



3 QUESTIONS À...

Jean-Paul Guen

Dirigeant de l'association
pour le développement du cabinet de conseil
aux entreprises spécialisé en e-commerce
et développement digital

■ Le thème de l'uberisation est à la mode. Chacun se demande un peu qui sera le prochain à être croqué ! Quel regard portez-vous sur les bouleversements numériques que traverse notre économie ?

Avec le projet de loi « nouvelles opportunités économiques » (NOE), le gouvernement aborde les sujets de l'économie numérique comme s'il s'agissait de quelque chose de nouveau. Depuis les manifestations des taxis, chacun se demande en effet dans quelle mesure sa profession peut être frappée d'uberisation. On oublie que ces transformations numériques ont débuté au milieu des années 90, que, durant un moment, la France a eu un train d'avance avec le Minitel, avant qu'Internet ne rafle la mise. Mais les agences de voyages et le secteur touristique en général sont impactés par ce phénomène depuis au moins 10 ans maintenant ! Il est vrai qu'il y a encore peu de temps, ce mode de fonctionnement était tributaire du fait que l'on possède un ordinateur et Internet. Il fallait pouvoir se l'offrir et savoir s'en servir. Les choses se sont considérablement accélérées depuis cinq ans, avec l'arrivée massive des smartphones, d'une utilisation enfantine et accessibles à tous. Apple a changé la donne...

■ Existe-t-il des secteurs d'activité qui échappent à ces bouleversements ?

Non, tout le monde est impacté ! Le boulanger de quartier a pensé un moment qu'il pouvait y échapper. En réalité, même lui va devoir travailler son e-réputation, réfléchir aux services qu'il pourrait apporter à sa clientèle en utilisant le numérique. Vais-je continuer à acheter mon pain chez l'un, si mon smartphone m'indique que l'autre est mieux noté, qu'il permet de faire une commande spéciale en ligne, et que les vendeurs sont plus accueillants ? Sans pour autant être effrayé, chacun doit se réinventer. En ayant conscience que nous rentrons dans un monde de conversation, de fluidité, d'échange permanent. Pour se réinventer, les entreprises ne doivent absolument pas craindre de tester. C'est LE maître mot à retenir. De plus en plus, elles vont devoir analyser et comprendre en permanence le monde qui les entoure, y faire des expérimentations. Les entreprises devront être capables de produire en petites séries pour des demandes spécifiques de clients ou pour tester de nouveaux marchés. Être agiles en somme ! Dans ce cas-là, c'est d'ailleurs un atout d'être une PME.

■ Comment voyez-vous évoluer le monde numérique qui nous entoure ?

Nous en sommes à la préhistoire ! Aujourd'hui, nous vivons dans une tour de Babel des objets connectés, où chacun a son application propre et ne parle pas la même langue. Ça ne sert pas encore à grand-chose. Ça n'aura de sens que lorsque tous les objets parleront entre eux. Le smartphone (ou la tablette ou autre !) va devenir un 2^e « moi » numérique. Chacun n'aura pas un smartphone, mais son smartphone propre, qui connaîtra ses goûts, ses attentes et interagira avec lui. D'emblée, il saura orienter son propriétaire vers le restaurant qui lui convient, la boutique où il trouvera des produits correspondant à ses goûts. Voire, il allumera le chauffage de la maison plus ou moins tard avant son arrivée, selon les variations de son emploi du temps ! Ce qui ne veut pas dire que l'on en deviendra esclave. Comme aujourd'hui, cela restera un outil, auquel chacun est libre de donner plus ou moins de place. Mais ça sera un outil bien plus performant, qui sera un support du quotidien très important.