

GOOGLE, ACCÉLÉRATEUR DU NUMÉRIQUE EN FRANCE



Élisabeth Bargès

Booster d'innovation numérique, **Google** soutient de nombreux programmes d'accompagnement, mais l'entreprise s'implique aussi dans la réalisation d'études, dont la dernière, qui a permis l'établissement d'un état des lieux du numérique en France. Élisabeth Bargès, Directrice des politiques publiques de l'innovation chez Google France nous en parle.

Pouvez-vous nous parler de la genèse de l'étude État des lieux numérique de la France ?

Nous considérons qu'il est important de contribuer à une bonne compréhension des enjeux du numérique, et cela passe notamment par la production d'études. Cela fait partie de notre responsabilité de produire de l'intelligence et du contenu sur ces sujets déterminants.

L'idée d'une étude sur l'état des lieux du numérique en France est venue d'une part du constat de l'existence de nombreux indicateurs mais souvent agglomérés et d'autre part, du constat qu'un certain nombre d'idées circulent sur le numérique en France sans qu'elles soient forcément étayées par des chiffres objectifs. Nous avons donc souhaité objectiver un peu cet état des lieux, et aller plus dans le détail. Nous avons également regardé ce qui se passait ailleurs et nous avons mis en exergue les meilleures pratiques, montrant ainsi que le numérique n'est pas qu'une question de moyens ou de capacité économique mais plus une question de volonté et de contexte.

Votre étude a ciblé 5 thèmes (usages, entreprises, état, éducation et écosystème d'innovation numérique). Quel en a été le constat ?

Concernant l'usage numérique des citoyens, la France a une grande chance : les internautes français sont de gros consommateurs ! Cela

commence par le commerce en ligne, qui pèse 25 milliards d'euros par an. Ensuite, pour la vente en ligne, les Français sont très adeptes de l'échange entre eux, le succès de Boncoin en est la parfaite illustration. On compte une annonce pour deux internautes, un chiffre très supérieur à ce qui est observé dans le reste du monde. En revanche, la balance commerciale du clic reste déficitaire, c'est-à-dire que les Français ont tendance à se tourner davantage vers des sites étrangers pour consommer en ligne, faute d'une offre assez développée côté entreprise. Au sein des entreprises françaises, les usages numériques sont dans la moyenne européenne, mais restent loin derrière sur des usages spécifiques, mais très actuels, comme le fait d'équiper les salariés d'un mobile par exemple.

Dans le cadre de la transformation numérique de l'État, la France a perdu sa place de leader dans le domaine de la dématérialisation. À titre d'exemple, la mise en place de l'identifiant unique via « France connect » ne permet d'associer que 4 services, tandis qu'au Danemark tous les services publics sont accessibles grâce à un identifiant unique.

Sur la formation, on compte un déficit sur l'acquisition de compétences numériques non techniques, comme le marketing ou le community management. Ainsi, beaucoup d'offres d'emplois dans ces domaines sont difficiles à pourvoir.

Et sur le dernier thème, malgré le bouillonnement de start-up, l'écosystème d'innovation

numérique français ne compte aucune entreprise « pure-player numérique » dans les 100 premières entreprises nationales.

Quelle a été l'action principale de Google face à cela ?

En fait, depuis plus de 5 ans, nous nous concentrons sur la formation numérique. D'abord, celle des TPE/PME : en effet, faute de budget et de temps, ces dernières ont tendance à remettre à plus tard leurs premiers pas numériques. Nous avons ainsi mené une action de terrain avec une centaine de Google coach et les CCI pour les aider à travailler leur visibilité numérique. 90 000 professionnels ont ainsi été accompagnés. Il s'agit maintenant pour ces PME de trouver les profils adéquats à recruter. Pour les aider, notre programme Digital active, en partenariat avec les universités, forme les étudiants aux compétences numériques. Cette action essentielle de terrain, proposant un accompagnement de proximité et personnalisé, a permis de former 150 000 personnes au total, et de contribuer à la maturité numérique de la France. ■

Pour consulter l'étude :

https://www.rolandberger.com/fr/Publications/pub_etat_des_lieux_num_rique_de_la_france.html

SSCALL
TECHNOLOGY



“Avec Android, solution gratuite et évolutive, nous pouvons nous concentrer sur le développement de nos produits et notre expansion internationale”

Cyril Vidal, Crosscall, Aix-en-Provence

Crosscall est un constructeur de téléphones mobiles étanches, robustes et durables. Comme eux, des milliers d'entreprises françaises et européennes utilisent Android pour se développer, concevoir des produits innovants et séduire de nouveaux clients.

Découvrez-en plus sur Android sur android.com/tous

android