Interview avec Dr Ferhane, expert en management, consultant formateur et directeur de l'académie Evidencia

« Digitalisation des entreprises, s'adapter ou disparaître »

Force est de constater que la transformation digitale des entreprises est devenue essentielle pour assurer la pérennité de leurs activités. En référence à un certain nombre d'études et d'enquêtes réalisées ces dernières années pour diagnostiquer le niveau de perfectionnement des entreprises algériennes dans le domaine de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, il s'avère que les conclusions sont très mitigées.

20% d'entre elles disposent d'outils informatiques performants, 15% ont leur propre site Internet et 50% ne disposent pas de systèmes comptables adéquats. Dans ce contexte, le Centre de développement économique appliqué (Cread) a souligné que l'utilisation des TIC par les PME est restreinte et limitée à l'accès aux outils informatiques.

Dans un entretien qu'il nous a accordé, l'expert en management et consultant formateur, le Dr Ferhane, également directeur de l'académie Evidencia, a accepté de nous apporter son précieux éclairage sur le sujet.

L'ACTUEL : En 2020, en pleine crise sanitaire, vous aviez mené une enquête sur l'impact économique du coronavirus sur les entreprises algériennes laquelle a révélé, chiffres à l'appui, les difficultés auxquelles devra faire face le Gouvernement pour sauver l'outil numérique et l'économie nationale. Selon vous, dans ce sens, pensez-vous que les leçons ont été bien retenues ?

Dr Ferhane : Effectivement, notre enquête en 2020, toujours la seule à ce jour qui a abordé le sujet de l'impact de la Covid-19 sur les entreprises algériennes, a révélé l'ampleur de la crise sanitaire dès son apparition sur principalement les petites et moyennes entreprises, avec des conséquences parfois dramatiques, soit la fermeture et la faillite d'entreprises n'ayant pas de trésorerie pour faire face aux impératifs des paiements des salaires et la non-préparation pour passer au mode de télétravail, méconnu ou peu utilisé avant la Covid-19. Quant aux mesures décidées par le Gouvernement en août 2020 suite à une réunion multilatérale avec certains représentants d'entreprises, elles ont été salutaires et nécessaires pour sauver les emplois et l'appareil productif. On citera parmi ces mesures le report des paiements des dettes parafiscales, le soutien direct aux employés vulnérables par le versement de revenus et le report d'échéances de crédits bancaires. Cette crise sanitaire a permis surtout la sensibilisation des entreprises, toutes tailles ou secteurs confondus, de mettre le doigt sur l'impératif de la digitalisation par une meilleure prise en charge des défis d'équipements, de formation du personnel et d'implémentation de logiciels.

Selon les informations que nous avons recueillies concernant le processus de digitalisation des entreprises en Algérie, il s'avère qu'il existe deux catégories dans ce cas : celles qui ne cessent d'évoluer dans le perfectionnement de la digitalisation et celles qui avancent à pas de tortue ; quel est votre commentaire ?

Dans le cadre de ma thèse de doctorat, j'avais mené une enquête en 2017 sur le niveau de maturité digitale des entreprises algériennes. Il en est ressorti comme résultat, l'émergence de deux segments. Premièrement, le segment des entreprises à maturité digitale développée, qui sont des entreprises innovantes et collaboratives, intégrant le management stratégique et avec une grande capacité de réaction aux tendances digitales et qui considèrent ces dernières comme sources d'avantage concurrentiel.

Deuxième segment : entreprises à maturité digitale faible, qui ne considèrent pas le digital comme une priorité immédiate pour cause de manque de vision stratégique et de compétences, même si elles estiment que le numérique perturbe leur secteur. Finalement, ce sont les entreprises du deuxième segment qui ont subi de plein fouet les conséquences de la crise sanitaire, car n'étant pas préparées.

Quels sont les effets du marketing digital sur la performance des entreprises algériennes tous secteurs confondus ?

Le marketing digital s'est imposé comme une nouvelle pratique marketing au niveau mondial, s'affranchissant même du marketing traditionnel. La puissance technologique a permis l'apparition de nouveaux canaux de distribution et de communication digitaux permettant de toucher à moindre coût des millions de consommateurs qui sont présents quotidiennement sur les réseaux sociaux.

Notre étude de 2018 a confirmé les mêmes résultats des études antérieures, à savoir que dans un contexte algérien, nos entreprises, pour peu qu'elles maîtrisent le marketing digital, par l'allocation de ressources et de compétences, gagneraient en performance marketing, traduite par l'augmentation du chiffre d'affaires, l'acquisition de nouveaux clients et la fidélisation de la clientèle existante. Cependant, la mutation vers le

marketing digital nécessite d'abord la maîtrise des fondamentaux du marketing traditionnel. La démarche et les objectifs sont les mêmes. Par contre, cela nécessite de la formation et de l'accompagnement par des experts métiers qui sont des praticiens.

Estimez-vous que les entreprises nationales ont les compétences et les capacités indispensables pour réussir leur transformation numérique ? Sinon, quelles sont les démarches à entreprendre pour accéder à cet objectif ?

Les compétences et les capacités s'acquièrent, s'implémentent et se développent. Première compétence est de l'ordre de la stratégie d'entreprise, activité et fonction primordiale pour le management de toute entreprise et que beaucoup d'entreprises algériennes omettent volontairement par incompétence ou ordre de priorité, car souvent les managers sont absorbés par l'opérationnel. A ce sujet, nous avons mené en 2022 une enquête auprès de 150 dirigeants d'entreprises, dont nous publierons les résultats prochainement, qui a fait ressortir que les 3/4 des répondants n'ont pas de stratégie d'entreprise clairement définie. Cela explique le retard en matière de digitalisation, car cette dernière est une déclinaison de la stratégie d'entreprise. Viendront ensuite le développement de la capacité de l'entreprise à innover et à collaborer en interne et en externe. Nous proposons à nos clients une démarche pour la réussite de la transformation digitale qui repose sur une méthodologie approuvée par l'un des plus grands cabinets de conseil au monde, à savoir un processus de transformation digitale qui prend en compte comment commencer, manager et générer un développement durable de leurs transformations digitales, en tirant profit de la 4G, avec la collaboration ou l'intégration de jeunes start-up.

En Algérie, il y a ceux qui sont à la page et ceux qui traînent la patte dans tous les secteurs d'activités. Dans ce cadre, y a-t-il un fossé entre les entreprises publiques et privées en matière de taux de pénétration de l'outil numérique ?

Les technologies digitales se diffusent rapidement parmi les entreprises de tous secteurs confondus, qu'il s'agisse pour elles de proposer des produits numériques et des services en ligne ou d'adopter des procédés de fabrication automatisés. Nos entreprises en Algérie, qu'elles soient publiques ou privées, vivent actuellement *« une fracture numérique »*, où le consommateur est plus équipé et ouvert au digital que l'organisation rigide des entreprises, accusant un déficit de compétences numériques, manque de vision des dirigeants et une marge de manœuvre financière étroite. Nos entreprises n'ont pas d'autres choix que d'adopter le digital comme source de compétitivité si elles veulent être performantes et même continuer d'exister pour certaines d'entre elles.

L'heure est à la transformation digitale tous azimuts. En tant que directeur général d'Evidencia Business Academy, quel est l'intérêt des chefs d'entreprises à donner une grande importance à la formation et la sécurité dans le domaine de la digitalisation en investissant dans la qualité des ressources humaines ?

Seules les entreprises qui sauront réussir leur transformation digitale auront la capacité d'améliorer leurs produits, services et gestion organisationnelle, ce qui pourrait leur procurer indéniablement des avantages concurrentiels pour survivre dans une économie de plus en plus impactée par la digitalisation et la globalisation. Nos entreprises algériennes ne sont pas en reste de cela et n'auront pas d'autres choix que de se mettre à niveau par la formation et l'accompagnement. Ce que je constate sur le terrain auprès de certaines grandes et moyennes entreprises, l'absence des bonnes pratiques du management moderne, traduit par peu ou pas du tout de formation – pourtant la loi leur impose de justifier l'effort de formation à travers la taxe de formation –. Elles savent apprécier ce qui est investissement matériel, par contre tout ce qui est investissement immatériel en management de la connaissance, progiciel de gestion, elles ont du mal à les prioriser et débloquer des budgets.

Comme je l'ai dit auparavant, c'est l'absence de vision stratégique, traduite par une stratégie claire et définie, dont en découlera des stratégies en matière de développement des ressources humaines et de transformation digitale. Pour conclure, je vous dirais que pour apprécier la qualité du management d'une entreprise, posez deux questions :

1/Avez-vous une stratégie d'entreprise écrite et formalisée, ainsi que diffusée et partagée avec l'ensemble de vos collaborateurs ?

2/Combien est votre budget de formation et quelles compétences managériales voulez-vous inculquer à vos managers à court et moyen termes ?

La réponse à ces deux questions vous en diront long sur la pérennité de l'entreprise■

Entretien réalisé par Ahmed Abdessemed

Ne subissez plus l'information économique

lisez juste l'essentiel

www.lactuel.dz