

# ACTEURS

## Etes-vous prêts pour la 4<sup>e</sup> révolution industrielle?

CÉLINE RENAUD

CEO et fondatrice **JMC LUTHERIE**

**Un vendredi à 11 heures à Baselworld, je rends visite à un collègue entrepreneur qui gère une marque de montres. S'il y a quatre ans encore, il rencontrait un grand succès en Chine, depuis environ trois ans, son développement se ralentit fortement. A ce rythme-là, me confie-t-il, il ne saura bientôt plus par qui vendre ses montres ces prochaines années. Il constate comme tant d'autres que les réseaux traditionnels de distributeurs, agents et détaillants s'effritent progressivement!**

C'est ce que nous constatons également chez JMC Lutherie avec plus d'acuité dans notre métier de l'audio, avec un nombre important de détaillants qui disparaissent chaque année car les clients ne remplissent plus les magasins comme avant.

Du point de vue du client final, il ne veut plus perdre son temps à se rendre dans les magasins à attendre son tour. D'un autre côté, il veut un service personnalisé et professionnel ainsi qu'un produit unique. Du point de vue de la distribution, il faut réinventer ces chemins pour permettre de mieux répondre à la demande. Il s'agit de s'orienter vers un modèle style «Tupperware de luxe». Certaines marques notamment horlogères l'ont bien compris et ouvrent des showrooms privés plutôt que des boutiques, des lieux de vie et de travail pour leurs clients avec un service de conciergerie haut de gamme.

Est-ce que nos entreprises sont prêtes à ce changement? C'était la question au cœur des dernières rencontres au World Economic Forum à Davos. La question se pose notamment sur comment

intégrer la digitalisation dans l'entreprise certes, mais surtout comment réinventer notre stratégie faisant face à ces défis actuels, tout en respectant les valeurs traditionnelles de l'entreprise. Peut-être faudra-t-il abandonner une part de l'activité à des tiers pour se renforcer soi-même. Il est dit que Steve Jobs était contre le fait que de développeurs externes créent et vendent des applications pour les iPhones. Apple ne serait certainement pas le plus grand fournisseur d'applications à ce jour si cette position avait été maintenue... Repenser son modèle d'affaires différemment est crucial. Uber,

par exemple, concurrence les fabricants de voiture sans en construire. Avec son modèle basé sur la digitalisation, il ren-

contre le succès. Ceci comme 70% des entreprises internationales qui ont de la réussite (Amazon, Apple, Alibaba, Microsoft) et qui se

basent sur le modèle du digital (source WEF). Alors, et vous? Avez-vous dédié des ressources financières et du temps pour revoir votre stratégie en l'ancrant dans notre 4<sup>e</sup> révolution industrielle, la digitalisation? Bénéficiez-vous en tant que CEO de toutes les compétences nécessaires? Prévoyez-

.....

NOUS VIVONS  
UNE RÉVOLUTION  
INCROYABLE  
ET INÉLUCTABLE.  
VOIR ET COMPRENDRE  
JUSQU'OU'ELLE VA  
NOUS MENER EST ENCORE  
DIFFICILE POUR NOMBRE  
D'ENTRE NOUS.

vous de vous former ou de vous entourer de conseillers spécialisés en la matière? Je me pose ces questions jour et nuit. Petite ou grande entreprise, cela nous touche tous inexorablement. Tout comme il y a des milliers d'années, les Égyptiens ont su dévier l'eau du

Nil pour arroser leurs cultures qui sont devenues plus abondantes avec une surproduction qui a été le déclencheur d'une nouvelle manière de vivre en villages ou en villes et l'apparition de nouveaux besoins comme les tables et les chaises (et les menuisiers) que les nomades ne nécessitaient pas

avant, nous vivons une révolution incroyable et inéluctable. Voir et comprendre jusqu'où elle va nous mener est encore difficile pour nombre d'entre nous, mais y réfléchir et tenter d'y apporter des solutions est vital si nous voulons voir nos entreprises fleurir encore demain!■



PHILIPPE WOODS