



« Digital », « transition numérique » et « digitalisation » sont des mots que l'on retrouve aujourd'hui fréquemment dans le débat public. Ils étaient même durant le temps des primaires sujet de discorde car, pour certains, facteurs de destruction d'emploi et pour d'autres, à l'inverse, moteurs des entreprises et de la croissance. **Notre approche sur cette question** reste bien sûr d'actualité mais qu'en est-il réellement de sa diffusion au sein de nos entreprises ? En décembre dernier, le cabinet d'audit Deloitte en partenariat avec Facebook publiait un **rapport intitulé « Économie numérique : Le digital, une**

**opportunité pour les PME françaises** » présentant la bien triste situation de nos petites et moyennes entreprises en terme de transition numérique mais aussi, et surtout, les opportunités que cette dernière pourrait leur offrir à l'avenir.

Car le constat que l'on peut faire en ce début 2017, c'est avant tout **les difficultés rencontrées par les PME** pour faire vivre leur activité sur **un e-market changeant**. Les chiffres explicités dans cette étude témoignent du **retard** accumulé ces dernières années par la France dans la modernisation numérique de ses entreprises, notamment les plus petites dont les capacités de vente en ligne plafonnent à **11,5 %**. Il est d'ailleurs possible de les mettre en relief avec la capacité de vente potentielle incarnée par le vif développement des achats sur internet en 2016 : environ **7 consommateurs sur 10** achètent en ligne là où **seulement une PME sur 8** propose ses produits ou service au travers du e-commerce. Les entreprises françaises sont de fait impactées dans leur compétitivité par ce manque de digitalisation et gagneraient grandement à enclencher des leviers de transition. Le e-commerce, aujourd'hui contributeur à hauteur de **40 %** dans la croissance dans l'Hexagone, est dépeint comme une opportunité qu'il est urgent de saisir. Dans le même sentiment, **une étude de Cap Digital** datant de la fin 2014, indiquait que la digitalisation des services est **source de bien-être, de motivation et de productivité** pour les collaborateurs d'une entreprise. Alors pourquoi ces chiffres ? D'où provient ce complexe franco-français d'adoption du numérique dans les pratiques professionnelles ?

Selon Deloitte, l'utilisation d'outils digitaux dans le cadre professionnel requiert avant tout de mettre en place ces solutions et les coûts qui s'accompagnent (trop fréquemment **surévalués**) peuvent décourager les plus petites structures. Dans le cas d'une adoption de ces outils, il faut par la suite **forger le savoir-faire** de ses utilisateurs pour assurer l'efficacité des nouveaux processus et, là encore, le temps et l'argent sont des facteurs indispensables. Enfin, l'organisation note que l'évaluation des bénéfices suivant la mise en place d'outils digitaux favorisant le développement de l'activité interne est **marginalisée** et, au final, peu pertinente. L'important est maintenant pour les acteurs du digital d'**adopter une position pédagogique** sur ce que le digital apporte à la vie entrepreneuriale et ce qu'il permet de débloquer en terme de

possibilités professionnelles, d'amélioration de la productivité ou du bien-être au travail.

On doit chercher à faciliter la transition numérique car **elle est à l'origine de la croissance**. La France, foyer de start-ups et terre d'activité innovante, doit surpasser ce complexe en faisant travailler ensemble ceux qui agissent et souhaitent agir en faveur de la compétitivité de notre économie. Nous avons les ressources nécessaires, il faut désormais les exploiter de la manière qui convient. 🇫🇷