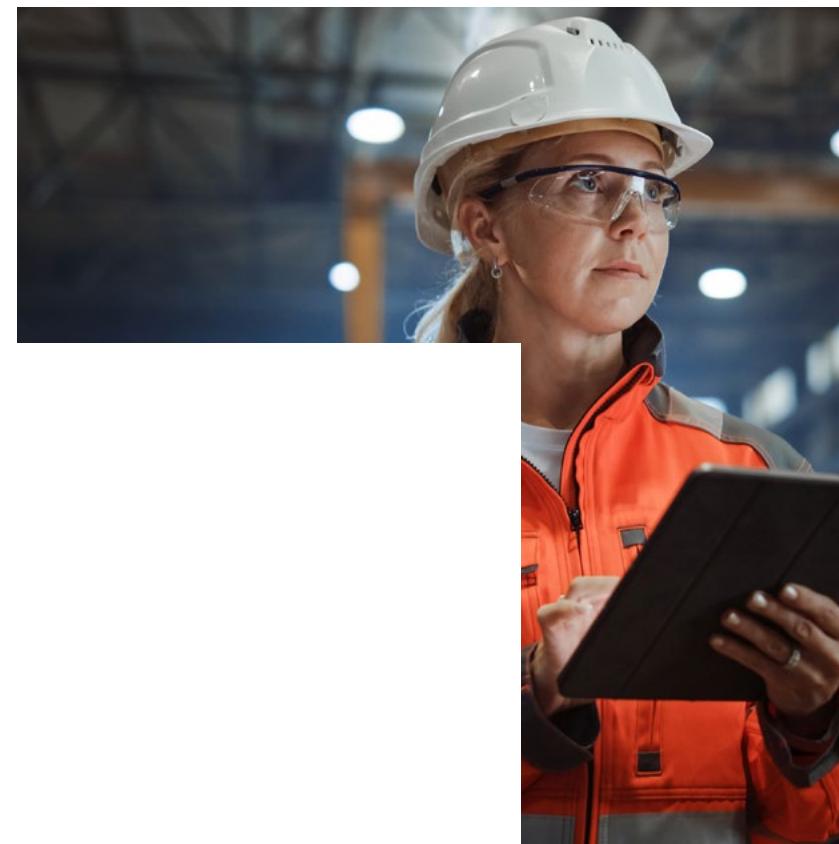


# Secteur manufacturier

Pour de nombreux secteurs d'activité, la pandémie a permis d'accélérer les progrès en s'appuyant sur des stratégies de numérisation fructueuses. Le secteur manufacturier n'a pas suivi le pas, alors que seulement 15 % des dirigeants disent parvenir à produire des résultats. Toutefois, la transformation numérique demeure une priorité absolue alors que les pressions des consommateurs augmentent.

Lisez la suite pour en savoir plus sur les principales tendances et priorités des dirigeants du secteur manufacturier. Vous trouverez également des recommandations quant aux principales actions qu'ils peuvent adopter dès maintenant pour accélérer leur virage numérique.



# Accélérer la numérisation pour se réinventer et préparer l'avenir

Les entreprises manufacturières ont connu une année difficile, mais elles continuent de miser sur un avenir numérique.

Les stratégies de numérisation mises en place progressent lentement, et les fabricants ont ressenti une pression croissante de leur clientèle en raison des impacts de la pandémie sur leurs modèles d'affaires. Alors que l'optimisation des activités pour réduire les coûts demeure une priorité, mettre l'accent sur la transformation numérique pour répondre aux attentes des clients et collaborer au-delà des cloisonnements traditionnels en vue d'assurer la croissance, accélérerait leur processus de numérisation.

De plus en plus de hauts dirigeants reconnaissent les avantages de prioriser la modernisation des TI, le déploiement de l'informatique en nuage et la sécurité des technologies de l'information (TI) et des technologies opérationnelles (TO). Ils considèrent également le développement durable comme essentiel à la création de valeur future.

Chaque année, nous rencontrons des leaders d'entreprises clientes du monde entier pour connaître leur point de vue sur les tendances qui ont une incidence sur leur organisation et leur secteur d'activité. Grâce à La voix de nos clients CGI, nous analysons ces résultats pour fournir des perspectives exploitables par secteur d'activité afin de comparer les meilleures pratiques, y compris les attributs des leaders du numérique. Ce rapport résume les tendances et les priorités qui se sont dégagées de nos conversations dans le cadre de La voix de nos clients 2021 avec 171 hauts dirigeants du secteur manufacturier, ainsi que des recommandations à l'intention des fabricants pour accélérer leur virage numérique.

## À propos des perspectives

En 2021, nous avons rencontré 1 695 dirigeants des fonctions d'affaires et informatiques (TI). Ce résumé présente des exemples de perspectives, recueillies auprès de 171 dirigeants du secteur manufacturier.

### Données démographiques issues des entrevues

<b>32 %</b> leaders affaires	<b>68 %</b> leaders TI
<b>54 %</b> direction	<b>46 %</b> opérations

Au cours des six dernières années, dans le cadre de La voix de nos clients CGI, nous avons mené 7 470 conversations avec des clients et recueilli un million de données au sein des secteurs et des marchés géographiques où nous exerçons nos activités. Nos données de référence anonymes reflètent les perspectives de 5 500 organisations clientes situées dans des pays représentant 68 % des dépenses mondiales en TI, tous secteurs d'activité confondus.

# Principales tendances et priorités

Les principales tendances et priorités du secteur manufacturier sont les mêmes qu'en 2020. La transformation numérique, l'optimisation des opérations et la numérisation des processus demeurent les principaux domaines d'intérêt. Toutefois, l'importance accordée à l'expérience client augmente, tout comme la nécessité de protéger l'usine et l'atelier.

---

## Principales tendances

- 1 Transformation pour devenir des organisations numériques
- 2 Numérisation pour l'intégration de données
- 3 Protection grâce à la cybersécurité

---

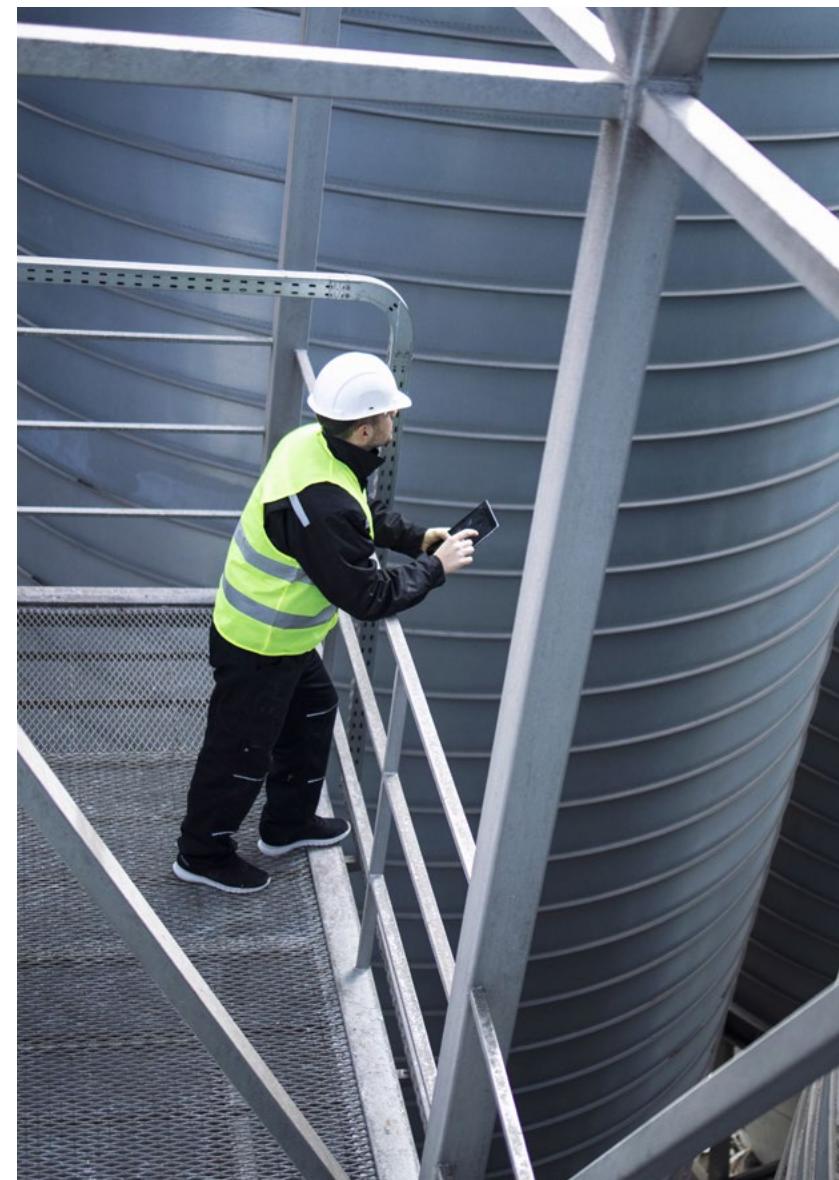
## Principales priorités d'entreprise

- 1 Optimisation des activités
- 2 Amélioration de l'expérience client
- 3 Collaboration au-delà des cloisonnements traditionnels

---

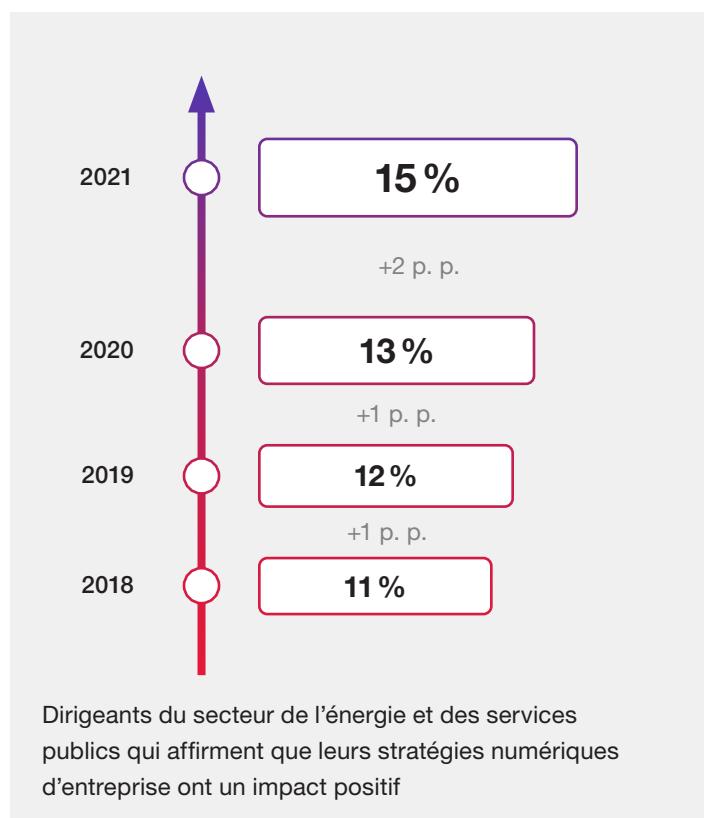
## Principales priorités en TI

- 1 Numérisation des processus et intégration des systèmes
- 2 Modernisation des TI des applications
- 3 Protection grâce à la cybersécurité



# Principales perspectives pour le secteur manufacturier

La transformation numérique pour répondre aux attentes des clients demeure la principale tendance, et les dirigeants rapportent une pression croissante des consommateurs sur leurs stratégies numériques. La cybersécurité gagne en importance et le développement durable est au cœur de la création de valeur. Les contraintes budgétaires et les processus internes apparaissent comme les principaux défis à relever.



1

## Les résultats qui découlent de la transformation numérique tardent à venir.

Seulement 15 % des hauts dirigeants disent produire des résultats grâce à leurs stratégies numériques, comparativement à 13 % l'an dernier et 11 % en 2018. Le secteur manufacturier se classe au plus bas rang parmi les secteurs d'activité de cette catégorie, tout comme le secteur gouvernemental (15 %).

2

## La pression qu'exercent les consommateurs sur les stratégies numériques augmente.

54 % des hauts dirigeants affirment que les pressions externes exercées par les consommateurs ont eu une forte incidence sur leur approche de numérisation. Cela représente une hausse importante par rapport aux 40 % de 2020, après plus d'un an d'impacts causés par la pandémie. À l'inverse, la pression ressentie par les nouveaux concurrents non traditionnels est tombée à 27 % par rapport à 37 % l'an dernier.

3

## Les contraintes budgétaires et les processus internes émergent comme les principaux défis à relever.

Pour la première fois, les hauts dirigeants affirment que les contraintes budgétaires et les processus internes ont la plus grande incidence sur la réalisation de leurs priorités d'entreprise. Cet impact a considérablement augmenté depuis le début de la pandémie. Les défis liés au changement culturel, au manque de collaboration entre les cloisonnements et aux contraintes des systèmes existants, continuent de nuire aux progrès de ces entreprises.

4

**Les chaînes d'approvisionnement TI existantes sont complexes et pas suffisamment agiles.**

39 % des hauts dirigeants estiment que la complexité de leur chaîne d'approvisionnement pose un défi à la mise en œuvre de leurs priorités en TI. De plus, seulement 19 % considèrent l'agilité de la chaîne d'approvisionnement TI de leur organisation comme étant très élevée. Il s'agit de l'un des taux les plus faibles par rapport à tous les autres secteurs d'activité.

5

**Les fabricants prévoient un plus grand recours aux services en mode délégué.**

27 % des hauts dirigeants disent avoir l'intention de faire appel à des services applicatifs de TI en mode délégué d'ici trois ans, contre 13 % maintenant.

6

**Les fabricants se soucient du développement durable.**

71 % des hauts dirigeants considèrent que la durabilité environnementale est essentielle à la capacité de leur organisation à continuer de créer de la valeur pour les clients, comparativement à 51 % pour l'ensemble des secteurs d'activité. Ce point de vue trouve un écho plus marqué chez les dirigeants européens (73 %) que chez leurs homologues nord-américains (58 %), et chez les dirigeants du secteur des ressources naturelles (87 %) que ceux des secteurs commercial et industriel (67 %).

7

**Les données et l'analyse prédictive demeurent le principal investissement en innovation.**

Comme en 2020, les hauts dirigeants classent les données et l'analyse prédictive comme leur principal domaine d'investissement en innovation cette année. Les dirigeants des fonctions d'affaires accordent davantage d'importance aux données et à l'analyse prédictive que leurs homologues des TI.





8

**La cybersécurité est une priorité absolue, tandis que la formation et la sensibilisation des employés sont essentielles au succès.**

Cette année, la sécurité des TI et des TO est l'une des principales tendances en matière de dépenses informatiques pour 90 % des hauts dirigeants du secteur manufacturier. De plus, 79 % des répondants estiment que la formation et la sensibilisation des employés sont des éléments fondamentaux de la cybersécurité, suivis de près par les programmes qui visent à tester les capacités d'intervention organisationnelle.

9

**L'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) et de l'automatisation s'intensifie.**

74 % des hauts dirigeants affirment que l'utilisation des technologies avancées d'intelligence artificielle est la principale tendance en matière de dépenses ayant une incidence sur les budgets TI cette année. En ce qui concerne les progrès, les mises en œuvre de l'automatisation robotique des processus, en particulier, sont passées de 29 % à 36 % en 2020.

10

**Il y a davantage de modernisation des applications et de migration vers le nuage.**

62 % des hauts dirigeants disent qu'ils prévoient de moderniser au moins 21 % du portefeuille d'applications de leur organisation au cours des deux prochaines années, tandis que 59 % prévoient de migrer au moins 21 % de leurs applications vers le nuage.

11

**La fabrication numérique et l'intégration dans les réseaux internes et externes constituent les principales initiatives de numérisation.**

La transformation numérique étant une priorité, les principales initiatives comprennent la mise en œuvre de la fabrication numérique (p. ex. des usines intelligentes) et l'intégration dans les réseaux internes et externes pour assurer la continuité numérique de bout en bout.

# Leaders du numérique au sein du secteur manufacturier

Les hauts dirigeants du secteur manufacturier indiquent que les stratégies de numérisation progressent lentement et que 15 % d'entre eux obtiendront de meilleurs résultats en 2021. Certains attributs communs émergent en examinant les perspectives de ces leaders du numérique. Le tableau suivant compare leurs réponses à celles des dirigeants dont les organisations sont actuellement en train d'élaborer ou de lancer des stratégies numériques.

Attributs communs des leaders du numérique	Dirigeants obtenant des résultats de leurs stratégies numériques	Dirigeants élaborant ou lançant des stratégies numériques
Sont plus à même de lancer des innovations pragmatiques	<b>38 %</b>	24 %
Modernisent davantage leurs applications	<b>35 %</b>	28 %
Migrent davantage de solutions vers le nuage	<b>27 %</b>	18 %
Ont davantage recours aux services en mode délégué et aux partenaires	<b>84 %</b>	74 %

Les leaders du numérique estiment que les pressions externes ont une plus grande incidence\* sur leur approche de numérisation, particulièrement celles des consommateurs (+14 %).

Ils considèrent également le manque de talents comme le principal frein à l'atteinte des priorités d'entreprise. Fait significatif, cette contrainte ne figure pas parmi les cinq principales priorités des dirigeants du secteur manufacturier dans son ensemble.

\* 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10, où 10 est la cote la plus élevée

# 5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

**1 Poursuivre le virage numérique** afin d'offrir des services plus autonomes et connectés, de meilleure qualité et plus rapidement mis sur le marché. Traditionnellement, les fabricants ont été plus lents à tirer parti des canaux numériques que d'autres secteurs d'activité comme les banques de détail. Toutefois, après la pandémie, l'investissement numérique doit demeurer une priorité absolue pour améliorer l'agilité et la résilience, d'autant plus que la pression des clients ne cesse d'augmenter.

**2 Investir dans les données exploitables** afin d'obtenir le meilleur rendement du capital investi et de tirer le maximum d'avantages de la chaîne de valeur de bout en bout. Chaque virage numérique nécessite également une transformation des données. Toutefois, le simple fait d'avoir accès à des données ne suffira pas; l'accès à des données de qualité est le principal facteur de différenciation. Pour ce faire, il faut établir une stratégie claire pour gérer la façon et l'endroit où les données sont stockées, le type de données partagées, la propriété et le contexte. Nous recommandons aux fabricants d'adopter une approche globale, en ayant notamment recours à des outils et à des processus adéquats qui permettent de valider, de vérifier et de traiter ces données. Cette approche doit également prévoir la mise en place d'écosystèmes efficaces de partage de données afin de découvrir le potentiel inexploité de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles sources de revenus.

**Cas probant** — Un important développeur mondial et fournisseur de technologies, d'automatisation et de services pour l'industrie manufacturière faisait face à la fragmentation des sources de données et des rapports d'entreprise, ainsi qu'à la multiplicité des outils de production de rapports. De plus, la mise en œuvre d'un nouveau système de gestion intégré mondial était en cours et nécessitait une solution évolutive avec des intervalles fréquents de mise à jour. Nos experts ont conçu et développé une plateforme mondiale de production de rapports et d'analyse pour répondre aux besoins du client. La plateforme d'entreposage de données, sécurisée et évolutive, fondée sur le nuage, combine des données provenant de divers systèmes sources. Les résultats, auparavant présentés chaque trimestre, sont maintenant mesurés plusieurs fois par jour. De plus, la plateforme d'analyse d'affaires a jeté les bases du renforcement des capacités en science des données pour faire progresser le client vers une organisation axée sur les données.

3

**Placer le développement durable au cœur des activités** en mettant à profit les efforts continus de transformation numérique. La première étape consiste à définir une véritable stratégie de développement durable et à intégrer ses aspects dans une architecture technologique. Les fabricants pourront ainsi tirer parti de l'automatisation et améliorer la transparence et la traçabilité des mesures de réduction à zéro émission nette ainsi que des mesures de durabilité afin d'accroître la confiance des parties prenantes, des clients et des investisseurs potentiels.

⊕ Lire la suite : [Le virage vert dans le secteur manufacturier : recommandations pour entamer votre démarche de durabilité](#)

4

**Favoriser une culture de cybersécurité** pour gérer efficacement les risques croissants de cybermenaces. Le fait de mettre en œuvre et d'opérationnaliser un nombre accru de stratégies numériques, y compris l'initiative Industrie 4.0, permet de connecter davantage de machines, de systèmes et de personnes. Il en résulte aussi une collaboration qui transcende les frontières de l'organisation. Toutefois, cette interconnectivité numérique amplifie la nécessité d'améliorer la sécurité des TI et des TO pour protéger l'usine, y compris l'atelier. Les fabricants doivent adopter une approche globale qui tient compte des personnes, des processus, de la technologie et des machines pour se défendre contre les cyberrisques croissants. La réussite dépend en grande partie d'une meilleure sensibilisation des employés aux cybermenaces et d'un accès à des programmes de formation internes pour se tenir à jour.

**Cas probant** — Jacobs Douwe Egberts (JDE), la plus grande entreprise de café et de thé au monde, exigeait un aperçu des risques de cybersécurité dans l'ensemble de ses usines pour atténuer les possibilités de menaces et de vulnérabilités. Il fallait donc tenir compte de tous les systèmes informatiques de technologies opérationnelles (TO) utilisés pour gérer l'ensemble des activités industrielles. Nos experts ont procédé à une évaluation complète de la sécurité des TO de chaque usine, ce qui a permis d'obtenir des perspectives claires sur les risques en matière de sécurité. En tenant compte des risques décelés, nous avons recommandé des mesures d'atténuation, élaboré des vidéos de sensibilisation à l'intention des employés, et aidé à définir les priorités en matière de cybersécurité des TO et des systèmes de contrôle industriels (SCI) pour l'avenir. Nous étions également responsables de la mise en œuvre des mesures d'atténuation pertinentes. Un aperçu complet des vulnérabilités a permis à JDE d'améliorer sa posture de cybersécurité et d'atténuer les risques à l'échelle de ses usines.

5

**Accélérer la modernisation** des portefeuilles d'applications existantes et élaborer une stratégie claire d'entreprise en nuage. Comme nous en avons été témoins dans la dernière année, la pandémie a modifié les demandes des clients. Nous avons également appris qu'il n'y a pas qu'un événement mondial majeur qui peut perturber les chaînes d'approvisionnement; des événements de moins grande envergure peuvent également être dommageables. En misant sur la modernisation et des stratégies infonuagiques, les fabricants peuvent mieux appuyer leur priorité visant à améliorer la collaboration sur l'ensemble des chaînes de valeur, tout en faisant preuve de la souplesse requise pour réagir rapidement aux changements du marché.

**Cas probant** — Un grand fabricant automobile canadien et client de longue date s'est tourné vers nous pour soutenir la transformation S/4HANA de l'écosystème complet de sa chaîne d'approvisionnement. Le projet comprenait une conception fonctionnelle ainsi que le développement et l'intégration technique de plus de 200 interfaces pour relier S/4 à l'écosystème du client en vue d'une intégration complète. Grâce à nos services, le client a pu tirer parti d'une intégration transparente du nouveau système de gestion intégré (ERP) dans l'ensemble de son écosystème numérique et des technologies intelligentes que ce système offre.



# À propos de CGI

## **Allier savoir et faire**

Fondée en 1976, CGI est l'une des plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde.

Nous sommes guidés par les faits et axés sur les résultats afin d'accélérer le rendement de vos investissements. Pour nos 21 secteurs d'activité cibles et à partir de plus de 400 sites à l'échelle mondiale, nos 80 000 professionnels offrent des services-conseils complets, adaptables et durables en TI et en management. Ces services s'appuient sur des analyses mondiales et sont mis en œuvre à l'échelle locale.

Pour obtenir un ensemble complet des perspectives sectorielles  
La voix de nos clients CGI et consulter l'un de nos experts, visitez le site [cgi.com/fr/voix-de-nos-clients](https://cgi.com/fr/voix-de-nos-clients) ou communiquez avec nous : [info@cgi.com](mailto:info@cgi.com).

