# Christian Baudis : « La digitalisation offre d’immenses opportunités ! »

Christian Baudis : « La digitalisation offre d’immenses opportunités ! »

Quels sont les impacts de la digitalisation et de l’intelligence artificielle sur les habitudes de consommation ? Quelles conséquences pour les entreprises ? Invité à s’exprimer lors de la soirée organisée dans le cadre du *World Consummer Day* par la Direction de la protection des consommateurs (DPC), en collaboration avec l’Union luxembourgeoise des consommateurs (ULC) et le Centre européen des consommateurs Luxembourg (CEC), Christian Baudis, qui compte parmi les meilleurs orateurs futurologues au monde, a livré quelques éléments de réponse.

Entrepreneur, ancien CEO de Google Allemagne, membre du conseil d’administration de la Goethe Business School (GBS) à Francfort, il a fondé en 2014 My Digital, une société d’innovation numérique qui conseille notamment les entreprises dans leur stratégie numérique.

Christian Baudis

Christian Baudis (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz)

**En quoi consiste le travail d’un futurologue ?**

Je dirais que c’est une personne qui est douée de beaucoup d’imagination, le « fantasy » des films de science-fiction comme *Minority Report* ou *I-Robot*, et qui, en s’appuyant en parallèle sur ses recherches, élabore les scénarios probables d’un futur plus ou moins proche pour aiguiller les décisions stratégiques des entreprises ou des institutions. Chaque futurologue a sa propre vision de l’avenir et ses sujets de prédilections. Pour ma part, je m’intéresse de près à la **transformation digitale**, la robotique, l’**intelligence artificielle**, la santé numérique, technologies des capteurs ( **Internet of Things, IoT**), la **cybercriminalité**, l’innovation…

« L'avenir sera digital et l'intelligence artificielle va marquer durablement notre quotidien »

[ Christian Baudis ]

**L’IA est présente dans tous les domaines de la vie professionnelle. C’est un défi pour les entreprises aujourd’hui…**

L’**intelligence artificielle** a envahi notre monde depuis quelques années déjà. Elle est effectivement présente dans tous les secteurs, de l’industrie aux hôpitaux, en passant par le commerce. Mais, si on y réfléchit bien, l’IA, ce n’est rien d’autre que des calculs, des probabilités, des statistiques et tout cela existe depuis très très longtemps. Ce qui a changé aujourd’hui c’est la rapidité avec laquelle les données sont traitées et circulent, l’énorme masse d’informations qui nous submerge et le fait que certaines de ces informations sont fausses, car les données sur lesquelles s’appuient l’IA pour nous restituer ces informations sont erronées. L’avenir sera **digital** et l’intelligence artificielle va marquer durablement notre quotidien. Le défi reposera sur la qualité des données qui nourrissent ces outils numériques et la manière dont nous les utiliserons. Nous aurons tous un rôle à jouer et nous devrons être de plus en plus vigilants.

**Quels conseils donneriez-vous à ces entrepreneurs qui n’ont pas encore franchi le cap de la digitalisation ?**

Je leur conseillerais de ne pas être effrayé par les outils numériques, de ne pas penser que toutes les professions vont disparaitre et que l’IA va remplacer l’Humain. Je ne pense pas que cela arrivera, ces peurs sont inhérentes à tous les changements de paradigme. Des métiers sont créés, d’autres sont amenés à évoluer. Les entreprises qui ne passent pas le cap du numérique doivent toutefois être conscientes qu’elles ne réussiront pas à résister, voire à survivre, très longtemps encore si elles ne se digitalisent pas. Il faut considérer et utiliser l’**intelligence artificielle** comme un super assistant. Dès lors, les applications sont infinies et peuvent permettre d’optimiser les processus logistiques, d’améliorer l’expérience client, ou de rendre les produits plus attractifs. Grâce à l’**IA**, une entreprise qui collecte les données de ses clients peut mieux les connaître et mieux répondre à leurs attentes. Elle peut aussi se différencier de la concurrence et proposer une offre unique aux consommateurs ou encore améliorer ses achats, ses coûts, faire des projections sur les marchés. Dans certaines industries, l’IA est déjà utilisée pour faire de la maintenance prédictive, en anticipant les problèmes elle permet d’économiser sur les coûts. La **digitalisation** offre d’immenses opportunités aux entreprises, il faut les saisir !

" Les entreprises qui ne passent pas le cap du numérique doivent être conscientes qu'elles ne réussiront pas à résister, voire à survivre "

[ Christian Baudis ]

La soirée s’est poursuivie avec une table ronde permettant des échanges sur les enjeux majeurs du commerce en ligne et des nouvelles technologies. Elle a réuni :

- Claire Gayrel, juriste spécialisée en Digital Markets Act (DMA) à la Commission européenne ;

- Italo di Lorenzo, responsable des politiques publiques chez Amazon Luxembourg ;
- Romy Schaus, conseillère juridique à l’Autorité de la concurrence ;
- Bob Schmitz, juriste en droit de la consommation de l’UE à l’ULC.

Les discussions ont abordé les droits et obligations des consommateurs et des entreprises dans le **commerce en ligne**, tout en mettant en perspective les évolutions législatives et les défis pratiques rencontrés par les acteurs du marché.

La table ronde a réuni un panel d'experts d'horizons divers (crédit: Laurent Antonelli / Agence Blitz)
Italo di Lorenzo, responsable des politiques publiques chez Amazon Luxembourg et Pit Everling, animateur de la table ronde (crédit : Marion Dessard)
De g. à dr.: Thomas Segrétain, directeur du Centre européen des consommateurs Luxembourg ; Marie-Josée Ries, Direction de la protection des consommateurs ; Christian Baudis ; Martine Hansen, ministre de la Protection des consommateurs ; Marc Fischer, Direction de la protection des consommateurs (crédit: Marion Dessard)
Claire Gayrel, Commission européenne (crédit: Marion Dessard)
Christian Baudis (crédit: Laurent Antonelli / Agence Blitz)