

Dix principales
possibilités pour les
entreprises technos
en 2022



EY

Travailler ensemble
pour un monde meilleur

INNOVER

CROÎTRE

Lorsque nous avons évoqué les dix principales possibilités pour les entreprises technos en 2021, la distanciation sociale était le principal moyen de défense mondial contre la pandémie de COVID-19. Aujourd'hui, grâce aux vaccins, nous avons un meilleur contrôle de la pandémie, mais la volatilité des marchés a augmenté et le profil de risque du commerce mondial s'est détérioré sous l'effet de facteurs géopolitiques. Cet état de fait a modifié la liste et l'ordre des possibilités pour 2022.

En 2021, les produits infonuagiques ont rapidement pris le pas sur les produits traditionnels sur place, d'où la forte hausse observée dans la demande pour le matériel nécessaire à la prestation de services à distance. Cette transition a exercé des pressions sur la chaîne d'approvisionnement à l'échelle du secteur. Les différends commerciaux, les changements réglementaires et les efforts actuels déployés par le gouvernement pour protéger ou stimuler les activités dans le secteur de la haute technologie pèsent également dans la balance. Les entreprises doivent être conscientes du fait que l'entrée en vigueur de nouvelles réglementations peut redéfinir les marchés du jour au lendemain.

Le secteur Technologie devrait poursuivre sa croissance après la pandémie, sous l'effet du virage numérique accéléré de l'économie. Dans son rapport annuel, EY a énuméré les dix principales possibilités que les entreprises technos devraient saisir en 2022. Les entreprises qui se fixeront au moins l'un des objectifs suivants sauront saisir les occasions de croissance et composer avec les risques et la volatilité en 2022.

1



Attirer et fidéliser des employés motivés dans un environnement de travail hybride

Dénicher le bon talent a toujours été une préoccupation majeure dans le secteur Technologie, mais la pandémie a fait ressortir l'impérieuse nécessité de s'attaquer à ce problème. Les entreprises qui investissent dans leur croissance future recherchent des ingénieurs pour leurs centres de recherche et des vendeurs pour renforcer leur équipe de vente. La plupart des entreprises technos effectuent actuellement un retour au bureau progressif et partiel en essayant d'équilibrer les besoins et préférences d'une main-d'œuvre moderne et les coûts connexes. Une récente étude menée par EY révèle que neuf employés sur dix veulent de la souplesse quant à l'endroit où ils travaillent et à leur horaire, et que la majorité d'entre eux sont prêts à changer d'emploi si celui-ci ne répond pas à ces besoins¹. Cependant, même si les employés semblent s'être adaptés au télétravail, le modèle hybride pose de nouveaux défis sur le plan de l'expérience et de la culture des employés. Les employeurs doivent résoudre le casse-tête qui consiste à optimiser les récompenses, la flexibilité et l'expérience pour créer un programme d'avantages qui attire et fidélise les meilleurs talents.

¹ Sondage d'EY réalisé en 2021 auprès des employés sur le travail réinventé

² Baromètre de la confiance des entreprises d'EY 2021

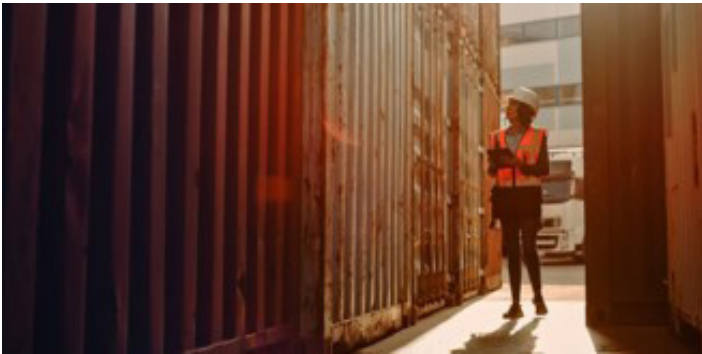
2



Tirer avantage des fusions et acquisitions pour renforcer le profil de croissance

Selon les résultats d'une recherche menée par EY², un peu plus de la moitié des dirigeants d'entreprises technos interrogés ont admis que la croissance interne pourrait être difficile à réaliser à court terme, et prévoient de soutenir la croissance par acquisition en 2022. Le marché des transactions devrait rester vigoureux en dépit de l'accroissement de la surveillance exercée par les autorités de réglementation et de l'incertitude financière. Les acquisitions relanceront la croissance par l'ajout de solutions, de technologies, de marchés finaux et de canaux de distribution dans le portefeuille des entreprises. De la même façon, les désinvestissements pourraient aider les entreprises à s'écarter des segments de marché à faible croissance ou des solutions qui nécessitent des capacités qu'elles n'ont pas. L'élaboration d'une bonne stratégie en matière de F&A permettra de dégager un meilleur profil de croissance.

3



Éliminer les risques liés à la chaîne d'approvisionnement pour assurer la continuité des activités

La volatilité des marchés et les enjeux géopolitiques ont exercé d'énormes pressions sur les chaînes d'approvisionnement. Au cours des derniers mois, la logistique et la disponibilité des composants ont été deux entraves majeures pour les entreprises technos. Bien que l'on puisse soutenir que ces problèmes sont seulement de nature temporaire et qu'ils sont généralisés à l'échelle sectorielle, certaines entreprises s'en sont sorties mieux que d'autres. Les entreprises technos doivent revoir attentivement leurs chaînes d'approvisionnement pour en éliminer les risques, et ce, à partir des fournisseurs de leurs fournisseurs jusqu'aux clients de leurs clients. Différents profils de risque dans la chaîne d'approvisionnement nécessitent différentes politiques à l'égard des stocks et des contrats d'approvisionnement. Les problèmes de logistique pourraient amener des changements dans les réseaux privilégiés de distribution et de fabrication. La visibilité en temps réel aidera à repérer les goulots d'étranglement à un stade précoce, alors que les nouvelles technologies comme les jumeaux numériques et l'impression 3-D pourraient atténuer l'ampleur de la perturbation.

4



Incorporer la sécurité dans la conception des nouvelles activités

L'importance de l'intégrité et de la sécurité des données a augmenté de façon exponentielle pendant la pandémie. Les activités sont pour la plupart effectuées en ligne, mais un grand nombre d'entreprises ont changé leur infrastructure et leurs processus informatiques en réponse à la pandémie sans tenir compte suffisamment à l'avance de la cybersécurité³. Cette situation a entraîné une hausse des cyberattaques disruptives et alimenté les inquiétudes quant à la capacité de se conformer à la réglementation. Pour faire de l'intégrité des données un inducteur de croissance et éviter les perturbations majeures, les entreprises technos doivent intégrer la sécurité et la protection des données dans la conception des nouvelles activités. Pour y parvenir, la sécurité des données doit s'inscrire dans les objectifs d'entreprise, les profils du talent requis pour y parvenir doivent être revus et l'équipe de cybersécurité doit être incluse dans la phase de démarrage des nouveaux projets.

5



Donner l'exemple pour ce qui est des questions environnementales, sociales et de gouvernance afin de renforcer les relations avec les parties prenantes

Traditionnellement, les entreprises technos ont mis l'accent sur le développement durable, mais les parties prenantes exigent qu'elles en fassent davantage. De plus en plus, les consommateurs s'attendent à ce que les entreprises génèrent

³ Sondage mondial sur la sécurité de l'information d'EY de 2021

Donner l'exemple pour ce qui est des questions environnementales, sociales et de gouvernance afin de renforcer les relations avec les parties prenantes (suite)

des retombées sociales et environnementales positives, les employés veulent contribuer à changer les choses, les investisseurs exigent des options de développement durable et les clients s'attendent à ce que les entreprises technos proposent de nouvelles technologies pour les aider à dégager leurs propres résultats en matière de développement durable. Les entreprises du secteur doivent donc prêcher par l'exemple, discuter avec les parties prenantes et formuler une proposition de valeur à long terme qui s'articule autour d'engagements environnementaux et sociaux soutenus par des changements à tous les échelons de la structure organisationnelle, de la transparence et de la production de rapports sur les indicateurs clés de performance pertinents.

6



Transformer les activités pour exceller dans les ventes axées sur la consommation

Pendant la pandémie, nous avons observé que les modèles d'affaires axés sur la consommation offraient une meilleure protection contre la volatilité économique et une valorisation plus élevée des investisseurs par rapport aux modèles traditionnels basés sur des paiements ponctuels. Les consommateurs optent de plus en plus pour la flexibilité des services et logiciels infonuagiques, et on s'attend à ce que les paiements d'abonnement remplaceront les droits de licence habituels à un rythme rapide au cours de cinq prochaines années. Pour favoriser ce virage, les entreprises doivent transformer leur fonction de vente, changer leurs outils de tarification, adopter de nouveaux programmes incitatifs, faire le suivi de différents indicateurs de performance et réaligner leurs principaux processus d'affaires. La transition ne sera pas facile, mais elle leur permettra de dégager des revenus récurrents, d'avoir plus de temps pour établir des relations avec les clients et de dégager des revenus plus élevés par utilisateur des ventes croisées et des ventes incitatives.

Les consommateurs optent de plus en plus pour la flexibilité des services et logiciels infonuagiques, et l'on prévoit que les paiements d'abonnement remplaceront les paiements des droits de licence habituels à un rythme rapide au cours des cinq prochaines années.

7



Repenser la fonction fiscalité en y intégrant le numérique

Le secteur Technologie est peu à peu devenu la cible de changements législatifs et fiscaux à l'échelle mondiale. Les gouvernements cherchent à modifier l'assiette fiscale pour profiter pleinement de la contribution économique croissante des services numériques. Des changements drastiques et soudains sont causés par des différends commerciaux et par des gouvernements qui cherchent à renforcer ou protéger leurs secteurs clés qui comprennent le plus souvent celui de la technologie. Les entreprises technos ayant une forte présence à l'échelle mondiale et un large éventail d'actifs importants doivent mettre en œuvre une approche rigoureuse en matière de fiscalité et de commerce mondial fondée sur des données en temps réel, une planification précoce et un modèle d'exploitation agile.

“

Les entreprises doivent établir une stratégie numérique transparente et fiable pour gagner la confiance des consommateurs, des clients et des organismes de réglementation, qui puisse notamment protéger les données des utilisateurs, contrer l’abus et la discrimination en ligne, et établir l’authenticité du contenu utilisé par les clients.

Barak Ravid
Leader mondial, Stratégie et transactions – Technologies, médias et divertissement et télécommunications d’EY

8



Rationaliser les activités pour renforcer l’agilité

La pandémie a exposé le monde à une volatilité et une incertitude économique sans précédent. Les préférences des clients peuvent changer du jour au lendemain, entraînant d’importantes variations dans la demande, spécialement dans le secteur Technologie. Les chaînes d’approvisionnement étant mises à l’épreuve et le commerce étant influencé par des facteurs géopolitiques, les profils de risque du secteur ont changé. Ce contexte fait ressortir la nécessité de transformer l’organisation. Pour demeurer concurrentielles, les entreprises technos doivent adapter leur souplesse organisationnelle en fonction de la volatilité future de leurs activités, notamment en simplifiant la structure organisationnelle, en rationalisant les processus d’entreprise, et en tirant avantage des capacités de l’infonuagique, de l’analytique et des outils d’automatisation.

9



Inspirer confiance aux clients pour favoriser l’engagement à l’égard du numérique

La confiance est un ingrédient de base pour les entreprises numériques. C’est la confiance qui incite les clients à visiter leur site, à interagir avec elles et à fournir les données nécessaires pour générer des affaires et stimuler la croissance. Puisque des solutions de rechange sont accessibles en un clic, un manque de confiance pourrait inciter les clients à aller ailleurs en un rien de temps. Une étude d’EY a démontré que les principaux facteurs qui influent sur la confiance - ou la méfiance - comprennent la sécurité, la transparence, l’éthique, le contenu et la conformité réglementaire. Pour obtenir la confiance, les entreprises doivent prioriser la protection des données des clients et publier des directives claires sur le comportement à adopter dans les situations de contenu fictif, d’abus et de discrimination en ligne. Elles doivent mettre en œuvre une stratégie numérique fiable qui incorpore tous les facteurs de confiance.

52%

des entreprises sont plus intéressées qu'avant la pandémie à la technologie 5G, selon une étude d'EY.

10



Se préparer à adopter la 5G

Le déploiement de la technologie 5G génère des revenus pour l'ensemble des entreprises du secteur, alors que le secteur s'apprête à en faire l'implantation à grande échelle. Selon une étude d'EY, 52 % des entreprises sont plus intéressées qu'avant la pandémie à la technologie 5G⁴. La 5G est bien plus qu'une nouvelle solution de connectivité; elle améliore non seulement la communication entre objets et appareils connectés, mais également la façon dont l'analyse de données et l'apprentissage machine peuvent transformer la logistique, redéfinir les relations avec la clientèle ou repérer les goulots d'étranglement dans la chaîne d'approvisionnement. Trois entreprises sur quatre prévoient d'intégrer la 5G dans leurs processus au cours des cinq prochaines années. Pour réaliser cet objectif, les entreprises du secteur Technologie doivent préparer des cas d'usage et adopter des feuilles de route pour garder une longueur d'avance sur la concurrence.

Personnes-ressources EY



Barak Ravid

Leader mondial, Stratégie et transactions - Technologies, médias et divertissement et télécommunications d'EY
barak.ravid@parthenon.ey.com
+ 1 415 894 8070



Tracy Watt

Leader mondiale, Stratégie et transactions - Technologies, médias et divertissement et télécommunications d'EY
tracy.watt@ey.com
+ 1 650 802 4656



Stephan van Rhee

Analyste, secteur mondial des technologies d'EY
stephan.van.rhee@nl.ey.com
+ 31 6 2908 3377

⁴ Réinventer l'avenir du secteur

EY | Travailler ensemble pour un monde meilleur

La raison d'être d'EY est de travailler ensemble pour bâtir un monde meilleur, de contribuer à créer de la valeur à long terme pour ses clients, ses gens et la société, et de renforcer la confiance à l'égard des marchés financiers.

S'appuyant sur les données et la technologie, les équipes diversifiées d'EY réparties dans plus de 150 pays instaurent la confiance grâce à des mécanismes de contrôle, et aident les clients à croître, à se transformer et à exercer leurs activités.

Que ce soit dans le cadre de leurs services de certification, de consultation, de stratégie, de fiscalité ou de transactions, ou encore de leurs services juridiques, les équipes d'EY posent de meilleures questions pour trouver de nouvelles réponses aux enjeux complexes du monde d'aujourd'hui.

EY désigne l'organisation mondiale des sociétés membres d'Ernst & Young Global Limited, lesquelles sont toutes des entités juridiques distinctes, et peut désigner une ou plusieurs de ces sociétés membres. Ernst & Young Global Limited, société à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ne fournit aucun service aux clients. Des renseignements sur la façon dont EY collecte et utilise les données à caractère personnel ainsi qu'une description des droits individuels conférés par la réglementation en matière de protection des données sont disponibles sur le site ey.com/fr_ca/privacy-statement. Les sociétés membres d'EY ne pratiquent pas le droit là où la loi l'interdit. Pour plus d'information, veuillez consulter le site ey.com

Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L. est une société membre d'Ernst & Young Global Limited établie aux États-Unis qui fournit des services aux clients.

© 2022 EYGM Limited.

Tous droits réservés.

CRS_CP_171915332

2110-3896629

DE00

Le présent document a été préparé à des fins d'information générale uniquement et l'information qu'il contient n'est pas censée constituer un conseil de comptabilité, conseil de fiscalité, conseil juridique ou autre conseil professionnel. Pour toute question spécifique, vous devez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/ca/fr