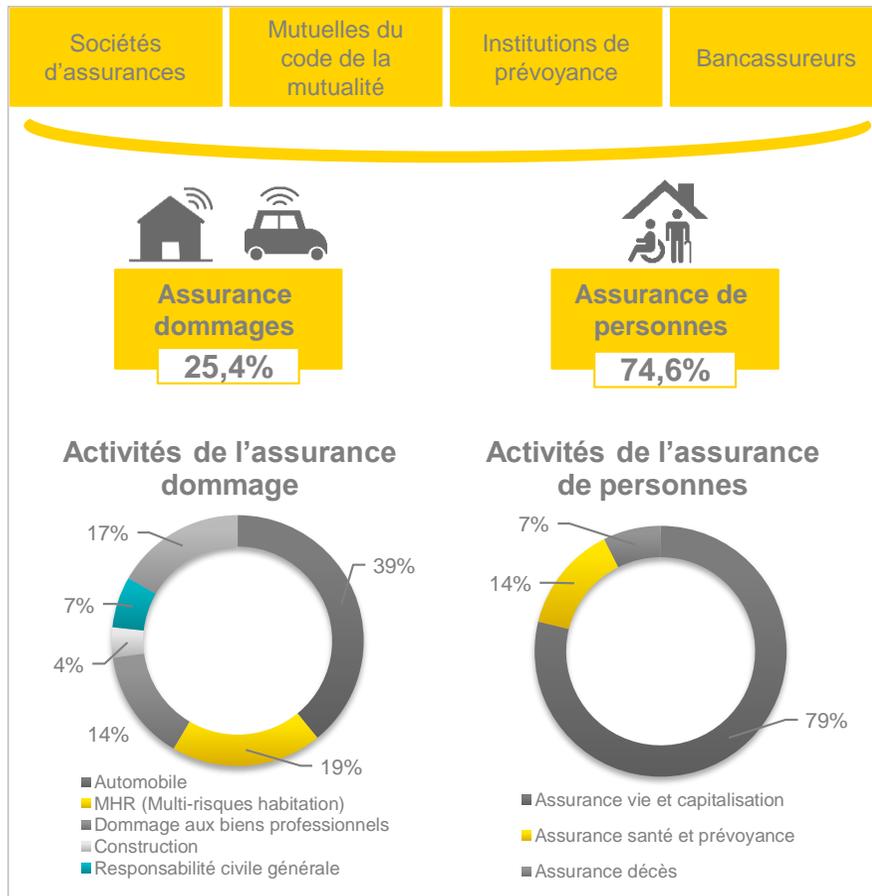
Immobilier

Industrie

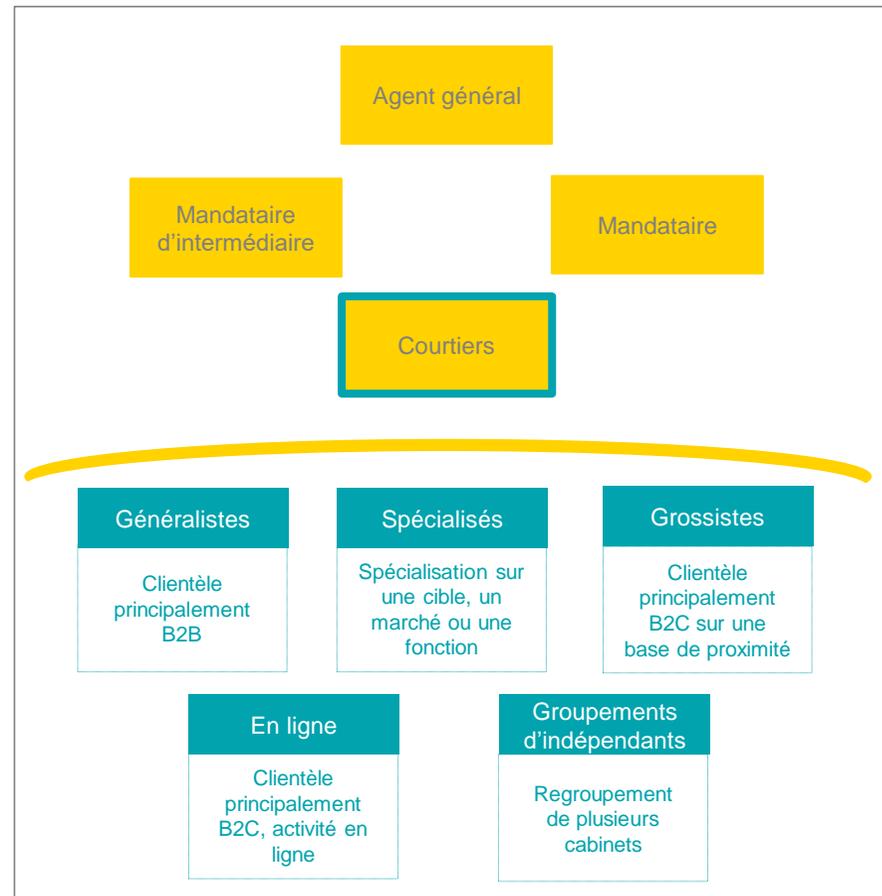
Annexes

Le marché de l'assurance est diversifié et historiquement intermédié

Les acteurs du marché de l'assurance peuvent être segmentés en plusieurs catégories et activités



De nombreux intermédiaires interagissent sur le marché de l'assurance



L'économie de l'assurance, toujours en croissance, se construit sur l'accès à l'information dans un contexte fortement réglementé

La pression réglementaire renforce les contraintes pesant sur les intermédiaires

LOI HAMON	SOLVABILITE II	DIRECTIVE IDD	RGPD
<p>La loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, dite « loi Hamon » permet aux assurés de résilier leur contrat à n'importe quel moment de l'année à la fin de leur engagement initial (auparavant à échéance annuelle seulement)</p>	<p><i>Solvabilité II</i> impose depuis le 1^{er} janvier 2016 aux assureurs de veiller :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ au professionnalisme de leurs intermédiaires✓ au niveau de qualité et de sécurité de leur système d'information	<p>La directive <i>IDD</i> renforce les obligations de transparence en matière de conflits d'intérêts et de rémunération à tous les acteurs de l'assurance.</p> <p>Elle devait être transposée avant le 23 février 2018.</p>	<p>Le <i>RGPD</i>, applicable en mai 2018, entraîne :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ une protection renforcée des données✓ un usage strictement encadré, notamment en matière de profilage

L'économie de l'assurance, toujours en croissance, connaît cependant des risques forts d' « uberisation »

Perspectives du marché de l'assurance



209,6 milliards d'euros, c'est le chiffre d'affaires généré en France, en 2016 pour le marché de l'assurance



Le marché de l'assurance est un marché de l'information :

- ▶ des assurés sur les offres disponibles sur le marché
- ▶ du profil des assurés pour les professionnels (assureurs, courtiers, experts)
- ▶ des risques afférents aux différents marchés

Courtage

- ▶ Augmentation tendancielle de la masse assurable
- ▶ **3,5%** d'augmentation du chiffre d'affaires en 2017
- ▶ Prospective de **2%** en 2018
- ▶ Les entreprises représentent **68%** du chiffre d'affaires des 100 premiers courtiers d'assurance

Expertise et évaluations

- ▶ **554 000** entreprises créées en 2016
- ▶ Plus grande ampleur des accidents industriels
- ▶ Multiplication des sinistres liés aux aléas climatiques (*selon la FFA, les aléas naturels auront presque doublé en 2040 comparativement aux 25 années précédentes*)

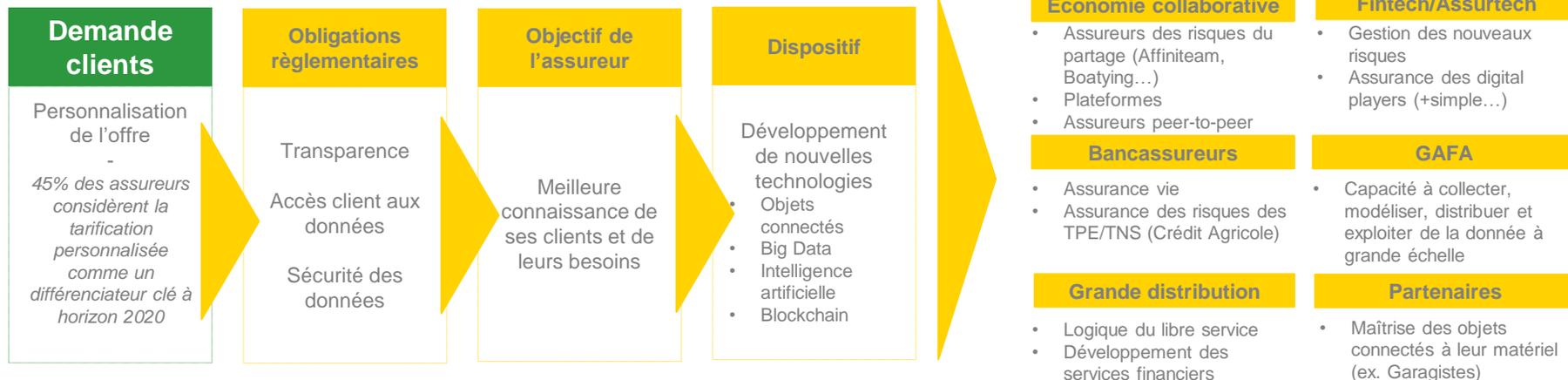
Des facteurs technologiques posent la question de la place des intermédiaires dans des circuits opérationnels de plus en plus courts

- ▶ **Les objets connectés posent la question de l'établissement des déclarations de sinistres auprès des fournisseurs des objets connectés**
 - ▶ Par exemple, une déclaration de sinistre automobile pourrait se faire directement auprès du garagiste
- ▶ Le développement des nouvelles technologies entraîne une nécessité **d'investissement en équipements** (hardware et software) de la part des acteurs de l'assurance dont les moyens sont fonction de la taille de l'entreprise
- ▶ **La montée en puissance des objets connectés permet d'envisager un enrayement de la dégradation de la sinistralité attendue notamment sur le marché des dommages aux biens des entreprises**
- ▶ Les nouvelles technologies poussent :
 - ▶ **les assurés à se passer d'intermédiaires**
 - ▶ **les experts à passer d'une logique de réparation à une logique de prévention** : on observe déjà une baisse de la sinistralité liée aux objets connectés
- ▶ Les intermédiaires en assurance sont contraints de suivre les usages des compagnies d'assurance (par exemple, en cas de modernisation du mode de relation avec les assurés)

Le contexte technologique et règlementaire favorise la désintermédiation et bouscule les règles concurrentielles de l'assurance

L'enjeu consiste à passer d'une logique de l'offre à une logique de la demande via la personnalisation de l'offre dans un contexte de mutualisation des risques

De nouveaux acteurs ont l'opportunité de se positionner sur le secteur...



... et de nouveaux services voient le jour suivant une logique de plus en plus assistancielle



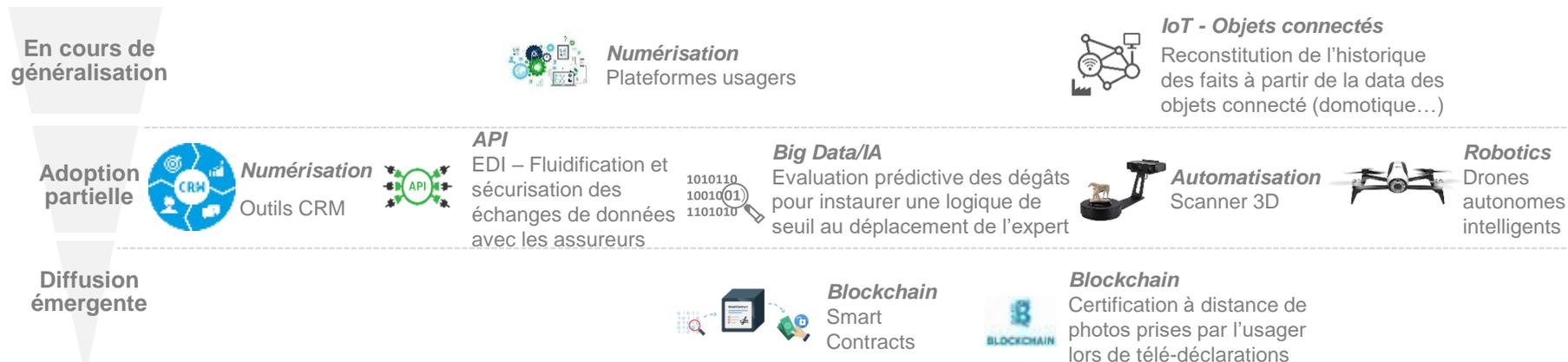


Sociétés d'expertises et d'évaluations

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/2)

	1	2	3
	Relation avec l'assuré(e)	Identification des biens endommagés	Détermination des causes du sinistre
Description du maillon	Mise en relation et suivi du sinistre	Réalisation de l'état des lieux des biens concernés par le sinistre	Enquête afin de déterminer avec précision les causes d'un sinistre
Principales évolutions induites par la technologie	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Suivi des opérations par l'assuré ▶ Traçabilité des assurés ▶ Accélération des temps de traitement 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimisation de la visibilité des dégâts ▶ Optimisation de l'identification des objets endommagés ▶ Mise en place de plateformes d'auto-diagnostic pour la déclaration de sinistres et le pré-remplissage du dossiers ▶ Interactions directes avec les services de courtage 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Encapsulation de données dans les biens pour alerter en amont ou récolter des informations sur un sinistre ▶ Enquête possible dans des zones non-accessibles à l'homme (espaces restreints/contaminés) ▶ Automatisation de diagnostics via la modélisation d'analyses d'experts et l'intelligence artificielle

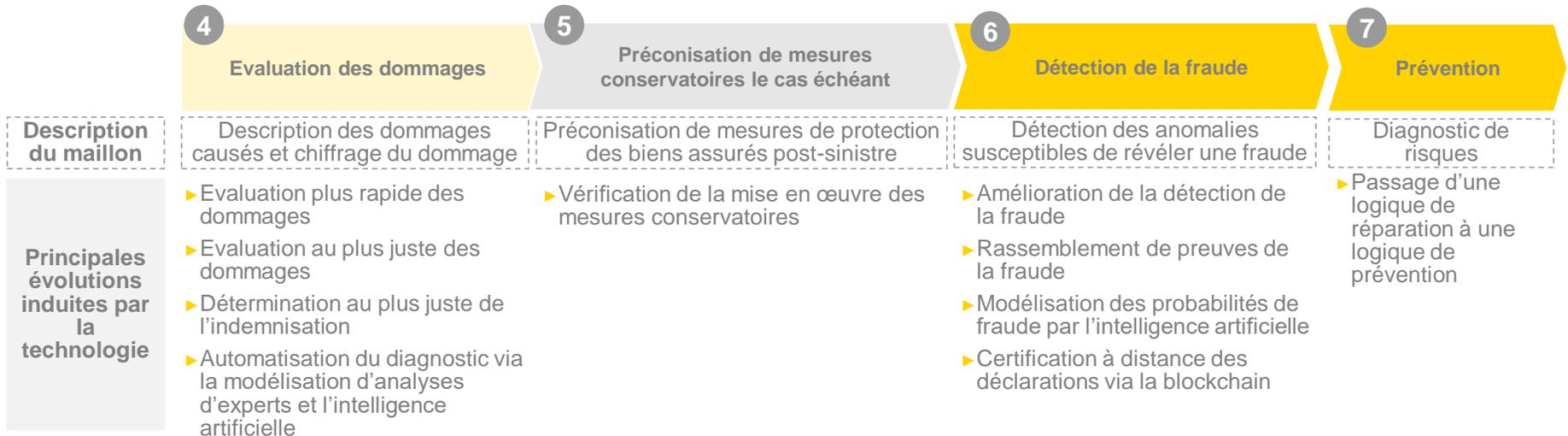
Niveau d'adoption des technologies



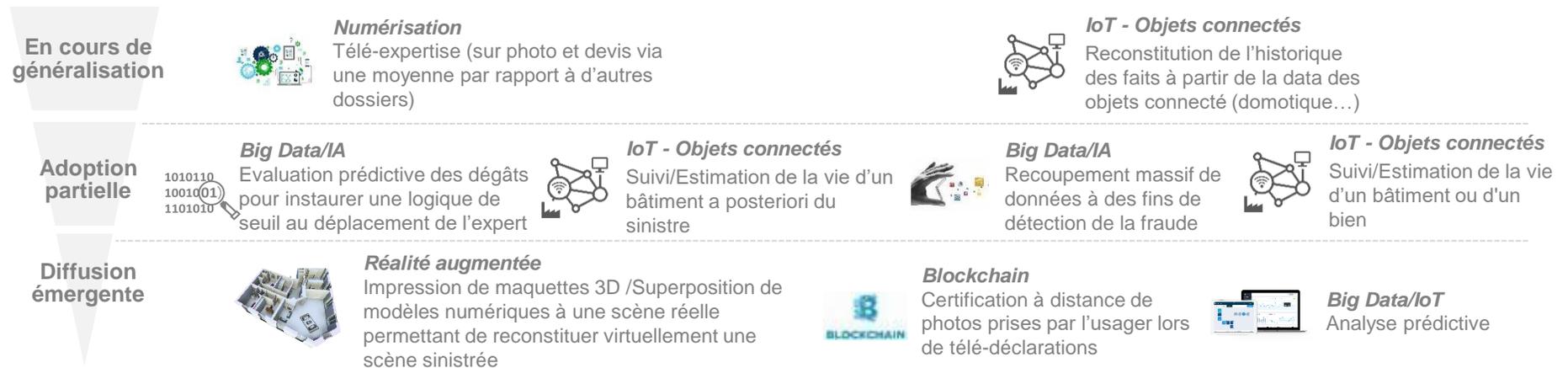
Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Articles de presse, Entretiens experts, Analyse EY

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/2)



Niveau d'adoption des technologies



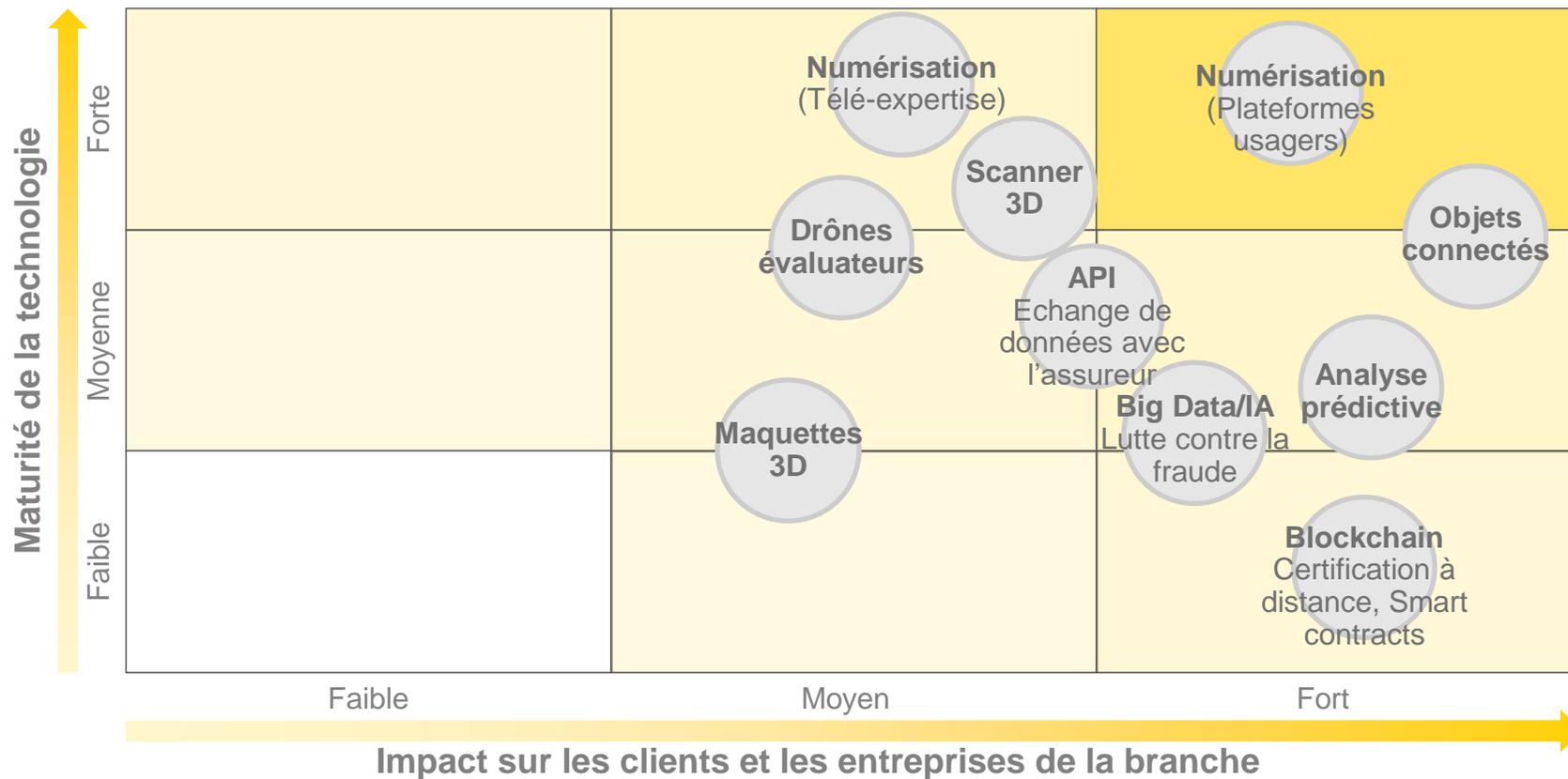
Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Articles de presse, Entretiens experts, Analyse EY

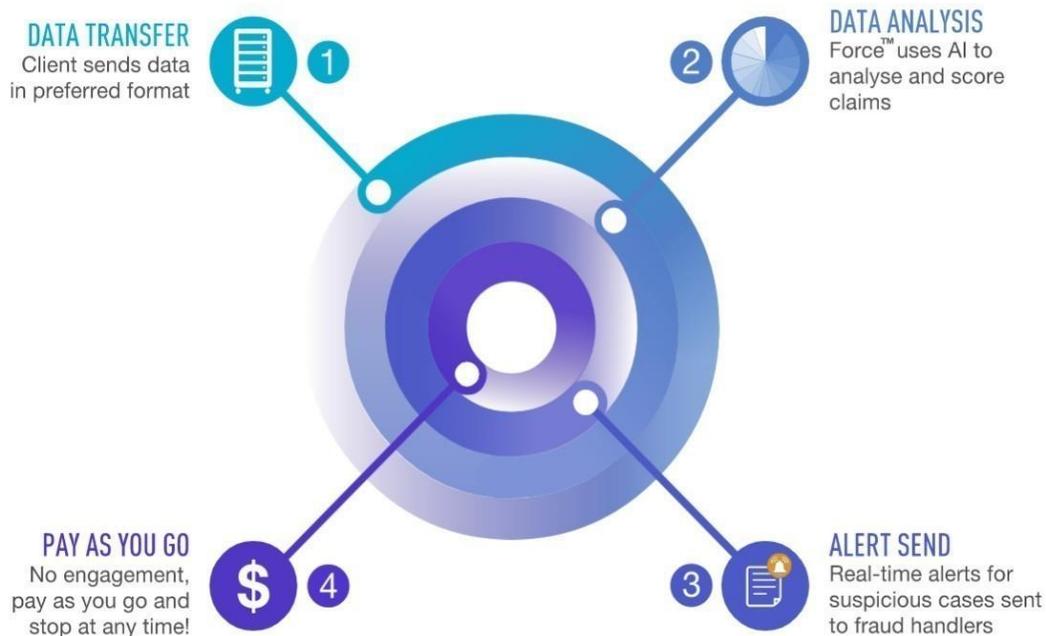
Les technologies permettant la reconstitution des sinistres au plus près et à distance semblent constituer l'enjeu majeur de la branche

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Shift propose une solution industrielle de détection de la fraude fonctionnant grâce à l'intelligence artificielle



L'algorithme fonctionne grâce à un apprentissage automatique et à l'intégration de la théorie des graphes.

L'outil Force développé par Shift permet :

- un transfert des données sous de multiples formats
- une analyse complète de ces données via l'intelligence artificielle afin de recouper plusieurs indicateurs et de proposer la revue des dossiers générant un taux excessif d'anomalies
- l'envoi d'alertes à l'assureur sur les dossiers suspects
- Précision d'évaluation
- Rapidité d'intervention
- Fiabilisation des données récoltées



45 assureurs ont déjà adopté cette technologie

100 millions de déclarations de sinistres ont pu être analysées en assurance auto et habitation à travers le monde

300 millions de demandes de remboursement ont été analysées en assurance santé

Le taux de fraude effective sur les remontées suspectes s'élève à 75% contre 30 à 35% en moyenne pour des outils similaires utilisant des algorithmes différents

Usages clés



- ▶ Prévention
- ▶ Auto-déclarations
- ▶ Modélisation des risques, des probabilités de sinistre, et des fraudes

Technologies clés



- ▶ Objets connectés
- ▶ Robotics
- ▶ Big Data/Intelligence artificielle

Tendances clés



- ▶ Développement de la télé-expertise
- ▶ Reconstitution des sinistres pour une meilleure détermination des causes et évaluations

Enjeux clés



- ▶ Reconfiguration de l'offre de services dans une logique davantage préventive
- ▶ Numérisation totale de l'interface client et assureurs

Chiffres clés

Activité de détermination, en toute indépendance et impartialité, du montant réel des dommages et de leurs causes suite à un sinistre.



530 entreprises



8 000 emplois

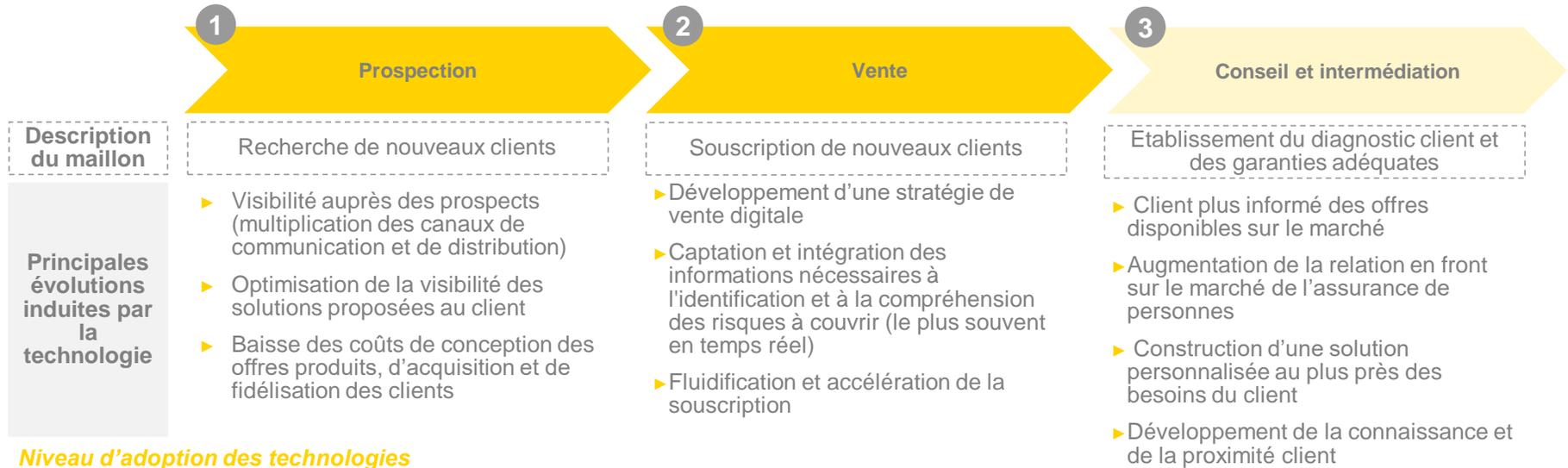


85% de TPE

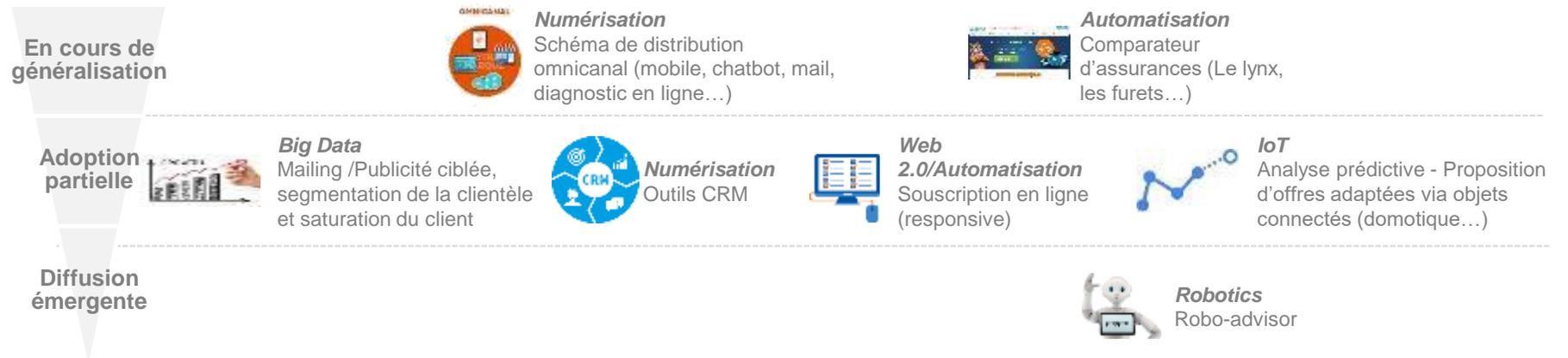
A photograph of a business meeting in a modern office. A man in a dark suit is standing and pointing at a document held by a woman in a brown blazer. In the foreground, a woman with blonde hair in a ponytail, wearing a dark pinstriped blazer, is sitting at a desk and writing on a notepad with a yellow pencil. Another woman with glasses is visible in the background, looking towards the man. A yellow rectangular box is overlaid on the image, containing the text "Assurances : courtage".

Assurances : courtage

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/2)



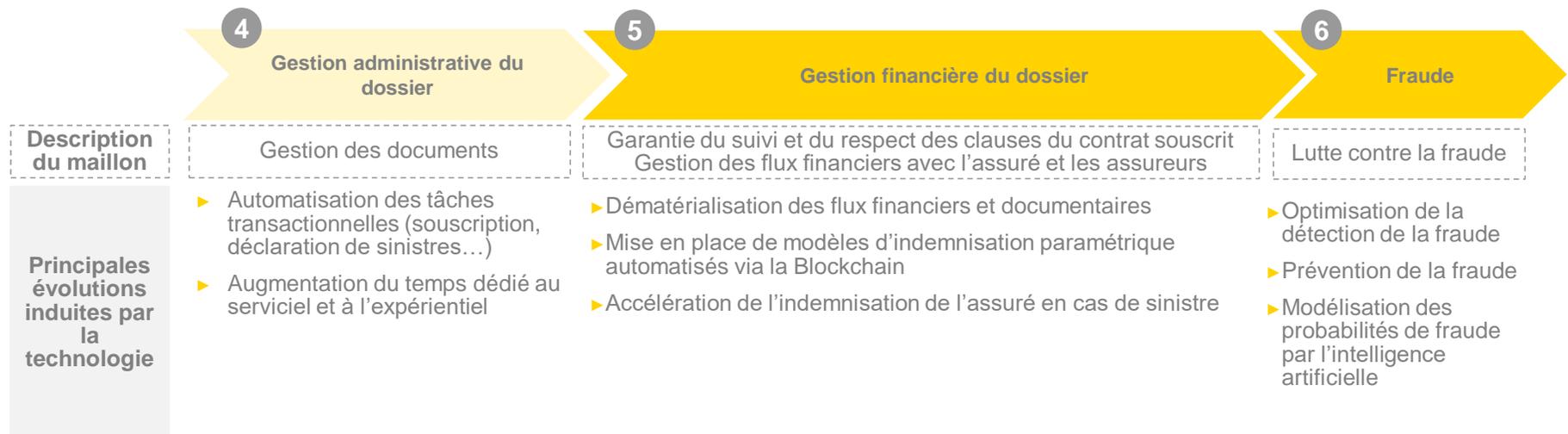
Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : XERFI, LSA, Observatoire des métiers de l'assurance, Analyse EY

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/2)



Niveau d'adoption des technologies



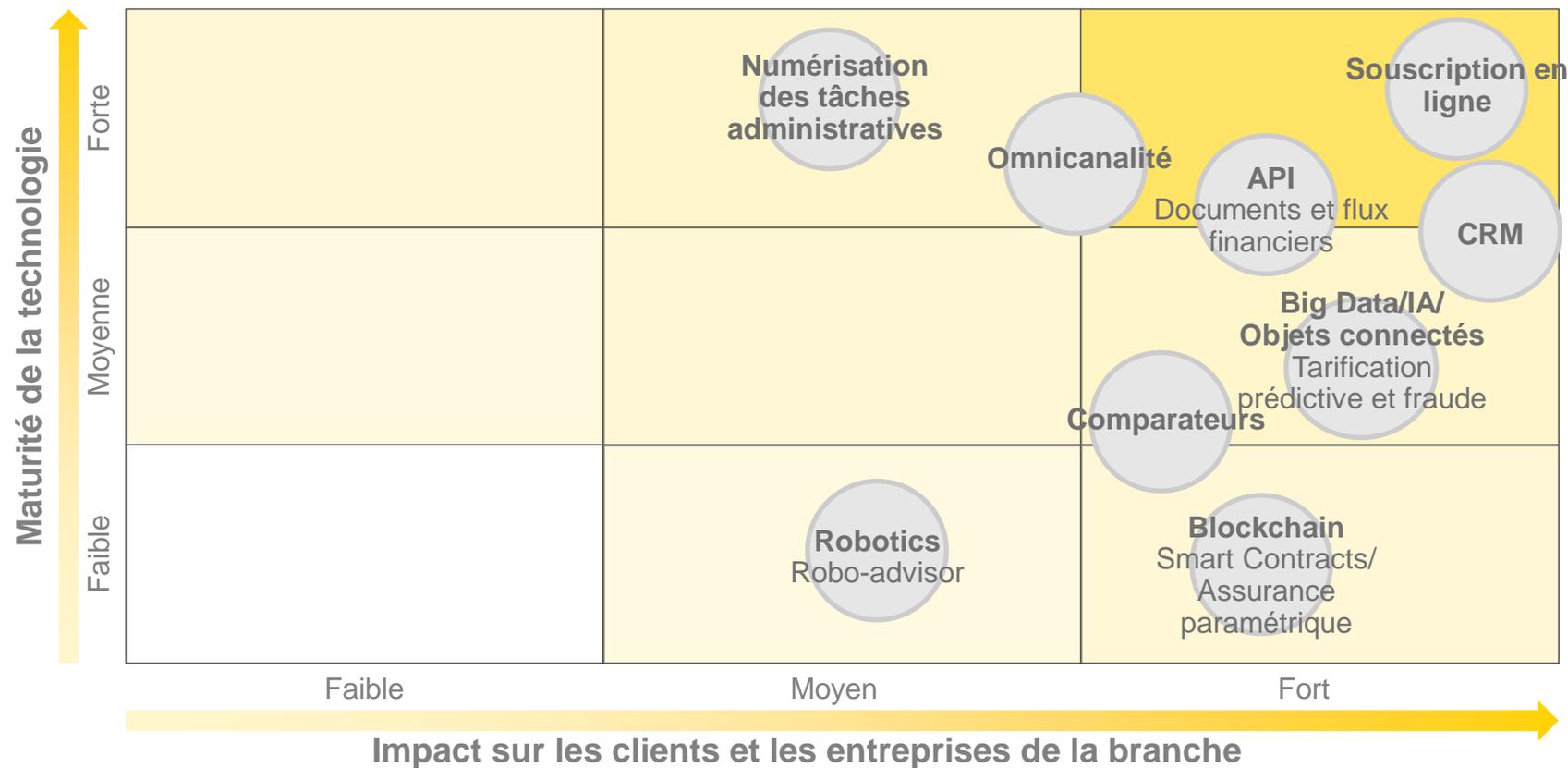
Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : XERFI, LSA, Observatoire des métiers de l'assurance, Analyse EY

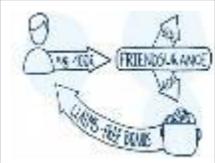
Les outils permettant au courtier une personnalisation rapide de son offre adaptée aux besoins de son client concentrent les enjeux de la branche

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Certains acteurs du secteur ont revu leurs pratiques à l'heure du numérique

Etude de cas	Illustration	Description
AXA lance Axa Broker		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Suivi de l'actualité clients en temps réel (sinistres inclus) via une application mobile
Harmonie mutuelle souscription 100% en ligne		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lancement du contrat Harmonie Assurance Emprunteur, 100% en ligne (Juillet 2017) : assurance des prêts immobiliers aux particuliers pouvant être souscrite 100% en ligne, grâce à la signature électronique ▶ Partenariat avec la Fin Tech Utwin Assurances pour la commercialisation
Habit@t par BNP Paribas Cardiff		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Système d'assurance habitation télématique de suivi à distance via la Homebox qui : <ul style="list-style-type: none"> ▶ contrôle la maison à distance. ▶ détecte les sinistres (fumée, inondations, pannes d'électricité) ▶ en alerte l'occupant et le centre des opérations de la compagnie d'assurance ▶ met en route le service d'assistance immédiatement
AXA se lance sur la blockchain avec fizzy		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Contrat intelligent déclenchant un remboursement dès le constat du retard d'un avion grâce à un outil de suivi de vols, sans justificatifs ▶ Utilisation de la technologie de chaînes de blocs (blockchain) Ethereum pour garantir l'inviolabilité des contrats
Friendsurance et l'assurance peer-to-peer		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Modèle d'assurance collaborative entre "amis" : engagement des parties à participer au remboursement d'un sinistre affectant un autre membre du réseau à hauteur d'un montant déterminé à l'avance ▶ Récupération d'un bonus en l'absence de sinistre

Source : BNP PARIBAS, AXA, XERFI

Usages clés



- ▶ Souscription en ligne
- ▶ Dématérialisation des flux
- ▶ Espace client

Technologies clés



- ▶ API
- ▶ Analyse prédictive/Objets connectés
- ▶ Big Data/Intelligence artificielle
- ▶ Blockchain

Tendances clés



- ▶ Dématérialisation de la relation
- ▶ Exploitation des données clients
- ▶ Automatisation des contrats
- ▶ Désintermédiation

Enjeux clés



- ▶ Individualisation des prestations dans un modèle économique de mutualisation du risque
- ▶ Hybridation de la relation assuré/courtier ; courtier/assureur

Chiffres clés

Intermédiaire entre une assurance et son client qu'il conseille dans le but de négocier et d'acheter pour lui des contrats d'assurance dont il assure la gestion au titre de mandataire.



3 670 entreprises



36 300 emplois



88% de TPE

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Commerce

Chaussures : détaillants / Habillement et articles textiles : commerce de détail

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique : commerce de détail

Répartition pharmaceutique

Services aux entreprises

Tourisme

Immobilier

Industrie

Activités support

Annexes

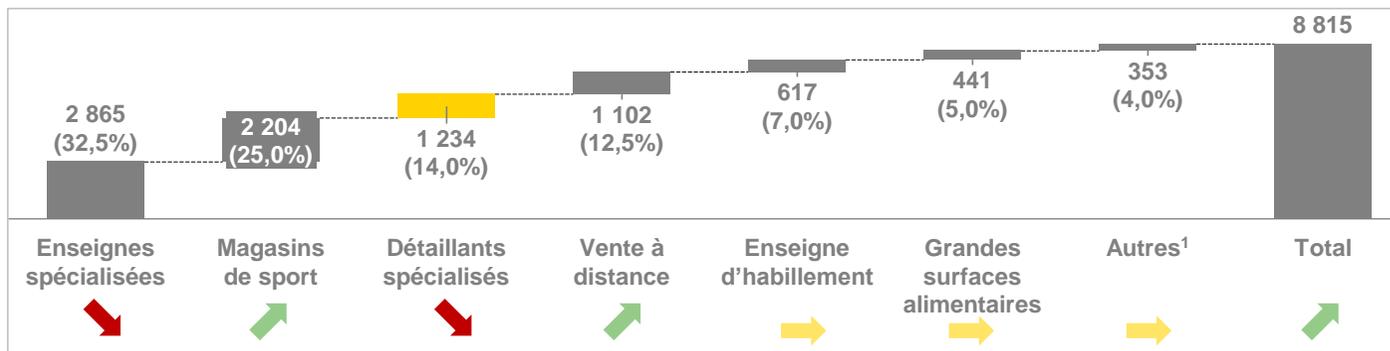
A close-up photograph of several red sweaters hanging on wooden hangers. The sweaters are arranged in a row, and the focus is sharp on the one in the foreground. The background is blurred, showing other clothing items and store lighting. A yellow rectangular box is overlaid on the center of the image, containing text.

**Habillement et articles textiles &
Chaussures : commerce de détail**

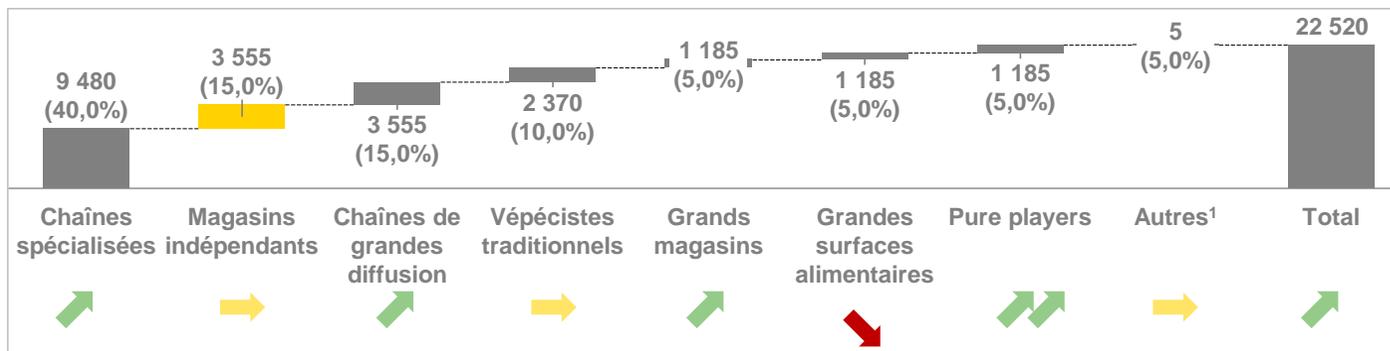
Tous les canaux de distribution ne profitent pas de manière équivalente du retour de la croissance sur les marchés de l'habillement et de la chaussure

Illustrations

Parts de marché des différents circuits de distribution de chaussures en 2016 et tendances (€m)



Parts de marché des différents circuits de distribution d'habillement en 2016 et tendances (€m)



- ▶ Des marchés qui renouent avec la croissance
- ▶ Une croissance hétérogène selon les canaux de distribution
- ▶ Un écosystème concurrentiel en mutation avec l'émergence des « Pure-players »²

1 : Magasins multi commerces (Monoprix essentiellement), marchés et foires, vente à domicile

2 : cf. Glossaire

Sources : Xerfi, Analyse EY

Habillement et articles textiles & Chaussures – Perspectives économiques & évolutions des usages

La diffusion du digital dans la vie des consommateurs a transformé leurs attentes en termes de simplicité, personnalisation et d'expérience en magasin

Un client « occupé »

- **Multitâches, multi-supports et hyper sollicité**
Manque d'attention et usage du mobile en magasin

Un client « hyper connecté »

- **Assisté et à l'écoute de ses réseaux sociaux**
« 85% des consommateurs consultent les avis des internautes avant d'acheter » (Harris interactive)

Un client « bavard »

- **Hyper communicant, impliqué et entendu**
Partage et buzz sur le web : « 20% des français ont déjà dénoncé en ligne des entreprises ayant mal agi à leurs yeux » (TNS Sofres LSA)

Un client « aventureux »

- **Infidèle et en quête de fiabilité**
« Seuls 15 % de français se déclarent fidèles aux marques » (Euro RSCG C&O Harris interactive)

Un client « autonome »

- **« AnyTime, AnyWhere, Any Device »**
Emergence du concept « Do it yourself customer » (Autonomie dans l'essayage, le paiement, la livraison)

Nouvelles attentes clients

SIMPLICITE

dans l'accès à l'information, aux produits et dans le processus d'achat

PERSONNALISATION
de la relation client

REECHANTEMENT
de l'expérience d'achat



Habillement et articles textiles & Chaussures – Perspectives économiques & évolutions des usages

Le canal online ne s'oppose pas pour autant frontalement aux magasins physiques, les deux canaux étant à considérer comme interdépendants

Le e-commerce dans le commerce en France

26%

de la part des ventes en ligne en 2015 concernaient la vente de biens à la personne¹

69%

des consommateurs comparent les produits en ligne avant d'acheter

42%

consultent des avis sur Internet avant l'achat

26,5%

C'est la part du commerce mobile dans l'ensemble des transactions en ligne en France (39% dans le monde)

Au niveau macro-économique, la tendance montre une interconnexion entre boutique physique et digital



3 consommateurs sur 4 sont plus enclins à visiter un magasin si l'information récoltée online a été utile

22%

des consommateurs dépensent plus en magasin s'ils ont été influencés par un canal digital

36 centimes

Les interactions digitales influent pour **36 centimes** de chaque dollar dépensé dans un magasin physique

55%

des consommateurs online préféreraient acheter dans un magasin ayant une présence physique plutôt qu'auprès d'un acteur 100% digital

¹ Biens à la personne : habillement, chaussures, maroquinerie, bijoux...

Sources : XERFI, Retailnext, Analyse EY

Habillement et articles textiles & Chaussures – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/3)



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : e-transformation du parcours client (MCI), Retailers, Entretiens experts, Analyse EY

Habillement et articles textiles & Chaussures – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/3)

5

Expérientiel & Serviciel

Description du maillon

Informations, renseignements et conseils aux clients

Principales évolutions induites par la technologie

- ▶ Capitalisation des outils digitaux pour améliorer l'expérience client en magasin (cabines d'essayage en réalité virtuelle, marketing géo-localisé au sein du magasin etc.)
- ▶ Empouvoirement du vendeur face à une clientèle toujours plus informée (tablette tactile disposant des fiches produits, des stocks en temps réel, des fiches clients, etc.)
- ▶ Personnalisation des recommandations des vendeurs selon l'historique d'achat des clients
- ▶ Hybridation de l'expérience physique & digital par la mise en place de schémas « e-réservation & achat »
- ▶ Impression 3D, différenciation retardée et logistique du dernier kilomètre : innovations dans la personnalisation « dernière minute » des produits

Niveau d'adoption des technologies

En cours de généralisation



Numérisation & Cloud & API

Tablettes tactiles à disposition du vendeur (fiches produit, stocks, historique client, réassort des stocks en temps réel)

Adoption partielle



Numérisation

Schéma omnicanal (click & collect, e-réservation, etc.)

Diffusion émergente



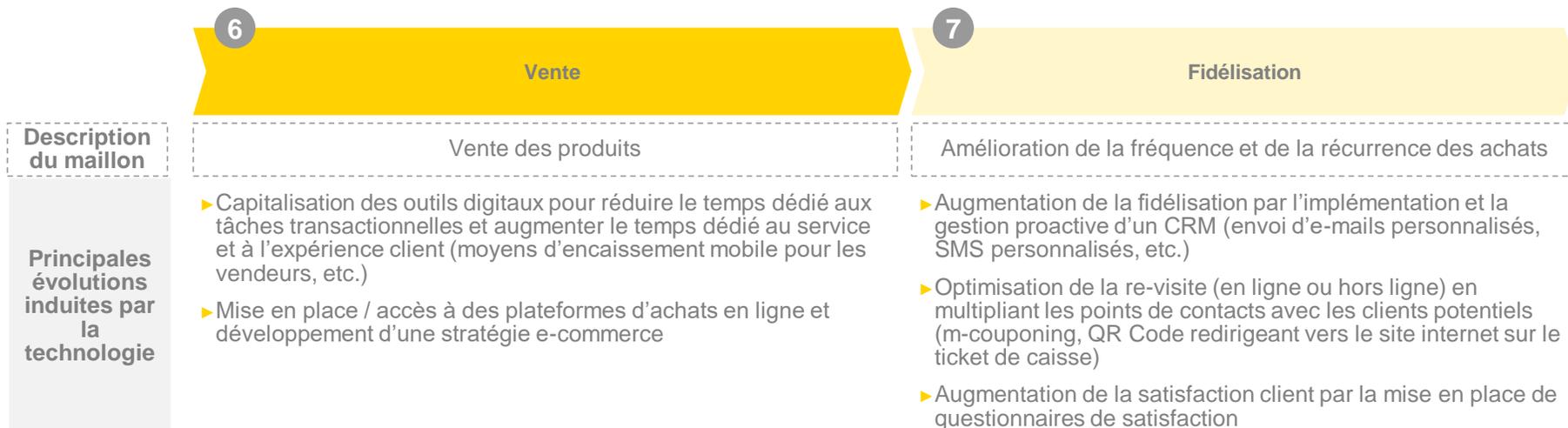
Réalité augmentée
Cabine d'essayage en réalité virtuelle

Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

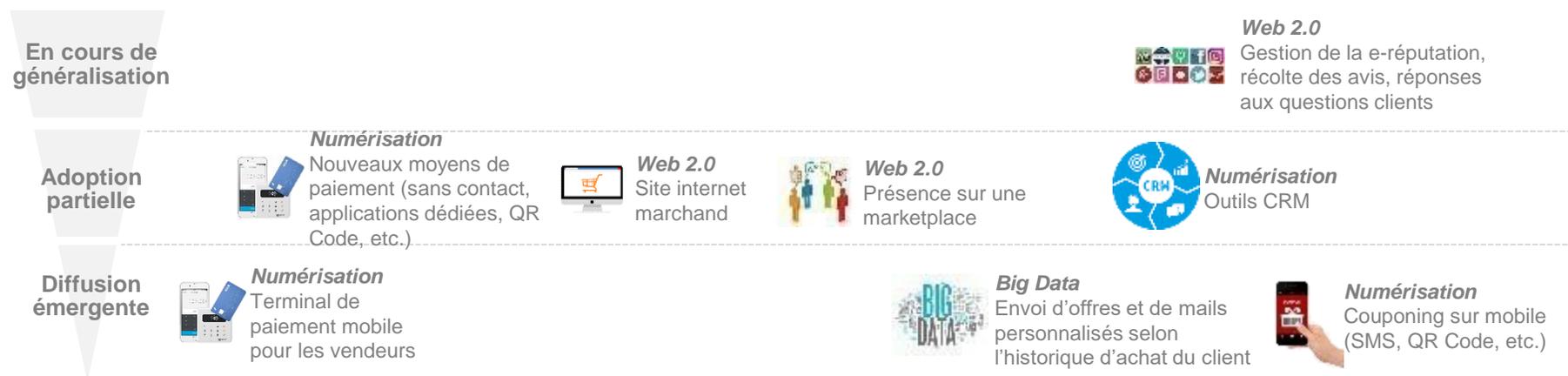
Sources : e-transformation du parcours client (MCI), Retailers, Entretiens experts, Analyse EY

Habillement et articles textiles & Chaussures – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (3/3)



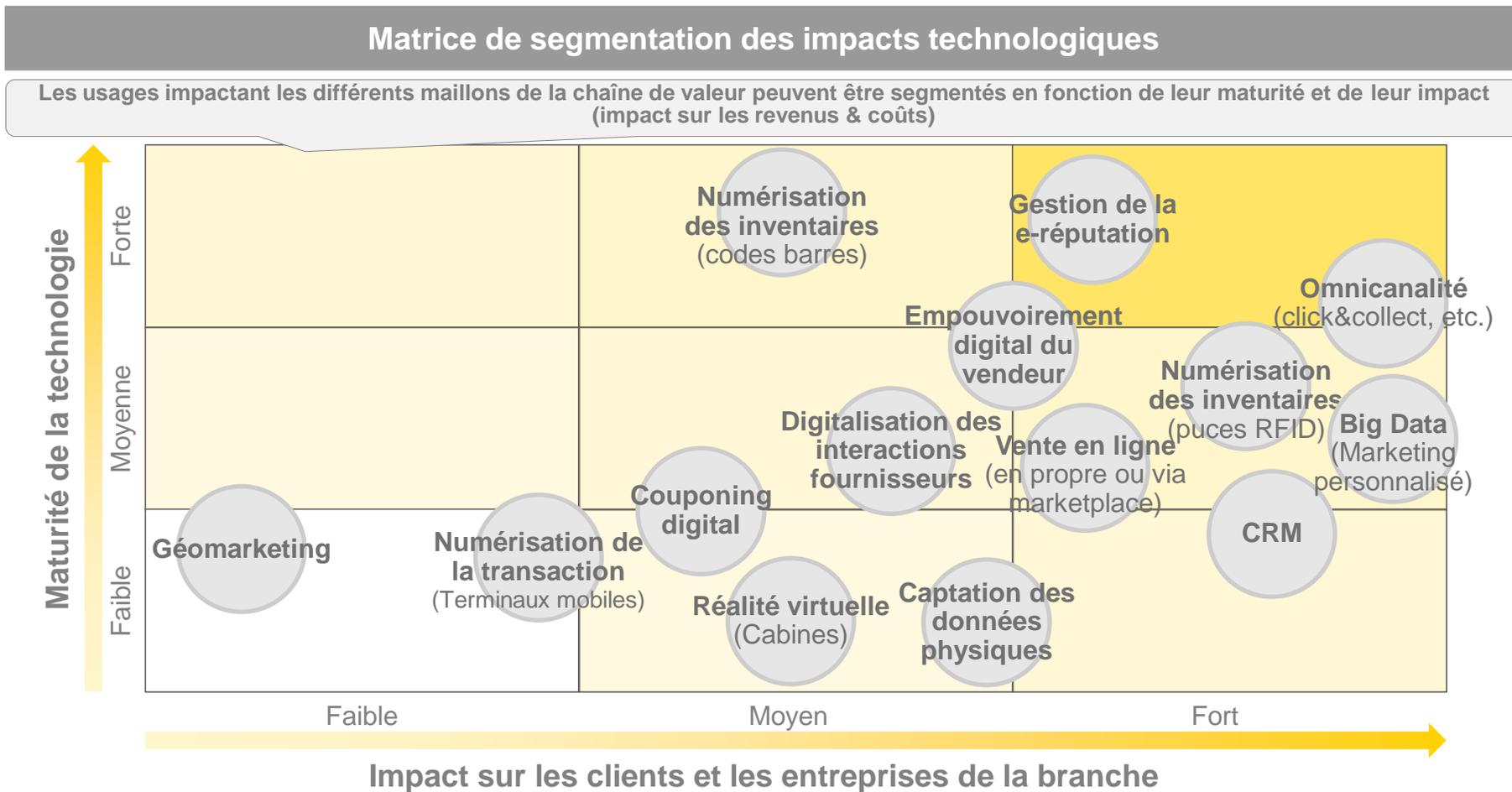
Niveau d'adoption des technologies



Sources : e-transformation du parcours client (MCI), Retailers, Entretiens experts, Analyse EY

Habillement et articles textiles & Chaussures – Matrice de segmentation des impacts technologiques

L'hybridation entre physique et digital, au travers de l'implémentation de canal de distribution online, apparait comme l'enjeu principal de la branche



Sources : e-transformation du parcours client (MCI), Retailers, Entretiens experts, Analyse EY

La start-up Cabaïa mise sur la proposition d'une expérience client réussie en point de vente physique couplé à une stratégie de vente en ligne



Cabaia est créée en 2015 avec la volonté de proposer une expérience client revisitée en point de vente avec la mise en place de concepts comme « le bar à bonnet » où les bonnets portent des noms de cocktails et sont servis dans des shakers.

Le concept se décline **dans plusieurs points de vente** dont des « pop up stores » propres à la marque **où le client peut voir et toucher les produits** avant de les acheter sur place ou plus tard en boutique en ligne.

La stratégie adoptée par la marque est phygitale :

- Captation de nouveaux clients par le biais d'outils digitaux (réseaux sociaux, site internet, boutique en ligne)
- Fidélisation via des enseignes physiques (possibilité de toucher, d'essayer le produit, expérience client différenciante)

Habillement et articles textiles & Chaussures

Synthèse

Usages clés



- ▶ Mise en place d'une stratégie omnicanale
- ▶ Fidélisation de la clientèle
- ▶ Empouvoirement des vendeurs face à des clients toujours mieux informés
- ▶ Gestion de la e-réputation

Technologies clés



- ▶ Numérisation & Automatisation
- ▶ Web 2.0

Tendances clés



- ▶ Développement du e-commerce
- ▶ Evolution des besoins de la clientèle
- ▶ Nouveaux circuits de distribution

Enjeux clés



- ▶ Accélérer l'intégration de solutions hybrides physique / digital dans les points de vente
- ▶ Accompagner la montée en gamme (qualité de vente / lien avec le digital) des vendeurs de proximité

Chiffres clés

Vente de détail et commerce de la chaussure, de l'habillement et des articles textiles



Entreprises

Habillement : 30 942
Chaussures : 3 929



Emplois

Habillement : 56 836
Chaussures : 8 744



97% de TPE



**Papeterie, fournitures de bureau,
bureautique et informatique :
commerce de détail**

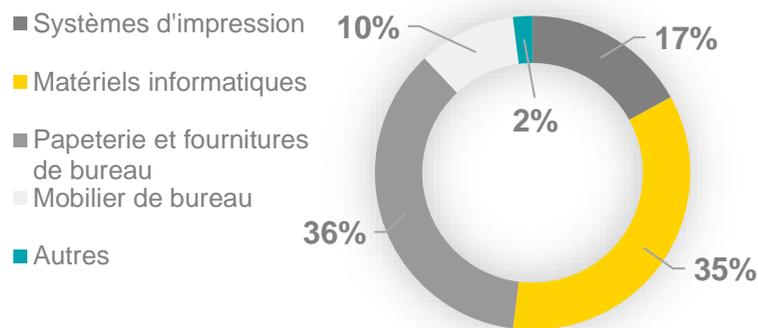


Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique – Perspectives économiques & évolutions des usages

Le secteur est très concurrentiel et évolue vers des stratégies cross canal

Une activité diversifiée...

Répartition des activités au sein de la branche



86% des entreprises du secteur sont des TPE dans le secteur

59% du chiffre d'affaire des entreprises de la branche relève d'une activité B2B

...mais soumise à une concurrence accrue

Des acteurs traditionnels bien implantés...

- ▶ ...en B2B : fournisseuristes, veandistes
- ▶ ...en B2C :
 - librairies-papeteries
 - magasins traditionnels
 - grandes surfaces classiques ou culturelles

L'émergence et le développement d'acteurs en maîtrise des canaux de vente en ligne sur les secteurs B2B et B2C :

- ▶ Pure players - vente d'articles spécialisés par internet (Bechtle, OneDirect ...)
- ▶ Cybermarchands généralistes (Amazon, Cdiscount...)
- ▶ Superstores - grandes surfaces de vente proposant une offre pléthorique et discount, visible sur internet et pratiquant une politique commerciale agressive (Bureau Vallée)

La branche évolue vers une diversification de son offre et une distribution cross canal

31% du volume d'affaire des principaux sites de e-commerce français est réalisé sur les marketplaces au 2^{ème} trimestre 2017

27% des e-marchands TPE/PME français vendaient sur des places de marché en 2016

- ▶ De nouveaux services sont proposés à la clientèle, spécifiques au secteur :
 - listes de fournitures transmises par internet
 - espaces de coworking à destination d'une clientèle BtoB

Source : AGEFOS PME, XERFI, LSA

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique – Perspectives économiques & évolutions des usages

La consommation des produits de la branche stagne ou diminue du fait de l'évolution numérique des usages de la clientèle

CONSTATS

ACTIVITE B2C



- ▶ L'effectif scolaire détermine mécaniquement la demande B2C de la branche
- ▶ 50% du CA des grandes surfaces est réalisé sur ce rayon en période de rentrée scolaire

OR



- ▶ On observe globalement une diminution de la consommation finale des articles de papeterie depuis 2009
- ▶ La consommation des ménages s'est contractée, en valeur comme en volume en 2016 (-2,0% et -3,0%).
- ▶ Le CA des fabricants d'articles de papeterie est en baisse de 3,5% en 2017

ACTIVITE B2B



- ▶ La population d'entreprises, en hausse, est l'un des déterminants de l'activité de la branche
- ▶ La vente d'équipements de bureau et de consommables a connu une légère augmentation en 2015 (+5,3%) alors qu'elle était en décroissance continue depuis 2009

ELEMENTS D'EXPLICATION

Le mouvement global de dématérialisation et le développement de la mobilité informatique impacte les ventes des produits de la branche à tous les niveaux :



▶ Entreprises :

- Mouvement de numérisation des données
- Développement de la conscience écologique et lutte contre le gaspillage



▶ Ménages :

- Développement de l'informatique domestique
- Essor des tablettes numériques



▶ Etudiants :

- Banalisation de l'utilisation des ordinateurs, notebooks et tablettes



▶ Enseignement secondaire :

- Développement des collèges et lycées numériques
- 25% des établissements étaient équipés afin de favoriser l'apprentissage des différents supports numériques dès le plus jeune âge à la rentrée 2017

Source : AGEFOS PME, XERFI, LSA

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/3)



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : e-transformation du point de vente (MCI), XERFI, Analyse EY

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/3)



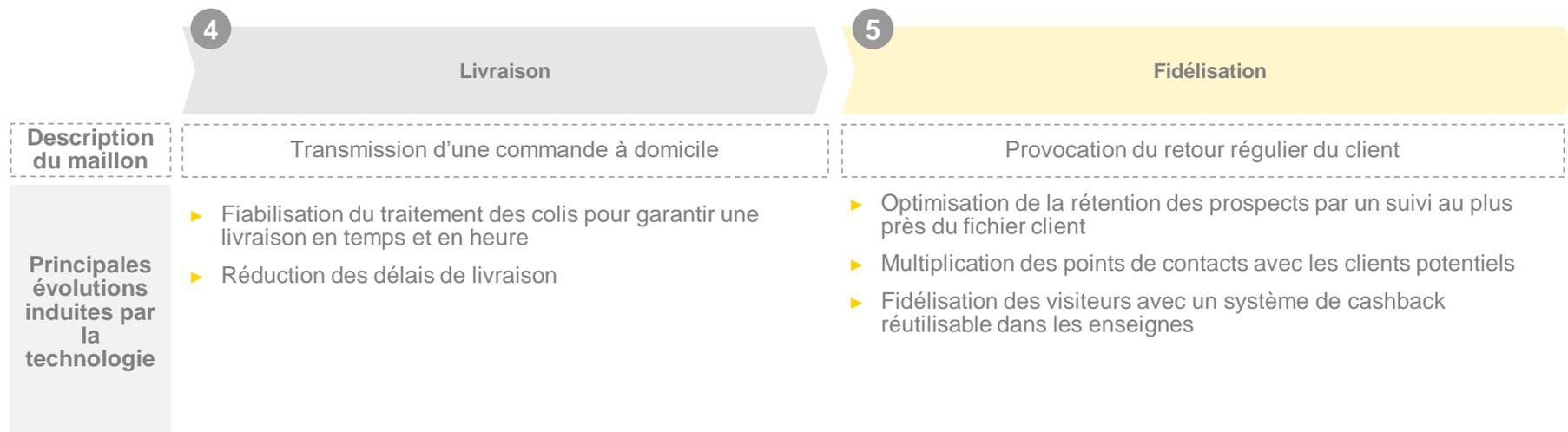
Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : e-transformation du point de vente (MCI), XERFI, Analyse EY

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique – Impact du numérique sur la chaîne de valeur
Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (3/3)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

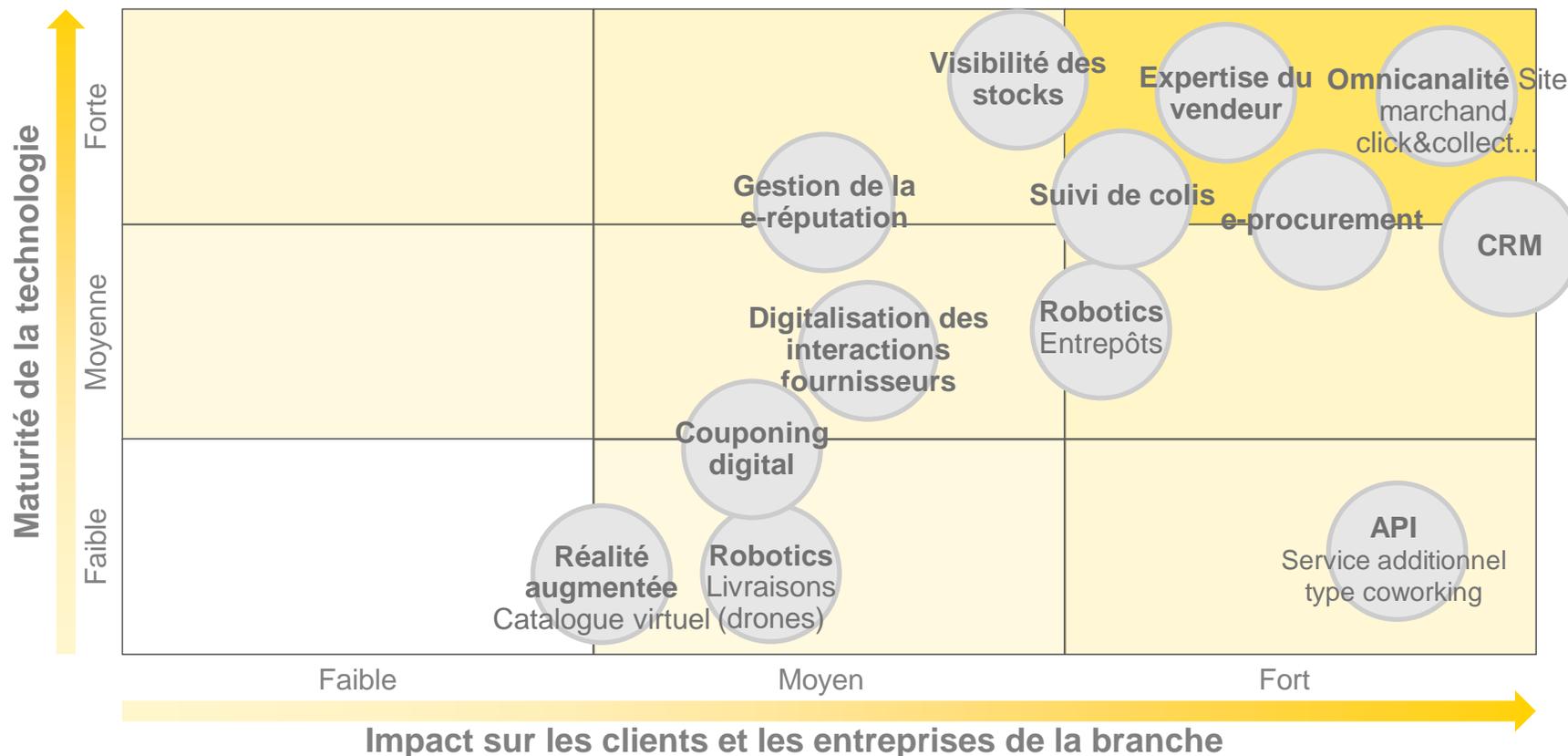
Sources : e-transformation du point de vente (MCI), XERFI, Analyse EY

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique – Matrice de segmentation des impacts technologiques

La mise en place d'une stratégie cross canal avec une gestion optimisée des stocks pour la perspective B2B apparait comme l'enjeu principal de la branche

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Sources : e-transformation du point de vente (MCI), Analyse EY

Certains acteurs du secteur ont revu leurs pratiques de distribution à l'heure du numérique

Etude de cas	Illustration	Description
Lyreco et son application mobile		<ul style="list-style-type: none">▶ En janvier 2015, le groupe lance une application mobile et tablette afin :<ul style="list-style-type: none">• d'étendre l'utilisation de son catalogue• de fluidifier l'accès à sa boutique en ligne• de donner une réponse immédiate aux demandes d'achats grands comptes
Office dépôt et JDA Software		<ul style="list-style-type: none">▶ Via un software, Office Dépôt a automatisé en avril 2015 la conception de ses rayons en magasin : cela a permis de dégager du temps et donc de la productivité sur le merchandising (étiquetage...)
Top Office et les terminaux mobiles		<ul style="list-style-type: none">▶ Top Office a modernisé ses points de ventes en équipant ses vendeurs de terminaux mobiles, leur permettant ainsi un accès au stock et à l'historique d'achat de ses clients en temps réel
Bureau Vallée se lance dans le co-working		<ul style="list-style-type: none">▶ Le concept Beev-up a vu le jour dans les locaux du siège social de l'enseigne qui souhaite étendre le concept à l'ensemble de ses points de ventes offrant ainsi la possibilité à ses clients de travailler ou de louer à l'heure une salle de réunion ou de conférence

Source : LSA, La distribution d'articles de papeterie et de fournitures de bureau (XERFI – 2016),

Usages clés



- ▶ Mise en place d'une stratégie cross canal
- ▶ Fidélisation de la clientèle (développement de nouveaux usages types coworking)
- ▶ Approvisionnement et gestion des stocks au plus près

Technologies clés



- ▶ Numérisation et automatisation
- ▶ Big Data
- ▶ Robotics

Tendances clés



- ▶ Développement de stratégies commerciales cross canal
- ▶ Développement du big Data dans la relation client

Enjeux clés



- ▶ Accélérer l'intégration de solutions hybrides physiques / digitales dans les points de vente
- ▶ Accompagner la montée en gamme (qualité de vente / lien avec le digital) des vendeurs de proximité

Chiffres clés

Activité de vente d'articles de papeterie et de fournitures de bureaux et informatiques



10 190 entreprises



57 700 emplois



86% de TPE



Répartition pharmaceutique

06

CAUTION: Federal law prohibits the transfer of this drug to persons other than the patient for whom it was prescribed.

WEDNESDAY

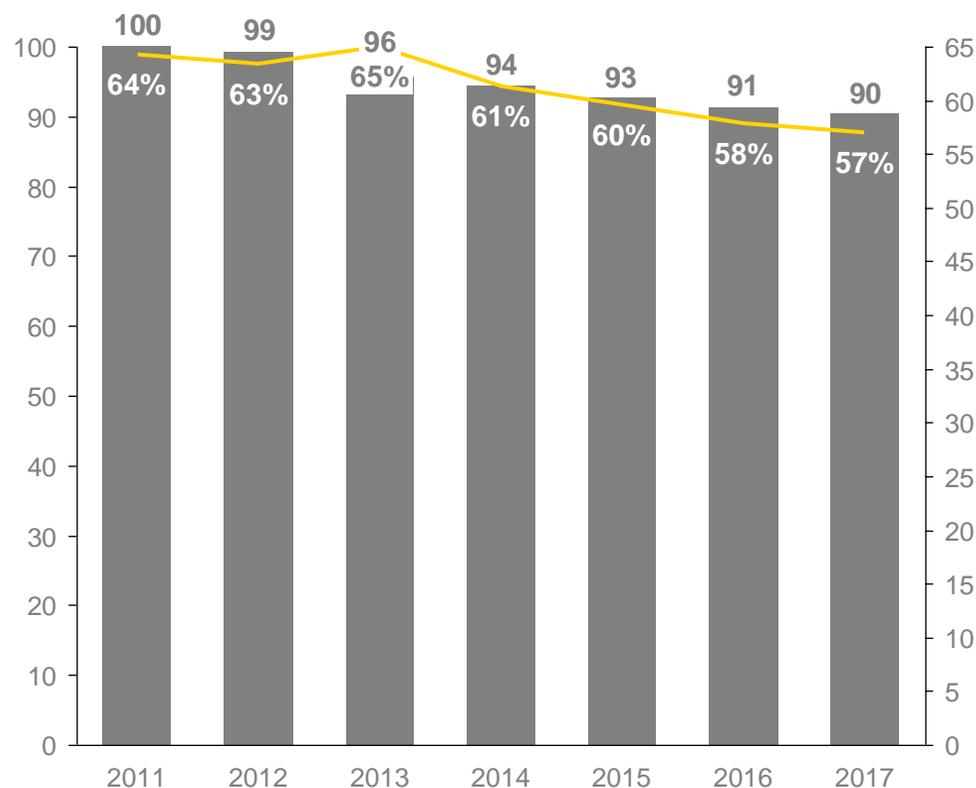
323-090-75
CA 90028

PLEASE
307
a white elliptical
printed with
20 on the other

Le marché de la répartition pharmaceutique est impacté par l'apparition de nouveaux concurrents, canaux de distribution et par la pression réglementaire

Chiffre d'affaires et parts de marché en France des médicaments des grossistes-répartiteurs

(Base 100 en 2011)



Un marché sous pression

► L'écosystème concurrentiel se renforce

- Les groupements de pharmaciens s'insèrent dans la répartition, notamment pour les articles de parapharmacie ainsi que la grande distribution
- Le poids de la vente directe se renforce, s'établissant à 31% des boîtes de médicaments remboursables en 2016 (en volume)

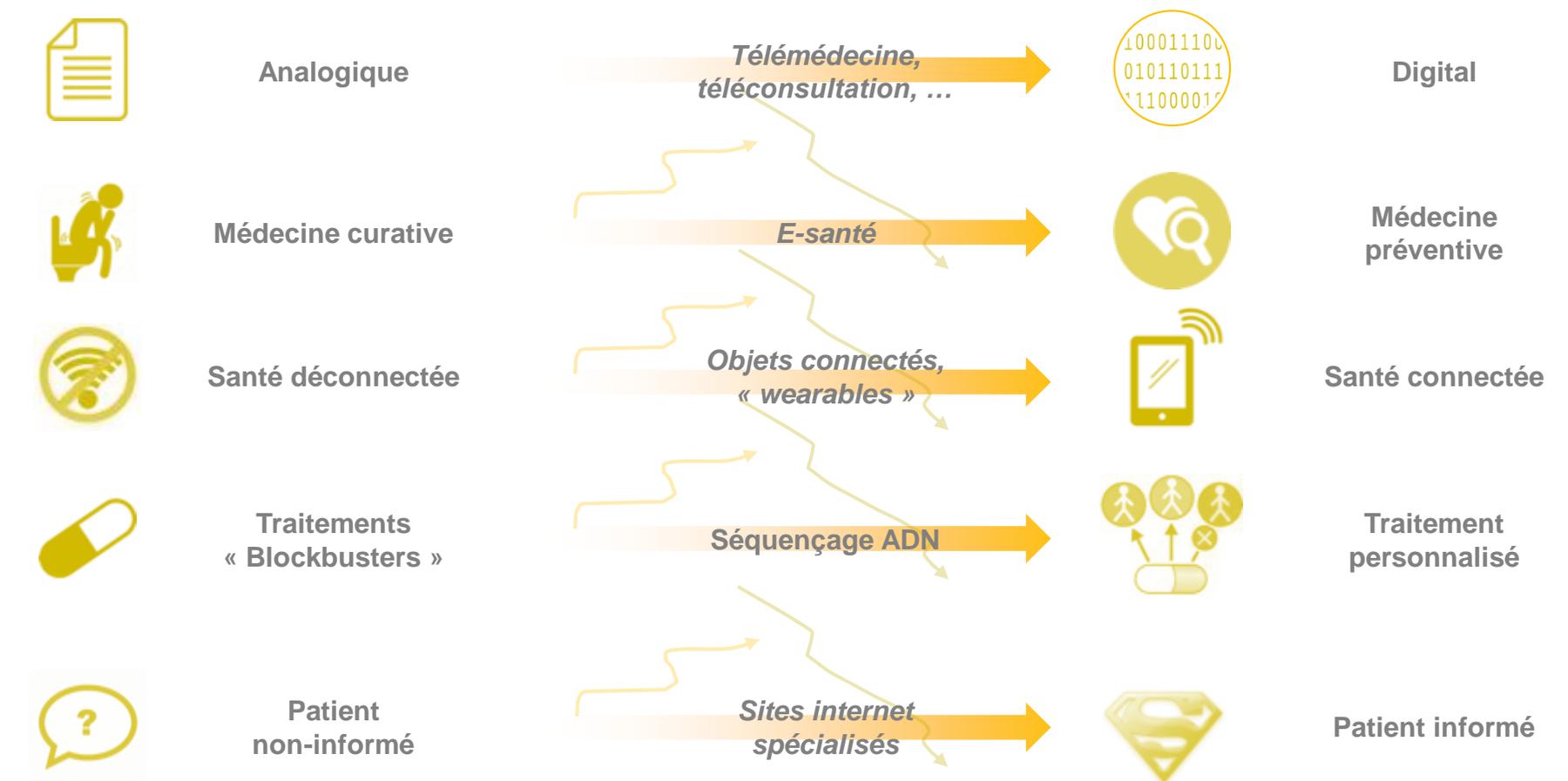
► La pression réglementaire demeure

- L'activité est fortement corrélée à l'évolution du marché du médicament, pénalisée par les mesures d'économies prévues par le gouvernement
- L'augmentation de la part des génériques dans les volumes distribués (15% en 2008 contre 40% aujourd'hui) pénalise l'activité, les conditions économiques actuelles de la distribution de génériques ne permettant plus de couvrir la totalité des coûts d'exploitation de cette activité
- L'arsenal législatif européen (directive structurante 65/65/CEE, agence européenne des médicaments, règlement UE n°536/2014 sur les essais cliniques adopté en 2014...) impacte également l'activité

Sources : Dires d'expert, *Les grossistes répartiteurs en produits pharmaceutiques* (Xerfi), *Produits pharmaceutiques dans l'UE: le cadre légal des médicaments à usage humain* (Parlement européen – 2015), Analyse EY

Répartition pharmaceutique – Perspectives économiques & évolutions des usages

Le digital impacte l'ensemble de la sphère de la santé et de l'industrie pharmaceutique sous l'impulsion de plusieurs tendances majeures

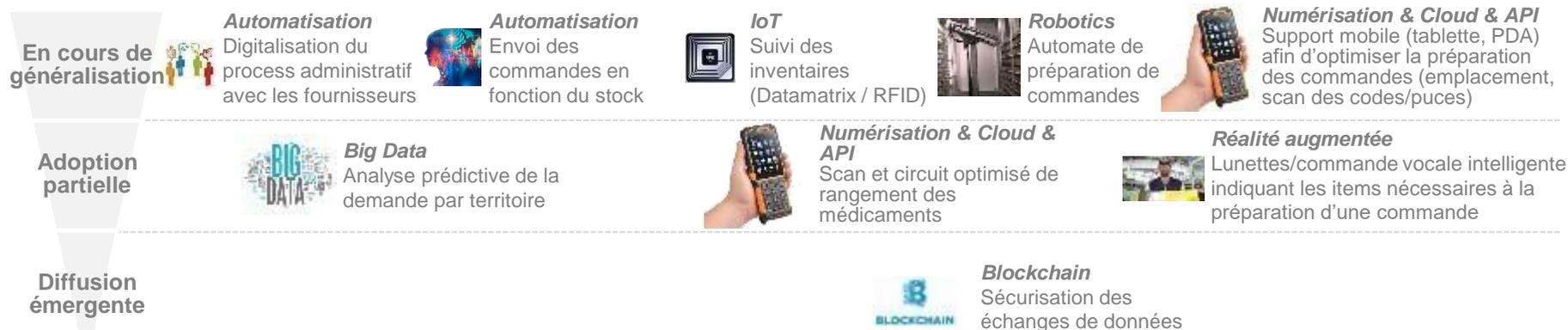


Répartition pharmaceutique – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/2)



Niveau d'adoption des technologies

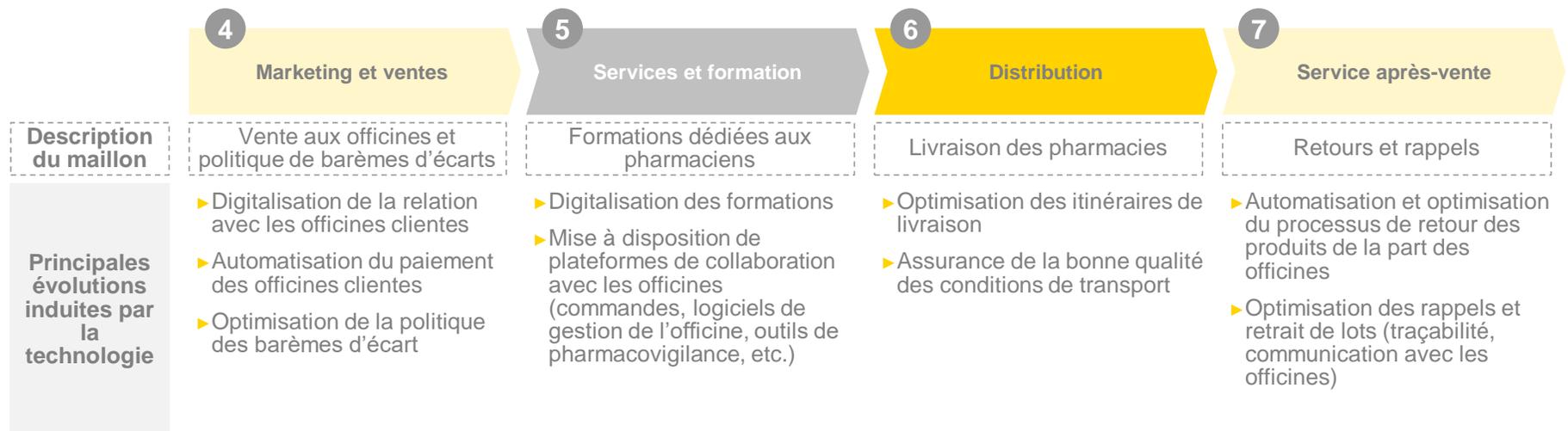


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Etude Xerfi, CCRP, LogiPharma, Entretiens experts, Analyse EY

Répartition pharmaceutique – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/2)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

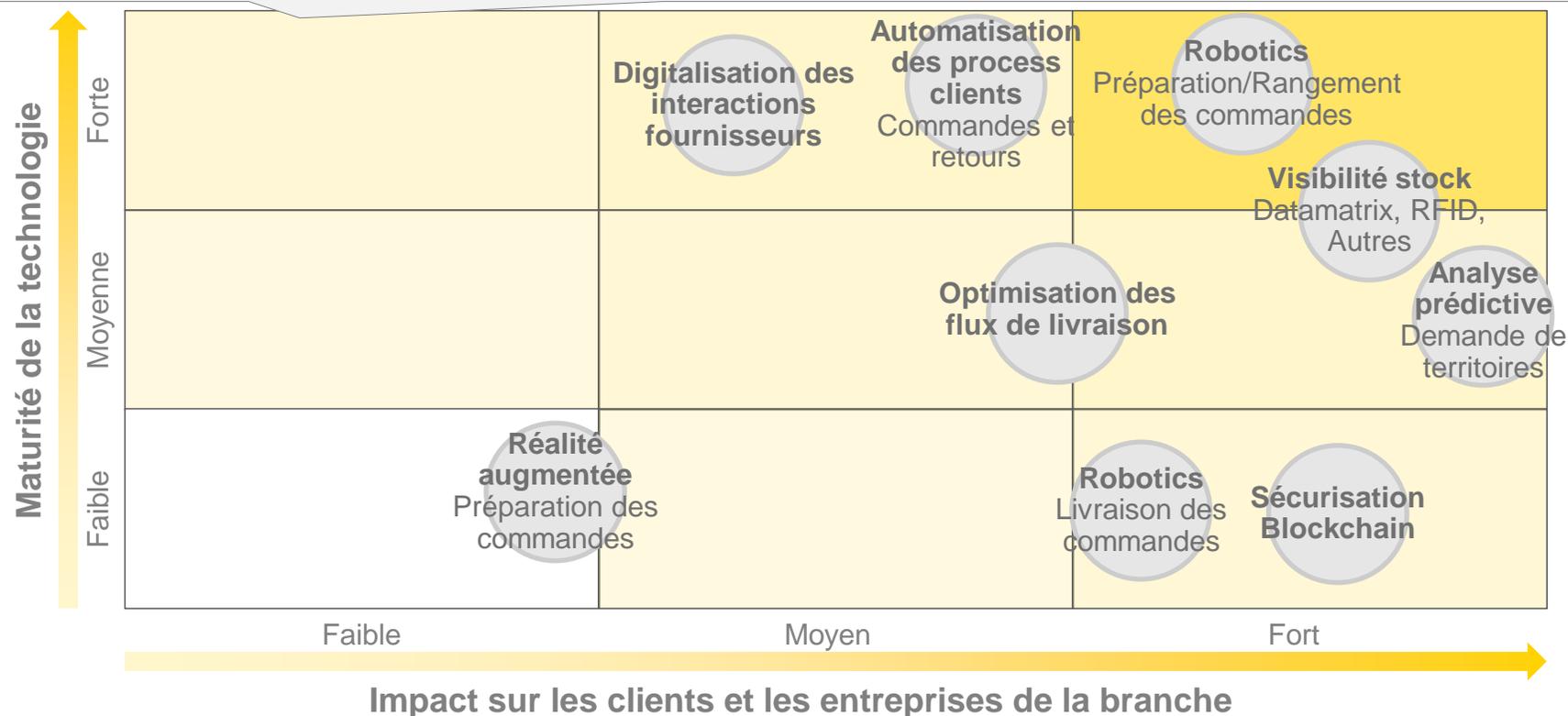
Sources : Etude Xerfi, CCRP, LogiPharma, Entretiens experts, Analyse EY

Répartition pharmaceutique – Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les technologies en lien avec la gestion du stock et l'optimisation opérationnelle apparaissent comme les principaux enjeux

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Sources : Etude Xerfi, CCRP, LogiPharma, Entretiens experts, Analyse EY

L'usage commercial de la livraison par drone autonome est désormais une réalité, et plusieurs expérimentations sont en cours dans le domaine pharmaceutique

Illustration



Commentaire

- ▶ La **première ligne commerciale opérationnelle de livraison par drone autonome** a été inaugurée en **août 2017** en Islande
 - Il ne s'agit **pas à date d'une livraison porte à porte**, mais d'une ligne des entrepôts de la société AHA jusqu'à un point de livraison unique
 - **20 livraisons par jour sont effectuées**
- ▶ Dans le **secteur pharmaceutique**, plusieurs projets sont en cours de test
 - **DHL**, la poste allemande, teste la livraison de produits pharmaceutiques par drone à destination de l'Île de Juist, dont l'accès peut être particulièrement difficile du fait des conditions climatiques
 - Au Royaume-Uni, **MedExpress** (pharmacie en ligne) est également en phase pilote

Usages clés



- ▶ **Traçabilité des stocks, des péremptions et livraisons**

Technologies clés



- ▶ **Internet des objets (puces RFID)**
- ▶ **Robotisation**

Tendances clés



- ▶ **Développement de circuits de distribution alternatifs**
- ▶ **Forte pression réglementaire** (normes européennes, plafonnement de la rémunération, etc.)

Enjeux clés



- ▶ **Optimisation des flux**
- ▶ **Sécurisation de la traçabilité**

Chiffres clés

Les répartiteurs achètent les médicaments aux laboratoires, les stockent dans leurs établissements puis les livrent et les mettent à disposition des officines de pharmacies



42 entreprises



13 000 emplois



34% de TPE

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Commerce

Services aux entreprises

Experts-comptables et commissaires aux comptes

Prestataires de services secteur tertiaire

Tourisme

Immobilier

Industrie

Activités support

Annexes

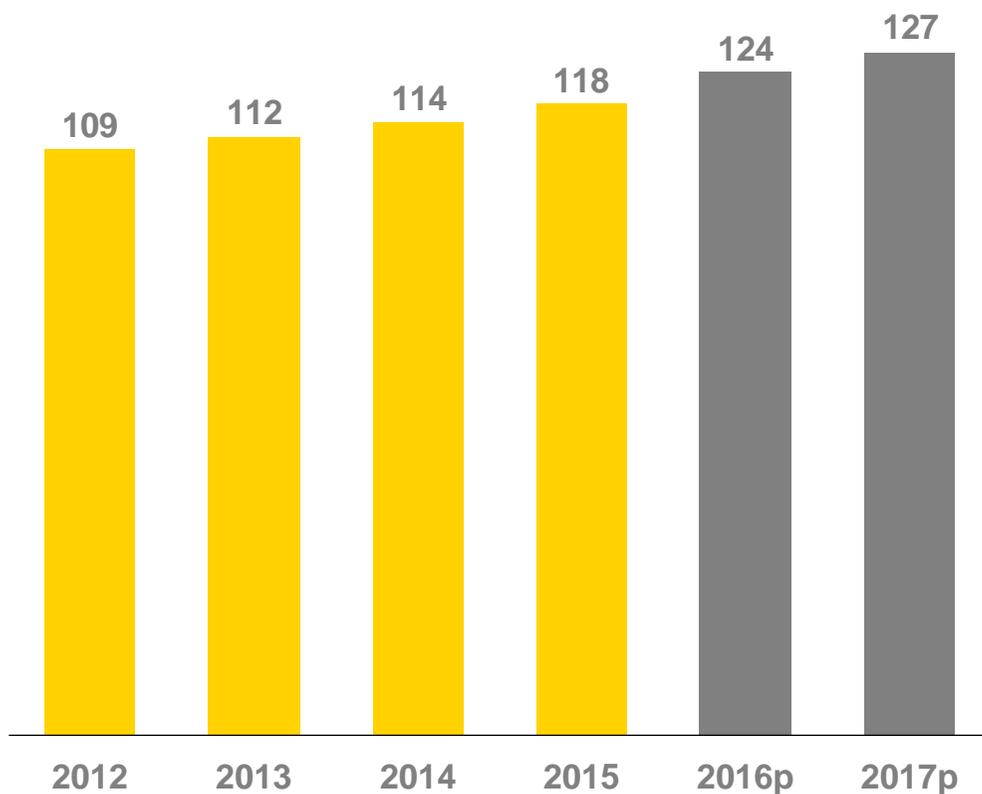
A man with dark hair, wearing a light blue button-down shirt, is looking intently at a digital interface. The interface displays several overlapping line graphs in various colors (red, cyan, green, blue, magenta) with different markers (squares, diamonds, circles, hexagons). The background is a blurred office environment with ceiling lights and a whiteboard. A yellow rectangular box is overlaid on the center of the image, containing text.

**Experts-comptables et
commissaires aux comptes**

Experts-comptables et commissaires aux comptes – Perspectives économiques & évolutions des usages

L'amélioration de la conjoncture économique et la complexification croissante de l'environnement réglementaire expliquent en partie la croissance du marché

Chiffre d'affaires des cabinets comptables (base 100 en 2009)



Des perspectives favorables

- ▶ Avec 11,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016, l'activité des cabinets comptables devrait rester bien orientée au cours des prochaines années
 - L'amélioration de la conjoncture influe positivement sur la demande adressée aux cabinets
 - La complexification croissante de la vie économique renforce le rôle de l'expert-comptable
 - Les missions et formes d'accompagnement adressées aux experts comptables, qu'ils soient indépendants ou dans des cabinets intégrés, sont également des sources de diversification et de croissance.

Sources : CSOEC, Analyse EY

Experts-comptables et commissaires aux comptes – Perspectives économiques & évolutions des usages

La branche est divisée entre 3 grands types de cabinets

	Réseaux pluridisciplinaires internationaux	Cabinets de taille moyenne	Cabinets de petite taille	Acteurs émergents
Effectifs	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Plus de 1000 salariés ▶ Exemples : EY, Deloitte, KPMG, PWC, Mazars, Grant Thornton, Groupe Alpha, Fiducial,... 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cabinets de taille intermédiaire <ul style="list-style-type: none"> • Réseaux • Groupements 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cabinets de moins de 10 salariés 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon) ▶ Fintechs
Proportion des cabinets (en nombre)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Moins de 1% des cabinets 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 17% des cabinets 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 82% des cabinets 	
Chiffre d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 31% du CA du secteur 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 36% du CA du secteur 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 33% du CA du secteur 	
Activités	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Pluriactivité <ul style="list-style-type: none"> • Expertise comptable • Audit • Conseil 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Activité généralement centrée sur l'expertise comptable 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Activité centrée sur l'expertise comptable 	

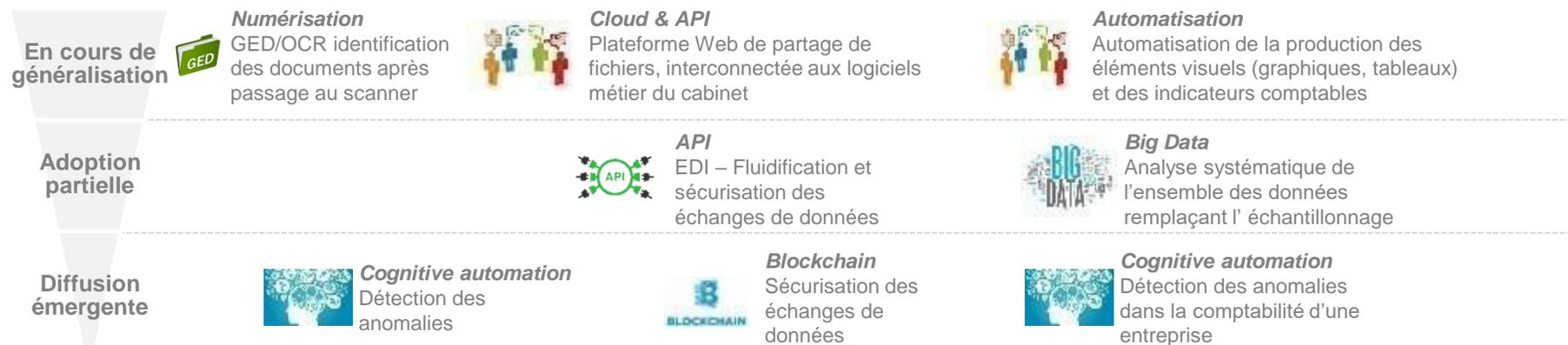
Sources : Étude prospective de la branche professionnelle des Experts comptables et Commissaires aux comptes (OMECA)

Experts-comptables et commissaires aux comptes – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Les évolutions digitales sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/3)



Niveau d'adoption des technologies

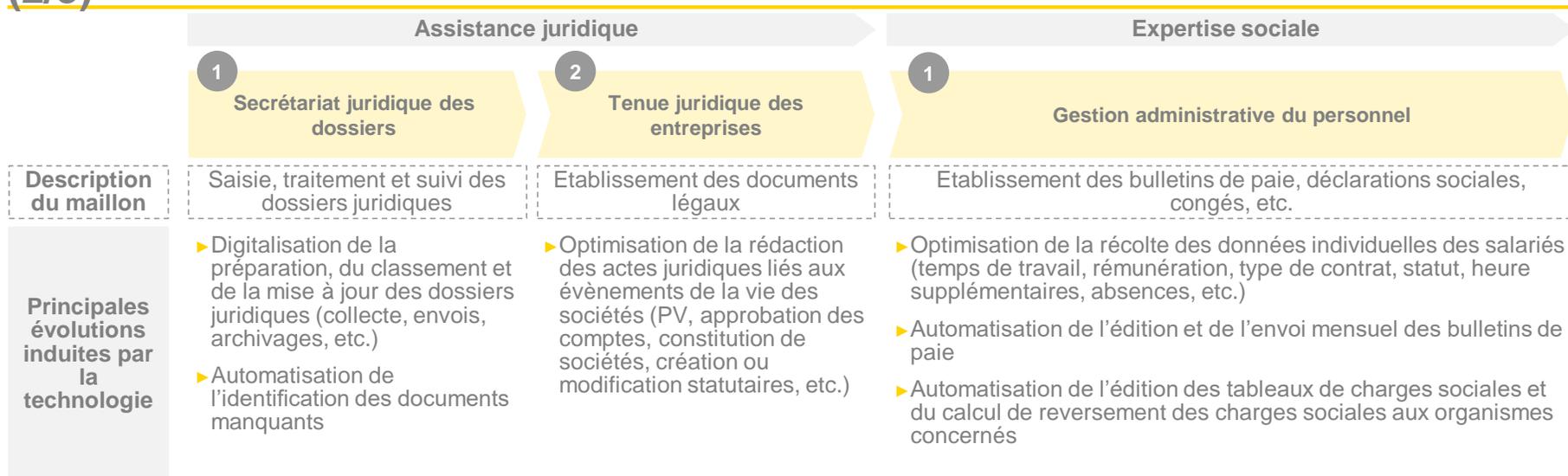


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : La Profession Comptable, OMECA), AGEFI, Entretiens experts, Analyse EY

Experts-comptables et commissaires aux comptes – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Les évolutions digitales sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/3)



Niveau d'adoption des technologies

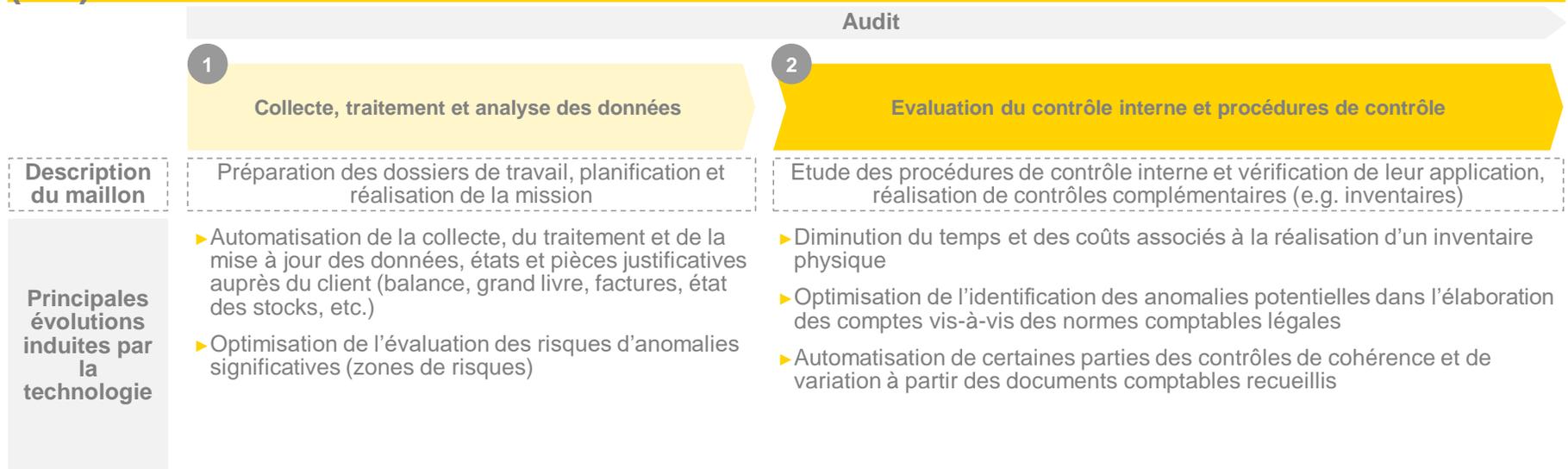


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

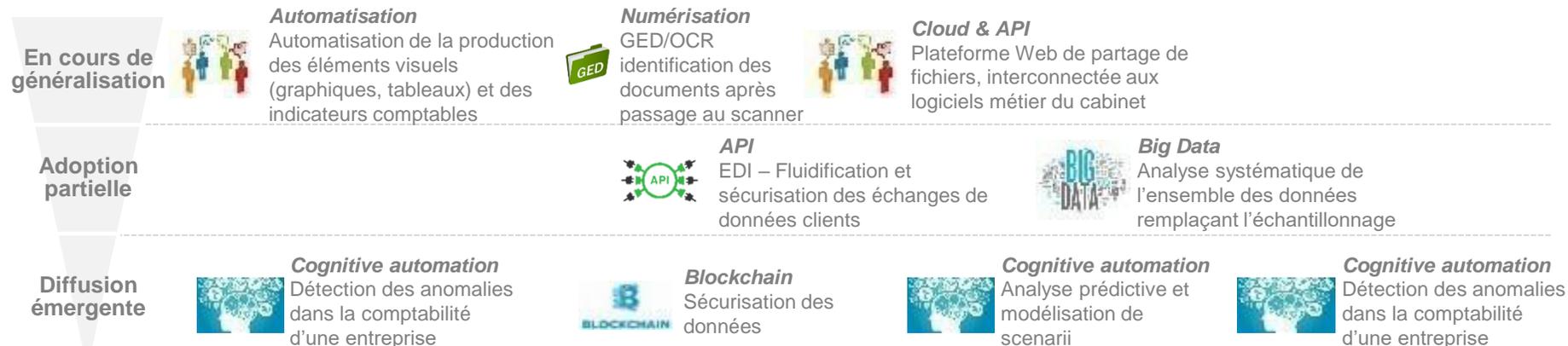
Sources : La Profession Comptable, OMECA), AGEFI, Entretiens experts, Analyse EY

Experts-comptables et commissaires aux comptes – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Les évolutions digitales sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (3/3)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

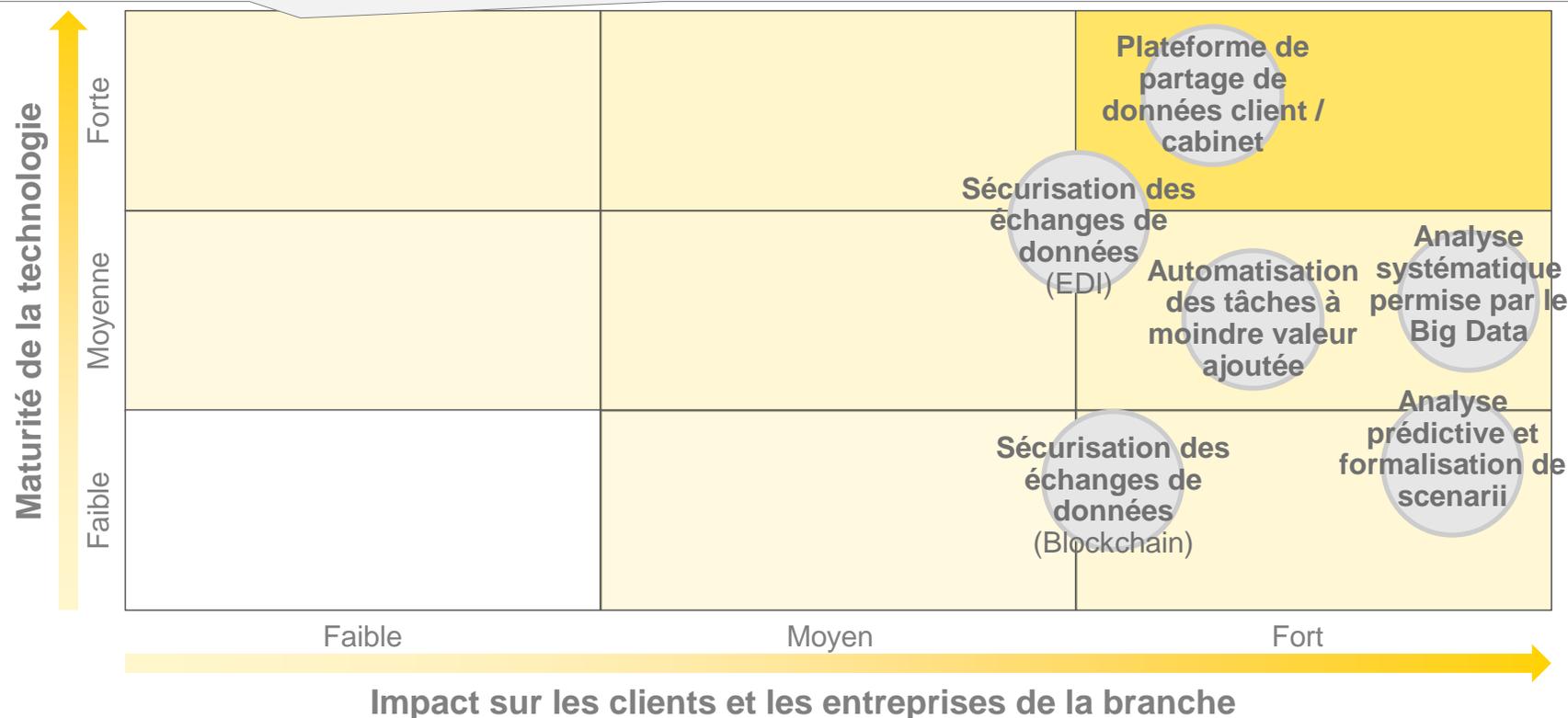
Sources : La Profession Comptable, OMECA), AGEFI, Entretiens experts, Analyse EY

Experts-comptables et commissaires aux comptes – Matrice de segmentation des impacts technologiques

Le Big Data et e partage d'informations dématérialisées constituent une opportunité de missions à haute valeur ajoutée pour l'expert-comptable

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Sources : Les cabinets accélèrent leur transition numérique : de la théorie à la pratique (La Profession Comptable), Portrait social de branche & Quelques éléments pour la prospective sectorielle (OMECA), Big Bang numérique dans l'audit (AGEFI), Entretien experts, Analyse EY

Usages clés



- ▶ Analyse systématique permise par le Big Data
- ▶ Plateforme de partage de données client / cabinet

Technologies clés



- ▶ Numérisation & Automatisation
- ▶ Big Data
- ▶ Cognitive Automation

Tendances clés



- ▶ Augmentation du volume de données liées au domaine fiscal

Enjeux clés



- ▶ Analyse exhaustive de données
- ▶ Cybersécurité
- ▶ Renforcement de la fonction d'analyse financière

Chiffres clés

La branche regroupe les activités d'enregistrement d'opérations commerciales pour les entreprises ou autres, l'établissement ou la vérification de comptes financiers, l'examen des comptes et la certification de leur exactitude, l'établissement de déclarations fiscales pour les particuliers et les entreprises, les activités de conseil et l'activité des centres de gestion agréés



21 113 entreprises



130 000 emplois



83% de TPE

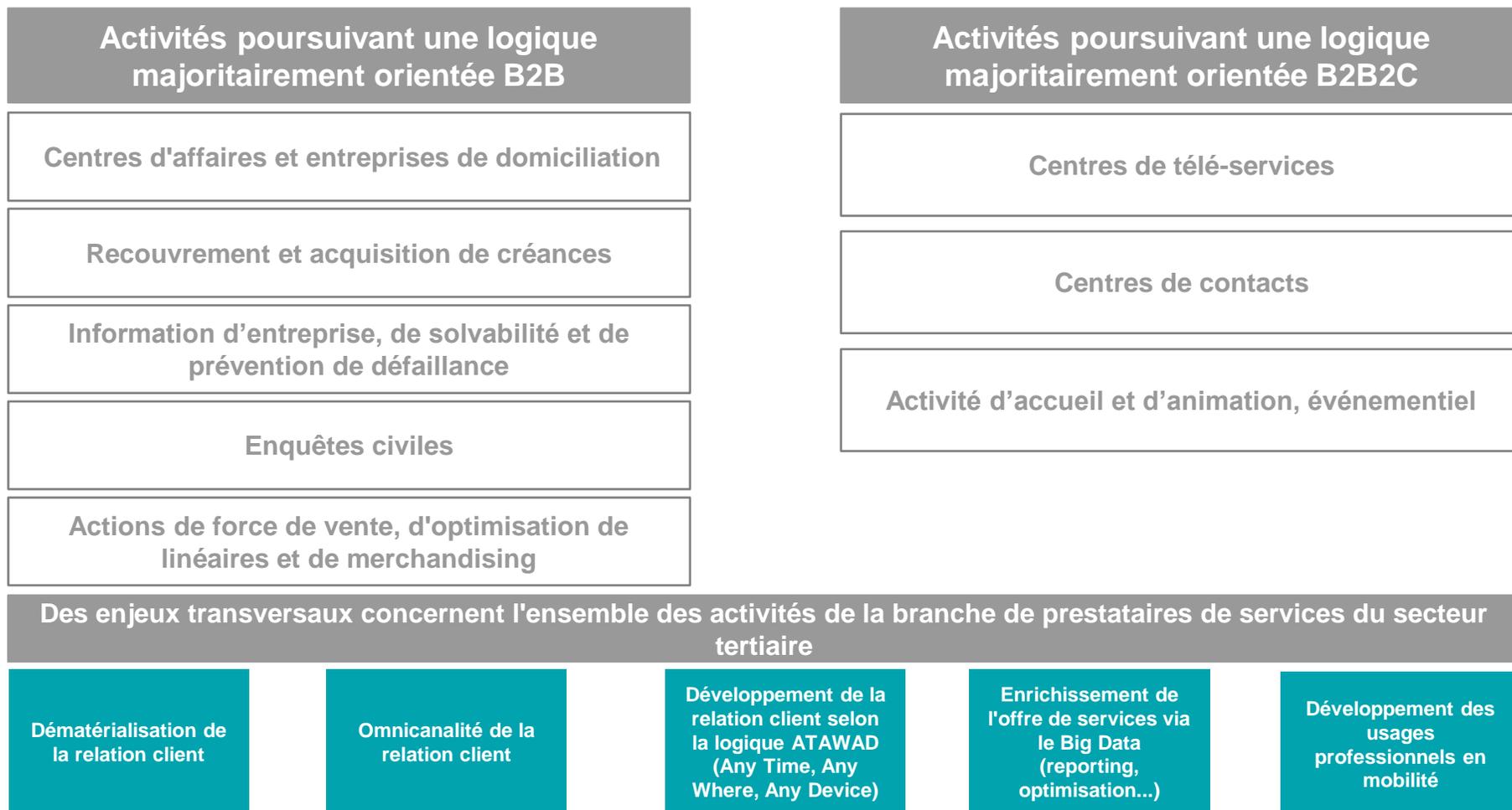


Prestataires de services secteur tertiaire



Prestataires de services secteur tertiaire – Perspectives économiques & évolutions des usages

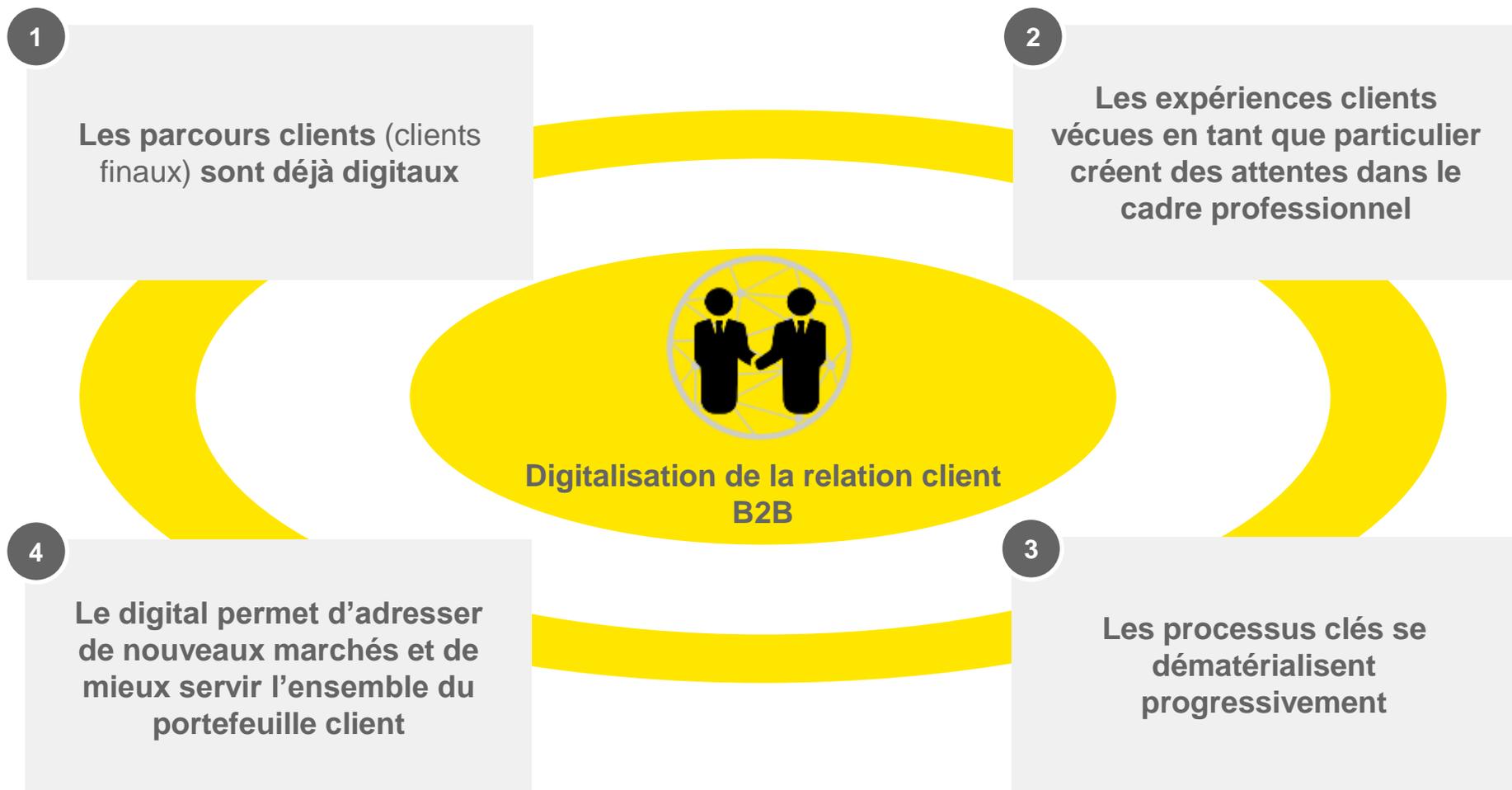
La branche des prestataires de services secteur tertiaire regroupe différentes activités pouvant être segmentées selon le modèle économique entre B2B & B2B2C



Sources : Analyse EY, Atelier de travail avec les instances représentatives des entreprises de la filière

Prestataires de services secteur tertiaire – B2B – Perspectives économiques & évolutions des usages

4 facteurs principaux influent positivement sur la digitalisation de la relation client B2B



Sources : Analyse EY

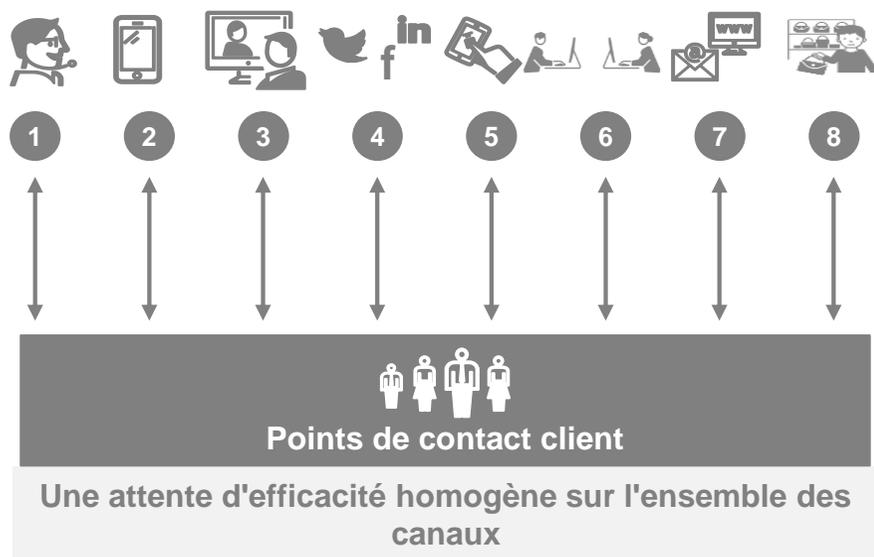
Prestataires de services secteur tertiaire – B2B2C – Perspectives économiques & évolutions des usages

La relation client externalisée doit désormais s'intégrer sans frictions dans une relation client omnicanale et transparente pour le client final

La relation client personifie l'entreprise aux yeux des consommateurs. Chaque interaction client représente une opportunité de renforcer, ou de détériorer, la fidélité du client vis-à-vis de l'entreprise.



Multiplication des points de contacts



La relation client devient un outil de plus en plus puissant de :

- ▶ Pérennité
- ▶ Amélioration de la fidélité
- ▶ Augmentation de la valeur de la marque
- ▶ Infusion de la connaissance client dans l'ensemble de l'entreprise



Expérience client personnalisée et proactive



Une expérience client sans coutures entre l'expérience physique et l'expérience digitale

Prestataires de services secteur tertiaire – B2B2C – Perspectives économiques & évolutions des usages

La diffusion du digital dans la vie des particuliers a transformé leurs attentes en termes de simplicité, personnalisation et d'expérience client

Un client « occupé »

- **Multi tâches, multi supports et hyper sollicité**
Manque d'attention sur un temps long, besoin d'une réponse rapide

Un client « autonome »

- **Hyper-connecté, assisté par Internet (FAQ...) et à l'écoute de ses réseaux sociaux**
Un client ne contacte un service client qu'en dernier recours s'il n'a pas trouvé la réponse par lui-même (questions plus techniques)

Un client « bavard »

- **Hyper communicant, impliqué et entendu**
Partage et buzz sur le web : un client mécontent est susceptible de le faire savoir à une audience large

Un client « aventureux »

- **Infidèle et en quête de fiabilité**
*« Seuls 15 % de français se déclarent fidèles aux marques »
(Euro RSCG C&O Harris interactive)*

Un client « exigeant »

- **« AnyTime, AnyWhere, Any Device »**
Un client en attente d'une réponse à tout moment, à tout endroit, sur tout support

Nouvelles attentes clients

SIMPLICITE

dans l'accès à l'information,
la réponse aux question

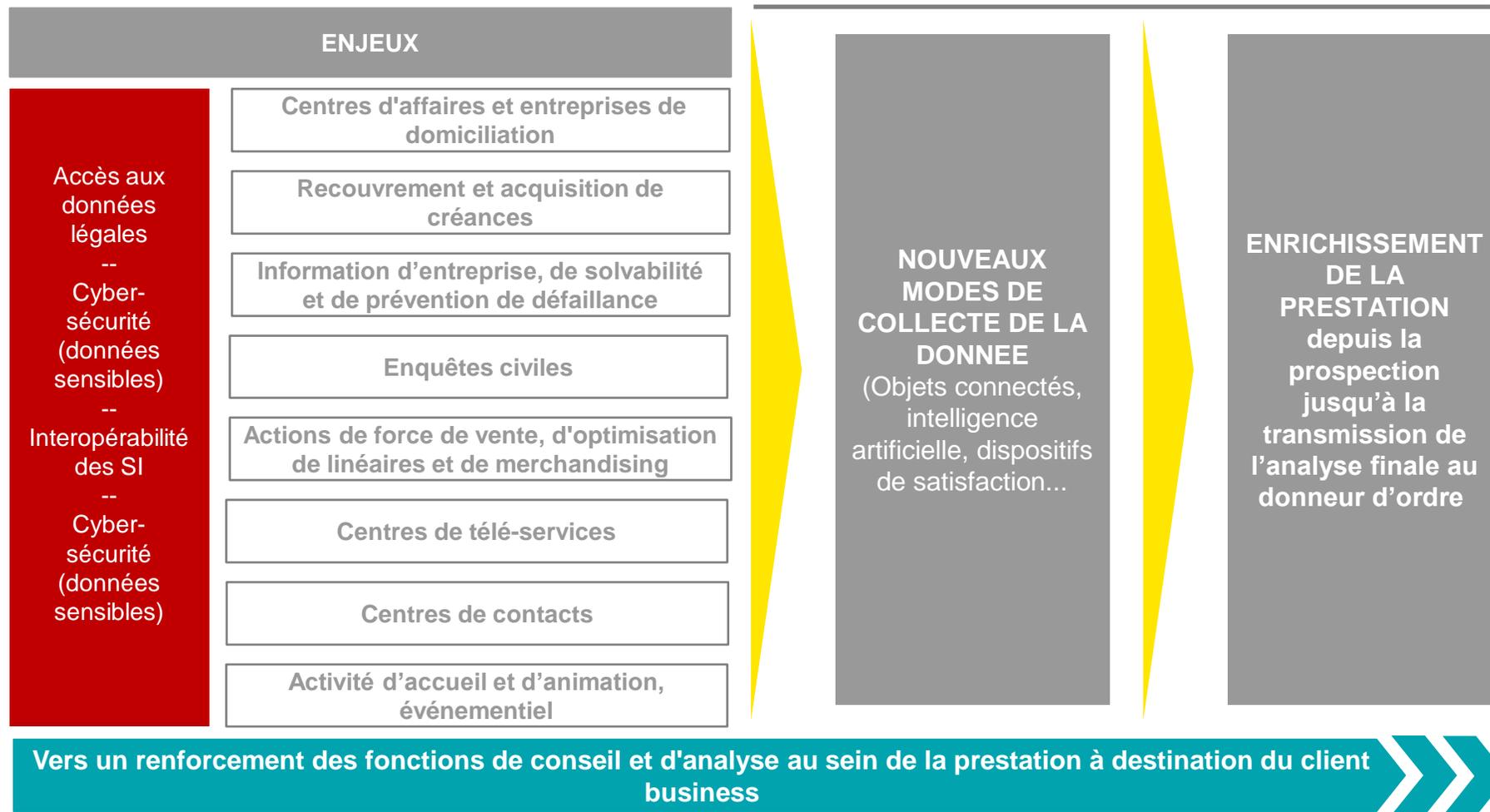
PERSONNALISATION
de la relation client

**RAPIDITE ET
EFFICACITE**
des réponses apportées

Prestataires de services secteur tertiaire – Perspectives économiques & évolutions des usages

Les enjeux liés au Big Data concernent toutes les activités de la branche à des niveaux différents

Transformation du cœur de métier de ces activités



Sources : Analyse EY

Prestataires de services secteur tertiaire – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Le digital est susceptible d'impacter la chaîne de valeur du secteur de manière à affiner au maximum la prestation selon les besoins du client (1/5)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : e-transformation du parcours client (MCI), INRC, Entretiens experts, Analyse EY

Prestataires de services secteur tertiaire – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Le digital est susceptible d'impacter la chaîne de valeur du secteur de manière à affiner au maximum la prestation selon les besoins du client (2/5)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : e-transformation du parcours client (MCI), INRC, Entretiens experts, Analyse EY

Prestataires de services secteur tertiaire – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Le digital est susceptible d'impacter la chaîne de valeur du secteur de manière à affiner au maximum la prestation selon les besoins du client (3/5)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : e-transformation du parcours client (MCI), INRC, Entretiens experts, Analyse EY

Prestataires de services secteur tertiaire – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Le digital est susceptible d'impacter la chaîne de valeur du secteur de manière à affiner au maximum la prestation selon les besoins du client (4/5)



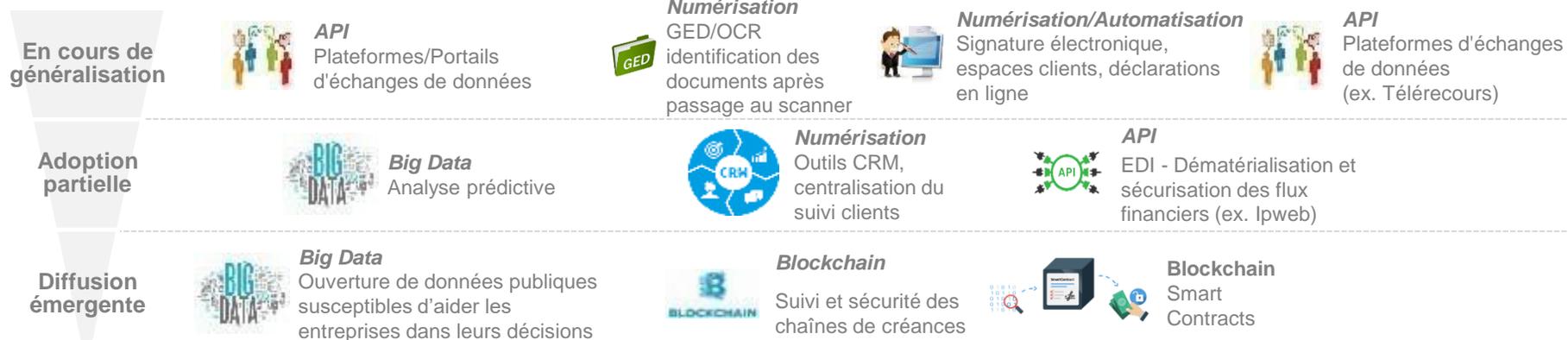
Sources : e-transformation du parcours client (MCI), INRC, Entretiens experts, Analyse EY

Prestataires de services secteur tertiaire – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Le digital est susceptible d'impacter la chaîne de valeur du secteur de manière à affiner au maximum la prestation selon les besoins du client (5/5)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

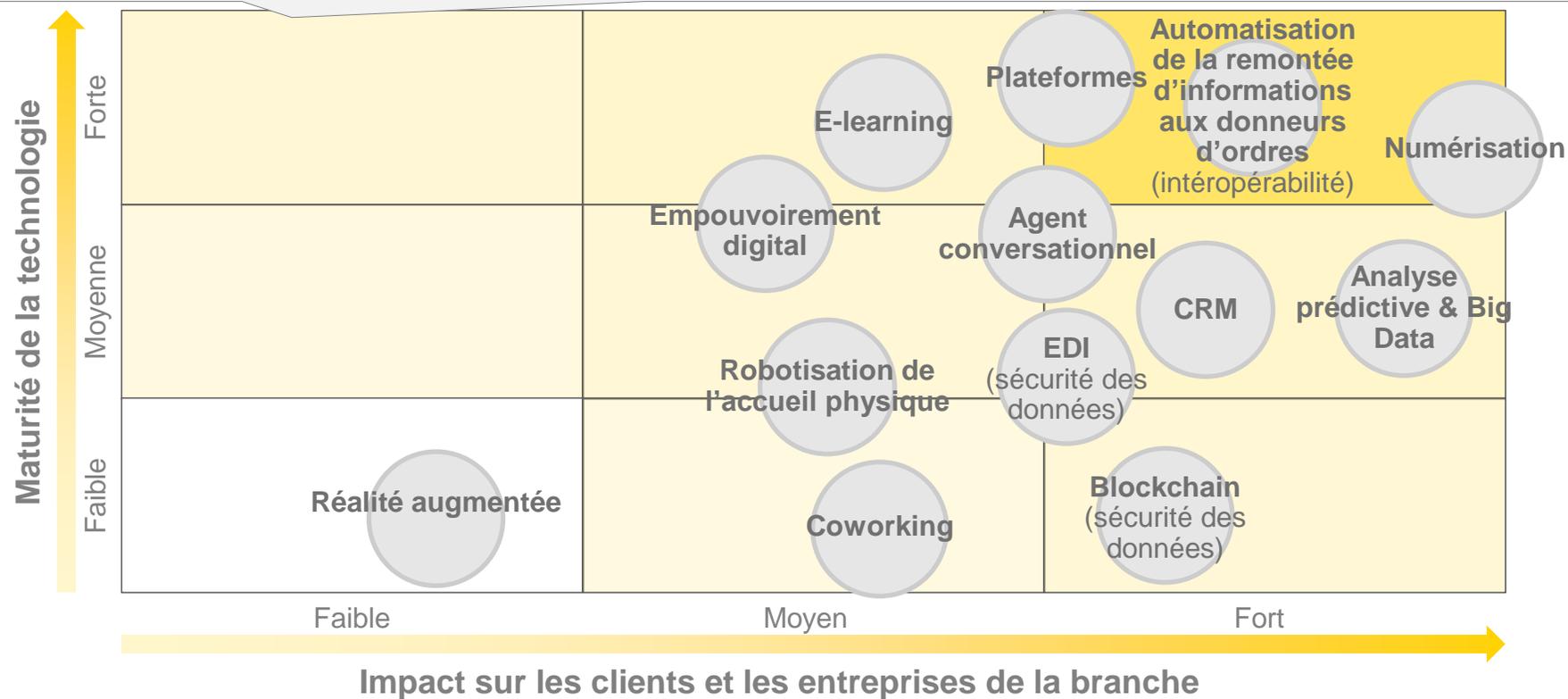
Sources : e-transformation du parcours client (MCI), INRC, Entretiens experts, Analyse EY

Prestataires de services secteur tertiaire – Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les analyses prédictives permises par le Big Data et l'automatisation de la remontée d'informations aux donneurs d'ordre apparaissent cruciaux

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Sources : e-transformation du parcours client (MCI), INRC, Entretiens experts, Analyse EY

De premières initiatives de robotisation de l'accueil physique et de collecte de données sur le point de vente ont déjà été mises en place

Etude de cas	Illustration	Description								
<p>Plusieurs initiatives d'hôtes d'accueil robots ont été mises en place, notamment au Japon</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Au Japon, plus de 2000 robots « Pepper » ont été déployés dans les agences télécom « Soft Bank », dans le but d'informer et de distraire les clients ▶ 1000 magasins Nescafé japonais ont également déployé Pepper afin de recommander le café le plus en accord avec les goûts des clients ▶ Pour faire face à la pénurie de main d'œuvre qui touche le secteur des services au Japon, plusieurs hôtels sont désormais tenus par des robots, à l'image de l'hôtel « Henn Na » dans lequel 140 robots accueillent les clients 								
<p>La reconnaissance faciale: un outil marketing répondant au besoin de personnalisation du consommateur</p>	 <table border="1" data-bbox="665 915 1048 1136"> <thead> <tr> <th>Reconnaissance</th> <th>Mesure</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Genre et tranche d'âge</td> <td>Publicités personnalisées</td> </tr> <tr> <td>Temps d'attente</td> <td>Intérêt du consommateur</td> </tr> <tr> <td>Traits du visage</td> <td>Réactions et émotions</td> </tr> </tbody> </table>	Reconnaissance	Mesure	Genre et tranche d'âge	Publicités personnalisées	Temps d'attente	Intérêt du consommateur	Traits du visage	Réactions et émotions	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Affichages dynamiques équipés de caméras qui filment le visage, avec la capacité de détecter l'attention du public en fonction de l'angle du visage ▶ Deux objectifs principaux : <ul style="list-style-type: none"> ▶ la personnalisation du message adressé au consommateur ▶ la mesure de sa réaction
Reconnaissance	Mesure									
Genre et tranche d'âge	Publicités personnalisées									
Temps d'attente	Intérêt du consommateur									
Traits du visage	Réactions et émotions									

Prestataires de services secteur tertiaire– Synthèse

Synthèse : Prestataires de services secteur tertiaire

Usages clés



- ▶ Digitalisation et automatisation de la remontée d'informations auprès des donneurs d'ordres
- ▶ Analyses prédictives

Technologies clés



- ▶ Big Data
- ▶ Cloud

Tendances clés



- ▶ Intégration de la relation client externalisée dans une relation client omnicanale sans-couture
- ▶ Capitalisation des usages digitaux pour réduire la charge dédiée aux tâches à moindre valeur ajoutée

Enjeux clés



- ▶ Développement et personnalisation de la relation client
- ▶ Interopérabilité des technologies

Chiffres clés

Regroupe les entreprises dont l'activité principale est constituée par : entreprises de télé-services, centres d'affaires et entreprises de domiciliation, entreprises de recouvrement de créances et/ou de renseignements commerciaux ou économiques, entreprises de traduction, palais des congrès ou centre de congrès, services d'accueil à caractère événementiel & actions d'animation et de promotion, centres d'appels, actions de force de vente & actions d'optimisation de linéaires, recherche de débiteurs en masse



12 430 entreprises



119 700 emplois



89% de TPE

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Commerce

Services aux entreprises

Tourisme

Ports de plaisance

Hôtellerie de plein Air

Tourisme : organismes

Immobilier

Industrie

Activités support

Annexes

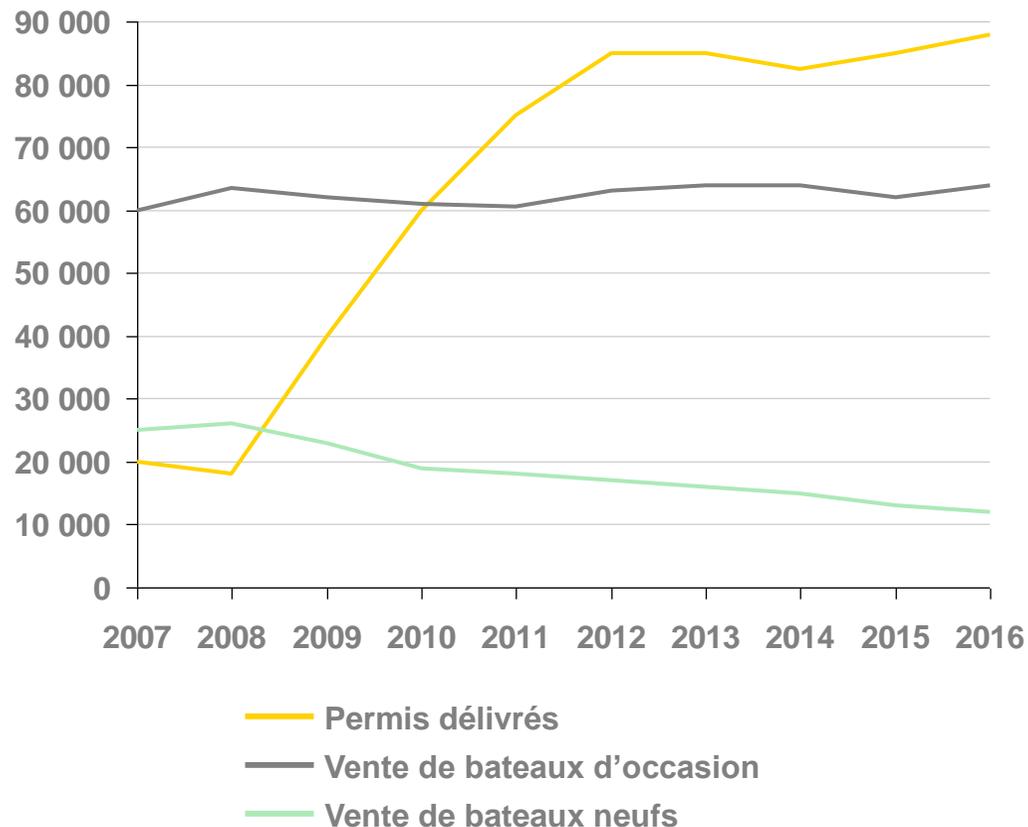
A photograph of a marina filled with numerous sailboats docked at a pier. The scene is captured during sunset, with a warm, golden-orange glow across the sky and water. The masts and rigging of the sailboats are silhouetted against the bright sky. The water in the foreground shows clear reflections of the boats and the sky. A yellow rectangular box is overlaid in the center of the image, containing the text "Ports de plaisance".

Ports de plaisance

Si les ventes de bateaux neufs et d'occasion sont en recul, l'engouement pour le nautisme ne faiblit pas, comme en témoigne l'augmentation des permis délivrés

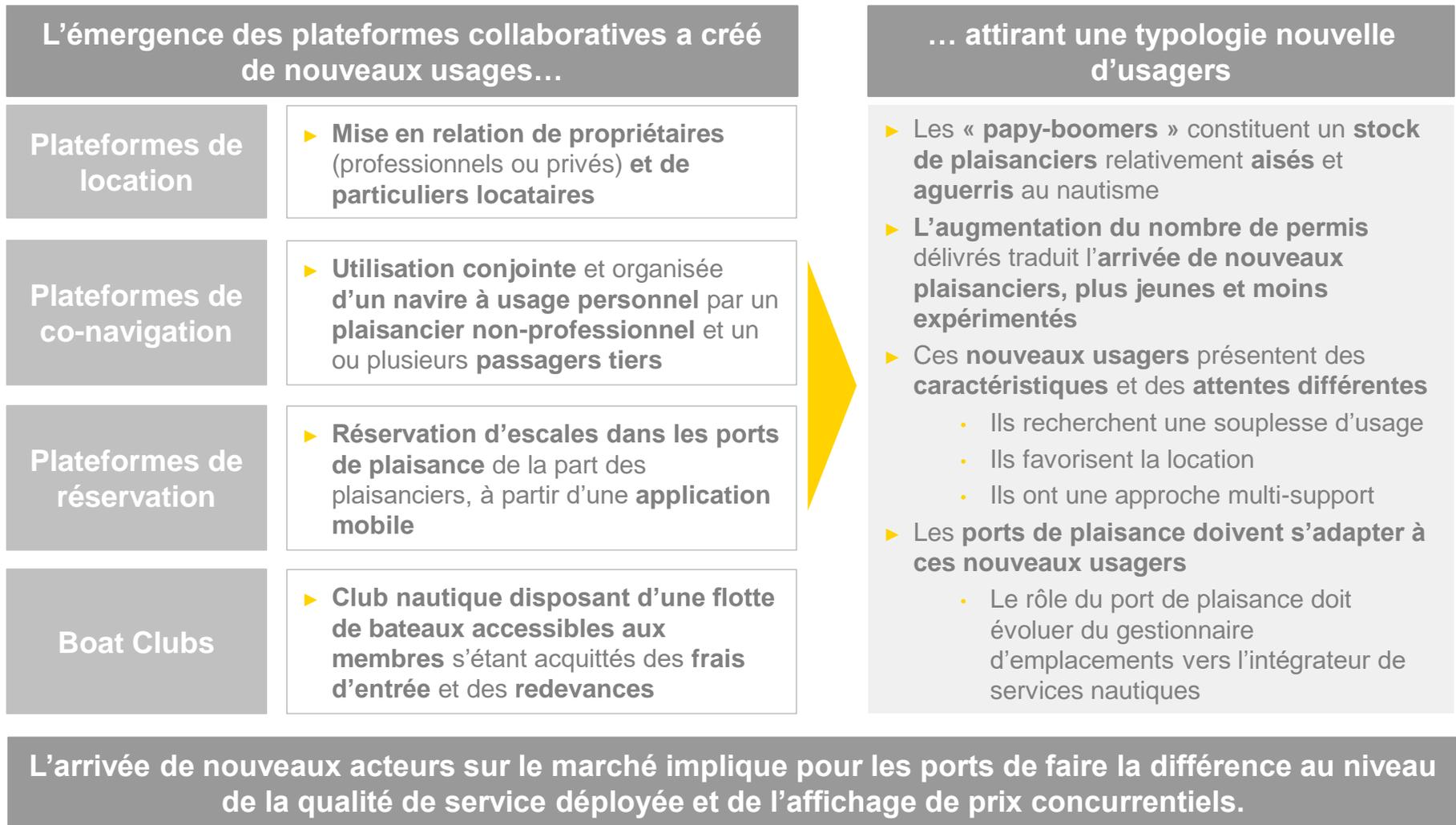
Nombre de bateaux vendus sur le marché du neuf et de l'occasion et nombre de permis délivrés par an

Une hausse du nombre de permis délivrés de 343% (2007-2016)



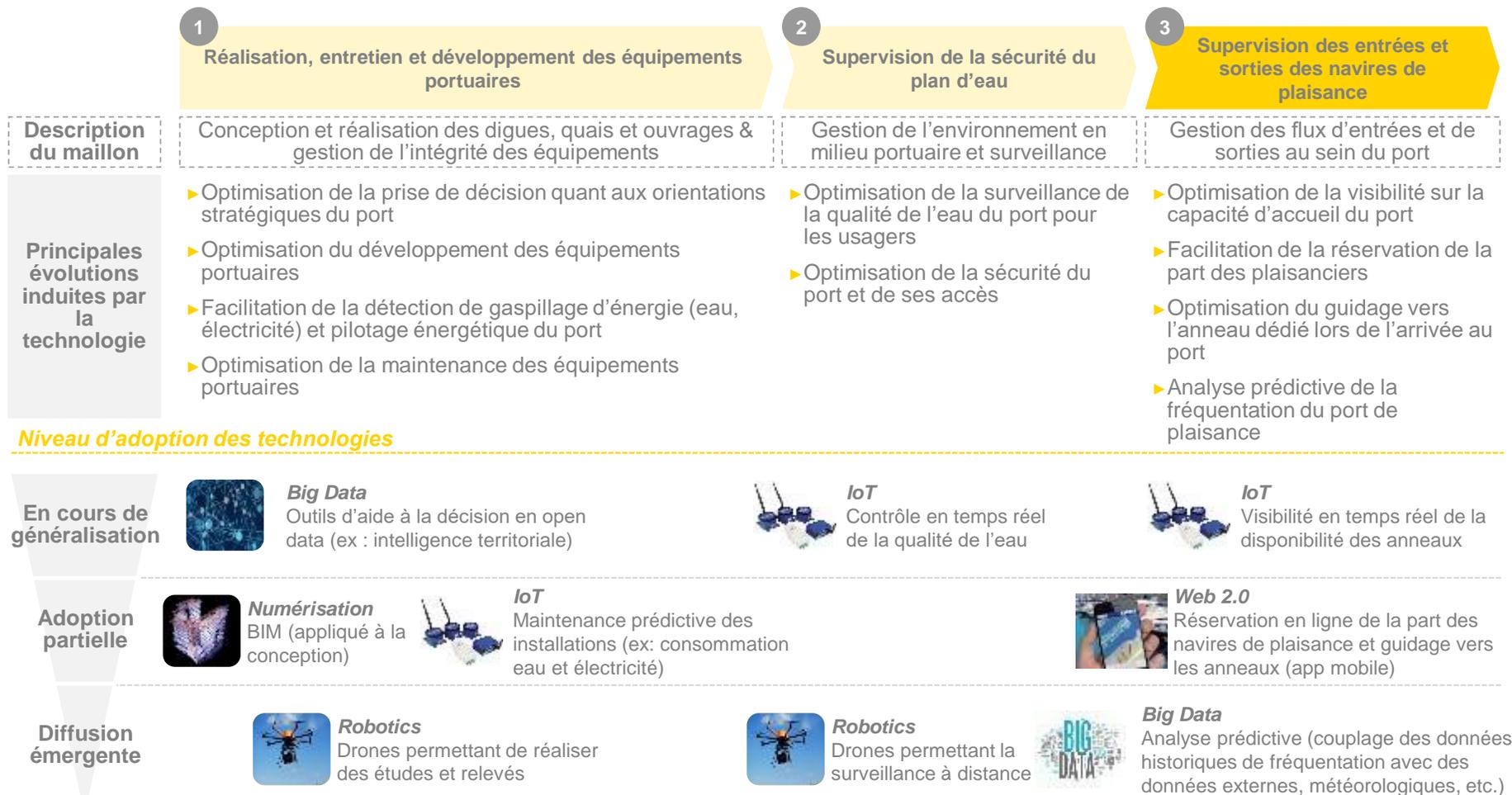
- ▶ Les ventes de bateaux neufs en France ont baissé de plus de 50 % entre 2007 et 2016
- ▶ Sur cette période, les ventes de bateaux d'occasion sont restées stables
- ▶ L'engouement pour le nautisme est cependant sensible à travers l'augmentation de 343 % du nombre de permis de naviguer
 - Cet engouement peut être mis en parallèle avec l'augmentation sensible des locations de bateaux, +10 à 12% entre 2015 et 2016
 - Des chiffres qui traduisent une évolution d'une logique de propriété à une logique d'usages

L'émergence d'un écosystème de plateformes s'accompagne de l'arrivée de nouveaux usagers auxquels les ports de plaisance doivent s'adapter



Sources : *Le numérique dans les ports de plaisance* (CCI Nantes St-Nazaire), FFPP, Analyse EY

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/2)



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : *Le numérique dans les ports de plaisance* (CCI Nantes St-Nazaire), FFPP, Analyse EY

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/2)

	4 Services aux navires de plaisance, passagers et clients	5 Développement de la clientèle du port de plaisance	6 Supervision de la relation du port avec son voisinage et ses partenaires
Description du maillon	Mise à disposition d'eau potable et d'électricité, informations météo, bulletins d'informations destinés à la navigation, etc.	Optimisation du taux d'occupation du port	Gestion des relations de voisinage et des fournisseurs
Principales évolutions induites par la technologie	<ul style="list-style-type: none"> Facilitation de la réservation de services additionnels de la part des plaisanciers Facilitation de l'accès aux informations et renseignements mis à disposition par le port de plaisance sur l'ensemble des canaux Optimisation de la mise en relation des différents propriétaires de navires de plaisance du port 	<ul style="list-style-type: none"> Implémentation d'une stratégie CRM (customer relationship management) afin de créer de la récurrence dans les visites de la part des plaisanciers Optimisation de la visibilité du port sur les canaux digitaux 	<ul style="list-style-type: none"> Implémentation d'un système dématérialisé de gestion des relations avec les partenaires et prestataires Facilitation de la remontée des troubles potentiels avec le voisinage au travers d'une plateforme dématérialisée

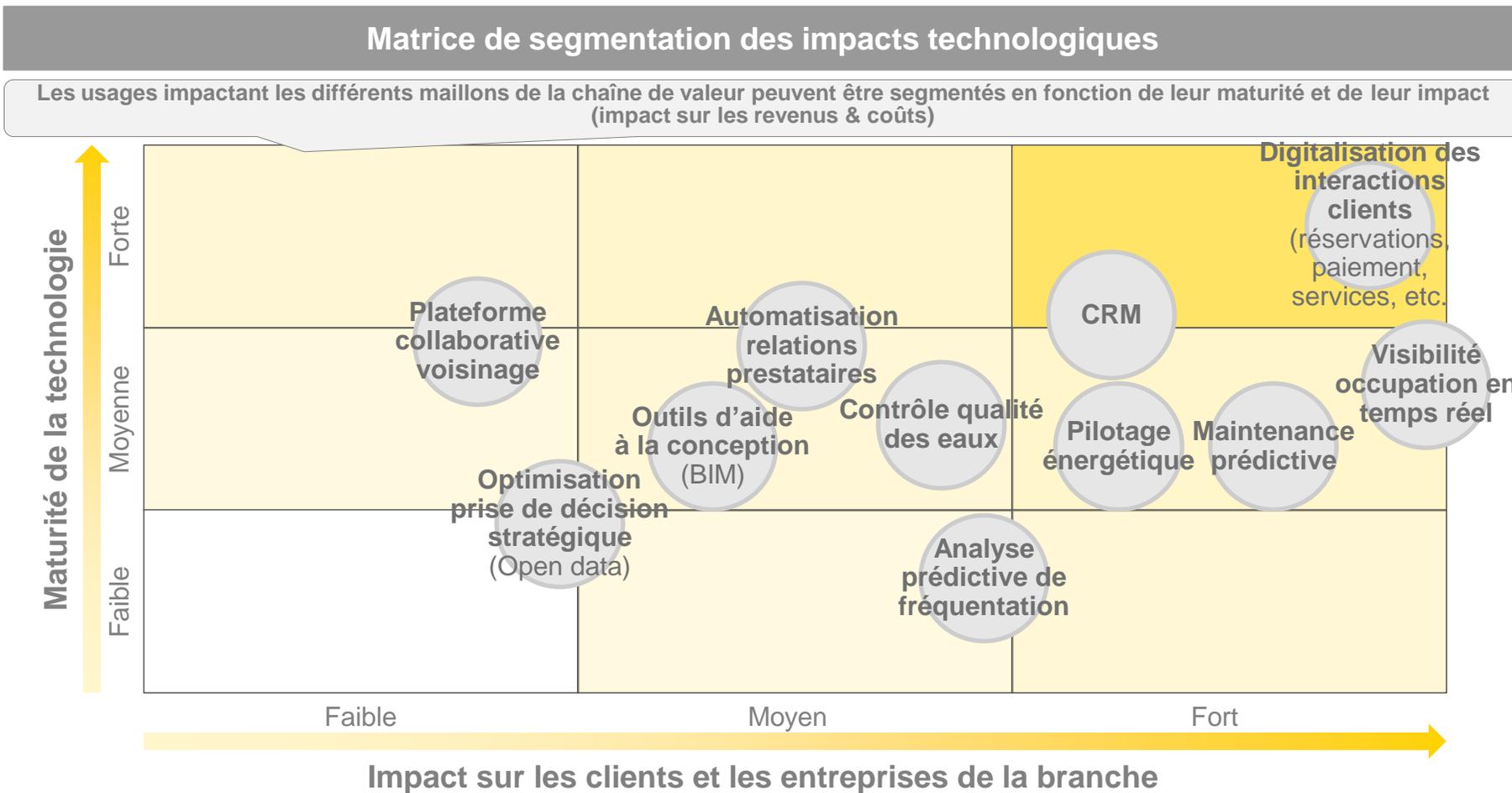
Niveau d'adoption des technologies



Légende: ■ Impact du numérique fort ■ Impact du numérique moyen ■ Impact du numérique faible

Sources : *Le numérique dans les ports de plaisance* (CCI Nantes St-Nazaire), FFPP, Analyse EY

La digitalisation des interactions apparait comme le sujet crucial, les technologies de visualisation en temps réel de l'occupation n'étant pas suffisamment matures



Sources : Le numérique dans les ports de plaisance (CCI Nantes St-Nazaire), FFPP, Analyse EY

Le port grec de Patras capitalise sur l'IoT couplé à une application mobile pour fluidifier les arrivées et départs de navires de plaisance

Illustration



Commentaire

- ▶ **Le port de Patras, en collaboration avec la start-up SaMMY a mis en place 3 types de capteurs IoT au sein de son port**
 - Un capteur permet de contrôler la présence, ou non, de navires de plaisance sur chaque anneau
 - Un deuxième capteur permet de contrôler la qualité de l'eau au sein du port
 - Un dernier capteur permet de contrôler le niveau d'eau au sein du port
- ▶ **Ces initiatives IoT sont couplées à une application mobile dédiée aux plaisanciers**
 - En fonction de la disponibilité d'anneaux, les plaisanciers peuvent réserver via l'application une place au port

Usages clés



- ▶ Digitalisation des interactions clients
- ▶ Visibilité en temps réel de l'occupation du port

Technologies clés



- ▶ Numérisation & automatisation
- ▶ Web 2.0
- ▶ IoT

Tendances clés



- ▶ Emergence des plateformes collaboratives (location, co-navigation, réservation, Boat Clubs, etc.)
- ▶ Arrivée d'une nouvelle génération de plaisanciers

Enjeux clés



- ▶ Développement d'une offre de services clés en main
- ▶ Suivi de la gestion du port en temps réel (occupation et entretien)

Chiffres clés

Les ports de plaisance accueillent des bateaux résidant à l'année ou des bateaux visiteurs (de passage) en offrant des services variables d'un port à l'autre (amarrage, fourniture d'eau et d'électricité, sanitaires, récupération des déchets, utilisation des outillages, etc.)



370 entreprises



1 600 emplois



83% de TPE

Le tourisme, un des premiers secteurs impactés par les nouvelles technologies, a du accélérer sa transformation numérique

Le numérique a bouleversé les comportements d'achat et de consommation touristique

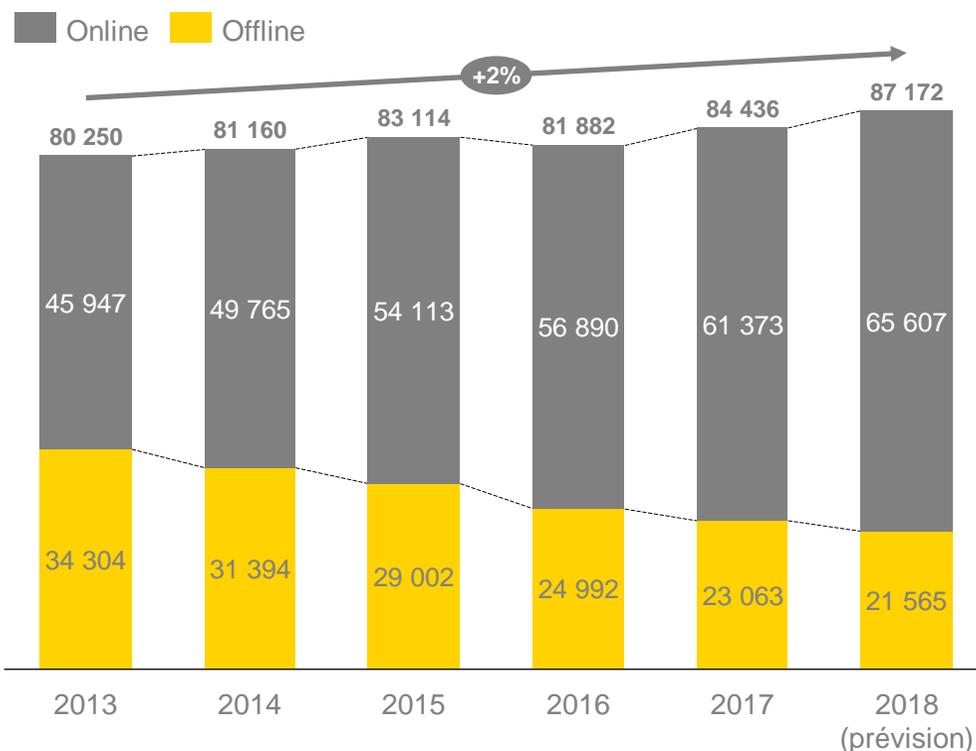
- ▶ **Les voyageurs, ultra-connectés, font de plus en plus appel à la technologie dans la planification de leurs voyages mais aussi pendant leur séjour**
 - **66%** des voyageurs français réservent leurs voyages en ligne
 - **36%** des voyageurs cherchent un restaurant sur leur téléphone mobile
 - **27%** des voyageurs se renseignent sur des activités via leur téléphone mobile
- ▶ **Les touristes privilégient également un tourisme affinitaire, mobilisant leurs réseaux pour pratiquer des expériences personnalisées correspondant exactement à leurs goûts et attentes**

Le secteur du tourisme a su être particulièrement réactif dans sa transition digitale

- ▶ **Les « pure-players » de l'e-tourisme prennent une importance primordiale**
 - Au niveau mondial, 2 des 5 plus grandes agences de voyage 100% en ligne, dont Expedia, le n°1
 - En France, 3 opérateurs de l'e-tourisme (Voyages-sncf.com, TripAdvisor et Vente-privée Voyage) sont dans le top 10 des agences
- ▶ **Les acteurs historiques sont également avancés en termes d'adoption des technologies digitales**
 - Le secteur de l'hébergement et de la restauration est le 2ème secteur le plus mature sur le numérique, juste après les TIC
 - En France, une PME sur six appartenant à l'industrie du tourisme réalise des ventes en ligne contre une sur huit en moyenne, toutes industries confondues
- ▶ **Un secteur dans son ensemble qui doit gérer la concurrence de la « sharing economy » et des services collaboratifs, incarnés par les plateformes comme AirBnB, remettant en question les modèles économiques des acteurs traditionnels.**

L'augmentation des ventes de prestations touristiques est drivée par le « online » en France

Évolution des ventes de prestations touristiques* en France depuis 2013 (en M€)



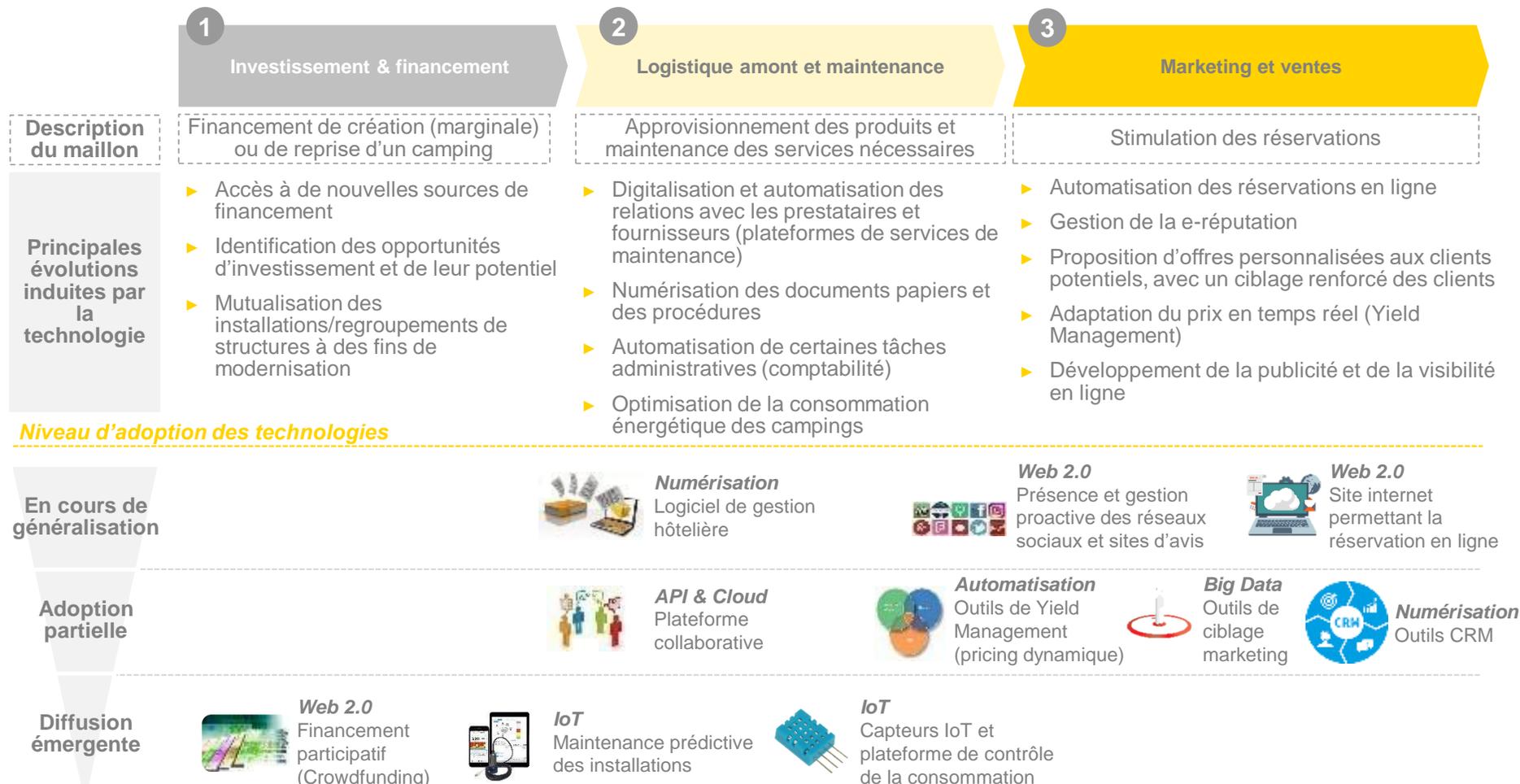
Commentaire

- ▶ Les ventes dans le tourisme progressent chaque année de 2-3 %
- ▶ Les ventes en ligne ont progressé de 7% depuis 2013 et l'hôtellerie de plein air connaît un essor encore plus important avec une augmentation de 20,4% en 2018 par rapport à 2017
- ▶ Si l'évolution du profil de répartition reste constante, en 2020, la part des ventes en ligne représentera plus de 80% des ventes totales de prestations touristiques
- ▶ Le marché est en croissance dans un contexte touristique en légère stagnation en France entre 2014 et 2016
 - ▶ Taux de départ : 74% contre 74,9%
 - ▶ Nombre moyen de séjours par français : 4,9 contre 4,2

Note : les prestations touristiques incluent : voyages avion + train + bateau, assurances, activités, location de voiture, hébergement, tour opérateur
Sources : Euromonitor 2017, Thelis Sequoiasoft

Hôtellerie de Plein Air – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Une concentration des impacts sur les volets marketing et opérationnel de la chaîne de valeur (1/2)

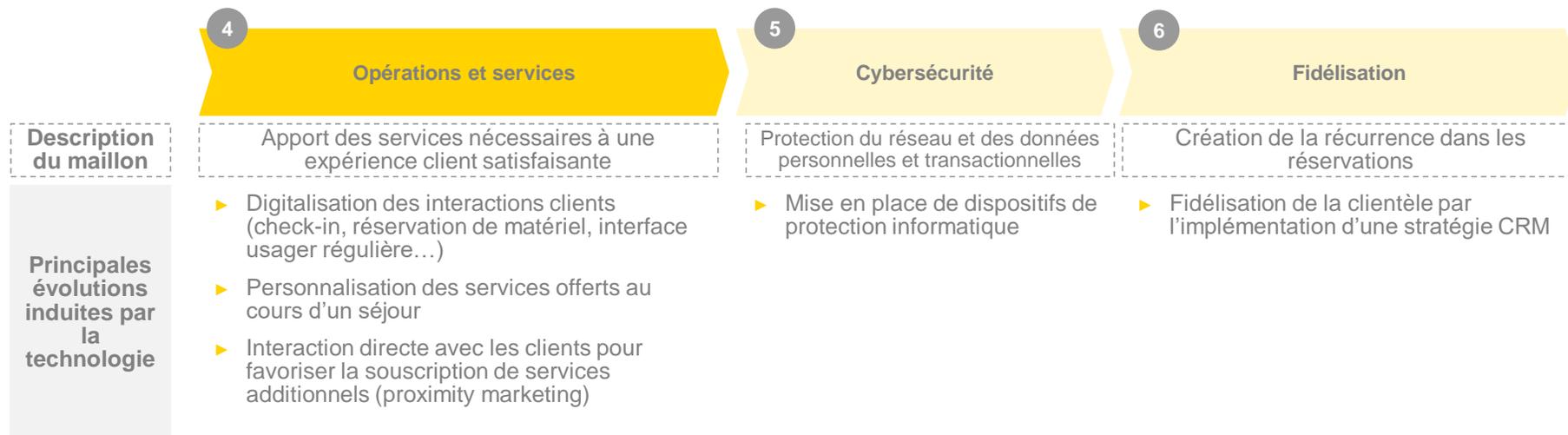


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

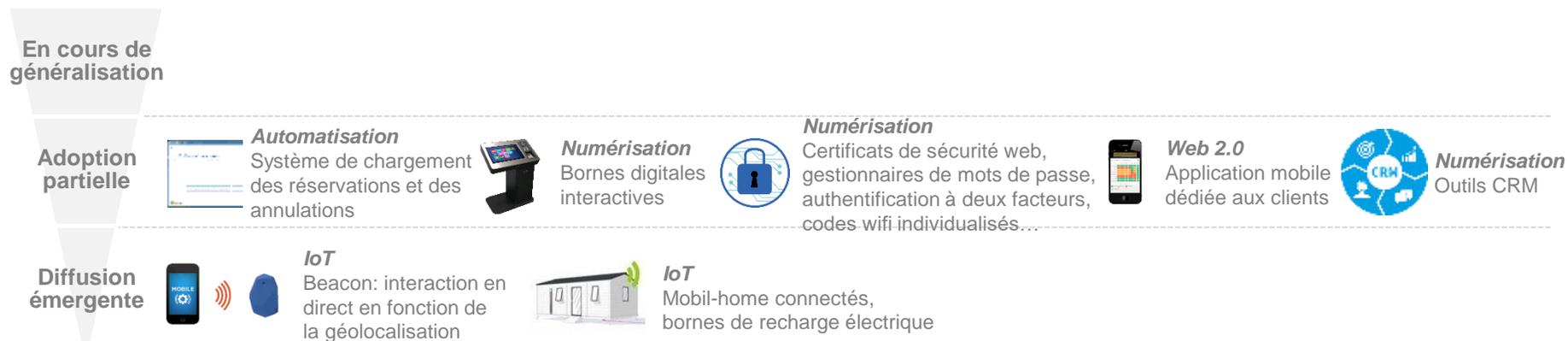
Sources : Analyse EY, Atelier de travail

Hôtellerie de Plein Air – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Une concentration des impacts sur les volets marketing et opérationnel de la chaîne de valeur (2/2)



Niveau d'adoption des technologies



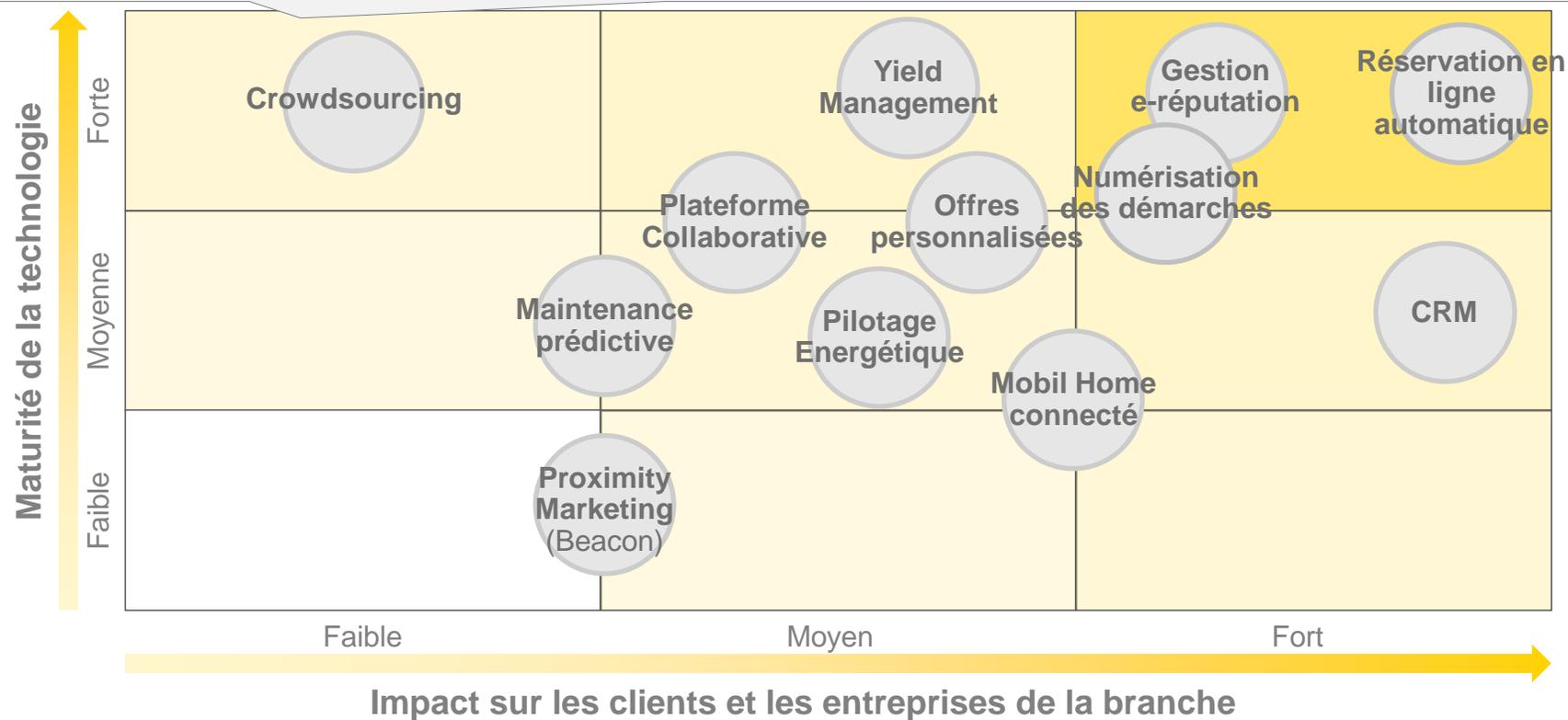
Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Analyse EY, Atelier de travail

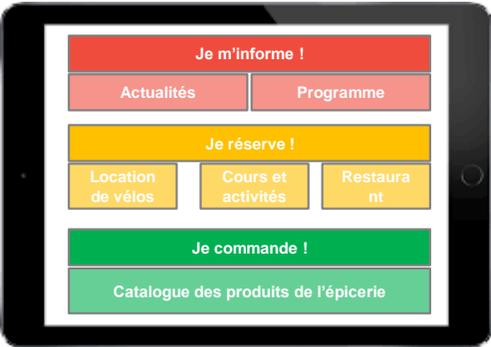
La gestion de la e-réputation et la possibilité de réserver en ligne à partir de l'ensemble des supports apparaissent comme cruciaux

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Des initiatives de digitalisation de la relation client en amont et durant la présence des clients ont été développées

Etude de cas	Illustration	Description
<p>Le camping La Pergola, en collaboration avec Ineo Digital, teste une solution de camping connecté</p>	 The illustration shows a tablet displaying a mobile application interface. At the top, there is a red bar with the text 'Je m'informe !'. Below this are two buttons: 'Actualités' and 'Programme'. The next section is a yellow bar with 'Je réserve !', followed by three buttons: 'Location de vélos', 'Cours et activités', and 'Restaurant'. The bottom section is a green bar with 'Je commande !' and a sub-section 'Catalogue des produits de l'épicerie'.	<ul style="list-style-type: none">▶ Le camping La Pergola propose à ses clients un bouquet de services numériques au travers d'une application mobile▶ Une fois téléchargée, l'application permet aux clients<ul style="list-style-type: none">• de s'informer sur les programmes et activités du camping• de réserver des cours de sport, une table au restaurant ou de louer des vélos• de commander et de se faire livrer les produits en vente dans l'épicerie du camping
<p>Les campings Hip! Village digitalisent le check-in en proposant des bornes interactives à ses clients</p>	 The illustration consists of two photographs. The top one shows a close-up of a hand touching a screen on a kiosk. The bottom one shows a person interacting with a red kiosk labeled 'HIP' at an outdoor location, with another person standing nearby.	<ul style="list-style-type: none">▶ Les bornes interactives permettent aux clients de s'enregistrer en dehors des horaires de réception▶ Le client s'enregistre sur la borne, qu'il ait effectué une réservation en ligne au préalable ou non▶ Une fois le paiement effectué, le client se voit attribuer un code d'accès permettant d'ouvrir son mobile home▶ La borne interactive permet également aux clients de s'informer sur les actualités et programmes du camping

Usages clés



- ▶ Automatisation de la réservation en ligne
- ▶ Implémentation d'une stratégie CRM
- ▶ Gestion proactive de la e-réputation
- ▶ Numérisation des interactions fournisseurs et prestataires

Technologies clés



- ▶ Numérisation & Automatisation
- ▶ Web 2.0
- ▶ Cloud
- ▶ API

Tendances clés



- ▶ Importance de la e-réputation
- ▶ Développement des OTA spécialisées dans le camping

Enjeux clés



- ▶ Rattrapage des entreprises de la filière sur leur présence digitale (par rapport à la filière tourisme)
- ▶ Evolution des fonctions des gestionnaires et responsables de camping de l'administratif vers l'expérience client

Chiffres clés

Activité de camping-caravaning et de parc résidentiel de loisirs, aménagé plus spécifiquement pour les habitats de types tentes, caravanes, maisons mobiles ou habitats légers de loisirs



8 256 campings



37 000 emplois



92% de TPE

A woman with long brown hair, wearing a black t-shirt and grey pants, is sitting on a rocky ledge. She is holding binoculars to her eyes and looking out over a vast, green valley. The valley is filled with dense forests and a winding river. In the distance, there are rolling hills and mountains under a blue sky with scattered white clouds. The woman is wearing a black watch on her left wrist and patterned socks. The overall scene is a scenic view of a natural landscape.

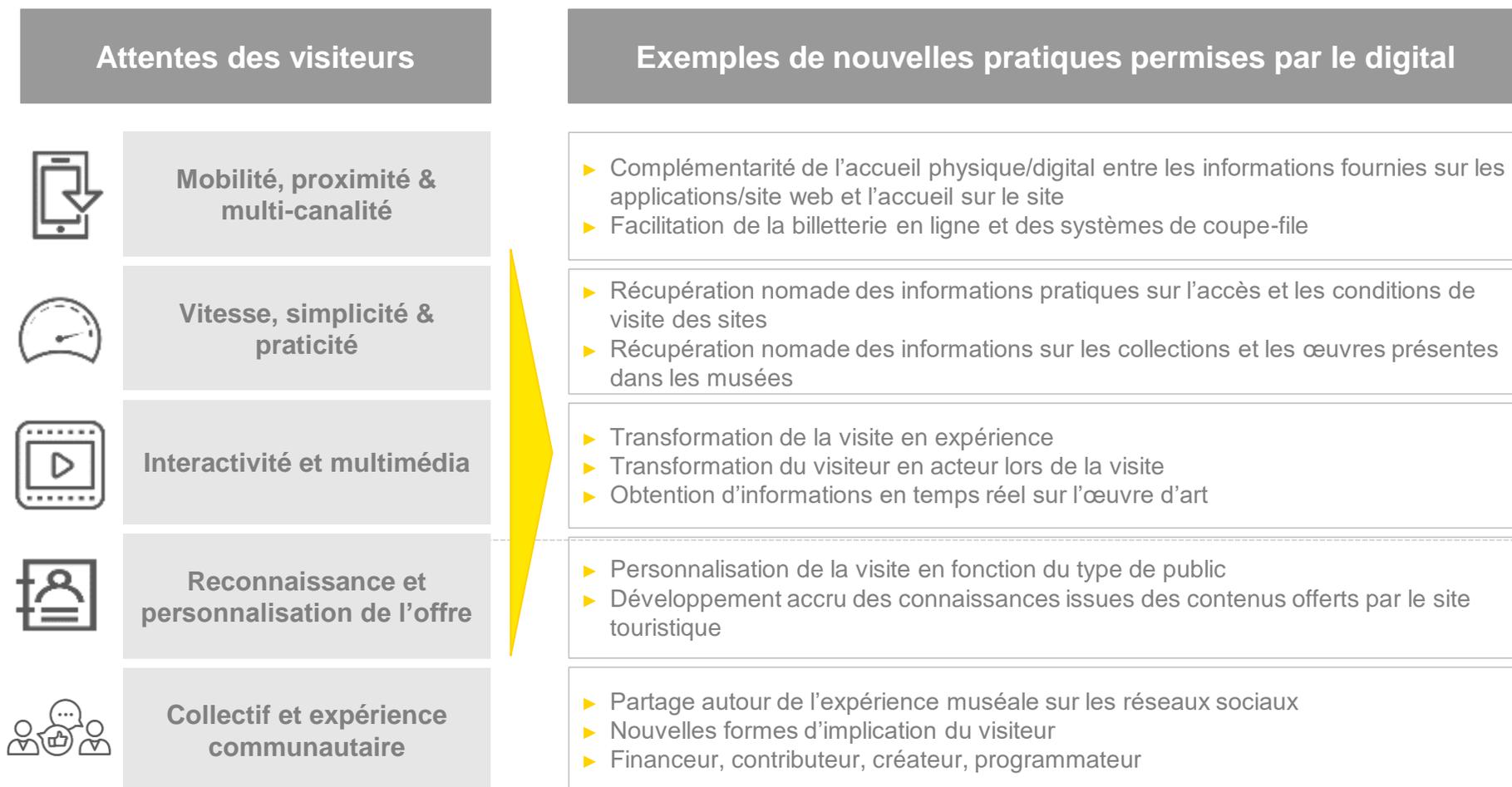
Organismes de tourisme

Les organismes de tourisme se divisent en plusieurs catégories aux vocations distinctes

 Structure	 Statut	 Public cible	 Sphère d'activité
Organisme de tourisme (OT)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ EPIC ▶ Régies ▶ Service public administratif 	B2C	Locale
Agence touristique départementale / Comités départementaux du tourisme (ADT – CDT)	Majorité d'association	B2B	Nationale
Comité régional de tourisme (CRT)	Majorité d'association	B2B	Internationale

Sources : Analyse EY, *Atout France au service des porteurs de projets, de l'investissement et de l'emploi* (Atout France)

Le digital fait évoluer les attentes des touristes en permettant l'émergence de nouvelles pratiques

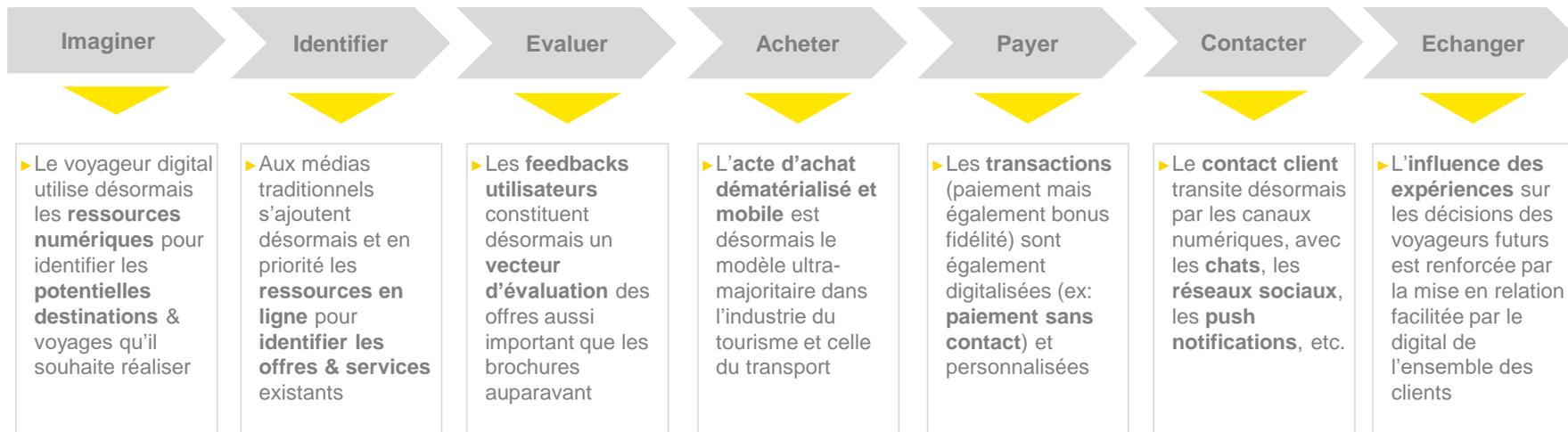


Sources : Analyse EY, MONA (Mission des offices de Nouvelle-Aquitaine)

Tourisme : organismes – Perspectives économiques & évolutions des usages

Certains rôles traditionnellement dévolus aux organismes de tourisme trouvent désormais un équivalent digital

Tendances

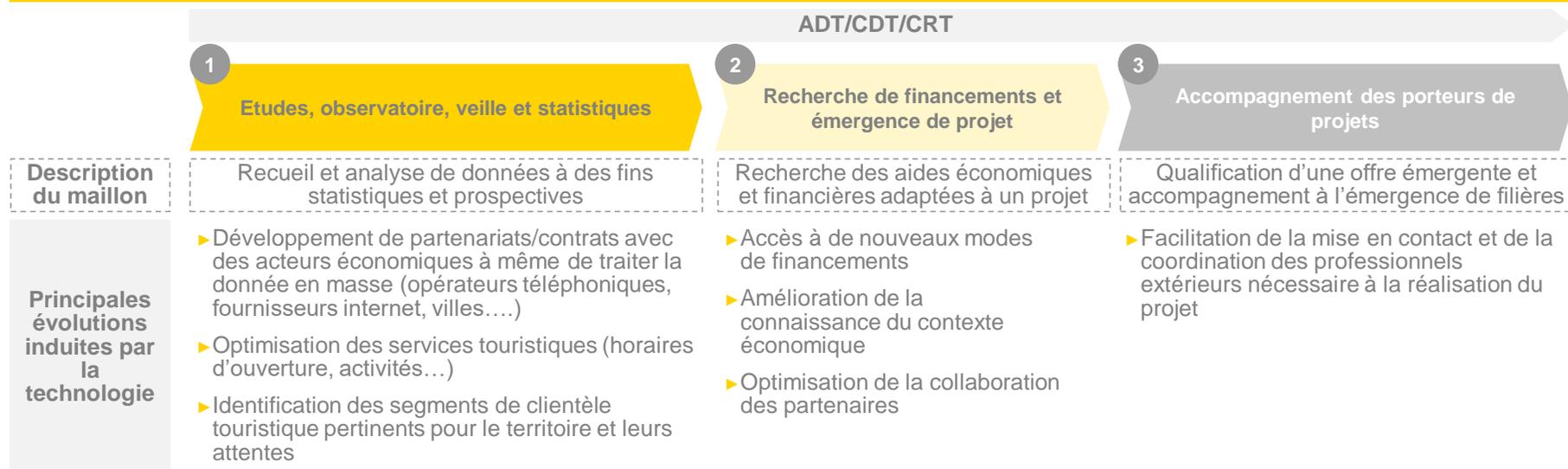


Illustrations

 <p>MARSEILLE-PROVENCE 2013 CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE</p> <p>Un exemple de recours au big data pour analyser l'activité touristique passée et à venir (Flux Vision Tourisme, Orange / MFG Labs / modèles prédictifs)</p>	 <p>Deux exemples de professionnels du tourisme ayant fait appel à des start-up pour intégrer plus de digital dans leurs pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> Prêt-à-partir a créé 3 incubateurs La société de la Tour Eiffel a organisé un hackathon pour améliorer la gestion des temps d'attente (partenariat EY) 	 <p>L'ère de la transparence : multiplication des outils de réservation et de notation en ligne, plus ou moins collaboratifs</p>	<p>Nouveaux outils marketing</p>  <ul style="list-style-type: none"> Le voyage virtuel comme outil inspirational ? TV Cast, un outil déployé par Amadeus, permet aux téléspectateurs d'acheter un voyage en fonction de leur programme TV
--	--	--	---

Sources : Analyse EY

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/3)



Niveau d'adoption des technologies

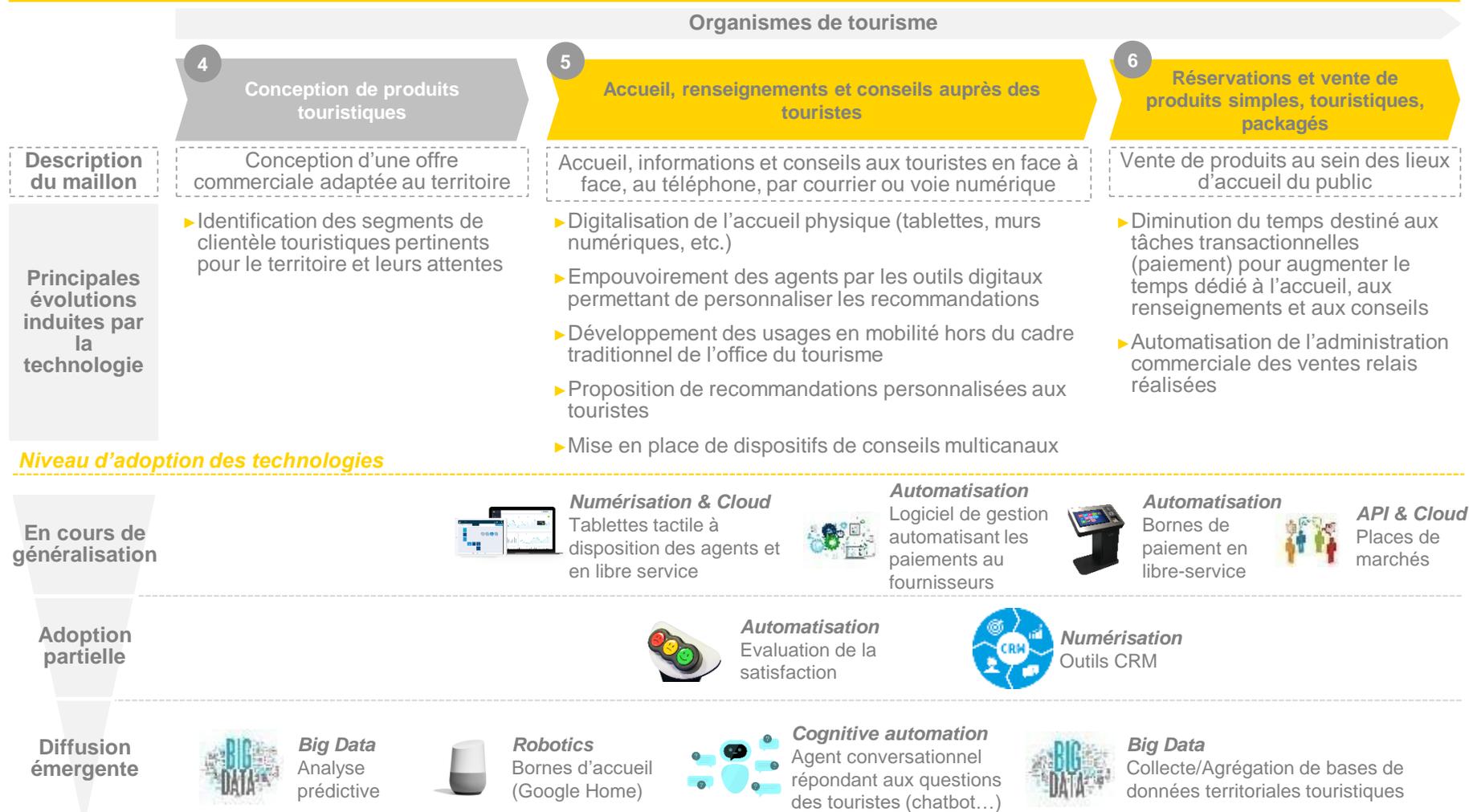


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Enquête Office du Tourisme du Futur, Atout France, Entretiens experts, Analyse EY, Atelier de travail

Tourisme : organismes – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/3)



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Enquête Office du Tourisme du Futur, Atout France, Entretiens experts, Analyse EY, Atelier de travail

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (3/3)

	7 Promotion touristique, animation, visites	8 Edition de contenus et gestion de la visibilité internet et de la e-réputation	9 Animation des réseaux de prestataires, saisonniers et bénévoles
Description du maillon	Promotion de l'offre auprès du public, des médias et de partenaires au travers d'une diversité de canaux	Elaboration des supports de communication, animation web et gestion de la e-réputation du territoire	Accompagnement, mobilisation et dynamisation des réseaux
Principales évolutions induites par la technologie	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimisation de l'expérience client ▶ Optimisation des canaux marketing (personnalisation, timing) ▶ Amélioration des visites par l'intégration d'informations géo-localisées ▶ Ludification des visites par l'intégration d'éléments en réalité augmentée 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimisation de la présence numérique de l'organisme ▶ Gestion de la e-réputation touristique du territoire ▶ Facilitation de la gestion de la e-réputation des partenaires touristiques du territoire (hôteliers, restaurateurs, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimisation de la collaboration des partenaires ▶ Optimisation de la formation des prestataires, bénévoles et saisonniers ▶ Facilitation du recrutement des saisonniers

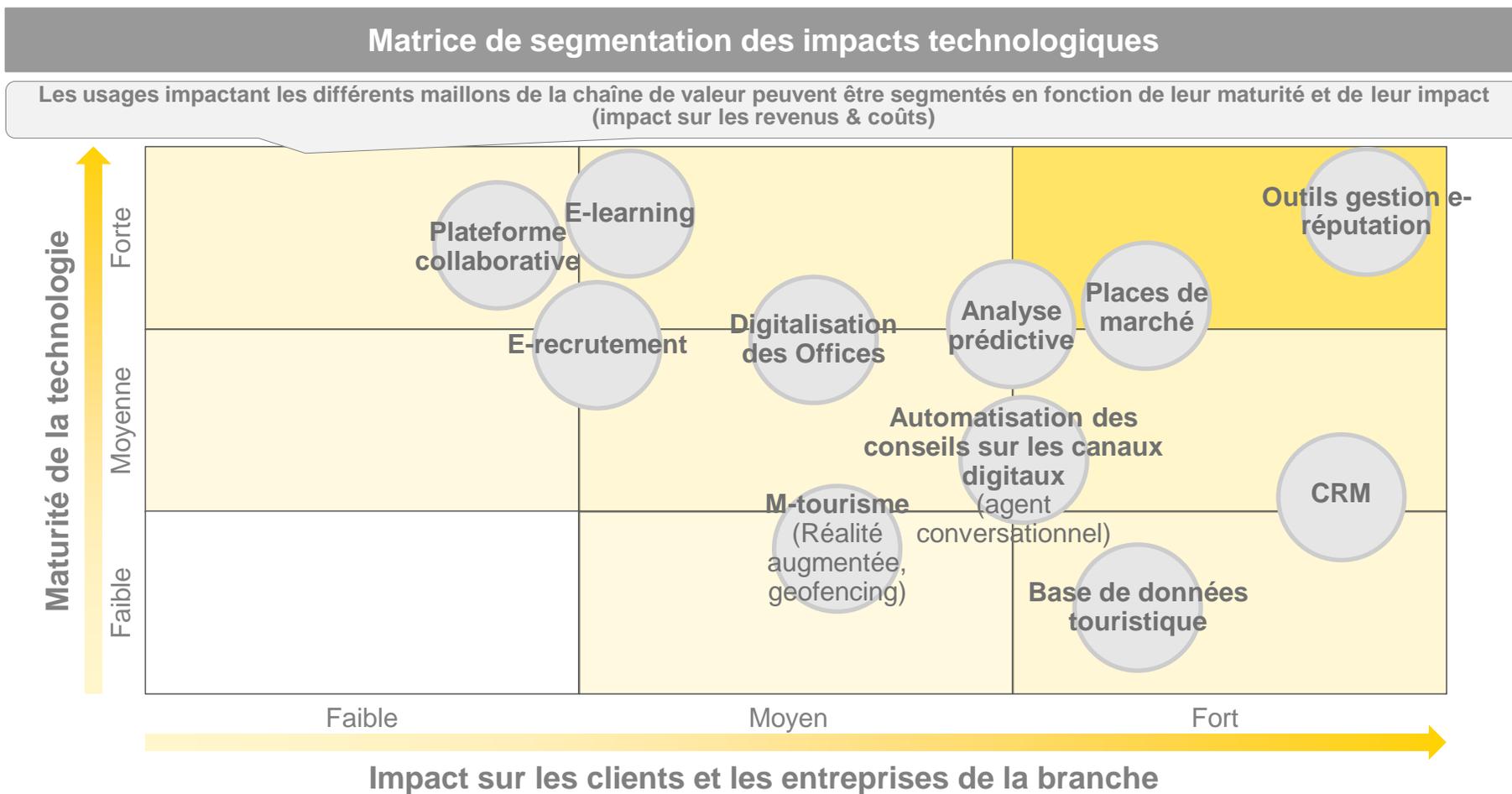
Niveau d'adoption des technologies

En cours de généralisation	 Web 2.0 Site internet	 Web 2.0 Logiciel de gestion de la e-réputation	 API & Cloud Plateforme collaborative		
Adoption partielle	 Réalité augmentée Application de visite intégrant des contenus en réalité augmentée	 Numérisation Outils CRM	 Numérisation Applications dédiées à l'organisme ou à un site touristique	 Web 2.0 E-learning, MOOC, Webinars, etc.	 Web 2.0 Plateforme de e-recrutement
Diffusion émergente	 IoT (geofencing, beacons) Contenus géo-localisés	 Robotics Visite par robot assisté (ex. Indre à destination des publics handicapés)	 Numérisation Outils CRM		

Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Enquête Office du Tourisme du Futur, Atout France, Entretiens experts, Analyse EY, Atelier de travail

La gestion de la e-réputation du territoire, l'implémentation et l'alimentation d'une base de données apparaissent comme étant les enjeux clés de la branche



Sources : Enquête Office du Tourisme du Futur, Atout France, Entretiens experts, Analyse EY, Atelier de travail

Des initiatives nationales et départementales ont été lancées en termes de Data et de gestion de la e-réputation du territoire

Etude de cas	Illustration	Description
<p>DataTourisme, l'information touristique en Open Data</p>		<ul style="list-style-type: none">▶ DataTourisme agrège les informations touristiques provenant de plus de 40 bases de données publiques▶ Les données sont normalisées selon un format de diffusion commun à l'aide d'une ontologie dédiée▶ Les jeux de données ainsi rendus accessibles en Open Data permettent aux porteurs de projets numériques d'exploiter ces données de manière fiable pour développer de nouveaux usages
<p>Le CDT de l'Aube en Champagne utilise Fairguest, outil de gestion de la e-réputation</p>		<ul style="list-style-type: none">▶ FairGuest permet de réaliser une veille centralisée des avis émis sur l'ensemble des plateformes existantes▶ Une analyse sémantique permet de déterminer simplement les principaux motifs d'insatisfaction des visiteurs▶ Le CDT de l'Aube en Champagne met l'outil à disposition de l'ensemble des prestataires touristiques du territoire, et affiche les prestataires sur son site internet selon leur note FairGuest

Sources : Entretiens experts, Site DataTourisme, FairGuest, Analyse EY

Usages clés



- ▶ Gestion de la e-réputation
- ▶ Open Data

Technologies clés



- ▶ Numérisation
- ▶ Big Data

Tendances clés



- ▶ Emergence des plateformes collaboratives
- ▶ Multiplication de partenariats du fait de nouvelles technologies et de nouveaux acteurs digitaux

Enjeux clés



- ▶ Mutualisation des ressources
- ▶ Accessibilité de l'offre

Chiffres clés

Les organismes de tourisme apportent leur concours, dans l'intérêt général, aux opérations permettant de promouvoir, faciliter l'accueil ou améliorer les conditions de séjour des touristes dans leur zone géographique d'intervention



2 278 entreprises



13 100 emplois



85% de TPE

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Commerce

Services aux entreprises

Tourisme

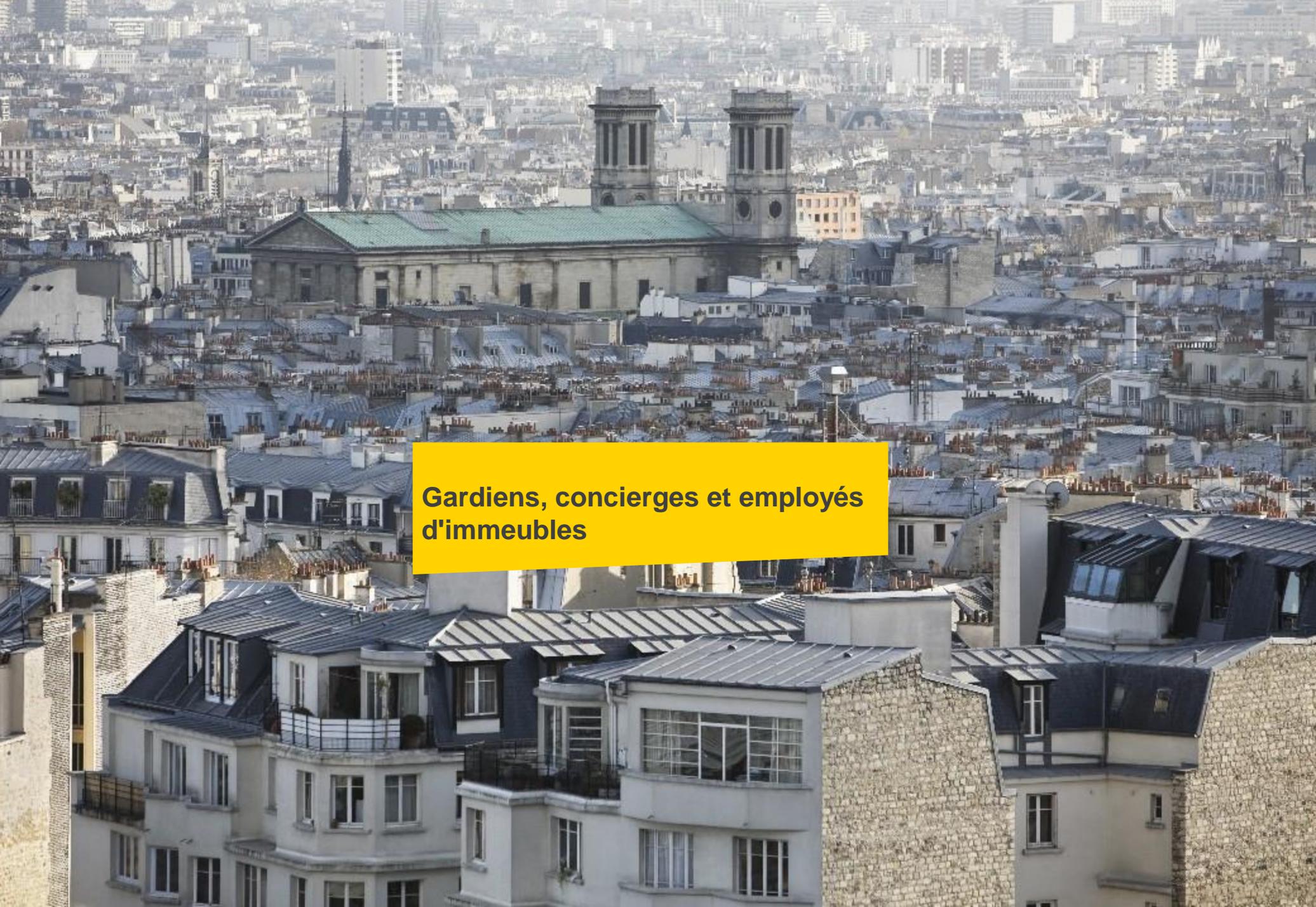
Immobilier

Gardiens, concierges et employés d'immeubles

Industrie

Activités support

Annexes

An aerial photograph of Paris, France, showing a dense urban landscape with numerous buildings and rooftops. In the center, a large, prominent building with a green roof and two tall, classical-style towers stands out. The foreground shows more detailed views of residential buildings with balconies and windows. A bright yellow rectangular box is overlaid on the middle of the image, containing text.

**Gardiens, concierges et employés
d'immeubles**

Gardiens, concierges et employés d'immeubles – Perspectives économiques & évolutions des usages

L'immobilier, dans son ensemble, entame tout juste sa transition numérique, en France comme à l'international



○ Degré faible ● Degré élevé

Source : Entretiens experts, Analyse EY, Données INSEE

Gardiens, concierges et employés d'immeubles – Perspectives économiques & évolutions des usages

Le rôle du gardien varie selon ses fonctions, la nature de son employeur et la taille de la structure immobilière pour laquelle il travaille



Structures

Copropriétés, syndicats bénévoles

Syndics professionnels, sociétés d'économie mixte (SEM), sociétés immobilières

Bailleurs sociaux



Activités

- ▶ Accueil, réception
- ▶ Entretien de l'immeuble et de ses abords
- ▶ Sécurité des installations
- ▶ Tâches administratives
- ▶ Management
- ▶ Entretien des espaces verts
- ▶ Petits travaux d'entretien d'immeuble



Sphères d'activité

Immeuble de moins de 100 logements

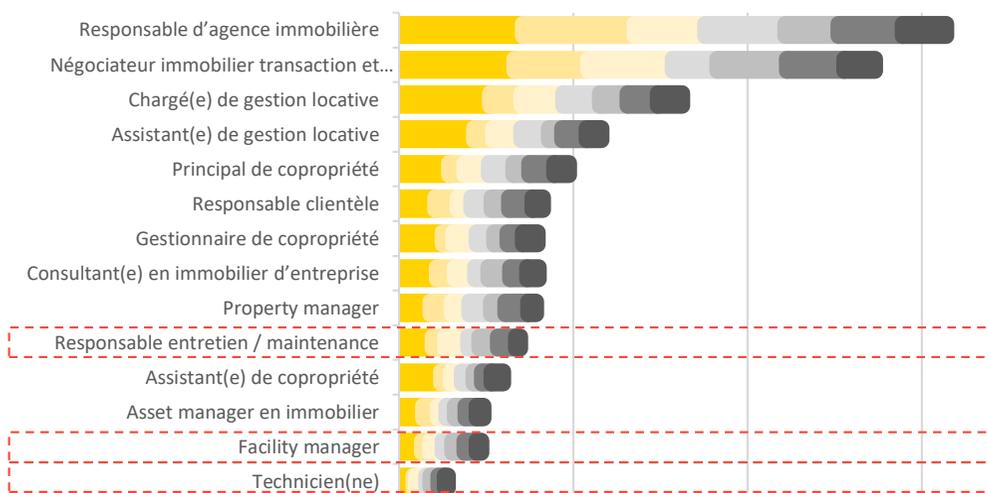
Immeuble de plus de 100 logements

Groupement d'immeubles

Gardiens, concierges et employés d'immeubles – Perspectives économiques & évolutions des usages

Les fonctions traditionnellement dédiées aux gardiens, concierges et employés d'immeubles n'apparaissent pas comme étant directement menacées par le digital

Analyse de l'impact du digital sur les métiers de l'immobilier



- Numérisation et automatisation des outils et des processus
- Big Data
- Objets connectés
- Nouveaux tiers de confiance dématérialisés
- BIM et modélisation 3D
- Plateformisation des services
- Economie collaborative

Si l'étude sur l'innovation dans la branche professionnelle de l'immobilier (EY/AGEFOS) montre que les **fonctions traditionnellement dédiées aux gardiens ne sont pas les plus menacées par le digital**, l'émergence de **certaines technologies** peut être de nature à **alléger certaines tâches au profit d'autres**.

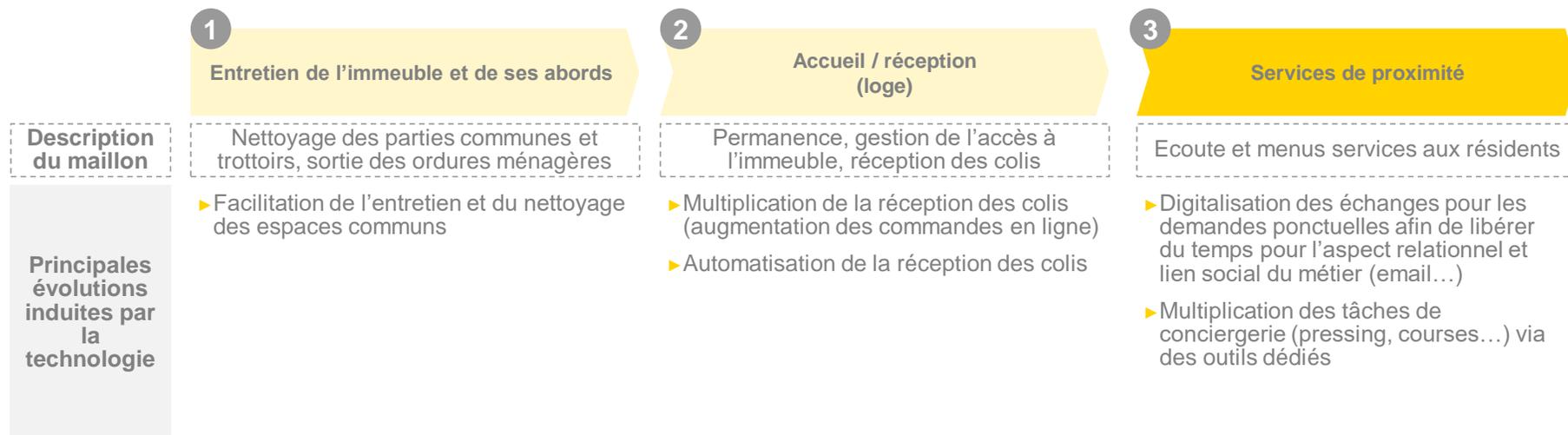
Sources : Etude sur l'innovation dans la branche professionnelle de l'immobilier (AGEFOS, CEFI & EY)

La transition numérique tend à réduire certaines fonctions

- ▶ **Certaines technologies peuvent être de nature à compléter ou réduire certains rôles des gardiens**
 - Domotique
 - Télésurveillance
 - Télé-conciergerie
- ▶ **Le digital et les évolutions des usages amènent le gardien à se concentrer sur son cœur de métier**
 - Services
 - Lien social et médiation
- ▶ **La question de la technologie doit donc être abordée sous l'angle de l'opportunité plutôt que de la menace pour le gardien**

Gardiens, concierges et employés d'immeubles – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/2)



Niveau d'adoption des technologies

En cours de généralisation

Adoption partielle

Diffusion émergente



IoT
Immeuble connecté (ex. Capteurs de poussière)



Robotics
Robots de nettoyage (aspirateurs intelligents, poubelles intelligente...)



IoT
Boîte à colis connectée



Web 2.0
Réseau social de quartier



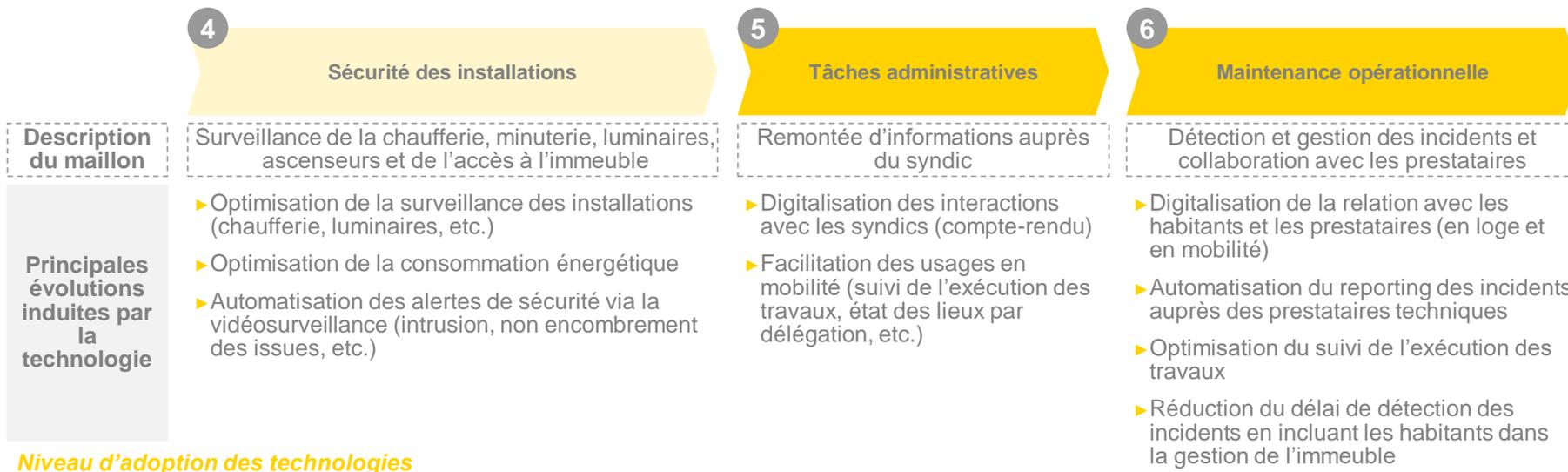
Web 2.0
Plateforme E-conciergerie

Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : AGEFOS, Synthèse prospective formation-emploi : Gardiens, concierges et employés d'immeubles, Entretiens experts, Analyse EY

Gardiens, concierges et employés d'immeubles – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/2)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

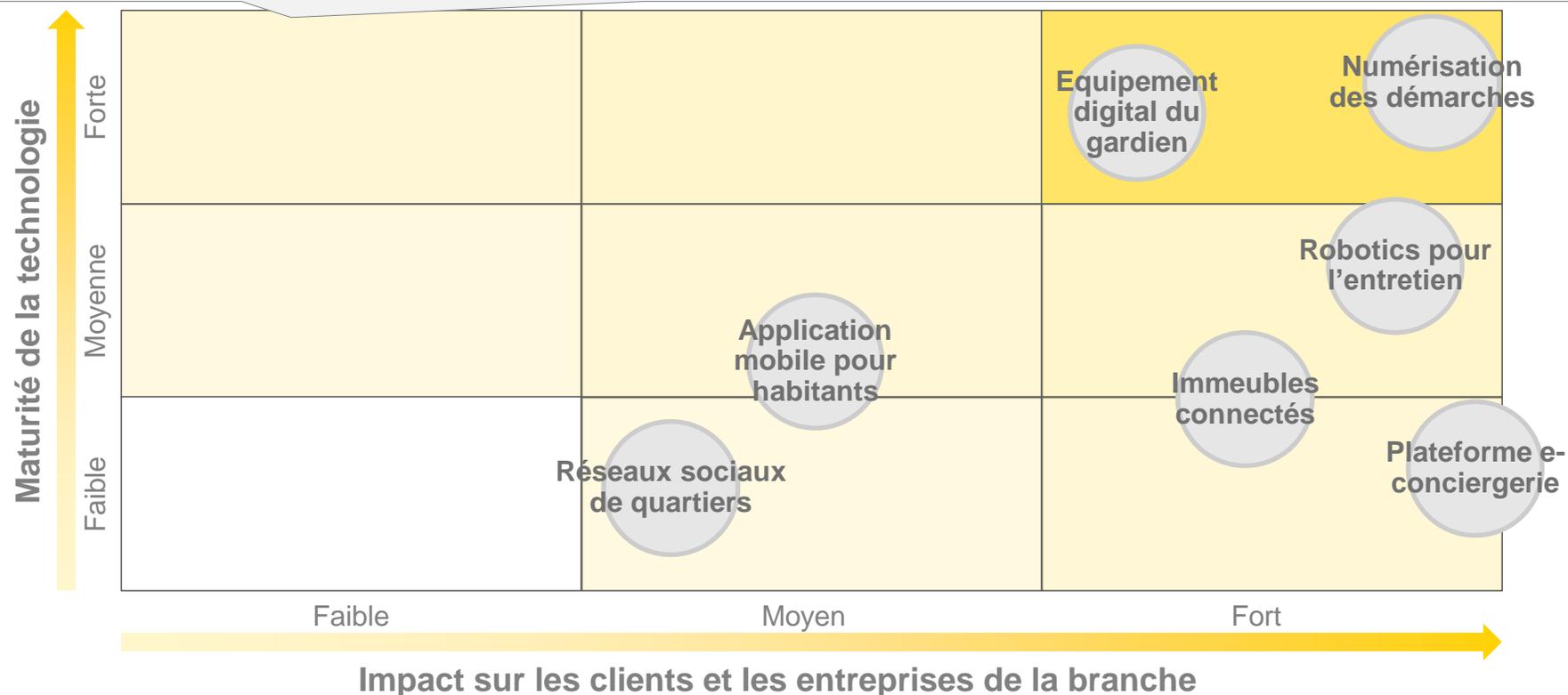
Sources : AGEFOS, Synthèse prospective formation-emploi : Gardiens, concierges et employés d'immeubles, Entretiens experts, Analyse EY

Gardiens, concierges et employés d'immeubles – Matrice de segmentation des impacts technologiques

La numérisation des interactions avec les prestataires et habitants apparaît comme le principal enjeu à court terme pour la branche

Matrice de segmentation des impacts technologiques

Les usages impactant les différents maillons de la chaîne de valeur peuvent être segmentés en fonction de leur maturité et de leur impact (impact sur les revenus & coûts)



Sources : AGEFOS, Synthèse prospective formation-emploi : Gardiens, concierges et employés d'immeubles, Entretiens experts, Analyse EY

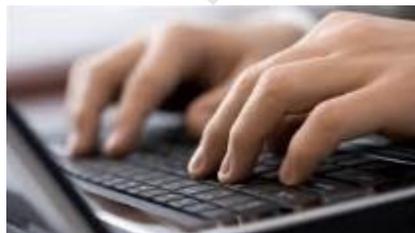
Paris Habitat rend plus mobiles ses gardiens d'immeuble en les équipant d'une tablette et d'applications permettant de digitaliser les interactions

Illustration

Avant



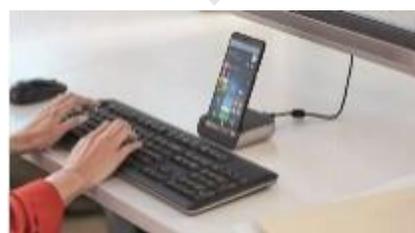
Prise de notes en mobilité puis retranscription en traitement en loge



Après



Tablette utilisable en mobilité permettant de saisir les informations en direct



Commentaire

- ▶ Auparavant, les **gardiens en déplacement** devaient toujours **prendre des notes** sur papier, puis **revenir dans leur loge** pour **saisir les données informatiquement**, afin de les faire remonter vers leurs destinataires
 - **Délai important** entre le constat d'une situation et sa résolution
- ▶ **La tablette permet de saisir et de partager en temps réel les informations**
- ▶ **La tablette embarque plusieurs applications permettant de simplifier les démarches** pour le gardien
 - CRM pour interagir avec les habitants et garder l'historique des échanges
 - Répertoire de l'ensemble des contacts Paris Habitat et prestataires

Gardiens, concierges et employés d'immeubles

Synthèse

Usages clés



- ▶ Numérisation des interactions (fournisseurs, prestataires & habitants)

Technologies clés



- ▶ Numérisation & Automatisation
- ▶ Cloud

Tendances clés



- ▶ Baisse du nombre de constructions prévoyant une loge de gardien
- ▶ Augmentation de la mobilité des gardiens (nouvelles tâches, gardiens partagés, etc.)

Enjeux clés



- ▶ Réduction de la pénibilité du travail
- ▶ Renforcement des activités de proximité

Chiffres clés

Chargés d'assurer la garde, la surveillance et l'entretien – ou une partie de ces fonctions seulement – des immeubles ou ensembles immobiliers et de leurs abords et dépendances



66 850 entreprises



90 100 emplois



95% de TPE

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Commerce

Services aux entreprises

Tourisme

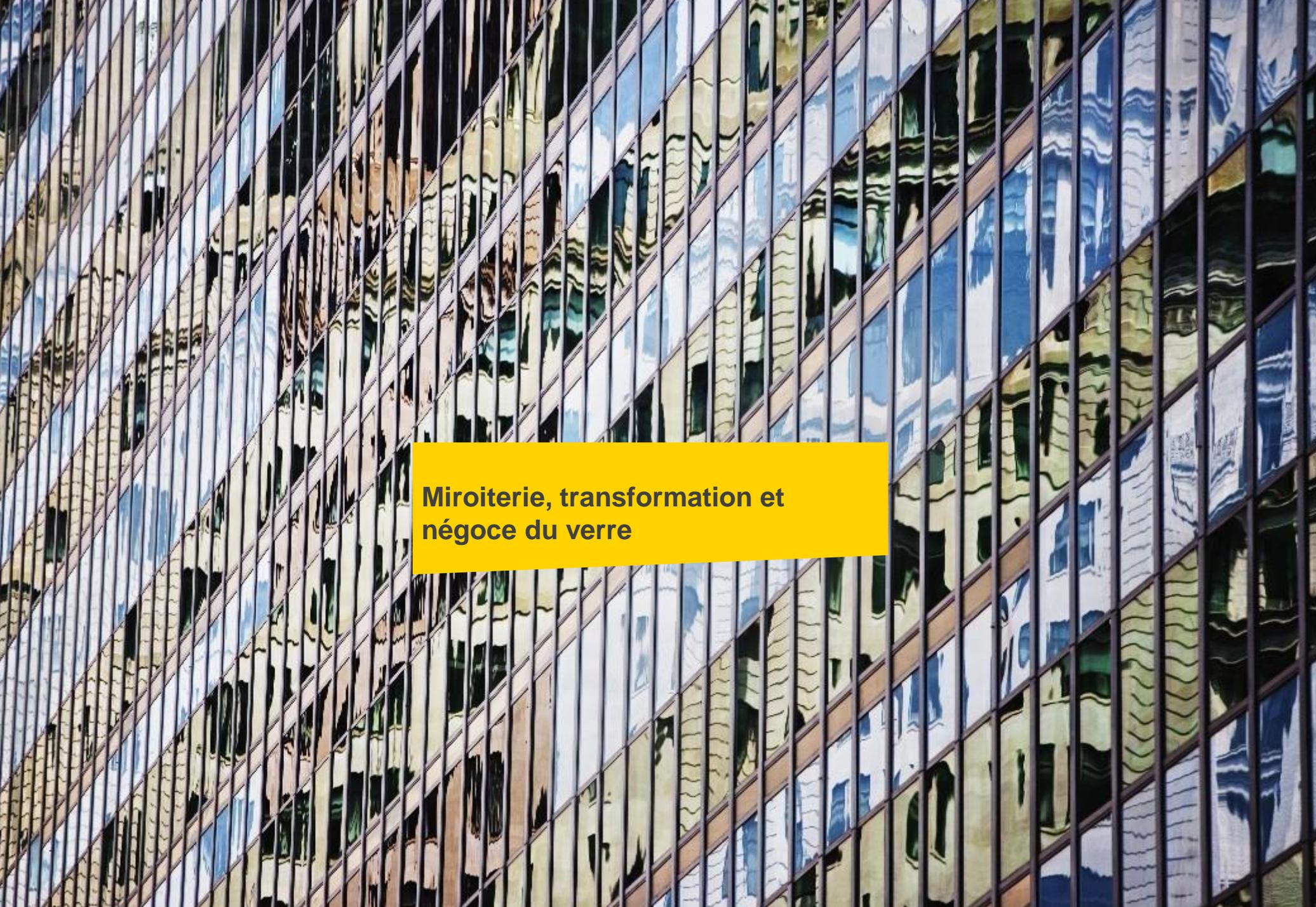
Immobilier

Industrie

Miroiterie, transformation et négoce du verre

Activités support

Annexes

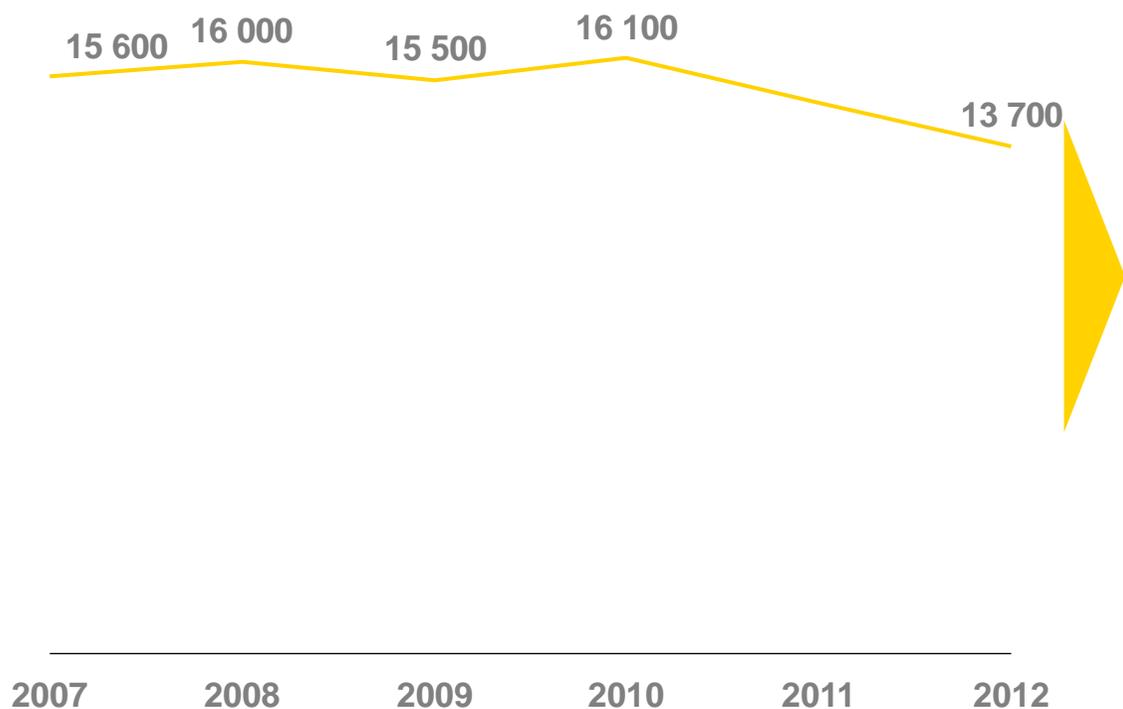


**Miroiterie, transformation et
négoce du verre**

Miroiterie, transformation et négoce du verre – Perspectives économiques & évolutions des usages

Le repli de l'activité entre 2007 et 2016 s'est accompagné d'une baisse des effectifs

Evolution du nombre de postes de la branche



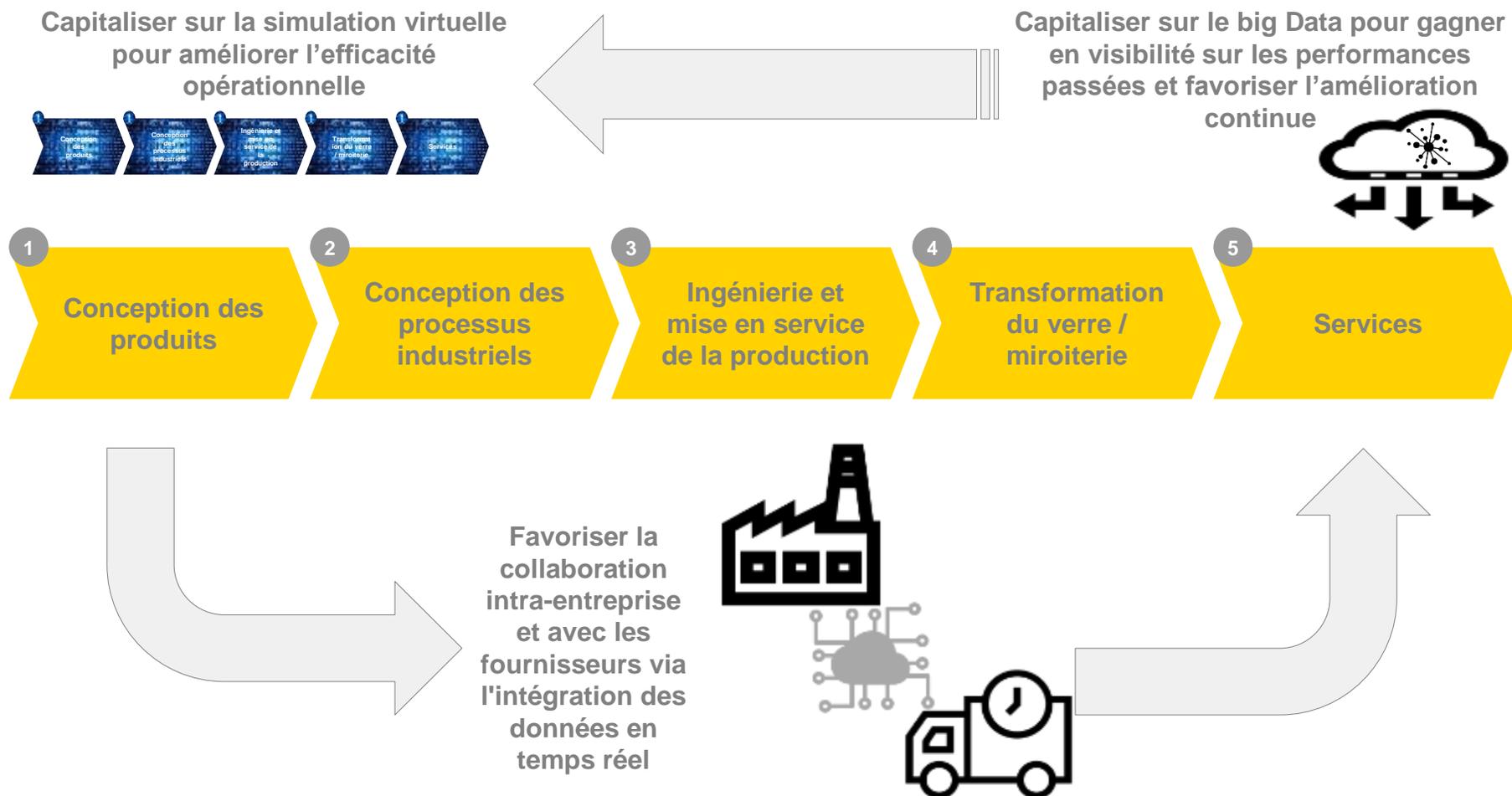
Présentation de l'activité de la branche

- ▶ La branche de la miroiterie, transformation et négoce du verre se décompose en 2 secteurs d'activité principaux
 - La transformation du verre
 - La pose de vitrage
- ▶ La profession comprend des entreprises réparties en deux grandes spécialités complémentaires
 - Les transformateurs négociants
 - Les entrepreneurs installateurs
- ▶ 4 principaux déterminants permettent d'expliquer les évolutions passées et futures du marché
 - La production du bâtiment
 - Le marché de la rénovation thermique
 - La production de meubles
 - La demande d'énergie photovoltaïque

Sources : AGEFOS PME, XERFI, Analyse EY

Miroiterie, transformation et négoce du verre – Perspectives économiques & évolutions des usages

Le terme « smart factories » recouvre un ensemble de solutions digitales permettant le progrès continu du processus productif



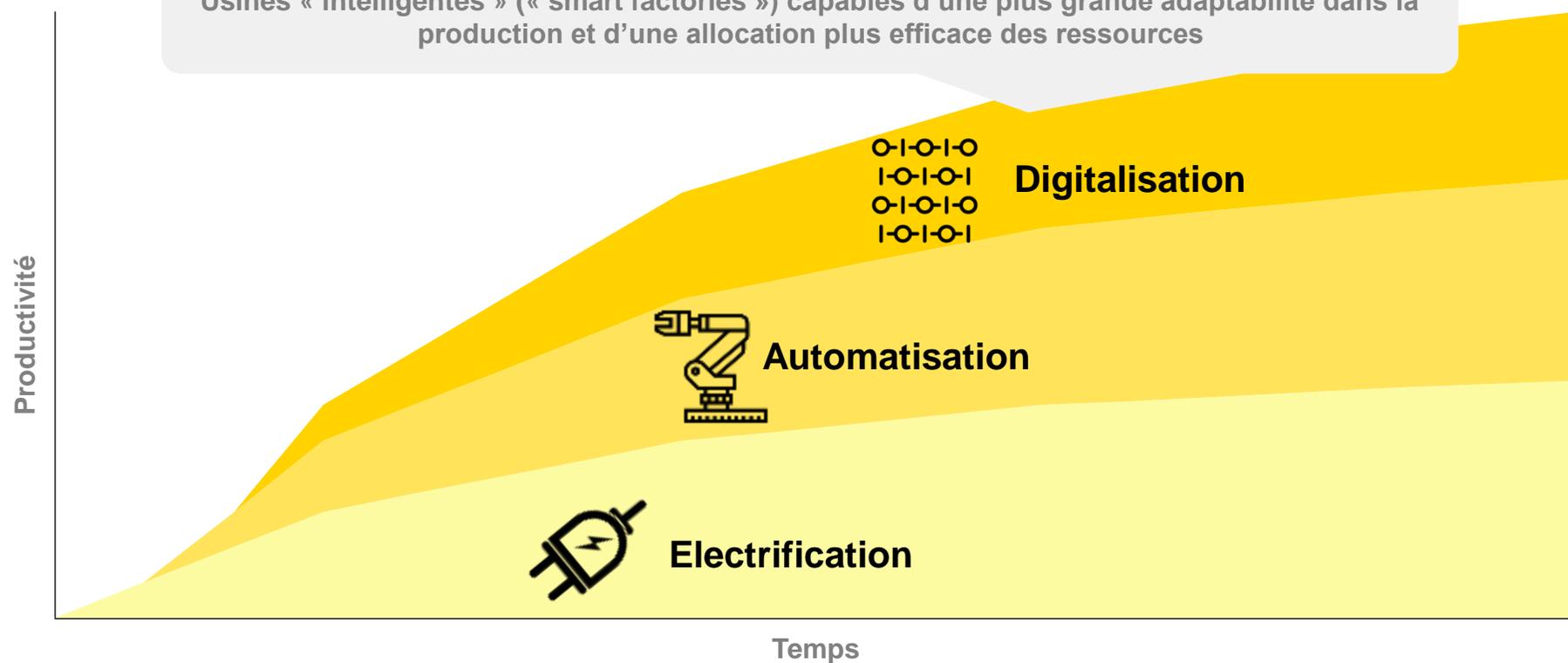
Sources : SIEMENS, Analyse EY

Miroiterie, transformation et négoce du verre – Perspectives économiques & évolutions des usages

La digitalisation de la transformation et du négoce du verre est en mesure d'améliorer la productivité dans la branche de la miroiterie

L'électrification, l'automatisation et la numérisation comme moteurs de la productivité

Usines « intelligentes » (« smart factories ») capables d'une plus grande adaptabilité dans la production et d'une allocation plus efficace des ressources

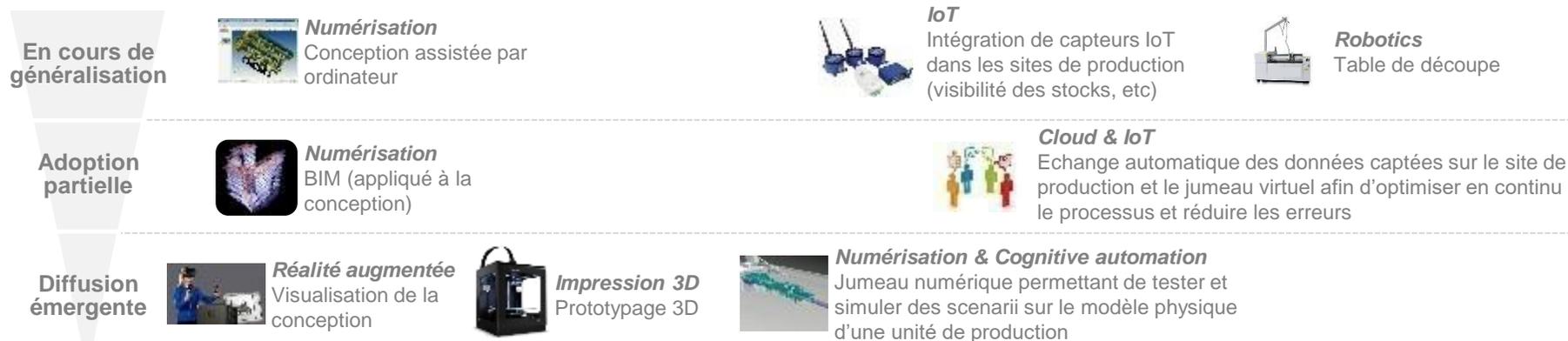


Miroiterie, transformation et négoce du verre – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (1/3)



Niveau d'adoption des technologies



Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Siemens, Analyse EY, Entretiens experts

Miroiterie, transformation et négoce du verre – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (2/3)



Niveau d'adoption des technologies

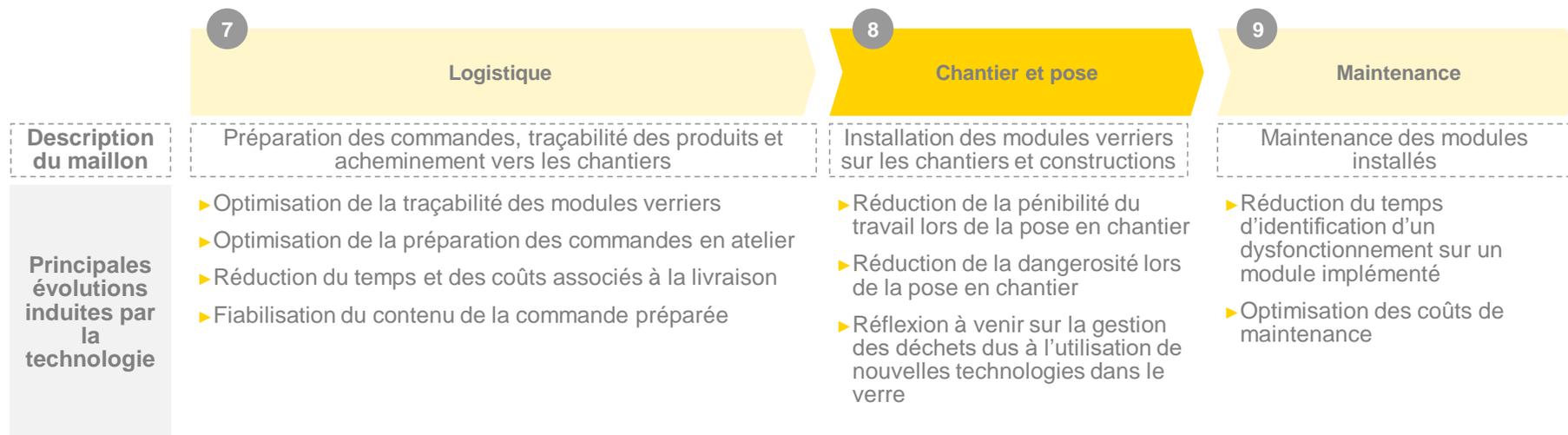


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Siemens, Analyse EY, Entretiens experts

Miroiterie, transformation et négoce du verre – Impact du numérique sur la chaîne de valeur

Ces volets digitaux sont susceptibles d'impacter les maillons de la chaîne de valeur du secteur de manière différenciée et à divers horizons temporels (3/3)



Niveau d'adoption des technologies

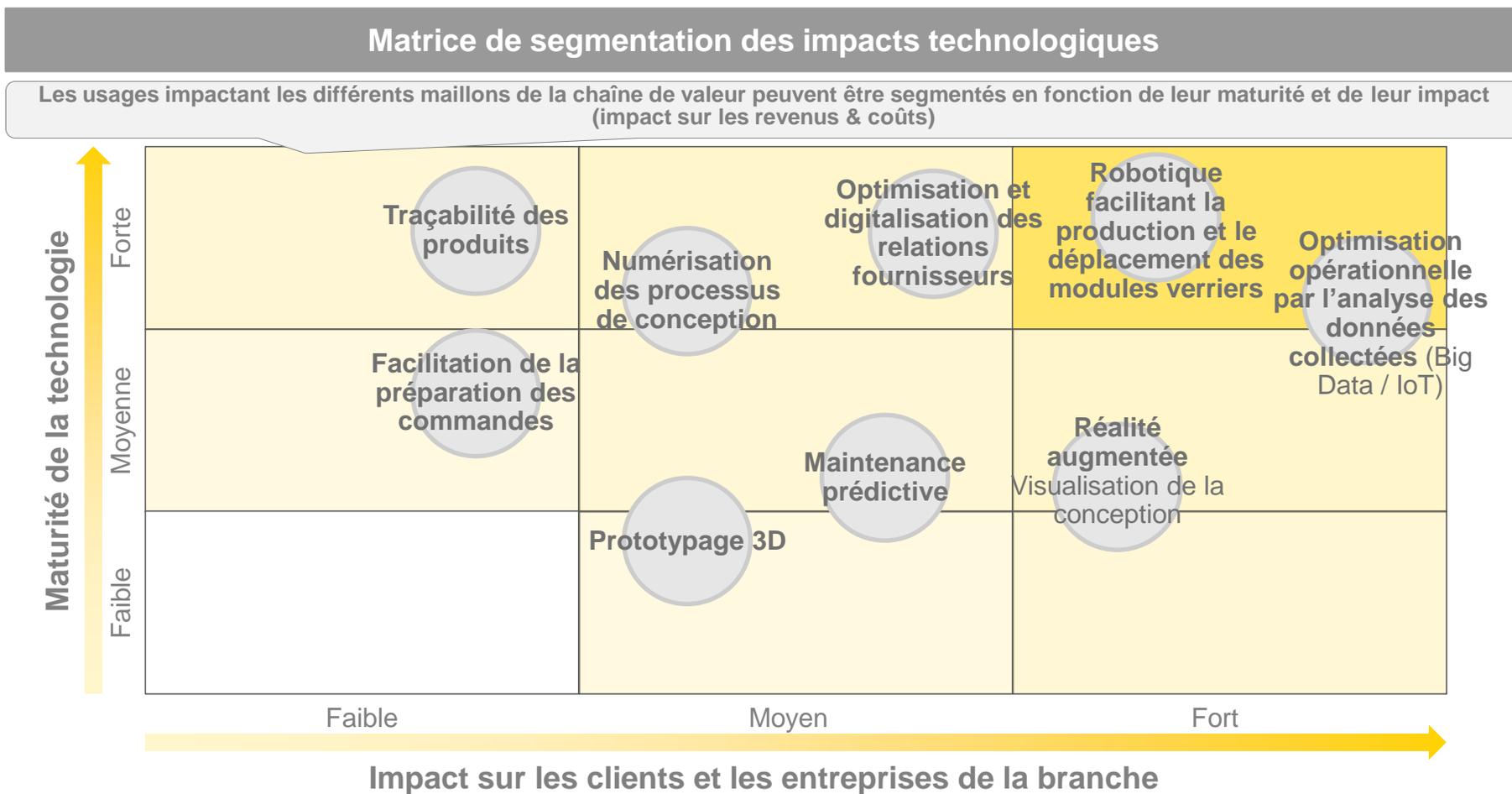


Légende: Impact du numérique fort Impact du numérique moyen Impact du numérique faible

Sources : Siemens, Analyse EY, Entretiens experts

Miroiterie, transformation et négoce du verre – Matrice de segmentation des impacts technologiques

La facilitation du déplacement des modules verriers, avec l'optimisation opérationnelle permise par le Big Data, constituent les enjeux clés de la branche



Sources : Siemens, Analyse EY, Entretiens experts

Miroiterie, transformation et négoce du verre

Synthèse

Usages clés



- ▶ **Optimisation opérationnelle par l'analyse des données collectées**
- ▶ **Robotique facilitant le déplacement des modules verriers** (en atelier et sur les chantiers)

Technologies clés



- ▶ **Big Data**
- ▶ **IoT**
- ▶ **Robotics**

Tendances clés



- ▶ **Nécessité de réduire la pénibilité et la dangerosité de la pose et de l'installation des modules verriers, particulièrement lourds**

Enjeux clés



- ▶ **Diminution de la pénibilité du travail**
- ▶ **Accroissement de la productivité (réactivité à la demande client)**

Chiffres clés

La branche de la miroiterie, transformation et négoce du verre regroupe l'ensemble des entreprises dont l'activité principale est l'application des techniques verrières relatives à la commercialisation et à la mise en œuvre du verre plat



630 entreprises



13 700 emplois



63% de TPE

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Assurance

Commerce

Services aux entreprises

Tourisme

Immobilier

Industrie

Activités support

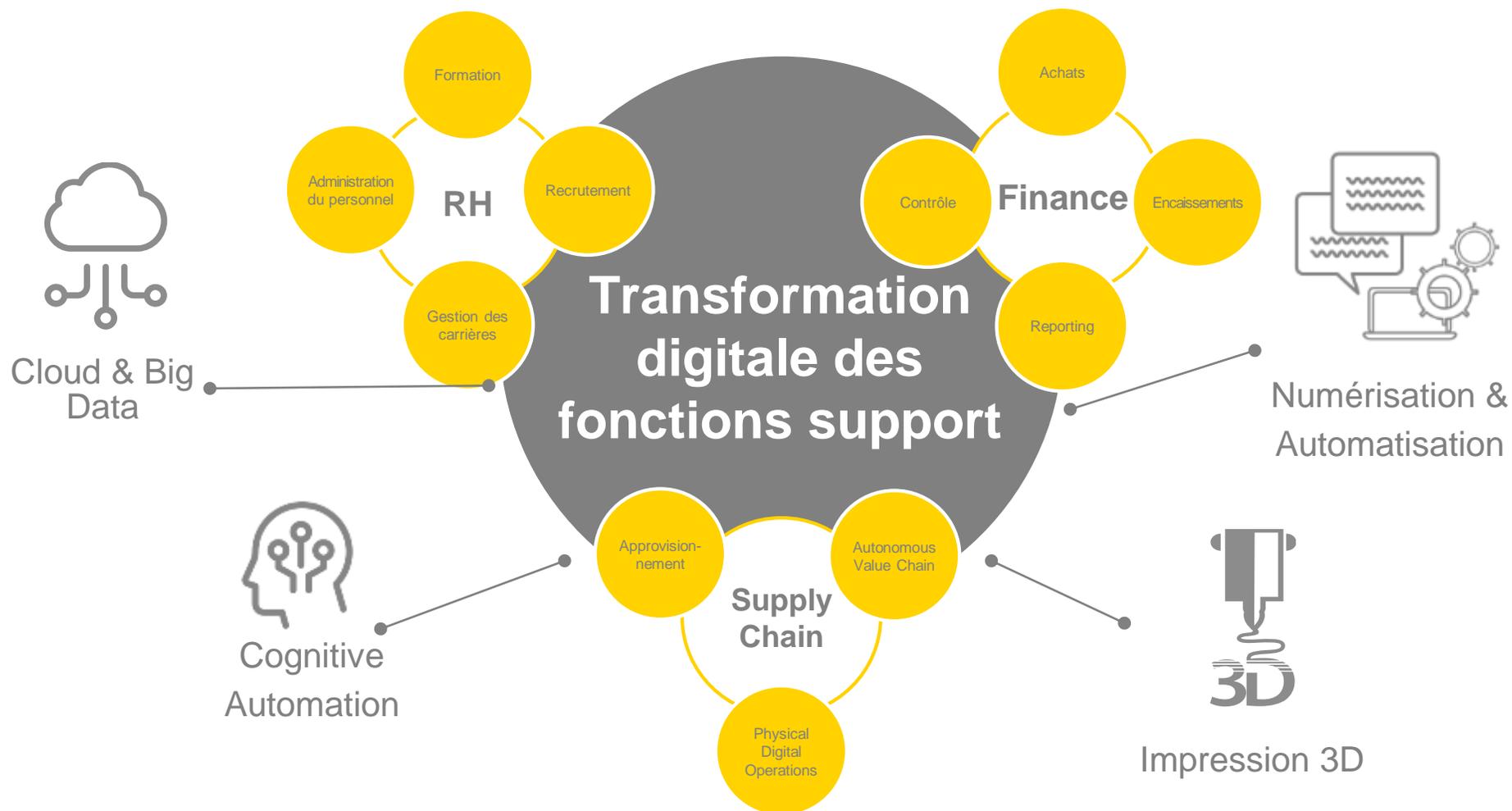
Fonctions « support »

Annexes

A woman with blonde hair, wearing a dark blazer over a light blue shirt and a dark skirt, stands in a modern meeting room. She is gesturing with her hands as if presenting. In the foreground, several people are seated around a white conference table, looking towards her. One woman on the right is using a laptop. The room has large glass windows and a whiteboard on the right side.

Fonctions « support »

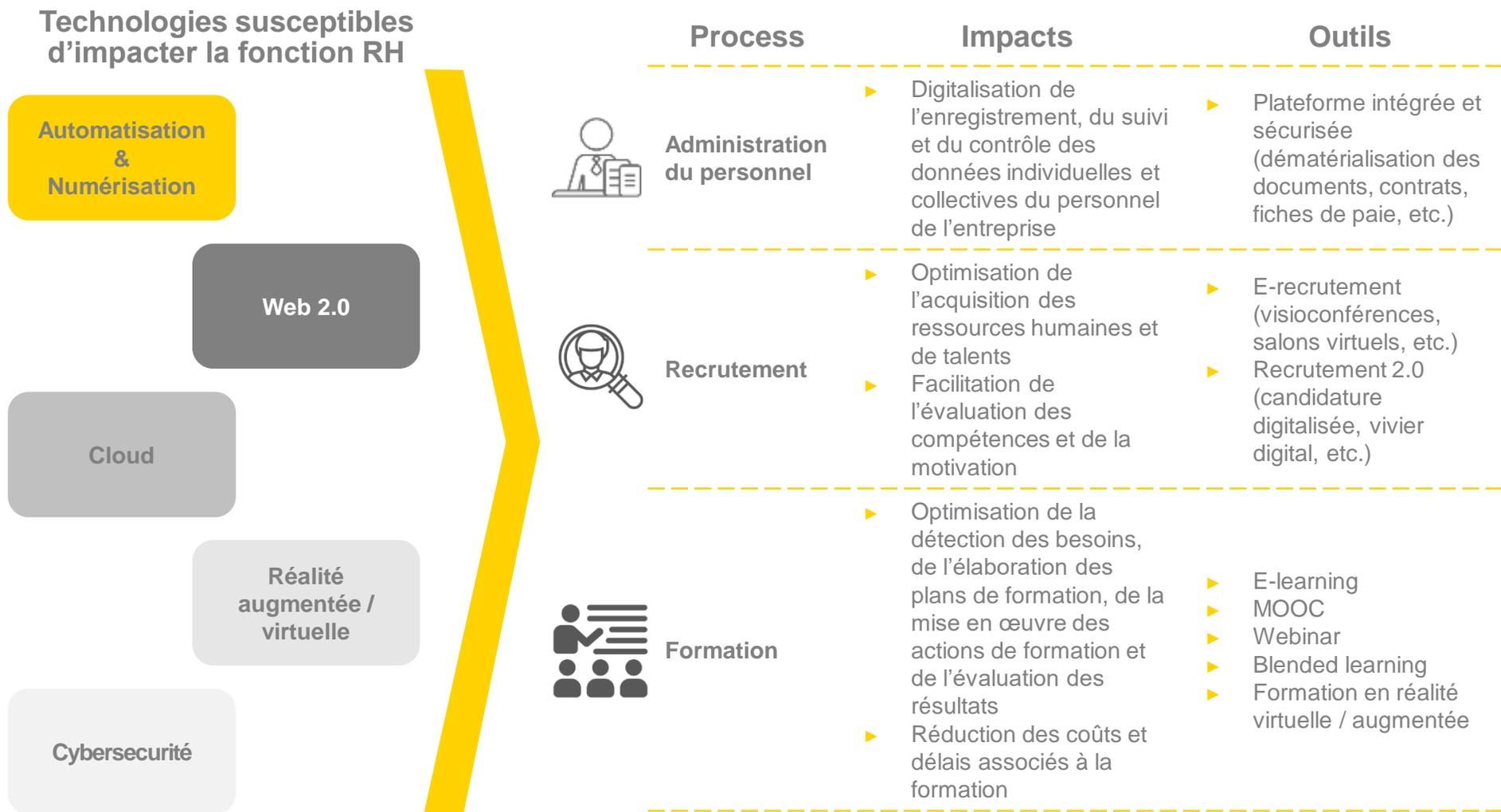
Les fonctions « supports » prennent également le virage de la digitalisation



L'ensemble des processus de la fonction Finance sont susceptibles d'être impactés par le digital



Plusieurs processus de la fonction RH sont susceptibles d'être impactés par le digital



Sources : Analyse EY

La transformation digitale laisse entrevoir une Supply Chain dynamique, collaborative voire, à terme, autonome

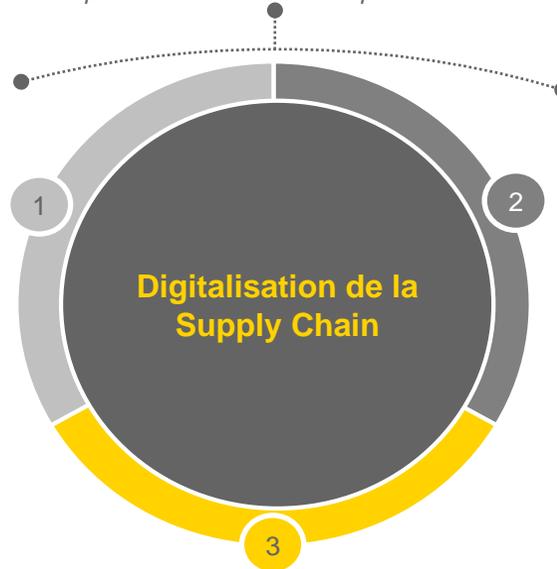
Gestion dynamique des relations fournisseurs

Données client / fournisseurs partagées automatiquement et mises à jour en temps réel



Commande automatique de pièces, d'équipements et de matière première

Enrichissement des données et analyses par le partage des données fournisseurs des sources externes pour éclairer et affiner les prises de décision



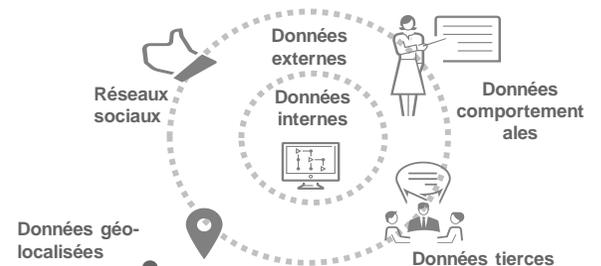
Excellence opérationnelle

Supply Chain connectée, données accessibles à tout moment sur tous les supports, données collectées par des capteurs IoT, etc.



Supply chain autonome

Supply Chain axée sur la demande, Synchronisation des réseaux d'approvisionnement & Automatisation



Les données générées par les actifs et les agents sont capturées et analysées pour générer des informations qualifiées permettant une prise de décision efficace en temps réel

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Annexes

Sources documentaires

Entretiens

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Annexes

Sources documentaires

Entretiens

Sources - Transversal

RAPPORTS INTERNES

- ▶ Digital playbook – EY – 2018
- ▶ Les tendances du digital en France – EY – 2016
- ▶ Fostering SMEs Growth through Digital Transformation – EY – 2015
- ▶ Cybersécurité : créer les conditions de la confiance dans le monde digital – EY – 2015
- ▶ Perspectives 2017 – AGEFOS PME / Ipsos – 2016

AUTRES RAPPORTS

- ▶ Digital economy compass – Statista – 2018
- ▶ Croissance connectée, les PME contre-attaquent – CNNum – 2017
- ▶ Digital transformation initiative – World economic forum / Accenture – 2017
- ▶ Accelerating the pace and impact of Digital Transformation – Harvard Business Review – 2016
- ▶ Ambition numérique, Pour une politique française et européenne de la transition numérique – CNNum - 2015
- ▶ PME et TPE. En route vers la digitalisation à 360° ? – CCI Paris Ile-de-France – 2015
- ▶ La transition numérique au cœur de la stratégie d'entreprise – The Family / Caisse des dépôts / La Poste – 2014
- ▶ La nouvelle grammaire du succès, La transformation numérique de l'économie française – Rapport au gouvernement - 2014

Sources - Transversal

ARTICLES

- ▶ Les robots à l'assaut des back-offices – Le nouvel économiste - 2018
- ▶ Le Robotics as a Service est-il l'avenir du robot ? – JDN – 2018
- ▶ Digital disruption is becoming mainstream – Consultancy.uk – 2018
- ▶ Pas de data, pas d'IA – Marketing – 2018
- ▶ Cybersécurité, ces start-up qui hackent le business – Business – 2018
- ▶ Les robots prennent timidement leurs marques dans les TPE – Les Echos – 2017
- ▶ Les entreprises passent aussi au mode collaboratif – Les Echos – 2017
- ▶ Travail et numérique, la fracture sociale – Le Monde – 2017

Sources - Assurance

RAPPORTS INTERNES

- ▶ Courtage d'assurances et/ou réassurances : Portrait statistique – AGEFOS PME – 2016
- ▶ Etude prospective sur le secteur du courtage d'assurances – AGEFOS PME – 2015

AUTRES RAPPORTS

- ▶ Les assureurs en France – XERFI – 2017
- ▶ Prévisions, le secteur de l'assurance – XERFI – 2017
- ▶ Le courtage d'assurance – XERFI - 2017

- ▶ Intelligence artificielle : les métiers de l'assurance face à une révolution annoncée – Alfa – 2017
- ▶ Intelligence artificielle : les métiers de l'assurance face à une révolution annoncée – Observatoire des métiers de l'assurance – 2017
- ▶ Innovation et transformation numérique de l'assurance – Pôle Finance Innovation – 2016
- ▶ Repensons l'assurance digitale – PAC CXP Group company – 2016
- ▶ La transition numérique de l'assurance – The Family / Caisse des dépôts / La Poste – 2015
- ▶ Les métiers de l'assurance à l'ère du numérique – Observatoire des métiers de l'assurance – 2014

ARTICLES

- ▶ Les assureurs misent leur avenir sur le numérique – IT-expert magazine – 2018
- ▶ Axa lance une assurance contre les retards d'avion avec la blockchain Ethereum – Usine digitale – 2018
- ▶ Retards d'avion : Axa lance une assurance automatique sur la Blockchain – La Tribune - 2018
- ▶ Shift technology chasse les fraudes à l'assurance – Usine digitale – 2018
- ▶ Shift Technology s'attaque à la fraude à l'assurance – Le comparateur assurance – 2018
- ▶ A Londres, la répression des fraudes utilise l'IA – CIO – 2018

Sources - Assurance

ARTICLES

- ▶ Quel potentiel pour les smart contracts ? – Mathias Avocats – 2018
- ▶ Les assureurs parient sur les objets connectés – Le Monde – 2018
- ▶ La Blockchain au-delà du Bitcoin : les Smart Contracts – Le Mag IT – 2018
- ▶ Assurance et objets connectés : les liaisons dangereuses – Usine digitale – 2018
- ▶ Les applications prometteuses des smart contracts – Blockchain France – 2018
- ▶ Les 3 visages d'un phénomène émergent – L'Argus de l'assurance – 2018
- ▶ Courtiers : la mise à niveau numérique devient indispensable – L'Argus de l'assurance – 2018
- ▶ Quelle place pour l'intermédiaire d'assurance dans la révolution numérique – AssurTech – 2018
- ▶ L'expertise en assurance construction se met aux nouvelles technologies – Le Moniteur – 2018
- ▶ La télé expertise ou expertise à distance – Le Lynx – 2018
- ▶ Un nouveau courtier 100% numérique voit le jour en Ontario – Journal de l'assurance (ca) – 2018
- ▶ Shift, une intelligence artificielle anti-fraude à l'assurance – Le Figaro – 2017
- ▶ Les « Smart contracts » dans la blockchain – Usine digitale – 2017
- ▶ La transformation digital du secteur de l'assurance est dans toutes les têtes – AssurTech - 2016
- ▶ Quel avenir pour les courtiers ? – Insurance Speaker – 2016
- ▶ The company launches in Italy its e-commerce website www.cardif.it and presents the European premiere of Habit@t, the first house insurance policy – BNP PARIBAS CARDIF – 2013

Sources - Commerce

RAPPORTS INTERNES

- ▶ La filière commerce au sein d'AGEFOS PME – AGEFOS PME – 2013

Chaussures : détaillants / Habillement et articles textiles : commerce de détail

- ▶ Branche professionnelle des détaillants en chaussure : Portrait statistique – AGEFOS PME – 2016
- ▶ Commerce de détail de l'Habillement et des articles textiles : Portrait statistique – AGEFOS PME – 2014
- ▶ Commerce de détail de l'habillement et des articles textiles : étude sur les métiers de la branche – AGEFOS PME – 2014

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique : commerce de détail

- ▶ Commerce de détail de papeterie, fournitures de bureau, de bureautique et informatique : Portrait statistique des entreprises et des salariés – AGEFOS PME – 2015
- ▶ Observatoire prospectif des métiers et des qualifications de la branche professionnelle du commerce de détail de papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique : Etude sur les métiers – Infraforces/AGEFOS PM - 2014

AUTRES RAPPORTS

- ▶ Le e-commerce grand public – XERFI – 2017
- ▶ New Supply Chain Technology, Best practises – University of Tennessee – 2017
- ▶ E-transformation du parcours client – MCI – 2016
- ▶ E-transformation du point de vente – MCI – 2015
- ▶ The smarter supply chain of the future – IBM – 2009

Sources - Commerce

Chaussures : détaillants / Habillement et articles textiles : commerce de détail

- ▶ La distribution de prêt à porter féminin – XERFI – 2018
- ▶ La distribution de chaussures – XERFI – 2017

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique : commerce de détail

- ▶ La vente à distance de matériels et équipements de bureau – XERFI – 2017
- ▶ La fabrication d'articles de papeterie – XERFI – 2017
- ▶ La distribution d'articles de papeterie et de fournitures de bureau – XERFI – 2016

Répartition pharmaceutique

- ▶ Les grossistes-répartiteurs en produits pharmaceutiques – XERFI – 2017
- ▶ Global pharmaceutical supply chain trends : The role of innovative technologies – Pharma's almanac – 2017
- ▶ L'essentiel 2017 – Chambre syndicale de la répartition pharmaceutique – 2017
- ▶ Digitalization and Big Data's impact on the Pharma Supply Chain – Pharma Logistics IQ – 2017
- ▶ Predictive Analytics, Big Data, and Abnormal Purchasing Patterns in the Pharmaceutical Supply Chain – Value Centric – 2015
- ▶ Key logistics trends in life sciences 2020+ - DHL – 2013
- ▶ The Supply Chain of the Future – LogiPharma -

Sources - Commerce

ARTICLES

- ▶ Ce que l'IA va changer dans mon entreprise...des process mieux ciblés – La Tribune – 2017
- ▶ Comment la centrale d'achat d'Auchan chasse les start-up – Les Echos – 2017

Chaussures : détaillants / Habillement et articles textiles : commerce de détail

- ▶ Le phygital, ou l'importance de trouver l'équilibre parfait entre physique et digital – Maddyness – 2018
- ▶ La check-list pour commencer à vendre en ligne en Europe – LSA – 2018
- ▶ Le phygital ou l'importance de trouver un équilibre parfait entre physique et numérique – Maddyness – 2018
- ▶ Hors-série Retail – LSA – Novembre 2017

Papeterie, fournitures de bureau, bureautique et informatique : commerce de détail

- ▶ Un marché tourné vers la modernité – Points de vente – 2017
- ▶ Après une rentrée scolaire chahutée, la papeterie scolaire reprend ses marques – LSA Commerce et consommation – 2017
- ▶ Fournitures scolaires : une rentrée 2016 sous le signe de la rupure – LSA Commerce et consommation – 2016
- ▶ Cru exceptionnel pour les fournitures scolaires – LSA Commerce et consommation – 2016
- ▶ La lettre de conjoncture du marché papetier – UFIPA – 2013/2015
- ▶ Office Stationery Market in Europe – Technavio – 2016/2020
- ▶ <http://retailnext.net/en/blog/brick-and-mortar-vs-online-retail>

Répartition pharmaceutique

- ▶ Vœux des entreprises du Médicament à la presse – Patrick Errard, LEEM – 2018
- ▶ Produits pharmaceutiques dans l'Union européenne : Le cadre légal des médicaments à usage humain – Parlement européen – 2015
- ▶ Digital, nouvelles réglementations, informations-produits : comment la santé réinvente sa chaîne de valeur : les impacts de la directive européenne relative aux médicaments falsifiés – The Global Language of Business – 2016

Sources - Immobilier

RAPPORTS INTERNES

- ▶ Anticiper, partager, recruter : l'immobilier de la ville face aux défis de l'innovation – Real Estate & Urban Employment Monitor – Fondation Palladio / Business Immo / EY – 2018
- ▶ Etude sur l'innovation dans la branche professionnelle de l'immobilier – AGEFOS PME / Cefi / EY – 2017
- ▶ Branche professionnelle des gardiens, concierges et employés d'immeuble : Portrait statistique des entreprises et des salariés – AGEFOS PME – 2015
- ▶ Branche professionnelle de l'immobilier : Portrait économique du secteur des activités immobilières – AGEFOS PME / Cefi – 2015
- ▶ Branche professionnelle des gardiens, concierges et employés d'immeubles : Prospective métier et piste d'action – AGEFOS PME – 2013
- ▶ Les métiers du secteur de l'immobilier – AGEFOS PME / Cefi / Promotion immobilière / Apec - 2013
- ▶ Rapport Final : Analyse des métiers de la branche (référentiels d'activité et de compétences, analyse du temps de travail) – BPI / AGEFOS PME / CEGI – 2010
- ▶ Gardiens, concierges et employés d'immeuble – DGEFP – 2005
- ▶ Gardiens (nes) Concierge Employés(ées) d'immeubles : Synthèse de l'étude sur les métiers de la branche – Observatoire prospectif des métiers et des qualifications

AUTRES RAPPORTS

- ▶ La révolution numérique et le marché du logement : nouveaux usages, nouveaux acteurs, nouveaux enjeux – Rapport à la ministre du Logement et de l'Habitat durable et au ministre de l'Economie et des Finances, Bernard Vorns – 2016
- ▶ Effets de la transition numérique sur le secteur du nettoyage en termes d'activités, métiers et compétences – Le Forem – 2016
- ▶ Portrait économique du secteur de l'immobilier, Les principales évolutions sur la période 1995-2012 et les principaux enjeux pour demain – CREDOC – 2013
- ▶ Mission d'étude sur l'évolution du métier de gardien d'immeubles et de l'organisation de la proximité dans les HLM – ALGOE / AORIF – 2013
- ▶ Propositions en vue de la revalorisation du métier de gardien d'immeuble – Rapport au ministre du logement et de la ville – 2008

Sources - Immobilier

ARTICLES

- ▶ Paris Habitat rend plus mobile ses gardiens d'immeuble – HP – 2017

Sources - Industrie

RAPPORTS INTERNES

- ▶ Industrie du futur : mettre en œuvre votre transformation aujourd'hui – EY – 2017
- ▶ Croire en l'industrie du futur (Livre blanc) – EY – 2017
- ▶ Branche professionnelle de la miroiterie, de la transformation et du négoce du verre : Portrait statistique des entreprises et des salariés – AGEFOS PME – 2015
- ▶ Branche professionnelle de la miroiterie, transformation et négoce du verre : Cartographie et fiches métiers – Observatoire prospectif des métiers et des qualifications – 2009

AUTRES RAPPORTS

- ▶ The advantages of digitalization for the glass industry – Pascal Huguet, Head of Glass Branch, Siemens France – 2017
- ▶ La fabrication et le travail de verre plat – XERFI – 2017
- ▶ Saint Gobain –XERFI - 2017

ARTICLES

- ▶ Préparer la quatrième révolution industrielle – Les échos – 2018

Sources – Services aux entreprises

RAPPORTS INTERNES

Experts-comptables et commissaires aux comptes

- ▶ Portrait social de la branche et quelques éléments pour la prospective sectorielle – OMECA – 2012
- ▶ Etude prospective de la branche professionnelle des Experts comptables et Commissaires aux comptes et élaboration d'un repertoire des métiers – OMECA / BPI – 2010

Prestataires de services secteur tertiaire

- ▶ Instantanéité, omnicanalité, conseiller augmenté : les centres de contact à l'heure du digital – SP2C / EY – 2018

AUTRES RAPPORTS

Experts-comptables et commissaires aux comptes

- ▶ L'expertise comptable et l'audit – XERFI – 2017
- ▶ L'Expert-Comptable et l'économie numérique –Philippe Arraou – 2016

Prestataires de services secteur tertiaire

- ▶ Four ways to improve Digital Customer Service – BCG – 2017
- ▶ Audit Data Analytics: Key Opportunities – CFRR (Centre for Financial Reporting Reform) – 2017
- ▶ How to success with Contact Center Analytics – Calabrio – 2017
- ▶ Quelles missions demain ? – Les Moulins – 2017
- ▶ La profession comptable va-t-elle se faire uberiser ? – Les Moulins – 2016
- ▶ Quand la relation client B2B se digitalise – Colorado Group – 2015
- ▶ Guide des métiers de la relation client – INRC – 2013
- ▶ Big Data in the Contact Center – Avaya – 2013
- ▶ En-contact.com

Sources – Services aux entreprises

ARTICLES

Experts-comptables et commissaires aux comptes

- ▶ La collecte de l'information chez l'expert-comptable à l'ère du numérique – Le Monde du Chiffre – 2018
- ▶ Faire connaître et packager l'offre de services de l'expert-comptable – compta-online.com – 2018
- ▶ Pourquoi les auditeurs et l'intelligence artificielle feront bon ménage – Les Echos Executives – 2018
- ▶ Les cabinets accélèrent leur transition numérique : de la théorie à la pratique – Revue La Profession Comptable n°416 – 2017
- ▶ Big bang numérique dans l'audit – L'AGEFI Hebdo – 2017
- ▶ Transformation digital de la fonction finance : l'heure est à la prise de conscience – Hors série Option Finance n°1440 – 2017
- ▶ La révolution bitcoin agite la planète finance – Le Monde – 2017
- ▶ De l'Expert-Comptable à l'Expert-Numérique – Ordre des experts-comptables Pays de Loire – 2017

Prestataires de services secteur tertiaire

- ▶ Le phygital, ou l'importance de trouver l'équilibre parfait entre physique et digital – Maddyness – 2018
- ▶ Entretien avec les spécialistes de Webhelp sur l'évolution du service client – ICT Journal – 2018
- ▶ La Fnac développe son rayon connecté – Le Journal des Objets Connectés – 2017
- ▶ Self-service, humain, chatbot, qui pour s'occuper du service client ? – ICT Journal – 2018
- ▶ Les écouteurs Pixel Buds peuvent traduire 40 langues quasiment en temps réel – Numerama – 2017
- ▶ DeepL, la pépite allemande de la traduction qui défie Google Translate – Usine Digitale – 2017
- ▶ Quand Pôle Emploi utilise la réalité virtuelle pour faire connaître les métiers de Carrefour – Usine Digitale – 2017
- ▶ Robo-advisors : les humains rêvent-ils de conseils électroniques ? – Option Finance n°1442 – 2017

Sources – Tourisme

RAPPORTS INTERNES

Ports de plaisance

- ▶ Branche professionnelle des ports de plaisance : Portrait des salariés – AGEFOS PME – 2016

Hôtellerie de plein Air

- ▶ L'hôtellerie en France, les grands défis du secteur vus par ses principaux acteurs – EY – 2014
- ▶ Rapport de branche : Portrait des entreprises et des salariés de la branche professionnelle de l'hôtellerie de plein air – AGEFOS PME - 2013

Tourisme : organismes

- ▶ Branche professionnelle des organismes de tourisme : Portrait statistique des entreprises et des salariés – AGEFOS PME – 2015
- ▶ Guide pratique d'utilisation du référentiel [Activités-Responsabilités] et du référentiel [Emplois-Fonctions] – Observatoire Prospectif des Métiers et des Qualifications des Organismes de Tourisme / Orizon / AGEFOS PME – 2010
- ▶ Cartes emploi-fonction - Observatoire Prospectif des Métiers et des Qualifications des Organismes de Tourisme Carte Emploi-Fonction – Observatoire Prospectif des Métiers et des Qualifications des Organismes de Tourisme / Orizon / AGEFOS PME – 2010

AUTRES RAPPORTS

- ▶ Mémento du tourisme – Direction Générale des Entreprises – 2017
- ▶ L'innovation dans le tourisme : diagnostic et perspectives – Direction Générale des Entreprises – 2016
- ▶ La Tourisme à Paris Île-de-France : Chiffres clés – 2017
- ▶ Rapport d'information sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français – Mission d'information présidée par M. le député Daniel Fasquelle - 2015
- ▶ L'impact du numérique sur le secteur touristique français - Résumé du rapport d'information déposé par la Commission des affaires économiques enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 10 février 2015
- ▶ <http://www.datatourisme.fr/>

Sources – Tourisme

Ports de plaisance

- ▶ La plaisance en chiffres – Ministère de la transition écologique et solidaire – 2017
- ▶ Les nouvelles pratiques de la plaisance : guide à l'usage des gestionnaires de ports – Fédération française des ports de plaisance – 2017
- ▶ La plaisance collaborative : état des lieux et enjeux pour les gestionnaires de port – Association des ports de plaisance de Bretagne – 2017
- ▶ Le numérique dans les ports de plaisance – CCI Nantes St-Nazaire

Hôtellerie de plein Air

- ▶ Réservations internet pour la saison 2018 – Sequoia Soft / Thelis – 2018
- ▶ Hospitality in the Digital Era – Cognizant – 2017
- ▶ L'hôtellerie de plein air : un succès populaire, un avenir en question – FNHPA – 2016
- ▶ Etude Tripadvisor – 2014
- ▶ Etude Euromonitor – 2012

Tourisme : organismes

- ▶ Intégrer le numérique dans les stratégies touristiques – Territoires Conseils / Caisse des Dépôts – 2017
- ▶ Repères 2017 de l'activité touristique – Paris Région – Comité Régional du Tourisme – 2017
- ▶ Financement de l'investissement touristique – Région Auvergne – Rhône Alpes – 2016
- ▶ Projets numériques et regroupement, Repenser collectivement les opportunités de mutualisation – Mission des offices de tourisme et pays touristique Aquitaine Poitou-Charentes – 2016
- ▶ Bienvenue en Île-de-France : mythe ou réalité ? – CESER / Région Île-de-France – 2016
- ▶ Offices de tourisme : Quelle place demain pour les offices de tourisme ? Quelle stratégie adopter pour faire face aux enjeux futurs ? – Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne – 2014
- ▶ Atout France au service des porteurs de projets de l'investissement et de l'emploi – Atout France

Sources – Tourisme

ARTICLES

Hôtellerie de plein Air

- ▶ Le leader européen des campings repart à l'offensive sur le marché français – Les échos – 2018
- ▶ L'hôtellerie de plain air plait toujours et performe mieux que les autres acteurs de l'industrie touristique française – FNHPA – 2017

Tourisme : organismes

- ▶ Crowdfunding : TravelStarter, une nouvelle plateforme de financement des projets touristiques – La TravelTech – 2018

Sommaire

Contexte & Méthodologie

Fiches de synthèse des impacts par branche

Annexes

Glossaire

Sources documentaires

Entretiens

Entretiens

ASSURANCES		
Courtage : assurance	Emilie Amissé	CSCA
Courtage : assurance	Laïla Kash	Mercer SA
Courtage : assurance	Vincent Maisonneuve	Assur&Sens
Expertise : évaluations industrielle et commerciale	Jean-François Carette	Polyexpert
Expertise : évaluations industrielle et commerciale	Alain Guede	FSE - Secrétaire de la commission digitale
Expertise : évaluations industrielle et commerciale	Gérard Lambert	CPNE – SPP (branche SEE)
Expertise : évaluations industrielle et commerciale	Arielle Rousselle	Fédération des sociétés d'expertise (FSE)

Entretiens

COMMERCE		
Habillement et articles textiles : commerces de détail	Patricia Bigot	Indépendante - CPNEFP - SPP
Habillement et articles textiles : commerces de détail	Claire Verhaeghe	FNH
Répartition pharmaceutique	Maxime Leneyle	CSRP
Répartition pharmaceutique	Philippe Pannier	FO
Répartition pharmaceutique	Laetitia Vinot	CSRP

Entretiens

IMMOBILIER		
Gardiens, concierges et employés d'immeubles	Alain Cherif	UNPI
Gardiens, concierges et employés d'immeubles	Kumba Duvillier	CFDT

Entretiens

INDUSTRIE		
Miroiterie	Olga Dluzniewski	Saint Gobain - FFPV
Miroiterie	Dominique Genin	Saint Gobain
Miroiterie	Gaetan Griffon	CGT

Entretiens

SERVICES AUX ENTREPRISES		
Experts-comptables et commissaires aux comptes	Corinne Barrez	Cabinet Alardin
Experts comptables et commissaires aux comptes	Dominique Hubert	Fiteco
Experts comptables et commissaires aux comptes	Alexandre Picaud	CFTC
Prestataires de service secteur tertiaire	Lucile Achard	PM-int
Prestataires de service secteur tertiaire	Caroline Adam	SP2C
Prestataires de service secteur tertiaire	Frédérique Balavoine	AFPA
Prestataires de service secteur tertiaire	Patrick Berger	SNPA
Prestataires de service secteur tertiaire	Sébastien Bouchindhomme	FIGEC
Prestataires de service secteur tertiaire	Muriel Capitaine	SIST
Prestataires de service secteur tertiaire	Jerôme Charbonnier	SYNAPHE
Prestataires de service secteur tertiaire	Denis Fages	Video telling
Prestataires de service secteur tertiaire	Mathieu Jouglu	Webhelp

Entretiens

SERVICES AUX ENTREPRISES		
Prestataires de service secteur tertiaire	Mélody Le Barbenchon	Webhelp
Prestataires de service secteur tertiaire	Yan Leblanc	B2S
Prestataires de service secteur tertiaire	Noël Lechat	CGT
Prestataires de service secteur tertiaire	Annick Mutuel	Sam & Partners
Prestataires de service secteur tertiaire	Sébastien Nicolas	B2S
Prestataires de service secteur tertiaire	Nicolas Petit	SIST
Prestataires de service secteur tertiaire	Annabelle Roger	SORAP
Prestataires de service secteur tertiaire	Houria Touhami	SNPA

Entretiens

TOURISME		
Hôtellerie de plein air	Magali Chaumont	FNPA
Hôtellerie de plein air	Nicolas Houe	Cap Fun
Ports de plaisance	Michel Cavailles	Port Camargue - FFPP
Tourisme : organismes	Véronique Brizon	Tourisme et territoires
Tourisme : organismes	Mathieu Daubon	Offices de tourisme de France
Tourisme : organismes	Christelle Tallardat	ADT Aube

EXPERTS EY
1 Expert par secteur : <ul style="list-style-type: none">- Assurance- Commerce- Immobilier- Industrie- Service aux entreprises- Tourisme