

REBEL REBEL

Leesexemplaar

Geert
Van Mol



REBEL
REBEL

LE ROCK'N'ROLL ET LES FAUSSES
NOTES DANS LE NUMÉRIQUE

P E L C K M A N S

TABLE DES MATIÈRES

J'ai divisé le contenu de mon livre analogique en quatre faces, tel un double album LP analogique, qui comprend quatre faces. Sur chaque face, vous trouverez des chansons qui évoquent une certaine atmosphère.

Avant-propos

7

Ce livre

17

FACE 1

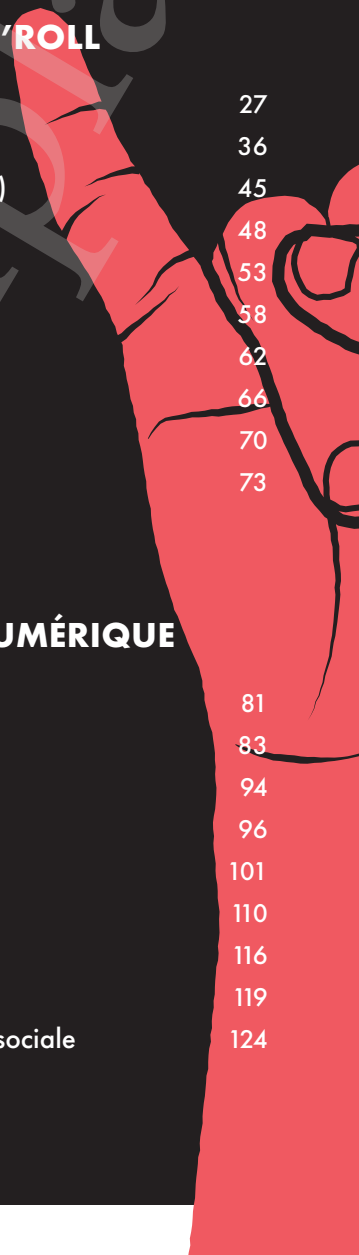
LE NUMÉRIQUE EST ROCK'N'ROLL

L'impact de la musique	27
La vision de David Bowie en 1999	36
Le numérique a besoin de REBEL(les)	45
Des REBEL(les)	48
La musique inspire le numérique	53
Services bancaires mobiles	58
L'application mobile Belfius	62
Humain + numérique en harmonie	66
Une note bizarre	70
Plus d'excuses	73

FACE 2

FAUSSES NOTES DANS LE NUMÉRIQUE

Eau et électricité	81
Performance hors service	83
Coincé, aidez moi	94
Performances en temps de guerre	96
Un manque de simplicité	101
Pas d'intégration	110
S'agripper au papier	116
Efficacité dans le B2B	119
La fracture numérique et l'exclusion sociale	124





FACE 3

LA PENSÉE MUSICALE NUMÉRIQUE

Modèle de « pensée musicale numérique »	131
Phase 1 : LISTEN	138
Phase 2 : TUNE	146
Phase 3 : PLAY	154
Phase 4 : PERFORM	158
Phase 5 : LIVE	162

FACE 4

ONE STEP BEYOND

La stratégie et l'organisation	173
Mixer l'expérience avec la performance	192
Efficacité numérique en B2B	205
Accessible à tous	214
Surfer l'IA, la nouvelle vague	231
It's dare	243
Human After All	246
Let's Rock	249
Postface	251
Lauréats du prix du Chief Digital Officers of the Year	254
Remerciements	256
Références	258

Vous pouvez explorer ce livre dans l'ordre du LP 1, en commençant par la face 1, puis les faces 2, 3 et 4, mais vous pouvez aussi choisir ailleurs et commencer par la face 3 ou la face 4 du microsillon 2. Vous pouvez également choisir un numéro dont le titre vous interpelle immédiatement.

Le livre est agrémenté de codes QR qui renvoient à des vidéos inspirantes sur YouTube. Il vous suffit de scanner les codes avec votre appareil photo.

Tous ces clips YouTube font partie de la liste de lecture « REBELLE RADIO », compilée à la suite de ce livre. Dans cette playlist, vous trouverez également d'autres extraits du livre, ainsi que des extraits qui ne figurent pas dans le livre, mais qui donnent un aperçu inspirant de l'esprit de REBELLE. La liste de lecture musicale continuera à s'enrichir grâce à la communauté www.wearerebelrebel.be.

N'hésitez pas à ajouter à cette liste de lecture des morceaux de musique qui inspirent un leadership créatif et rebelle, ou à me faire parvenir des numéros. Je me ferai un plaisir de les ajouter.

Dans ce livre, vous trouverez également plusieurs Sound Waves faisant référence à de la musique sur Spotify. En utilisant l'icône de l'appareil photo dans l'application Spotify, scannez le code et la chanson correspondante

La vision de
David Bowie
d'internet en 1999.



sera jouée. Tous les clips musicaux font également partie de la liste de lecture Spotify « REBELLE RADIO ».

'Rebel Rebel' – David Bowie.



AVANT-PROPOS

de Peter Hinssen

LA NOUVELLE NORMALITÉ

Cela fait maintenant plus de 10 ans que j'ai écrit le livre *Digital is the New Normal*. C'était au début de la numérisation dans notre région, et j'ai senti le besoin d'expliquer à un large public que le « numérique » deviendrait très bientôt « normal ». Dans mon incommensurable naïveté, je pensais qu'un livre et quelques conférences permettraient de faire passer le message assez rapidement.

Dix ans plus tard, je continue à parcourir le monde pour expliquer la nécessité du « numérique » à toutes sortes d'entreprises actives sur d'innombrables marchés. Certes, le sujet ne concerne plus les bases de la numérisation, mais il ne cesse d'évoluer. Aujourd'hui, l'intelligence artificielle occupe le devant de la scène. On s'interroge sur sa signification pour les entreprises et les secteurs si on lui laisse libre cours. Mais le *fond* reste le même : comment allons-nous, en tant qu'entreprise – et en tant que société – exploiter le pouvoir de l'information numérique, les interactions numériques avec les clients et les opportunités qu'offrent l'innovation numérique ?

**Nous en sommes loin.
D'où ce livre.**

Nous sommes loin d'avoir atteints ces objectifs.
D'où ce livre.

Geert écrit en utilisant son intuition. J'ai fait la connaissance de Geert à l'époque de la sortie de mon livre *The New Normal*. Il était alors en pleine activité chez Belfius afin de faire entrer la banque dans l'ère du numérique et du mobile. Un travail remarquable pour une banque qui devait se réinventer complètement.

Geert n'est pas un technologue. Mais un homme d'action avec une grande passion pour la technologie. Un mentor à l'enthousiasme contagieux avec une passion pour le changement. Belfius a eu la chance de pouvoir compter sur Geert pour accomplir cette tâche difficile. Il se révéla être un stratège astucieux qui sut mettre en mouvement un colosse peu malléable. Une sorte d'infâme esclavagiste pour motiver ses équipes à aller jusqu'à l'extrême. Et un vendeur habile pour commercialiser ses produits.

Avec des résultats.

L'application mobile de Belfius a atteint une stature de classe mondiale et la transformation numérique de la banque a fait de Belfius un acteur de premier plan dans son secteur. C'est certainement l'une des raisons pour lesquelles j'y suis devenu administrateur par la suite.

LA MUSIQUE, C'EST LE JAMAIS NORMAL

Geert vit pour la musique. Et il est une source d'inspiration contagieuse avec une passion pour le changement.

Petit à petit, j'ai appris à mieux connaître Geert. D'abord comme Chief Digital Officer, puis de plus en plus en tant qu'être humain. Nous sommes devenus amis. Pour moi, Geert est un véritable homme-homme. Il a le cœur sur la main, fait preuve d'un enthousiasme débordant, se profilant comme un bloc de passion et de désir, et il est enfin le plus grand

animal social que je connaisse. Et surtout : peut-être le plus grand mélomane que j'aie jamais rencontré.

Geert vit pour la musique. Du moins, le côté rock'n'roll de la scène musicale. Ses anecdotes sur les concerts et les festivals de musique sont légendaires, et tous ceux qui sont déjà venus chez lui savent qu'il y a un moment dans la soirée où il pousse bien fort le volume de son système audio surdimensionné pour rendre pleinement justice à un subtil solo de guitare.

Je ne suis donc pas du tout surpris que dans ce livre, les deux passions se conjuguent parfaitement : le pouvoir de l'innovation numérique et la passion de la musique.

Ces derniers temps, je ravale un peu ma salive lorsque j'entends parler de « la nouvelle normalité ». Comme l'estomac de Meatloaf qui s'est probablement retourné lorsqu'il a dû jouer *Paradise by the Dashboard Light* une énième fois.

Les deux passions se conjuguent parfaitement dans ce livre : le pouvoir de l'innovation numérique et la passion de la musique.

Aujourd'hui, je parle souvent du « *jamais normal* ». Au lieu de viser la nouveauté, le monde d'aujourd'hui est à la merci d'un changement constant. Les Grecs utilisaient déjà le concept de *panta rhei* : tout est en mouvement, encore et encore. Mais ce concept est plus que jamais d'actualité. Il ne s'agit pas seulement de changements technologiques, mais aussi de défis écologiques, de turbulences sociales, d'instabilité géopolitique. Tous ensemble, de plus en plus vite. Un monde du « *jamais normal* ».

Et là encore, la musique se révèle constituer la métaphore idéale.

L'histoire de la musique est comme une affiche pour le « *Jamais normal* ». Chaque nouvelle génération innove, chaque nouveau mouvement s'oppose au précédent. Et en un rien de temps, le nouveau son le plus branché est déjà

L'histoire de la musique est comme une affiche pour le « jamais normal. »

rejeté comme une vieillerie. Le meilleur exemple en est celui des promenades familiales en voiture où papa et maman, avec un grain de folie, mettent les tubes « groovy » de leur jeunesse, espérant une vague de reconnaissance pour la qualité de cette période, alors que cela se solde par un échec retentissant.

Le monde des affaires est actuellement en proie au « Jamais normal ». Une fois la numérisation établie, tout le monde est déjà talonné par les prochaines évolutions. Le Cloud, le mobile, l'IA. Le rythme est effréné et, au lieu de viser la nouveauté, nous devons nous habituer à un monde en perpétuel changement.

LA MUSIQUE, C'EST L'INNOVATION

Si Geert et moi sommes d'accord sur une chose (nous sommes aussi en désaccord sur beaucoup de choses), c'est que la musique est par essence innovation. Le monde de la musique est en constante évolution, tout change, toujours. Et l'immobilisme, c'est la mort dans le monde de la musique.

En termes de technologie également.

Je suis d'une génération où mes parents avaient encore un tourne-disque et j'ai été le premier dans ma chambre d'étudiant à avoir un lecteur de CD. L'audio numérique a été une révolution au siècle dernier. Si vous regardez ce qui s'est passé en peu de temps en termes de technologie audio, du MP4, d'iTunes à Spotify, le monde de la musique est aussi un terrain de jeu pour l'innovation technologique.

Et cela a toujours été le cas.

Là où Geert et moi sommes très différents, c'est qu'il est à fond dans le rock'n'roll. Je peux tout à fait apprécier ce genre, et je suis sûr que lorsque Geert mettra *Shine on You Crazy Diamond* de Pink Floyd à fond à la maison, nous tomberons dans les bras l'un de l'autre.

Mais *dans l'âme*, je suis plutôt un amateur de musique classique.

Et même dans ce genre musical là, c'est tout à fait vrai : la musique est innovation.

Mon héros musical absolu, que j'admire énormément, est le pianiste canadien Glenn Gould, né en 1932. Il a été l'un des plus grands musiciens du siècle dernier. C'était un enfant prodige, un pianiste extrêmement doué et l'un des plus grands interprètes de Bach de l'histoire.

En 1956, il publie *les Variations Goldberg* de Bach et devient célèbre du jour au lendemain. Son interprétation magique, pleine de passion et d'énergie juvénile, est envoûtante et il fait le tour du monde, de Moscou à Buenos Aires, afin d'exhiber son talent. Mais travailler avec lui était un désastre. Très hypocondriaque, claustrophobe dans les villes, il n'aimait pas les technologies modernes comme la climatisation, et il était extrêmement agaçant : il fredonnait constamment à chaque interprétation, au grand dam des ingénieurs du son.

Mais brillant. Des salles à guichets fermés dans le monde entier, un énorme succès.

En 1964, à l'âge de 31 ans, Gould a pris la décision audacieuse de cesser de se produire en direct et de se consacrer entièrement à l'enregistrement en studio. Cette décision était motivée par sa conviction que l'environnement d'enregistrement offrait un niveau de contrôle et de précision que les

Je suis plutôt un amateur de musique classique. Et même dans ce genre musical là, c'est tout à fait vrai : la musique, c'est l'innovation.

prestations en direct ne pouvaient égaler. Tous les membres de son entourage l'ont déclaré fou ; il gagnait beaucoup d'argent avec ces concerts, pourquoi arrêterait-il ?

Mais ce qui est génial avec Glenn Gould, c'est qu'il s'est lancé à fond dans l'innovation. Il pensait que les concerts n'étaient qu'un spectacle pathétique, alors qu'en studio, il pouvait se concentrer sur la « vraie » musique. S'il voulait perfectionner une partition de Bach, et composer celle-ci à partir de 57 prises jusqu'à obtenir une version parfaite, le développement de la technologie rendait soudain possible cette démarche.

La relation de Glenn Gould avec la technologie est un excellent exemple du rôle de l'innovation dans la musique.

L'utilisation novatrice de la technologie d'enregistrement par Gould lui a permis de créer ce qu'il appelait des interprétations « idéales ». Il a adopté des techniques telles que le découpage, l'édition et les enregistrements successifs pour atteindre un niveau de perfection qui aurait été impossible en direct. En élaborant soigneusement chaque enregistrement, Gould était en mesure de transmettre sa vision artistique avec une clarté et des détails sans précédent. Et c'est ce qu'il a fait. Et il est devenu l'un des artistes qui gagnait le plus d'argent en vendant ses enregistrements.

La relation de Glenn Gould avec la technologie est un excellent exemple du rôle de l'innovation dans la musique. Son approche de l'enregistrement a eu un impact profond sur le monde de la musique classique. L'utilisation de la technologie a remis en question l'importance traditionnellement accordée à l'interprétation en direct et a ouvert de nouvelles possibilités de production et d'écoute de la musique. À ce jour, les enregistrements de Bach réalisés par Gould ont été salués pour leur clarté, leur précision et leur profondeur d'interprétation, qualités qui ont été renforcées par ses techniques d'enregistrement novatrices.

Outre ses innovations techniques, les opinions philosophiques de Gould sur la musique ont également eu une influence durable. Il soutenait que l'environ-

nement d'enregistrement permettait une connexion plus intime et personnelle entre l'artiste et l'auditeur, sans les distractions et les imperfections de l'interprétation en direct. Ce point de vue a trouvé un écho auprès de nombreux musiciens et auditeurs, ce qui a conduit à une plus grande appréciation du potentiel artistique de la musique enregistrée.

La musique est innovation. Point.

Vers la fin de sa vie, Glenn a entrevu les opportunités qu'offraient la numérisation. Le concept du disque compact, où la musique est stockée sous forme numérique, est fascinant pour Gould. Cela l'a amené à pénétrer dans un studio d'enregistrement pour la dernière fois, où il a enregistré une version numérique des *Variations Goldberg* pour Sony Music en 1981. Une version fascinante, lente, chaleureuse et poignante d'un musicien qui revient sur sa vie dans un enregistrement parfait, avec toutes ses imperfections. Par exemple, on entend le pianiste fredonner et se balancer sur sa chaise.

Pour moi, c'est l'une des plus belles expériences que de jouer les deux versions l'une après l'autre. La version vibrante, jeune et énergique de 1956 du jeune Gould, puis la version mélancolique, introspective et réfléchie de la même partition de Bach, mais à la fin de sa vie, dans toute sa gloire numérique.

La musique est innovation. Point.

AU-DELÀ DE 10, ALLONS JUSQU'À 11

Le monde qui nous entoure évolue rapidement, principalement sous l'effet des progrès technologiques. Nous sommes au cœur de ce « Jamais normal ». L'innovation dans le monde de la musique et la numérisation de la société et des entreprises présentent des similitudes remarquables. Dans les

deux cas, il s'agit de revoir les anciennes méthodes, d'adopter de nouvelles technologies et de créer des opportunités de croissance et de développement sans précédent.

L'innovation dans la musique est une force motrice qui façonne l'évolution de la forme d'art. Du développement de nouveaux instruments à l'utilisation de technologies avancées, l'innovation repousse les limites du possible, permettant aux musiciens d'explorer de nouveaux horizons créatifs.



Les musiciens et les entreprises qui s'adaptent à ces changements peuvent atteindre de nouveaux sommets et découvrir des opportunités sans précédent. Tout comme l'innovation transforme le monde de la musique, la numérisation a radicalement changé la société et les entreprises. Et elle continuera à les changer dans l'ère du « Jamais normal ».

Même dix ans après la « nouvelle normalité », il est plus important que jamais de faire passer ce message.

Dans une autre vie, Geert aurait sans doute été le guitariste principal d'un groupe de *heavy metal*. Ou impresario du phénomène de la K-Pop. Mais dans cette vie, Geert met à profit sa passion pour la musique afin de rendre le message sur le changement et la numérisation encore plus percutant.

Allez Geert. Poussons jusqu'à 11 !

Peter Hinssen

« Quand les
mots manquent,
la musique parle. »

Hans Christian Andersen

**JE VOULAIS ÊTRE
MUSICIEN PARCE QUE
CELA ME SEMBLAIT
REBELLE, ET QUE L'ON
POUVAIT PROVOQUER DES
CHANGEMENTS.**

David Bowie



CE LIVRE

Ce livre s'adresse à tout manager belge curieux d'esprit qui s'interroge sur la stratégie numérique à adopter pour son entreprise. Il vise également les utilisatrices et utilisateurs avisés du numérique qui déplorent souvent le manque total de vision dans ce domaine.

J'aimerais vous lancer un appel à l'éveil numérique, car s'il existe déjà d'excellentes solutions numériques, elles sont malheureusement rarissimes, ce qui conduit à la frustration, à l'insatisfaction, à l'inefficacité voire à l'exclusion numérique. Et c'est inacceptable.

Il y a trois ans, j'ai quitté, après vingt-quatre ans, la société de service de banque et d'assurances Belfius. Société dans laquelle nous avons réussi à devenir des leaders mondiaux dans le domaine de l'application bancaire. Cette réussite est toujours reconnue à l'échelle mondiale, dans tous les secteurs et à tous les niveaux. Alors pourquoi ne pouvons-nous pas être plus souvent des leaders mondiaux dans le numérique ?

En raison du succès de l'application bancaire mobile de Belfius, on me demande encore souvent ce que je pense du paysage numérique en Belgique. Je suis frappé de constater que, même après 25 ans d'existence de l'internet, bon nombre de processus et d'applications numériques ne sont toujours pas à la hauteur. J'ai le sentiment que le niveau de service numérique des entreprises et des gouvernements de ce pays est encore loin d'être optimal. Les citoyens et les clients que nous sommes ne devraient pas accepter cette situation.

De nos jours, au XXI^e siècle, il est aussi indispensable de disposer de services numériques sûrs et fonctionnels que d'avoir l'eau et l'électricité. Ces services sont essentiels à notre fonctionnement quotidien et au déve-

La connectivité numérique devrait être tout aussi évidente que l'eau courante et l'électricité.

veloppement des affaires dans le monde moderne. Nous, citoyens, devons donc pouvoir compter sur eux. La qualité, la sécurité et la fiabilité de la connectivité et des services numériques doivent être aussi évidentes que celles de l'eau courante et de l'électricité. Se contenter de moins n'est plus une option. Et le défi du numérique touche toute entreprise digne de ce nom.

L'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie numérique exigent une certaine rébellion : il faut remettre en question le statu quo et s'efforcer d'innover, de trouver un nouveau son.

Mon expérience en qualité de client et de citoyen est cependant bien différente. Beaucoup d'entreprises et de gouvernements ne sont pas du tout à la page du numérique. Les services numériques dont je suis tributaire sont loin d'être performants. C'est pourquoi, en qualité de citoyens et clients, nous devons exprimer notre mécontentement et faire pression afin que les changements nécessaires soient apportés. Nous consommateurs numériques, nous devrions exiger mieux et plus, et nous devrions nous montrer plus « rebelles » et nous exprimer plus clairement.

Les écrans numériques que nous utilisons ne sont pas toujours bien conçus, et souvent, la conception de l'expérience utilisateur n'est pas assez aboutie. Les solutions ne sont généralement pas intégrées. Le téléchargement d'un document s'interrompt parfois. Quand ce n'est pas la connexion wifi dans le train, déjà difficilement obtenue, qui se coupe sans cesse.

Nombreux sont les ratés du numérique. Nous nous retrouvons alors bloqués. Parfois, le service ne fonctionne tout simplement pas. Ou bien les gens continuent à faire ce qu'ils ont l'habitude de faire sur papier depuis des années. Connaissez-vous ce sentiment qui vous envahit lorsque vous devez saisir un grand nombre de données en ligne et que vous êtes soudainement éjecté d'une page web et devez tout recommencer ? Ou lorsque l'on vous demande à plusieurs reprises de saisir vos données ? Début de session, mot de passe, adresse, date de naissance... À quand remonte la dernière session

durant laquelle vous avez dû demander un document en ligne, puis imprimer le document PDF et le remplir au stylo, pour finalement l'envoyer dans une enveloppe timbrée en espérant que vos données arrivent à la bonne adresse et qu'elles soient lues correctement. Six semaines plus tard, vous recevrez peut-être encore une lettre vous informant que votre demande est irrecevable parce que vous n'avez pas coché une case et que le délai de votre demande a expiré. Il vous faudra alors recommencer la procédure depuis le début. Et vous est-il jamais arrivé de remplir un formulaire à l'aide de votre smartphone sur lequel certains champs n'étaient tout simplement pas visibles ? Entre-temps, les smartphones ne sont plus une nouveauté ; presque tout le monde, pour ainsi dire, en possède un. Cet exemple peut sembler absurde, mais la réalité numérique dépasse souvent l'absurdité de cette anecdote.

Vous pouvez donc considérer ce livre comme un appel urgent à un changement positif et ambitieux, mais aussi comme une source d'inspiration. Il traite du besoin de créativité, de simplification, d'intégration, d'efficacité, de clarification, d'approfondissement et d'humanisation. J'illustre mon point de vue par des histoires personnelles et des anecdotes pour faire comprendre que le numérique peut et doit être bien meilleur. Je parle de fausses notes numériques et je n'hésite pas à en donner des exemples. Non pas pour faire honte aux personnes qui en sont à l'origine, mais pour pointer les erreurs que nous ne devrions plus accepter. Il faut apprendre de ses erreurs. Si un musicien ou une musicienne fait une fausse note, cela se remarquera et il ou elle essaiera de la corriger. C'est dans l'ordre des choses. Savoir repérer et qualifier les fausses notes est nécessaire pour mieux jouer la partition. Dans ce livre, je donne également des exemples inspirants d'entreprises belges qui parviennent à placer haut la barre de la numérisation. Je tiens aussi en estime les nombreuses start-up et scale-up belges qui, dans un pays dépourvu d'une solide politique numérique, vont de l'avant et font la différence. Une deuxième gé-

Ce qui était à l'origine un nouveau son est ensuite devenu la norme, une tendance ou un nouveau genre musical. Il en va de même dans le monde numérique.

nération d'entrepreneurs numériques a émergé, après la première génération emmenée par Netlog et Clear2Pay. Ils méritent tout notre respect. Ce n'est pas un hasard s'ils sont à l'origine de l'organisation de SuperNova, du Cirque d'hiver à Gand et du festival technologique FTI en 2024. Je sais qu'ils partagent mon opinion et constatent que la santé numérique et les politiques des entreprises et des gouvernements belges sont, en moyenne, plutôt maigres. Comme moi, ils ont leur côté rebelle. Ils savent ce que c'est que d'être insoumis, comme tout entrepreneur numérique qui a dû lutter contre le statu quo avec une bonne dose de rébellion.

En 2018, j'ai eu l'honneur d'être reconnu comme le premier Chief Digital Officer de l'année (Chief Digital Officer Of The Year (CDOOTY) de Belgique. Même si ce beau sacre couronne avant tout la réalisation des équipes numériques de Belfius. L'espace d'un instant, je me suis pris pour Bruce Springsteen, le « Boss », mais j'étais surtout reconnaissant pour mon « E Street Band », l'équipe qui m'entourait et me soutenait, et pour la notoriété que nous avons obtenue comme entreprise et comme équipe. Depuis lors, une douzaine de Directeurs des affaires numériques de l'année se sont succédé, moitié flamands et moitié francophones, et je me plais à citer leurs réalisations qui sont sources d'inspiration : Kinopolis, le port d'Anvers-Zeebruges, la RTBF, Bruxelles-Ville, Acerta, mais aussi les Chaussures Torfs dans le commerce de détail, et l'application « Itsme », l'un des produits numériques les plus performants au monde et cent pour cent belge.

Je parle aussi beaucoup de musique, une de mes passions. Puiser dans la musique de l'inspiration pour la transformation numérique constitue le thème central de ce livre. Je pense que les stratégies numériques peuvent s'inspirer de la musique et de la façon dont les musiciens innovent constamment. Les musiciens veulent toujours repousser les limites, choyer et surprendre leurs fans, tout en utilisant les technologies les plus récentes. Ils parviennent à combiner harmonieusement leur virtuosité rebelle et la cocreation artistique avec une vision stratégique du marché sur ce qui résonne bien et ce que veut le public, et ils sont performants lors des concerts en direct. Toujours en quête d'innovation, les musiciens expérimentent constamment et créent de

nouvelles tendances. Ce qui n'était au départ qu'une expérience devient ensuite la norme. Combien de légendes de la musique ne sont pas des rebelles inspirés ? Il suffit de penser aux sons pionniers de Kraftwerk, des Beatles, de Daft Punk et aux *samples* utilisés, ainsi qu'à Bob Marley, Depeche Mode, U2, Ed Sheeran, Nick Cave et tant d'autres.

La façon dont un musicien développe sa propre musicalité, écrit des chansons, interagit avec la musique, cherche son public, conclut des contrats d'enregistrement et produit des concerts, et en même temps se renouvelle sans cesse pour continuer à bâtir sur ce succès, est une source d'inspiration pour les entreprises et les organisations qui cherchent à se réinventer sur le plan numérique. J'ai le sentiment que le succès musical et la réussite numérique entrepreneuriale convergent en de nombreux points.

J'ai donc commencé à chercher une théorie pour étayer mon intuition. Au cours de ces (longues) recherches, je suis tombé par hasard sur le modèle de la « pensée musicale » de Christof Zürn.¹ J'ai commencé à travailler avec ce modèle et je l'ai adapté aux exigences qui sous-tendent une bonne stratégie numérique. Le modèle énonce les cinq étapes à suivre lors de la mise en œuvre d'une stratégie numérique ; chacune d'entre elles mérite une attention particulière.

Tous les musiciens ont un grand rêve, une ambition. Ils veulent avoir un impact sur leur public. Les entreprises et les gouvernements qui veulent prendre le virage numérique doivent également poursuivre un rêve et nourrir une farouche ambition numérique. Sans stratégie et objectif clair, la transformation numérique conduit à la fragmentation et à l'inefficacité des initiatives, et est donc vouée à l'échec. Le curseur de l'ambition doit être élevé et la stratégie doit avoir un caractère un tant soit peu rebelle. L'objectif des gouvernements et des entreprises devrait être de repousser les limites du possible, pour les citoyens, les clients et eux-mêmes. La médiocrité n'est pas une option à mes yeux. Si le client ne vous donne pas une note supérieure à quatre sur

Les stratégies numériques peuvent apprendre beaucoup des processus créatifs dans l'univers musical.

cinq dans l'App Store (la boutique d'application en ligne), c'est un échec selon moi. Il faut placer la barre très haut pour aller loin ! Seuls les athlètes qui visent la première place montent sur le podium. Personne n'y est encore parvenu sans cette ambition et ce rêve en ligne de mire.

« Rebel Rebel » – David Bowie



Ce livre parle de la volonté d'innover et de changer le monde de manière constructive. Son titre « *Rebel Rebel* » est tiré de la chanson « *Rebel Rebel* » de David Bowie. Ce n'est pas seulement une chanson rock'n'roll qui

déchire – si vous ne le saviez pas déjà, je suis un grand fan de musique – c'est aussi un appel à la résistance. Résister contre quoi ? Contre les fausses notes du numérique. Contre les désagréments liés au numérique. Contre le gaspillage de papier. Contre toute création numérique qui nous complique la vie au lieu de nous la faciliter. Contre la « myopie », le manque de vision numérique qui pénalise les citoyens et les clients. Contre la paresse et le manque d'ambition qui creusent le fossé social et rendent l'inclusion plus difficile. J'appelle à la résistance aux politiques numériques farfelues menées au niveau gouvernemental.

Dans ce livre, je dis les choses comme je les pense. Je ne prétends pas avoir toujours raison, rien n'est figé, mais la vérité nue de ce que je vis et vois est le point de départ de l'évolution et de la discussion. Lorsque quelqu'un me fait part de ses commentaires intègres et de ses idées, je n'hésite pas à ajuster mon opinion et mes arguments. Moi qui suis plutôt de nature extravertie, c'est ainsi que se forment mes points de vue et mes opinions. Toujours dans une optique d'amélioration tournée sur l'avenir.

Ce livre est un appel à la rébellion constructive, une sorte de résistance positive.

À tous les stratèges – PDG (président directeur général), CMO (directeur général Marketing), CDO (directeur des données), CIO (directeur des systèmes d'information), quel que soit leur titre – et à toutes les entreprises, organisations et

gouvernements qui sont à la traîne sur le plan numérique, je dis : « Réveillez-vous ! Sortez de votre hibernation numérique ! Quel est votre rêve, l'impact que vous souhaitez avoir dans cette ère marquée par les avancées technologiques ? Élaborez un bon plan stratégique numérique, soyez à l'écoute des besoins, réfléchissez à votre activité, donnez aux talents numériques les moyens de faire les choses différemment et pensez à l'avenir ! » Ce livre vous aidera à vous lancer.

Chaque entreprise, chaque gouvernement et nous-mêmes, citoyens, devons oser, penser et créer comme des « rebelles numériques », des rebelles investis d'une mission.

Le numérique ne constitue plus un simple ajout au monde physique. Le numérique est stratégique dans les relations avec les clients et l'efficacité opérationnelle. Il évolue de plus en plus vite, et avec l'IA qui arrive à une vitesse vertigineuse, il deviendra encore plus « *Harder, Better, Faster, Stronger* » pour reprendre un titre de Daft Punk.

Ne pas effectuer les bons investissements dans un cycle de sept ans implique pour votre entreprise, quelle que soit sa taille, le risque de disparaître au cours de la décennie suivante. On parle souvent de Nokia, mais Facebook, Google et, au niveau belge, Makro et d'autres sont également confrontés à ce problème. Le numérique revêt donc indéniablement une importance stratégique.

Toutes les entreprises se demandent comment faire du numérique une partie intégrante de leur stratégie commerciale. Ne pas se poser cette question, c'est déjà être dans l'erreur. Penser le numérique dans son entreprise n'est pas facile. Nous pouvons apprendre des pionniers, tant dans le domaine musical que du numérique, et nous devrions aspirer à un avenir où les entreprises et la société belges prospèrent dans un monde de plus en plus numérique.

Chaque entreprise, chaque gouvernement et nous-mêmes, citoyens, devons oser, penser et créer comme des « rebelles numériques », des rebelles investis d'une mission.

Geert Van Mol



**LE NU-
MÉRIQUE
EST
ROCK
'N'
ROLL**

UNE BONNE CHOSE À
PROPOS DE LA MUSIQUE,
C'EST QUE LORSQU'ELLE
VOUS FRAPPE, VOUS NE
RESSENTEZ AUCUNE
DOULEUR.

Bob Marley

