

Accélérer, encore

Observatoire de l'industrie Numérique
en Auvergne-Rhône-Alpes

3^e édition - Novembre 2018

**DIGITAL
LEAGUE**

La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



EY
Building a better
working world



Juliette Jarry

Vice-présidente de la Région Auvergne-Rhône-Alpes, déléguée aux infrastructures, à l'économie et aux usages numériques

La Région Auvergne-Rhône-Alpes a fait du numérique un des axes centraux de sa politique. A la demande du Président Laurent Wauquiez, une Feuille de route stratégique a été adoptée en février 2017 pour répondre aux défis du territoire et faire de notre région une référence en Europe.

A bien des égards, l'Observatoire de la Filière Numérique en Auvergne-Rhône-Alpes est un outil précieux pour affiner la compréhension des enjeux, identifier les actions à mettre en œuvre pour l'accompagnement sur le territoire et évaluer leur pertinence.

Un certain nombre de jalons ont été posés depuis 2016. Il faut néanmoins poursuivre les efforts pour favoriser des usages éclairés. Tous les territoires, qu'ils soient ruraux ou urbains, tous les individus, qu'ils soient jeunes ou plus âgés, toutes les entreprises, qu'elles soient des TPE ou des PME sont impactés, d'une manière ou d'une autre, par le numérique. C'est pourquoi la Région s'engage de manière volontariste pour favoriser la bonne appréhension et la meilleure appropriation des évolutions en cours. Elle soutient tout particulièrement les entreprises pour les accompagner dans leur transformation numérique et dans la réinvention de leur modèle économique, grâce à la mobilisation forte d'acteurs territoriaux et à des dispositifs et des outils tels que Ma-Solution-Numérique.fr.

Un autre enjeu pour la Région est de répondre aux problématiques de recrutement et de formation. De nombreuses entreprises du numérique n'arrivent pas à recruter les profils dont elles ont besoin pour leur développement. La Région a souhaité agir de manière très concrète pour contribuer à enrayer la pénurie de profils formés avec la création du Campus numérique et la mise en place d'un réseau de formations labellisées Campus « hors-les-murs ».

Nous sommes tout particulièrement attachés à favoriser l'ouverture de ces filières aux jeunes filles et aux femmes. Alors que la filière numérique se caractérise par une diversité d'enjeux et donc de métiers, les femmes sont bien présentes sur des fonctions support mais leur absence à des postes techniques est problématique.

Beaucoup de défis passionnants... et c'est ensemble que nous les relèverons ! Continuons à faire de notre région un moteur de l'entrepreneuriat numérique, de l'Innovation et des actions communes entre public et privé !



Catherine Bocquet et Jean-Michel Bérard

Co-Présidents de Digital League

Avec plus de 8 000 emplois créés entre 2013 et 2017, l'industrie du numérique d'Auvergne-Rhône-Alpes confirme son dynamisme. Elle consolide sa place de première région française dans ce secteur de pointe, après l'Ile-de-France.

Entre 2016 et 2017, les entreprises du numérique ont créé autant d'emplois que les quatre principaux secteurs industriels de la région.

Formant une industrie à part entière, nos entreprises innovent, conseillent les entreprises, produisent des logiciels et des contenus numériques pour les exporter.

Digital League, cluster leader du numérique en France, a pour ambition de servir les acteurs de notre industrie sur tout le territoire autour de 3 missions : « Fédérer », « Grandir ensemble » et « Rayonner » au niveau national et international.

Pour cette troisième édition de l'Observatoire, nous abordons la thématique de la transformation digitale qui sera le quatrième pilier de la League en 2019. Au-delà des discours convenus sur cette thématique, nous donnons la parole aux utilisateurs et aux acteurs de terrain qui la vivent et la construisent au quotidien.

Conduit avec les équipes d'EY, l'Observatoire permet de suivre, dans la durée, les tendances qui animent notre secteur, en fournissant des indicateurs fiables dont pourront s'emparer décideurs publics et privés.

Sommaire

8

Le numérique : pilier central de notre économie régionale

40

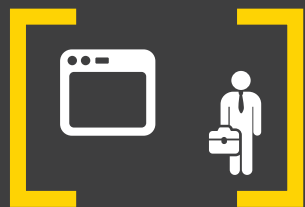
Méthodologie

34

La transformation digitale : les clés de réussite

Les points clés

Une région leader...



1^{ère}

région numérique (après l'Île-de-France)

+8 150

emplois entre 2013 et 2017



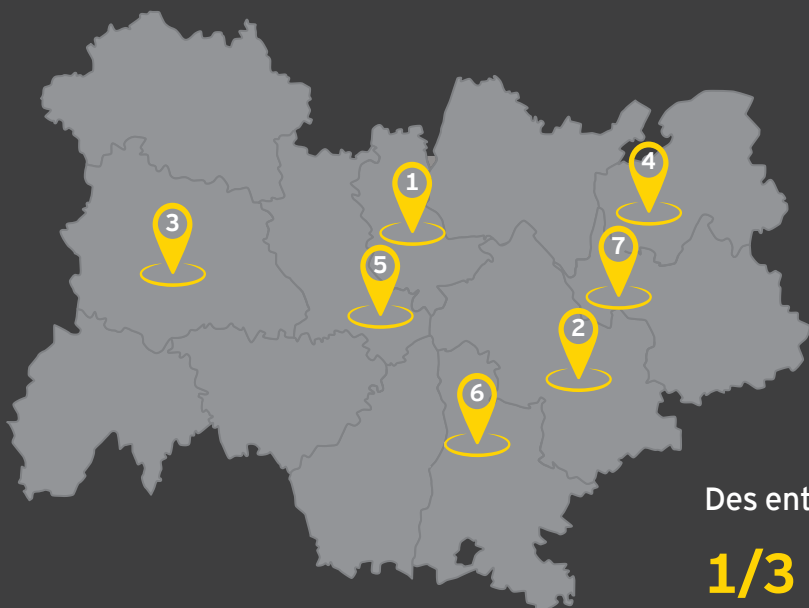
+3 000

Autant d'emplois créés
que dans les secteurs
industriels phares de
la région entre 2016
et 2017



+3 000

Entre 2013 et 2017, l'industrie
numérique a stimulé l'emploi dans
toutes les agglomérations



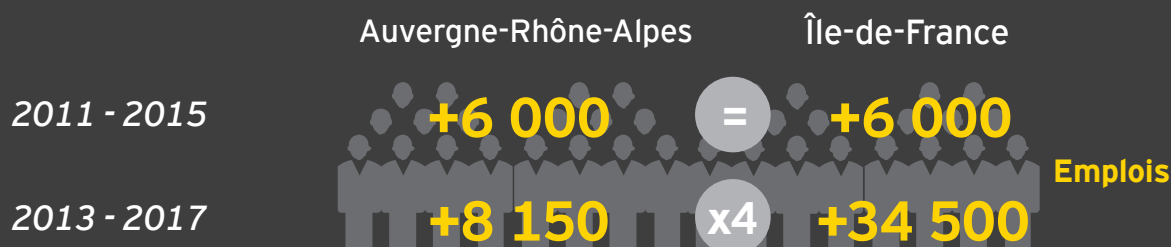
Intercommunalités	Variations 2013-2017
1. Métropole de Lyon	+19,5%
2. Grenoble-Alpes Métropole	+11,3%
3. Clermont Auvergne Métropole	+7,6%
4. Saint Etienne Métropole	+5,8%
5. Valence Romans Agglo	+21,6%
6. Grand Annecy Agglomération	+10,0%
7. Grand Chambéry	+14,5%

Des entrepreneurs résolument confiants

1/3

prévoient une croissance de **+20%**
en 2018

...qui doit malgré tout accélérer pour ne pas être rattrapée



Auvergne-Rhône-Alpes, la seule région avec Île-de-France à figurer dans le top 25 des euro-régions, malgré un recul de deux places



20^e place (2013-2017) pour les Investissements directs étrangers

18^e sur 2011-2015

Des régions challengers

Progression de l'emploi 2013-2017



Accélérer

C'est grâce à la transformation digitale des entreprises que l'industrie numérique pourra accélérer

L'observatoire révèle les principaux leviers

Démystification

L'approche par la technologie est à proscrire. La transformation digitale doit être abordée de manière plus pragmatique et en impliquant fortement les dirigeants.

Proximité

La connaissance intime du secteur de l'entreprise accompagnée est un atout majeur pour aborder la transformation digitale.

Agilité et Design Thinking

Terminé le temps des cahiers des charges, l'heure est à la co-construction et à la méthode agile.

Opportunité

D'un besoin opérationnel, les entreprises sont conduites à des réflexions stratégiques, allant jusqu'à l'évolution du modèle économique de l'entreprise.

Continuité

Une transformation numérique n'est jamais achevée.

La transformation numérique :

La co-construction

Instaurer une relation de confiance employeur-intérimaires- clients

Le fournisseur



Guillaume Vernat
Co-fondateur et Directeur
Général



Le client



Sandrine Rampon
Directrice administrative et
financière et Co-Fondatrice



- ➔ **Le besoin**
Sécuriser, simplifier, fluidifier la relation employeur- salarié
- ➔ **La solution**
Un coffre-fort numérique
- ➔ **Les bénéfices**
 - La sécurisation de nos processus
 - Un recentrage de nos collaborateurs sur leur cœur de métier : le recrutement
 - La mise en place du télétravail
- ➔ **Les facteurs clés de réussite**
La connaissance intime du métier du client
- ➔ **Le message**
Jouer collectif pour proposer au client des solutions plus complètes et intégrées

Mieux exploiter la donnée géographique pour tendre vers des territoires intelligents

Le fournisseur



Laura Dupont
Ingénieure d'Affaires



Le client



Aline Bruyère
Directrice des Systèmes
d'Information



- ➔ **Le besoin**
Collecter, structurer et exploiter la donnée territoriale
- ➔ **La solution**
Une série de modules applicatifs assise sur une base de données intégrant la plupart des informations territoriales (documents d'urbanisme, environnement, voirie, eau / assainissement, zones économiques,...)
- ➔ **Les bénéfices**
 - Cohésion entre les communes de l'agglomération grâce une connaissance partagée du territoire
 - Paramétrage à façon de nouveaux applicatifs par les agents de la collectivité pour une meilleure adéquation des outils aux métiers
 - Amélioration de la relation entre la collectivité et les usagers
- ➔ **Les facteurs clés de réussite**
 - La formation des utilisateurs et des administrateurs pour plus d'autonomie
 - Une démarche itérative qui part d'un premier besoin et s'étend à des enjeux plus stratégique pour la collectivité
- ➔ **Le message**
Les petites collectivités aussi ont des ambitions en matière de transformation numérique et ont besoin d'un soutien plus fort pour les mener à bien

ceux qui la font, ceux qui la vivent

client/fournisseur

Une force de vente sur-mesure et performante grâce à la méthode agile

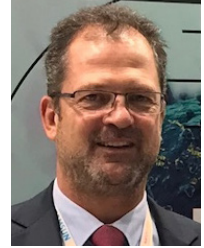
Le fournisseur



Frédéric Peyrard
Directeur Technique



Le client



Henri Callet
Directeur Marketing



- ➔ **Le besoin**
Reprise en main du processus de ventes
- ➔ **La solution**
Une solution numérique globale intégrant le marketing produits, les ventes, l'organisation des tournées et la gestion des ventes
- ➔ **Les bénéfices**
 - Un pilotage stratégique de la force de vente
 - Des managers commerciaux mieux outillés pour accompagner les vendeurs
 - Le métier de commercial facilité
- ➔ **Les facteurs clés de réussite**
La méthode agile a permis :
 - De passer d'un simple projet d'acquisition d'une solution à une stratégie numérique pour l'entreprise
 - De mieux impliquer les collaborateurs
 - D'utiliser rapidement une première version de l'outil au tiers de l'avancement du projet
- ➔ **Le message**
Un dialogue de confiance entre le client et son prestataire permet d'identifier des enjeux stratégiques ignorés au départ

La transformation numérique au service de la compétitivité des entreprises

Le fournisseur



Laurent Fiard
Président Directeur Général



Le client



Jérôme Van Straaten
Président



- ➔ **Le besoin**
Amélioration de la performance de l'entreprise et du service au client
- ➔ **La solution**
L'approche « smart entreprise »
- ➔ **Les bénéfices**
 - Une évolution stratégique majeure de l'entreprise
 - Des gains significatifs en réactivité et en efficacité
 - Développement potentiel de nouveaux modèles d'affaires (services)
- ➔ **Les facteurs clés de réussite**
 - Parcourir tous les enjeux stratégiques sans penser aux outils
 - S'assurer d'un portage fort du dirigeant
 - (re) Questionner sans cesse la stratégie de l'entreprise selon 4 axes : l'innovation, l'excellence opérationnelle, le management et l'écosystème
- ➔ **Le message**
Il faut mettre en place des lieux d'expérimentations présentant concrètement comment les entreprises se transforment



1

Le numérique : pilier central
de notre économie régionale

La situation conjoncturelle de l'industrie numérique : que disent les chiffres ?

Que recouvre l'industrie du numérique pour cet Observatoire ?

Il existe différentes définitions, différentes compréhensions de l'industrie numérique. Il est parfois difficile d'y voir clair ! Si toutes contiennent un cœur commun composé des logiciels, des services et des télécommunications, plusieurs briques complémentaires peuvent, suivant les points de vue, s'y ajouter : fabrication, commerce de gros et de détail hardware, contenu et réseaux.

Pour plus de précision, pour plus de simplicité, L'Observatoire du numérique se concentre sur le cœur du numérique que l'on appelle la couche « soft », à savoir les logiciels, les services, les télécommunications et les jeux.

L'industrie numérique en forte croissance



Source : ACOSS

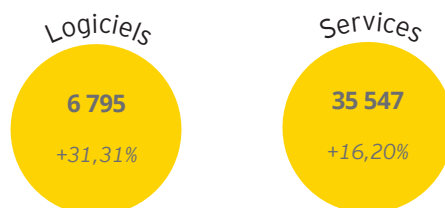
Représentant près de 65 000 emplois, un nombre en hausse de plus de 14% entre 2013 et 2017, l'industrie numérique figure parmi les secteurs les plus dynamiques dans le domaine du recrutement en Auvergne-Rhône-Alpes.

Les secteurs logiciels et services en chefs de file

La spécificité régionale autour du logiciel se renforce au fil des années. En effet, l'emploi dans ce secteur a progressé de 31% entre 2013 à 2017, créant plus de 4 000 emplois ces 5 dernières années.

Les entreprises de services numériques affichent une croissance moindre (16%). Elles ont tout de même généré près de 5 000 emplois sur la même période.

En revanche, les télécommunications continuent de perdre des emplois avec une baisse de près de 7%. À noter, ce secteur voit ses effectifs reculer depuis plus de 10 ans. Ils ont chuté de plus de 20% depuis 2008.



Source : ACOSS



Guillaume Vernat

Co-fondateur et Directeur
Général de Coffreo



Fournisseur de solutions de coffre-fort numérique, spécialisé
dans le domaine des Ressources Humaines

Coffreo accompagne des entreprises spécialisées dans les relations humaines, et notamment dans l'intérim. Qu'est-ce qui est spécifique à ce secteur ?

Il y a un enjeu clé au niveau de la relation employeurs-salariés. Les processus sont complexes, et s'ils ne sont pas fluides et performants, cela peut nuire à l'employabilité des intérimaires. La simplification de cette relation est un axe stratégique pour la transformation numérique des entreprises de ce secteur.

En quoi la dématérialisation constitue un levier, en particulier pour l'intérim ?

Les solutions de dématérialisation déployées permettent en premier lieu un gain de temps significatif : jusqu'à une journée par semaine pour un agent ! Ensuite, elles renforcent la sécurisation juridique pour les agences car les contrats sont signés de manière fiable et dans des délais courts. Enfin, l'opérationnalité des intérimaires est améliorée : la facilité de signer les contrats leur permet d'être plus rapidement en mission.

Conduire et réussir un projet tel que celui réalisé pour Confluent Intérim repose sur quels principes ?

C'est avant tout une bonne connaissance du métier de l'entreprise que nous accompagnons. Nous pouvons ainsi travailler en profondeur le « parcours utilisateur » et construire des solutions orientées clients finaux, en l'occurrence, les intérimaires. L'expertise métier permet de réaliser l'accompagnement au changement adéquat pour une meilleure appropriation de la solution.

Vous semblez appeler à une ouverture de l'industrie du numérique.

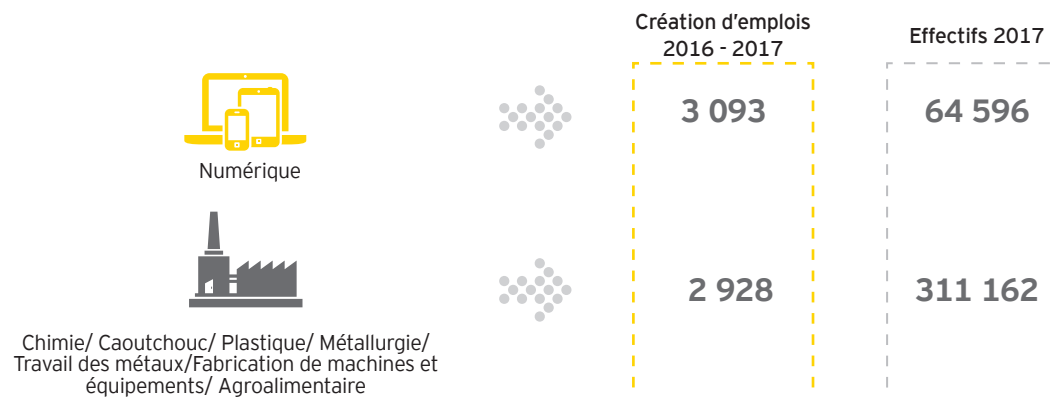
Notre responsabilité, en tant qu'acteur de la transformation numérique de l'économie, c'est de tisser des liens forts avec la profession que nous accompagnons, c'est-à-dire avec les syndicats, les organisations professionnelles, etc. L'acculturation est primordiale pour rassurer les clients finaux, instaurer un processus de mise en place des solutions qui soit adéquat, souple et respectueux de la charge actuelle de l'entreprise. Encore une fois, seule l'expertise métier permet de passer cette phase en douceur... Enfin, il faut contribuer à l'éveil des consciences sur l'enjeu global de la transformation numérique. Si on posait la question « voulez-vous être encore vivant dans 3-5 ans ? », tout le monde serait partant immédiatement !

Est-il possible de « jouer collectif » sur un sujet comme la transformation numérique ?

Oui, c'est même une nécessité. Les projets collaboratifs sont plus riches pour les clients et peuvent aboutir à la mise en place de nouveaux modèles d'affaires. Certes, plusieurs acteurs sont sur le même secteur et sont concurrents sur des briques technologiques mais ils disposent rarement des mêmes expertises qui peuvent être complémentaires pour mieux accompagner les clients.

Digital League a un rôle à jouer pour rassembler les acteurs, organiser le dialogue entre eux et faciliter le développement de solutions collaboratives.

Le numérique créé autant d'emplois que les principaux secteurs industriels de la région



Source : ACOSS

Sur la période 2016-2017, le numérique a créé dans la région autant d'emplois que les quatre principaux secteurs industriels du territoire que sont la chimie/caoutchouc/plastique, la métallurgie/travail des métaux, la fabrication de machines et équipements et l'agroalimentaire. Il s'affirme donc comme un véritable levier de croissance pour l'économie régionale.

Auvergne-Rhône-Alpes : 1ère région numérique en France (hors Ile-de-France)

Régions	Effectifs 2017	Création d'emplois (2013-2017)	Variation 2016-2017	Variations 2013 - 2017
1. Île-de-France	293 807	34 453	+5,0%	+13,3%
2. Auvergne-Rhône-Alpes	64 596	8 150	+5,0%	+14,4%
3. Occitanie	43 354	5 514	+4,8%	+14,6%
4. Provence-Alpes-Côte-D'azur	38 428	4 056	+4,2%	+11,8%
5. Pays de la Loire	31 623	4 816	+4,9%	+17,9%
6. Hauts-de-France	29 600	4 279	+3,8%	+16,9%
7. Nouvelle Aquitaine	27 970	2 995	+4,2%	+11,9%
8. Bretagne	24 073	2 327	+3,1%	+10,7%
9. Grand Est	19 260	963	+1,7%	+5,3%
10. Centre-Val-De-Loire	10 888	581	+0,1%	-5,1%
11. Normandie	8 775	189	+2,7%	-2,1%
12. Bourgogne-Franche-Comté	6 367	151	+1,2%	+2,4%
13. DOM	5 795	260	-0,2%	+4,7%
14. Corse	839	157	+5,5%	+23,0%

Source : ACOSS

La région Auvergne-Rhône-Alpes compte 64 596 emplois dans le numérique en 2017, un nombre en hausse de 5% entre 2016 et 2017. Avec 8 000 emplois créés au cours des cinq dernières années, la région est, dans ce secteur, la plus dynamique de France, derrière l'Île de France.



Sandrine Rampon

Directrice administrative et financière et Co-Fondatrice de Confluent Intérim



Agence d'intérim (Lyon et sa région)

Quelle est la genèse de votre projet numérique ?

Notre intention initiale était l'acquisition d'une solution de dématérialisation des contrats, bulletins de paie et factures, conscients qu'il s'agissait d'un premier pas d'une évolution majeure de l'entreprise. D'où la nécessité de choisir le bon partenaire, surtout lorsque le projet touche au cœur de notre métier : la relation avec nos intérimaires. L'expertise métier de Coffreo a été décisive dans notre choix. Nous disposons aujourd'hui d'une solution simple et compréhensible, qui a été acceptée très rapidement par nos intérimaires.

Quels bénéfices tirez-vous de cette évolution dans votre agence ?

Le premier avantage est la sécurité juridique. On peut aujourd'hui tracer nos documents et prouver les envois de contrats. De plus, la signature électronique nous permet maintenant un taux de retour bien meilleur. Enfin, un gain de temps évident... Nos collaborateurs en agence peuvent à présent se recentrer sur leur cœur de métier à savoir la détection des meilleurs profils pour les missions que nous avons à confier à nos intérimaires.

Le projet conduit a abouti à une amélioration sur d'autres aspects insoupçonnés au départ. Les solutions déployées ont permis par exemple la mise en place du télétravail pour nos collaborateurs avec un impact positif sur la flexibilité et le bien-être au travail.

Cette transformation vous fait-elle changer de modèle d'affaire ?

Tout bouge assez vite dans notre métier. Certains concurrents ont atteint un niveau de digitalisation poussé à l'extrême avec des agences 100% numériques. L'arrivée de ces business model disruptifs nous a poussé à nous interroger sur notre stratégie avec la position suivante : nous considérons la relation avec nos intérimaires comme essentielle car elle fait notre force. Nous avons le devoir de proposer aux clients les possibilités offertes par les outils digitaux sans fragiliser ce qui nous lie à nos intérimaires : la relation humaine.

Comment vous tenez-vous informés des évolutions que permettent le numérique ?

Nous faisons partie d'un groupement de professionnels du secteur avec lesquels nous avons des discussions ouvertes. Nous abordons des sujets sur le cœur de métier, la stratégie digitale, etc. Le partage des connaissances est vraiment apprécié de tous, et nous allons jusqu'à mutualiser des moyens financiers pour la mise en place de projets digitaux.

Un conseil à donner aux entreprises du numérique ?

De la même manière, les entreprises du numérique ont beaucoup à gagner en multipliant les collaborations entre elles. Elles pourraient alors améliorer l'interopérabilité de leur solutions et désiloter leurs projets, ce qui rendrait la vie de leur client plus simple !

Auvergne-Rhône-Alpes concurrencée par d'autres régions de France

Toutefois, sur une période plus longue, Auvergne-Rhône-Alpes est devancée par d'autres régions françaises. Si les emplois dans le numérique ont progressé de 14,4% entre 2013 et 2017, ils ont augmenté de 14,6% en Occitanie, de 17,9% en Pays de la Loire et de 16,9% dans les Hauts de France.

L'emploi dans le numérique est dynamique dans toutes les agglomérations de la région

➔ Progression de l'emploi dans le numérique par intercommunalités

Intercommunalités			
Ville principale	Effectifs 2017	Variations 2013-2017	Rappel : Variation 2011-2015
Métropole de Lyon	37 666	+19,5%	+15,9%
Grenoble-Alpes Métropole	11 610	+11,3%	+5,0%
Clermont Auvergne Métropole	3 588	+7,6%	+4,0%
Saint Etienne Métropole	2 210	+5,8%	-5,2%
Valence Romans Agglo	1 869	+21,6%	+7,1%
Grand Annecy Agglomération	1 614	+10,0%	+3,9%
Grand Chambéry	1 158	+14,5%	-6,7%
Total	59 715	+16,2%	+11,6%

Soit 96% des 64 596 emplois régionaux

Source : ACOSS



Représentant 74% de la création d'emplois (plus de 6 000) entre 2013 et 2017, la Métropole de Lyon est le principal moteur de la Région.

Si les disparités territoriales ne se sont pas effacées, des indicateurs témoignent d'une meilleure diffusion de l'industrie numérique. Dans toutes les agglomérations considérées, l'accélération de la création de l'emploi est nette par rapport à la période 2011-2015.

Ainsi, la progression des emplois dans le numérique Grenoble Alpes Métropole passe de +5% entre 2011 et 2015 à +13% entre 2013 et 2017. Après une baisse de 6,7% entre 2011 et 2015, Grand Chambéry a enregistré une progression de +15,7% entre 2013 et 2017.

Première édition des 100 principaux employeurs de l'industrie numérique en Auvergne Rhône-Alpes

Nom de l'entreprise	Etablissement Principal/ Etablissement Secondaire	Dept.	Code NAF	Catégorie	Tranche d'effectif
SOPRA STERIA	EP, ES	74, 69, 38	6202A, 6201Z, 6311Z	Logiciels, Services	3000
ATOS	ES	69,38,63	6203Z, 6202A, 6311Z	Services	2000
CGI France	ES	69,38,63	6202A	Services	1500 à 1999
SOLUTEC	EP	69	6202A	Services	750 à 999
CEGID	EP	69	5829C	Logiciels	750 à 999
HARDIS GROUPE	EP, ES	38,69	6201Z	Logiciels	750 à 999
ECONOCOM	ES	69, 38	6201Z, 6202A, 6203Z	Logiciels, Services	750 à 999
AXWAY SOFTWARE	EP	74	6202B	Services	500 à 749
GFI	ES	69, 38	6202A, 6201Z	Logiciels, Services	500 à 749
ALTECA	EP	69	6202A	Services	500 à 749
BULL SAS	ES	69, 38	6202A	Services	500 à 749
CAPGEMINI TECHNOLOGY SERVICES	ES	69,38,63	6202A	Services	400 à 499
CIE IBM France	ES	69, 63	6202A	Services	400 à 499
CONDUENT BUSINESS PROCESS SOLUTIONS	EP	07	6201Z	Logiciels	400 à 499
OPEN	ES	38,69	6202A	Services	400 à 499
VISIATIV	EP	69	6202A, 5829B, 5829C	Logiciels, Services	400 à 499
SWORD SA	EP	69	6202A	Services	300 à 399
DIMO SOFTWARE	EP	69	5829C	Logiciels	300 à 399
SULLY GROUP	EP	69	6202A	Services	300 à 399
ORANGE APPLICATIONS FOR BUSINESS	EP, ES	38,69,26	6201Z	Logiciels	300 à 399
ACCENTURE	ES	69	6202A	Services	300 à 399
ALMERYS	EP	63	6311Z	Services	300 à 399
ENTERPRISE SERVICES FRANCE SAS	ES	38	6202A	Services	300 à 399
MODIS France	EP, ES	69,63	6201Z, 6202A	Logiciels, Services	300 à 399
THALES SERVICES SAS	ES	38, 69	6202A	Services	300 à 399
SA ESKER	EP	69	5829C	Logiciels	250 à 299
ASTEK	ES	69, 38	6202A	Services	250 à 299
BT SERVICES	ES	69, 38	6202A	Services	250 à 299
CEGI ALFA	EP	63	5829C	Logiciels	250 à 299
DCS EASYWARE	EP	69	6203Z	Services	250 à 299
WORLDLINE	ES	69	6202A	Services	250 à 299
CIRIL GROUP	EP	69	6202A	Services	200 à 249
SOCIETE RHODANIEENNE D'INFORMATIQUE PERIPHERIQUE RIP-TESSI	EP	69	6311Z	Services	200 à 249
CORYS	EP	38	6202A	Services	200 à 249
CREDIT AGRICOLE TECHNOLOGIES ET SERVICES	ES	69	6202B	Services	200 à 249
FIDUCIAL INFORMATIQUE	ES	69	6201Z	Logiciels	200 à 249
SEIITRA	EP, ES	38, 69	5829A	Logiciels	200 à 249
SPIE	ES	69, 38	6202A, 6202B	Services	200 à 249
SQLI	ES	69	6202A	Services	200 à 249
AKKA	ES	69,07,38,63	6202A	Services	200 à 249
AXESS	EP	26	6202A, 6202B, 6201Z, 5829C	Logiciels, Services	150 à 199
INFOLOGIC	EP	26	6202A	Services	150 à 199
CARREFOUR SYSTEMES D'INFORMATION	ES	69	6311Z	Services	150 à 199
COGNIZANT TECHNOLOGY SOLUTIONS France	ES	69,38	6201Z	Logiciels	150 à 199
VIDEO TECHNOLOGIES	ES	38,69	6202A	Services	150 à 199
ADECCO I T SERVICES	EP	69	6203Z	Services	100 à 149
BUSINESS & DECISION INTERACTIVE EOLAS	EP	38	6201Z	Logiciels	100 à 149
GIESECKE+DEVRIENT MOBILE SECURITY FRANCE	EP	69	6311Z	Services	100 à 149
CARL INTERNATIONAL	EP	69	5829C	Logiciels	100 à 149
EXAKIS	ES	69	6202A	Services	100 à 149
STORMSHIELD ARKOON	ES	69	6201Z	Logiciels	100 à 149
ADISTA	ES	42	6311Z	Services	100 à 149
TECHNIDATA	EP	38	5829B, 5829C	Logiciels	100 à 149
EASII IC	EP	38	6202A	Services	100 à 149
APRIL TECHNOLOGIES	EP	69	6201Z	Logiciels	100 à 149

Nom de l'entreprise	Etablissement Principal/ Etablissement Secondaire	Dept.	Code NAF	Catégorie	Tranche d'effectif
AUSY	ES	69	6202A	Services	100 à 149
BPCE INFOGERANCE ET TECHNOLOGIES	ES	69	6209Z	Services	100 à 149
CTRE INTERBANCAIRE REG RHONE ALPES	EP	69	6201Z	Logiciels	100 à 149
DATAFIRST	EP	69	5829C	Logiciels	100 à 149
DATAMAG	EP	69	5829C	Logiciels	100 à 149
DCARTE ENGINEERING SA	ES	69	6201Z	Logiciels	100 à 149
DOCAPOST	ES	69	6311Z	Services	100 à 149
EURO INFORMATION DEVELOPPEMENTS	ES	69	6202B	Services	100 à 149
EURO TVS - TRAITEMENT VALEURS SERVICES	ES	69	6311Z	Services	100 à 149
GEOLID	EP	69	6201Z	Logiciels	100 à 149
GROUPAMA SUPPORTS ET SERVICES	ES	69	6201Z	Logiciels	100 à 149
IKOS RA	EP	69	6202A	Services	100 à 149
IT-CE	ES	69	6202A	Services	100 à 149
ITS GROUP	ES	69	6202A	Services	100 à 149
KEYRUS	ES	69	6202A	Services	100 à 149
LA COMPAGNIE DES ANIMAUX	EP	69	6311Z	Services	100 à 149
LINKEO COM	ES	63	6202A	Services	100 à 149
MEDIANE SYSTEME MEDIANE SYSTEME	ES	69	6202A	Services	100 à 149
MENTOR GRAPHICS IRELAND LIMITED	ES	38	6201Z	Logiciels	100 à 149
MICROPOLE RHONE ALPES	ES	69	6202A	Services	100 à 149
MOODY'S ANALYTICS SAS	ES	38	5829C	Logiciels	100 à 149
NORSYS SAS	ES	69	6202A	Services	100 à 149
PROSERVIA	ES	69	6202A	Services	100 à 149
PROSODIE	ES	69	6311Z	Services	100 à 149
SIEMENS INDUSTRY SOFTWARE SAS	ES	69	6202A	Services	100 à 149
SOCIETE POUR L'INFORMATIQUE INDUSTRIELLE	ES	69	6202A	Services	100 à 149
SOGELINK	EP	69	6312Z	Services	100 à 149
SOGETI FRANCE	ES	38	6202A	Services	100 à 149
SOLWARE AUTO	EP	69	5829C	Logiciels	100 à 149
UMANIS	ES	69	6202A	Services	100 à 149
IVORY	EP	69	5821Z	Jeux	50 à 99
XPO TRANSPORT SOLUTIONS IT EUROPE	EP	26	6202A	Services	50 à 99
OKTEO	EP	01	6201Z	Logiciels	50 à 99
WOONOZ	EP	69	5829C	Logiciels	50 à 99
INEO TINEA	EP	38	6202A	Services	50 à 99
METROLOGIC GROUP	EP	38	5829C	Logiciels	50 à 99
ELCIA	EP	69	5829C	Logiciels	50 à 99
EVERTEAM	EP	07	5829C	Logiciels	50 à 99
RAYNET	EP	38	6202B	Services	50 à 99
TRSB RHONE-ALPES	EP	69	6203Z	Services	50 à 99
ALMA	EP	38	6201Z	Logiciels	50 à 99
ALTESYS	EP	69	6202A	Services	50 à 99
D2X EXPERTISE	EP	69	6202A	Services	50 à 99
NETAPSYS RHONE ALPES	EP	69	6202A	Services	50 à 99
GARSYS	EP	42	6203Z	Services	50 à 99

Méthodologie

Ce classement est le fruit d'une analyse EY / Digital League qui agrège les sources suivantes :

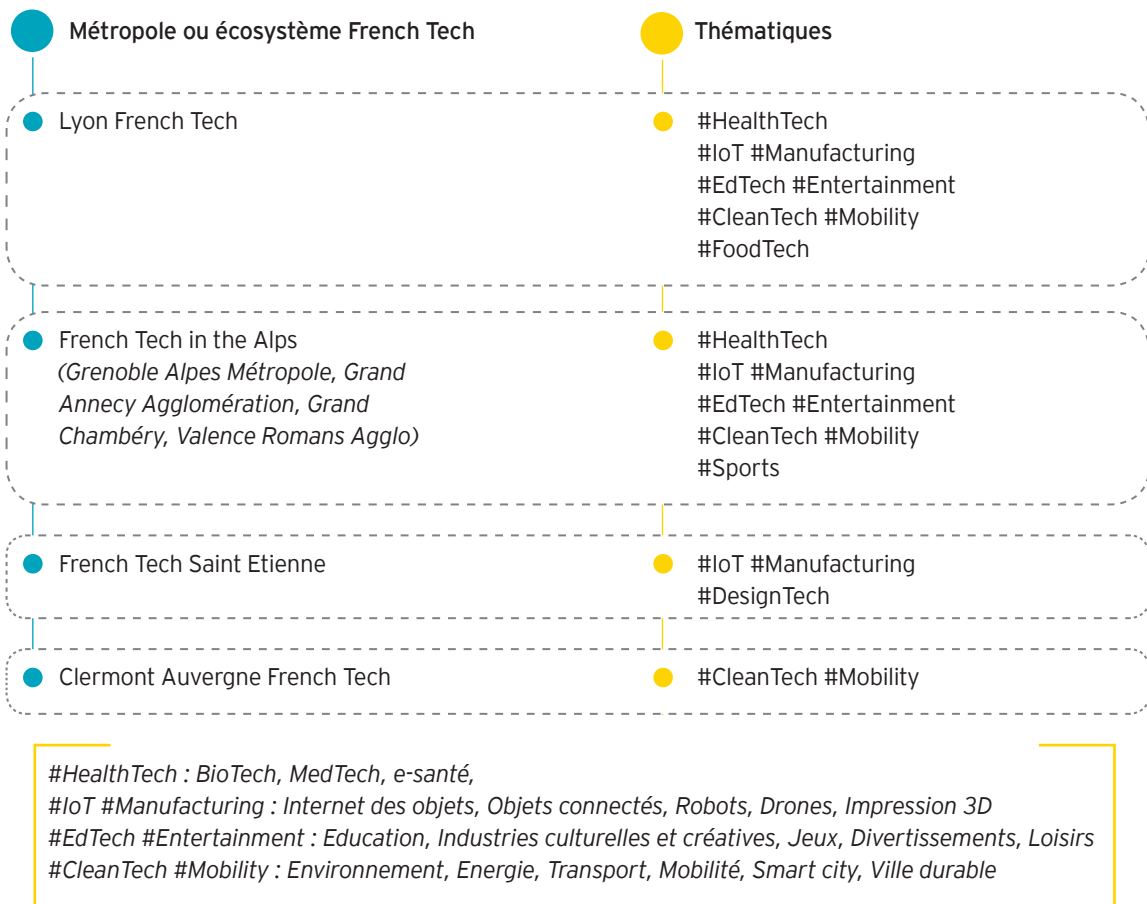
- Diane +, base de référence pour les informations entreprises, qui donne les effectifs d'établissements dont les entreprises ont accepté la publication. Les données datent de la dernière année disponible.
- Sirene, service de l'INSEE qui rassemble des informations économiques et juridiques sur environ 10 millions d'établissements appartenant à tous les secteurs d'activité.
- Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018

Ces bases n'étant pas exhaustives, certaines entreprises peuvent ne pas être présentées et les effectifs affichés peuvent être imprécis.

Les entreprises aux codes NAF de Télécommunications ne sont pas insérées dans ce classement. Toute remarque ou complément d'information peut être adressé à contact@digital-league.org

→ Les thématiques French Tech

Les thématiques des métropoles et écosystèmes French Tech donnent une coloration de l'écosystème startup. Les startups se basant aujourd'hui la plupart du temps sur des technologies ou usages numériques dans l'élaboration de leurs modèles, cette grille de lecture donne une tendance des domaines de pointes sur lesquels le numérique s'applique dans la région.



Source: French Tech



Si des domaines applicatifs sont révélés et mis en avant de manière ponctuelle sur l'un ou l'autre des territoires de la Région, il n'en demeure pas moins que l'explosion du numérique orienté « usage », inonde tous les secteurs sans exceptions.

De plus, les grands groupes s'engagent tous dans des démarches d'open innovation mobilisant largement le levier du numérique pour rester compétitif, proposer de nouvelles offres et conquérir de nouveaux marchés.

Ainsi, la coloration territoriale doit également se faire en observant l'évolution de principaux pourvoyeurs d'emplois des territoires.

➔ Comment le numérique infuse dans les leaders industriels de la région ?

Métropole de Lyon

Le Groupe SEB, innovateur perpétuel, évolue depuis l'ère numérique avec ses produits connectés comme l'appareil « Cookeo » (Moulinex), ou ses applications, comme « Smart and tasty® ».

Clermont Auvergne Métropole

Michelin, fleuron industriel français, innove sans cesse à l'image de ses « Mobility Apps » dont « ViaMichelin », aide au calcul d'itinéraire, guidage GPS etc. ou encore « PresSense », le pneu connecté pour avion.

Grenoble-Alpes Métropole

Schneider Electric, grand acteur des produits de gestion d'électricité, s'ouvre toujours plus vers des prestations d'ingénierie et de logiciels industriels, de smart grid, etc.

Saint-Etienne Métropole

L'industrie historique du textile, représenté notamment par Thuasne, voit arriver des aides numériques comme « Thuasne Scan », une application clé pour une bonne observance en compression des bas de contention.

Grand Annecy Agglomération

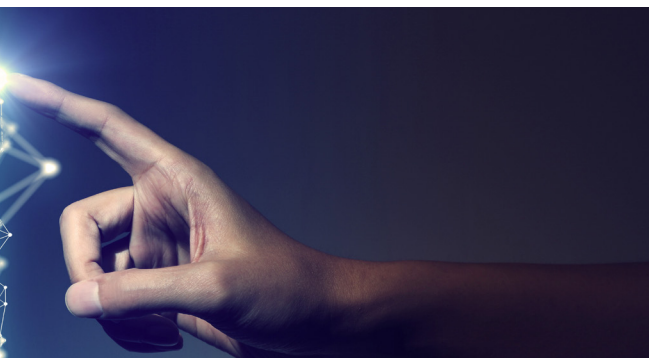
NTN-SNR, fabricant de pièces mécaniques, a su intégrer des outils numériques facilitant le métier des réparateurs et distributeurs : « TechScaN'R », une application mobile qui permet un accès aux informations techniques, aux vidéos de montage, photos et vues 3D des pièces.

Grand Chambéry

Opinel a su trouver un relais de croissance pour motiver son activité via la possibilité de personnalisation en ligne des couteaux de la marque historique.

Valence-Romans Agglo

LPG systems, entreprise dans le domaine de la santé, de la beauté et du bien-être, a su innover en permanence depuis 30 ans pour passer notamment de produits cosmétiques et de systèmes mécaniques à des technologies complexes, à l'image de l'appareil « Cellu M6 » toujours plus perfectionné.



Source: Analyses EY



Frédéric Peyrard

Directeur Technique
de Doing



Fournisseur d'applications métier sur-mesure, web et mobiles,
pour les entreprises

Vous mettez en place une approche « 100% agile » depuis quelques années. Pouvez-vous nous en parler ?

Il y a encore 5 ans nous travaillions de manière classique en cahier des charges. Malheureusement, les entreprises avaient des difficultés à rédiger correctement ces cahiers des charges. Les équipes sont de plus en plus mobiles et les projets ne peuvent pas rester figés pendant les nombreux mois de développement. C'est ce qui nous a conduits à abandonner. L'approche agile que nous revendiquons est appréciée par nos clients. Si le projet est bien priorisé, nous livrons une première version à 1/3 de l'avancement du projet, permettant au client de commencer à travailler sur les solutions fournies.

Plus concrètement, comment procédez-vous ?

Nous mettons en place un système de points pour le développement technique. Si, par exemple, le client souhaite poursuivre un projet, il doit continuer à allouer un budget. Ce budget agile est donc en constante évolution et s'adapte aux nouveaux besoins de l'entreprise. D'ailleurs, 90% de nos clients continuent de faire évoluer leur logiciel par la suite.

Comment expliquez-vous ce besoin de co-construction ?

C'est simple, les clients veulent être acteurs de leur transformation numérique. Ils souhaitent être impliqués dans les projets au quotidien pour s'assurer de la pertinence des outils déployés par rapport aux spécificités de leur métier. Leur implication leur permet également de monter en compétences.

Comment évaluez-vous la maturité numérique de vos clients ? Est-elle en évolution ?

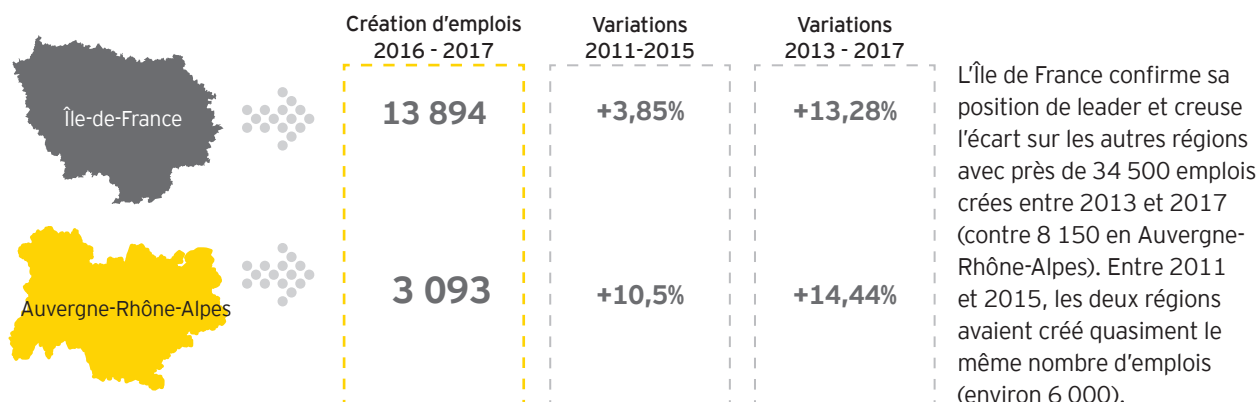
On remarque que certaines entreprises s'adressent à nous avec des réflexions effectuées en amont et une réelle profondeur d'analyse.

Mais c'est encore un phénomène hétérogène et il faut trop souvent attendre un coup dur à la santé de l'entreprise pour que les dirigeants réagissent. Si les nouvelles entreprises, elles, ont une véritable conscience numérique, encore beaucoup de chefs d'entreprises considèrent le numérique comme un investissement « one shot ». Ce sont ces entreprises qui doivent être sensibilisées par l'écosystème, dont fait partie Digital League, pour se poser les bonnes questions et être orientées vers les meilleures solutions.

Vous êtes adhérent à Digital League, qu'est-ce que cela vous apporte ?

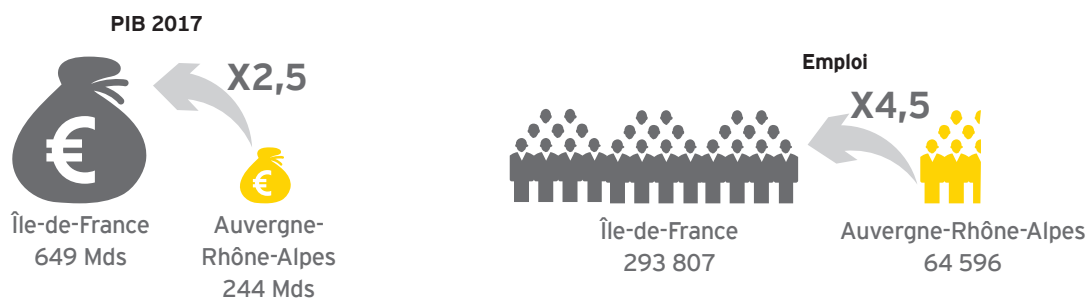
Le cluster est un émulateur de tout l'écosystème ! Il peut faire émerger des projets collaboratifs entre des acteurs qui ne se seraient pas rencontrés autrement. Et les retombées économiques peuvent être considérables, notamment en termes de création d'emplois sur la Région.

L'Île-de-France retrouve son dynamisme



Source : ACOSS

La croissance de l'emploi numérique ne suit pas le dynamisme économique de la région



Source : ACOSS

Alors que le PIB d'Île-de-France est plus de 2,5 fois plus élevé que celui de la Région Auvergne-Rhône-Alpes, l'emploi dans l'industrie numérique en Île-de-France est près de 4,5 fois plus grand. De même, Île-de-France affiche une progression de l'emploi dans le numérique quatre fois plus importante qu'Auvergne-Rhône-Alpes entre 2013 et 2017. Malgré son statut de championne parmi les régions, Auvergne-Rhône-Alpes est distancée par l'Île-de-France, particulièrement dans l'industrie numérique.



Henri Callet

Directeur Marketing
de Ceetal



Fournisseur de produits d'hygiène et de maintenance industrielle pour des professionnels de secteurs variés

Qu'est-ce qui a constitué la première étape de votre projet de transformation numérique ?

Nous souhaitions reprendre la main sur le processus de vente. Avant, nos agents se déplaçaient avec des valises remplies de catalogues produits. Le vendeur n'avait aucune visibilité sur la disponibilité des produits, l'actualisation des nouveaux catalogues était fastidieuse et nous avions autant de versions de fichiers que d'ordinateurs. Aujourd'hui notre force de vente possède tout sur la même base, et les commandes sont passées directement depuis des tablettes sur lesquels toutes les informations sont mises à jour. C'est intuitif et facile à utiliser ! Nos commerciaux peuvent dorénavant présenter aux clients toutes nos catégories de produits ainsi que des vidéos de démonstration. Les détails présentés sur les nouveaux produits et les tests réalisés apportent une crédibilité indéniable auprès des clients.

Comment êtes-vous passé d'un projet d'acquisition d'une solution à une stratégie numérique pour votre entreprise ?

Nous avons en fait repensé toute la circulation de l'information dans l'entreprise pour arriver à des changements organisationnels et une amélioration plus profonde de toute la méthode de vente. Que ce soit le marketing lié aux produits, les ventes, l'organisation des tournées ou la gestion commerciale, tout a été revu pour être intégré dans une solution plus globale. Le résultat ? Un pilotage stratégique de la force de vente amélioré. Nos managers commerciaux sont davantage dans la prospective et l'accompagnement des vendeurs. Le métier du commercial est facilité, ses tournées sont mieux organisées et un module lui permet même de mesurer sa performance et son évolution.

Peu d'entreprises disposent d'outils aussi intégrés. En termes d'image, l'outil apporte beaucoup à l'entreprise, et on le ressent sur le recrutement.

En quoi la méthode agile vous a permis d'aller plus loin ?

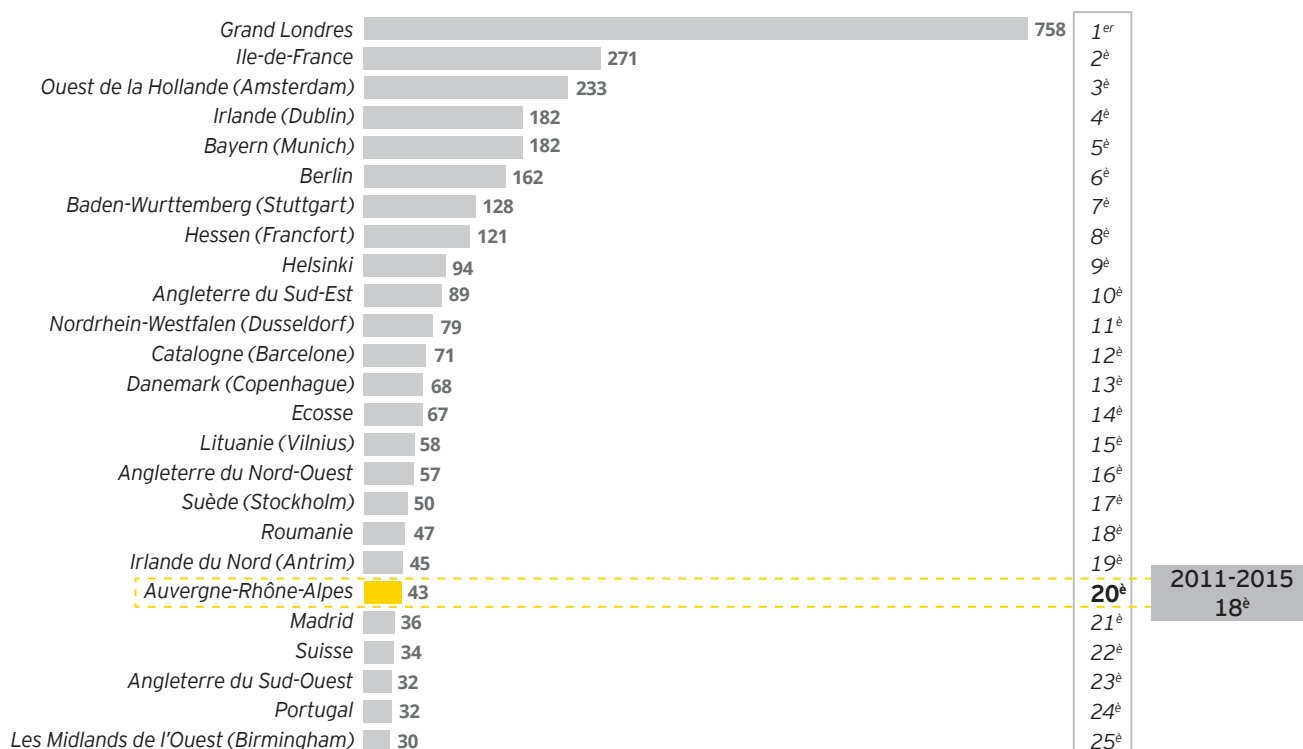
Le mode agile, rythmé par les réunions de travail avec Doing, ont permis d'accélérer le projet et d'être sélectif sur les fonctionnalités à développer ou non, avec le sentiment de ne payer que ce qui nous est utile. Par ailleurs, l'acceptation de la solution par les collaborateurs a été immédiate car notre équipe, qui a participé à la conduite du projet, connaissait déjà le produit lors de la prise en main et aucune formation n'a été nécessaire.

Qu'est-ce qui fait le succès d'une bonne relation client-fournisseur dans le cadre d'un projet de transformation numérique ?

Les entreprises du numérique doivent comprendre davantage leurs clients, leur environnement, leurs contraintes et leurs axes de développement. Pour cela, la proximité et les échanges fréquents sont indispensables. Du côté des entreprises clientes, les craintes de partager davantage la stratégie de l'entreprise doivent s'estomper. Ce qui permet d'identifier les vrais enjeux qui freinent leur développement et pour lesquels le levier du numérique pourrait apporter des solutions.

Attractivité : Auvergne-Rhône-Alpes dans le jeu des euro-régions

➔ Nombre de projets d'Investissements Directs Etrangers par région européenne dans le numérique sur 2013-2017



Source : EY European Investment Monitor, 2017

Dans la course aux IDE, la région Auvergne-Rhône-Alpes cède du terrain face aux euro-régions

Auvergne-Rhône-Alpes est la 20^eme région européenne ayant attiré le plus d'investissements étrangers dans le numérique. Avec l'Île-de-France, c'est la seule région française dans le top 25.

Si le nombre de projets augmente sur la période 2013-2017 (43 contre 27 sur 2011-2015), la région perd deux places au classement.

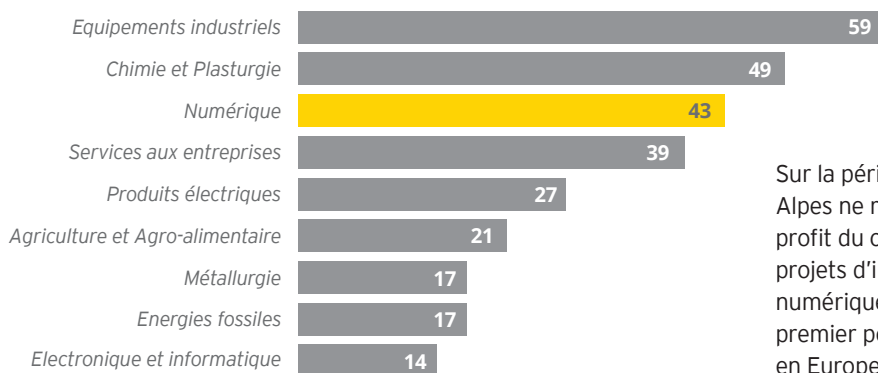
Cette position est en décalage avec l'embellie que connaissent la France et la région. Alors que les projets d'investissements étrangers ayant choisi la région Auvergne-Rhône-Alpes tous secteurs confondus ont progressé de 31% de 2016 à 2017, les projets dans le numérique ont seulement progressé de 7,7% sur la même période.

Auvergne-Rhône-Alpes doit profiter de la reprise de l'économie tricolore pour s'inscrire dans la dynamique constatée dans d'autres régions européennes qui tirent profit du boom de l'industrie numérique :

- ▶ Les régions d'Helsinki et de Vilnius enregistrent une hausse impressionnante de leurs investissements étrangers de 57% et 142% sur la période 2013-2017 par rapport à la période 2011-2015.
- ▶ La Suisse, concurrente directe de la région Auvergne-Rhône-Alpes sur l'attractivité des talents par ses rémunérations supérieures, se situe 2 places seulement derrière la région. Elle bénéficie toutefois d'une dynamique moindre, avec une baisse de 19% des investissements étrangers dans le numérique entre les périodes 2011- 2015 et 2013-2017.

Le numérique conserve la 3^e place des projets d'Investissements Directs Etrangers en Auvergne-Rhône-Alpes

➔ Nombre de projets d'Investissements Directs Etrangers en Auvergne-Rhône-Alpes par secteur sur 2013-2017

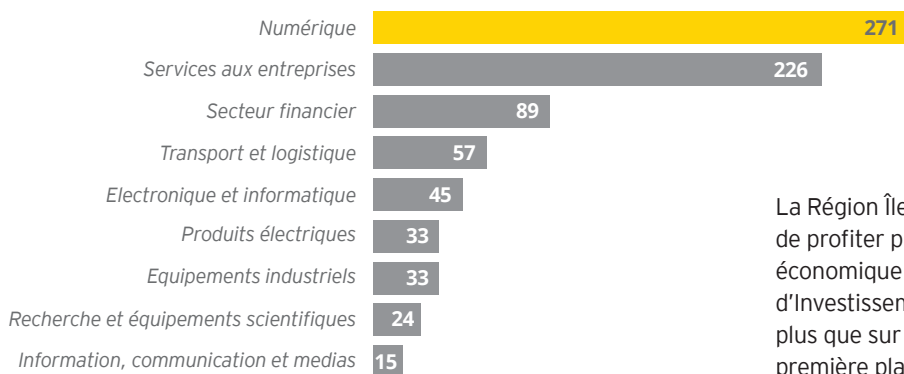


Sur la période 2013-2017, Auvergne-Rhône-Alpes ne réussit toujours pas à tirer pleinement profit du climat de confiance élevé dans les projets d'investissements étrangers dans le numérique. Tandis que le numérique est le premier pourvoyeur d'investissements étrangers en Europe, il reste en 3^e position dans la région.

Source : EY European Investment Monitor, 2017

L'industrie numérique conserve la 1^{ère} place en Île-de-France

➔ Nombre de projets d'Investissements Directs Etrangers en Île-de-France par secteur sur 2013-2017



La Région Île-de-France, de son côté, continue de profiter pleinement de cette embellie économique : le numérique, avec 271 projets d'Investissements Directs Etrangers soit 35 de plus que sur la période 2011-2015, conserve la première place.

Source : EY European Investment Monitor, 2017

Typologie des Investissements Directs Etrangers pour quelques euro-régions dynamiques

Région européenne	Population	Projets d'IDE numérique 2013-2017	Secteurs industriels attractifs - Top 3 2013- 2017	Provenance des investissements			
				Etats-Unis & Canada	Europe (incl. Turquie, Ukraine, Russie)	Asie	Autres
Auvergne-Rhône-Alpes	8M	43	1. Equipements industriels 2. Chimie & Plasturgie 3. Numérique	44%	44%	12%	0%
Ouest de la Hollande (Amsterdam)	8 M	233	1. Numérique 2. Services aux entreprises 3. Transport et logistique	58%	27%	10%	6%
Hessen (Francfort)	6 M	121	1. Numérique 2. Services aux entreprises 3. Secteur financier	48%	34%	15%	3%
Danemark (Copenhague)	5,7 M	68	1. Numérique 2. Services aux entreprises 3. Transport & Logistique	29%	56%	12%	3%
Angleterre du Sud-Ouest (Bristol)	5,5 M	32	1. Numérique 2. Construction et équipements de transport 3. Services aux entreprises	47%	16%	16%	22%
Lituanie (Vilnius)	2,8 M	58	1. Numérique 2. Secteur Financier 3. Services aux entreprises	47%	47%	3%	3%
Total Europe		3912	1. Numérique 2. Services aux entreprises 3. Construction et équipements de transport	42%	40%	12%	6%

Source : EY European Investment Monitor, 2017

De 2013 à 2017, l'ouest des Pays-Bas, peuplé comme la région de 8 millions d'habitants, a reçu cinq fois plus d'investissements étrangers dans le numérique qu'Auvergne-Rhône-Alpes. La région d'Hessen en Allemagne qui compte 6 millions d'habitants en a reçu près du triple. Dans ces deux régions européennes, le numérique est le secteur qui a attiré le plus grand nombre de projets d'investissements étrangers sur la période.

A l'inverse de certaines régions, la région Auvergne-Rhône-Alpes présente un équilibre au niveau de ses investissements directs étrangers numériques.

La région peut s'appuyer sur les initiatives développées au sein de l'entente « Quatre moteurs pour l'Europe » qui travaille depuis 28 ans au renforcement de la compétitivité économique, scientifique et technologique des Régions Lombardie, Catalogne, Bade-Wurtemberg et Auvergne- Rhône-Alpes. En septembre 2017, cette entente européenne a organisé une mission économique au Danemark et en Suède autour des sciences de la vie et de la Clean Tech. Ce partage de savoir-faire et de bonnes pratiques permet à la région de réfléchir à de nouveaux projets économiques et technologiques autour de l'industrie numérique.



Laura Dupont

Ingénieure d'Affaires de
Business Geografic,
division de Cyril GROUP



Editeur de Systèmes d'Information Géographique (SIG)

La transformation numérique est-elle un sujet pour les collectivités locales ?

Les collectivités s'adressent souvent à nous pour agréger et structurer les informations utiles au développement du territoire et des services publics. La solution à cela ? La mise en œuvre d'un socle commun unique, connecté à une seule base de données. Nous fournissons la plupart du temps une application principale dans laquelle les communes puisent toute l'information utile. Elle est conçue à partir des besoins classiques des collectivités en deux thèmes : visualisation des données parcellaires et des données d'urbanisme.

Comment aidez-vous les collectivités à aller plus loin dans leur expérience numérique ?

Les collectivités se professionnalisent et cherchent de plus en plus à prendre la main aisément sur les outils disponibles. Aussi, nous nous adaptons en développant des solutions clés en main où l'utilisateur va pouvoir créer lui-même ses applicatifs sur mesure grâce à la richesse des outils de génération SIG et de publication web qui lui sont fournis. Aujourd'hui, de nouveaux modules peuvent même être mis en place à façon par les agents des collectivités. Ces modules sont tous connectés à un référentiel de données unique pour toujours plus de cohérence et de structuration. On parle de datamart dans le monde de la Business Intelligence, mais c'est un concept qui existe aussi depuis toujours au sein des collectivités territoriales. Dans cette approche, nous misons aussi sur la formation, destinée à la fois aux usagers des solutions mais aussi aux administrateurs, leur permettant une meilleure autonomie sur le développement de modules ou le paramétrage des outils.

Comment le dialogue avec vos clients vous fait-il progresser ?

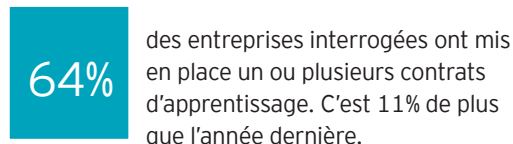
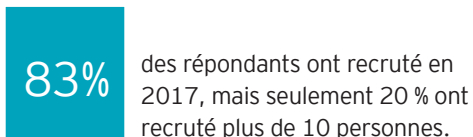
Les expériences avec nos clients font évoluer nos technologies, solutions et services. La Communauté d'Agglomération Loire Forez a été à ce titre inspirante car son souhait d'aller plus loin nous a aidé à répondre à de nouveaux besoins. De plus, ces échanges nous nourrissent pour élargir notre portefeuille de solutions, notamment avec les sujets de « ville intelligente ». Cela nous pousse à développer l'interopérabilité entre les solutions : les nôtres et celles des éditeurs dont les briques logicielles sont complémentaires aux nôtres.

Comment restez-vous connectés aux enjeux de votre secteur d'expertise ?

Nous sommes convaincus que les secteurs ne peuvent plus être cloisonnés comme auparavant. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle il y a déjà vingt ans en arrière, nous lançons un projet d'innovation majeure autour de notre générateur SIG universel, aujourd'hui breveté dans les principales zones du monde. Nous souhaitons faire connaître davantage les métiers des SIG, dont les compétences sont au croisement des domaines de la géographie et du numérique. Ces métiers sont aujourd'hui le carrefour de nombre d'autres métiers au sein des collectivités et mêmes des entreprises privées. Notre participation depuis 2016 à l'European Digital Skills and Jobs Coalition a justement pour but d'améliorer les compétences numériques dans le domaine de la géomatique - ou, traitement informatique de la dimension géographique. Nous menons par ailleurs des actions de promotion de nos métiers dans les collèges et lycées pour susciter l'intérêt de futurs géomaticiens.

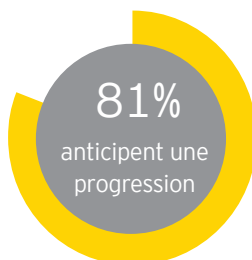
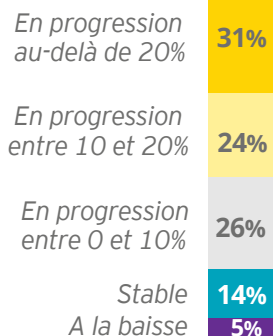
La situation conjoncturelle de l'industrie numérique : que disent les acteurs ?

Des entreprises qui continuent de recruter massivement



Les entrepreneurs de la région sont optimistes

Quelles sont vos prévisions d'évolution du CA 2018 sur 2017 ?



La confiance des dirigeants d'entreprises interrogés concernant les perspectives de croissance de leur chiffre d'affaires persiste. Ils sont 81% à anticiper une progression sur l'année 2018. Le moral des chefs d'entreprises de la région est particulièrement bon: 31% d'entre eux prévoient une croissance à plus de 20%, 55% attendent une croissance à deux chiffres.

Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018



Aline Bruyère

Directrice des Systèmes
d'Information de la
Communauté
d'Agglomération
Loire Forez



Agglomération de 88 communes et 110 000 habitants

En quoi le numérique a-t-il été un levier fédérateur pour votre agglomération ?

Initialement, nous n'avions pas de Systèmes d'Information Géographique (SIG) pour l'agglomération et ses 88 communes. Nous souhaitions partager les données et les projets, pour davantage construire ensemble et fédérer le territoire autour d'une même connaissance. Avec l'aide de Ciril GROUP, nous avons développé une base de données qui renferme aujourd'hui des informations utiles à l'ensemble des métiers œuvrant pour la Communauté d'Agglomération, à savoir les documents d'urbanisme, les autorisations des droits de sols, les données environnementales, de la voirie, du patrimoine, de l'adressage, des réseaux d'eau, de l'assainissement, des zones économiques, etc. De plus, la base de données peut être alimentée par des acteurs internes à la collectivité, mais aussi par des intervenants externes, par exemple pour des actions effectuées sur la voirie, les ouvrages d'art, etc.

Le projet de numérisation de vos données géographiques vous a finalement donné une plus grande maîtrise du développement de votre territoire ?

Effectivement, l'ouverture permise par la solution déployée nous donne la possibilité de paramétrer les modules, ou de générer des applications métiers à notre initiative. De même, la manipulation par nos équipes nous permet de collecter nous-mêmes nos données et de disposer d'indicateurs plus performants pour mieux piloter les services de l'agglomération. C'est un véritable outil d'aide à la décision favorisant un renforcement des liens entre les usagers et la collectivité.

Cette expérience a-t-elle changé votre regard sur cette notion de transformation numérique ?

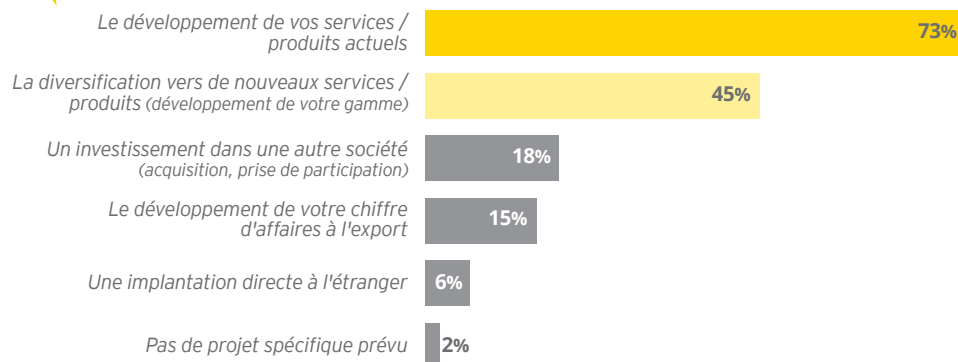
Nous comprenons désormais qu'un projet de transformation requière bien plus d'échanges que nous le pensions. Il ne suffit pas d'écrire un cahier des charges. La démarche est itérative et démarre souvent par la réponse à un premier besoin qui précède une montée en puissance progressive avec le souci d'une bonne appropriation par les utilisateurs. Nous constatons que les projets numériques les plus aboutis et ayant le plus d'impact positif auprès de la population sont ceux pour lesquels les services étaient les plus impliqués.

Comment évaluez-vous la maturité numérique des collectivités du territoire régional ?

Le principal défi pour la Région Auvergne-Rhône-Alpes est sans doute de soutenir plus massivement l'ensemble de ses collectivités dans leur projet de transformation numérique. Aujourd'hui, les financements sont concentrés dans les grandes agglomérations et les territoires en périphérie comme le nôtre risquent d'être délaissés. Le plus compliqué reste la sensibilisation de nos élus aux enjeux du numérique, on a besoin d'une impulsion par le haut ! Les entreprises du numérique doivent y contribuer. D'autres régions françaises s'inscrivent dans cette dynamique, les initiatives de l'Open Data Lab en Occitanie ou du CRIGE (Centre Régional de l'Information Géographique) en région PACA sont de belles sources d'inspirations.

Le développement des services/ produits actuels reste le levier de croissance n°1

Quels seront vos deux principaux leviers de croissance dans les 3 années à venir ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse parmi les deux principaux leviers de croissance

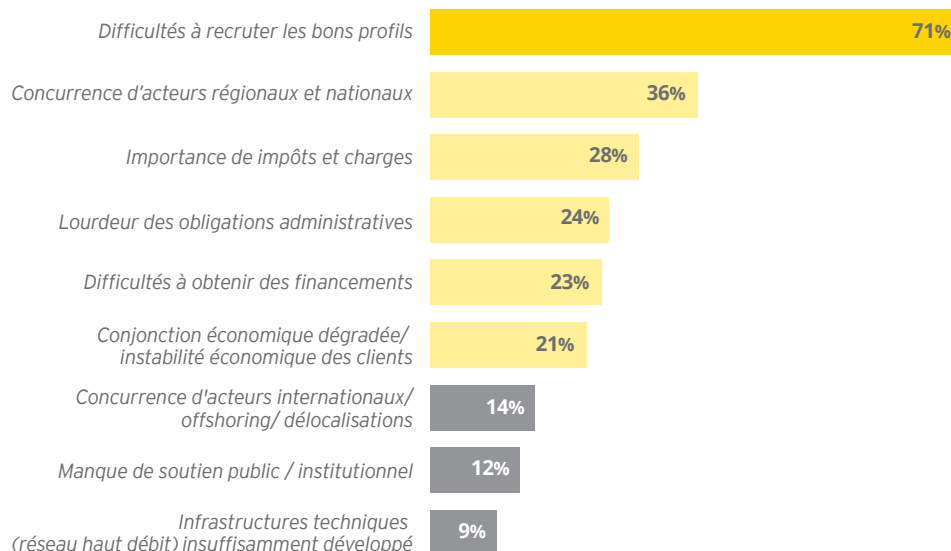
Le développement des services et des produits actuels sera le premier levier de croissance pour les entreprises de la région dans les 3 années à venir. 73% d'entre elles ont identifié cet élément parmi leurs deux principaux leviers de croissance. C'est conforme au profil des entreprises du panel interrogé, qui contient une part significative d'ESN, dont les activités de développement de services sont déjà très variées. Par ailleurs, les ESN ont intrinsèquement des difficultés à se développer à l'international, ce qui n'est pas forcément le cas des éditeurs de logiciels.

D'autres relais de croissance comme l'export sont en retrait. Ainsi, 15% des entreprises considèrent le développement de l'activité en dehors des frontières nationales comme un levier de croissance. Elles étaient 19% en 2017. Il s'agit pourtant d'un axe de développement que les entreprises de la région doivent saisir.



La conjoncture économique est mieux notée qu'en 2017, preuve d'une amélioration globale de l'économie

Quel est votre principal frein au développement ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse parmi les trois principaux freins à leur développement

Cette année encore, le premier frein au développement des entreprises régionales reste la difficulté à recruter les bons profils. La tension sur le recrutement s'accroît puisque 71% des entreprises le constatent, contre 60% en 2017.

La pression fiscale marque le pas et occupe cette année la 3^e place. Cette année, seulement 21% des entreprises citent la conjoncture économique dégradée et l'instabilité économique des clients comme un frein à leur développement, contre 35% en 2017.

C'est un recul important qui témoigne de l'amélioration globale de l'économie. De la même manière, seules 14% des entreprises interrogées considèrent aujourd'hui la concurrence des acteurs internationaux, l'offshoring et les délocalisations comme étant des obstacles à leur activité, contre 20% l'année dernière.

Les lourdeurs administratives continuent d'être considérées comme un frein au développement des entreprises : cet élément arrive en 4^e position des propositions les plus citées.

Les entreprises du numérique expriment toujours des problématiques majeures sur les questions de recrutement

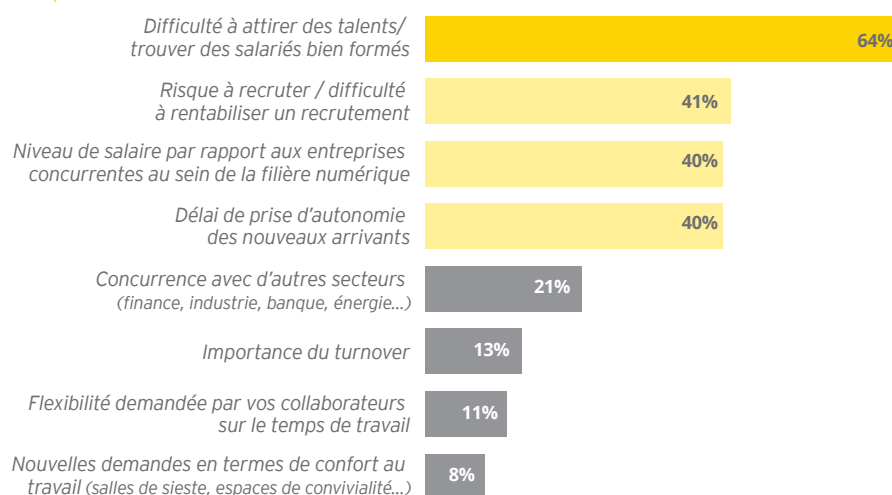
Emploi : le déséquilibre entre l'offre et la demande persiste

Le secteur du numérique a transformé la façon dont nous travaillons et de nouvelles compétences sont attendues dans la plupart des métiers. De fortes tensions de recrutement persistent et freinent le développement des entreprises du numérique. Alors que les difficultés de recrutement, tous secteurs confondus, concernent seulement 29% des chefs d'entreprises français, pour plus de 60% des entreprises du numérique d'Auvergne-Rhône-Alpes, l'attraction des talents bien formés reste une difficulté majeure.

Les recruteurs sont par ailleurs toujours plus attentifs aux soft skills des ingénieurs et techniciens du numérique, rendant alors la tâche d'autant plus difficile.

Si l'industrie numérique est aujourd'hui l'une des plus dynamiques, rentabiliser le recrutement est un obstacle mentionné par 40% des entreprises de la région.

Quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez dans la gestion des ressources humaines ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse en difficulté élevée ou très élevée



Laurent Fiard

Président Directeur
Général de Visiativ,
et Olivier Krafft,
Directeur Marketing



Editeur et intégrateur de logiciels

Comment les dirigeants doivent-ils aborder la transformation numérique de leur entreprise ?

Le numérique est un véritable levier de la stratégie d'une entreprise, au service de sa compétitivité et de sa croissance. Le dirigeant doit être en capacité de prendre de la hauteur pour appréhender non pas les technologies, mais les opportunités d'usages. Son impulsion est décisive dans la réussite de la transformation numérique. Dans ce contexte, l'enjeu pour le dirigeant est d'optimiser le modèle économique de son entreprise et d'en faire une « smart entreprise », souple et ouverte.

Comment déclinez-vous le concept de smart entreprise ?

La smart entreprise s'appuie sur 4 axes, sur lesquels elle peut sans cesse réinventer :

- ▶ L'innovation, pour automatiser la création produit, moteur de croissance.
- ▶ L'excellence opérationnelle, pour rendre intelligents les processus et ainsi améliorer la rentabilité.
- ▶ Le management, pour mobiliser les collaborateurs et mieux travailler.
- ▶ L'écosystème, pour améliorer la proximité avec les clients, partenaires et fournisseurs.

Une transformation numérique n'est jamais achevée car un modèle économique est en constante évolution pour s'adapter aux nouvelles exigences clients ou tenir compte de la concurrence. Les entreprises doivent mener des réflexions perpétuelles sur ces axes.

Quel rôle peuvent jouer les acteurs de l'industrie numérique ?

Notre rôle, en tant qu'expert, est de rassurer les dirigeants en évitant un vocabulaire qui leur paraît trop abstrait (intelligence artificielle, blockchain,...). Nous nous attachons à faire vivre une dynamique de rencontre, d'échanges et de témoignages entre

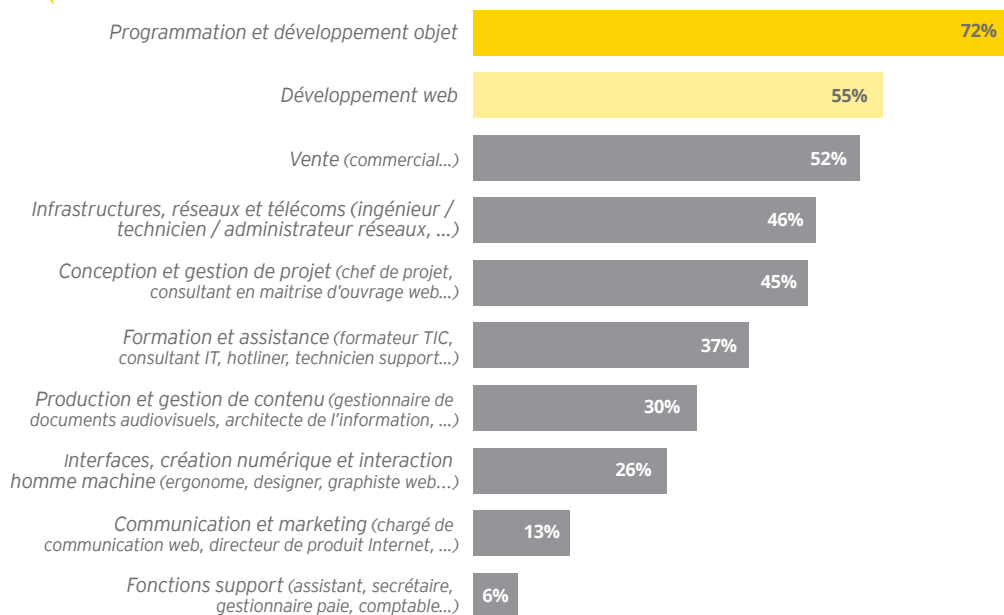
dirigeants d'entreprises. Présenter des vécus et des exemples d'usage du numérique est primordial pour susciter l'intérêt des dirigeants et les embarquer dans la transformation numérique. Ensuite seulement nous réalisons un audit de l'entreprise pour identifier ses enjeux, ses problèmes. On est alors en mesure de co-construire avec le dirigeant et son équipe une feuille de route, constituée de briques à mettre en place sur chacun des 4 axes. Puis, nous procédons par petites étapes. Le retour sur investissement est mesuré constamment car le client doit toujours challenger sa démarche.

Vous appelez à une accélération de la transformation numérique de l'économie. Comment procéder ?

Il faut mettre en place des lieux d'expérimentations présentant concrètement comment on peut se transformer. Le projet de Campus Numérique de Charbonnières-les-Bains pourrait être l'occasion de monter ces vitrines opérationnelles. Le décroisement est un principe qui prévaut en la matière : les projets deviennent multi-métiers, les clusters font de la complémentarité un impératif et la collaboration entre les entreprises, les instituts de recherche et les organismes de formation est encouragée. Il faut veiller à réduire le risque de fracture entre les besoins d'une entreprise et ce qu'un territoire peut fournir. Malheureusement ce risque s'accroît aujourd'hui, notamment sur l'adéquation de l'emploi. C'est un sujet stratégique qui demande des moyens pour ne pas perdre de points de compétitivité par rapport à nos voisins, notamment l'Allemagne, en avance sur le thème de l'industrie du futur. Les pouvoirs publics ont un rôle à jouer en mettant en place un cadre adéquat et en encourageant des moments de rencontres entre les entreprises comme par exemple l'Entreprise du futur. Les salons Siane et Serviciz, organisés par la CCI de Toulouse, sont également des événements qui doivent nous inspirer.

Les profils de programmation et développement objet, ou de développement web sont les plus difficiles à recruter

Avez-vous des difficultés à recruter les profils de métiers suivants ?



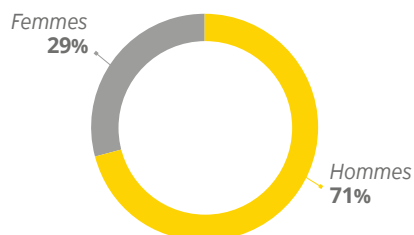
Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse en difficulté élevée ou très élevée

Les tensions de recrutement apparaissent pour la plupart des métiers du numérique. Sont principalement concernées les compétences techniques (programmation et développement objet, développement web, infrastructures, réseaux et télécoms) mais aussi les soft skills en commercial et management (conception et gestion de projet, vente).

En revanche, la pénurie de main d'œuvre dans les métiers support est moins prononcée.

Les femmes encore sous-représentées dans l'industrie numérique

Quelle est la répartition H/F dans votre entreprise ?



En matière de féminisation, le numérique est à la traîne.

Parmi les entreprises de la région interrogées, la répartition Hommes-Femmes est en fort déséquilibre : le pourcentage de femmes dans les effectifs n'atteint pas 30%.

Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018



**Jérôme Van
Straaten**

Président d'Altix



ALTIX

Fabricant de machines pour l'industrie électronique

Qu'est-ce qui a donné l'impulsion à votre projet ?

Il y a un an, avec la volonté de prendre véritablement le virage du numérique, nous avons formulé deux objectifs principaux : améliorer la performance au quotidien de l'entreprise et améliorer le service aux clients. L'approche est radicalement différente de celle que nous avons eue il y a 10 ans avec la mise en place d'un ERP et de toute une chaîne de données liée, que nous considérons avec le recul plus comme une démarche informatique.

Comment s'est déroulée la mise en œuvre de votre transformation numérique ?

Visiativ nous a présenté une approche globale appuyée sur un audit mené avec toutes les personnes clés de l'entreprise, qui a fait émerger de nouveaux sujets.

Nous avons parcouru tous nos enjeux stratégiques sans penser aux outils. Finalement, les propositions de Visiativ sur les 4 axes étaient cohérentes. Par exemple, pour déployer pleinement un axe « écosystème » adéquat pour Altix, trois briques sont à mettre en œuvre : un extranet client, un catalogue de pièces détachées et un portail fournisseur.

Qu'avez-vous apprécié dans la relation avec Visiativ ?

Visiativ met en place un « engagement de confiance » sur trois ans qui garantit un accompagnement permanent et l'objectif de tout installer à cet horizon. L'engagement comprend la conduite du changement, une assistance dédiée, et la possibilité d'adapter les applications déployées, sorte de « droit de changer » très rassurant pour une entreprise comme la nôtre.

Ce virage numérique est-il celui auquel vous vous attendiez ?

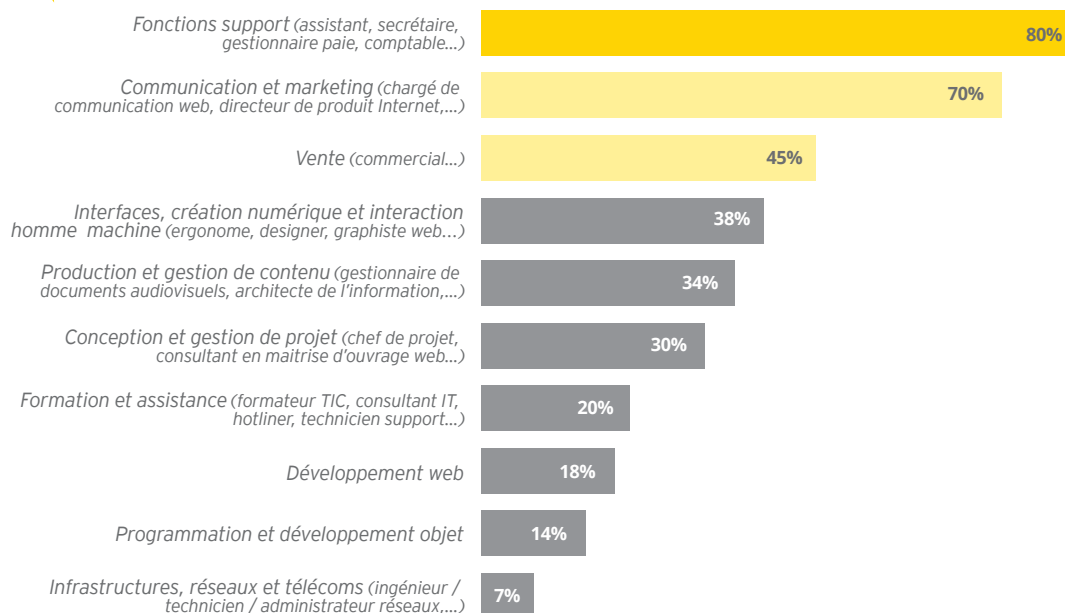
Avec le recul, nous réalisons que nous avons conduit une large réflexion sur des axes majeurs de l'entreprise. C'est finalement un projet d'évolution stratégique de l'entreprise, qui demande un portage fort du dirigeant car on va demander aux collaborateurs de s'adapter à cette évolution importante. Cela a également été l'opportunité de moderniser l'entreprise et de la rendre plus attractive auprès des jeunes talents dont nous avons besoin.

La transformation numérique, une fois amorcée, peut-elle trouver une fin ?

La transformation numérique est constante car elle interroge les modèles économiques. Demain, Altix glissera peut-être davantage vers le service car la collecte des données nous permettra par exemple d'offrir de la maintenance prédictive sur nos machines. Quoi qu'il en soit, l'entreprise sera certainement plus réactive et efficace. Il est évident que toutes les entreprises doivent aborder ce virage. Le principal défi pour une PME est de détacher des ressources humaines (par exemple un Chief Digital Officer) pour piloter des sujets transversaux comme celui de la transformation numérique.

Les femmes sont sous-représentées dans les postes techniques du numérique

Quelles sont les fonctions principalement occupées par des femmes ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse en fonctions occupées ou souvent occupées

Les postes d'infrastructures, de réseaux et télécoms, de formation et assistance technique, de développement web, programmation et développement objet, et de conception et gestion de projet sont des métiers prometteurs dans lesquels les femmes sont encore trop absentes.

Elles sont en revanche plus présentes dans les postes de fonctions support, de communication et marketing et vente.

Les entreprises interrogées relèvent la difficulté à trouver des candidats qualifiés, et soulignent que cette tâche est encore plus difficile lorsqu'il s'agit de recruter des femmes.

L'enjeu est aujourd'hui de taille pour le secteur. Il s'agit de rendre attractifs les métiers du numérique auprès des femmes afin que les filières de formation dédiées se féminisent. La reconversion professionnelle peut également être un levier. Pour les entreprises interrogées, il y a un enjeu à informer les femmes que les entreprises du numérique sont en capacité de sécuriser leur parcours professionnel.

Une égalité salariale presque parfaite

En Auvergne-Rhône-Alpes, à fonction et qualification égales, les salaires des hommes et des femmes sont à 99% égaux.



2

La transformation digitale : les clés de réussite

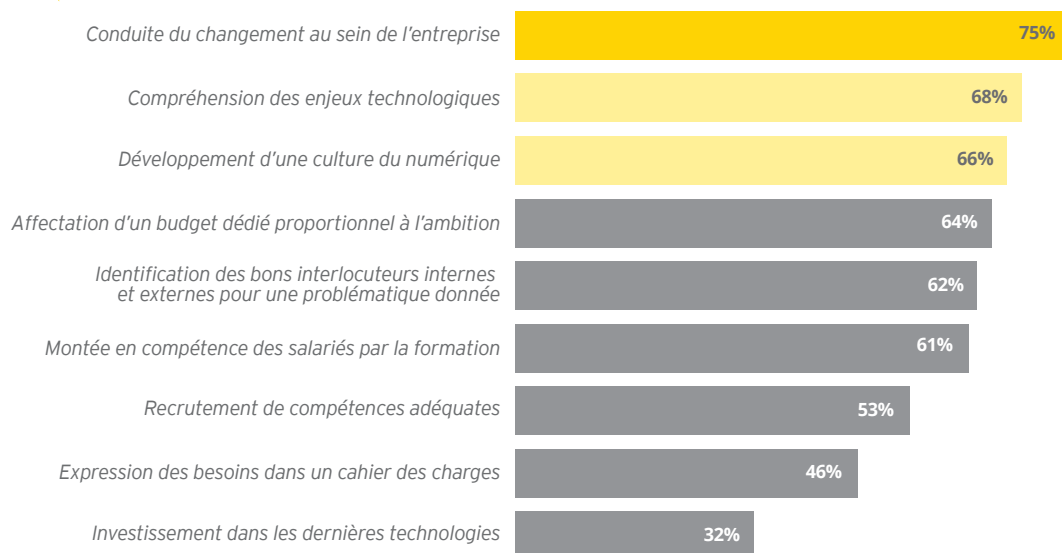
Le point de vue des acteurs

Dans une économie sur le chemin de la reprise, l'industrie du numérique est un facteur clé car elle irrigue tous les secteurs. La transformation numérique est une lame de fond qui bouleverse de manière inéluctable, la relation client, les processus, etc..., jusqu'aux modèles d'affaires.

La transformation digitale des entreprises est un champ à investir massivement pour permettre à l'industrie numérique d'accélérer. Quelques clés de réussite pour aborder au mieux le phénomène sont exprimées par les acteurs.

Encourager la conduite du changement

Selon vous, sur quels axes les entreprises hors filière numérique devraient-elles se concentrer pour réussir leur transformation numérique ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse en importance élevée ou très élevée

Pour 75% des entreprises du panel, la réussite de la transformation numérique tient fortement à la conduite du changement au sein des entreprises. La compréhension des enjeux technologiques figure en deuxième position, suivi de près par le développement d'une culture du numérique : la transformation numérique n'est donc pas uniquement technologique, elle est également synonyme d'une nouvelle culture.

L'implication de tous les salariés dans la mue digitale est essentielle : 61% des entreprises interrogées considèrent la montée en compétence des salariés par la formation comme un axe important.

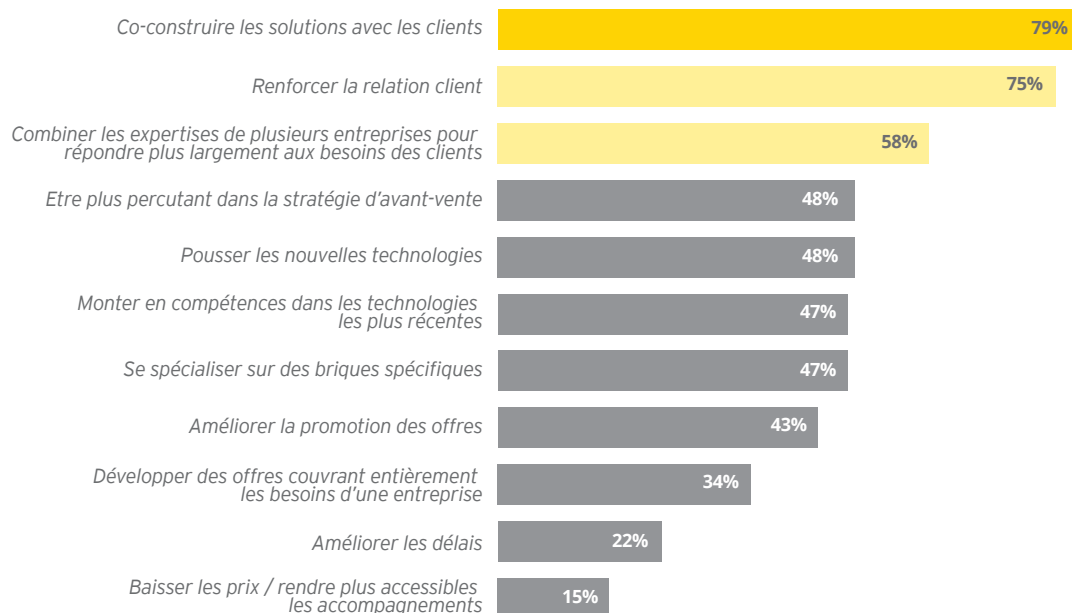
Elles expriment également le besoin d'impliquer la direction générale et les métiers dans l'ensemble des projets de transformation, tout comme l'allocation d'un budget dédié à la hauteur de leur ambition.

Le numérique ne doit pas être considéré comme une activité isolée de l'entreprise, il est important de décliner la stratégie générale de l'entreprise en une stratégie digitale.

Enfin, l'investissement dans les dernières technologies ne figure pas parmi les préoccupations majeures des entreprises qui se transforment.

Créer un écosystème favorable à la co-construction

Quels sont selon vous les axes à développer pour mieux accompagner les entreprises dans leur transformation numérique ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Digital League 2018, en % des répondants ayant cité la réponse en importance élevée ou très élevée

Près de 80% des entreprises placent la co-construction des solutions avec les clients comme un axe d'amélioration important, pour mieux accompagner les entreprises dans leur transformation numérique.

Co-construire permet de proposer une offre personnalisée plus pertinente. À ce titre, renforcer la relation client est le deuxième axe d'amélioration identifié.

Combiner des expertises de plusieurs entreprises pour répondre plus largement aux besoins des clients est également perçu comme un levier d'amélioration majeur.

Il s'agit de réfléchir avec plusieurs partenaires pour proposer aux clients une solution optimale.

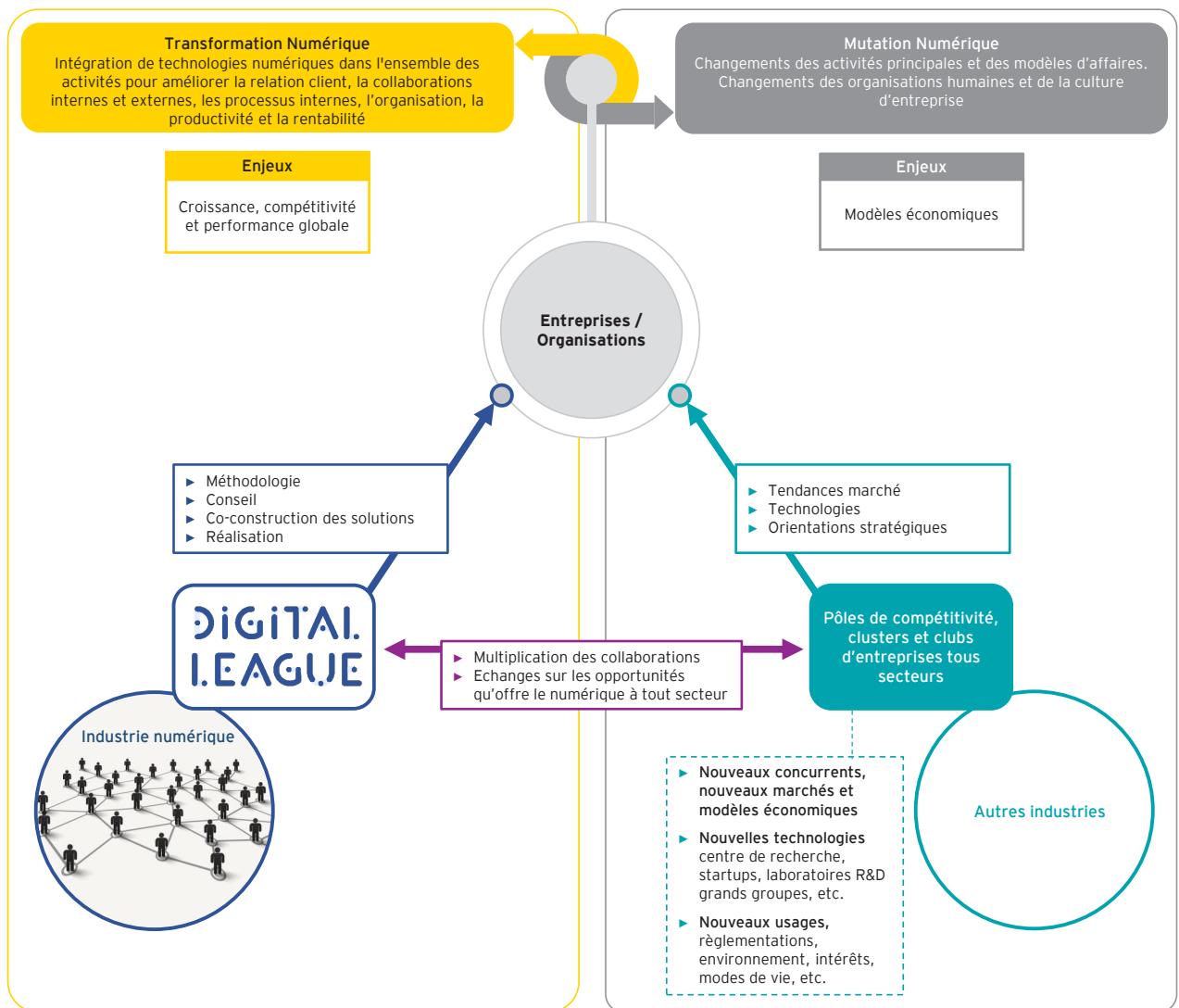
Enfin, moins de 25% des entreprises appellent à concentrer les efforts sur les prix ou les délais pour améliorer cet accompagnement.



Le rôle majeur des entreprises de l'industrie numérique dans la transformation digitale

Afin de s'y retrouver dans le maquis des définitions de la transformation digitale, l'Observatoire du Numérique propose une vision de ce phénomène. Le schéma ci-dessous a été élaboré à partir des témoignages et points de vue des acteurs de l'industrie numérique, mis en perspective par les analyses d'EY et Digital League.

→ La transformation digitale vue par les acteurs de l'industrie numérique



La transformation numérique

Phénomène dans lequel l'enjeu est la croissance, la compétitivité et la performance globale de l'entreprise ou organisation. La question qui se pose ici est : *Comment assurer sa pérennité dans un environnement concurrentiel et en constante évolution ?*

Une industrie de PME

Les entreprises de l'industrie du numérique sont pour la plupart spécialisées par type de solution et/ou par métier/secteur. Les projets numériques exigent souvent des compétences multiples et requièrent par conséquent un fonctionnement en réseau, via des collaborations ou coopérations.

80%

des emplois du numérique sont positionnés au sein des PME régionales

Le rôle de ces entreprises est de fournir des solutions technologiques aux entreprises et organisations, mais également d'apporter méthodologie et conseil, dans une logique de co-construction avec les clients.

Digital League

Animateur de l'écosystème et facilitateur de collaborations, le cluster est un véritable point d'entrée pour toute problématique de transformation numérique des entreprises en région Auvergne-Rhône-Alpes. L'action du cluster est organisée selon 4 axes stratégiques :

- **Fédérer** : faciliter les relations entre les adhérents et structurer la filière au travers d'échanges organisés ;
- **Grandir** : fournir aux entreprises des outils et des moyens pour leur croissance ;
- **Rayonner** : donner la possibilité aux entreprises d'explorer de nouveaux marchés et de se rendre visible à l'international ;
- **Transformer** : apporter la technologie mais surtout la méthodologie aux entreprises traditionnelles pour effectuer leur transformation numérique.

Source : EY / Digital League

La mutation numérique

Phénomène plus profond qui induit pour l'entreprise une évolution de ses activités principales et de ses modèles d'affaires. L'enjeu porte davantage sur la stratégie globale de l'entreprise au sein de son écosystème. Les interrogations principales sont : *Comment se préparer à l'arrivée de nouveaux modèles ? Comment les détecter et se les approprier ?* En conséquence, les organisations humaines / sociétales, les mentalités et la culture sont fortement impactées.

Pôles, clusters et clubs d'entreprises

Ils ont pour rôle d'impulser et de piloter des actions pour l'intérêt collectif de secteurs ou domaines particuliers, mais aussi de présenter les tendances marché, les veilles technologiques et d'usages, les orientations stratégiques. Ces pôles, clusters ou clubs ont donc pour mission de sensibiliser les entreprises de secteurs spécifiques sur les opportunités qui se présentent et d'alerter sur les risques associés.

Liens entre les clusters

La transversalité du numérique pousse les entreprises et organisations à être multi métiers et toujours plus ouvertes, jusqu'à devenir de véritables plateformes.

Pour accompagner les nouveaux enjeux associés, les clusters et autres groupements d'entreprises ont intérêt à multiplier les collaborations entre eux, notamment afin d'appréhender les opportunités que le numérique peut offrir à tous les autres secteurs.

Digital League peut jouer ce rôle d'animateur du travail en inter-cluster sur la thématique de la transformation numérique.

Les entreprises et organisations

Pour une entreprise ou une organisation, s'inscrire dans la transformation digitale c'est à la fois déployer de nouvelles solutions pour devenir plus efficiente et plus compétitive (la transformation numérique) mais également remettre en question ses modèles d'affaires et son organisation humaine (mutation numérique).

Dans ces démarches complexes de transformation numérique, Digital League et ses 500 membres sont là pour accompagner au mieux les entreprises qui se lancent dans l'aventure, quel que soit son secteur ou sa taille.



3

Méthodologie

Cette troisième édition de l'Observatoire de l'industrie numérique Digital League et EY repose sur :

- Un questionnaire administré en ligne
- Des entretiens qualitatifs permettant des points de focus sur des thématiques majeures
- Une enquête quantitative via des bases de données
- Des recherches thématiques ciblées et l'utilisation d'études EY précédemment publiées

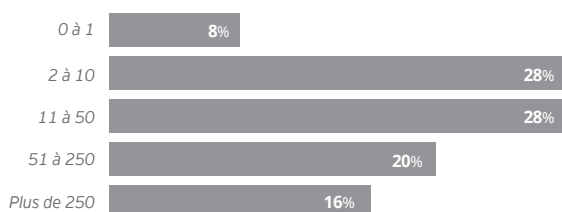
Le questionnaire en ligne administré à un large panel d'entreprises du numérique

173 entreprises de toutes tailles, chiffres d'affaires et effectifs, allant des start-up aux grands groupes ont répondu au questionnaire élaboré. Les questions, fruit d'une concertation entre EY et Digital League, ont porté sur leur perception de l'industrie numérique dans la Région ainsi que sur leurs attentes en termes de transformation numérique. Quelques questions ont également ciblé les problématiques de l'emploi.

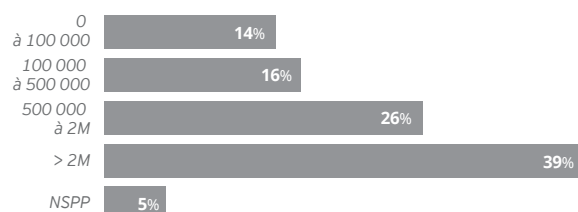
Ont été également conservées des questions jalon de la deuxième édition, afin de suivre les évolutions sur plusieurs années. Les données ont été recueillies de façon anonyme.

Ci-dessous, sont représentés les profils des entreprises qui ont répondu à l'enquête :

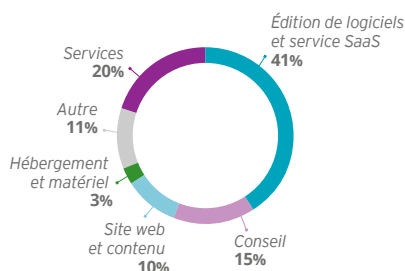
➔ Effectif des entreprises répondantes (dans le monde)



➔ Chiffre d'affaires des entreprises répondantes (en €)



➔ Quelle est l'activité principale exercée par votre entreprise ?



Fabrication et commerce de gros d'Hardware

- ▶ Fabrication de cartes et de composants électronique, d'ordinateurs et d'équipements périphériques, d'équipement de communication
- ▶ Commerce et réparation de produits du numérique

Codes NAF correspondants : 26.11Z / 26.12Z / 26.20Z / 26.30Z / 26.40Z / 46.51Z / 46.52Z / 95.11Z / 95.12Z

Commerce de détail d'Hardware, contenu, réseaux

- ▶ Commande de détail d'ordinateurs, d'unité périphérique et de logiciels
- ▶ Commerce de détail de télécommunication, de matériel audio et vidéo en magasin spécialisé
- ▶ Construction de réseaux électriques et de télécommunications
- ▶ Production et post-production de films, vidéos et programmes

Codes NAF correspondants : 42.22Z / 47.41Z / 47.42Z / 47.43Z / 59.11A / 59.11B / 59.11C / 59.12Z

Codes NAF utilisés pour la vision Observatoire

Logiciels	58.29A	▶ Édition de logiciels système et de réseau
	58.29B	▶ Édition de logiciels outils de développement et de langages
	58.29C	▶ Édition de logiciels applicatifs
	62.01Z	▶ Programmation informatique
Services	62.02A	▶ Conseil en systèmes et logiciels informatiques
	62.02B	▶ Tierce maintenance de systèmes et d'applications informatiques
	62.03Z	▶ Gestion d'installations informatiques
	62.09Z	▶ Autres activités informatiques
	63.11Z	▶ Traitement de données, hébergement et activités connexes
	63.12Z	▶ Portails internet
Télécommunications	61.10Z	▶ Télécommunications filaires
	61.20Z	▶ Télécommunications sans fil
	61.30Z	▶ Télécommunications par satellite
	61.90Z	▶ Autres activités de télécommunication
Jeux	58.21Z	▶ Édition de jeux électroniques

Les entretiens qualitatifs réalisés auprès d'entreprises de l'industrie numérique de la région et d'entreprises ou organismes ayant bénéficié d'accompagnement dans leur transformation digitale

Les entretiens ont été retranscrits sous forme d'interviews croisés, sur le thème de la transformation digitale. Ont été sollicités des représentants d'entreprises et de collectivités de notre territoire, que nous remercions pour leur contribution. Ainsi, nous adressons un grand merci à :

- ▶ **Guillaume Vernat**, Co-fondateur et Directeur Général de Coffreo
- ▶ **Sandrine Rampon**, Directrice administrative et financière et Co-Fondatrice de Confluent Intérim
- ▶ **Frédéric Peyrard**, Directeur Technique de Doing
- ▶ **Henri Callet**, Directeur Marketing de Ceetal
- ▶ **Laura Dupont**, Ingénieure d'Affaires de Business Geographic, division de Ciril GROUP
- ▶ **Aline Bruyère**, Directrice des Systèmes d'Information de la Communauté d'Agglomération Loire Forez
- ▶ **Laurent Fiard**, Président Directeur Général de Visiativ
- ▶ **Olivier Krafft**, Directeur Marketing de Visiativ
- ▶ **Jérôme Van Straaten**, Président d'Altix

L'enquête quantitative via des recherches sur les bases de données

Pour réaliser les recherches sur les bases de données, nous avons retenu une compréhension resserrée de l'industrie numérique intégrant les codes NAF sur les activités Logiciels, Services, Jeux et Télécommunications.

Trois sources principales de données ont été utilisées :

- ▶ L'ACOSS, caisse nationale du réseau des Urssaf : données annuelles sur la période 2012-2017 selon la NAF 732.
- ▶ La base Diane +.
- ▶ La base interne de la société EY, EIM - EY Investment Monitor 2017 - afin de comparer les investissements directs étrangers dans la région Auvergne-Rhône-Alpes et par rapport à d'autres régions et villes-régions européennes.





8%



CONNECTION
ANALYSIS
DATA
SEARCHING
VERIFICATION
CODING
SENDING



Oct

Nov

Dec

EY | Audit | Conseil | Fiscalité et Droit | Transactions

EY est un des leaders mondiaux de l'audit, du conseil, de la fiscalité et du droit, des transactions. Partout dans le monde, notre expertise et la qualité de nos services contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et les marchés financiers. Nous faisons grandir les talents afin qu'ensemble, ils accompagnent les organisations vers une croissance pérenne. C'est ainsi que nous jouons un rôle actif dans la construction d'un monde plus juste et plus équilibré pour nos équipes, nos clients et la société dans son ensemble.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun est une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Retrouvez plus d'informations sur notre organisation sur www.ey.com.

© 2018 Ernst & Young Advisory.
Tous droits réservés.

Studio EY France – 1808SG459
© Photos : Shutterstock
Score France N° 2018-059

Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale ou autre. Pour toute question spécifique, vous devez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/fr

Contributeurs EY à la réalisation de cet Observatoire :

Fabrice Reynaud - Directeur Associé EY Consulting
Nicolas Sielanczyk - Manager
Damien Chanas
Lucile Varnat
Sabrina Benyahia
Isabelle Girardot

Digital League

Digital League est le cluster des entreprises de la filière numérique en Auvergne-Rhône-Alpes. Avec +500 membres, notre objectif est de favoriser la croissance économique et l'emploi en région. Digital League propose à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, des actions au service de 4 missions : fédérer, grandir, rayonner, transformer. Au quotidien, Digital League favorise l'échange des bonnes pratiques entre entrepreneurs, écoles, laboratoires, investisseurs et institutionnels pour faire naître des synergies gagnantes.

© Digital League

digital-league.org