

« Le numérique déroutant » : l'impact du digital sur les PME, question de survie et opportunité sans précédent

Le secteur du numérique et la numérisation de l'économie représentent des opportunités considérables pour les PME et toutes les entreprises françaises. La France a des atouts indéniables, au premier rang desquels la qualité de ses ingénieurs, mais aussi la puissance de ses grandes entreprises et de ses infrastructures de télécoms, ou encore son avance relative dans le secteur de l'advertising technology. Pour autant, le numérique fait aussi la preuve, depuis plusieurs années, de sa capacité à bouleverser totalement un secteur d'activité en « déroutant » sa valeur vers de nouveaux acteurs émergents, principalement les plateformes d'intermédiation. Quelle est la portée de cette menace ? Quels secteurs peut-elle toucher ? Comment y faire face ? Comment en tirer tout le parti possible dans les secteurs favorables pour les entreprises françaises ? C'est l'objet de cette nouvelle étude de Bpifrance Le Lab, menée sous la direction d'Olivier Sichel, président de LeGuide.com.

➤ Une question de survie

Si la croissance économique mondiale semble marquer le pas dans les grands pays développés, il existe néanmoins des secteurs dans lesquels elle progresse à deux chiffres depuis déjà plusieurs années :

- Des taux de croissance annuels à 20, 30 voire 50 % sont revendiqués par les services Internet : les réseaux sociaux, les applications mobiles, les marchés du cloud ou encore le e-commerce ;
- Les acteurs de ces services, nés dans les années 1990 ou encore plus récemment dans les années 2000, multiplient leur chiffre d'affaires dans des proportions impressionnantes (entre 2008 et 2013), selon des facteurs de 3, 4, voire jusqu'à 25 pour Facebook, fondé en 2004.

Intégrer et comprendre les enjeux numériques suppose de prendre la pleine mesure de l'**innovation disruptive**, l'**innovation « déroutante »** qui est d'abord et avant tout un processus de transformation d'un marché. Dans la recomposition souvent radicale de la chaîne de valeur, le numérique permet à de nouveaux acteurs de capter, littéralement « dérouter », du chiffre d'affaires au sein des chaînes de valeur traditionnelles.

Avec cette étude, **Bpifrance Le Lab** adopte une approche volontairement décalée pour attirer l'attention sur la révolution numérique en cours, porteuse de changements profonds dans l'ensemble des secteurs de l'économie. La question est simple : dans bien des secteurs, il s'agira de renouveler en profondeur le modèle économique sous peine de disparaître. Ceux qui n'y parviendront pas seront en effet condamnés à une mort lente ou, au minimum, à un déclassement sur la chaîne de valeur. Mais ceux qui y parviendront, au contraire, deviendront les leaders de leur secteur : formidable opportunité dont les entrepreneurs français doivent aussi se saisir !

Les cartes vont être rebattues, au détriment des acteurs traditionnels, souvent des PME, qui ne sont pas suffisamment conscientes des risques à venir et des opportunités sur lesquelles se positionner. Si toutes partageaient jusqu'à maintenant l'idée que leur croissance devait s'appuyer sur le numérique, elles doivent réaliser qu'il s'agit maintenant d'une question de survie, autant que d'une opportunité sans précédent.

Le conflit entre Uber et les taxis n'en est qu'une petite illustration récente. Le modèle de disruption suivi par Uber l'avait déjà été par les plateformes Internet de réservation de voyages, modifiant radicalement les chaînes de valeur du secteur du tourisme.

Ce « numérique déroutant » concernera demain d'autres secteurs...



➤ **Le BTP, la plasturgie ou le transport de petits colis... quelques exemples de futurs champs potentiels pour le numérique déroutant**

L'étude s'attache ainsi à examiner **le BTP, la plasturgie, ou le transport de petits colis**, autant de secteurs traditionnels qui pourraient se croire hors champ de ces nouveaux enjeux du numérique.

À l'aune de cette réflexion et de ce choix d'analyse de sa diffusion dans les entreprises, le numérique apparaît en tant que facteur de **recomposition totale de la chaîne de valeur**, autour d'un même schéma-type **quel que soit le secteur**.

L'introduction du logiciel dans la chaîne de valeur a un effet à double détente :

- Un nouvel acteur émerge et remédie à des manques diagnostiqués comme l'absence de fluidité, de visibilité dans le secteur. Le tourisme en est un exemple type avec les plateformes de réservation ;
- Dans un second temps, la plateforme capte une part croissante de la valeur au détriment des acteurs historiques du secteur, **qui la nourrissent avec ses données** ;
- La forme oligopolistique que revêtent ces intermédiaires est de nature à leur donner un pouvoir de marché qui leur permet d'imposer des conditions aux TPE et PME du secteur.

➤ **Trois « lignes Maginot » à dépasser**

Pour comprendre les bouleversements radicaux amenés par le numérique, trois barrières conceptuelles (des fausses « lignes Maginot ») doivent être dépassées. Elles font croire aux PME concernées que le « numérique ne passera pas » alors qu'elles ne permettent pas réellement de se protéger et interdisent *a fortiori* d'en devenir les nouveaux champions :

- La proximité physique avec son client ne suffit pas : la qualité de service des Amazon, Price Minister, Ventes Privées et autres Cdiscount (dont quatre opérateurs français, notons-le) ont eu largement raison du libraire « si proche de son client », ou de distributeurs spécialisés en équipement de la maison ou en high-tech ;
- Les réglementations et « barrières à l'entrée » subissent la pression des consommateurs : les plateformes telles qu'Airbnb bénéficient d'une telle popularité qu'il est difficile pour les pouvoirs publics de limiter leur activité ;
- La non-délocalisation est une protection illusoire. L'hôtellerie a par nature une activité non-délocalisable. Elle a pourtant subi une profonde mutation de son modèle économique, avec l'apparition en moins de 10 ans de nouveaux opérateurs Internet qui lui « déroutent » de 15 à 30 % de ses ventes en ligne, et qui sont devenus incontournables.

➤ **Saisissons-nous du « numérique déroutant » : cinq recommandations de Bpifrance**

- **N° 1 : Informer** beaucoup plus largement les entrepreneurs sur les enjeux du numérique. C'est le rôle des fédérations professionnelles et des autres acteurs des filières, des CCI, du Conseil national du Numérique, etc.
- **N° 2 : Choisir l'une des deux stratégies possibles (ou les combiner) face à la puissance des acteurs du numérique déjà en place sur certains marchés :**
 - **Susciter et favoriser les réponses collectives** aux menaces que représentent aujourd'hui les grandes plateformes numériques d'intermédiation, plateformes d'intermédiation communes portées par une collective notamment ;



- « **Disrupter pour ne pas être disrupté** », en encourageant la création de nouvelles **PME disruptives françaises, à vocation mondiale**. Les succès de Blablacar ou, en B2B, de Criteo, ou encore la dynamique de la French Tech, démontrent que cela n'a jamais été aussi faisable en France.
- **N° 3 : Encourager la recherche** sur les thèmes liés aux PME et à la technologie numérique, notamment en lien avec **Bpifrance Le Lab**.
- **N° 4 : Prendre en compte, au niveau des pouvoirs publics et des principaux acteurs, les enjeux majeurs concernant la propriété des données, déjà au cœur des nouveaux modèles économiques. Le développement de l'économie des objets connectés renforce encore cette urgence.**

Concrètement, les entreprises doivent être conscientes que leurs données sont une ressource clé dans ce nouvel univers et qu'en conserver la propriété est une priorité stratégique.
- **N° 5 : Défendre, lorsque c'est pertinent en termes d'égalité des règles de concurrence ou de protection du consommateur, l'application de notre droit face aux abus caractérisés de certains des nouveaux acteurs du numérique.**

Bpifrance Le Lab s'est fixé pour objectifs d'améliorer la connaissance des PME et ETI françaises, et de stimuler la réflexion stratégique des dirigeants, avec pour finalités une plus forte croissance des entreprises et un regain d'investissements pour anticiper la France de demain.

C'est parce que **Bpifrance Le Lab** veut changer le regard porté sur l'émergence du numérique dans tous les domaines d'activités et susciter une prise de conscience des dirigeants d'entreprise sur les bouleversements radicaux qu'il implique, que Nicolas Dufourcq, directeur général de **Bpifrance**, a confié la réalisation d'une étude à Olivier Sichel, président de LeGuide.com, membre du Comité national d'orientation de **Bpifrance**, avec le concours d'un comité de pilotage d'experts. Cette étude qui veut « réveiller les filières » (« Wake up call ») donne des clés de compréhension et d'action aux acteurs économiques sur la révolution numérique à l'œuvre dans de nombreux secteurs.

Bpifrance, filiale de la Caisse des Dépôts et de l'État, partenaire de confiance des entrepreneurs, accompagne les entreprises (PME, ETI et entités de taille plus importante à dimension stratégique pour l'économie française), de l'amorçage jusqu'à la cotation en bourse, en crédit, en garantie et en fonds propres. **Bpifrance** assure, en outre, des services d'accompagnement et de soutien renforcé à l'innovation, à la croissance externe et à l'export, en partenariat avec Business France et Coface. Fort de 42 implantations régionales, **Bpifrance** représente l'interlocuteur unique des entrepreneurs dans chaque région pour tous les besoins en financement et en investissement. Plus d'informations sur : www.bpifrance.fr – <http://investissementsdavenir.bpifrance.fr/>
Suivez-nous sur Twitter : @bpifrance

Contacts presse :

Bpifrance
Nathalie Police
Tél. : 01 41 79 95 26
nathalie.police@bpifrance.fr

Anne-Sophie de Faucigny
Tél. : 01 41 79 99 10
as.defaucigny@bpifrance.fr