

Accenture identifie 6 marchés en voie de disruption digitale



Dans sa dernière étude *Remaking Customer Market*, menée auprès de 500 décideurs dans 10 pays, **Accenture** annonce que 60% des entreprises interrogées envisagent de poursuivre leur croissance en collaboration avec d'autres acteurs industriels ou avec l'état (cf : Procter & Gamble qui collabore avec Walmart, Harvard et le MIT sur la plateforme d'éducation en ligne EDx). Elles sont par ailleurs 80% à explorer de nouveaux business models.

Actuellement, 87% des entreprises chinoises envisagent de d'explorer des industries adjacentes contre 53% des sociétés américaines et anglaises...

« Digitally Contestable Markets » : 6 marchés prêts à une disruption digitale

Accenture a identifié 6 marchés «*porteurs en terme de transformation numérique*». Des marchés, en croissance modérée prêts à une reconfiguration digitale portée par de nouveaux entrants : le secteur de la santé, les services financiers (convoitées par les géants télécoms et high tech), le secteur manufacturier, le commerce de détail et les transports.

Acheter, Payer, se maintenir en bonne santé

La valeur agrégée des trois principaux secteurs prêts à une digitalisation accélérée s'élève à 5900 milliards de dollars pour le seul marché américain.

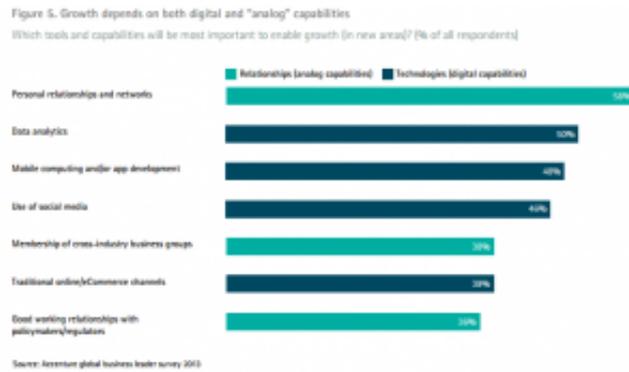
Parmi les sociétés interrogées, 63% envisagent de créer des alliances stratégiques avec d'autres groupes, 46% des Joint-Ventures et 39% s'étendre sur d'autres secteurs via des fusions acquisitions.

4 technologies digitales clés

Pouvoir persistant de l'analogie, les décideurs interrogés citent à 58% **leur réseau et connaissances personnelles comme facilitateurs essentiels de cette transformation.**

Parmi les technologies critiques pour cette transformation digitale, 50% des personnes interrogées citent les « **Data analytics** » (90% des données mondiales ont été générées ces deux dernières années), suivies par le mobile et le développement d'Apps (48%),

les médias sociaux à 46 % et l'E-commerce à 38%.



Toutes les sociétés n'abordent pas sur un pied d'égalité cette transformation digitale , Selon Mark Spellman , Managing Director d'accenture, elles doivent se préparer à mieux anticiper les besoins de consommateurs, accepter de réorchestrer leur écosystème, libérer leurs employés, s'ouvrir à l'Open Data, accélérer leur processus de décisions et établir des partenariats inédits avec des acteurs exogènes à leur industrie.

Sur les marchés porteurs en termes de transformation numérique, les clients se soucient de moins en moins de savoir quel prestataire ou quel secteur leur fournit les services, du moment que ceux-ci répondent à leurs attentes

souligne Bruno Berthon d'Accenture.

[Accès à l'étude complète](#)