

ASSEMBLÉE NATIONALE
AOÛT 2020

**DIGITALISATION DES ENTREPRISES : ENJEU DE
NOTRE ÉCONOMIE**

Par Typhanie DEGOIS, députée de Savoie et co-présidente du groupe d'études start-up, pme
et eti à l'Assemblée nationale

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
I. ENJEUX ET CONSTAT DE LA DIGITALISATION DES ENTREPRISES	4
1. La transformation digitale des entreprises, essentielle dans l'économie du XXIème siècle	4
a. La transformation numérique des entreprises se concrétise via trois enjeux	4
b. La transformation digitale, une opportunité de croissance	5
c. La transformation digitale, un investissement encore insuffisant	6
2. Constat : retard des entreprises françaises dans leur digitalisation	8
a. Des lacunes par rapport aux entreprises étrangères	8
b. Le numérique accroît les écarts entre entreprises	9
c. L'enjeu de la sécurité informatique	10
II. PROPOSITIONS POUR ACCÉLÉRER LA DIGITALISATION DES ENTREPRISES	11
1. Sensibiliser les entreprises	11
2. Assurer un accompagnement des entreprises	13
3. Améliorer le fléchage des financements	14
4. FRANCE NUM : une initiative bienvenue, un potentiel inexploité	19
III. FORMER LES COLLABORATEURS AUX COMPÉTENCES NUMÉRIQUES	22
1. Les ressources humaines, une condition essentielle à la digitalisation des entreprises	22
2. Propositions	22
a. Adapter l'offre de formation initiale aux besoins des entreprises	22
b. Cibler le numérique dans la formation continue	25
SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS	27
CONTRIBUTIONS	29

INTRODUCTION

Sous l'effet des innovations numériques, notre industrie, notre économie, et plus largement notre société, se métamorphosent du fait de transformations profondes qui apparaissent dans nos organisations.

La transformation numérique, aussi appelée digitalisation, est un concept protéiforme. Certains la caractérisent comme les changements induits par les nouvelles technologies numériques dans tous les aspects de la société, alors que d'autres estiment que la transformation digitale représente l'exploitation radicale des possibilités d'internet. L'enjeu sous-jacent, mais pour autant primordial, est la souveraineté technologique, alors que la France reste dépendante en grande partie des technologies américaines.

La connectivité généralisée permet de produire en grande quantité des informations, de les centraliser, d'y avoir un accès illimité. Le champ de tous les possibles est alors permis. Face à la crise sanitaire, le numérique est devenu la solution à bien des problématiques, que ce soit pour travailler, pour commercer, pour se soigner, pour apprendre... Selon France Num, durant le confinement 9,8% des achats de produits alimentaires et de grande consommation ont été réalisés en ligne. Ainsi, 2,5 millions de foyers ont acheté de l'alimentaire en ligne pour la première fois. Notre société se transforme et nous devons accompagner ses nouveaux besoins comme ses nouveaux enjeux.

La révolution numérique est donc en cours, et vient ainsi structurellement révolutionner notre économie. Nous allons d'abord vivre une transformation des procédés de conception. Les front-offices vont naître en proximité des centres de compétences, qui vont utiliser des outils collaboratifs pour gérer la production multi-sites. La révolution de la production sera aussi marquée par le retour en force de la robotique, à laquelle les jeunes générations sont d'ailleurs particulièrement sensibles. Le conversationnel, l'interface homme/machine et l'intelligence artificielle vont se renforcer en même temps que se développera la conception virtuelle, devenant ainsi le stimulant de l'imagination et de l'innovation.

Le virtuel va également produire une révolution sur le cycle de production. En effet, la fabrication additive portée par l'impression 3D, va renforcer les productions locales et faire évoluer les matériaux. La gestion des grands ensembles de données va accroître la qualité de la relation client comme celle des produits et prestations, à l'image de la maintenance prédictive.

Les conditions sine qua non à un tel développement résident en deux points. D'une part, le déploiement des équipements nécessaires doit être accéléré à l'image du Plan France Très Haut Débit et du New Deal mobile, tout comme la commercialisation de la 5G. D'autre part, la formation des collaborateurs aux compétences numériques, que ce soit en formation initiale ou continue, est essentielle.

En conséquence la digitalisation de notre économie doit faire partie intégrante du plan de relance économique à venir, dans le souci de soutenir la productivité et donc la compétitivité des entreprises françaises et ainsi, faire de la France un pays pionnier dans l'innovation.

I. ENJEUX ET CONSTAT DE LA DIGITALISATION DES ENTREPRISES

1. La transformation digitale des entreprises, essentielle dans l'économie du XXIème siècle

La révolution digitale invite les entreprises à se réorganiser afin de pleinement tirer profit du modèle de l'entreprise numérique, de la capacité d'automatiser les procédures, tout en se concentrant sur la satisfaction client. C'est pourquoi la transformation numérique doit être la priorité des entreprises.

a. La transformation numérique des entreprises se concrétise via trois enjeux

Relation client	Processus opérationnels	Changement des modèles
<ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre mieux son client - capter les connaissances acquises sur le client grâce aux outils collaboratifs _ analyse des opportunités, contrats en cours... grâce aux CRM _ plateformes SaaS - anticiper ses besoins _ segmentation analytique _ marketing prédictif ● Dialoguer plus facilement - Des solutions de communication permettent d'établir un contact fluide _ chatbot, assistants vocaux... - écouter les consommateurs sur les réseaux sociaux _ Facebook, LinkedIn... 	<ul style="list-style-type: none"> ● Concevoir de manière agile - évolution en continue des services et logiciels _ privilégier les solutions incrémentales pour adapter rapidement le service à la demande et innover _ conduire les projets de manière itérative et collaborative pour dérouler un maximum de tâches et de processus en parallèle ● Digitaliser les procédés - améliorer les performances - créer de nouvelles fonctionnalités ● Responsabiliser les collaborateurs ● Gestion des performances - Transparence opérationnelle - Aide à la prise de décision orientée par les données 	<ul style="list-style-type: none"> ● Valoriser la donnée - connecter les produits pour accroître leur valeur _ acquérir une meilleure connaissance des conditions réelles d'utilisation du produit et l'améliorer en conséquence. ex : Wethings _ suivre le fonctionnement du produit en temps réel en vue de prévenir, voir de prédire les pannes. ex : Koné - entrer dans l'économie des plateformes _ enrichir le produit de services et de fonctions complémentaires ou de l'interfacer avec d'autres biens ou plateformes numériques. ex : Awox - transformer la donnée en une source de revenu _ croiser les données collectées avec d'autres sources afin de les vendre ou d'aider au repositionnement sur la chaîne de valeur. ex : Aldès ● Passer de la vente d'un produit à la vente d'un usage - s'appuyer sur des indicateurs pour construire une offre de services produit/service augmentés ● Transition du physique au numérique

La transformation digitale remet ainsi en cause la définition même de la valeur créée par l'entreprise avec la mise en place d'un système de création de valeur plus hétérogène qu'il ne l'était auparavant et offrant en conséquence, de nouvelles opportunités.

b. La transformation digitale, une opportunité de croissance

1 - Un gain d'efficacité opérationnelle et économique pour les entreprises

La majorité des entreprises qui entament leur transformation digitale sont motivées par l'efficacité opérationnelle et l'augmentation de la productivité¹. Ce gain de productivité est estimé de l'ordre de 7%² par les entreprises. Les entreprises de taille intermédiaire (ETI) ayant enclenché le processus de digitalisation constatent une plus grande efficacité opérationnelle. Pour 76% d'entre elles, cela se traduit par une réduction des coûts, un renforcement de la fiabilité des opérations et une réduction des délais de traitement³. Ainsi, les entreprises les plus matures en matière de digitalisation sont 26% plus performantes que la moyenne des entreprises de leur secteur. La valorisation des entreprises sur les marchés financiers est supérieure de 12% par rapport à la moyenne de leur industrie, et chaque employé génère 9% de revenus supplémentaires.

Par conséquent la digitalisation permet, selon l'étude Deloitte de 2016, de renforcer la croissance française. Les ventes en ligne ont contribué à 40% de la croissance totale des ventes en France en 2015 puisque l'augmentation des ventes en ligne est 20 fois plus importante que les ventes traditionnelles⁴.

L'enjeu principal pour les entreprises entamant leur transformation digitale est de gagner en productivité et donc de gagner en compétitivité, et ainsi d'assurer la pérennité de l'entreprise tout en poursuivant les investissements nécessaires. En effet, la digitalisation ferait gagner aux collaborateurs 1,8 jours par mois de travail et engendrerait un gain de 2,5% de productivité par an sur les 10 dernières années⁵.

2 - Un avantage concurrentiel

Pour 72% des ETI, la digitalisation a permis d'améliorer leur compétitivité face à la concurrence et aux nouveaux comportements d'achats. Parmi ces comportements, il est notamment question du commerce en ligne. Selon Facebook, 69% des PME utilisent leurs outils pour se faire connaître auprès de futurs clients. En 2015, 7 consommateurs sur 10 achetaient et payaient en ligne selon l'étude Deloitte, tandis que seulement 1 grande entreprise sur 2 et 1 PME sur 8 faisaient usage de solutions de vente en ligne⁶. Selon les *chiffres clés pour 2018* publiés par la FEVAD, 182 000 sites de e-commerce étaient actifs et 87% du chiffre d'affaires généré par ce commerce était réalisé par 5% des sites marchands.

Lorsque la transformation digitale est entamée, elle est source de nombreux avantages assurant le développement de l'entreprise. En 2015, le commerce en ligne représentait 60 milliards d'euros (soit 2,9% du chiffre d'affaires total) pour 370 000 PME vendant en ligne. Depuis, le chiffre d'affaires du

¹ Infosys Digital Radar 2020: Breaking through the digital ceiling

² Accélérer la mutation numérique des entreprises :

³ Transformation digitale des ETI en France : les dirigeants prennent le virage de l'innovation

⁴ The Digital Advantage: How digital leaders outperform their peers in every industry

⁵ Une étude Ricoh analyse comment le développement numérique affecte le monde du travail

⁶ Transformation digitale des ETI en France : les dirigeants prennent le virage de l'innovation

secteur n'a cessé de croître pour atteindre en 2017, 81,7 milliards d'euros⁷. Une hausse confirmée par les données sur l'état du marché du e-commerce publiées par la FEVAD, qui précisent que le chiffre d'affaires pour 2018 est de 92,6 milliards d'euros et devrait dépasser 100 milliards d'euros pour 2019⁸. **Ainsi le digital est de plus en plus utilisé car moins coûteux que les outils traditionnels tout en étant plus efficace.**

Pour Facebook, le numérique est une opportunité de fidéliser la clientèle et d'agrandir la zone de chalandise du commerçant. C'est pourquoi, 49% des entreprises considèrent que les canaux en ligne sont plus efficaces et ont un meilleur impact sur les ventes, 33% des entreprises estiment que c'est plus rapide et plus pratique. En effet, la vente en ligne permet une plus grande flexibilité en matière de commande pour 64% d'entre elles, mais permet aussi des prix plus bas pour 41%. Par conséquent, les entreprises vendant en ligne attendent en moyenne une croissance de leurs ventes de 32% en 2020.

3 - Croissance à l'international

Selon l'INSEE, les PME françaises représentaient 17% des exportations, pour 107 milliards d'euros, tandis que les ETI représentaient 36% des exportations, et les grandes entreprises 47% en 2015⁹.

La digitalisation offre ainsi un avantage concernant le développement de l'activité de l'entreprise à l'étranger. Selon le rapport Deloitte¹⁰, les PME françaises ayant initié ou réalisé la transformation digitale sont 3,5 fois plus susceptibles d'exporter que la moyenne des PME françaises.

4 - Diversification de l'activité

Selon la publication de PWC "*Digital Skills Survey*" de 2019, la digitalisation des entreprises s'accompagne d'une mutation profonde de l'activité. En effet, seuls 10% des PME et ETI qui ont engagé une transformation digitale ont limité celle-ci à leur métier historique. Pour les autres entreprises sondées, la transformation numérique a constitué une opportunité de diversifier l'activité, et d'étendre ainsi leur secteur d'activité à de nouvelles opportunités.

Lors de la crise sanitaire, le numérique a été souvent une solution pour soutenir notre économie. Ainsi, pour pérenniser la trésorerie des entreprises, des initiatives de cartes cadeaux à dépenser plus tard ont été créées et également des collectes de fonds sur les réseaux sociaux comme Facebook, ou alors les restaurants ont pu aussi directement proposer des plats à emporter sur Instagram.

c. La transformation digitale, un investissement encore insuffisant

Selon le *dernier baromètre de DELL*, les entreprises françaises entendent investir d'ici les trois prochaines années principalement dans la cybersécurité (57,7%), les objets connectés (46%), les environnements multi-cloud (44,2%), l'intelligence artificielle (40,2%) et dans une approche orientée serveurs (35,1%)¹¹.

⁷Selon les chiffres clés pour 2018 publiés par la Fédération E-commerce et Vente À Distance (FEVAD) <https://www.fevad.com/wp-content/uploads/2018/06/Chiffres-Cles-2018.pdf>

⁸Fédération E-commerce et Vente à Distance (FEVAD) - LES CHIFFRES CLÉS 2019

⁹Selon les données de l'INSEE publiées en mars 2018, Les petites et moyennes entreprises réalisent 17% des exportations

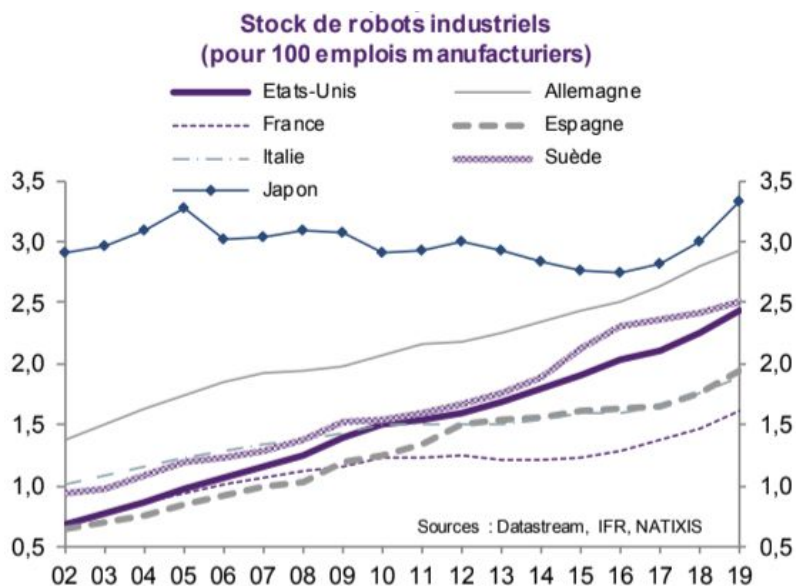
¹⁰Rapport Deloitte : Economie numérique : Le digital, une opportunité pour les PME françaises - Impact of digitalisation on SMBs in France

¹¹Baromètre DELL, <https://www.delltechnologies.com/fr-fr/perspectives/digital-transformation-index.htm>

Les principaux freins à la digitalisation sont clairement définis par les acteurs rencontrés : le manque de temps et de budget, le manque de compétences, le manque de visibilité et de clarté sur les dispositifs existants, les freins réglementaires tel que le RGPD concernant la production de données.

En matière d'investissement, la singularité française réside dans l'importance des investissements immatériels et la relative faiblesse des investissements matériels. Le taux d'investissement des industriels français en actifs immatériels, c'est à dire logiciels, bases de données et RetD, est très élevé, surpassant celui de la plupart des autres pays européens étudiés. Ces efforts d'investissement en logiciels ont connu une forte croissance en France à partir de 2009, en augmentant de 30,3% entre 2009 et 2015, contre 13,1% en Allemagne. En outre, la part des investissements en logiciels et bases de données dans l'investissement total des industries manufacturières est de 21,2%, très supérieure donc à celle des autres pays européens (7,8% en Italie, 12,9% aux Pays-Bas et 15,2% au Royaume-Uni)¹².

Pour autant, les investissements ne semblent pas encore à la hauteur des enjeux puisque les investissements productifs restent insuffisants, comme l'illustre la robotisation dans l'industrie française. Les entreprises françaises investissent moins dans les machines et les équipements, que la moyenne des entreprises européennes, 6,2% de leur valeur ajoutée pour les industries manufacturières, contre 7,7% en Allemagne, 8,6% aux Pays-Bas et 15,1% en Italie.



source : Flash Economie 22 mai 2020 de Patrick Artus pour Natixis

Comme le démontre le graphique ci-dessus, en comparaison avec les pays de l'OCDE, une robotisation forte est associée à une taille élevée de l'industrie grâce à des parts de marché à l'exportation élevées.

Nous constatons la nécessité d'assurer la montée en gamme de notre production industrielle pour conforter notre compétitivité en modernisant et en automatisant notre parc productif.

¹² La Fabrique de l'industrie, "L'investissement des entreprises françaises est-il efficace?" https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/france_strategie_lfi-note_investissement-web.pdf

2. Constat : retard des entreprises françaises dans leur digitalisation

a. Des lacunes par rapport aux entreprises étrangères

S'il est particulièrement difficile d'évaluer le niveau de maturité des entreprises, plusieurs données démontrent un bilan contrasté pour notre Pays. Aujourd'hui, l'état de la digitalisation des entreprises françaises est hétérogène en fonction à la fois de la taille de la structure et de son secteur d'activité. Toutes les entreprises n'ont pas encore identifié les opportunités digitales, il existe encore trop de cloisonnements.

Selon une étude menée par Facebook et IPSOS¹³, la France se classe en 21ème position des pays européens sur la part des ventes en ligne réalisées par les PME, alors que la France est le 3ème marché du e-commerce européen et le 7ème marché mondial. **Nous constatons qu'une trop grande part du marché national est donc laissée à des entreprises étrangères, faute d'offres suffisantes en France.**

Le constat est édifiant : 71% des PME françaises ont un site web, contre 77% au niveau de l'Europe et 94% au Danemark. Quand 15% des PME françaises vendent en ligne, le taux moyen de vente en ligne des PME atteint 18% en Europe, et jusqu'à 35% pour les PME en Irlande.

Cette tendance est confirmée par le dernier rapport DESI¹⁴, qui permet à la Commission européenne de suivre l'évolution de la compétitivité numérique des Etats membres. En 2019, la France se classe en 15ème position sur 28, en prenant en compte :

- **la connectivité** - *la France se classe en 20ème position.* Si 99,5% des Français sont couverts par le haut débit fixe, seulement 58% des ménages disposent d'une couverture NGA (réseau haut débit rapide d'au moins 30Mbps),
- **le capital humain** - *La France se classe en 18ème position.* 29% des Français possèdent des compétences numériques avancées contre 31% au niveau de l'UE,
- **l'usage des services internet** - *La France se classe en 16ème position.* La part des utilisateurs d'Internet est plus élevée que la moyenne européenne (85% contre 83%). Cette tendance se confirme pour la part d'utilisateurs qui recourent à des services bancaires en ligne (72% en France contre 64% dans l'UE), effectuent des achats (75% contre 69%) et accèdent à des sites de vente en ligne (25% contre 23%).

Le dernier *baromètre de Dell*¹⁵ met en lumière la faible vélocité des entreprises européennes dans la transformation digitale, contrairement aux Etats émergents. La France termine à l'avant-dernière position avec un score de 38/100, soit un score plus faible que la moyenne européenne (45).

<i>Proportion des entreprises françaises matures par rapport au niveau mondial</i>	France	Monde
Digital leaders (signifie que la transformation numérique fait partie intégrante)	4%	5%

¹³ Etude Facebook/IPSOS : La transformation numérique : UNE OPPORTUNITÉ DE CROISSANCE POUR LES TPE-PME FRANÇAISES

¹⁴ Indice relatif à l'économie et à la société numériques (DESI), Rapport par pays 2019, France

¹⁵ Digital Transformation Index

de leur ADN)		
Digital adopters (signifie qu'il existe un plan numérique mature et que des investissements en la matière ont déjà été réalisés)	17%	23%
Aucun investissement dans le numérique/pas de plan numérique	25%	9%

Les trois secteurs les plus digitalisés sont les secteurs des télécoms, des technologies et des services financiers. Dans le même temps, les secteurs de l'assurance, du manufacturing et de la santé publique restent les moins digitalisés.

Nous relevons quatre points de blocage persistants à la maturation numérique des entreprises :

- la rigidité opérationnelle,
- un manque de compétences,
- un manque de financement,
- un défaut de sensibilisation du dirigeant.

L'enquête BpiFrance - Le Lab¹⁶ met également en exergue l'absence de vision de la transformation digitale pour 45% des dirigeants de PME et d'ETI.

b. Le numérique accroît les écarts entre entreprises

Depuis le début des années 2000, deux tendances se dégagent : une prise de conscience de la nécessité de se digitaliser engageant un processus de transformation d'une part, et une défiance vis-à-vis des nouvelles technologies incitant au statu quo d'autre part. Selon les personnes auditionnées, le numérique accentue les écarts entre entreprises puisque l'écart des gains de productivité entre les entreprises les plus et les moins performantes¹⁷ s'accroît depuis une dizaine d'années. Pour exemple, l'écart de productivité entre une entreprise digitalisée et une entreprise classique dans le secteur des télécommunications peut s'élever jusqu'à 40%. Certains ont pu avancer durant nos travaux, que les structures plus importantes ont pu se digitaliser assez tôt du fait d'un accompagnement par BpiFrance, ce qui n'aurait pas été assez le cas pour les plus petites structures.

64% des Français (15 ans et plus) achètent en ligne quand seulement 15% des PME françaises vendent en ligne.¹⁸

Selon l'enquête réalisée par Google France¹⁹ en novembre 2019 sur 500 petites et moyennes entreprises :

- Pour 49% d'entre elles, le principal défi est de trouver de nouveaux clients,
- 53% des entreprises souhaitent vouloir utiliser la publicité en ligne pour trouver de nouveaux clients,
- 30% des entreprises n'ont pas de site internet,

¹⁶ Dirigeants de PME et ETI face au digital

¹⁷ THE GLOBAL PRODUCTIVITY SLOWDOWN, TECHNOLOGY DIVERGENCE AND PUBLIC POLICY: A FIRM LEVEL PERSPECTIVE

¹⁸ Etude Facebook/IPSOS, 2020

¹⁹ Etude Google menée avec YouGov - Source : Google internal data 2019 Documents et annexes

- ❑ Pour 60% des entreprises, aucun temps n'est consacré à leur visibilité sur internet.

c. L'enjeu de la sécurité informatique

La sécurité informatique n'est pas jusqu'à présent une préoccupation centrale des TPE et PME a priori. En effet, 48% d'entre elles ne se sentent pas concernées par les cyber-risques selon la CPME. L'agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) a identifié plusieurs risques liés à la sécurité informatique : la déstabilisation, l'espionnage, l'usurpation de données, la cybercriminalité. Récemment l'entreprise d'assurance MMA a été la nouvelle victime d'une cyberattaque, affectant durant plusieurs jours son activité. L'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) soulignait l'année dernière que le risque informatique faisait partie de ses principales préoccupations mettant en lumière la montée de la cybermenace. Au mois de mars dernier, ce type d'attaque a augmenté de 38% à l'encontre du secteur financier par rapport au mois précédent, selon une étude de Carbon Black citée par l'Autorité des marchés financiers (AMF).

Selon le *baromètre de la cybersécurité des entreprises*²⁰ publié par le Club des Experts de la Sécurité de l'Information et du Numérique en février dernier, les cyberattaques les plus fréquentes contre les entreprises sont le phishing (79%), l'arnaque au dirigeant (47%), l'exploitation d'une vulnérabilité (43%), la tentative de connexion (40%), l'ingénierie sociale (35%).

²⁰ Baromètre de la cybersécurité des entreprises - Club des Experts de la Sécurité de l'Information et du Numérique - février 2020

II. PROPOSITIONS POUR ACCÉLÉRER LA DIGITALISATION DES ENTREPRISES

1. Sensibiliser les entreprises

Alors que 87% des PME et ETI ne font pas de la digitalisation une priorité, l'enquête menée par BpiFrance - Le lab²¹ a mis en lumière 3 types d'entreprises :

- les **conquérants** - qui représente 10% des entreprises. L'objectif est de les mettre en relation avec d'autres entreprises innovantes,
- les **apprentis** - qui représente 52% des entreprises. L'objectif est de leur apporter du conseil en transformant leur vision en action,
- les **sceptiques** - qui représente 38% des entreprises. L'objectif est de les convaincre des opportunités de la digitalisation.

Il existe une multitude d'initiatives visant à sensibiliser les entreprises au numérique, mais force est de constater qu'en l'absence d'une organisation lisible, elles ne donnent pas la visibilité nécessaire au secteur du numérique, comme nous le verrons ci-après concernant France Num. L'enjeu est bien que les briques numériques soient connectées aux solutions métiers afin que le digital devienne transversal, et puisse ainsi se concrétiser dans chacun des pans de l'économie.

De nombreuses organisations professionnelles et patronales mettent en oeuvre des formations à cet effet, à l'instar de la CAPEB ou du MEDEF. Google a quant à lui lancé ses *Ateliers Numériques* en France, premier pays à accueillir ce genre d'initiative. Depuis 2012, 450 000 personnes ont donc été accompagnées via cette initiative, dont 48% de TPE-PME. Leur but est de sensibiliser aux opportunités qu'offre le numérique à la fois au quotidien et dans l'économie. Digital League a également lancé des initiatives, tels que le *Club Open Innovation* visant à mettre en relation jeunes entreprises du numérique et PME/ETI, ou le programme Challenge Compétence en Mayenne offrant la possibilité à des étudiants d'apporter leurs compétences et idées aux entreprises locales.

Proposition n°1 - Développer les ateliers numériques

De nombreuses initiatives existent aujourd'hui, menées tant par des acteurs publics que privés, tels que Facebook et Google. Les chambres consulaires utilisent leur proximité aux fins de sensibiliser les chefs d'entreprise, toutefois elles manquent de moyens financiers.

Dans le but de développer les ateliers numériques, **France Num devrait répertorier ces événements sur sa plateforme pour les faire connaître tout en incitant aux partenariats entre les chambres consulaires départementales et les initiatives privées permettant ainsi la création de synergies au service des entreprises.**

Pour sensibiliser les entreprises aux opportunités du digital, elles ont besoin d'avoir des références, des témoignages, comme des entreprises ambassadrices.

²¹ Bpifrance - Le Lab : Histoire d'incompréhension - Dirigeants de PME et ETI face au digital

Proposition n°2 - Donner de la visibilité au numérique grâce aux entreprises ambassadrices

Dans chaque territoire, **nommer pour trois ans une entreprise qui se distingue par son innovation, qui a réussi sa transition digitale, et qui sera ambassadrice auprès des autres entreprises.** Cette proposition a le double avantage de donner de la visibilité aux entreprises qui innovent tout en démontrant aux entreprises du même bassin de vie, les usages et avantages de tels investissements, en leur mettant à disposition des cas d'usage et des témoignages.

La technologie n'est pas la finalité mais l'outil adéquat et pertinent qui permet à l'entreprise d'atteindre l'objectif fixé. Afin d'investir, les entreprises ont besoin d'expérimenter, comme l'a bien compris l'*association Entreprise & Numérique (ENE)* qui permet de tester des logiciels avant acquisition ou de financer le prototypage. En conséquence, il est indispensable d'avoir des vitrines des technologies actuelles dans les territoires.

Proposition n°3 - Développer des appels à projet encourageant des vitrines des dernières technologies

Afin de sensibiliser les entreprises aux opportunités qu'offre le numérique, il est essentiel de **faire de la pédagogie par l'exemple**, en prenant modèle sur l'appel à projet²² actuellement ouvert concernant les plateformes d'accélération des industries du futur, qui a pour objet de rattraper le retard de la France dans l'appropriation des technologies de l'industrie du futur, en particulier dans les PME. La concrétisation de ces projets servira de **vitrine aux nouvelles technologies** (procédé de fabrication innovant, performance environnementale, robotique, outils numériques de conception...) et d'en présenter ainsi toutes les applications aux dirigeants. Le plan d'investissement d'avenir en collaboration avec BpiFrance permettrait de multiplier ce genre d'initiative à d'autres pans de notre économie.

Pour développer l'usage, il faut créer de la confiance dans l'outil. Or, le risque de cybersécurité est encore trop souvent sous-estimé. Il est d'ordre public d'assurer la sécurité numérique des entreprises françaises. A défaut, notre souveraineté est remise en cause quand nos entreprises sont attaquées par des concurrents ou des puissances étrangères. A titre d'exemple, en 2017, l'entreprise Saint-Gobain a subi une campagne de "ransomware" nommée NotPetya, qui lui a coûté 1% de ses revenus, soit 220 millions d'euros.

Proposition n°4 - Sensibiliser les entreprises à la cybersécurité

Les réseaux d'entreprise sont des cibles privilégiées, et souvent vulnérables, pour les attaques informatiques. Pourtant, les entreprises n'ont pas forcément conscience de ce risque et des répercussions sur leurs activités. Par le biais des services décentralisés de l'Etat, nous devons les

²² Appel à projets ATF : Plateformes d'accélération vers l'industrie du futur

sensibiliser à plusieurs enjeux : le déploiement d'antivirus sur les ordinateurs et les réseaux internes, la sensibilisation des collaborateurs à l'hameçonnage, contractualiser le risque avec une assurance.

Il est essentiel de faire un état des lieux des solutions offertes aux entreprises qui existent et d'établir une feuille de route déclinant une stratégie afin de sensibiliser et de protéger les entreprises.

2. Assurer un accompagnement des entreprises

Aujourd'hui, les entreprises sont principalement accompagnées par les organisations professionnelles et patronales, les chambres consulaires départementales et les régions. Pour exemple, la région Auvergne Rhône-Alpes ambitionne d'accompagner 42 000 entreprises par an d'ici 2021. A cette fin, la plateforme *Ma Solution numérique*²³ regroupe plusieurs fonctionnalités permettant, entre autres, d'établir un diagnostic personnalisé, de suivre des formations en e-learning, ou encore d'être informé des financements. Quant aux Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI), elles mènent un travail de proximité grâce à une relation directe et continue avec les chefs d'entreprise, leur permettant de proposer des réunions de sensibilisation, d'accompagnement avec différentes formules de formation. A titre d'exemple, la CCI de la Savoie cible prioritairement les entreprises de moins de 20 salariés et travaille principalement sur leur visibilité sur internet.

Des acteurs privés ont également mis en place des outils afin de faciliter l'installation des entreprises sur internet. Ainsi, Google propose aux entreprises :

- d'**assurer leur visibilité sur internet** gratuitement afin d'élargir leur zone de chalandise, en s'adressant notamment aux touristes, via *Google By Business*,
- d'**évaluer leur boutique en ligne** gratuitement via *Grow my store*, un bilan leur sera adressé avec des recommandations visant à améliorer leur site de e-commerce,
- de **conseiller leur développement à l'étranger** via *Market Finder*, qui recommandera les marchés les plus appropriés en fonction de leur activité,
- de leur **donner de la visibilité en ligne** via *Google Ads*, outil de publicité ciblée par mots clés et zones géographiques par un système d'enchères.

La plateforme Facebook, outre ses pages sur le réseau social équivalentes à des sites internet pour de nombreuses entreprises, a pour sa part lancé l'initiative #SoutenonsNosTPEPME²⁴, où 100 formations gratuites sont accessibles, ainsi qu'un outil de diagnostic digital permettant aux entreprises d'évaluer en 30 minutes leur présence en ligne et d'obtenir un plan d'action numérique.

Il est ressorti fréquemment des auditions la nécessité de renforcer les liens entre les jeunes entreprises du numérique et les PME/ETI dans l'objectif de perméabiliser, de décloisonner les relations entre les entreprises numériques et celles qui ont besoin d'être sensibilisées.

²³ MaSolutionNumérique | La transition numérique simplifiée des TPE/PME

²⁴ #SoutenonsNosTPEPME, une initiative pour accélérer la transformation numérique des TPE-PME françaises.

Proposition n°5 - Favoriser les collaborations entre PME et jeunes entreprises par le biais d'appels à projet communs

Aujourd'hui, aucun appel à projet ne vise à inciter à la collaboration entre entreprises de taille et de secteur différents. Pourtant, **il est indispensable de décloisonner le numérique en faisant en sorte que les entreprises qui le maîtrisent puissent irriguer l'environnement économique en travaillant de paire avec d'autres entreprises. Le financement de projets qui réunit ces deux types de structure serait une opportunité d'accompagner la transition digitale tout en concourant à l'innovation.**

Nous proposons que le programme d'investissement d'avenir offre des opportunités pour soutenir des projets innovants et visant à lier des alliances entre entreprises du secteur du numérique et d'autres entreprises.

Préparer la demande et les territoires aux innovations, tout en questionnant leurs attentes, afin de maximiser les chances que le produit rencontre son marché, est aujourd'hui primordial. Nous ne devons pas nous concentrer que sur l'offre, mais également sur la demande.

Proposition n°6 - Faire émerger les besoins des territoires grâce à l'expérimentation

Comment s'assurer qu'un projet innovant rencontre ses clients, son marché ? Il doit être testé et validé dans un environnement réel. A l'image du programme Territoires Solutions²⁵, porté par la French tech in the Alps, Minalogic et Grenoble École de Management, dont l'objectif est de **mettre en contact les jeunes entreprises innovantes avec les besoins locaux d'innovation.**

Nous proposons dans le cadre du programme d'investissement d'avenir, de prévoir un appel à projet destiné à expérimenter dans un environnement réel des solutions innovantes qui répondent aux besoins des territoires.

3. Améliorer le fléchage des financements

En parallèle de la sensibilisation et de l'accompagnement à la transformation digitale, il est nécessaire que soient développées des politiques de soutien financier afin d'être en mesure de pouvoir aider concrètement les entreprises souhaitant mener leur transformation digitale. La meilleure des aides à l'investissement des entreprises est de réduire la pression fiscale, leur assurant ainsi des marges de manoeuvres financières suffisantes pour entreprendre des projets innovants, et donc coûteux. Aujourd'hui la France se distingue en la matière, avec 109 milliards d'euros d'impôts de production en 2018, soit autant que 23 pays de l'Union européenne cumulés, Allemagne comprise.

Outre la problématique de la fiscalité des entreprises, il ressort toutefois un manque d'accompagnement financier, tant de la part des banques que de BpiFrance. Cette dernière intervient principalement,

²⁵ Territoires Solutions met en place de territoires d'expérimentation en réunissant des solutions innovantes sur un espace commun pour les tester en environnement réel et concrétiser les stratégies d'innovation des territoires

concernant les financements immatériels, en tant que garantie auprès des banques et directement via le contrat de développement, dispositif créé pour les PME constituées depuis plus de 3 ans afin de soutenir leur investissement entre 40 000 et 600 000 euros, dans la limite des fonds propres.

Proposition n°7 - Mettre en place un programme de soutien financier à la transformation digitale des entreprises, via BpiFrance

Le PIA 2 a porté un prêt numérique en partenariat avec la BpiFrance. Ce dispositif a été lancé en 2013 avec une enveloppe de 300 millions d'euros et permettait de financer des projets entre 200 000 euros et 3 millions d'euros, remboursables sur 7 ans. Il a été arrêté seulement 8 mois après son lancement en raison de la consommation intégrale de l'enveloppe. BpiFrance offre aujourd'hui d'autres financements couvrant les mêmes finalités (*voir récapitulatif page 16*). Pour autant, **ceux-ci ne sont pas clairement identifiés pour accompagner la transformation digitale des entreprises. Dans un souci de simplicité et de lisibilité, il serait opportun de créer un produit avec la finalité d'accompagner la transformation digitale afin d'être facilement identifiable auprès des entreprises.**

Afin de rendre visibles et donc accessibles les différentes aides à l'investissement, les pouvoirs publics ont mis en place le site www.aides-entreprises.fr, dont le contenu est repris sur la plateforme FranceNum. De plus, en partenariat avec la Direction générale des entreprises, le site www.cap-immateriel.fr informe plus précisément sur l'investissement immatériel, sans toutefois apporter de réponse personnalisée. Les ETI ont particulièrement bien anticipé les enjeux en se digitalisant tôt, implantées à 65% dans les régions autres que l'Île de France, la digitalisation est avant tout un investissement dans les territoires, à l'image des ETI.

Proposition n°8 - Créer un régime d'entreprise en transition numérique pour amortir les dépenses immatérielles

Il s'agirait d'un **dispositif reconnaissant le statut d'entreprise en transition numérique et technologique**. Ce statut serait accordé temporairement aux entreprises, le temps de leur transformation digitale initiale, soit 3 ans. Un tel régime permettrait :

- d'inscrire à l'actif du bilan, l'ensemble des dépenses matérielles et immatérielles, dont les prestations de conseil et de formation, qui sont aujourd'hui des charges comptables afin d'en étaler la charge sur plusieurs années,
- de mettre en place des financements spécifiques avec BpiFrance,
- de mettre en place des subventions amortissables pour financer les investissement immatériels.

Ce dispositif viendrait en complément du suramortissement fiscal qui existe aujourd'hui.

A défaut d'un tel régime, il serait intéressant de soutenir l'innovation en interne des entreprise par le biais d'un crédit d'impôt. Aujourd'hui, le crédit impôt innovation (CII) intègre les amortissements des immobilisations dédiées à la conception des prototypes, les dépenses de personnel directement et

exclusivement affectées aux opérations, les dépenses de propriété intellectuelle ou encore les dépenses externalisées auprès d'entreprises agréées.

Proposition n°9 - Créer un crédit d'impôt transformation numérique

La mise en place d'un crédit d'impôt en faveur de la transformation numérique s'inspire du crédit impôt innovation. **A destination des TPE, PME et ETI, il serait étendu à l'ensemble des dépenses nécessaires à la transformation digitale de l'économie**, et notamment les dépenses de personnel non exclusivement dédiés au projet innovant pour la part de leur travail consacré à la digitalisation, les dépenses de formation, les frais de développement des applications et logiciels, et assouplir les dépenses externalisées. Afin d'être entièrement efficace, le crédit d'impôt devra être remboursé de manière anticipée, et non sous un délai de 3 ans.

Il existe différentes aides pour digitaliser son entreprise aujourd'hui. Les régions, tout d'abord, ont pris des initiatives. Pour de nombreux acteurs, les aides régionales constituent un vecteur majeur pour favoriser la transition numérique des PME dans les territoires. Or, elles ne sont pas proposées par toutes les régions et parmi celles qui prévoient le développement des logiciels comme une dépense éligible à ces aides, les modalités restent très hétérogènes.

- En **Pays de la Loire** : une aide à l'investissement numérique concerne les entreprises de moins de 50 salariés créées depuis plus de deux ans, dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas 10 millions d'euros, implantées dans la région et qui acquièrent des outils numériques. La subvention de 50% du montant engagé, plafonnée à 15 000 euros. Les coûts éligibles au dispositif doivent être supérieurs à 5 000 euros

- En **Île-de-France** : la subvention PM'up et TP'up pouvant atteindre 250 000 euros concerne les entreprises de 5 à 250 salariés, dont le chiffre d'affaires est inférieur à 50 millions d'euros et dont le pied de bilan est inférieur à 43 millions d'euros.

- En **Auvergne Rhône-Alpes** : l'aide Numérique PME concerne uniquement les entreprises de moins de 250 salariés et permet la prise en charge de 70% des dépenses.

Au niveau européen, c'est principalement dans le cadre du Fonds européen de développement régional (FEDER) que les investissements relatifs aux technologies de l'information et du numérique sont financés, tel que l'achat de logiciel. Pour autant, la France n'utilise pas de manière optimale ce fonds puisque pour la période 2014-2020, seulement 66% des crédits avaient été consommés au 31 décembre 2019 sur une enveloppe de 944 millions d'euros.

RÉCAPITULATIF

Au niveau européen :

- **FEDER** : enveloppe de 944 millions d'euros au titre de l'amélioration de l'accès, de l'utilisation et de la qualité des TIC. Aides principalement accordées sous la forme de subventions.

Au niveau national :

- **Crédit impôt recherche** : crédit d'impôt de 30% des dépenses de recherche jusqu'à 100 millions d'euros, et 5% au delà. Dispositif intégrant certaines dépenses de recherche externes.
- **Crédit impôt innovation** : crédit d'impôt de 20% des dépenses engagées par l'entreprise, plafonnées à 400 000 euros. Les dépenses externes confiées à des entreprises ou bureaux d'étude peuvent être intégrées à la base des dépenses éligibles.
- **Garantie BpiFrance** : BpiFrance propose une garantie du développement des PME et TPE offrant ainsi une couverture de 40% à 70% des concours bancaires.
- **Prêts délivrés par BpiFrance** et adossés à un financement bancaire d'un montant au moins équivalent.
- **Contrat de développement** : Dispositif pour les PME au sens communautaire constituées depuis plus de 3 ans. Objectif : faciliter le financement des investissements immatériels dans le cadre d'un programme d'investissement. Montant de 40 000 à 600 000 euros dans la limite des fonds propres.
- **Prêts d'honneur** accordés par des réseaux à but non lucratif (Réseau Entreprendre, France Active et Initiative France).
- **Microcrédits** accordés pour les entreprises ayant des difficultés à contracter des prêts bancaires classiques. L'association pour le droit à l'initiative économique propose ainsi des prêts pouvant aller jusqu'à 10 000 euros.
- **Suramortissement fiscal de 40%** jusqu'au 31 décembre 2020.

Au niveau régional :

- **Chèques numériques** :
 - Bretagne - chèque numérique : concerne les entreprises de moins de 50 salariés ayant une activité dans le secteur de l'alimentaire, des services et d'équipement de la personne, d'équipement de la maison, de l'hygiène et de la santé. Subvention de 50% du montant HT engagé par l'entreprise, plafonnée à 1000 euros.
 - Grand Est - Chèque innovation : concerne les entreprises de moins de 50 salariés ayant recours à un prestataire externe de conseil. Subvention de 50% du montant engagé, plafonnée à 5000 euros.
 - Île-de-France - PM'up : Concerne les entreprises de 5 à 250 salariés dont le CA est inférieur à 50 millions d'euros et dont le pied de bilan est inférieur à 43 millions d'euros. Subvention pouvant atteindre 250000 euros.
 - Normandie - Impulsion Conseil et Impulsion conseil innovation : concerne toutes les TPE et PME régionales. Subvention de 50% du montant HT engagé pour les dépenses de conseil, plafonnée à 30000 euros sur 3 ans.
 - Nouvelle Aquitaine - chèque transformation numérique : concerne 300 PME de la région hors filière du numérique et ayant un enjeu stratégique à investir dans le numérique. Subvention pouvant aller jusqu'à 50% des dépenses pour un montant maximum de 150000 euros.
 - Occitanie - chèque numérique : concerne les entreprises de moins de 50 salariés développant des outils numériques dans l'entreprise. Subvention de 50% du montant HT engagé, et plafonnée à 10000 euros par an.

- Pays de la Loire - Investissement numérique : concerne les entreprises de moins de 50 salariés qui acquièrent des outils numériques. Subvention de 50% du montant HT engagé, plafonnée à 15000 euros.

- **Prêt croissance TPE** : uniquement pour les TPE-PME de moins de 50 salariés créée depuis au moins 3 ans, mis en place dans les régions Auvergne-Rhône-Alpes, Bretagne, Centre-Val de Loire, Guadeloupe, Grand-Est, Hauts-de-France, Ile-de-France, Normandie, Occitanie. Montant compris entre 10 000 euros et 50 000 euros dans la limite des fonds propres de l'entreprise.

La fiscalité doit être un outil d'incitation pour les entreprises à investir. L'évolution des solutions vers un modèle économique de type Saas, hébergé dans le cloud, leur permet de ne plus mobiliser leurs moyens financiers dans des investissements informatiques, mais davantage dans le productif. Il est essentiel d'accélérer la transition vers le cloud. Ces solutions sont alors comptabilisées en dépenses d'exploitation, et non en dépenses d'investissement. Du 1er janvier 2019 au 31 décembre 2020, les dépenses relatives aux investissements de transformation numérique et de robotisation, sont éligibles à un suramortissement fiscal de 40%.

Proposition n°10 - Pérennisation après évaluation du dispositif de suramortissement fiscal à hauteur de 40% de l'investissement

Prévu à l'article 39 decies B du Code général des impôts, le dispositif s'applique exclusivement aux investissements de transformation numérique et de robotisation réalisés par les PME au sens communautaire. **Afin de soutenir l'industrie du futur, le dispositif de suramortissement fiscal doit être pérennisé, au delà du 31 décembre prochain, à la fois pour donner de la visibilité aux entreprises tout en limitant les effets d'aubaine.**

Concernant le crédit d'impôt recherche (CIR), les dépenses de recherche externalisées doivent être confiées à tout organisme public, université, fondation reconnue d'utilité publique, association de la loi de 1901 ayant pour fondateur et membre un organisme de recherche ou une université, ou à tout organisme agréé par le ministère de la recherche afin de pouvoir déduire jusqu'à 30% des dépenses de R&D de leur impôt sur les sociétés.

Grâce au crédit d'impôt innovation (CII), les entreprises peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt de 20% des dépenses nécessaires à la conception et/ou à la réalisation de prototypes ou d'installations pilotes d'un produit nouveau, au sens de la définition fiscale, dans la limite de 400 000 euros par an, remboursées ou imputées sur l'impôt sur les sociétés.

Toutefois, ces deux dispositifs présentent des risques pour les entreprises, étant donnée l'insécurité juridique de leur mise en oeuvre, souvent jugée trop complexe. Par ailleurs, l'octroi de ces crédits d'impôts fait peser un risque fiscal important. Selon la réponse gouvernementale apportée à une question écrite concernant les contrôles fiscaux relatifs au CIR²⁶, il ressort qu'en 2013 et 2014, plus de 1450

²⁶ Question n°2501 - Assemblée nationale

contrôles ont été réalisés et 6% d'entre eux ont donné lieu à des rectifications. La recherche, l'innovation et la transformation digitale de notre économie doivent être accompagnées grâce à un cadre juridique et fiscal sécurisé.

Proposition n°11 - Sanctuarisation du CIR et du CII perçus au titre des années antérieures en cas de bonne foi et clarification de la liste des dépenses éligibles à ces dispositifs (article 244 quater B du Code général des impôts)

Dans l'esprit de la loi ESSOC, **les entreprises doivent pouvoir bénéficier d'un droit à l'erreur lorsqu'elles ont utilisé des dispositifs incitatifs, tels que le CIR ou le CII, de bonne foi.** En effet, aujourd'hui lorsqu'une entreprise fait l'objet d'un contrôle fiscal, celui-ci peut porter sur l'exercice fiscal en cours ainsi que les trois précédents. Il est donc recommandé que pour toute entreprise ayant agi de bonne foi, le contrôle fiscal ne puisse porter que sur l'exercice en cours.

De plus, **afin d'inciter les entreprises à investir dans la recherche et l'innovation, indispensables à la compétitivité, tout en assurant une sécurité aux entreprises, il conviendrait de clarifier la liste des dépenses éligibles dans le cadre du CIR et CII.**

4. FRANCE NUM : une initiative bienvenue, un potentiel inexploité

Lors de son lancement en fin d'année 2018, la plateforme FranceNum portait l'ambition de sensibiliser toutes les TPE et PME d'ici trois ans aux enjeux du numérique, en accédant à un réseau d'experts de proximité, en utilisant l'ensemble des ressources mises à disposition, et en trouvant l'ensemble des financements nécessaires au développement du projet. Nos travaux démontrent que pour l'instant, l'initiative n'a pas atteint ses objectifs et cherche encore son rythme de croisière. Le premier écueil souvent évoqué est l'absence de communication suffisante. En effet, peu d'entreprises, et même d'acteurs sur les territoires, connaissent la plateforme. Le deuxième écueil vient du manque d'humanisation, de proximité, de concret, de la plateforme. Il nous a également été indiqué à plusieurs reprises le manque d'ergonomie pour les activateurs, voire un problème d'accès à la plateforme. Enfin, la troisième lacune porte sur l'absence d'identification de l'ensemble des acteurs et technologies possibles, ainsi que le manque de plusieurs événements et formations.

Par ailleurs, cette initiative nationale bienvenue est concurrencée par différents outils, nous en avons comptabilisé 34. En voici quelques exemples :

- ❑ **Ma Solution Numérique** et la création de Campus Numérique en région Auvergne Rhône-Alpes,
- ❑ **Les Digiteurs**, programme d'accompagnement de la CCI,
- ❑ **La Coalition Numérique Française**, initiative de plusieurs acteurs publics et privés,
- ❑ **EvalNumPME** lancé par la CPME, est un autodiagnostic gratuit permettant d'évaluer la maturité numérique des structures,
- ❑ Le **Digitalomètre** de BpiFrance,
- ❑ **Diag-numerique.fr** du MEDEF,

❑ **Toutes les aides pour votre entreprise** est un site d'information des CCI qui regroupe les financements et les appels à projet.

Il paraît tout d'abord primordial d'achever l'ambition de FRANCE NUM en devenant la référence pour les entreprises qui souhaitent obtenir des renseignements sur leur projet de transformation digitale.

Proposition n°12 - Généraliser et simplifier les dispositifs d'aide, via un guichet unique

Il n'existe pas de guichet unique complet aujourd'hui pour les entreprises. Pourtant **France Num avec ses outils pour tester la maturité, accompagner les projets et regrouper les financements serait la plateforme pertinente pour devenir un guichet unique.** Malheureusement les données sont souvent incomplètes sur la plateforme et oblige alors les entreprises à solliciter de nombreux acteurs, rendant complexe le parcours pour obtenir les financements nécessaires.

Nous préconisons de multiples partenariats entre France Num et les différentes initiatives qui ont pu être lancées afin qu'en un lieu centralisé puissent se trouver, de manière exhaustive, toutes les informations pour que les entreprises mènent à bien leur projet.

La plateforme nationale souffre d'un manque de notoriété, faute de communication suffisante lors de son lancement. Il convient d'y remédier.

Proposition n°13 - Soutenir FRANCE NUM par un grand plan de communication auprès des entreprises et du grand public

Les différentes auditions ont en grande majorité fait ressortir le manque, avant tout, de visibilité de la plateforme. Si chez les professionnels de l'accompagnement, elle est connue mais peu utilisée, peu d'entreprises connaissent FRANCE NUM.

Il paraît donc essentiel de communiquer sur les solutions proposées auprès des entreprises et du grand public afin que la plateforme soit connue et donc largement utilisée. Un grand plan de communication dans la presse, auprès des chambres consulaires, des organisations professionnelles et patronales semble nécessaire.

Etant donné le déficit de notoriété de France Num et l'efficacité de certaines initiatives, la plateforme aurait tout intérêt à s'appuyer sur ces dernières.

Proposition n°14 - Accroître les partenariats public/privé

Nous avons répertorié de multiples initiatives complémentaires à FRANCE NUM amenant à une perte de visibilité de l'accompagnement des entreprises. **Il paraît plus opportun d'accroître les partenariats entre FRANCE NUM et d'autres acteurs,** tels que les CCI, les organisations professionnelles, Google, Facebook, la French Tech ... **Il s'agirait d'utiliser le maillage territorial existant en offrant des solutions de proximité aux entreprises, en utilisant ce qui marche déjà et FRANCE NUM aurait ainsi pour rôle de centraliser l'ensemble.**

La meilleure façon de sensibiliser et d'accompagner les entreprises désireuses de soutien reste la proximité. Il est indispensable pour FRANCE NUM d'aller à la rencontre de ceux qui créent la richesse sur nos territoires.

Proposition n°15 - Organiser avec France Num un Tour de France de la digitalisation des entreprises

Afin de donner confiance dans les opportunités du numérique, la proximité est le meilleur outil. A l'instar des ateliers numérique de Google, **France Num organiserait dans chaque département une journée de sensibilisation** avec des experts digitaux du territoire, des témoignages d'entreprises, des courtes formations, avec l'ensemble des acteurs institutionnels et les organisations professionnelles.

Mobiliser les territoires, c'est donner également une mission aux collectivités locales. L'administration doit montrer l'exemple en se digitalisant d'une part, à l'image du progiciel CHORUS mis en place par l'administration française, et d'autre part en accompagnant la transformation digitale des entreprises.

Proposition n°16 - Impliquer les collectivités locales dans la transformation digitale des entreprises

Nous proposons d'impliquer davantage des collectivités locales dans le dispositif FRANCE NUM pour adapter l'outil aux spécificités territoriales. Par ailleurs, afin de donner de la visibilité à la plateforme, nous proposons de **prévoir une insertion informative dans les courriers des administrations à destination des entreprises dans le but de les informer des outils à leur disposition.**

III. FORMER LES COLLABORATEURS AUX COMPÉTENCES NUMÉRIQUES

1. Les ressources humaines, une condition essentielle à la digitalisation des entreprises

Une étude publiée par Pôle emploi²⁷ en 2019 précise que “*l’emploi dans le numérique progresse 2,4 fois plus vite que les autres secteurs*”. La même tendance s’observe au niveau européen, puisque la Commission européenne estime que les perspectives de croissance des emplois du secteur du numérique²⁸ s’élèveront à 2% par an d’ici l’année 2020.

Malgré ces perspectives de croissance, et selon cette même étude, 80% des entreprises actives dans le secteur du numérique affirment avoir des difficultés de recrutement d’emplois qualifiés. Ce constat est partagé par l’ensemble des représentants du secteur qui précise que 80 000 postes sont à pourvoir dans le secteur du numérique²⁹. Un rapport interministériel de 2016 constate en effet que le nombre de diplômés est encore largement inférieur aux besoins. L’entreprise CGI, associée à quatre écoles (CentraleSupélec, Université Paris Dauphine, ECE Paris et TELECOM-Ecole de management) a publié un livre blanc intitulé *Le numérique, une chance à saisir pour la France*, qui précise que 9 postes sur 10 nécessiteront, d’ici 2020, des compétences numériques, tandis qu’aujourd’hui 1 formation sur 10 intègre le numérique.

Les acteurs numériques sont pleinement mobilisés pour répondre à cette difficulté de formation et de recrutement. Différentes actions sont déjà lancées à destination de l’ensemble des publics :

- pour les jeunes grâce à la **Grande École du Numérique** comptabilisant plus de 27 000 diplômés depuis sa création,
- pour les femmes grâce à la **Fondation Femmes@numérique**,
- pour le grand public grâce au **collectif EducNum** qui organise des événements et des ateliers ouverts.

2. Propositions

a. Adapter l’offre de formation initiale aux besoins des entreprises

Dans le rapport interministériel de 2016³⁰, il ressort d’une part que le socle maximal de diplômés du numérique dans les établissements sous tutelle du Ministère de l’Education nationale et de la Jeunesse et du Ministère de l’Enseignement supérieur, de la Recherche et de l’Innovation, est de 48 000 étudiants et représente donc moins de 10% du nombre de diplômés de l’enseignement supérieur, ce qui est en dessous des besoins de recrutement actuellement. D’autre part, seules 3 licences sur 45 relatives à l’informatique et à l’électronique relèvent du numérique, seuls 23 masters sur 251, et seules 23 licences professionnelles sur 174. Les données communiquées par la Grande École du Numérique confirment cette tendance. En 2018, 66 114 candidats ont postulé à des formations pour seulement 13 429 admissions, soit un taux d’admission de 20%.

²⁷ Les métiers du numérique : Quelles opportunités d’emploi ? - Pôle emploi

²⁸ L’adaptation des compétences, un défi à relever pour les entreprises du numérique

²⁹ Plus de 80 000 emplois à pourvoir dans les métiers du numérique en 2018 - Laboratoire d’Analyse et de Décryptage du Numérique

³⁰ Rapport interministériel - Les besoins et l’offre de formation aux métiers du numérique 2015-097 métiers du numérique - DÉFINITIF

Proposition n°17 - Renforcer l'offre de formation par l'assouplissement des règles de contractualisation entre les établissements privés et l'Etat

La France manque de formation dans le numérique. **Il convient ainsi de diminuer de 5 ans à 3 ans la durée d'exercice d'un établissement hors contrat actuellement demandée en vue de la contractualisation entre les établissements privés et l'Etat.** La diminution de la durée d'exercice permettrait à de très nombreux établissements privés de bénéficier de soutiens publics, notamment en matière de rémunération des enseignants, et donc de diminuer les coûts de formation. A terme, cela permettrait une augmentation des classes ou des effectifs en adéquation avec la demande du marché du travail.

Si l'existence de la Grande École du Numérique fait l'unanimité, la durée de certaines formations paraît inadaptée. Alors que 75% des formations durent moins de 840 heures, les professionnels ont fait part que les formations de moins de 800 heures n'étaient pas suffisantes par rapport à leurs besoins de collaborateurs qualifiés. D'autres initiatives émergent afin de contribuer à la formation de profils recherchés. Ainsi, le campus Numérique in the Alps propose une formation de 18 mois décomposée ainsi : 6 mois en formation, 6 mois alternant formation et entreprise, 6 mois en entreprises. Les résultats sont concluants puisque les sessions sont complètes et le taux d'emploi est de 80%.

Proposition n°18 - Renforcer les durées de formations dispensées dans le cadre de la Grande École du Numérique

Dans le cadre de la gouvernance de la Grande École du Numérique, l'Etat est engagé aux côtés des acteurs du secteur, tels que Capgemini, Syntec Numérique, Cinov IT ou encore Google France. Dès lors, **il conviendrait que les formations proposées par la Grande École du Numérique tiennent compte des besoins de compétences des professionnels en renforçant les durées de certaines formations.** En 2019, la Grande École du Numérique prépare en majorité aux métiers de développeur web/mobile, développeur full stack, technicien... alors que la moitié des formations dure moins de 700 heures. Pour ce type d'emplois, il conviendrait d'augmenter franchement le nombre d'heures de formation.

La sensibilisation des jeunes au monde de l'entreprise est un enjeu majeur. Le Ministère de l'Education nationale, le MEDEF et les acteurs de la formation s'associent pour sensibiliser les jeunes au monde économique. En 2018, l'association du ministère de l'Education nationale, du MEDEF et des acteurs de la formation a permis de mener plus de 205 actions par le biais de classes en entreprise, de visites d'entreprises, d'interventions de professionnels en classe, de forums de découverte des métiers³¹. En particulier, l'initiative *Le monde du travail connecté* qui vise à faire découvrir les applications du numérique dans le monde professionnel et à présenter ses nouveaux métiers.

³¹Communiqué de presse du MEDEF - Sensibiliser les jeunes et le monde de l'éducation à "l'entreprise du futur"
<https://www.medef.com/fr/communique-de-presse/article/sensibiliser-les-jeunes-et-le-monde-de-leducation-a-lentreprise-du-futur>

Proposition n°19 - Évaluer le dispositif mis en place afin d'apprendre le code aux enfants dès l'école primaire

Depuis la rentrée scolaire 2016/2017, le socle commun qui définit les compétences et les connaissances acquises à l'issue de la scolarité obligatoire intègre la programmation. Dès le cycle 2, les élèves mettent ainsi en oeuvre un algorithme simple de calcul pour l'addition, la soustraction, et dès le CE2, les élèves peuvent coder des déplacements à l'aide d'un logiciel de programmation. Il s'agit d'une initiation dans le cadre des mathématiques, visant notamment à programmer les déplacements d'un robot ou les déplacements d'un personnage sur un écran.

Il conviendrait d'évaluer la mise en place du dispositif afin de recueillir la satisfaction des élèves et professeurs sur l'initiation au code, et d'étudier la pertinence que cette initiation devienne un apprentissage à part entière tels que lire, écrire et compter.

Par ailleurs, des politiques nationales ont déjà été mises en oeuvre afin que les formations dispensées dans le second degré soient davantage en adéquation avec les attentes du marché du travail. Si la réforme du baccalauréat a introduit une spécialité Numérique et Sciences Informatiques (NSI) depuis septembre 2019, celle-ci est dispensée par des enseignants de mathématiques, pour lesquels les dispositifs d'accompagnement et de formation semblent insuffisants. Un Capes "Numérique et Sciences Informatiques" a été créé en 2019 et la première session aura lieu en 2020. Une mission flash menée par la commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale, met en lumière que seulement 51% des établissements dispensent cette spécialité, suivie par seulement 8% des élèves³².

Proposition n°20 - Renforcer la formation en numérique des professeurs du second degré

Afin de former au mieux les jeunes générations aux enjeux de leur temps, **les enseignants dispensant la matière NSI doivent pouvoir être formés à cette matière dans les meilleures conditions possibles**. Il convient alors que l'ensemble des professeurs enseignant cette matière aient pu suivre la formation initiale, mais également d'ouvrir ce nouveau CAPES à bien plus que 54 postes.

Nous devons aider les jeunes à s'intégrer à leur formation, en prenant exemple sur la préparation opérationnelle à l'emploi (POE) qui prévoit la mise en place d'une formation de préparation à une prise de poste.

Proposition n°21 - Créer une préparation opérationnelle à l'apprentissage au numérique

La préparation opérationnelle à l'apprentissage au numérique (POAN) s'adresserait aux jeunes souhaitant s'engager dans l'apprentissage. Ainsi, **une formation courte de 400 heures permettrait, préalablement à la conclusion d'un contrat d'apprentissage, à un jeune d'apprendre les bases en**

³²<http://www2.assemblee-nationale.fr/content/download/183669/1841320/version/1/file/Communication+de+la+mission+flash+sur+la+carte+des+sp%C3%A9cialit%C3%A9s+au+lyc%C3%A9e+v+finale.pdf>

matière de programmation informatique. Cette formation mise en place par l'entreprise d'accueil de l'apprenti ferait l'objet d'un soutien financier public en fonction du type de formation (*Pour rappel : la préparation opérationnelle à l'emploi (POE) représente une aide au financement de formation de 2000 euros pour une formation en interne ou 3200 euros en externe, dans la limite de 400 heures de formation*).

Après avoir suivi une formation de la Grande École du Numérique, les étudiants ne sont pas encore employables dans la plupart des cas. Cela signifie que les entreprises vont encore avoir un travail d'apprentissage à accomplir afin que leurs nouveaux collaborateurs aient les compétences suffisantes pour avoir une valeur ajoutée dans l'entreprise. Souvent ainsi, l'embauche de profil junior dans le numérique est rédhibitoire, alors pourtant même qu'il s'agit de métiers en tension.

Proposition n°22 - Exonération des charges sociales pour l'embauche d'un salarié en CDI durant un an après avoir suivi une formation Grande École du Numérique

Alors que les profils juniors vont poursuivre leur apprentissage dans le milieu de l'entreprise, il s'agit d'inciter les entreprises à embaucher ces profils à potentiel afin qu'ils affinent leurs compétences. Une telle mesure inciterait les entreprises à former et à se développer sans pénaliser de manière excessive leur trésorerie.

b. Cibler le numérique dans la formation continue

Depuis la *loi n°2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel*, le compte personnel de formation (CPF) est désormais crédité de 500 euros par an pour un salarié à temps plein. Il est également prévu que pour les salariés non-qualifiés n'ayant pas un niveau V de qualification (CAP), ce montant soit porté à 800 euros. Toutefois, le montant des formations relatives au numérique est souvent supérieur au montant des droits à formation alloués aux salariés. Ainsi en 2019, l'OPCO Atlas a financé pour la branche professionnelle 44,1 millions d'euros de dossiers CPF, pour un montant moyen par dossier de 1824 euros, soit un taux horaire moyen de 27,20 euros, alors que le coût moyen des formations au numérique se situe entre 45 et 55 euros. Ce coût, à la charge du salarié ou de l'entreprise, constitue donc un frein au développement de ces formations.

Proposition n°23 - Prévoir une majoration du compte personnel de formation (CPF) pour une formation dans le domaine du numérique

Le numérique transcende les secteurs et les métiers. Les entreprises ont ainsi besoin qu'un maximum de leurs collaborateurs soient sensibilisés aux outils numériques et digitaux. **Nous devons accompagner les salariés dans leur formation continue, en les incitant à choisir des formations à valeur ajoutée tant pour leurs compétences professionnelles que pour les besoins de leur entreprise, grâce à la**

majoration de leur CPF au delà du montant légal. Ce dispositif serait calqué sur celui concernant les salariés non-qualifiés à se former qui existe déjà aujourd'hui.

Outre les collaborateurs, les entreprises aussi doivent être encouragées à former aux connaissances numériques. Toutefois, les dépenses de formation ne sont, actuellement, pas admises en tant qu'actifs et donc non-amortissables en application du règlement de l'Autorité des normes comptables. Ces dépenses constituent donc une charge devant être déduite dans son intégralité sur un seul exercice comptable. Cette imputation affecte lourdement le résultat comptable de l'entreprise sur l'année en cours, tandis que ces dépenses de formation visent à renforcer les compétences des salariés à long terme.

Ainsi, il conviendrait de réfléchir à la reconnaissance de la formation professionnelle comme un investissement à part entière, afin de permettre à l'entreprise de constater des amortissements, et ainsi d'étaler les charges comptables sur plusieurs exercices en adéquation avec les retombées attendues des formations.

Proposition n°24 - Considérer les dépenses de formation au sein des entreprises en tant qu'actifs comptables

La formation des collaborateurs est un investissement pour les entreprises. Ainsi, **il conviendrait de prévoir une durée d'amortissement pour les dépenses de formation engagées au sein de l'entreprise**, que la formation soit internalisée ou externalisée. **L'inscription à l'actif du bilan de l'ensemble des investissements immatériels permettrait aux entreprises de libérer de la capacité d'investissement** puisque la charge comptable serait répartie sur plusieurs exercices entraînant de fait, une amélioration des résultats de l'entreprise. Qui plus est, cette proposition répond à un besoin de cohérence puisqu'elle permettrait à l'ensemble des investissements immatériels d'être appréhendés comptablement de la même manière.

SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS

Proposition n°1 - Développer les ateliers numériques

Proposition n°2 - Donner de la visibilité au numérique grâce aux entreprises ambassadrices

Proposition n°3 - Développer des appels à projet encourageant des vitrines des dernières technologies

Proposition n°4 - Sensibiliser les entreprises à la cybersécurité

Proposition n°5 - Favoriser les collaborations entre PME et jeunes entreprises par le biais d'appels à projet communs

Proposition n°6 - Faire émerger les besoins des territoires grâce à l'expérimentation

Proposition n°7 - Mettre en place un programme de soutien financier à la transformation digitale des entreprises via BPI

Proposition n°8 - Créer un régime d'entreprise en transition numérique pour amortir les dépenses immatérielles

Proposition n°9 - Créer un crédit d'impôt transformation numérique

Proposition n°10 - Pérennisation après évaluation du dispositif de suramortissement fiscal à hauteur de 40% de l'investissement

Proposition n°11 - Sanctuarisation du CIR et du CII perçus au titre des années antérieures en cas de bonne foi et clarification de la liste des dépenses éligibles à ces dispositifs

Proposition n°12 - Généraliser et simplifier les dispositifs d'aide, via un guichet unique

Proposition n°13 - Soutenir FRANCE NUM par un grand plan de communication auprès des entreprises et du grand public

Proposition n°14 - Accroître les partenariats public/privée

Proposition n°15 - Organiser avec France Num un Tour de France de la digitalisation des entreprises

Proposition n°16 - Impliquer les collectivités locales dans la transformation digitale des entreprises

Proposition n°17 - Renforcer l'offre de formation par l'assouplissement des règles de contractualisation entre les établissements privés et l'Etat

Proposition n°18 - Renforcer les durées de formations dispensées dans le cadre de la Grande École du Numérique

Proposition n°19 - Évaluer le dispositif mis en place afin d'apprendre le code aux enfants dès l'école primaire

Proposition n°20 - Renforcer la formation en numérique des professeurs du second degré

Proposition n°21 - Créer une préparation opérationnelle à l'apprentissage au numérique

Proposition n°22 - Exonération des charges sociales pour l'embauche d'un salarié en CDI durant un an après avoir suivi une formation Grande École du Numérique

Proposition n°23 - Prévoir une majoration du compte personnel de formation (CPF) pour une formation dans le domaine du numérique

Proposition n°24 - Considérer les dépenses de formation au sein des entreprises en tant qu'actifs comptables

CONTRIBUTIONS

- CINOV NUMÉRIQUE - Audition du 6 novembre 2019
- GRANDE ÉCOLE DU NUMÉRIQUE - Audition du 13 novembre 2019
- SYNTEC NUMÉRIQUE - Audition du 11 décembre 2019
- KEYRUS - Audition du 11 février 2020
- FRENCHTECH IN THE ALPS - Audition du 2 mars 2020
- CAPEB Savoie - Audition du 16 mars 2020
- DIGITAL LEAGUE - Audition du 18 mars 2020
- FABRIQUE DE L'INDUSTRIE - Audition du 25 mars 2020
- CCI DE SAVOIE - Audition du 30 mars 2020
- CPME - Audition du 31 mars 2020
- GOOGLE - Audition du 1er avril 2020
- BPI FRANCE - Audition du 10 juin 2020
- CAP DIGITAL - Audition du 17 juin 2020
- METI - Audition du 24 juin 2020
- MEDEF SAVOIE - Audition du 25 juin 2020
- FACEBOOK - Audition du 25 juin 2020
- UIMM - Audition du 25 juin 2020
- Sébastien GARNAULT - Audition du 1er juillet 2020
- ENE - Audition du 6 juillet 2020