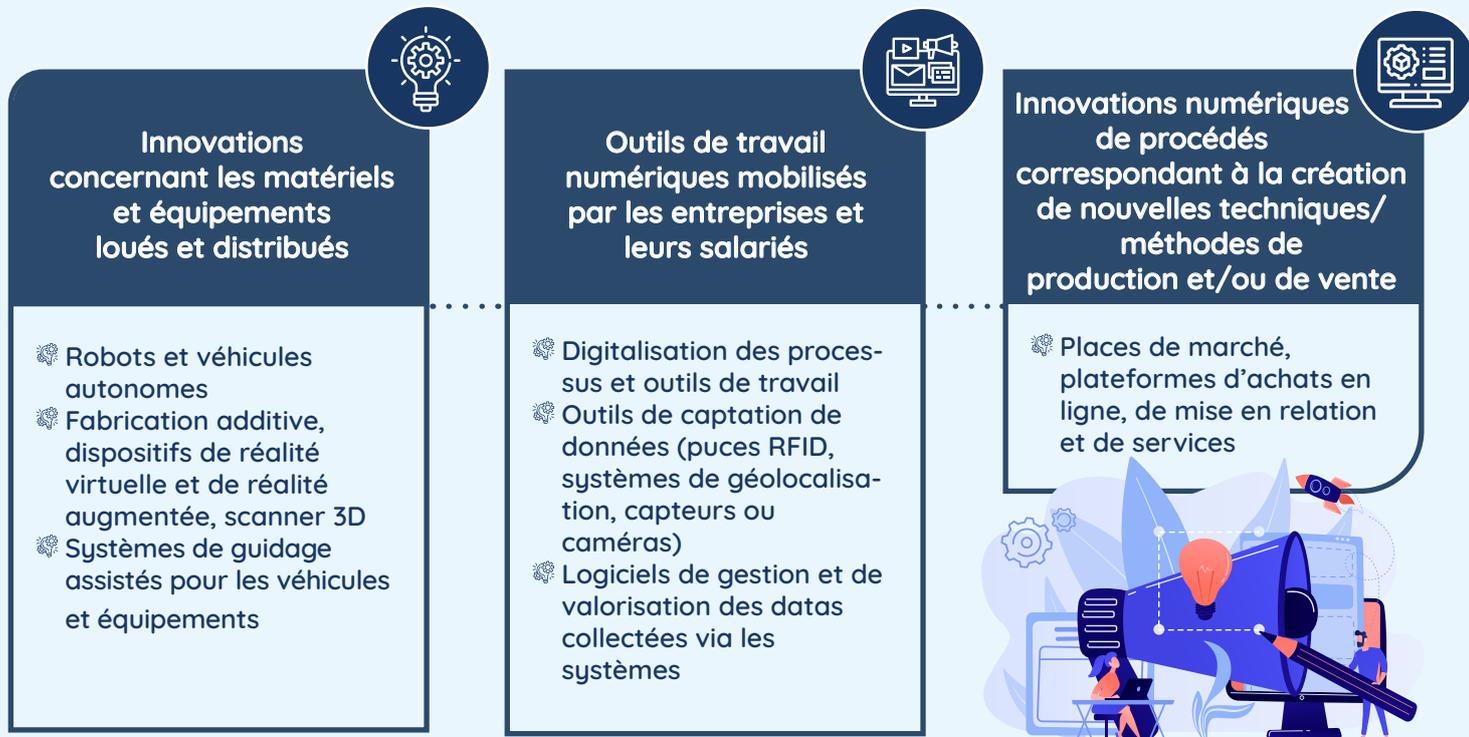
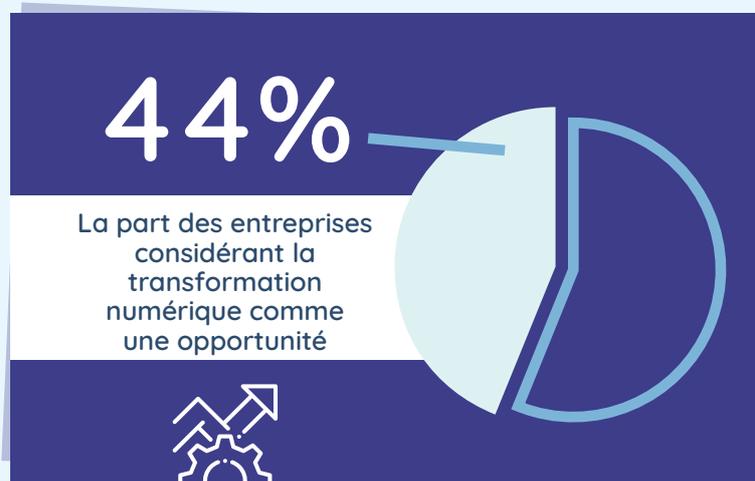
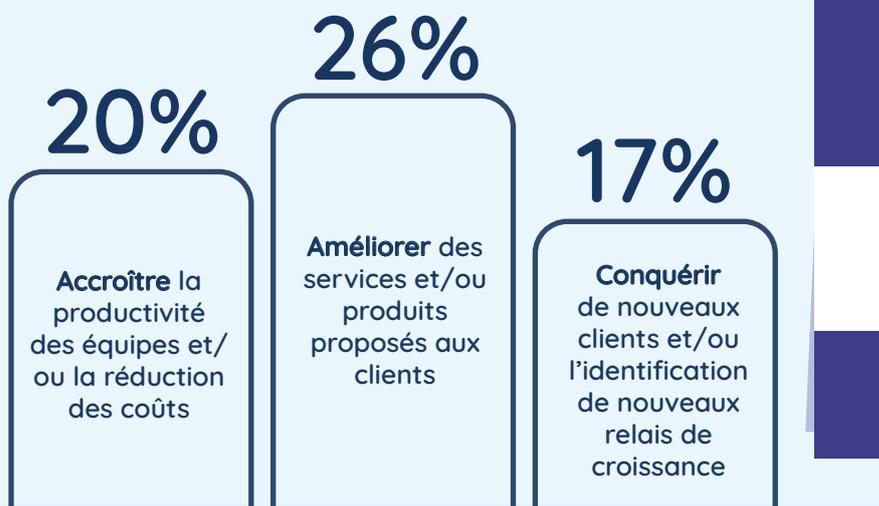


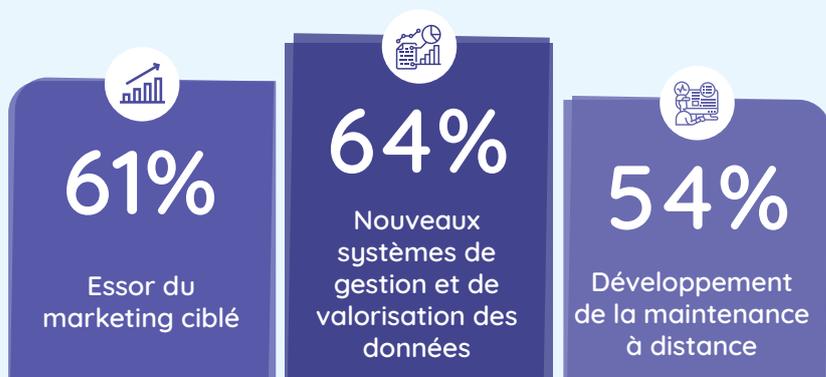
Des nouvelles technologies déjà largement mobilisées par les entreprises...



... dans différents objectifs



Les évolutions les plus attendues d'ici 2025



Des attentes spécifiques selon le secteur d'activité considéré

- Les entreprises du secteur des matériels agricoles sont particulièrement sensibles à l'impact sur leur activité des robots, équipement automatisés, engins autonomes et de la cobotique (une évolution essentielle pour 57 % d'entre elles)
- Pour les entreprises du secteur construction-manutention, c'est le développement des capteurs communicants qui prime (62 %) ainsi que le développement des plateformes commerciales numériques BtoB et CtoC (51 %)

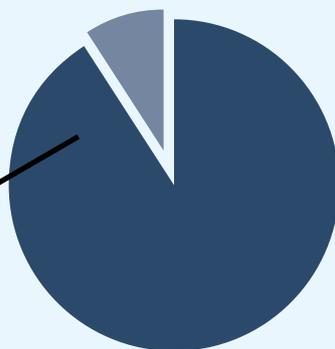
Les conséquences du numérique sur les fonctions, les métiers et les compétences

Un impact massif sur l'ensemble des fonctions de l'entreprise :
commercialisation, services techniques apportés aux clients
(maintenance), gestion et administration, conception et marketing
de l'offre, services et fonctions logistiques



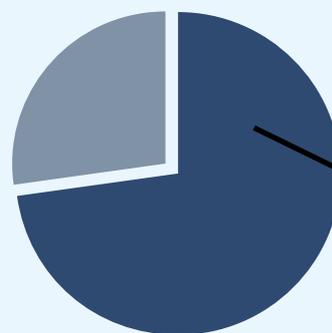
De nouvelles compétences
à développer ou acquérir

91%



Des métiers qui évoluent
dans leur contenu :
activités nouvelles,
polyvalence, fusion
entre métiers...

73%



Des métiers d'avenir ou émergents déjà identifiés



Métiers de la commercialisation

Technico-commercial
spécialisé
dans les nouvelles
technologies
ou certaines
catégories
d'équipements
spécifiques



Métiers de la maintenance

Support technique
technologies
embarquées ;
Spécialiste
équipements
robotisés légers



Métiers du marketing et de la conception de l'offre de services

Chargé(e) de
marketing ;
Spécialiste gestion /
traitement
des données

En résumé, les principaux enjeux dans la branche à accompagner

1 Une activité de gestion
et de valorisation des
données commerciales
et techniques générées
par l'entreprise à
structurer et des
process à optimiser

2

Un marché émergent
- et significatif - de
l'exploitation et de la
valorisation de la don-
née technique
à investir

3

La proximité au client
et la présence sur le
terrain, des atouts et
un service de conseil
à valoriser dans la
chaîne de valeur

4

Une présence
commerciale en ligne
à asseoir pour
s'adapter à l'évolution
des pratiques d'achat
/ de location des
clients particuliers et
professionnels

