

RESUME : Thèse professionnelle MBA - MCI

Stéphanie Bigeon-Bienvenu @doo3sbb

Pour en savoir plus : <http://bit.ly/thesedigynamicbtp>

La révolution digitale va-t-elle bousculer l'ordre établi du BTP ?

Face à la révolution digitale, qui se définit par l'introduction progressive mais massive des technologies de l'information et de la communication dans tous les domaines de la société, le secteur de la construction a la réputation d'évoluer plutôt lentement, et la filière se retrouve confrontée à certaines difficultés pour changer.

Est-ce une question de frilosité ou de résistance des acteurs traditionnels ? Une question d'inefficacité des initiatives digitales proposées ? Une question de méconnaissance des enjeux possibles ? Une question de sous-estimation des menaces et des opportunités potentielles ?

Je fais le choix de m'intéresser tout particulièrement aux petites entreprises de construction (artisans, TPE et PME), qui représentent 94 % du secteur¹. Je m'emploie à qualifier le dynamisme digital, baptisé « digynamisme », de leur écosystème direct, à savoir, les distributeurs de matériaux et de matériels, les fabricants de produits et les prestataires de services² [appelé 1^{er} cercle]. J'analyse également des acteurs et des outils, qui sont a priori plus éloignés des chantiers, qui s'appuient sur Internet et qui pourraient influencer très directement la chaîne de valeur du secteur : les particuliers, les objets connectés, les « pure players »³ du digital, et la maquette numérique [appelé 2^e cercle].

Nourrie d'exemples, de témoignages, de réflexions, d'analyses et de conseils, l'étude s'articule de la façon suivante :

1. Le BTP est un secteur clé de l'économie française mais le nombre important des acteurs qui le composent, les positions historiques de chacun, le cloisonnement, et l'esprit conservateur, en font une filière difficile à mouvoir.
2. S'ils restent globalement traditionnels et attachés au contact « face à face » et à la tradition orale, les artisans montrent qu'ils évoluent, et sont, a minima, des usagers des nouvelles technologies, comme tout le monde.
3. Les initiatives digitales de la part des acteurs traditionnels de la filière [1^{er} cercle] se multiplient pour apporter plus de performances aux professionnels de la construction. Ces nouveaux services « digital inside⁴ » sont-ils suffisants pour créer de la valeur ? Une sélection d'offres digitale est

¹ Observatoire des métiers

² J'appellerai souvent les entreprises : les « professionnels du secteur », et je les désignerai globalement tous « les acteurs de la construction ». Les observations que je choisis de porter sont propres au marché de la rénovation et du logement neuf. Je fais donc le choix de ne pas traiter la maîtrise d'ouvrage, les architectes, les majors, ni le marché du non-résidentiel.

³ Acteurs dont le modèle s'appuie sur Internet exclusivement

⁴ Intégrant les technologies de l'Internet

évaluée via une approche en trois étapes : en premier, mesurer leur « digynamisme », en second, catégoriser le niveau d'innovation porté par chaque acteur, et enfin analyser la pertinence des offres en regard de l'expérience client proposée.

4. Mais n'y a-t-il pas urgence à considérer certaines initiatives provenant d'acteurs plus éloignés [2^e cercle], comme pouvant bousculer plus en profondeur le cœur de métier des acteurs en place ? Quatre tendances sont présentées : l'utilisateur final connecté qui accélère la digitalisation, les objets connectés (IOT⁵) qui déplacent la valeur, les acteurs du digital (GAFA⁶) qui s'incrument, et la maquette numérique (BIM⁷) soutenue par l'État qui impose davantage de transparence. Quatre tendances complétées par la vision d'influenceurs qui permettront d'appréhender l'urgence qu'il y a à évoluer, et le champ des possibles.
5. Plusieurs recommandations sont proposées pour « digynamiser » les pratiques des acteurs traditionnels, faire en sorte qu'ils profitent des bénéfices des nouveaux outils et contribuer activement à la modification profonde de l'économie du secteur BTP :
 - Le client n'existe plus, vive l'utilisateur. Il faut donc aller à la rencontre de ses utilisateurs finaux et se rendre visible sur Internet pour partager ou co-construire. Ensuite, il faut les transformer en ambassadeurs et engager l'utilisateur connecté, il est le meilleur promoteur des produits et services. Et enfin exploiter la palette des outils pour créer une forme de contact à distance complémentaire de la poignée de main : audiovisuel, multimédia, immédiateté... et interactivité.
 - Passer du Marketing produit « egocentric » au Marketing « serviciel ». Le digital est un atout. La dématérialisation ne suffit pas à apporter de la valeur, le service doit rendre l'utilisateur plus performant. En second temps, il est impératif de vendre plus que des prestations techniques car le client final a changé, il est surinformé. En bref, apprendre à vendre un chantier comme un service.
 - Développer une nouvelle culture de management est primordial. Oser s'appuyer sur les employés « génération geeks » et laisser faire ceux qui savent jouer ce rôle nouveau de valorisation. Tester par soi-même, observer les acteurs du numérique avec curiosité pour devenir acteur aussi en connaissance de cause.
 - Passer d'une approche cloisonnée à une approche collective reste toujours d'actualité : être solidaire face au digital. Comprendre, se former, former ses pairs, partager ses réussites et ses échecs, pour grandir ensemble.

Douze ans d'expérience dans l'univers de l'amélioration de l'habitat et de la construction chez les distributeurs, industriels fabricants et services à des fonctions de Communication Marketing et Digital. Mon expérience professionnelle digitale actuelle à l'OPPBTP renforce ma conviction que lorsqu'un acteur se lance et prend des risques en introduisant les nouvelles technologies dans ses outils et services, il motive ses pairs, crée de la valeur pour ses clients, ses partenaires, ses collaborateurs et l'ensemble de son écosystème.

⁵ Internet of things / Internet des objets

⁶ Google Apple Facebook Amazon

⁷ Building information model / Modélisation des échanges d'information des bâtiments