



**Synthèse conférence-débat :**  
**« La transition numérique, un levier de  
croissance de l'économie de proximité »**

## Intervenants :

- **Michel Chassang**, vice-président de l'U2P et président de l'UNAPL
- **Emmanuel Lechypre**, journaliste économique
- **Emilie Turbat**, directrice marketing et commerciale au sein de l'Afnic
- **Laurent Rostker**, directeur associé du cabinet de conseil RB Partners
- **David Morales**, chef d'entreprise, responsable de la Capeb

### En préambule, Michel Chassang a rappelé l'objectif de la table ronde :

Il s'agissait de faire prendre conscience aux artisans, commerçants et professions libérales « qu'il faut franchir le pas du numérique ». « Ce n'est pas une option, mais une obligation. »

« Il y a des points positifs, ils dominent. Le numérique va bouleverser nos métiers et permettre de développer notre business. Mais on le sait, il y a le revers de la médaille. C'est celui des plateformes avec, notamment, les problèmes de concurrence déloyale. »

Globalement, le bilan reste positif, estime **Michel Chassang** : « Il vaut mieux monter en tête du train, que de le laisser passer. Autrement dit, il est préférable d'anticiper plutôt que de subir. »

A son tour, **Emmanuel Lechypre** a défini le sujet. C'est quoi le numérique ? Qu'appelle-t-on la transition numérique ?

Pour lui, deux écoles s'affrontent. « D'un côté, les économistes qui pensent que cette révolution digitale n'est pas une révolution. De l'autre, ceux qui disent que l'on est à l'aube d'une période de super-croissance. Le numérique va tout bouleverser. La façon dont on travaille, on se déplace, on se soigne... En tout cas, on voit se dessiner les contours de ce que sera cette nouvelle croissance. Elle sera porteuse d'énormément d'opportunités. »

**Emmanuel Lechypre** se veut donc optimiste. « Le foisonnement des idées va se poursuivre. Avec la naissance de nouvelles technologies grâce aux contributions des uns et des autres. Car l'invention n'est plus l'apanage des chercheurs, elle est entre les mains de tout le monde. »

« Les règles de production aussi sont en train de changer. La vraie révolution, c'est l'interconnexion entre tous les objets qui participent à la production. Les règles de distribution, également, changent. Il faut savoir que trois des cinq plus grosses entreprises mondiales sont des plateformes. »

Autre évolution soulevée, les règles de consommation. « Aujourd'hui, le consommateur est impatient. Il manifeste une volonté de transparence, il veut comparer. Il a envie de circuits courts (savoir à qui il achète). Il est en train d'entrer dans une logique d'usager plutôt que de propriétaire. »

Bref, a conclu **Emmanuel Lechypre**, « la révolution digitale n'est pas une révolution technologique. C'est une révolution du service. Derrière, il y aura toujours besoin d'humain. C'est ça l'enjeu ! »

**Dans le chapitre suivant, Emilie Turbat a présenté le contexte et les enjeux de la transition numérique. Quel est l'état des lieux, le diagnostic de la situation ?...**

Pour rappel, l'Afnic est le gestionnaire des adresses Internet qui se terminent en « .fr ».

Il ressort plusieurs points. D'abord, un réel retard des TPE françaises. Les chiffres parlent d'eux-mêmes.

- 42% des petites entreprises françaises (moins de 50 salariés) ne sont pas en ligne
- Le chiffre atteint 75% si on ne parle que des TPE
- La France est au 24e rang en termes de présence en ligne derrière Chypre et Malte
- 1 entreprise sur 7 vend en ligne
- 6 dirigeants sur 10 déclarent manquer d'informations

A contrario, 60% des Français ont acheté en ligne en 2016. Donc, on constate bien un réel décalage entre l'offre digitale des PME et les attentes numériques des consommateurs.

L'Afnic a donc décidé de réagir, en ne parlant plus uniquement de nom de domaine mais de présence en ligne. Mais aussi en créant des services pour conseiller et accompagner les entreprises.

**Laurent Rostker** a complété le propos d'**Emilie Turbat**. Pour lui, aujourd'hui, « on n'a plus le choix. Le digital s'impose à nous. Les modes de consommation changent, donc il faut s'adapter. Ce n'est pas facile quand on sait que certains métiers n'ont pas évolué depuis plusieurs siècles. »

L'un des enjeux, « c'est d'utiliser le numérique pour apporter des réponses concrètes aux évolutions ». Autre enjeu : « Le digital permet de renforcer la proximité, qui fait la force des TPE. Notamment en personnalisant l'information, la connaissance du client... »

Enfin, le digital doit permettre « de changer d'échelle et aux TPE de s'organiser pour répondre à la demande. C'est un réflexe à prendre. »

Reste maintenant à trouver « la bonne façon d'accompagner ces petites entreprises et de leur donner les moyens de s'organiser ».

**Autre sujet évoqué : les motivations et les freins de cette transition numérique. Pourquoi certaines entreprises franchissent-elles le pas et d'autres ne le font pas ?**

**Emmanuel Lechypre** a tenu à rappeler « que ce n'était pas la taille, mais l'agilité qui comptait, la différenciation, l'inventivité, la capacité à raconter une histoire... Les gens recherchent du sens. Il y a beaucoup d'opportunités à saisir. »

**David Morales**, artisan du bâtiment depuis 35 ans, responsable de la Capeb, a ensuite apporté son témoignage et fait part de son expérience.

Il n'a pas forcément les moyens d'investir dans la R&D, mais il fait de l'observation. « Il ne faut pas avoir peur, mais choisir les outils adaptés à sa taille. Dans le domaine de la production, des outils numériques existent. Notamment le smartphone pour faire des photos, transmettre des informations... En matière de gestion, de nombreux logiciels existent aussi qui permettent de gagner beaucoup de temps, de suivre les chantiers... »

Autre pilier de l'entreprise : la communication. « C'est important. Et ça ne coûte pas forcément cher. »

Évoquant les freins à la digitalisation, **Emmanuel Lechypre** a rappelé « que la révolution demandait de modifier beaucoup d'habitudes. Et ce n'est pas évident. L'organisation des entreprises, parfois, n'est pas adaptée à cette révolution digitale... Il existe aussi des obstacles financiers. »

**Michel Chassang** est revenu, à son tour, sur les effets négatifs du digital.

« Il peut y avoir des entreprises victimes de désinformation qui circulent sur le net. Il faut donc qu'elles fassent preuve de réactivité. Mais cela nécessite aussi de les former. Mais tout ceci ne sera possible que s'il y a les tuyaux. Le haut débit n'est pas partout. C'est un enjeu d'une importance capitale pour le développement des entreprises de proximité. »

De son côté, **Emilie Turbat** a précisé que le coût n'était plus vraiment un frein. « C'est de moins en moins cher d'être présent en ligne. Sachant que l'on peut être présent, sans le savoir, via certaines plateformes. Quoi qu'il en soit, il est important de choisir et maîtriser sa présence en ligne. »

**Enfin, dernier point abordé lors de cette table ronde. Comment s'y prendre ? Qui pour accompagner les TPE ? Avec quels outils ? Quelles sont les clés pour réussir ce passage ?**

**Laurent Rostker** estime que la première question à se poser, « c'est pourquoi et pour quoi faire. Il faut élaborer une stratégie, avec des cibles, des enjeux, des objectifs. Il faut aussi mener une réflexion sur l'impact du digital sur l'organisation de l'entreprise. »

**De nombreuses questions SMS ont été posées dans la salle.**

- **Une première portait sur le financement du numérique par les banques.**

**Emmanuel Lechypre** s'est fait applaudir en rappelant « que les banques ne finançaient pas grand-chose. Par nature, le banquier est frileux. Mais il paraît que les choses vont changer... »

- **Autre question : l'offre de service digitale va-t-elle accentuer la concurrence et aura-t-elle un impact sur la baisse des prix ?**

**Emmanuel Lechypre** le croit. « On ne pourra plus proposer un mauvais rapport qualité-prix. Mais il y aura toujours de la place pour une offre originale, sincère, qui raconte une histoire, qui permette de faire vivre une expérience.... Ça n'a pas de prix. Et c'est un vrai atout pour les entreprises de proximité. »

**Michel Chassang** a tenu à rappeler « que la concurrence faisait partie de l'ADN des entreprises. Mais il faut que cette concurrence soit loyale. Le numérique reste une opportunité formidable. Il y a plus à gagner qu'à perdre. »

- **Une autre question concernait la demande immédiate des clients, à concilier avec des contraintes réglementaires qui demandent du temps.**

Pour **Emmanuel Lechypre**, « on peut se poser la question de savoir si le monde digital sera un enfer ou un paradis. Je pense qu'il sera ce qu'on en fera. Mais il faut s'interroger sur les évolutions de la législation et des réglementations qu'il va falloir trouver, notamment les évolutions du code du travail. »

Pour **Michel Chassang**, « il y aura toujours un décalage dans le temps, car la réglementation aura toujours un train de retard, mais il faut essayer d'être le plus rapide possible. »

- **Dernière question : doit-on faire appel à un prestataire extérieur ou se débrouiller seul ?**

Pour **Emilie Turbat**, « ça dépend de l'ambition que l'on a, de la complexité du projet, etc. On peut se faire accompagner, mais il existe aujourd'hui des ressources pour agir seul. La coopération entre plusieurs entreprises peut aussi être une solution. »

**Michel Chassang** estime « que cela reste un métier. Il n'y a rien de pire qu'une communication mal faite. Aujourd'hui, il est important de bien se former. C'est justement un sujet sur lequel l'U2P est en train de réfléchir. »

**Michel Chassang**, vice-président de l'U2P, a apporté le mot de la fin, en rappelant « que la finalité de tout ça, c'est de développer nos entreprises. C'est un outil extraordinaire pour décupler nos forces et valoriser les atouts de nos entreprises de proximité. »