

LES ENJEUX DU NUMERIQUE POUR LES ENTREPRISES NIORTAISES

RAPPORT FINAL

Décembre 2016



« Les enjeux du numérique pour les entreprises niortaises »

Contexte

Quelle que soit la filière, la transformation numérique dans la stratégie des entreprises est un facteur clé de la croissance des entreprises. La transition numérique est donc un enjeu économique et sociétal majeur pour le niortais.

Mais « la mutation des entreprises vers le numérique ne se résume pas à l'adoption intensive d'outils et de technologies, à la dématérialisation de processus internes ou externes, mais remet en question les modèles économiques, les chaînes de valeur, l'environnement concurrentiel, les organisations et leur fonctionnement, les métiers, les modes de travail et de collaboration des hommes et des femmes, la vie quotidienne des salariés. » (Christine Balagué - Conseil National Du Numérique - « Du rattrapage à la transformation - L'aventure numérique, Une chance pour la France » - Septembre 2014)

Objectif

Le passage au numérique est incontournable pour les entreprises niortaises, pour assurer leur pérennité et leur compétitivité face à leurs concurrents directs. Afin de mieux comprendre leurs priorités et les enjeux de leurs dirigeants, le CDCAN a produit un rapport à l'attention des élus de la CAN visant à :

- connaître les usages du digital des entreprises ;
- identifier leurs besoins, leurs opportunités et leurs projets en termes de transition numérique ;
- élaborer des propositions pour accompagner les entrepreneurs en la matière.

ORGANISATION DES TRAVAUX

- ❖ **Animation** : Jean-Christophe GILBERT, Vice-Président du collège Institutionnels et associations.
- ❖ **Réunions de travail** : Constitution d'un groupe de travail en mars 2016 parmi les membres du CDCAN – 8 réunions de travail de mars à décembre 2016.
- ❖ **Participants** : Vincent BOURZAC (IMA) ; Isabelle DOMERGUE (SMACL Assurances) ; Gérard DORAY (Club hôtelier du niortais) ; Jean-Octave DUPONT (MACIF) ; Gwénaëlle FILLION ; Guy FOURRE et Philippe PRUD'HOMME (DARVA) ; Vincent GAUFRETEAU (Chambre de Métiers et de l'Artisanat) ; Jean-Christophe GILBERT (SPN -WEEEB) ; Françoise GUILBOT (Association AURA) ; Michel GRASSET ; Pierre GRIS ; Emery JACQUILLAT (CAMIF.FR) ; Alain JUILLARD ; Olivier LAIR (PROSERVIA) ; Yves LEROUX (MARCIREAU) ; Jean-Yves LIAIGRE ; Claude MARTIN ; Patrick PAUQUET (Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire) ; Jean-Louis PETIT (ADAPEI 79) ; Jean-Pierre PIERRE ; Bernard REBEYROL (MAIF) ; Benoit REHAULT ; Jean-Claude ROBERT ; Patrick SOL ; Yannick TARDY ; Anne de VASSELOT (DOMAINE DE LA GRAVETTE) ; Cédric VENDE (CARCED-PROMOCASH).

SOMMAIRE

1- Observatoire du Numérique : Macroéconomie	3
1-1. Poids du secteur du numérique dans le PIB	3
1-2. Effet d'entraînement du digital	3
1-3. L'utilisation du digital par les entreprises françaises selon les résultats de l'enquête européenne 2015	3
2- Effets et enjeux de la transformation numérique	5
2-1. Quels sont les effets de la transformation numérique dans l'économie traditionnelle ?	5
2-2. Quels sont les enjeux de la transition numérique pour les entreprises ?	6
3- Enquête qualitative auprès de 17 entreprises de l'agglomération niortaise	7
3-1. Présentation des entreprises rencontrées.....	7
3-2. Niveau de « maturité numérique » au travers des usages	9
3-3. Enjeux du numérique pour les entreprises auditionnées	10
3-4. Freins et difficultés pour les entreprises auditionnées	11
3-5. Attentes et besoins des entreprises.....	12
4- Préconisations pour répondre aux attentes des entreprises	13
4-1. Accélérer le déploiement du Très Haut Débit	14
4-2. Créer un lieu dédié au digital, un lieu Totem	16
4-3. Organiser un « guichet unique » du numérique, capitalisant sur le réseau de compétences existant.....	17
4-4. Développer la formation supérieure aux métiers du numérique sur la CAN	18

1- Observatoire du Numérique : Macroéconomie

SOURCE : Observatoire du numérique (Créé en novembre 2011, l'Observatoire du numérique recueille, complète et interprète les données permettant d'évaluer l'impact du numérique dans l'économie et de comparer la France aux autres pays de l'Union européenne.)

La révolution du numérique

L'économie contemporaine est portée par une révolution technologique : la numérisation, qui permet de très forts gains de productivité dans le stockage, le traitement et la transmission d'informations. Elle se traduit par le développement rapide des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).

Le secteur producteur des TIC (industrie, services et commerce de gros) a pris son essor et possède, malgré sa taille limitée, une influence majeure sur le reste de l'économie. L'essentiel de sa production est utilisé sous forme de consommations intermédiaires ou d'investissements, par les autres secteurs de l'économie.

1-1. Poids du secteur du numérique dans le PIB

Le secteur du digital est devenu un segment majeur de l'économie des principaux pays industrialisés. Selon une convention internationale fixée par l'OCDE (2008), ce secteur comprend l'ensemble des secteurs suivants :

- les secteurs producteurs de TIC (fabrication d'ordinateurs et de matériels informatiques, de télévisions, radios, téléphones, de capteurs et objets connectés...);
- les secteurs distributeurs de TIC (commerce de gros de matériels informatiques...);
- les secteurs des services de TIC (télécommunications, services informatiques, services audiovisuels...).

Ainsi, ont été exclus du périmètre les secteurs de la « fabrication d'équipements de mesure, de vérification, de navigation et de contrôle » et celui de la « fabrication des câbles à fibre optique ».

1-2. Effet d'entraînement du digital

La production et la diffusion des TIC produisent trois effets sur l'économie :

- les TIC permettent des gains de productivité, en particulier dans le domaine du traitement, du stockage et de l'échange d'informations ;
- elles favorisent la formation et la croissance de nouvelles industries (multimédia, commerce électronique, logiciels, objets connectés) ;
- elles poussent à l'adoption de modèles organisationnels originaux en vue d'une meilleure exploitation des possibilités de distribution et de diffusion de l'information.

L'économie numérique, c'est-à-dire la production ainsi que l'utilisation du digital pour inventer des produits et des procédés novateurs dans tous les secteurs de l'économie, est devenue le principal moteur de la productivité et de la croissance dans l'économie mondiale.

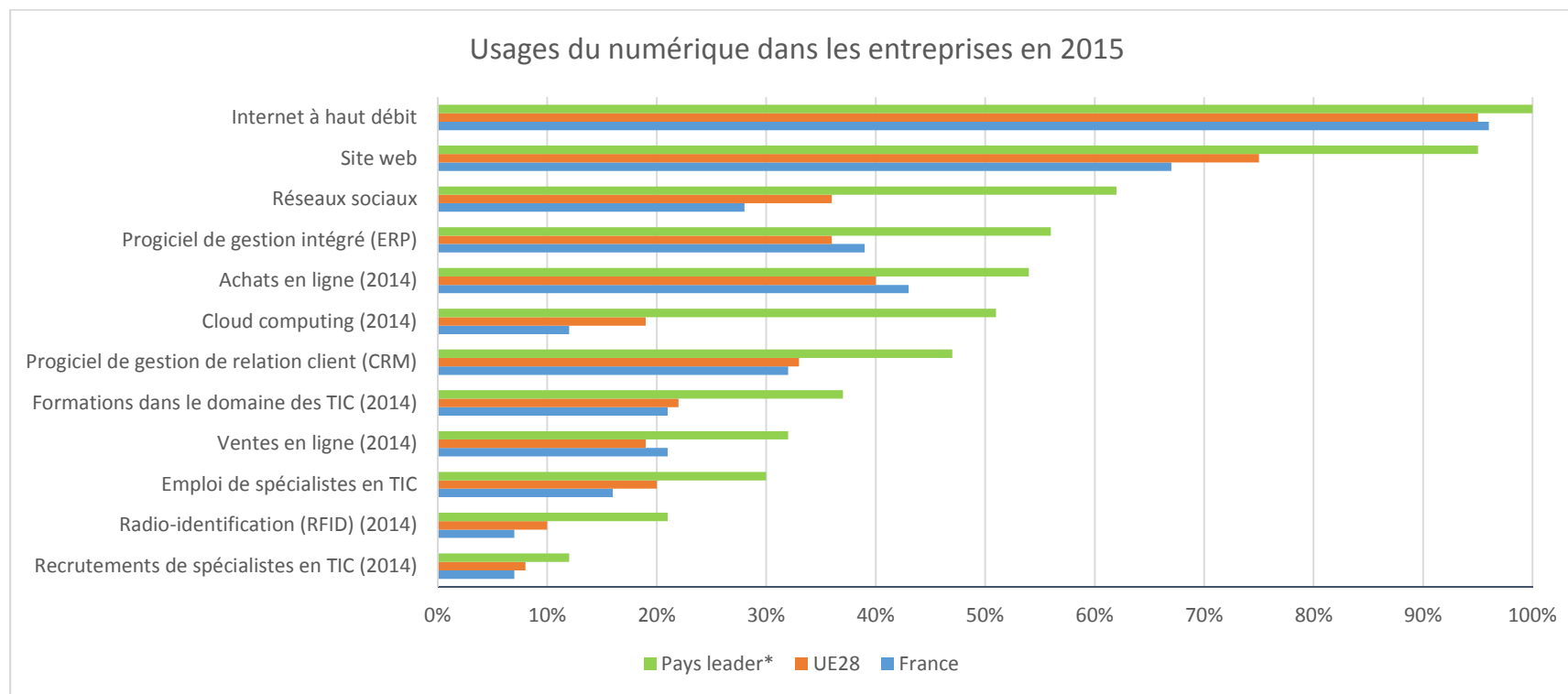
1-3. L'utilisation du digital par les entreprises françaises selon les résultats de l'enquête européenne 2015

L'utilisation du digital par les entreprises françaises présente des caractéristiques contrastées.

- **Les entreprises françaises présentent des taux d'équipement et d'usage au niveau de la moyenne européenne** notamment pour les connexions à l'internet à haut débit, pour l'usage de progiciel de gestion intégré (ERP) ou de gestion de la relation client (CRM) ainsi que pour l'achat ou la vente en ligne.
- **Les entreprises françaises sont plutôt distancées concernant les nouveaux usages**, pour lesquelles elles se situent en deçà de la moyenne européenne : le *cloud computing*, l'usage des technologies de radio-identification (RFID) et l'utilisation des réseaux sociaux.
- **En matière de compétence dans le domaine des TIC**, les entreprises françaises emploient moins de personnel spécialisé que la moyenne européenne mais les taux de recrutement ou de formation dans ce domaine se situent à un niveau équivalent à la moyenne européenne.

Dans l'ensemble, concernant l'usage du digital par les entreprises, le positionnement de la France se révèle très moyen, en dessous de la moyenne européenne. Elle se situe loin derrière l'Allemagne ou la Finlande.

Il convient de souligner que les grandes entreprises ainsi que les PME appartenant à un groupe adoptent et utilisent davantage les TIC que les petites et moyennes entreprises. Cette différence est d'autant plus marquée que les outils sont plus avancés ou complexes.



* Meilleur indicateur sélectionné parmi dix pays de l'UE (Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne, Pays-Bas, Belgique, Autriche, Suède, Danemark et Finlande).

Lecture : 67 % des entreprises françaises disposaient d'un site web en 2015.

Note : sauf mention du contraire, les indicateurs portent sur l'année 2015.

Champ : entreprises d'au moins 10 personnes hors sociétés agricoles, financières et d'assurance.

Source : Eurostat, enquête communautaire sur les TIC.

2- Effets et enjeux de la transformation numérique

Selon l'édition 2016 du *Baromètre du numérique* qui présente les résultats de l'enquête annuelle sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication en France, conduite par l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP), le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du numérique, l'équipement numérique des Français progresse :

- le téléphone mobile est devenu l'équipement de référence et dépasse désormais celui de la téléphonie fixe (93% contre 88%),
- la proportion de connexion à Internet à domicile affiche une progression continue,
- les Français utilisent de plus en plus l'Internet mobile, deux sur trois (65 %) disposent d'un smartphone et 42 % déclarent utiliser la 4G.

Alors que tous les usages numériques sont en progression, l'année 2016 marque un tournant dans l'utilisation d'Internet pour les démarches administratives et fiscales : elle enregistre une nette progression, passant de 53% d'adoption par les français en 2015 à 62% en 2016.

Le digital est donc aujourd'hui omniprésent dans notre quotidien. Mais les nouvelles technologies font également parties de notre quotidien en entreprise et leur usage bouleverse les modèles économiques et le marché du travail.

Pour conduire sa réflexion sur les enjeux du numérique pour les entreprises niortaises, le Conseil de Développement a souhaité d'abord identifier les effets de la transformation numérique dans l'économie traditionnelle et les enjeux de la transition numérique pour les entreprises.

2-1. Quels sont les effets de la transformation numérique dans l'économie traditionnelle ?

Le Conseil de Développement souligne le bouleversement opéré par l'arrivée du digital dans l'économie traditionnelle. Dans le cadre de sa réflexion, il souhaite retenir les 4 effets suivants :

- **Tout est changé, le changement fait partie du quotidien.**

Le numérique transforme les modèles économiques, les relations entre les acteurs (commerçant/client, agriculteur/consommateur, médecin/patient...), les métiers et le marché du travail, quel que soit le secteur d'activité. L'ère du digital ne se limite pas à l'acquisition d'outils numériques (tablettes, smartphones...), c'est l'ensemble de l'entreprise qui est bouleversé : administration, management, relation client, moyen de production, communication, etc..

- **Tout est possible, accessible, grâce à la dématérialisation, même pour une petite entreprise niortaise.**

Le numérique offre de nouvelles possibilités pour beaucoup d'entreprises. La dématérialisation produit de nombreux effets : l'apparition de nouveaux canaux de communication et de distribution, ainsi qu'une baisse des coûts de production et de transaction. A condition d'un accès à Internet, toute entreprise peut s'ouvrir à de nouveaux marchés.

- **Tout va plus vite : accélération des échanges et transparence.**

Avec le numérique, l'ensemble des échanges s'accélère, on entre dans l'ère de l'immédiateté. La prise de décision est ainsi plus rapide et la connaissance est mieux partagée. A ce titre, le numérique est un accélérateur de croissance pour les entreprises, un accélérateur de business, quel que soit le secteur d'activité.

- **Nouveaux emplois, nouveaux marchés (Ubérisation du travail)**

Le digital peut être un levier de croissance et de productivité, il donne naissance à de nouveaux postes de production. Les plateformes numériques de type *Uber*, *Airbnb* ou *Blablacar* déstabilisent des pans entiers de l'économie traditionnelle. L'essor massif du numérique entraîne de profondes transformations du marché du travail.

2-2. Quels sont les enjeux de la transition numérique pour les entreprises ?

La transition numérique représente un défi d'avenir pour les entreprises. Le digital peut être déterminant dans la pérennité d'une entreprise. Le Conseil de développement relève 4 enjeux pour les entreprises dans cette transition numérique.

- **Evoluer vers une organisation interne horizontale**

La transformation de l'économie traditionnelle par l'essor du digital nécessite de la part de l'entreprise de l'adaptabilité, de la réactivité et de l'agilité. Cela conduit l'entreprise à réinventer son modèle organisationnel, permettant un meilleur investissement des collaborateurs dans le projet de développement.

Il s'agit de s'interroger sur le modèle pyramidal, système traditionnel reposant sur des liens hiérarchiques multiples qui tendent à alourdir le fonctionnement interne, et d'envisager un mode de fonctionnement horizontal, plus flexible et autonome. L'enjeu est donc d'accompagner les collaborateurs dans une évolution organisationnelle et culturelle de l'entreprise.

- **Développer la coopération et les partenariats (clients, collaborateurs, fournisseurs, territoire)**

Avec les bouleversements qu'opère le numérique dans l'économie (nouveaux modèles d'affaires, concurrence accrue, nouveaux métiers...), il n'est plus possible pour une entreprise de travailler seule, la coopération devient incontournable. Pour faire face aux nouveaux enjeux, dans la relation avec les clients comme avec les prestataires, l'entreprise doit s'ouvrir et repenser ses partenariats, s'allier pour viser des objectifs communs, partager les opportunités mais aussi les risques.

- **Adopter une culture de l'innovation dans l'entreprise : expérimentation et acceptation de l'échec**

A l'ère du digital, la concurrence est exacerbée. L'entreprise doit donc se différencier plus vite que ses concurrentes. Pour cela, elle doit être innovante dans son modèle d'affaires, dans son organisation interne, dans son management, etc.. Mais l'innovation n'est pas un processus dont l'issue peut être déterminée à l'avance et la crainte de l'échec annihile toute créativité. La recherche d'innovation nécessite donc d'accepter l'échec.

- **Être sensibilisé et maîtriser la sécurité informatique**

Avec le numérique, l'entreprise fait face à de nouveaux risques : les virus et programmes malveillants, le piratage, l'espionnage, la perte d'informations confidentielles, l'interruption de service, etc.. Le cyber risque est donc un enjeu majeur pour la compétitivité de l'entreprise. La sécurité informatique doit être maîtrisée, elle doit être au cœur de la transformation digitale et de la performance de l'entreprise, l'ensemble des collaborateurs doit y être sensibilisé et formé.

3- Enquête qualitative auprès de 17 entreprises de l'agglomération niortaise

La transformation numérique est inévitable et s'impose à toutes les entreprises. Les grandes organisations ont engagé cette transformation depuis plusieurs années, ce qui n'est pas systématiquement le cas des PME et TPE. Aussi, c'est sur ces dernières que le Conseil de Développement a décidé de cibler sa réflexion, en menant des entretiens approfondis. Ainsi 17 entreprises, issues de différents secteurs d'activité, de tailles variées et installées sur différentes communes de l'agglomération, ont été auditionnées en juillet 2016. Chaque entreprise a pu s'exprimer lors d'un échange de 1h30 sur ses usages et ses besoins en matière de digital.

3-1. Présentation des entreprises rencontrées

SAS Cardinaud-Mercier / Manuel MERCIER	Portrait d'intérieur / Marilyne LE MEUR	Notaire / Maître DAGES	CAMIF.FR / Emery JACQUILLAT	Intermarché route d'Aiffres / Xavier DEMAEGDT	Centre hospitalier / Elodie COUAILLIER, DGA.	Entreprise industrielle // Anonymat	Les Résidentiels / Géraud de QUATREBARBES
A Magné. Créée en 1979. Activité d'embarcadère dans le marais poitevin (+boutique de produits locaux et restaurant+ agence réceptive pour monter des produits touristiques). Rachat de l'embarcadère Prada en 2015. Effectif : entre 20 et 30 personnes l'hiver et 100 personnes en pleine saison.	A Prissé-la-Charrière. Créée il y a 3 ans (2 premières années en couveuse d'entreprise à La Rochelle). Statut libéral depuis 6 mois. Conseil et création d'ambiances (mais pas de maîtrise d'œuvre).	A Niort. Etude notariale de 3 notaires – 13 salariés. Représente entre 1300 et 1400 actes par an.	A Niort. Entreprise Matelsom créée en 1995 (vente de literie en ligne). En 2009 rachat de la marque Camif. Nouveau modèle : digital et local => gamme de produits en ligne (mobilier, jardin, literie, électroménager, décoration) en phase avec le développement durable. Effectif de 60 salariés.	A Niort. Entreprise créée dans les années 1970. Activité des hypermarchés. Effectif : environ 70 équivalent temps plein (ETP)	Hôpital de Niort. Hospitalisation : 75000 patients par an. / Consultation : 180000 patients par an. / SAMU : 120000 dossiers par an. Personnel : 2780 personnes non médical + 300 médecins.	Effectif : presque 100 salariés.	A Niort. Groupe indépendant de résidences-services pour personnes âgées. 5 résidences (Charente-Maritime, Vendée et Niort – de 2003 à 2009). Sur la résidence de Niort : 75 appartements Effectif sur la résidence de Niort : entre 9 et 10 salariés.

Bar Le Roche-Esnard / Henri PAVAGEAU	Entreprise de décoration // Anonymat	EIVE / Thierry PICAUD et Lise JOUNEAU	Entreprise d'équipement et matériel de bureau // Anonymat demandé	TRIADÉ / Brice KOHLER Architecte associé	ZIMAGES / Félix CAILLETON	Association sociale // Anonymat demandé	Menuisier // Anonymat demandé	CARCED Promocash / Cédric VENDE
A La Rochénard. Commerce en milieu rural (bar-épicerie) appartenant à la CAN –repris par M. PAVAGEAU en mai 2013. A développé l'activité concerts (reggae). Tient seul le commerce. Statut de microentreprise.	Secteur d'activité : décoration intérieur (voilage, tapisserie, canapé). Effectif : 5 + 1 en sous-traitance.	A Niort. Entreprise d'insertion, créée en janvier 1998 sous le statut d'association, puis transfert d'actifs en 2001 vers une SARL. SARL détenue par AIVE (Association d'insertion via l'économie). Conception/création de jardins ; Entretien espaces verts ; Valorisation des espaces naturels. Effectif EIVE : 45 salariés.	Effectif : 50 ^e de salariés	2 agences d'architecture (Thouars -1986- et Niort-2004). Projets : Création et rénovations lourdes, bureaux, bâtiments publics, usines... 5 architectes et 1 économiste associés. Effectif d'environ 25 personnes.	A St Remy. Entreprise familiale, créée dans les années 1980. Activité : Au départ : photocomposition. Aujourd'hui : agence de communication. Clientèle très locale. Effectif : 9 personnes.	Association à caractère social. Secteurs d'activités : Educations, loisirs, petite enfance, pédagogique, médico-social ; Effectif : Environ 200 salariés.	Située sur une commune rurale. Activité : menuiserie, charpente, maçonnerie, couverture, dans le neuf et la rénovation. Effectif : 6 salariés.	A Niort. Entreprise créée en 1943, franchisée à l'enseigne Promocash en 1984. Activité : grossiste à prédominance alimentaire. Effectif : 140 ETP (répartis sur 8 sites) dont 55 ETP à Niort (siège social et magasin)

3-2. Niveau de « maturité numérique » au travers des usages

L'analyse des 17 entretiens permet de distinguer 4 types d'usage du numérique dans les entreprises. En effet, le numérique peut être au service de **l'administration de l'entreprise, de sa communication, de son cœur de métier et enfin de sa stratégie de développement.**

- **L'usage du numérique pour l'administration de l'entreprise**

On entend ici l'usage du numérique en tant qu'outil administratif, comptable, envoi des factures... lorsque cela ne constitue pas le cœur de métier de l'entreprise.

Ce premier usage concerne l'ensemble des entreprises auditionnées. Néanmoins, on peut distinguer 2 niveaux d'usage parmi les 17 entreprises :

- ⇒ Un niveau qualifié d'intermédiaire, où les entreprises utilisent essentiellement des logiciels de secrétariat et de comptabilité, ainsi que les correspondances par courriel.
- ⇒ Un niveau d'usage supérieur, lorsque les entreprises sont dotées d'outils complémentaires : GED (Gestion Electronique des Documents), GRC (Gestion Relation Client), gestion des Ressources Humaines...

- **L'usage du numérique pour la communication de l'entreprise**

Cet usage concerne ici les actions, supports et démarches de communication développés via le numérique uniquement.

L'usage du numérique pour communiquer sur l'entreprise n'est, en revanche, pas systématique. De nombreuses entreprises indiquent avoir un site Internet mais ne pas l'actualiser. Par ailleurs, le tiers des répondants n'utilise pas les réseaux sociaux. En revanche, 4 des 17 entreprises rencontrées ont un usage très développé du numérique à des fins de communication : présence très active sur les réseaux sociaux, accent mis sur le site Internet, présence d'un personnel dédié aux médias numériques, etc..

- **L'usage du numérique au service du cœur de métier l'entreprise**

Ici, les outils et les usages numériques sont au service du cœur de métier de l'entreprise.

Pour une majorité des structures auditionnées, l'usage du numérique a permis d'améliorer l'activité historique de l'entreprise. Ainsi des logiciels métiers performants ont été acquis voire développés sur mesure, permettant d'améliorer la productivité de l'entreprise : création 3D, réalité augmentée, progiciel de gestion intégré, site de vente en ligne personnalisable, etc.. L'acquisition de matériels et outils technologiques performants vient renforcer cet usage métier.

- **L'usage du numérique dans la stratégie de développement de l'entreprise**

On observe ici, la place consacrée au numérique dans la stratégie de développement de l'entreprise.

Les entreprises rencontrées ont conscience que la transition numérique est indispensable pour leur pérennité. Cependant, toutes n'ont pas engagé pleinement leur transformation, pour placer le numérique au cœur de la stratégie de développement de l'entreprise. Si certaines investissent chaque année plusieurs dizaines de milliers d'euros dans le digital et d'autres considèrent avoir atteint une maturité numérique, quelques-unes continuent d'appréhender ces nouveaux usages au fil de l'eau, sans planifier les évolutions à venir.

3-3. Enjeux du numérique pour les entreprises auditionnées

Enjeux	Etre « visible » - Numérique, vitrine - Internet - Réseaux sociaux	Mieux répondre aux attentes - Avec la clientèle - Partenaires de l'entreprise - Entre les salariés et l'équipe - Cohésion, partage - Mise en réseau - Communication	Etre performant Outil d'exploitation et de production : - Outil de travail - Recours à la 3D Outil de développement - Implication forte de la direction	Réussite de l'entreprise - Rentabilité - Capitalisation du savoir-faire - Innovation	Gain financier	Consommer localement, et de manière responsable
Nombre d'entreprises concernées par cet enjeu	11 entreprises	9 entreprises	8 entreprises			
				3 entreprises		
					1 entreprise	1 entreprise
Commentaires	L'enjeu relatif à la visibilité de l'entreprise a été largement évoqué lors des entretiens. Différents outils permettent entre autres d'y répondre tels que la mise en place et le développement de sites internet et les différents réseaux sociaux, tels que Facebook, twitter, LinkedIn, Viadeo. Ceux-ci jouent le rôle de « vitrine » pour l'entreprise. En outre, ils permettent de répondre au deuxième enjeu évoqué, à savoir celui de la réponse aux attentes .	Mieux répondre aux attentes est le deuxième enjeu le plus évoqué au cours des entretiens. Le numérique permet à la fois, de répondre aux attentes de la clientèle (Business to Customer) et à celles des partenaires (Business to Business). L'enjeu de la fluidité du relationnel au sein même de l'entreprise, entre collaborateurs ainsi qu'entre la direction et les salariés a également été évoqué. Les outils du numérique permettent aussi d'y répondre. Le numérique a permis pour certaines entreprises de recomposer ou de repenser l'organisation du travail . Mieux répondre aux attentes apporte fluidité dans le travail, efficacité, rapidité et réactivité entre tous les acteurs de l'entreprise.	Etre performant est un autre enjeu évoqué lors des entretiens. Il se lit au travers de la mise en place d'outils numériques ciblés en fonction de l'activité des entreprises. Gage de performance, de gain de temps, le niveau de déploiement est très lié aux coûts financiers et à la capacité pour chaque entreprise d'investir dans les outils, leur mise à jour, la formation nécessaire. Pour quelques entreprises, l'investissement dans le domaine du numérique se situe au cœur même de la stratégie de l'entreprise, au cœur du modèle économique nécessitant une très forte mobilisation de la direction.	La réussite de l'entreprise , si elle a été évoquée comme un enjeu peut également se lire comme une finalité dans un environnement de plus en plus compétitif. Une entreprise qui vit, qui fonctionne est une entreprise rentable. Le numérique permet de capitaliser encore plus fortement les savoir-faire et l'expertise de chacun, permettant l'innovation .	Les gains financiers ont été évoqués comme enjeux. Si le numérique peut occasionner de forts coûts d'investissement ; à terme, les entreprises évoquent des économies financières.	Enfin, consommer local et responsable a également été cité comme enjeu

3-4. Freins et difficultés pour les entreprises auditionnées

Freins et difficultés	Ressources financières	Réseaux – infrastructures et débits	Sécurité numérique	Frein humain, culturel	Manque de temps	Compétences
	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité d'investissement et de développement l'entreprise - Achat de matériel – logiciel - Coût de la dématérialisation - Achat lié à la sécurisation - Achat pour stockage de données 	<ul style="list-style-type: none"> - Débits élevés - Fiabilité des réseaux - Fibre optique 	<ul style="list-style-type: none"> - Des réseaux - Mise en place de système de sécurisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Tradition - Passage à l'informatique - Réticence au changement 	<ul style="list-style-type: none"> - Pour développer l'internet - Pour mettre à jour - Pour trouver de bons formateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Du personnel en ce domaine - Recrutement pour trouver des profils adaptés - Formation des jeunes - Pour trouver des start-up
Nombre d'entreprises concernées par ces freins ou difficultés	12 entreprises	11 entreprises	6 entreprises	4 entreprises	3 entreprises	2 entreprises
Commentaires	<p>Les ressources financières à mobiliser pour déployer le numérique au sein de l'entreprise ont été évoquées comme réel frein.</p> <p>Ces ressources financières ont trait aux achats de matériel ou de logiciels, aux coûts générés par la dématérialisation, aux achats liés à la sécurisation des données, aux coûts générés pour le stockage des données.</p>	<p>Un certain nombre d'entreprises a relevé des insuffisances en matière de débit occasionnant des freins en termes de développement de leur activité ; le déploiement de la fibre optique étant limité sur le territoire.</p> <p>La fiabilité des réseaux a été évoquée à plusieurs reprises comme un enjeu primordial pour certaines entreprises. Le risque encouru en cas de manquement étant considéré comme un frein – une menace pour l'entreprise.</p>	<p>La sécurité numérique, des réseaux, des systèmes a été relatée comme frein ou difficulté car essentielle à tout déploiement en matière de numérique. Les entreprises étant parfaitement au fait des risques encourus en cas de manquement. La mise en place d'un système de sécurisation pouvant s'avérer complexe et coûteuse.</p>	<p>Certaines entreprises ont relevé parfois des réticences de la part des salariés, au déploiement du numérique en interne.</p> <p>Ces freins ne demeurent pas un réel obstacle et tendent à s'effacer avec du temps, de la pédagogie et un accompagnement.</p>	<p>Le temps que nécessite le déploiement de sites internet, les mises à jour des logiciels par exemple ou même la recherche de bons formateurs en la matière peut s'avérer être considérable et véritable frein pour certaines entreprises.</p>	<p>De manière plus marginale, quelques entreprises ont relevé des difficultés pour recruter du personnel très qualifié dans le domaine du numérique, recruter des profils parfaitement adaptés au besoin et même pour trouver des start-up.</p>

3-5. Attentes et besoins des entreprises

POUR VOTRE ENTREPRISE, AVEZ-VOUS DES ATTENTES ENVERS LES COLLECTIVITES ? QUELLES SONT-ELLES ?

ATTENTES - BESOINS VIS-A-VIS DES COLLECTIVITES

Parmi les attentes exprimées, on retrouve majoritairement **la formation**. Les entreprises, attendent des collectivités qu'elles proposent et mettent en place un certain nombre de formations.

Les domaines recensés auprès des entreprises restent néanmoins diversifiés : formation sur des outils métiers, formation des jeunes en lien avec l'enseignement supérieur proposé sur le territoire, formation au sein des entreprises en direction du personnel et des dirigeants, formation sur la bonne utilisation des réseaux sociaux et la création de pages web accessibles depuis les réseaux sociaux par exemple et même conseils pour recruter des formateurs.

Le déploiement de la **fibre optique et la performance des réseaux** ont été relevé comme deux fortes attentes des entreprises envers les collectivités. Les entreprises et plus précisément le développement de leur activité sont impactés à différents degrés, par le manque d'infrastructures numériques ou le manque de performance des réseaux, à certains lieux du territoire. Une entreprise a même évoqué le besoin de pouvoir **accéder à internet** puisqu'elle se situe dans une zone mal desservie. Disposer du très haut débit en tous points du territoire est un réel besoin.

Créer du lien entre les acteurs du territoire, entre les universités, les centres de formation et les entreprises, ainsi qu'entre les entreprises elles-mêmes, pour échanger sur les pratiques, par exemple lors de petits déjeuners ou de tables rondes, est une attente de certaines entreprises

Disposer d'une **veille continue et partagée** en matière de **numérique** a été évoqué par certaines entreprises comme un besoin, une attente envers les collectivités.

ATTENTES - BESOINS D'UNE MANIERE GENERALE

Les entreprises ont besoin de disposer de systèmes totalement sécurisés. **La sécurisation des systèmes** et des données sont des aspects primordiaux dans le domaine du numérique.

Une entreprise a témoigné du fait que trouver le bon logiciel de traçabilité des données s'avère parfois difficile. Niort Numéric leur a permis de contractualiser avec la start-up répondant précisément à leur besoin.

Les **réseaux sociaux** sont des vecteurs de communication pour les entreprises. Certaines d'entre elles ont besoin de pouvoir assurer une communication uniforme, pertinente et régulière sur les réseaux sociaux. Ceci correspond à un réel besoin pour le développement de leur entreprise mais cela exige de « dégager » du temps pour cela.

Valoriser le territoire grâce à la presse, mettre en valeurs les initiatives particulièrement innovantes du territoire, c'est aussi une attente exprimée par une entreprise.

4- Préconisations pour répondre aux attentes des entreprises

S'appuyant sur l'ensemble des résultats de l'enquête, ainsi que sur leurs propres réflexions, le Conseil de développement émet, à l'attention des élus de la CAN, des préconisations pour répondre aux attentes des entreprises en matière de transition numérique.

Cette préconisation est considérée comme un préalable indispensable pour l'avenir économique du territoire.

Accélérer le déploiement du Très Haut Débit (THD) sur tout le territoire de l'agglomération (cf. 4-1)

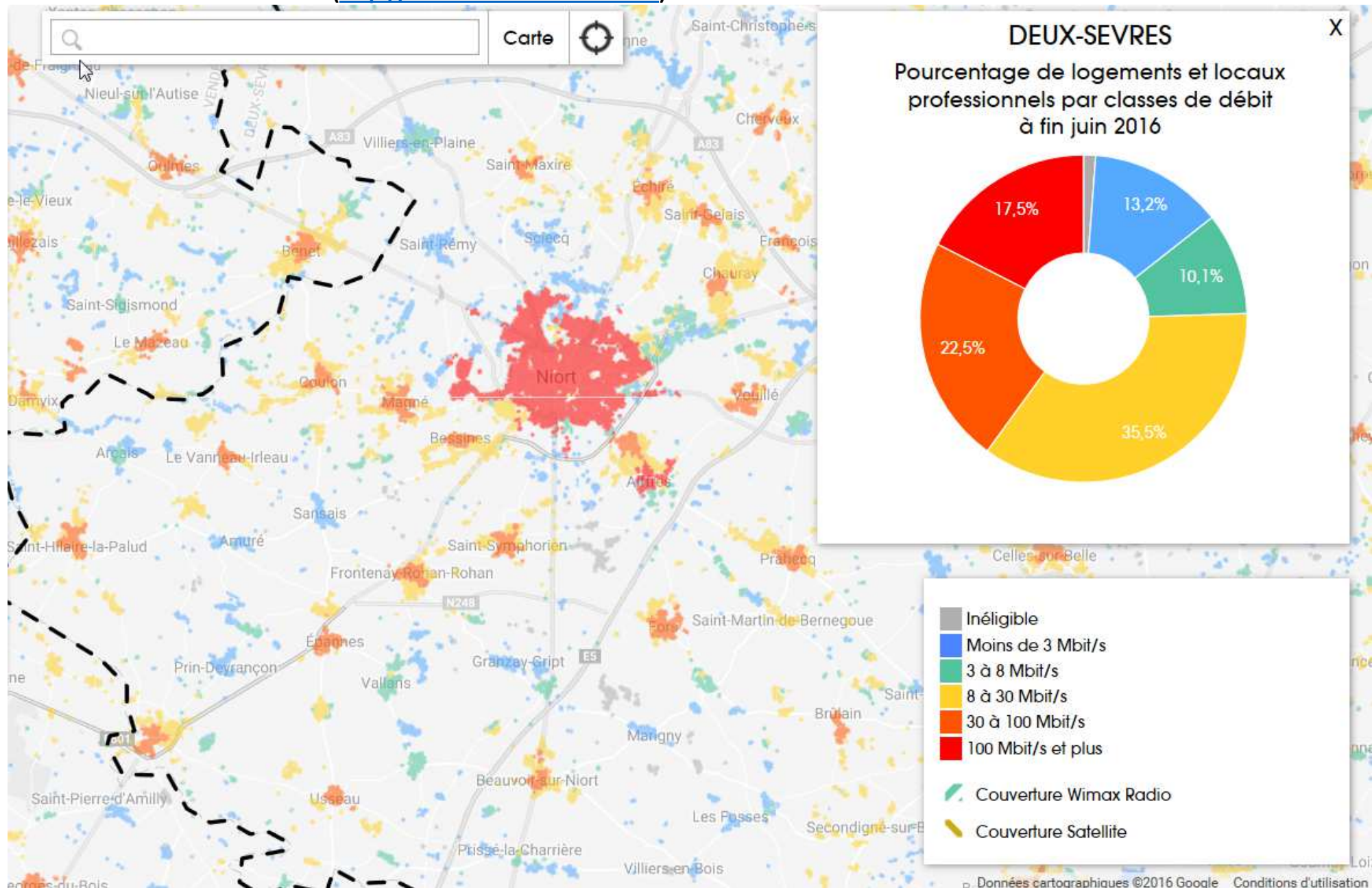
Ces préconisations sont à adosser au réseau Niort Numéric.

Créer un lieu dédié au digital permettant l'accueil de start-up (cf. 4-2) et intégrant un "guichet unique" du numérique, capitalisant sur le réseau de compétences existant (cf. 4-3)

Développer la formation supérieure aux métiers du numérique sur la CAN (cf. 4-4)

4-1. Accélérer le déploiement du Très Haut Débit

Proposition		Accélérer le déploiement du Très Haut Débit (THD) sur tout le territoire de l'agglomération		
Définition	Le très haut débit est un accès à Internet performant, qui permet d'envoyer et de recevoir un grand nombre de données (documents, photos, vidéos, etc.) dans un temps court. L'accès à Internet est considéré à « très haut débit » dès que le débit est supérieur à 30 Mégabits par seconde. (Source : www.francethd.fr)			
- Eléments du diagnostic	Les résultats de l'enquête indiquent un développement du THD : <ul style="list-style-type: none"> - absolument prioritaire pour 88% des entreprises sondées - indispensable pour les entreprises (voire les particuliers pour le développement du télétravail) Le déploiement actuelle est insuffisant et doit être optimisé.			
- Répond à quel(s) enjeu(x)	<ul style="list-style-type: none"> - Développement économique - Terroir des entreprises et de l'emploi - Réponse politique de la CAN - Prioriser le déploiement - Réponse aux enjeux stratégiques des entreprises (fonction outil, enjeu culturel vis-à-vis des nouvelles technologies) - Image du territoire (notoriété) 			
- Description de la proposition	<ul style="list-style-type: none"> - S'engager (la CAN) à développer le Très Haut Débit (dans la mesure de ses capacités juridiques) - Prioriser les zones à équiper - Proposer une méthode, un plan, un calendrier => fixer une « dead-line » de couverture de l'ensemble du territoire - Donner de la lisibilité - Communiquer largement 			
- Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer « la fibre pour tous » - Accueillir « honorablement » les entreprises - Offrir de vraies zones dédiées avec le foncier en disponibilité et en devenir - Valoriser le territoire - Développer l'emploi (ou le maintenir), développer de l'emploi qualifié 			
Conditions de mise en œuvre				
- Acteurs à mobiliser, moyens, réseau...	<ul style="list-style-type: none"> - La CAN doit être facilitatrice, accélératrice => auprès des grands opérateurs, des financeurs, des pouvoirs publics (Etat, Région) - L'espace métropolitain à développer, à consolider => au milieu de 3 grandes métropoles (Bordeaux, Nantes, Tours) - La région Nouvelle-Aquitaine 			
- Leviers de réussite	<ul style="list-style-type: none"> - Une cartographie et un planning, avec une logique d'information - Des objectifs clairs - Une volonté politique d'aboutir - Une communication vis-à-vis des « acteurs de terrains », nouvelles entreprises et entreprises existantes. 			
- Freins à lever, risques...	<ul style="list-style-type: none"> - Risque : être en dehors du marché => conséquence économique et en matière d'emploi. - Risque : Perte d'attractivité pour le territoire, et de potentiel de développement - Freins culturels 			
- Echancier de réalisation	Court terme (1 année) <ul style="list-style-type: none"> - Pour le 1^{er} trimestre 2017 : cartographie de l'existant et du futur déploiement. - Dans l'année 2017 : élaboration du plan, calendrier, objectif, financement, communication 	Moyen terme (4 à 5 ans) <ul style="list-style-type: none"> - mise en œuvre achevée au 1^{er} janvier 2020 (deadline) 	Long terme (10 ans) <ul style="list-style-type: none"> - plan achevé => nouveaux projets 	



4-2. Créer un lieu dédié au digital, un lieu Totem

Proposition		Créer un lieu dédié au digital, un lieu Totem		
		<i>Pôle du numérique adossée à Niort Numéric</i>		
- Eléments du diagnostic	<ul style="list-style-type: none"> - S'appuyer sur les compétences des mutuelles et des grandes entreprises : « les locomotives » - Répondre à tous les besoins exprimés 			
- Répond à quel(s) enjeu(x)	<ul style="list-style-type: none"> - Formation - Recrutement - Accompagnements des PME - Veille numérique - Valorisation du territoire - Transition des métiers des mutuelles 			
- Description de la proposition	<ul style="list-style-type: none"> - Accueillir des start-up - Intégrer un « guichet unique » du numérique, capitalisant sur le réseau de compétences existant - S'appuyer sur Niort Numéric pour organiser ce réseau - Proposer des formations de haut niveau dans le numérique 			
- Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> - Maintenir de l'emploi sur Niort - Faire venir ou émerger des emplois numériques de haut niveau - Accueillir des start-up (notamment celles financées par les mutuelles) - Disposer d'un lieu de ressources et d'accompagnement, de recrutement pour le PME 			
Conditions de mise en œuvre				
- Acteurs à mobiliser, moyens, réseau...	<ul style="list-style-type: none"> - Les EPCI de l'espace métropolitain, comme outil structurant - La région Nouvelle-Aquitaine - Les mutuelles et grandes entreprises - L'université - Les chambres consulaires, les organisations professionnelles 			
- Leviers de réussite	Fonctionnement de tous ces acteurs en réseau autour des entreprises			
- Freins à lever, risques...	<ul style="list-style-type: none"> - Collaboration entre mutuelles - Risque économique ? - Leadership 			
- Echancier de réalisation	<p>Court terme (1 année)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formations au 1^{er} septembre 2017 - Accueil des start-up - Très haut débit 	<p>Moyen terme (4 à 5 ans)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation du réseau (guichet unique) et plateforme - Maintien des emplois - Equilibre financier 	<p>Long terme (10 ans)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mutation des métiers numériques 	

4-3. Organiser un « guichet unique » du numérique, capitalisant sur le réseau de compétences existant

Proposition		Organiser un « guichet unique » du numérique, capitalisant sur le réseau de compétences existant		
- Eléments du diagnostic	<ul style="list-style-type: none"> - Attente forte des répondants (88% des dirigeants interrogés dans le cadre de l'enquête ont attribué une note supérieure ou égale à 4/5 (sachant que 1=pas prioritaire et 5=très prioritaire) à la proposition de créer un « guichet unique pour accompagner les entreprises »). - Les entreprises témoignent d'un besoin d'orientation et de compétences transverses. 			
- Répond à quel(s) enjeu(x)	<ul style="list-style-type: none"> - Positionnement du territoire - Captation d'entreprises - Information et accompagnement des entreprises - Lien entre les entreprises et le territoire 			
- Description de la proposition	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser un réseau de compétences dans la transformation numérique pour conseiller et accompagner les entreprises, les associations et les professions libérales en la matière - Proposer des moyens humains conséquents et en lien avec les start-up - Fonctionner en mode projet sous le regard d'un groupement d'employeurs et d'utilisateurs validant, critiquant, proposant et réorientant les missions du réseau. 			
- Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> - Efficacité, efficience, accueil - Captation d'entreprises et d'emplois - Affirmation du territoire sur son attrait 			
Conditions de mise en œuvre				
- Acteurs à mobiliser, moyens, réseau...	<ul style="list-style-type: none"> - CAN - Chambres consulaires travaillant les uns avec les autres en synergie - Réseaux d'entreprises (SPN) - Organisations professionnelles - Grands acteurs locaux (non sollicités dans l'enquête, tels que les Mutuelles) 			
- Leviers de réussite	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place sous un mois - Des « task force » (forces opérationnelles) - Un esprit start-up - Une communication forte 			
- Freins à lever, risques...	<ul style="list-style-type: none"> - Une mise en planning - Une fonctionnarisation du fonctionnement - La crédibilité des élus sur la mise en place (une mise en place dans les 5 ans serait un échec) 			
- Echancier de réalisation	<p>Court terme (1 année)</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mise en place d'un tel réseau doit être immédiate (1^{er} janvier 2017) car Niort est en retard => urgence. 	<p>Moyen terme (4 à 5 ans)</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mise en place d'un tel réseau à moyen terme sera un constat d'échec - Créer une dynamique avec des territoires proches (La Rochelle, Fontenay le Comte) 	<p>Long terme (10 ans)</p> <ul style="list-style-type: none"> - NIORT faire valeur d'exemple dans la relation territoire-élus-entreprises 	

4-4. Développer la formation supérieure aux métiers du numérique sur la CAN

Proposition	Développer la formation supérieure aux métiers du numérique sur la CAN		
<ul style="list-style-type: none"> - Éléments du diagnostic 	<ul style="list-style-type: none"> - 52,9 % des dirigeants interrogés dans le cadre de l'enquête ont attribué une note supérieure ou égale à 4/5 (sachant que 1=pas prioritaire et 5=très prioritaire) à la proposition de développer des formations/sensibilisations à l'usage des nouvelles technologies pour eux-mêmes ou pour les salariés. - Plusieurs dirigeants interrogés dans le cadre de l'enquête ont relevé l'intérêt de développer la formation diplômante. 		
<ul style="list-style-type: none"> - Répond à quel(s) enjeu(x) 	<ul style="list-style-type: none"> - Attractivité du territoire et image de la CAN - Besoins de compétences pour répondre aux attentes qui nécessitent formation et sensibilisation - Accompagnement des entreprises de la CAN devant les évolutions du numérique, les impliquer - Maintien et développement de l'emploi locale, ne pas rester dans les schémas classiques de recrutement 		
<ul style="list-style-type: none"> - Description de la proposition 	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place un pôle de formation supérieure au numérique adapté aux politiques des entreprises - Porter (la CAN) une offre de formations diplômantes, valorisantes et adaptées - Développer le e-learning, les MOOC (« Massive Open Online Course » que l'on peut traduire par « cours en ligne ouvert et massif ») pour faciliter l'accès à la formation - Favoriser d'autres modèles de formation plus adaptés (French Tech) 		
<ul style="list-style-type: none"> - Résultats attendus 	<ul style="list-style-type: none"> - Développer les compétences, disponibles sur le bassin d'emploi de la CAN - Rendre le territoire de la CAN encore plus attractif pour les entreprises type SSII ou mutuelles, mais aussi pour les jeunes - Maintenir les entreprises sur le territoire 		
Conditions de mise en œuvre			
<ul style="list-style-type: none"> - Acteurs à mobiliser, moyens, réseau... 	<ul style="list-style-type: none"> - Le Pôle Universitaire Niortais - La CAN, et notamment le service Veille et prospective - La région Nouvelle-Aquitaine 		
<ul style="list-style-type: none"> - Leviers de réussite 	<ul style="list-style-type: none"> - Un partenariat fort entre les collectivités/l'université/les entreprises 		
<ul style="list-style-type: none"> - Freins à lever, risques... 	<ul style="list-style-type: none"> - Une offre inadaptée aux attentes des entreprises 		
<ul style="list-style-type: none"> - Echancier de réalisation 	<p style="text-align: center;">Court terme (1 année)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des besoins avec les entreprises niortaises 	<p style="text-align: center;">Moyen terme (2 à 3 ans)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ouverture de l'offre de formation 	<p style="text-align: center;">Long terme (10 ans)</p> <ul style="list-style-type: none"> - NIORT faire valeur d'exemple dans la relation territoire-université-entreprises

LES ENJEUX DU NUMERIQUE POUR LES ENTREPRISES NIORTAISES - Décembre 2016

Etude du Conseil de développement de la Communauté d'agglomération du Niortais

Conseil de Développement de la Communauté d'Agglomération du Niortais

140 rue des Equarts - CS 28770 - 79027 Niort Cedex