4.0 READY

Résultats complets

ENQUÊTE « CONSULTANTS » ANALYSE DE LA DIMENSION HUMAINE DANS LE « 4.0 »



En parallèle à sa stratégie « Industrie du futur », la Wallonie est investie dans le projet Interreg **4.0Ready**. Ce projet vise à renforcer la **capacité des PME** de type manufacturier à se lancer dans l'industrie 4.0 et développer les **compétences numériques** des travailleurs.

Afin d'analyser le niveau de prise en considération des **aspects humains** dans les plans de transformation numérique des entreprises, cette **enquête** a été envoyée à 634 consultants agréés au dispositif wallon des chèques-entreprises pour les thèmes « croissance » et/ou « numérique ».

En voici les résultats complets. Merci aux 107 répondants!

Par ailleurs, l'objectif était également de sonder les consultants sur les questions suivantes :

- La transformation numérique des entreprises doit-elle intégrer le développement des compétences des travailleurs ? Comment les consultants se positionnent-ils par rapport à cette question ?
- ▶ Quels sont leurs besoins pour développer davantage la dimension humaine dans les transformations numériques des entreprises ?
- Le covid a-t-il eu un impact sur le contenu de leurs missions?











D'un point de vue pratique

Durée de l'enquête :

l'enquête est restée ouverte 2 mois (du 05/07 au 06/09/2021). Une relance mailing a été effectuée le 23/08.

Temporalité de l'enquête : cette enquête recueille les informations relatives à l'activité des consultants sur les 12 derniers mois

Durée de remplissage : la durée moyenne de remplissage de l'enquête est de 11'07", ce qui correspond à l'objectif visé par le GT Formation.

Comité de lecture : Pascal Balancier (AdN), Julie Collard (AdN), Jessica Miclotte (AdN), Héloïse Leloup (AdN), Julie Barbeaux (SPW), Alain Demarez (SPW), Christian Rezette (Université Ouverte), Dominique Cabiaux (Université Ouverte), Sophie Nyssen (Form@Nam), Aline Sinzo (Form@Nam), Sébastien Claeyssens (Eurometropolitan e-Campus)

D'un point de vue méthodologique

Taille de l'échantillon : l'échantillon apparaît comme crédible et exploitable au vu du nombre de répondants : 107 sur 634 contacts, soit un peu moins d'1/5ème.

Représentativité de l'échantillon: Les résultats de l'enquête sont à analyser à la lumière des profils des 17 % consultants répondants. Par ailleurs, nous n'avons pas opéré de sélection sur les secteurs d'activités des consultants interrogés.













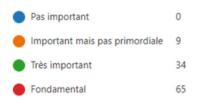
LES PRINCIPAUX CONSTATS

CONSCIENCE DE L'IMPORTANCE DE LA DIMENSION HUMAINE

L'enquête permet d'avancer que la dimension humaine n'est pas ignorée par les répondants agréés « Chèques entreprises », et ce, qu'ils aient été mobilisés via les chèques croissance ou numérique.

En effet **92 %** des répondants se déclarent **sensibilisés** à cette dimension. Concrètement, 31% des répondants les jugent comme très importantes et 61 % comme fondamentales.

11. Sur base de votre expérience, quelle est l'importance des dimensions humaines et organisationnelles dans la réussite d'une transformation numérique ?





PEU D'EXPERTISE À DISPOSITION DES ENTREPRISES SUR LES DIMENSIONS HUMAINES.

Si 92% des consultants répondant se déclarent sensibilisés et intéressés aux dimensions humaines, ils sont plus dans une approche soutenant « le dire » que « le faire ».

En effet, ils déclarent **ne pas posséder l'expertise** pour soutenir la dimension humaine de l'entreprise dans les processus de transformation qu'elle soit liée à la croissance ou à la transformation numérique.













PEU DE CONSULTANTS INTÈGRENT LA DIMENSION RH DANS LEUR MISSION

Au-delà des déclarations d'intention, seulement 12% des demandes de missions de consultance en lien avec des processus de transformation numérique intègrent la dimension RH et organisationnelle dans leur processus d'accompagnement.



A peine **18** % des répondants déclarent utiliser les ressources à disposition et qui leur permettraient de sensibiliser les chefs d'entreprises au capital humain et organisationnel de l'entreprise : que ce soient les outils **DigiScore**, **Digiscan**, les référentiels européens comme **Digcomp** ou encore les méthodes telle que "**Made Different**".





LE SOUTIEN AU MANAGEMENT EST L'AXE LE PLUS INVESTI

Parmi les répondants, **37%** de consultants se déclarent comme **impliqués** et **16%** comme **spécialisés** dans la gestion des dimensions humaines et organisationnelles des entreprises qu'ils accompagnent.

Par ailleurs, il est à noter que par rapport au soutien du management :

- 43% des répondants sont impliqués sur l'"Accompagnement à l'élaboration d'un plan de transformation" :
- 36% des répondants sont impliqués sur la "Sensibilisation aux modes de management adaptés à la culture numérique"
- 36% des répondants sont impliqués sur l'"Accompagnement au développement d'une dynamique managériale adaptée à la culture numérique"
- 36% des répondants sont impliqués sur la "Sensibilisation aux modes de travail adaptés à la culture numérique"



SOUHAIT D'EN SAVOIR PLUS

La moitié des répondants sont demandeurs d'ouvrir leurs horizons et d'entrer en contact plus régulier avec les acteurs plus spécialisés aux dimensions humaines.

Près de la moitié des répondants indiquent ne pas avoir de contact dans leur réseau professionnel sur le sujet qui leur permettrait pourtant d'enrichir leur connaissance sur le sujet.















TENDANCES CONVERGENTES

Les résultats de l'enquête menée auprès des consultants viennent confirmer (et, par-là, renforcer) les constats et études récentes :

 L'Analyse prospective sur le développement et les besoins en compétences de l'industrie 4.0 (2020) avait ainsi déjà pu mettre en évidence 16 recommandations majeures réparties en 3 grappes et visant au soutien d'une industrie 4.0 en Wallonie.

En lien direct avec les résultats de notre enquête, nous soutenons :

- 1. L'importance de mettre en place une culture de la formation en entreprise et, parallèlement, la nécessité d'augmenter la maturité numérique des citoyens ;
- 2.La présence, voire la prévalence, des compétences dites "soft" aux côtés des connaissances purement techniques et opérationnelles.



maturité numérique du grand public

TRAVAILLEURS

- l'émergence de



- RELATION ENTREPRISES Faire évoluer la formation continue en l'adaptant aux techniques de blended-learning

 - Développer une stratégie intégrée d'évaluation de la
 - méthodologique favorisant la mise en place de formations continues
 - Encourager l'apparition de parcours de formations inter-
 - réguliers des écosystèmes entreprises-formations dans les pays étrangers



- Développer une culture de la formation en
- Doper la maturité numérique des

ORGANISATIONS

- project-based axés sur la collaboration entre

Le "baromètre entreprises 2020", réalisé par l'Agence du Numérique, indique que "s'il y a bien un axe qui est sous-investi dans la transformation numérique des entreprises : c'est bien celui de l'accompagnement au changement. En effet,

- 2/3 des dirigeants ne perçoivent pas le numérique pour une opportunité stratégique de leur entreprise et 28% des dirigeants considèrent "qu'aucune transformation numérique n'est nécessaire dans leur activité";
- 74 % des dirigeants affirment ne pas avoir besoin de nouvelles compétences pour progresser dans leur numérisation alors que 58 % des travailleurs disent avoir besoin d'une formation et d'une orientation supplémentaires en matière de technologie.
- Et de fait, en Région Wallonne, seulement 12 % des entreprises employant du personnel ont formé au moins un collaborateur dans une matière numérique au cours des deux dernières années.











CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS



Si les 17 % des répondants se disent sensibilisés aux dimensions RH et organisationnelles, peu semblent en détenir l'expertise ou les relais utiles pour soutenir les entreprises dans ces domaines.

Cette enquête corrobore les perceptions des experts en contact avec les entreprises à savoir : l'investissement dans le capital humain et organisationnel indispensable à la réussite de la transformation numérique est aujourd'hui sous-investi.

Tenant compte de cette réalité, les recommandations sont les suivantes :

Augmenter et accélérer le travail de sensibilisation.

Il s'agit de poursuivre la sensibilisation des entreprises à l'importance du facteur humain dans les processus de transformation numérique. Bien que des actions de sensibilisation soient déjà à l'œuvre, elles ne sont pas suffisamment soutenues en termes de moyens pour avoir un réel impact sur le terrain.

Identifier les experts « Capital humain et organisationnel ».

Il serait judicieux d'affiner la première cartographie des prestataires qui se déclarent comme spécialistes en capital humain et organisationnel via, par exemple, une enquête. Dans un deuxième temps, il faudrait donner les moyens aux entreprises de les repérer en créant, par exemple, un label/étiquetage spécifique. Le but de cette démarche est d'offrir la possibilité aux entreprises de les identifier et les solliciter pour optimiser leur chance de réussir la transformation numérique de leur entreprise.

Sensibiliser les consultants aux défis humains.

Pour augmenter l'impact de la sensibilisation, il convient de sensibiliser les consultants tant aux défis humains et organisationnels qui sous-tendent la transformation numérique qu'aux ressources à disposition. A défaut, d'être experts en matière de capital humain et organisationnel, bénéficier d'un minimum de connaissance sur le sujet leur permettrait d'orienter adéquatement les entreprises vers les outils utiles et/ou les consultants spécialisés.

Recueillir la position des entreprises manufacturières quant à la transformation digitale, leurs besoins et points d'intérêt

Dans la suite logique de cette enquête, il apparaît opportun de questionner les entreprises tant sur leur ressenti d'une transformation digitale que de la prise en considération des aspects humain et organisationnel. Ce afin de pouvoir identifier les freins et leviers à l'intégration de la dimension humaine.













PISTES DE RÉFLEXION CONNEXES

Mobilisation des chèques croissance.

L'enquête indique que 75 % des répondants ont été mobilisés pour des missions qui relèvent du chèque « croissance », dont le spectre d'action est plus large, que pour des missions « numérique » qui relèvent du chèque numérique.

Mobilisation des missions sur l'adaptation des entreprises et de leur Business Model des suites de la crise Covid.

Dans le cadre des chèques croissance, 40% des répondants indiquent soutenir la différenciation commerciale, le marketing, la gestion financière, la gestion des flux de production ainsi que la gestion interne dans leurs missions de consultance.

Dans le cadre de la crise COVID, les missions permettant à l'entreprise de **s'adapter dans** l'urgence voire de survivre économiquement sont donc les plus soutenues.

Faible mobilisation des chèques sur les aspects de cybersécurité. Dans le cadre du chèque « numérique », l'enquête souligne que ce dernier est peu utilisé pour une mission de cybersécurité.

En effet, seulement 3 missions pour les 107 répondants sont renseignées à cette fin. C'est nettement moins que les 2 autres aspects couverts par les chèques de maturité numérique : audit ou diagnostic et accompagnement à la mise en œuvre d'un plan d'actions. Ceci est interpellant dans le contexte de la crise Covid-19 et du renforcement du télétravail.









