

023 76-4-02+

PI

⋮

Digitalisation -25-30 accélérée des entreprises

Protéger votre entreprise
contre les risques liés à une
évolution dans un marché en
pleine transformation digitale

⋮

CHUBB®

| accenture

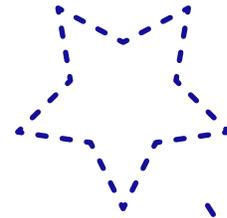
-413

Sommaire

Contenu de ce rapport

Résumé	P3
Introduction	P5
Maîtriser les communications numériques	P7
Exploiter la puissance des données	P11
Accompagner les collaborateurs et dirigeants d'aujourd'hui	P15
Être un acteur qui compte dans un marché mondial	P19
Analyse des tendances	P23
Conclusion	P24
Annexe	P25

23-4- 279+04



Comment le digital peut aider les petites et moyennes entreprises à se développer malgré les incertitudes ?

Depuis le début de la pandémie mondiale, qui a contraint de nombreuses entreprises à accélérer leur transformation digitale et à transformer leurs opérations quasiment du jour au lendemain, un constat est devenu clair : nul ne peut prédire l'avenir. Jusqu'alors moteur de croissance ou d'efficacité, le numérique s'est mué en une véritable bouée de sauvetage dont les entreprises de tous secteurs, de la fabrication aux télécommunications, dépendent pour survivre. C'est la raison pour laquelle elles doivent désormais se préparer à faire face à des évolutions constantes en adoptant des méthodes de travail numériques favorisant l'agilité, la résilience, et en fin de compte la croissance.

S'appuyer sur le Cloud et les objets connectés (IdO), déployer l'intelligence artificielle (IA) dans leurs processus commerciaux, recruter des collaborateurs technologiquement compétents ou encore s'associer à de grands acteurs du e-commerce et du numérique pour soutenir leur croissance... Les entreprises sont confrontées à de nouveaux défis, et s'exposent à des types de risques jusqu'alors inconnus. Dans le même temps, nombre d'entre elles prennent conscience qu'un tout nouveau monde d'opportunités

s'offre à elles.

Avant le début de la pandémie de COVID-19, Chubb s'est associé à Accenture pour interroger 1 350 chefs d'entreprise et découvrir les principaux moteurs et tendances qui affectent les entreprises de neuf pays dans le monde. Les résultats de cette enquête sont peut-être encore plus pertinents aujourd'hui. Selon ses conclusions, les petites et moyennes entreprises orientées vers la croissance se focalisent sur leur implantation dans de nouveaux marchés, le développement de nouveaux produits et services, et la dynamisation de l'innovation. Se concentrer sur ces tendances nécessite d'adapter les investissements à un marché redéfini.

Alors que les petites et moyennes entreprises accélèrent leurs investissements dans le numérique et préparent davantage leur personnel, leurs opérations et leurs modèles commerciaux pour affronter l'avenir, elles peuvent se retrouver sous la menace de risques dont elles n'ont peut-être même pas encore conscience. Comprendre et limiter efficacement ces risques peut être un moyen d'exploiter pleinement ces nouvelles opportunités de résilience et de croissance.

Les principales évolutions
qui affectent les petites
et moyennes entreprises
tournent autour de 4 axes
majeurs : :

01

Maîtriser les communications
numériques

02

Exploiter la
puissance des données

03

Accompagner les collaborateurs
et dirigeants d'aujourd'hui

04

Être un acteur qui compte dans
un marché mondial

Le contexte

L'enquête Consumer Pulse Survey d'Accenture, menée après le début de la pandémie de COVID-19, montre qu'un réel changement s'est opéré chez les consommateurs et les employés, un changement qui exige l'attention des chefs d'entreprise et une action de leur part. 67% des consommateurs attendent des entreprises qu'elles se « reconstruisent dans les meilleures conditions » en investissant dans des solutions à long terme, durables et équitables. Et 53% des employés qui n'avaient jamais télétravaillé auparavant prévoient de le faire davantage à l'avenir.[†]

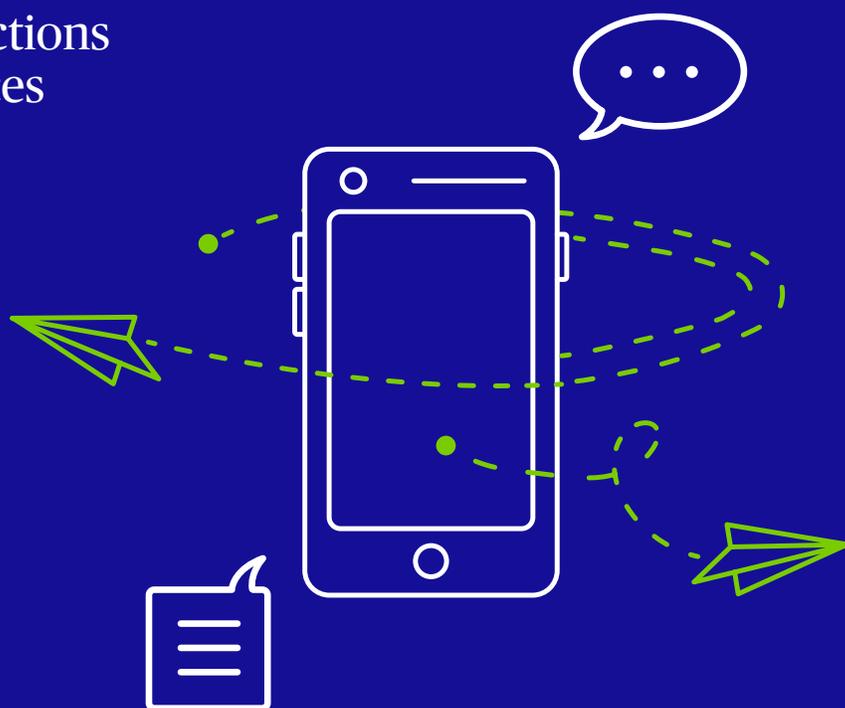
* En février 2020, nous avons interrogé 1 350 dirigeants de petites et moyennes entreprises du monde entier concernant 26 tendances commerciales et numériques. Une liste complète de ces tendances se trouve à la page 25.

† Source : Enquête COVID-19 Consumer Pulse Research d'Accenture, menée du 2 au 8 juin 2020.

Maîtriser les communications numériques

Offrir des expériences digitales aux clients est désormais pratiquement indispensable si les entreprises veulent rester compétitives. En outre, les attentes des clients en matière de produits et de services évoluent constamment et sont fortement influencées par leurs interactions avec leurs marques et services préférés.ⁱ

Des sociétés comme Amazon, Google, Apple, et Alibaba mettent la barre haut, quel que soit le secteur ou la taille de l'entreprise, en proposant des produits personnalisés et des interactions fluides que les clients attendentⁱⁱ. C'est désormais l'expérience, et non la publicité, qui détermine comment les entreprises tissent des relations avec leurs clientsⁱⁱⁱ.



45%

des entreprises se concentrent sur des produits et services fluides et à la demande

46%

donnent la priorité aux produits et services sur mesure qui répondent aux besoins de plusieurs générations

24%

ne pensent pas que l'utilisation de formes directes de communication numérique aura un impact sur leurs performances

Analyse des résultats

Après avoir analysé les réponses des entreprises en développement, nous avons constaté qu'elles estiment que les tendances du thème **Maîtriser les communications numériques** aura plus d'impact sur leurs performances ; en particulier s'il s'agit de se concentrer davantage sur le client et le numérique.

Concernant les priorités des entreprises, nous avons découvert que la *les produits et services fluides et à la demande* comptent parmi les deux principales priorités pour près de la moitié des entreprises aujourd'hui (45 %) et dans les trois prochaines années (42 %). De même, près de la moitié des entreprises ont choisi *l'adaptation des produits, des services et des communications pour plusieurs générations* comme une priorité à la fois actuelle (46 %) et pour les trois prochaines années (45 %).

Malgré l'accent mis sur les offres à la demande et personnalisées, près d'un quart (24 %) des entreprises ne croient pas que *l'utilisation de formes directes de communication numérique, telles que les réseaux sociaux ou le tchat en temps réel, pour interagir avec les clients* aura un impact sur leurs performances. Il s'agit de l'une des priorités les moins bien classées parmi les tendances en matière de communication, et elle pourrait représenter une opportunité manquée pour les entreprises.



Le point de vue d'Accenture

Accenture a auparavant indiqué que 83 % des dirigeants d'entreprise et des responsables informatiques estiment que les communications numériques offrent à leur organisation une nouvelle façon d'identifier les opportunités de marché pour les besoins non satisfaits des clients^{iv}. Grâce aux informations tirées des interactions avec les clients sur de multiples plateformes sociales, les entreprises peuvent se positionner de manière à comprendre les besoins des clients et à y répondre, voire à les anticiper. En expliquant ces avantages, les entreprises peuvent aider les clients à se montrer moins réticents à partager leurs données. Mais cela ne veut pas dire que ce sera facile. Dans notre étude, 32 % des propriétaires et dirigeants d'entreprises estiment que le fait *d'offrir aux clients de plus grands avantages, tels que des expériences plus personnalisées, en échange du partage de leurs données personnelles* constitue l'un de leurs plus grands défis en matière de communication.

Les communications numériques directes peuvent permettre d'apporter davantage d'expériences personnalisées aux clients, et en fin de compte d'aider l'entreprise à se développer. Investir dans cette tendance peut nécessiter une formation supplémentaire du personnel ou de collaborer avec un partenaire pour garantir l'interaction en temps réel que ces expériences requièrent.

La parole aux experts de Chubb

Avoir un client, c'est entretenir une relation. Et de plus en plus, une relation numérique. Des modes de communications instantanées, des échanges de données simplifiés et efficaces, permettent de développer ces relations.

En revanche, une mauvaise expérience client, ou toute mise en péril de la confiance du client, peut nuire à la relation et donc l'entreprise. Par conséquent, il est d'autant plus essentiel d'explorer les tendances actuelles en matière de communication numérique en prenant les précautions adéquates.

L'échange, la collectes de données et d'informations ainsi que leur traitement se fait de manière plus simple et rapide avec des outils de plus en plus sophistiqués. la collecte d'informations toujours plus pertinentes et personnelles peut servir à améliorer l'expérience client. De nombreux propriétaires et dirigeants d'entreprises estiment qu'il est difficile d'amener les clients à partager leurs données, ce qui indique probablement qu'ils sont suffisamment avisés pour comprendre les risques associés à la divulgation de leurs informations. Les entreprises doivent clairement faire savoir qu'elles sont conscientes des graves responsabilités qu'impliquent la collecte et le stockage de données personnelles, et qu'elles ont mis en place des plans d'intervention et des mesures de protection en matière de gestion des risques pour atténuer les impacts accidentels ou malveillants sur les données.

Pour minimiser les risques juridiques, il est essentiel de respecter les lois en vigueur régissant la collecte et l'utilisation des données, comme le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Mais il s'agit également d'une cible en constante évolution et présentant un défi permanent,

qui expose de nombreuses entreprises à des atteintes involontaires à la vie privée.

Les communications personnalisées s'étendent au tchat en temps réel et aux réseaux sociaux, qui peuvent être une aubaine en matière de connaissance du client. Il est essentiel que toute entreprise utilisant ces outils comprenne que les employés chargés de la communication numérique ne sont pas toujours les plus matures ou expérimentés. Une réponse incorrecte ou irréfléchie du service client peut porter gravement atteinte à l'image de marque d'une entreprise, voire entraîner des poursuites pour diffamation et calomnie.

Dépendre de fournisseurs tiers pour répondre à leurs besoins en matière d'opérations à la demande ou de personnalisation des communications peut rendre vulnérables de nombreuses petites et moyennes entreprises. Toute défaillance d'une tierce partie peut engendrer une perte de revenus et une atteinte à l'image de marque. L'examen minutieux des fournisseurs de services et la compréhension des risques spécifiques sont indispensables pour garantir la sécurité de l'entreprise.

PRODUITS D'ASSURANCE POUR PROTÉGER VOS CLIENTS



Cyber



Responsabilité civile professionnelle



Responsabilité des dirigeants

CHUBB®

Les informations présentées ici ne sont pas destinées à fournir des conseils juridiques ou d'autres conseils d'experts concernant les sujets mentionnés, mais sont proposées uniquement à titre d'information générale. Nous vous invitons à consulter un conseiller juridique ou tout autre expert compétent pour toute question juridique ou technique. Cette présentation est uniquement destinée à des fins d'information.

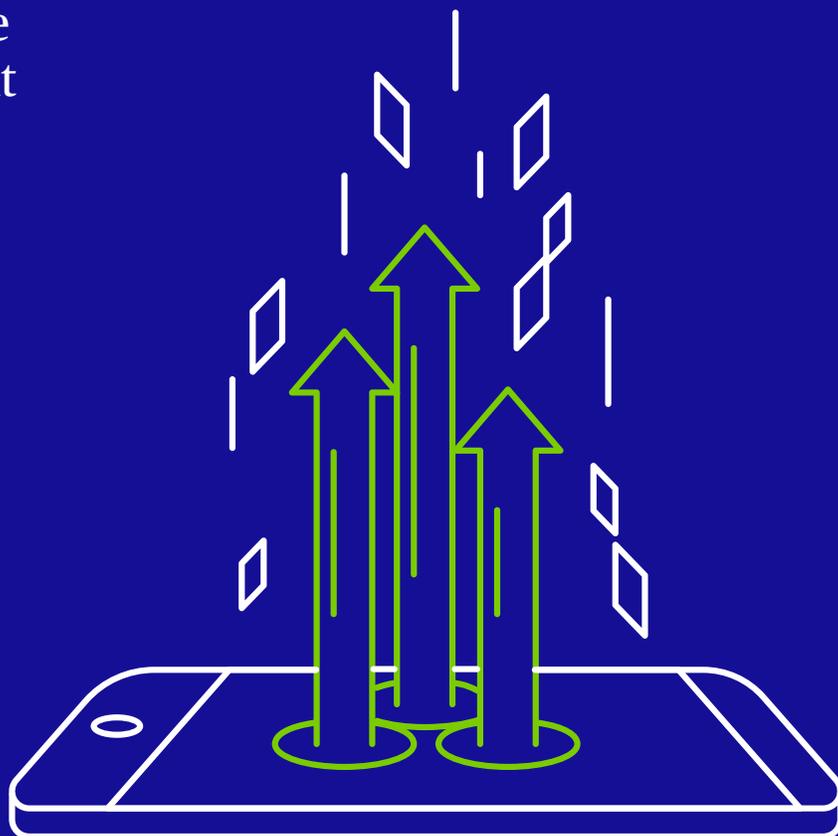
©2020 Chubb est le nom commercial utilisé pour désigner les filiales de Chubb Limited qui fournissent des services d'assurance et connexes. Pour obtenir une liste de ces filiales, veuillez consulter notre site Web sur www.chubb.com. Assurance fournie par les sociétés de souscription de Chubb basées aux États-Unis. Certains produits peuvent ne pas être disponibles dans tous les pays. La couverture est soumise au libellé des polices d'assurance réellement émises.

Certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Chubb ; certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Accenture. Ce document fait référence de manière descriptive à des marques commerciales qui peuvent être détenues par des tiers. L'utilisation de ces marques dans le présent document ne constitue pas une affirmation de propriété desdites marques par Accenture ou Chubb et ne vise pas à représenter ou à impliquer l'existence d'une association entre Accenture, Chubb et les propriétaires légitimes de ces marques.

accenture

Exploiter la puissance des données

Alors que les entreprises cherchent à collecter et utiliser les données clients pour créer des communications impactantes, les investissements dans les données et la technologie sont fondamentaux pour leur permettre de poursuivre leurs plans de croissance tout en se démarquant de leurs concurrents.



3/4

des entreprises affirment que l'adoption de l'IA constitue leur principale priorité pour les trois prochaines années

1/5

dispose d'une technologie suffisante pour mettre en œuvre et utiliser l'IA dans des processus ou des objets

53%

des entreprises déclarent que la mise en œuvre de l'IA dans les objets constitue leur plus grand défi technologique

Analyse des résultats

Concernant le thème **Exploiter la puissance des données**, les entreprises affirment que *l'adoption du Cloud* représente leur principale priorité actuelle. Mais juste derrière, et en tête des priorités à trois ans pour trois quarts des entreprises, figure *l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) dans les processus*.

En réalité, l'utilisation de l'IA dans les processus est la première priorité globale à long terme des entreprises, suivie par le Cloud et le Big Data. Etant donné que l'innovation et la technologie, lorsqu'elles sont fondées sur des données, contribuent à la croissance d'une entreprise, ces priorités s'inscrivent dans la suite logique. Mais seul un cinquième des entreprises dispose de capacités internes suffisantes pour mettre en œuvre et utiliser l'IA dans les processus ou dans les objets, ce qui représente les deux principaux défis technologiques pour les entreprises (49 % / 53 %).



Le point de vue d'Accenture

L'intégration de l'IA dans une multitude de processus commerciaux constituera un défi de taille pour les entreprises à l'avenir. Les experts Applied Intelligence d'Accenture recommandent d'intégrer l'IA dans les processus et les fonctions de l'entreprise « pour aider les humains à faire les choses différemment et à faire des choses différentes ».v En réalité, au cours des trois à cinq prochaines années, Accenture prévoit que presque tous les logiciels, outils et services reposeront sur une forme d'IA.vi

Les outils et technologies alimentés par l'IA sont déjà largement disponibles à un coût raisonnable et sont appliqués à diverses fonctions, de la saisie de données et de la comptabilité au marketing par e-mail et au service client, grâce à des interfaces simples et intelligentes qui transforment les interactions avec les clients, les employés et même les appareils.

Pour les petites et moyennes entreprises, recadrer leur vision de l'IA peut être un point de départ. Les utilisations pratiques de l'IA varient d'un secteur à l'autre, allant des interfaces de chatbot aux véhicules autonomes en passant par la planification des itinéraires, mais toutes ces applications reposent en premier lieu sur la technologie Cloud et les données.

La parole aux experts de Chubb

Les données permettent à la technologie du Cloud et de l'Intelligence Artificielle d'accroître l'efficacité et la rentabilité de l'industrie et des services. Alors que les technologies de collecte et de stockage sur le Cloud progressent rapidement, il en va de même pour les risques associés.

Par exemple, l'utilisation croissante du stockage sur le Cloud et des informations issues du Big Data peut être plus rapide que la compréhension qu'ont les utilisateurs des menaces émergentes qui l'accompagnent. La cybercriminalité est en hausse dans le monde entier, et les informations des clients sont menacées par des pirates informatiques de plus en plus habiles et des logiciels malveillants sophistiqués. Même un incident cyber dont l'origine n'est pas malveillante – comme une erreur d'un employé ou une panne d'équipement – peut entraîner une perte de revenus due à la perte de clients. Une telle violation peut entraîner des coûts élevés associés aux frais d'enquête, à la gestion de crise pour préserver l'image de marque et aux réparations versées en raison des dommages causés. La menace pour la santé de l'entreprise est encore plus grande si les lois et réglementations en vigueur, qui évoluent en permanence, n'ont pas été correctement respectées. Les petites et moyennes entreprises peuvent être moins à même d'absorber les coûts associés à un incident cyber.

Les données alimentent également l'intelligence artificielle (IA), qui est déjà largement utilisée dans de très nombreux logiciels et processus quotidiens, depuis les filtres anti-spam et les flux d'informations des réseaux sociaux jusqu'aux dépôts de chèques par téléphone portable. Cependant, comme il est prévu qu'elles deviennent encore plus omniprésentes dans les trois à cinq prochaines années, le risque d'atteintes informatiques – avec des conséquences potentiellement désastreuses – ne fera qu'augmenter pour les entreprises qui n'auront pas mis en place les mesures de protection adéquates.

La dépendance à l'informatique et aux objets connectés (IoT) dans un certain nombre d'industries peut accroître le risque de cyber attaques, de défaillances technologiques et de perturbations des processus de production, qui peuvent tous avoir un impact sérieux sur la viabilité d'une entreprise.

PRODUITS D'ASSURANCE POUR PROTÉGER VOS CLIENTS



CHUBB®

Les informations présentées ici ne sont pas destinées à fournir des conseils juridiques ou d'autres conseils d'experts concernant les sujets mentionnés, mais sont proposées uniquement à titre d'information générale. Nous vous invitons à consulter un conseiller juridique ou tout autre expert compétent pour toute question juridique ou technique. Cette présentation est uniquement destinée à des fins d'information.

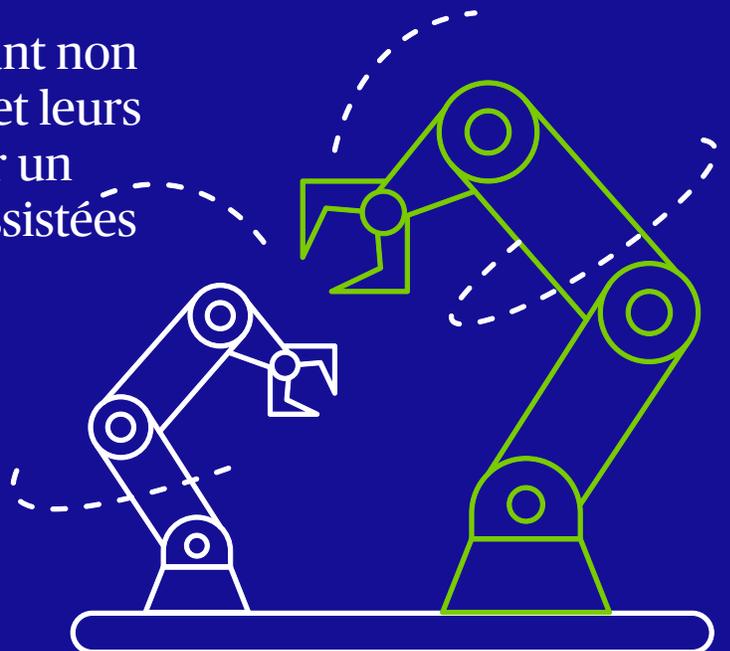
©2020 Chubb est le nom commercial utilisé pour désigner les filiales de Chubb Limited qui fournissent des services d'assurance et connexes. Pour obtenir une liste de ces filiales, veuillez consulter notre site Web sur www.chubb.com. Assurance fournie par les sociétés de souscription de Chubb basées aux États-Unis. Certains produits peuvent ne pas être disponibles dans tous les pays. La couverture est soumise au libellé des polices d'assurance réellement émises.

accenture

Certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Chubb ; certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Accenture. Ce document fait référence de manière descriptive à des marques commerciales qui peuvent être détenues par des tiers. L'utilisation de ces marques dans le présent document ne constitue pas une affirmation de propriété desdites marques par Accenture ou Chubb et ne vise pas à représenter ou à impliquer l'existence d'une association entre Accenture, Chubb et les propriétaires légitimes de ces marques.

Accompagner les collaborateurs et dirigeants d'aujourd'hui

Du fait de la COVID-19, les entreprises ont dû transformer leurs opérations du jour au lendemain pour permettre à leurs collaborateurs de travailler entièrement à distance. Les salariés d'aujourd'hui exigent cette même flexibilité. Dans le même temps, ils utilisent la technologie pour compléter leurs compétences et leur expérience. Les employés deviennent «augmentés», s'appuyant non seulement sur leurs compétences et leurs connaissances, mais également sur un ensemble croissant de capacités assistées par la technologie.^{vii}



84%

des entreprises déclarent que leurs performances seront affectées par la nécessité de disposer de collaborateurs dotés de nouvelles capacités et compétences technologiques

#1

la priorité liée à ce thème est le développement de nouvelles capacités et compétences technologiques

#1

le défi principal consiste à accéder à ces compétences sur un marché concurrentiel pour les employeurs

Analyse des résultats

84% des entreprises déclarent que leurs performances seront probablement impactées largement par la *nécessité de disposer d'une main-d'œuvre dotée de nouvelles capacités et compétences technologiques*. Et avec une démocratisation croissante du télétravail, des technologies du Cloud et de l'IA, de la tendance à la personnalisation, et des nouveaux moyens de communication avec les clients, ce besoin continuera probablement à s'accroître.

- Dans les tendances associées aux collaborateurs, le *développement de nouvelles capacités et compétences technologiques* représente la priorité absolue, tant actuellement que pour les trois prochaines années. Et, la concurrence étant de plus en plus féroce pour attirer les talents, il peut être difficile pour les petites et moyennes entreprises de recruter et de conserver des salariés possédant les compétences recherchées. Par conséquent, le *besoin de nouvelles capacités et compétences technologiques* constitue également le plus grand défi de ce thème.



Le point de vue d'Accenture

Les plateformes RH numériques peuvent assigner la bonne personne au bon poste, identifier les lacunes en matière de compétences, aider les employés à acquérir de nouvelles compétences et identifier la prochaine génération de dirigeants tout en aidant les entreprises à relever certains de leurs défis organisationnels.

Pour répondre à ce besoin, les entreprises se tournent vers les solutions de travail flexible et la « gig economy » (économie à la tâche). Dans notre enquête, les entreprises révèlent que l'*offre de solutions de travail flexibles* constitue l'un de leurs plus grands défis (32 %) et leur deuxième priorité actuelle en matière de main-d'œuvre (42 %). La demande accrue en faveur d'horaires flexibles et de possibilités de travail en freelance pourrait constituer un avantage pour les petites et moyennes entreprises, en les aidant à adapter leur personnel à la demande et à réduire leurs frais généraux. Ces solutions de travail flexible sont plus importantes que jamais et peuvent contribuer à accroître la productivité et à réduire le taux de rotation du personnel, surtout lorsqu'elles sont associées à des avantages et des bénéfices nouveaux et créatifs. 81 % des dirigeants interrogés s'accordent à dire que des *avantages plus compétitifs et plus innovants* sont susceptibles d'affecter de manière significative les performances de leur entreprise.

La clé de l'agilité concurrentielle sur les marchés actuels en rapide évolution réside dans la poursuite de l'optimisation du télétravail et dans le fait de rendre le travail plus collaboratif grâce à la technologie.^{viii}

La parole aux experts de Chubb

En raison de la pandémie de COVID-19, les entreprises ont été contraintes de faire télétravailler leurs salariés. Sans les bons équipements, outils et processus en place, elles ne pourraient pas mener leurs activités. Par conséquent, le télétravail n'est plus un dispositif exceptionnel.

Toutefois, si les modes de travail à distance et flexibles sont souvent plus pratiques pour les employés et peuvent permettre à une entreprise de recruter ou de conserver des talents spécialisés, ils s'accompagnent également de nouveaux types de risques.

Le développement du travail à domicile et le changement de l'environnement professionnel peuvent occasionner des dommages corporels accidentels. Quelle que soit la façon de Le développement du travail à domicile et le changement de l'environnement professionnel peuvent occasionner des dommages corporels accidentels. Quelle que soit la façon de travailler, l'employeur reste responsable du bien-être et de la sécurité de ses collaborateurs pendant leur temps de travail.

Il est de sa responsabilité d'assurer son devoir de protection.

Tous les collaborateurs doivent bénéficier d'une couverture lors de leurs déplacements, de la prise en charge de leurs frais médicaux à l'accès aux informations leur permettant de préparer leurs voyages d'affaires, en passant par la mise en place de prestations d'assistance sanitaires et sécuritaires.

Le télétravail accroît de manière significatives les risques liés à l'utilisation

de réseaux domestiques et entraînent une exposition supplémentaire aux risques cyber.

L'anticipation de l'employeur aux problèmes de ressources informatiques et technologiques nécessaires à ce changement d'habitudes est primordiale.

Même si l'accent est mis sur le comportement approprié sur le lieu de travail, les comportements individuels sont difficiles à contrôler et le recours aux technologies de vidéoconférence peut créer des situations inconfortables pour les employés travaillant à distance. Il existe toujours le risque qu'une action inappropriée d'un employé déclenche un litige et porte atteinte à l'image de marque de l'entreprise. En effet, de nombreux nouveaux modèles et pratiques de travail remettent en question les limites réelles du risque.

PRODUITS D'ASSURANCE POUR PROTÉGER VOS CLIENTS



Groupe Accident



Responsabilité du dirigeant



RC Professionnelle Technologies (package RC pro, Cyber dédié aux NTIC)



Déplacements professionnels



Cyber

CHUBB®

Les informations présentées ici ne sont pas destinées à fournir des conseils juridiques ou d'autres conseils d'experts concernant les sujets mentionnés, mais sont proposées uniquement à titre d'information générale. Nous vous invitons à consulter un conseiller juridique ou tout autre expert compétent pour toute question juridique ou technique. Cette présentation est uniquement destinée à des fins d'information.

©2020 Chubb est le nom commercial utilisé pour désigner les filiales de Chubb Limited qui fournissent des services d'assurance et connexes. Pour obtenir une liste de ces filiales, veuillez consulter notre site Web sur www.chubb.com. Assurance fournie par les sociétés de souscription de Chubb basées aux États-Unis. Certains produits peuvent ne pas être disponibles dans tous les pays. La couverture est soumise au libellé des polices d'assurance réellement émises.

accenture

Certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Chubb ; certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Accenture. Ce document fait référence de manière descriptive à des marques commerciales qui peuvent être détenues par des tiers. L'utilisation de ces marques dans le présent document ne constitue pas une affirmation de propriété desdites marques par Accenture ou Chubb et ne vise pas à représenter ou à impliquer l'existence d'une association entre Accenture, Chubb et les propriétaires légitimes de ces marques.

ÉTUDE DE CAS

Faites la connaissance de Stéphane de GVZTech

SON ENTREPRISE

Stéphane dirige une société de développement de logiciels. Pour rester compétitif, il doit s'adapter en envoyant ses équipes chez différents clients. Cela implique des risques qui n'ont jamais fait partie de l'équation auparavant. Découvrez comment Chubb peut l'aider de quatre manières différentes.



SCÉNARIOS SUR LE LIEU DE TRAVAIL

Sécuriser le bureau à domicile

Avec autant de collaborateurs en télétravail, il est difficile pour Stéphane de s'assurer que chaque lieu de travail est sécurisé. En conséquence, son développeur principal subit une attaque cyber et, en parallèle, l'un des nouveaux sous-traitants utilise par inadvertance la mauvaise plateforme de partage de fichiers, exposant ainsi des informations confidentielles, ce qui entraîne des vols de données pour l'organisation.

Couverture mise en jeu

Cyber



Voyager dans le monde avec prudence

Alors qu'il se prépare à envoyer son équipe à l'étranger pour le tournage d'une vidéo pour un client, Stéphane apprend l'existence d'un risque croissant de troubles civils dans la région. Il annule le voyage et réalise qu'il a besoin d'un nouveau cadre définissant les déplacements professionnels essentiels, ainsi que d'un plan pour gérer toute situation à risque qui pourrait survenir.

Couverture mise en jeu

Déplacements professionnels



Blessure en télétravail

Juliette glisse pendant sa pause déjeuner sur le carrelage de la cuisine et se brise le poignet.

Couverture mise en jeu

Groupe Accident



Les réseaux sociaux ne dorment jamais

Le community manager de l'entreprise publie sur le compte Twitter de l'entreprise un message trompeur et diffamatoire à l'égard d'un employé de l'un de ses concurrents, qui engage des poursuites pour diffamation.

Couverture mise en jeu

Responsabilité civile professionnelle



Être un acteur qui compte dans un marché mondial

Les entreprises cherchent à pénétrer des marchés plus vastes, que ce soit en s'implantant dans de nouvelles zones géographiques ou en développant des partenariats avec des acteurs majeurs du marché numérique.



44%

affirment que leur plus grand défi est la collaboration avec les grands acteurs commerciaux et les plateformes sociales

39%

estiment que leur plus grand défi est la collaboration avec d'autres organisations autour des données, des produits technologiques ou des services

41%

donnent la priorité à l'offre de produits ou de services à l'international, mais les grandes plateformes peuvent offrir une opportunité d'expansion

Analyse des résultats

Développer des opportunités de collaboration avec de grands acteurs commerciaux et des plateformes sociales de premier plan représente la priorité absolue pour les entreprises dans le thème « Être un acteur qui compte dans un marché mondial », à la fois maintenant et dans les trois prochaines années.

- Les entreprises peuvent considérer l'expansion virtuelle comme la meilleure opportunité de survie et de croissance future, mais travailler avec des sociétés comme Google, Amazon ou Alibaba peut supposer des défis d'échelle, de distribution et de concurrence féroce autour des marges. De plus, la collaboration avec les plateformes peut générer un risque lié aux tiers, ce qui explique en partie que *la collaboration avec de grands acteurs commerciaux et des plateformes sociales de premier plan, et la collaboration avec d'autres organisations autour des données, des produits technologiques ou des services*, sont les plus grands défis associés à ce thème (44 % / 39 %).

Malgré les défis que suppose la collaboration avec un partenaire, les entreprises sont moins susceptibles de donner la priorité à la *pénétration de marchés non domestiques*. Seules 41 % des entreprises donnent actuellement la priorité à *l'offre de produits ou de services sur les marchés internationaux*, mais un partenariat avec de grandes plateformes commerciales peut permettre d'accéder à des clients sur d'autres marchés. Pour les petites et moyennes entreprises qui cherchent à maintenir puis à étendre leur présence à l'international, un partenariat qui renforce leur modèle de e-commerce en lieu et place d'un point de vente physique peut constituer une option viable.



Le point de vue d'Accenture

Une récente étude menée par Accenture a montré que plus de 97 % des grandes entreprises pensent que les futurs modèles économiques seront créés au sein d'écosystèmes.¹⁶ Les entreprises ont besoin de produits, de services, de partenaires et de collaborateurs pour se développer, pour les aider à pénétrer de nouveaux marchés, pour déployer leurs données et pour avoir accès à des technologies de développement d'échelle. Alors que de plus en plus d'entreprises cherchent des approches innovantes pour vendre des produits et des services en ligne, certaines se tournent vers les partenariats ou les écosystèmes pour trouver des solutions.

La parole aux experts de Chubb

Le paysage numérique facilite le e-commerce en offrant une base de clients internationaux potentiels, ainsi qu'en favorisant la collaboration d'autres prestataires, fournisseurs et clients à l'étranger. Mener des activités dans le monde entier peut être un moteur clé de croissance pour l'avenir, à condition de tenir compte des risques potentiels.

De nombreuses petites et moyennes entreprises cherchent – ou s'appuient déjà sur – des partenariats numériques avec des tiers pour faciliter l'accès aux clients internationaux et les transactions. Une telle relation peut présenter notamment l'avantage de pouvoir utiliser une plateforme en ligne mieux équipée.

Toutefois, les entreprises reconnaissent que la collaboration avec les grands acteurs commerciaux et les grandes plateformes sociales comportent des risques et des défis, comme c'est le cas pour d'autres partenariats autour des données, des technologies, des produits ou des services. Une violation ou une panne d'un site ou d'un service tiers peut effectivement entraîner l'arrêt des activités d'une entreprise. Les partenaires peuvent également se montrer négligents et ne pas se tenir au courant des réglementations, y compris les réglementations sur la protection des données, telles que le RGPD, exposant ainsi les entreprises à des risques de responsabilité. Il est essentiel que les dirigeants d'entreprises comprennent les risques liés aux tiers afin notamment de ne pas mettre en jeu leur responsabilité personnelle.

L'expansion à l'international présente également des risques liés aux spécificités

de chaque marché.

Lorsque des échanges commerciaux sont effectués et que des marchandises sont transportées entre des pays et à l'intérieur de pays étrangers, l'entreprise est exposée à de nombreux défis, notamment en matière de respect des lois, des pratiques fiscales et des réglementations locales en constante évolution. Les attaques terroristes, les révoltes politiques et, bien entendu, les pandémies peuvent transformer complètement le fonctionnement d'une entreprise et mettre en danger les employés en déplacement professionnel, même dans les endroits les plus traditionnellement « sûrs ». Dans les régions moins stables du monde, il a toujours existé un risque de détournement ou de corruption dans les ports ou pendant le transit des marchandises. Les transferts de fonds sont affectés par des fluctuations monétaires extrêmes et sont susceptibles d'être infiltrés par des pirates informatiques. Compte tenu de tous ces éléments, il est impératif que les entreprises, lorsqu'elles cherchent à se développer dans le monde, acquièrent une connaissance approfondie des risques, des solutions et des potentielles contraintes de type sanctions et embargos.

PRODUITS D'ASSURANCE POUR PROTÉGER VOS CLIENTS

-  Dommages aux biens
-  Responsabilité civile
-  Transport de marchandises
-  Déplacements professionnels
-  Cyber
-  Responsabilité du dirigeant

CHUBB®

Les informations présentées ici ne sont pas destinées à fournir des conseils juridiques ou d'autres conseils d'experts concernant les sujets mentionnés, mais sont proposées uniquement à titre d'information générale. Nous vous invitons à consulter un conseiller juridique ou tout autre expert compétent pour toute question juridique ou technique. Cette présentation est uniquement destinée à des fins d'information.

©2020 Chubb est le nom commercial utilisé pour désigner les filiales de Chubb Limited qui fournissent des services d'assurance et connexes. Pour obtenir une liste de ces filiales, veuillez consulter notre site Web sur www.chubb.com. Assurance fournie par les sociétés de souscription de Chubb basées aux États-Unis. Certains produits peuvent ne pas être disponibles dans tous les pays. La couverture est soumise au libellé des polices d'assurance réellement émises.

accenture

Certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Chubb ; certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Accenture. Ce document fait référence de manière descriptive à des marques commerciales qui peuvent être détenues par des tiers. L'utilisation de ces marques dans le présent document ne constitue pas une affirmation de propriété desdites marques par Accenture ou Chubb et ne vise pas à représenter ou à impliquer l'existence d'une association entre Accenture, Chubb et les propriétaires légitimes de ces marques.

ÉTUDE DE CAS

Faites la connaissance de Marc, de Robot-Pièces SARL

SON ENTREPRISE

Robot-Pièces SARL se développe et vend des pièces détachées que ses clients utilisent pour fabriquer des aspirateurs-robots domestiques. Avec l'augmentation du nombre de personnes qui emménagent dans des maisons plus grandes, en banlieue ou à la campagne, il assiste à une forte hausse de la demande pour ses produits, et reçoit notamment des commandes de nouveaux clients à l'étranger.

Cet exemple est purement illustratif.

QUE S'EST-IL PASSÉ ?

Couverture mise en jeu

Responsabilité civile générale



Sinistre

Action en justice suite à des dommages corporels + dommages matériels

Une pièce défectueuse fournie par Robot-Pièces SARL a explosé pendant le processus de production au sein de l'usine d'un client, causant des dommages à l'usine et blessant plusieurs employés. L'entreprise de robotique a jugé l'entreprise de Marc responsable d'avoir produit l'équipement défectueux ayant entraîné l'incident.

La police de Responsabilité civile générale de Robot-Pièces SARL a pris en charge les poursuites pour dommages corporels et matériels.

L'affaire a été instruite et le service Indemnisation de Chubb a réussi à coordonner le règlement des poursuites avec ce client étranger malgré les contraintes relatives au cadre juridique, à la langue etc.



Analyse des tendances



Maîtriser les communications numériques

EN PREMIER LIEU

- Communications numériques directes
- Services fluides et expériences à la demande
- Produits et services personnalisés ou sur mesure
- De meilleurs avantages en échange du partage des données personnelles

EN SECOND LIEU

- Plusieurs canaux et outils numériques pour communiquer avec les clients
- Logiciels intelligents (chatbots) pour interagir avec les clients
- Adapter les produits, services et communications à plusieurs générations
- Transparence et contrôle des données personnelles



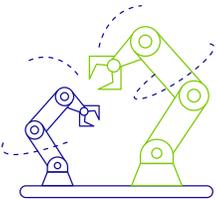
Exploiter la puissance des données

EN PREMIER LIEU

- Adopter la technologie du Cloud
- Utiliser de grands ensembles de données (Big Data)
- Adopter la technologie de l'IA dans les processus

EN SECOND LIEU

- Utiliser l'IA dans les objets et les dispositifs



Accompagner les collaborateurs et dirigeants d'aujourd'hui

EN PREMIER LIEU

- Solutions de travail flexible et à distance
- Des avantages plus compétitifs et innovants
- Développer une main-d'œuvre dotée de nouvelles capacités et compétences technologiques

EN SECOND LIEU

- Programmes de développement de carrière et de formation
- Outils et pratiques de recrutement avancés
- Initiatives en matière de diversité, d'inclusion, de durabilité et d'impact social
- Créer un lieu de travail adapté à plusieurs générations
- Développer une main-d'œuvre dotée de solides compétences interpersonnelles



Être un acteur qui compte sur le marché mondial

EN PREMIER LIEU

- Offrir des produits ou des services sur des marchés internationaux
- Collaborer avec d'autres organisations autour des données, de la technologie, des produits ou des services
- Collaborer avec de grands acteurs commerciaux et des plateformes sociales de premier plan

EN SECOND LIEU

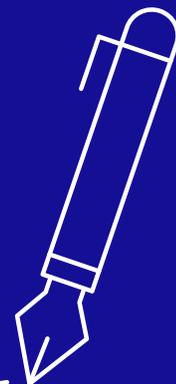
- Étendre les chaînes d'approvisionnement aux marchés internationaux
- Optimiser l'intégration des points de vente physique en ligne / sur les canaux numériques
- Concurrencer les acteurs des plateformes de e-commerce

Conclusion

Si le rythme et l'impact de la transformation digitale se sont accélérés, les entreprises disposent d'une multitude d'opportunités pour l'avenir, mais sont également confrontées à de nouveaux défis et à des risques émergents.

Pour répondre aux nouvelles attentes des clients et opérer dans un environnement commercial en évolution rapide, les entreprises adoptent l'agilité et la résilience par le biais de la technologie. Elles proposent également des produits et services à la demande plus fluides, créent

des partenariats avec des plateformes et redéfinissent le travail et le lieu de travail pour l'avenir. Fortes d'une meilleure compréhension des tendances du marché tournées vers le numérique, les entreprises peuvent être mieux placées pour relever les défis et hiérarchiser leurs objectifs stratégiques et leurs investissements afin de tirer parti des opportunités à venir.



À propos de l'enquête

Accenture a interrogé 1 350 dirigeants de petites et moyennes entreprises de 14 secteurs d'activité dans 9 pays : France, Australie, Brésil, Canada, Colombie, Japon, Mexique, Royaume-Uni et États-Unis. L'enquête sur le terrain a été menée en février et mars 2020. Dans chaque marché, nous avons recueilli 150 réponses.

Pour analyser les moteurs de croissance, une analyse linéaire discriminante (Linear Discriminant Analysis, LDA) a été utilisée afin d'identifier les variables qui différencient les segments. En comparant les entreprises à forte croissance de revenus (plus de 10 % au cours de l'année précédente) et les entreprises à faible croissance de revenus (croissance nulle ou baisse des revenus), Accenture a identifié les dynamiques qui distinguent les entreprises à forte croissance.

Références

ⁱ Gardiner, Stephen et Julia Bi. (27 juin 2018). « Delight Delivered: Customer Experience in the New. » Accenture Interactive.

ⁱⁱ Gardiner, Stephen et Julia Bi. (27 juin 2018). « Delight Delivered: Customer Experience in the New. » Accenture Interactive.

ⁱⁱⁱ Accenture. (mars 2018). « Future of Marketing: Living Marketing. »

^{iv} Daugherty, Paul, Marc Carrel-Billiard, et Michael Biltz. (7 février 2019). « Accenture Technology Vision 2019: The Post Digital Era Is Upon Us. » <https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/technology-trends-2019>

^v Howard, Rob, Brooks Kitchel, Jonathan Mays, Al Sambar, et Paul Schottmiller (2018), « Hiding in Plain Sight. »

^{vi} Daugherty, Paul, Marc Carrel-Billiard, et Michael Biltz. (7 février 2019). « Accenture Technology Vision 2019: The Post Digital Era Is Upon Us. » <https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/technology-trends-2019>

^{vii} Daugherty, Paul, Marc Carrel-Billiard, et Michael Biltz. (7 février 2019). « Accenture Technology Vision 2019: The Post Digital Era Is Upon Us. » <https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/technology-trends-2019>.

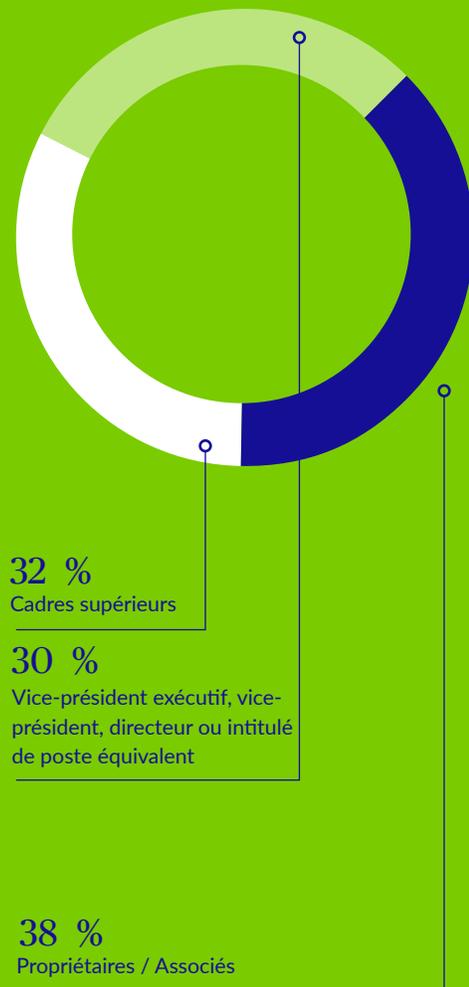
^{viii} Lyons, Mary, Michael Biltz, et Nicholas Whittall. (février 2017). « Technology Vision 2017: Shaping the Agile Workforce. » https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-60/Accenture-Strategy-Shaping-Agile-Workforce-POV.pdf#zoom=50.

^{ix} Daugherty, Paul, Marc Carrel-Billiard, et Michael Biltz. (7 février 2019). « Accenture Technology Vision 2019: The Post Digital Era Is Upon Us. » <https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/technology-trends-2019>

ⁱSource : Enquête COVID-19 Consumer Pulse Research d'Accenture, menée du 2 au 8 juin 2020.

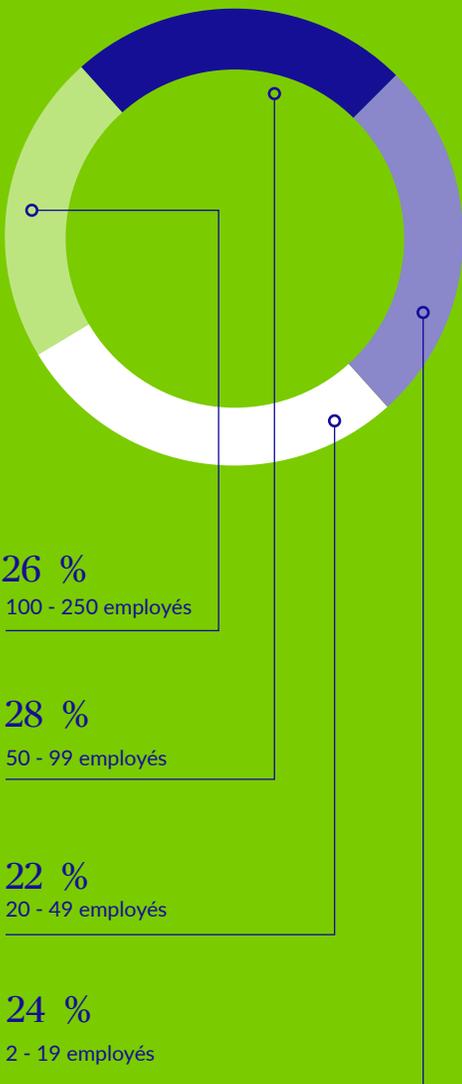
Méthodologie de l'enquête

QUI ÉTAIENT LES RÉPONDANTS À L'ENQUÊTE ?



Méthodologie de l'enquête

COMBIEN D'EMPLOYÉS À TEMPS PLEIN COMPTENT-ILS ?



QUEL EST LE CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL DÉCLARÉ DES ENTREPRISES INTERROGÉES ?

63% Moyennes entreprises

37% Petites entreprises

Nous avons obtenu une répartition égale entre **13 %** et **16 %** dans les six tranches de revenus inférieurs à 100 millions de dollars US. 9 % des réponses étaient fournies par des entreprises de la fourchette de 100 à 250 millions de dollars, et 9 % par des entreprises de la fourchette 250 à 999 millions de dollars.

Dans quels secteurs d'activités sont-elles présentes ?

L'industrie manufacturière (**16 %**), la construction (**13 %**), l'informatique, Internet et les télécommunications (**12 %**), ainsi que le commerce de gros et de détail (par exemple magasins d'alimentation et de boissons) (**11 %**) étaient les secteurs les plus représentés dans l'échantillon actuel. Les 12 autres industries représentent chacune **10 %** ou moins de l'échantillon.

Depuis combien de temps les entreprises sont-elles en activité ?

Environ un tiers (**35 %**) des entreprises ayant répondu à l'enquête sont en activité depuis plus de 10 ans, près des deux tiers depuis 1 an à 10 ans (**64 %**), et seulement **1 %** depuis moins d'1 an.

Quelle a été leur performance globale au cours de l'année écoulée ?

La majorité des entreprises interrogées (**81 %**) font état d'une croissance du chiffre d'affaires au cours de l'année écoulée, tandis qu'un pourcentage plus modeste (**52 %**) signale une augmentation du nombre de leurs employés.

En ce qui concerne la performance du chiffre d'affaires, parmi les 81 % qui déclarent une croissance du chiffre d'affaires :

- **34 %** ont vu leurs revenus augmenter jusqu'à **10 %**
- **29 %** ont vu leurs revenus augmenter de **10 à 20 %**
- **18 %** ont vu leurs revenus augmenter de plus de **20 %**

Parmi les 52 % qui signalent une hausse du nombre de leurs employés :

- **29 %** font état d'une croissance des effectifs allant jusqu'à **10 %**
- **16 %** font état d'une croissance des effectifs comprise entre **10 et 20 %**
- **8 %** font état d'une croissance des effectifs de plus de **20 %**

Chubb. Insured.SM

Les informations présentées ici ne sont pas destinées à fournir des conseils juridiques ou d'autres conseils d'experts concernant les sujets mentionnés, mais sont proposées uniquement à titre d'information générale. Nous vous invitons à consulter un conseiller juridique ou tout autre expert compétent pour toute question juridique ou technique. Cette présentation est uniquement destinée à des fins d'information.

©2020 Chubb est le nom commercial utilisé pour désigner les filiales de Chubb Limited qui fournissent des services d'assurance et connexes. Pour obtenir une liste de ces filiales, veuillez consulter notre site Web sur www.chubb.com. La couverture est soumise au libellé des polices d'assurance réellement émises.

Les exemples de sinistres décrits ici sont basés sur des hypothèses et ont pour but de montrer les types de situations qui peuvent donner lieu à des indemnisations. Ces exemples ne sont pas basés sur des sinistres réels et ne doivent pas être comparés à une situation réelle. La couverture d'un sinistre particulier dépend des faits et des circonstances qui lui sont propres, des conditions de la police telle qu'elle a été établie et du droit applicable.

Chubb European Group SE, entreprise régie par le Code des assurances, au capital social de 896 176 662 euros, sise La Tour Carpe Diem, 31 Place des Corolles, Esplanade Nord, 92400 Courbevoie, immatriculée au RCS de Nanterre sous le numéro 450 327 374.

accenture

Certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Chubb ; certaines parties sont protégées par droit d'auteur © 2020 Accenture.

Ce document fait référence de manière descriptive à des marques commerciales qui peuvent être détenues par des tiers.

L'utilisation de ces marques dans le présent document ne constitue pas une affirmation de propriété desdites marques par Accenture ou Chubb et ne vise pas à représenter ou à impliquer l'existence d'une association entre Accenture, Chubb et les propriétaires légitimes de ces marques.

Ce document a été publié à des fins d'information et d'illustration uniquement et n'est pas destiné à servir de conseil de quelque nature que ce soit. Les informations contenues dans le présent document et les références qui y sont faites sont de bonne foi. Ni Accenture ni aucun de ses administrateurs, agents ou employés ne donne de garantie d'exactitude (expresse ou implicite) et n'accepte aucune responsabilité résultant de la confiance accordée aux informations, y compris (mais sans s'y limiter) aux conseils, déclarations ou opinions contenus dans le présent document. Ce document contient également certaines informations disponibles dans le domaine public, créées et tenues à jour par des organisations privées et publiques. Accenture ne contrôle ni ne garantit l'exactitude, la pertinence, l'actualité ou l'exhaustivité de ces informations.

Publié en avril 2021