

Principales tendances à observer dans le secteur manufacturier

Découvrez les perspectives des clients CGI sur la façon d'accélérer votre transformation numérique et de bâtir un avenir durable.



2022 CGI LA VOIX
DE NOS CLIENTS

CGI

L'avenir est connecté, adaptatif et durable

Incidence des macrotendances

Plusieurs tendances clés redessinent l'avenir du secteur manufacturier, mais les avis divergent quant à leur incidence. Les leaders du numérique* du secteur manufacturier affirment que les changements climatiques ont une incidence élevée sur leur organisation. Les dirigeants du secteur commercial ressentent davantage les contrecoups des pénuries de main-d'œuvre découlant des changements sociaux et démographiques que leurs homologues du secteur des ressources naturelles.

Les tendances macroéconomiques les plus marquées font ressortir les différences entre les dirigeants nord-américains et européens. Pourtant, les deux groupes s'entendent sur l'incidence élevée de l'accélération technologique pour stimuler la croissance et l'innovation.

Fait intéressant, cette tendance est perçue comme ayant une

incidence plus notable par les dirigeants des fonctions d'affaires que par ceux des fonctions TI.

La reconfiguration de la chaîne d'approvisionnement est une priorité importante pour les dirigeants comparativement à l'approche plus drastique que représente le rapatriement de la production. Toutefois, cette dernière approche est davantage considérée par les acteurs du secteur de l'automobile, car ils devront probablement rapprocher leurs activités de production de leur siège social ou de leurs sources d'énergie.

Préoccupations de nos clients

Alors que les entreprises manufacturières continuent de composer avec les répercussions à long terme de la pandémie, de nouveaux défis découlant des perturbations géopolitiques et économiques ont fait surface.

Plus que jamais, il est donc nécessaire d'accélérer la

transformation numérique et de miser sur l'agilité comme facteur de différenciation concurrentiel.

Le développement durable et la cybersécurité ont considérablement gagné en importance cette année. Notamment, les leaders du numérique ont une longueur d'avance en ce qui concerne le passage à l'Industrie 5.0. Ils sont aussi plus avancés que leurs homologues sur le plan des principales priorités technologiques et de la production de résultats grâce à leurs stratégies de cybersécurité.

À mesure que le secteur manufacturier devient plus unifié, les décisions fondées sur les données, appuyées par l'éventail de technologies habilitantes comme l'Internet des objets (IoT), l'analyse avancée des données et l'intelligence d'affaires, aideront les entreprises manufacturières à accélérer leur transformation et à instaurer de réels changements.

À propos des perspectives

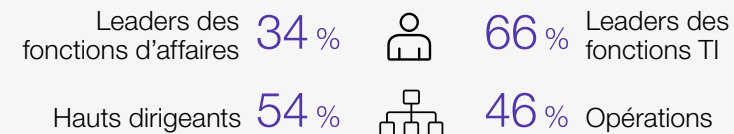


Chaque année, nous rencontrons des dirigeants d'entreprises clientes du monde entier pour connaître leur point de vue sur les tendances qui ont une incidence sur leur organisation et leur secteur d'activité. Grâce à La voix de nos clients CGI, nous analysons ces résultats pour fournir des perspectives stratégiques par secteur d'activité afin de comparer les meilleures pratiques, y compris les attributs des leaders du numérique.

En 2022, nous avons rencontré 1 675 dirigeants des fonctions d'affaires et informatiques (TI).

Ce résumé présente des exemples de perspectives, recueillies auprès de 156 dirigeants du secteur manufacturier.

Données démographiques issues des entrevues



* Les leaders du numérique sont ceux dont les stratégies numériques produisent les résultats attendus.

Principales tendances et priorités

Pour la première fois, le développement durable figure parmi les principales tendances et priorités d'entreprise pour les dirigeants du secteur manufacturier. La cybersécurité gagne aussi en importance, surtout pour les hauts dirigeants, alors que la modernisation des applications se glisse au premier rang des priorités en TI de tous les dirigeants.

Principaux éléments à retenir

Alors que les entreprises manufacturières continuent de se concentrer sur la réduction des coûts et l'excellence opérationnelle, elles doivent maintenant travailler à l'atteinte des nouveaux objectifs en matière de développement durable et de conscience humaine de l'Industrie 5.0.

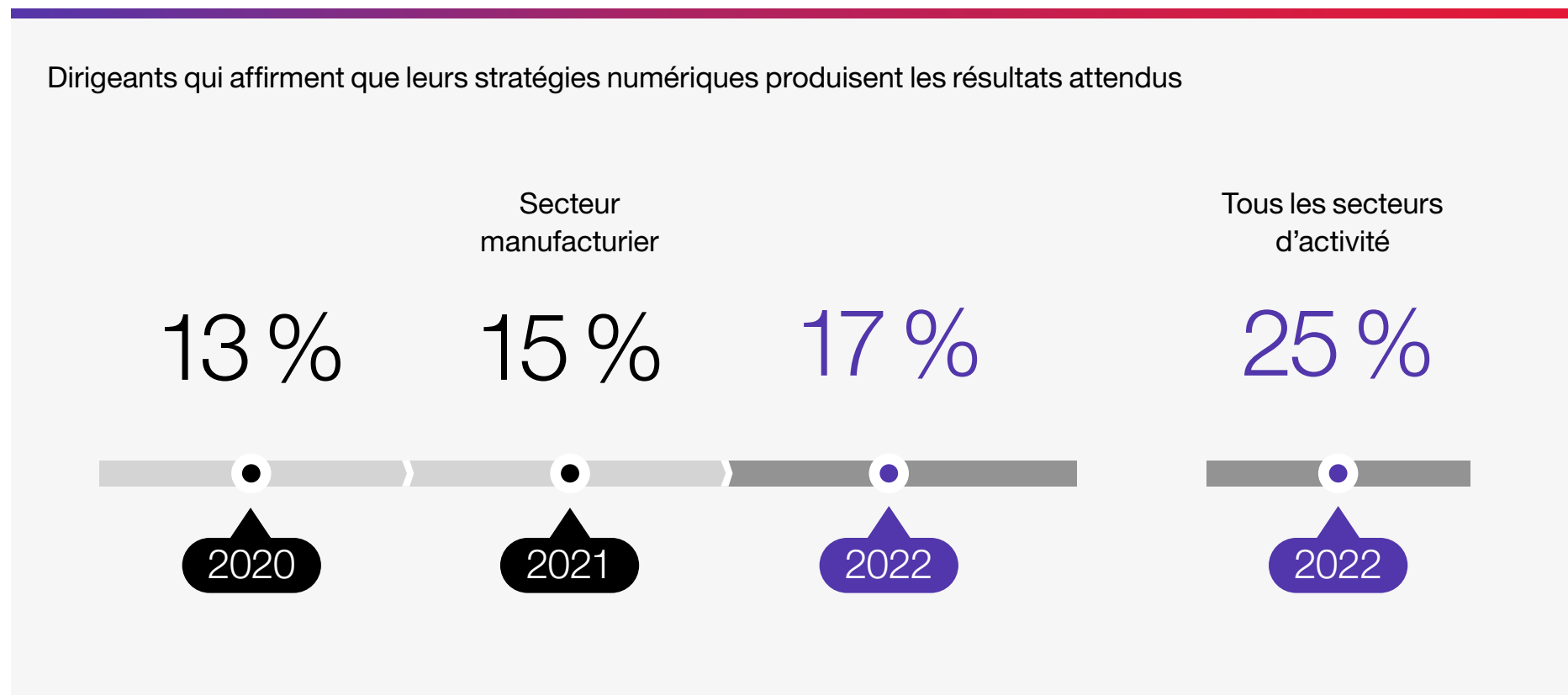
	Principales tendances	Principales priorités d'entreprise	Principales priorités en TI
1	Développement durable	Développement durable	Modernisation des TI des applications
2	Transformation pour devenir des organisations numériques	Optimisation des activités	Protection grâce à la cybersécurité
3	Protection grâce à la cybersécurité	Amélioration de l'expérience client	Numérisation des processus et intégration des systèmes

Les tendances sectorielles illustrent les facteurs déterminants qui ont la plus grande incidence sur le secteur d'activité du client. Les priorités d'entreprise énoncent la façon dont les clients abordent les tendances sectorielles alors que les priorités en TI reflètent les principaux domaines technologiques d'intérêt pour répondre aux tendances et aux priorités d'entreprise.

Progrès numérique dans le secteur manufacturier

En 2022, un nombre peu élevé de dirigeants sont parvenus à produire les résultats attendus grâce à leurs stratégies numériques par rapport à l'an dernier (une hausse de seulement deux points de pourcentage, et un résultat inférieur à la moyenne de tous les secteurs d'activité confondus).

Si l'on observe la moyenne de tous les secteurs d'activité, nous constatons que les constructeurs automobiles sont sur un pied d'égalité.



Leaders du numérique du secteur manufacturier

En examinant les perspectives des leaders du numérique qui produisent les résultats attendus, certains attributs communs émergent.

Le tableau compare les réponses de ces leaders du numérique à celles des dirigeants dont les organisations sont actuellement en train d'élaborer ou de lancer des stratégies numériques (acteurs du domaine numérique).

Fait important, les leaders du numérique ont huit ans d'avance au chapitre de la mise en œuvre des principales priorités en TI.

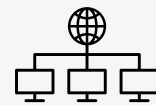
Comparaison des attributs des **leaders du numérique** à ceux des dirigeants dont les organisations en sont à l'étape d'élaboration ou de lancement de leurs stratégies numériques (**acteurs du domaine numérique**)



Se montrent plus sensibles à l'impact des changements climatiques

71 %

56 %



Ont une longueur d'avance dans la mise en œuvre de leurs processus numériques

75 %

29 %



Ont mis en œuvre ou mettent en œuvre des capacités d'analyse de données

68 %

26 %



Parviennent à mieux concilier les priorités d'entreprise et en TI

36 %

17 %



Exploitent davantage les services en mode délégué pour les applications

80 %

51 %

Principales conclusions de nos entrevues avec les dirigeants du secteur manufacturier

1.

Les changements climatiques sont au cœur des préoccupations des dirigeants, mais selon les marchés géographiques, les avis divergent quant à leur impact.

Plus de la moitié (59 %) des dirigeants du secteur manufacturier affirment que les changements climatiques ont un impact élevé, mais les dirigeants européens considèrent cette tendance comme ayant une incidence plus importante que leurs homologues nord-américains (62 % contre 39 %).

2.

L'évolution de la démographie sociale est un facteur à considérer.

Pas moins de 42 % des dirigeants affirment que le vieillissement de la population et la pénurie de talents ont une incidence importante sur leur entreprise. Un leader du numérique sur deux affirme qu'il s'agit d'un facteur à forte incidence, et les dirigeants du secteur commercial sont plus nombreux que leurs pairs du secteur des ressources naturelles à observer une forte incidence (48 % par rapport à 27 %).

3.

Les chaînes d'approvisionnement représentent un défi pour les dirigeants du domaine du travail en discontinu.

Les dirigeants du domaine du travail en discontinu, en particulier ceux de l'industrie automobile (50 %), mentionnent la reconfiguration de la chaîne d'approvisionnement comme une tendance à forte incidence.

4.

Les stratégies numériques tardent à produire les résultats attendus.

Seulement 17 % des dirigeants disent produire des résultats grâce à leurs stratégies numériques, comparativement à 15 % l'an dernier.

5.

Les défis que posent les systèmes existants se dissipent lors de la mise en œuvre des priorités en TI.

Près de la moitié des dirigeants (43 %) affirme que les systèmes existants nuisent à la mise en œuvre réussie des stratégies de transformation numérique. Si l'on rencontre surtout des obstacles lors de l'établissement des priorités en matière de TI, ils se dissipent à l'étape de la mise en œuvre. En effet, les leaders du numérique ont huit ans d'avance sur les acteurs du domaine numérique pour ce qui est de la mise en œuvre de leurs stratégies technologiques.



6.

Les leaders du numérique se tournent vers l'Industrie 5.0.

Les leaders du numérique n'en sont plus à la première phase de leur transformation numérique. Après avoir investi dans des initiatives liées à l'Industrie 4.0, ils adoptent l'approche plus intégrée de l'Industrie 5.0 où le développement durable est au cœur des préoccupations.

7.

Les hauts dirigeants souhaitent faire passer la cybersécurité au premier plan.

Les hauts dirigeants du secteur manufacturier affirment que la cybersécurité, principalement la sécurité des technologies opérationnelles (TO) est la tendance sectorielle la plus marquée, devant le développement durable. Pour ce qui est des principaux aspects liés à la cybersécurité, les dirigeants placent la sécurité du nuage ainsi que la sensibilisation et la formation des employés en tête de liste.

8.

Les cyberrisques liés aux écosystèmes exigent une attention particulière.

Si 65 % des dirigeants ont mis en œuvre une stratégie de cybersécurité à l'échelle de leur entreprise, seulement 29 % l'ont étendue à leur écosystème externe. Beaucoup plus de leaders du numérique (71 %) tirent des résultats de leurs stratégies de cybersécurité comparativement aux acteurs du domaine numérique (25 %).

9.

La réalisation des priorités d'entreprise repose sur les personnes.

Pas moins de 65 % des dirigeants mentionnent le changement culturel et la gestion du changement comme principal obstacle à la réalisation de leurs priorités d'entreprise, mais il s'agit d'un pourcentage nettement plus faible que l'an dernier (79 %). Le défi que pose le changement de culture touche davantage les leaders du numérique (71 %) et les dirigeants des fonctions TI (71 %).

10.

L'orientation client stimule de nouvelles chaînes de valeur commerciales.

Près de la moitié (46 %) des dirigeants affirment que la nécessité de reconfigurer leurs chaînes de valeur commerciales (c.-à-d. leurs modèles opérationnels et d'affaires) a une forte incidence sur leur organisation. Dans l'ensemble, les dirigeants du secteur manufacturier disent devoir miser sur l'expérience client et la servicification pour faire évoluer leurs chaînes de valeur commerciales. Cependant, seulement 15 % d'entre eux affirment avoir adopté des modèles d'affaires hautement agiles qui favoriseront la transformation numérique.

6 recommandations pour atteindre vos principales priorités

1. Exercez vos activités en toute confiance en sécurisant vos installations, de l'atelier aux salles de conférence.

Avec la venue des usines numériques et des chaînes de valeur connectées numériquement et face au nombre croissant de cyberattaques sophistiquées visant les systèmes industriels qui sont amplifiées par les perturbations géopolitiques, les solutions de sécurité des TI traditionnelles ne font plus le poids. À mesure que le secteur manufacturier s'unifie, il devient essentiel d'adopter une approche de bout en bout globale qui tient compte des personnes, des processus, des machines et de la technologie pour se prémunir contre les cyberrisques d'aujourd'hui. Nous recommandons une approche à volets multiples qui comprend la mise en place de politiques, de procédures, de contrôles et de formation adaptée en matière de cybersécurité. Il est aussi important d'accroître la sensibilisation des employés aux cyberrisques en offrant régulièrement de la formation pour maintenir leurs compétences à jour et suivre l'évolution des menaces. Enfin, l'accès aux meilleurs talents et renseignements en cybersécurité doit être une priorité.

2. Assurez la pérennité des données à l'échelle des opérations pour améliorer la prise de décisions.

Évaluez d'abord les sources de données les plus importantes, comme vos systèmes d'exploitation de base, y compris les systèmes d'exécution de la fabrication (MES), de gestion du cycle de vie du produit (GCVP) et de gestion intégré (ERP), puis définissez clairement les objectifs pour en extraire les données. Procédez ensuite à l'intégration de ces systèmes pour assurer un flux ininterrompu d'information tout au long du cycle de vie du produit, de la conception à la production en passant par l'entretien et la réparation. Il en résultera de riches lacs de données ainsi que des données contextuelles qui pourront être exploitées au moyen de technologies comme l'automatisation, l'analyse de données et les jumeaux numériques en vue d'en tirer des perspectives stratégiques au profit de l'efficacité, de la productivité et de la visibilité.



3. Tirez parti des données sur les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) pour accélérer la durabilité.

Les entreprises manufacturières doivent cibler les données sur les émissions de gaz à effet de serre (GES) les plus pertinentes et en assurer le suivi dans l'ensemble de leurs chaînes de valeur afin de mesurer et de gérer les objectifs qu'ils se sont fixés et d'en rendre compte. La collecte de bonnes données aidera à faire progresser les plans stratégiques et à mettre en œuvre le changement de culture, les processus opérationnels et les technologies habilitantes nécessaires, comme le codage écologique et l'automatisation robotique des processus, pour réduire les émissions de portée 1 à 3. En outre, la mise en œuvre de processus et de systèmes de suivi de l'impact environnemental dans l'ensemble des chaînes de valeur permet de mesurer et de démontrer les progrès réalisés ainsi que l'atteinte des objectifs.

4. Réévaluez vos stratégies et vos priorités pour harmoniser vos fonctions d'affaires et TI.

Lorsque l'on constate des écarts entre les attentes des leaders des fonctions d'affaires et TI, la mise en œuvre d'un programme de transformation peut s'avérer un défi pour le moins complexe. À mesure que la transformation numérique s'accélère et que l'intégration des systèmes de TI et de TO s'améliore, les entreprises manufacturières doivent trouver des moyens d'approfondir les relations entre les fonctions d'affaires et TI en misant sur la confiance et la communication. Pour ce faire, un changement de mentalité s'impose, de même que le recours à de nouvelles méthodes de travail et à une collaboration accrue. L'acquisition de compétences numériques, l'utilisation de paramètres de mesure quantifiables communs et l'établissement d'objectifs complémentaires à l'échelle des fonctions d'affaires et TI contribueront à mettre toutes les ressources au diapason.

Cas probant



Adoption de la fabrication axée sur les données pour favoriser l'agilité, l'efficacité et la durabilité

Le fabricant de produits chimiques SABIC souhaitait exercer ses activités de manière plus efficace, agile et durable afin de répondre aux demandes d'un nouveau marché et des clients. Pour aider le fabricant à exécuter des opérations autonomes fondées sur les données, nous veillerons au développement, à la gestion et à la modernisation de 50 applications manufacturières essentielles au cours des trois prochaines années et fournirons des services de sécurité des applications industrielles.

« Nous voyons notre collaboration avec CGI comme une fusée à trois étages où chaque étage représente une étape : mise en œuvre, consolidation et amélioration. Je suis particulièrement intéressé par cette collaboration pour découvrir la dernière phase, qui nous aidera à répondre aux possibilités d'optimisation de nos installations de production. Nous n'allons pas seulement nous intéresser aux applications, mais aussi aux processus internes, pour déterminer comment nous pouvons fonctionner de manière plus efficace et plus durable. »

John Bruijnooge, directeur de site chez SABIC, à Geleen

5. Adoptez des stratégies de collaboration pour stimuler la valeur partagée.

La collaboration au sein des écosystèmes a le pouvoir d'améliorer l'expérience client, d'accroître l'efficacité dans les ateliers, de générer de nouvelles sources de revenus et de faire progresser les objectifs en matière de durabilité. En créant des écosystèmes de données ou en y contribuant, les entreprises manufacturières peuvent échanger des données dans un environnement sécurisé tout en assurant la souveraineté des données. De même, la collaboration avec les intervenants, les partenaires et les fournisseurs donne accès aux bonnes données au bon moment pour faciliter la prise de décisions éclairées en matière de durabilité. Le partage des capacités, comme les entrepôts ou les installations de production, offre de la souplesse et permet des économies de coûts. Nous recommandons également de miser sur la modernisation et des stratégies infonuagiques pour favoriser la collaboration dans l'ensemble des chaînes de valeur, tout en faisant preuve de la souplesse requise pour s'adapter rapidement aux nouvelles réalités du marché.

6. Améliorez l'expérience client et la servicification pour demeurer pertinent.

En raison de l'évolution des marchés et de l'apparition de nouveaux écosystèmes, il est essentiel de diversifier les offres pour mieux servir les clients. Cette année, les dirigeants (surtout les constructeurs automobiles) désignent l'expérience client et la servicification comme étant leurs principaux domaines d'intérêt pour améliorer leurs chaînes de valeur commerciales et tenir compte des préférences changeantes des clients. Il existe plusieurs façons pour les entreprises manufacturières de diversifier leurs services (p. ex. services après-vente conviviaux, améliorations personnalisées des plateformes services et des marchés en ligne, collaboration avec des partenaires pour offrir des recommandations et des conseils personnalisés, etc.). Pour se démarquer, elles doivent bien cerner les besoins de leurs clients et l'utilisation qu'ils font des produits. L'analyse avancée des données permettra de mieux connaître les habitudes d'achat, ce qui permettra aux entreprises manufacturières de combler le retard qu'elles accusent par rapport à d'autres secteurs d'activité.



Cas probant



Collaboration avec Michelin dans le cadre d'une initiative qui vise à favoriser une mobilité plus intelligente, sécuritaire et durable grâce aux données sur les comportements au volant

L'initiative Better Driving Community repose sur un écosystème unique axé sur les données qui fait progresser la transformation numérique en vue d'améliorer la sécurité routière. En sensibilisant leurs employés et le grand public grâce à une solution connectée pour guider le conducteur et en tirant parti de cas d'utilisation novateurs contribuant à une mobilité plus sécuritaire, Michelin, CGI et les autres partenaires contribuent à la mobilité de demain grâce au potentiel des données de conduite.

Allier savoir et faire

Fondée en 1976, CGI figure parmi les plus importantes entreprises de services-conseils en 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 en TI et en management. Notre savoir représente notre connaissance approfondie de vos tendances sectorielles et de vos priorités d'entreprise et en TI.

Pour obtenir les plus récentes perspectives sectorielles [La voix de nos clients CGI](#) et consulter l'un de nos experts, veuillez [communiquer avec nous](#).



The CGI logo, consisting of the letters 'CGI' in a bold, red, sans-serif font.