

L'entreprise numérique n'est pas encore sans papier

Malgré la dynamique de dématérialisation des processus métiers, les entreprises ne sont pas encore prêtes à abandonner le papier. C'est ce qui ressort d'[une enquête](#) réalisée par Coleman Parkes Research pour Xerox. Le sondage a été mené au second semestre 2015 auprès de 600 décideurs IT en Amérique du Nord et en Europe (Benelux, France, Allemagne, Royaume-Uni).

En moyenne, moins de 10 % des processus continueraient d'être traités sur papier dans les deux prochaines années, selon les vœux des DSI. Pourtant, à l'heure actuelle, moins de la moitié des responsables IT du panel travaillent dans des organisations ayant largement ou totalement numérisé leurs processus. Près des deux tiers pensent toutefois que le pas sera franchi à horizon 2018...

« Les organisations entrevoient un avenir numérique agile et 'lean', mais pour l'heure, le papier pèse encore lourdement (sur les processus) », a déclaré Andy Jones, vice-président en charge de l'automatisation des flux chez Xerox Large Enterprise Operations. « Le décalage entre la vision et les étapes nécessaires pour la concrétiser retardent l'avènement de la numérisation », a-t-il ajouté.

Les DSI rêvent d'un avenir numérique « agile »

71 % des responsables IT disent avoir identifié les processus qui peuvent être impactés positivement par des technologies d'automatisation des flux. Les domaines se prêtant le mieux à l'automatisation sont, selon eux : la comptabilité (38 % de réponses), les notes de frais (37 %) et la relation client (35 %). Et les principaux moteurs de numérisation sont : la réduction des coûts (41 % de réponses), l'agilité (29 %), la productivité (29 %) et la sécurité de l'information (25 %).

Malgré les bénéfices envisagés, 55 % des responsables informatiques déclarent que les processus de leur entreprise sont encore largement basés sur le papier. 45 % n'ont pas encore optimisé leur processus grâce à l'analyse prédictive et au Big Data. 40 % n'ont pas déployé de solutions de travail mobile, 37 % n'ont pas de stratégie social media. Et, enfin, près de 29 % communiquent encore avec leurs clients finaux par courrier postal, plutôt que par messagerie ou via un réseau social.

Lire aussi :

[Télégrammes : Google généreux, Xerox scindé](#)

[Les DSI sont-ils plus rétrogrades en France qu'ailleurs ?](#)

crédit photo © Andrey_Popov / Shutterstock.com