

AUVERGNE – Rhône-Alpes

Observatoire de la Filière Numérique

Avril 2016

En partenariat avec :



Auvergne – Rhône-Alpes

Juliette Jarry

*Vice-Présidente de la région Auvergne-Rhône-Alpes
déléguée à l'économie de proximité, au commerce,
à l'artisanat, aux professions libérales et au numérique*

La région Auvergne-Rhône-Alpes a la volonté de devenir une référence européenne dans le secteur du numérique... et elle en a le potentiel : un réseau important d'universités et d'écoles reconnues, des laboratoires de pointe, un tissu économique dense et diversifié.

L'Observatoire de la filière numérique en région, réalisé à l'initiative du Clust'R Numérique avec le concours d'EY et le soutien de la région Auvergne-Rhône-Alpes, va permettre de disposer de données « terrain » pour identifier les priorités des années à venir.

Cet observatoire met en lumière plusieurs axes de réflexion :

- ▶ La filière du numérique se développe. Toutefois cette croissance est limitée par la difficulté à recruter, largement citée par les entreprises interrogées. Les données statistiques que vous découvrirez dans cette étude viennent conforter le souhait de la région de porter un grand projet autour des métiers du numérique, alliant formation initiale, formation continue et services aux entreprises ;
- ▶ L'Observatoire révèle que l'attractivité de la région auprès des entreprises internationales du secteur numérique est insuffisante. En effet, notre région se classe en 17^e position européenne, derrière Copenhague, Düsseldorf et Berlin... Une réflexion doit donc s'engager sur la promotion de notre grande région à l'international et sur les facteurs de son attractivité ;

- ▶ Enfin, l'export et le renforcement des liens avec la recherche apparaissent comme deux leviers de croissance clés. La région accorde une grande importance à ces deux questions, qu'elle abordera notamment lors de la rédaction du Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation actuellement en cours de construction. Chacun peut d'ailleurs y contribuer en postant ses commentaires : www.ambition-eco2021.auvergnerhonealpes.eu/

Je remercie toutes les entreprises qui ont pris le temps de répondre au questionnaire de l'Observatoire. La région Auvergne-Rhône-Alpes a fait du numérique une priorité, les grandes tendances issues de cette étude confirment à quel point nous avons des projets passionnants à mener ensemble sur notre territoire, au service du développement de l'activité économique et de l'emploi.



Jean-Michel Bérard

Président du Clust'R Numérique

Le numérique est un secteur essentiel à l'économie en général car il est désormais le principal levier de transformation des entreprises et des organisations. C'est un secteur dynamique en matière de création d'emplois et de richesses, mais qui en même temps bouscule les modèles économiques classiques et les pratiques managériales installées.

Créer un Observatoire annuel de la filière numérique permet de fournir des informations fiables et exploitables quant à l'évolution de cette filière en Auvergne-Rhône-Alpes. Son ambition est de restituer les problématiques propres à ses acteurs, d'identifier les principaux freins au développement et de sensibiliser les décideurs publics et privés aux attentes de ce secteur.

L'Observatoire a vocation à s'installer dans la durée et constituera un référentiel précieux pour préparer les années à venir, en appréciant les enjeux et contraintes de la filière et les grandes tendances qui la conduisent.

Le cas échéant, si vous n'avez pas été sollicité pour répondre au questionnaire de cet observatoire, je vous invite, sans attendre, à rejoindre les 1 200 entreprises numériques inscrites dans l'annuaire : <http://www.rhonealpesdigital.com>

En plus de vous proposer gracieusement de la visibilité sur Internet (Fiches entreprise consultées en moyenne deux à trois fois par mois), vous aurez la certitude d'être invité à répondre à la prochaine édition.

Car au-delà des chiffres et tendances de la filière numérique Auvergne-Rhône-Alpes, doter la filière d'indicateurs pour permettre aux entreprises de se positionner en termes de performance fait aussi partie des ambitions de l'Observatoire, afin que la région puisse affirmer son rôle de premier plan à l'échelle nationale et européenne.

Depuis 2008, notre Clust'R Numérique travaille à structurer une des toutes premières filières numériques d'Europe en favorisant la performance et l'innovation des ETI, PME et TPE numériques, en levant les freins à la croissance par le networking et le partage de bonnes pratiques, au travers d'actions collectives pour l'innovation, le business et l'export, la formation et l'expertise, l'entrepreneuriat...

Cet observatoire, tout comme <http://www.digitalsummr.com/fr/>, 1^{er} événement dédié à l'efficacité des Entreprises Numériques en Europe, complète notre offre de service et concourt à cet objectif ambitieux de faire d'Auvergne-Rhône-Alpes l'une des toutes premières filières numériques d'Europe.



Christophe Georget

Associé - EY Advisory

Responsable régional de l'activité Conseil

Depuis plus de 25 ans, EY a souhaité renforcer son implantation dans les régions françaises et en particulier en Auvergne-Rhône-Alpes afin de participer activement au développement économique local en assistant les entrepreneurs dans leurs projets.

Historiquement, notre région a permis la création d'acteurs de la filière numérique, de dimension internationale, Capgemini, Sopra et Cegid par exemple. La filière numérique est l'un des fleurons de notre région et ses acteurs méritent donc toute notre considération. Elle compte aujourd'hui plus de 2 000 établissements et génère plus de 43 000 emplois très majoritairement qualifiés.

L'attention que les acteurs économiques ou politiques porteront à la filière numérique aura des impacts directs ou indirects évidents sur notre économie, à court, moyen et long terme.

C'est pour cela que nous avons souhaité avec enthousiasme nous associer à l'initiative du Clust'R Numérique. La valorisation de la filière, le développement des synergies et des collaborations entre acteurs, le renforcement de l'offre en matière de formation et le soutien aux entreprises du numérique nous semblent, en effet, quelques-uns des facteurs clés de succès. Ils dépassent, comme expliqué ci-dessus, le cadre même de la seule filière numérique pour devenir ceux de l'ensemble de l'économie régionale.

Sommaire

06

Ce qu'il faut retenir

10

**Emploi :
le numérique en hypertension**

24

**Entre attractivité et
développement à l'international :
un rayonnement en demi-teinte**

40

**L'innovation reste le principal
carburant de la croissance**

50

Méthodologie

Ce qu'il faut retenir



L'emploi dans le numérique en Auvergne-Rhône-Alpes pèse 22% de celui de l'Île-de-France, mais progresse trois fois plus vite

En France,
plus de **26 000**
emplois créés
en 5 ans

Les emplois en Auvergne-Rhône-Alpes ont connu une dynamique **3 fois** supérieure à l'Île-de-France.

C'est en Île-de-France, avec un peu moins de **7 000 emplois** créés entre 2010 et 2014 que la variation d'effectifs est la plus importante.

En Auvergne-Rhône-Alpes, **4 700 emplois** ont été créés, soit environ $\frac{2}{3}$ du nombre d'emplois créés en Île-de-France.

Régions	Effectifs 2014	Variations 2010-2014
1. Île-de-France	263 314	2,7%
2. Auvergne-Rhône-Alpes	57 141	9%
3. Provence-Alpes-Côte d'Azur	34 922	5,9%
4. Pays de la Loire	27 311	7,2%
5. Nord-Pas-de-Calais-Picardie	26 438	8,2%
6. Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes	25 394	-0,6%
7. Bretagne	21 987	5,5%
8. Alsace-Lorraine-Champagne Ardenne	18 646	10%
9. Centre	11 448	-1,9%
10. Midi-Pyrénées-Languedoc-Roussillon	11 149	11,2%
11. Normandie	8 823	-6,8%
12. Bourgogne-Franche-Comté	5 969	16,5%
13. Corse	741	-3,4%

x 3

Source : ACOSS



Près de la moitié des entreprises déclarent avoir des postes non pourvus

45% des répondants déclarent avoir des postes non pourvus. 57% d'entre eux sont destinés à des développeurs informatiques.

Comptez-vous à ce jour des postes non pourvus ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016



Des perspectives optimistes pour les entrepreneurs du numérique

Pour 2016, en grande majorité, les entreprises interrogées anticipent une augmentation de leur chiffre d'affaires et prévoient de créer des nouveaux postes.

Quelles sont les prévisions d'évolution de CA sur 2016 ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016

72%

des entreprises prévoient de créer des nouveaux postes en 2016

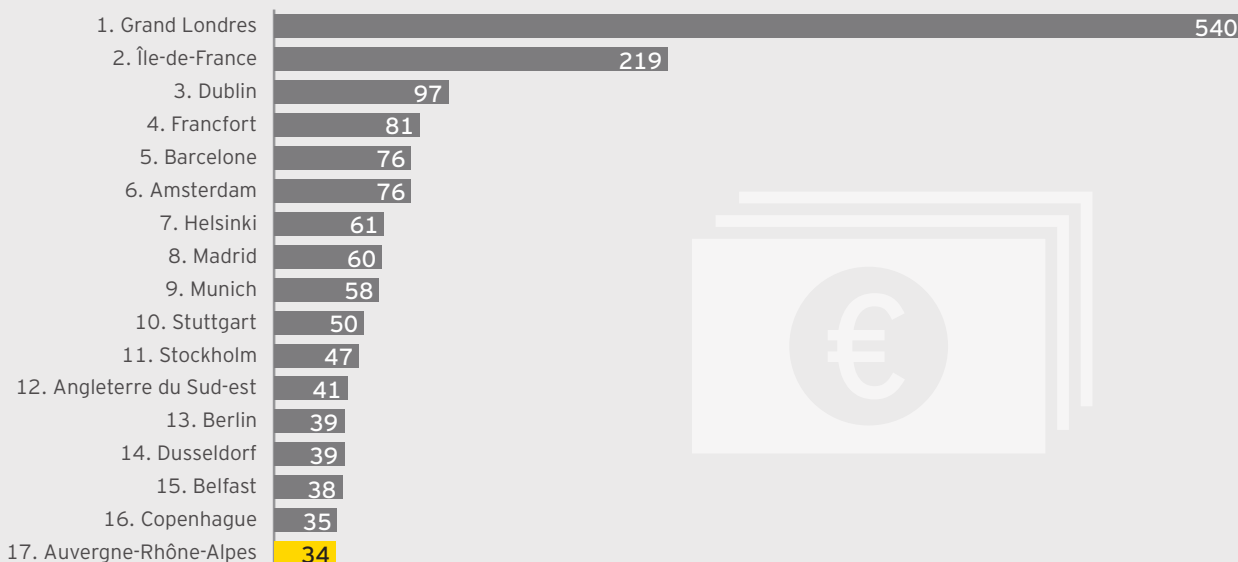


Un potentiel de progression important en matière d'attractivité de projets d'investissement étrangers

En Europe, le numérique est le 1er secteur pourvoyeur de projets d'investissement étrangers, mais...

cette dynamique ne se vérifie pas en Auvergne-Rhône-Alpes, **17^{ème}** en nombre de projets

Nombre de projets d'investissement étrangers par région dans le numérique (2010-2014)



Source : EY Global investment Monitor 2015

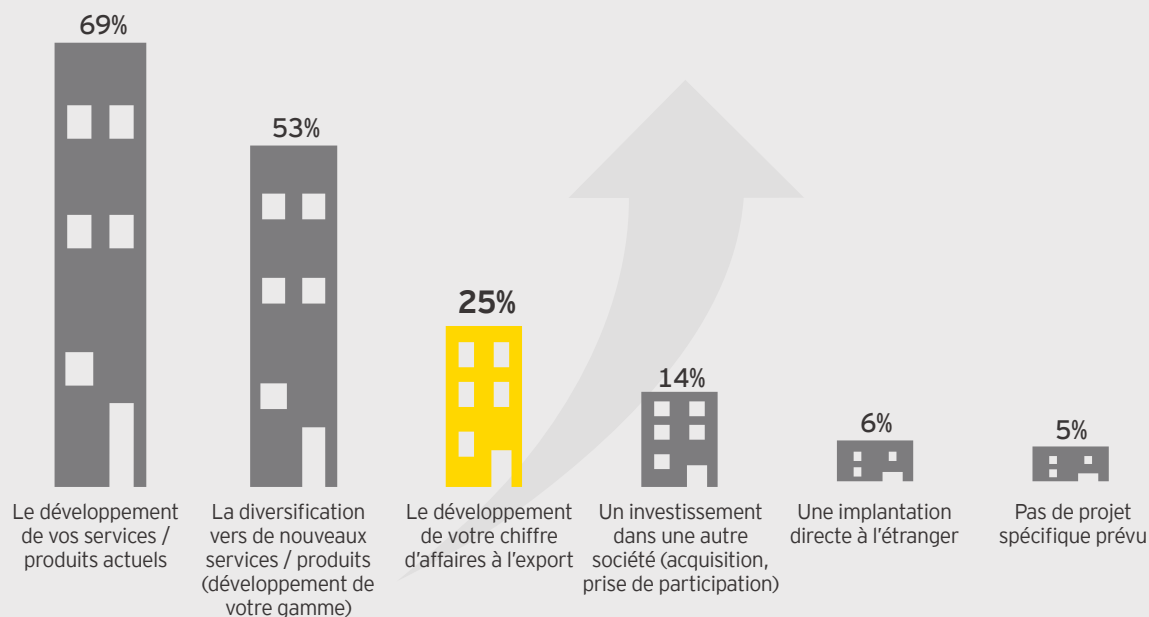
Note méthodologique : Le périmètre pris en compte est celui de la ville-région (NUTS2)



L'export n'est pas un levier de croissance prioritaire

1 entreprise sur 4 seulement identifie l'export comme un de ses trois premiers leviers de croissance. Le développement de sa gamme actuelle et la diversification vers de nouveaux services et produits sont considérés comme les principaux leviers.

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

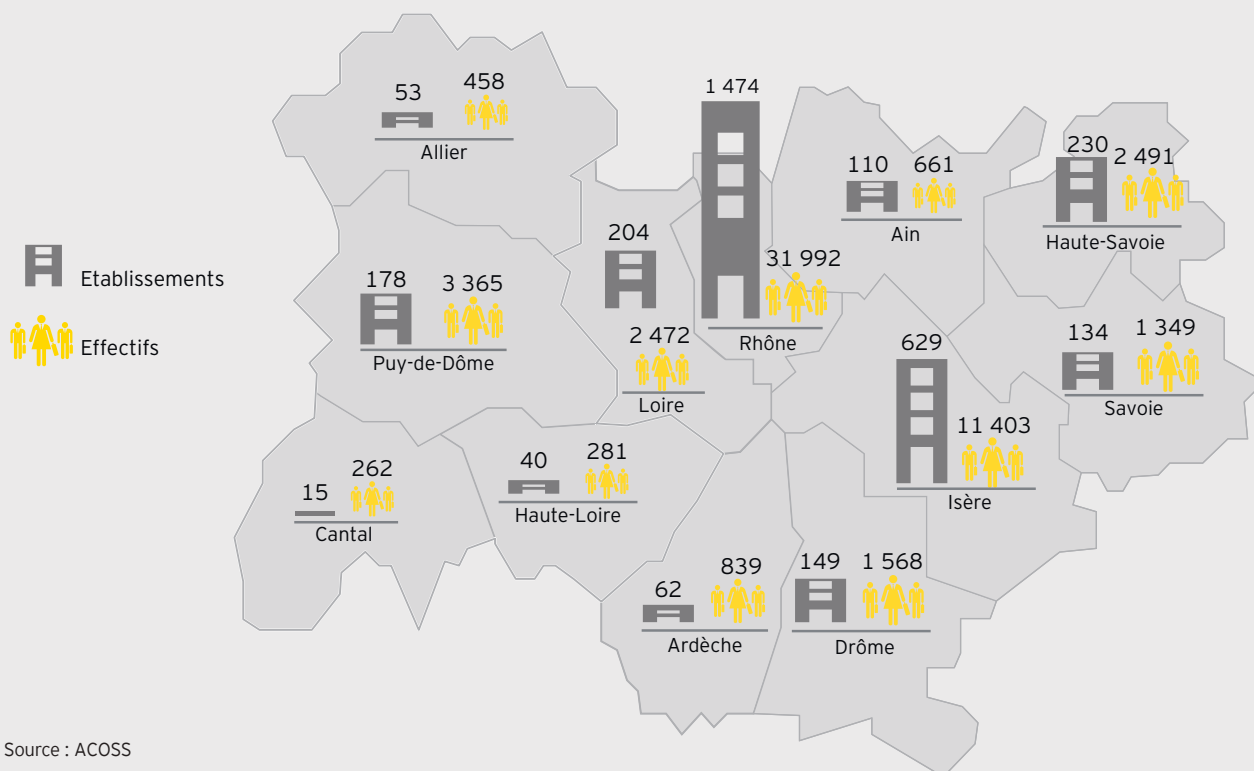


Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse parmi leurs deux principaux leviers de croissance



Panorama de la filière

Répartition des effectifs et des établissements du numérique par département (2014)



Emploi : le numérique en hypertension



Le numérique en Auvergne-Rhône-Alpes est une filière dynamique et constitue un gisement significatif d'emplois.

Un enjeu réside dans la formation et l'attraction des talents pour alimenter les entreprises en collaborateurs qualifiés et accompagner la croissance du secteur.

C'est sans doute sur ce levier que la Région a le plus de marge de manoeuvre pour renforcer son soutien à l'industrie du numérique.

Auvergne-Rhône-Alpes : deuxième région numérique en France

A l'échelon national, Auvergne-Rhône-Alpes est, en 2014, la 2^{ème} région en nombre d'emplois dans le secteur, derrière l'Île-de-France. Avec près de 60 000 emplois, elle pèse 20% des effectifs de l'Île-de-France mais réalise une croissance trois fois supérieure (+9%) entre 2010 et 2014.

Les deux régions sont par contre devancées en termes de croissance de l'emploi par Bourgogne-Franche-Comté, Midi-Pyrénées-Languedoc-Roussillon et Alsace-Lorraine-Champagne-Ardenne, qui connaissent des progressions d'au moins 10% entre 2010 et 2014.

**En France,
plus de 26 000
emplois créés
en 5 ans**

Les emplois en Auvergne-Rhône-Alpes ont connu une dynamique **3 fois** supérieure à l'Île-de-France.

C'est en Île-de-France, avec un peu moins de **7 000 emplois** créés entre 2010 et 2014 que la variation d'effectifs est la plus importante.

En Auvergne-Rhône-Alpes, **4 700 emplois** ont été créés, soit environ $\frac{2}{3}$ du nombre d'emplois créés en Île-de-France.

Régions	Effectifs 2014	Variations 2010-2014
1. Île-de-France	263 314	2,7%
2. Auvergne-Rhône-Alpes	57 141	9%
3. Provence-Alpes-Côte d'Azur	34 922	5,9%
4. Pays de la Loire	27 311	7,2%
5. Nord-Pas-de-Calais-Picardie	26 438	8,2%
6. Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes	25 394	-0,6%
7. Bretagne	21 987	5,5%
8. Alsace-Lorraine-Champagne Ardenne	18 646	10%
9. Centre	11 448	-1,9%
10. Midi-Pyrénées-Languedoc-Roussillon	11 149	11,2%
11. Normandie	8 823	-6,8%
12. Bourgogne-Franche-Comté	5 969	16,5%
13. Corse	741	-3,4%

x 3

Source : ACOSS



Entretien



« Il est essentiel que la région se positionne comme *“the place to be”* en France et au-delà, lorsqu'on veut se former aux métiers du digital. »

Patrick Bertrand

Directeur Général de Cegid (Lyon)

Start-up créée en 1983, Cegid a connu une croissance rapide et a toujours gardé le cœur de ses équipes à Lyon.

Avec un chiffre d'affaires de 280 millions d'euros en 2015 et 2 250 collaborateurs dont 250 à l'étranger, Cegid a connu toutes les étapes de la montée en puissance du digital dans l'économie et a toujours anticipé les grandes évolutions en se transformant : la microinformatique dans les années 1980, les nouvelles technologies à partir de la décennie 90 et le cloud plus récemment.

Le développement du numérique repose-t-il seulement sur les start-up ?

Il y a une tendance aujourd'hui à avoir les yeux de Chimène pour les start-up, ce qui est bien car l'entrepreneuriat est un moteur important de l'économie. Il y a cependant un danger à focaliser l'attention uniquement sur les acteurs de la nouvelle économie. Le réel enjeu pour la croissance de l'économie française réside surtout dans la capacité des entreprises existantes (l'hôtellerie, le transport, la logistique, etc.) à se transformer. Il s'agit de s'emparer du formidable potentiel de la digitalisation, et de faire en sorte que les entreprises deviennent elles-mêmes des plateformes pour conserver et/ou se réapproprier la relation avec leur client final.

Est-il incontournable pour une entreprise du numérique de transférer son siège à Paris pour poursuivre sa croissance ?

Absolument pas. Le fait d'être en région, et particulièrement en Auvergne-Rhône-Alpes, est un réel atout :

- Le plateau d'éducation (écoles, universités, instituts...) est remarquable et de très haut niveau ;
- Le « degré de loyauté » envers l'entreprise qui embauche est plus élevé et le turnover est de fait moins important qu'en région parisienne ;

- Les coûts « d'exploitation », par exemple le locatif par salarié, sont bien moins élevés en région.

En revanche, une présence commerciale forte en Île-de-France, et bien sûr à l'international, est une absolue nécessité si l'on veut conquérir son marché.

De même, il peut être utile pour une entreprise en fort développement à l'international de situer des centres de décision à l'étranger pour être au plus proche des clients et utilisateurs.

Qu'est-ce qui, en Auvergne-Rhône-Alpes, pourrait contribuer au développement de la filière numérique ?

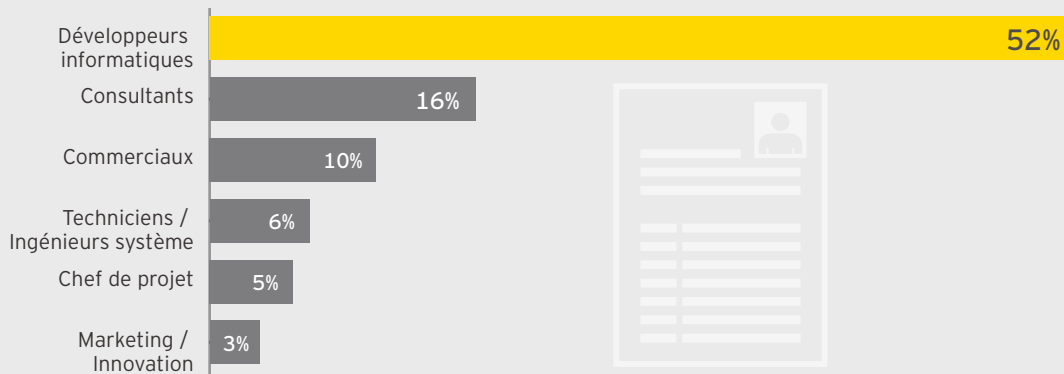
La formation est vraiment à la base de tout pour développer et ancrer les talents en région. Il apparaît essentiel que la région se positionne très clairement comme *“the place to be”* en France pour se former aux nouveaux métiers du digital. Pour cela, il faut développer des campus dédiés, des plateaux transversaux (marketing, design, codage, cryptologie, juridique, sciences cognitives...) permettant aux futurs diplômés d'avoir, en plus de leur formation centrale, la plus large compréhension possible des autres implications du numérique. L'impulsion pour développer de telles plateformes peut venir des collectivités, et les universités et les écoles doivent aussi s'emparer de ces sujets pour créer des cursus dédiés à tous ces nouveaux métiers.

Les développeurs sont les profils les plus demandés

52% des entreprises répondantes ciblent le métier de développeur informatique dans leur recrutement. Les autres profils arrivent loin derrière avec 16 % pour les consultants, 10% pour les commerciaux, 6% pour les techniciens / ingénieurs système et 5% pour les chefs de projet.

Métier

Quels types de nouveaux postes avez-vous prévu de créer en 2016 ?



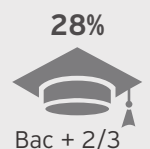
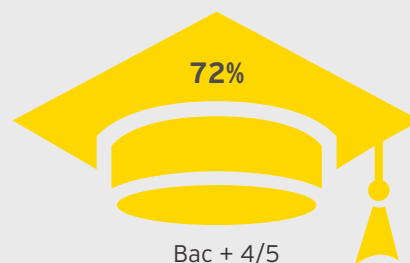
Répartition
des métiers cités

Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse

Les entreprises vont recruter en majorité des profils fortement diplômés

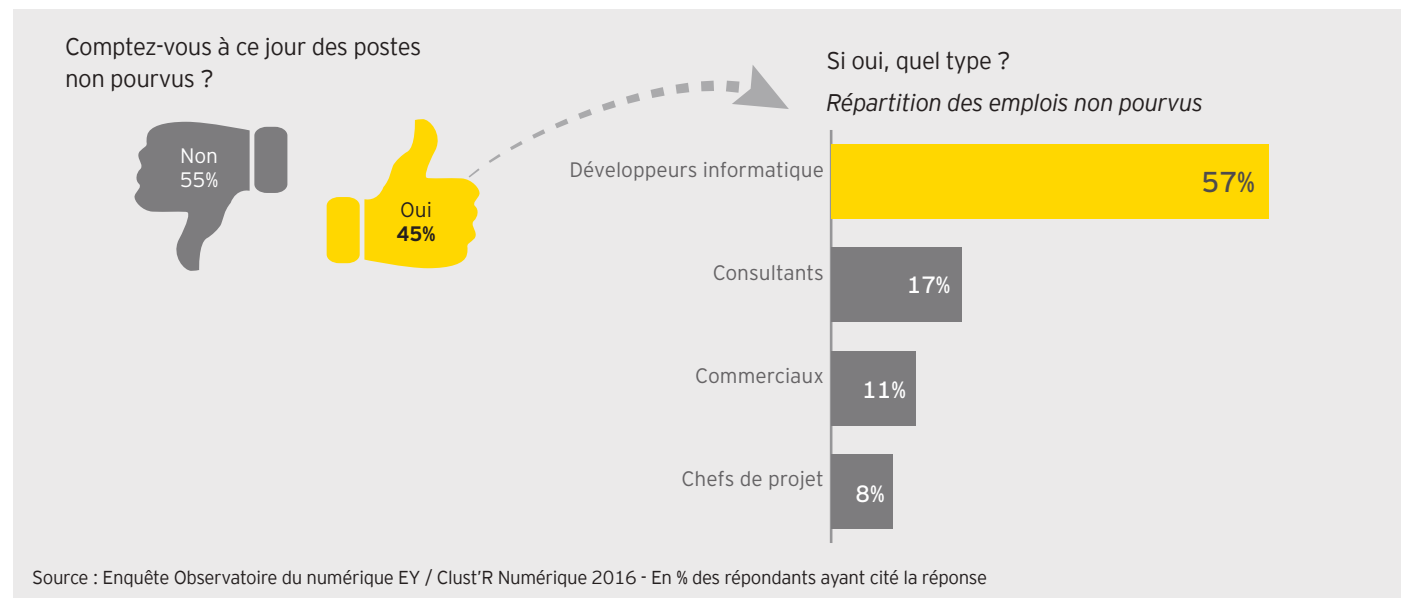
72% des créations de postes en 2016 se feront auprès de profils Bac +4/5, contre 28% pour des Bac +2/3.

Niveau
d'études



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016

Près de la moitié des entreprises déclarent avoir des postes non pourvus, essentiellement des développeurs





Entretien



« On peut parler de “guerre des talents” internationale dans le secteur du numérique. Le modèle RH et la culture d’entreprise actuels doivent être repensés en France. »

Franck Sebag

Associé EY responsable national du département des entreprises de croissance & IPO (Paris)

A l'échelle nationale, peut-on parler de « filière d'excellence » au sujet du secteur numérique ?

Oui, tout à fait, c'est une filière d'excellence. Le logiciel algorithmique, l'analyse des Big data et le développement de l'intelligence artificielle sont des exemples de “drivers” du secteur. Le pays dispose de profils de très haut niveau dans ces domaines. On ne souligne plus l'excellence des écoles en informatique. Ceci étant dit, un vrai ensemble d'actions est à réaliser dans le domaine du numérique afin de permettre de trouver encore davantage de profils dans ce secteur d'excellence.

Quelles sont les difficultés que rencontre la filière ?

Les jeunes talents ont de très bons profils et sont bien formés, grâce par exemple à des écoles d'ingénieurs de haut niveau. Le fait est qu'il n'y en a probablement pas assez.

De plus, environ 20%⁽²⁾ des jeunes diplômés partent travailler en dehors de nos frontières et environ 27%⁽³⁾ des talents qui sortent d'écoles situent leur avenir à l'étranger. C'est en cela que l'on peut parler de « guerre des talents » internationale dans le secteur du numérique.

Enfin, il existe aussi une certaine concurrence entre grands groupes, PME et start-up.

A quelles solutions penseriez-vous pour pallier le manque de talents dans le domaine du numérique ?

D'abord, il faudrait augmenter le nombre de formations consacrées à ce secteur, y compris les formations diplômantes pour des personnes ayant obtenu leur baccalauréat.

De plus, il serait intéressant d'offrir aux ingénieurs très qualifiés et ceux réalisant des PhD des carrières plus attractives, leur donnant envie de rester en France. Il nous faudrait des entreprises capables de rivaliser avec les GAFA⁽⁴⁾ américaines : celles-ci ont des systèmes de fonctionnement moins hiérarchiques, les salariés peuvent bénéficier d'une part d'intéressement concernant le capital de la société, les nouvelles attentes de la génération Y sont prises en compte, etc. Le modèle RH et la culture d'entreprise actuels doivent être repensés en France.

⁽²⁾ Le Figaro, Caroline Beyer, Marie-Estelle Pech, Assma Maad, *Les jeunes de plus en plus tentés par l'appel du grand large*, 12/04/13.

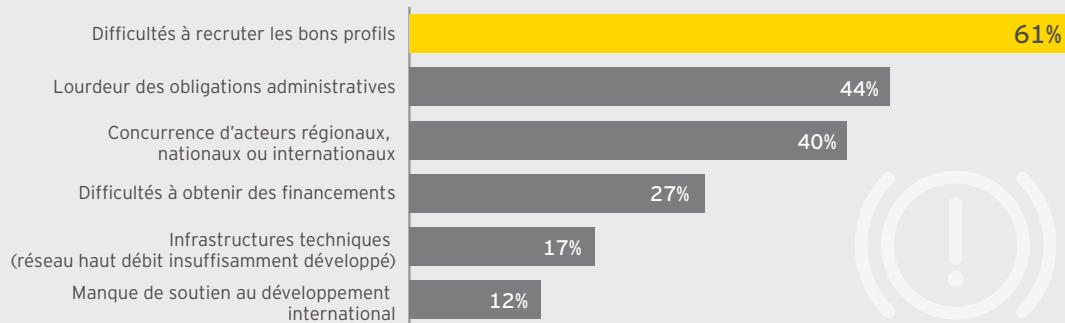
⁽³⁾ La Tribune, avec AFP, *Pour trouver un emploi, 27% des jeunes diplômés envisagent l'étranger*, 25/02/13.

⁽⁴⁾ Google, Apple, Facebook, Amazon.

Le recrutement des talents est le premier frein au développement de la filière, alors même que celle-ci offre des débouchés stables

61% des répondants voient la problématique du recrutement comme le principal frein au développement de leur entreprise, devant la lourdeur des obligations administratives.

Quels sont les freins à votre développement ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse parmi les trois principaux freins à leur développement



Le numérique est un secteur offrant des débouchés stables.

76% des entreprises d'au moins 3 salariés de notre échantillon ont une proportion de CDI supérieure à 90%.





Entretien



« Les formations classiques ne répondent plus vraiment au besoin des entreprises, la montée en expertise s'organise par le biais de "*master class*", réunissant les spécialistes du domaine. »

Olivier Figon

Cofondateur d'Oorace (Clermont-Ferrand / Lyon)

Oorace est une start-up créée en 2011 avec la particularité d'une double localisation entre Lyon et Clermont-Ferrand. L'entreprise exploite un concept développé par son fondateur autour de la sérendipité. OORACE® est une plate-forme omnicanal en mode SaaS, pour applications Web et Mobiles, capable de bâtir en temps réel le profil psycho-cognitif de l'internaute et lui proposer au bon moment une suggestion qu'il n'attendait pas forcément mais qui, grâce à l'émotion, va favoriser son intention d'achat. Oorace compte aujourd'hui 12 personnes et déjà des clients majeurs (Décathlon, la Fnac, Armand Thierry...).

En tant que start-up, quel a été le principal frein pour démarrer votre projet ?

Je dirais que le principal frein tient au financement des étapes qui permettent le passage du concept au produit. Malgré l'intérêt qu'a pu susciter la thèse à l'origine du concept (« rencontre fortuite de l'information : sérendipité ») auprès de grands noms comme Google ou Yahoo, aucun investisseur en Rhône-Alpes n'a accepté de financer le projet, le considérant comme trop disruptif et trop amont. C'est finalement en Auvergne que le soutien a été trouvé, via un fonds régional, complété par un financement d'Oséo, permettant de passer du concept au prototype. La même problématique s'est posée pour le passage du prototype au produit qui a pu se faire grâce au financement par une société chinoise et une nouvelle aide d'Oséo.

Comment parvenez-vous à recruter et former vos « talents » ?

Le recrutement des bons profils est le critère n°1 pour le développement de l'entreprise. Nous avons connu des difficultés pour recruter des collaborateurs qualifiés et expérimentés. A Lyon, les meilleurs profils sont trustés par les grands groupes et les grands noms de la filière numérique et il est alors difficile pour une start-up en création d'attirer l'attention. Un contact avec l'Université de Clermont-Ferrand et en particulier avec le laboratoire de calcul haute performance de l'ISIMA, a permis la rencontre de deux ingénieurs très qualifiés et intéressés par le projet qui ont très vite rejoint Oorace. Aujourd'hui, nos opérations

de recrutement sont plus fluides car nous commençons à disposer une certaine notoriété et nous parvenons à anticiper les besoins futurs.

Quels seront les métiers de demain dans la filière numérique ?

Nos équipes sont réparties entre le centre de recherche basé à Lyon et le centre de développement basé à Clermont-Ferrand. Les métiers évoluent très vite. Le centre de recherche est constitué de cognitiens mais aussi de data analysts et de développeurs avec une coloration recherche fondamentale forte. Nos axes de recherche sont orientés vers la création de nouveaux usages autour des interactions homme-système, faisant appel à l'intelligence artificielle et aux sciences cognitives. Nos travaux en cours s'intéressent à la géolocalisation *indoor*, l'identification de patterns de comportement, l'errance physique en magasin et l'évaluation de la performance des systèmes de recommandation.

Notre centre de développement comprend essentiellement des développeurs familiarisés aux principes « devops », permettant une grande fluidité entre le développement et l'exploitation.

Nous constatons également que les formations classiques ne répondent plus vraiment au besoin des entreprises mais que la montée en expertise s'organise plutôt sous la forme de « *master class* », de conférences internationales réunissant les spécialistes du domaine (les DevopsDays...). C'est comme cela que se transmettent les nouvelles pratiques.

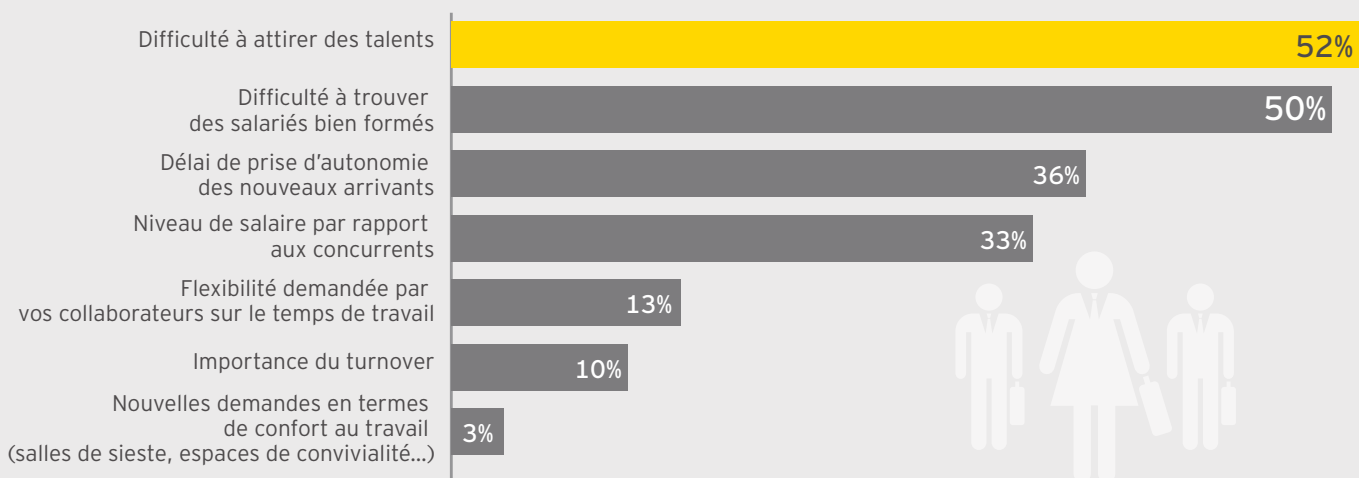
Le recrutement est la principale difficulté rencontrée pour la gestion des ressources humaines dans le numérique

Une entreprise sur deux place la disponibilité des talents parmi les difficultés majeures dans la gestion des ressources humaines :

- Difficulté à attirer des talents (52%) ;
- Difficulté à trouver des salariés bien formés (50%).

La question du niveau de salaire ressort comme moins importante (33%) tout comme le turnover (10%) qui semble être une problématique bien gérée par les entreprises du numérique.

Quelle est la principale difficulté que vous rencontrez dans la gestion des ressources humaines ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse parmi les trois principales difficultés rencontrées





Entretien



« Il est tout à fait possible que des entreprises à statut coopératif dépassent des effectifs de 250 salariés et deviennent des ETI solides. »

Laurence Ruffin

Présidente d'Alma (Grenoble)

Alma est une SCOP (Société Coopérative et Participative) dont le siège est basé à Grenoble. La société réalise un chiffre d'affaires consolidé (groupe) de 13 millions d'euros et l'effectif du groupe est de 132 personnes.

Ses activités principales sont l'édition de logiciels (industrie et pharmacie), le développement d'applications collaboratives, l'intégration des logiciels hospitaliers et les services autour des infrastructures informatiques. Les logiciels CFAO appliqués à la découpe, la tôlerie et la robotique représentent son cœur de métier. Dans ce domaine, Alma est 1^{er} en France et 4^{ème} mondial. Alma a développé un algorithme d'optimisation de placement pour la découpe (*nesting*), qui est parmi les plus diffusés dans le monde.

Quels sont les atouts du statut coopératif pour une entreprise du numérique ?

Le statut de SCOP est fondé sur la valorisation du travail et la primauté du projet d'entreprise sur la rémunération du capital. En découle la constitution de réserves impartageables, ce qui permet à Alma de mettre chaque année 40% de son résultat en réserves, précieuses pour financer les nombreux projets de l'entreprise : développement à l'international, R&D, diversification, croissance externe.

De plus, le statut permet de fidéliser davantage nos salariés, qui deviennent, chez Alma, associés au bout d'un an. Dans un secteur où la « guerre des talents » est intense, il s'agit d'un réel argument pour attirer les collaborateurs formés, maintenir les compétences dans l'entreprise et limiter le turnover. Par ailleurs, le mode de prise de décision partagé avec les équipes conforte encore plus l'adhésion au projet de l'entreprise.

Le fonctionnement que sous-tend le modèle coopératif séduit les salariés « technos » qui recherchent de l'autonomie dans leur travail, et ce, principalement dans le domaine de l'édition. Les collaborateurs sont plus autonomes et responsables dans la SCOP, ils ont davantage de latitude pour libérer leur esprit créatif. Sans être une « entreprise libérée », Alma en partage cependant certains principes : fonder les relations de travail sur la confiance et chercher à concilier performance et implication des salariés.

Jusqu'où peut-on croire avec un statut de société coopérative et participative (SCOP) ?

Il est tout à fait possible que des entreprises à statut coopératif dépassent des effectifs de 250 salariés et deviennent des ETI solides. On peut citer quelques exemples d'entreprises coopératives de taille significative, comme Scopelec, Chèque Déjeuner ou encore Acoma.

Le statut préserve de la revente de l'entreprise et de l'effet bulle que connaît le numérique avec des valorisations d'entreprises qui sont parfois déconnectées de la réalité de l'économie.

Des tours de table de plusieurs millions d'euros sont envisageables en SCOP, grâce à des outils financiers du mouvement coopératif.

Il manque cependant un outil financier pour des entrepreneurs du numérique qui ont un produit, un savoir-faire, et qui souhaitent porter leur projet sur le long terme, sans objectif de revente. Des réflexions sont amorcées et doivent se prolonger en discussion avec les collectivités et les acteurs financiers intéressés.

D'autres solutions de développement existent sur le mode coopératif. En ce sens, Alma a conduit une expérimentation consistant à soutenir une start-up, dans son financement et en l'accompagnant. C'est un moyen pour élargir et fortifier le réseau et une façon de semer des graines pour l'avenir.

La région doit concentrer ses efforts sur le volet formation pour être au rendez-vous des attentes des entreprises du numérique

La région répond globalement aux critères cités par les entreprises du numérique pour leur développement, notamment concernant la qualité de vie, les infrastructures et la situation géographique.

En revanche, son attractivité est pénalisée par une présence insuffisante de talents et de formations au regard des attentes des entreprises.

Pour vous, quels sont les critères les plus importants pour favoriser votre développement ?	
Critère	
Présence de talents / formation	53%
Situation géographique	43%
Qualité de vie	42%
Infrastructures de transport (aéroport, gares, réseau routier)	36%
Taille du marché intérieur	28%
Infrastructures techniques (réseau très haut débit)	26%
Présence de réseaux et de structures de soutien (pôles de compétitivité, clusters)	18%
Prix de l'immobilier	14%
Qualité de la recherche	7%

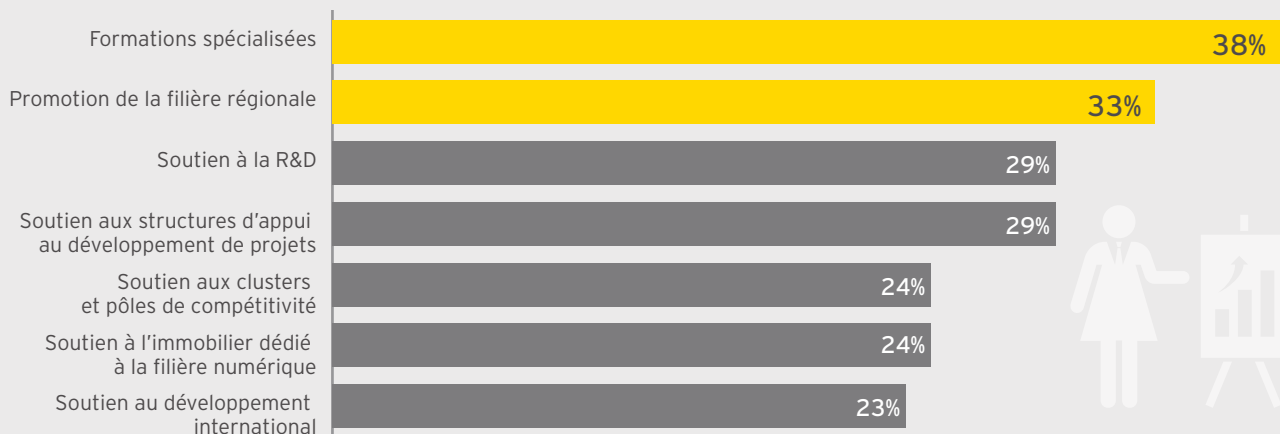
Comment jugez-vous l'attractivité de la région Auvergne-Rhône-Alpes sur chacun de ces critères ?	
Critère	Note moyenne
Situation géographique	4,08/5
Qualité de vie	4,03/5
Infrastructures de transport (aéroport, gares, réseau routier)	3,49/5
Présence de réseaux et de structures de soutien (pôles de compétitivité, clusters)	3,43/5
Infrastructures techniques (réseau très haut débit)	3,41/5
Présence de talents / formation	3,37/5
Qualité de la recherche	3,32/5
Taille du marché intérieur	3,14/5
Prix de l'immobilier	2,95/5

Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse parmi les trois critères les plus importants

Ainsi, les entreprises appellent les acteurs institutionnels de la région à déployer des mesures visant le développement de formations spécialisées, pour 38% d'entre elles. De même les attentes sont fortes pour des actions permettant la promotion de la filière régionale (33%).

La clarification du mille-feuille institutionnel constitue également une préoccupation majeure (39%), mais sa résolution ne dépend pas uniquement de l'action de la Région.

Quel type de mesures les acteurs de la région peuvent-ils mettre en place pour soutenir la filière ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse parmi les trois principales mesures





Entretien



« Il n'y a pas de doute :
Auvergne-Rhône-Alpes
est un challenger de l'Île-de-France
en termes de qualité et de
savoir-faire. »

Daniel Perrin

Responsable IT et Achats d'a-SIS (Saint-Etienne)

a-SIS est une entreprise stéphanoise éditrice et intégratrice d'une gamme progicielle complète pour la Supply Chain et réalise en 2015 un chiffre d'affaires de 26M€ environ. a-SIS dispose d'une représentation internationale, avec 5 implantations à l'étranger, qui lui permettent de couvrir l'ensemble des pays européens, les pays du Maghreb et les pays de l'est européen.

Avez-vous des difficultés à recruter les bons profils et quelles sont vos démarches pour attirer de nouveaux talents ?

Oui, le marché du recrutement est tendu, précisément sur les postes de développeurs informatiques et en particulier pour des profils techniques spécifiques (langage C. par exemple). Ce type de poste est bien défini, mais on constate une pénurie de profils. La difficulté actuelle est l'adéquation entre l'apprentissage et les besoins, se traduisant par le fait que de nombreux jeunes talents souhaitent travailler sur des technologies actuelles telles que le Java, alors que les sociétés l'utilisent encore peu : nous sommes dans une phase de transition et d'innovation.

Chez a-SIS, le recrutement est une préoccupation de tous les instants pour le service RH. Nous travaillons par exemple notre visibilité lors de salons. Tout soutien sur cette dimension est par ailleurs bienvenu.

Les regroupements d'entreprises comme les clusters peuvent favoriser le recrutement. Ainsi, le Clust'R Numérique peut jouer un rôle d'animateur permettant de favoriser la recherche de talents.

Quels sont les atouts de la région Auvergne-Rhône-Alpes dans le secteur du numérique ?

La force des entreprises du numérique de la région est leur capacité à allier des compétences professionnelles de l'informatique avec des compétences métier telles que la robotique, la logistique, la mécanique, la santé, etc. De plus, le niveau technique de la population régionale est très élevé. Pour moi, il n'y a pas de doute : Auvergne-Rhône-Alpes est un challenger de l'Île-de-France en termes de qualité, de savoir-faire et de valeurs.

Pour travailler sur cette double compétence informatique et logistique, nous avons fait le choix de la formation en interne chez

a-SIS. Par exemple, une personne ayant un profil d'informaticien pourra bénéficier d'une formation en logistique.

En quoi la région peut-elle aider le développement de votre entreprise ?

Nous jouissons d'une reconnaissance dans le domaine de l'informatique dédié à la Supply Chain. Nous avons environ 350 clients différents, 700 entrepôts et 30 000 utilisateurs. Nous nous sommes développés à l'international, en créant nos agences au Maroc, en Italie, au Benelux et en Russie sans aide particulière.

En revanche, nous devons travailler sur notre image au niveau local et régional, car notre notoriété est plus faible auprès des autres sociétés d'Auvergne-Rhône-Alpes ou des autorités. En cela, la région peut nous aider.

Identifiez-vous des nouvelles tendances dans la filière informatique et logistique ?

Aujourd'hui, il y a une réelle demande des clients en matière d'hébergement informatique, nécessitant le développement de nouveaux métiers, de nouveaux services et de savoir-faire. Ce domaine, l'hébergement informatique, est une bonne nouvelle car c'est une opportunité de développement de nouveaux services sur un modèle différent, mais qualitatif.

Sur ce point, nous bénéficions d'un avantage : en effet, nos logiciels permettent de répondre au mieux à cette demande, qui n'est plus un challenge mais un fait. Nous sommes prêts à répondre à l'ensemble des modes SaaS, IAS, PaaS, permettant l'adéquation entre les services et les besoins des entreprises.



Entre attractivité et développement à l'international : un rayonnement en demi-teinte



La région sous-performe dans la concrétisation sur son territoire de projets d'investissements étrangers dans le numérique, en deçà de ce que le poids de l'économie régionale pourrait laisser espérer.

Par ailleurs, les entreprises de la région n'identifient pas l'export comme un levier de développement clé. La performance réalisée par les entreprises à l'international reste timide.

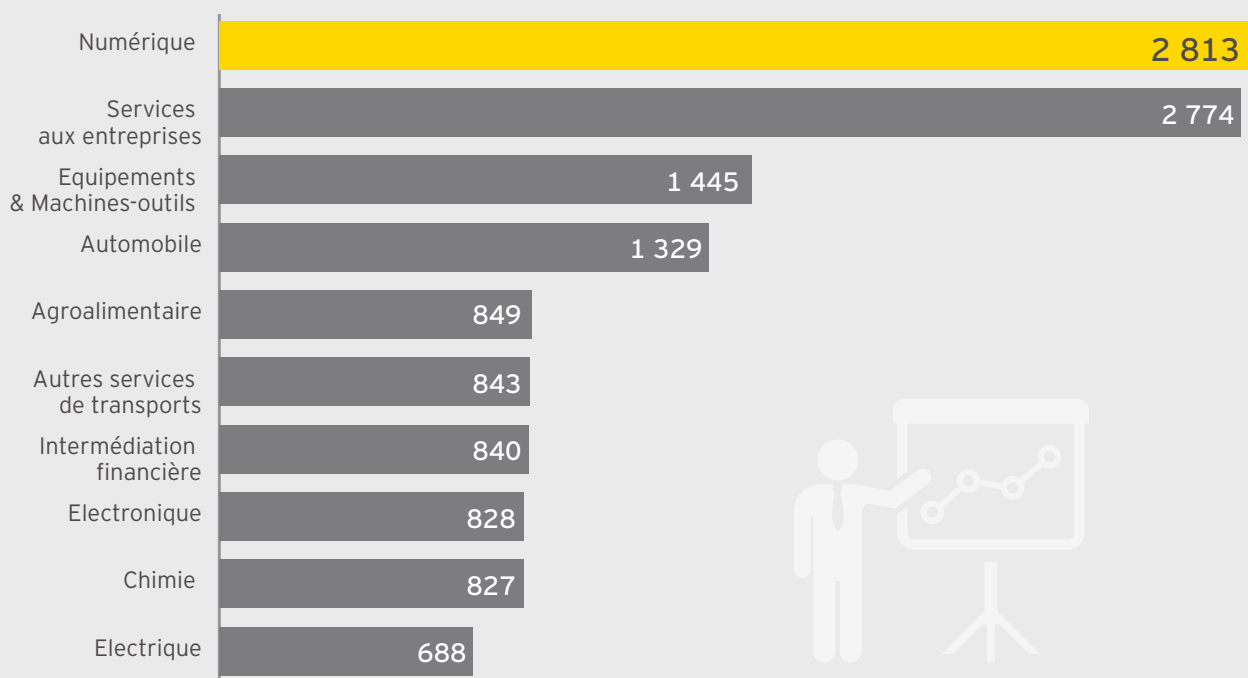
Pour confirmer son ambition de devenir une grande région du numérique, Auvergne-Rhône-Alpes peut s'appuyer davantage sur les leviers puissants que sont l'attractivité et le développement à l'international de ses entreprises.

Attractivité

Une marge de progression importante pour la région Auvergne-Rhône-Alpes en matière d'attractivité

En Europe, le secteur du numérique est le premier pourvoyeur de projets d'investissements directs étrangers (IDE). Entre 2010 et 2014, ce sont plus de 2 800 projets qui se sont concrétisés, juste devant les services aux entreprises (2 770 projets) et très loin devant les secteurs de l'industrie dite traditionnelle (équipements et machines-outils, automobile, agroalimentaire...).

Nombre de projets d'investissement étrangers en Europe par secteur (2010-2014)

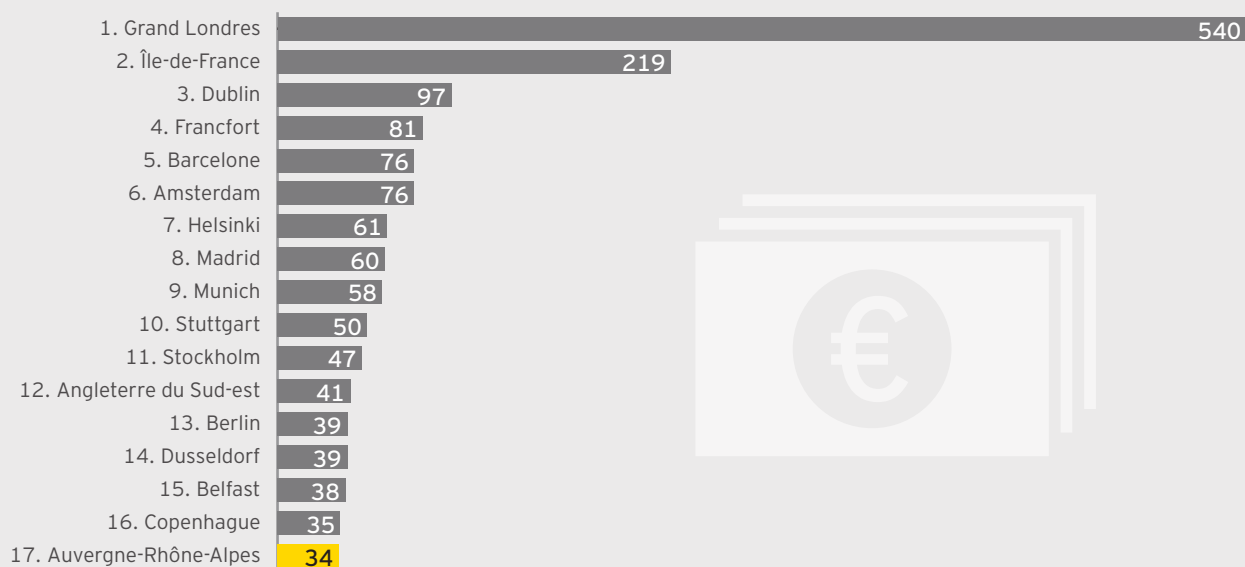


Source : EY Global Investment Monitor 2015

Cette dynamique en matière d'attractivité dans le secteur numérique ne se vérifie pas à l'échelle d'Auvergne-Rhône-Alpes :

- La région ne parvient pas à capter un nombre significatif de projets d'investissement étrangers et se classe en 17^{ème} position des villes-régions d'Europe.
Il existe une marge de progression importante : tous secteurs confondus, la région se positionne en effet au 6^{ème} rang européen pour le nombre de projets.

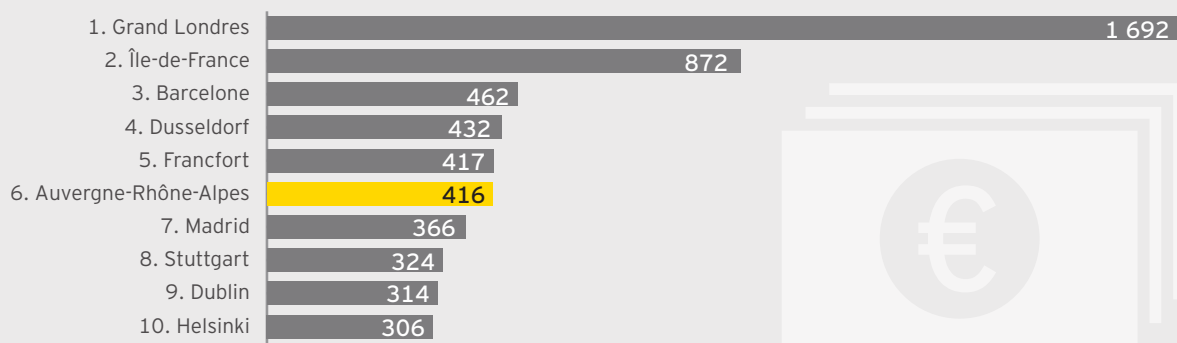
Nombre de projets d'investissement étrangers par région dans le numérique (2010-2014)



Source : EY Global Investment Monitor 2015

Note méthodologique : Le périmètre pris en compte est celui de la ville-région (NUTS2)

Nombre de projets d'investissement étrangers par région tous secteurs confondus (2010-2014)



Source : EY Global investment Monitor 2015

Note méthodologique : Le périmètre pris en compte est celui de la ville-région (NUTS2)

- A l'échelle régionale, le numérique arrive en deuxième position des secteurs les plus attractifs, loin derrière l'industrie de l'équipement et des machines-outils, pourvoyeur historique de projets en Auvergne-Rhône-Alpes.

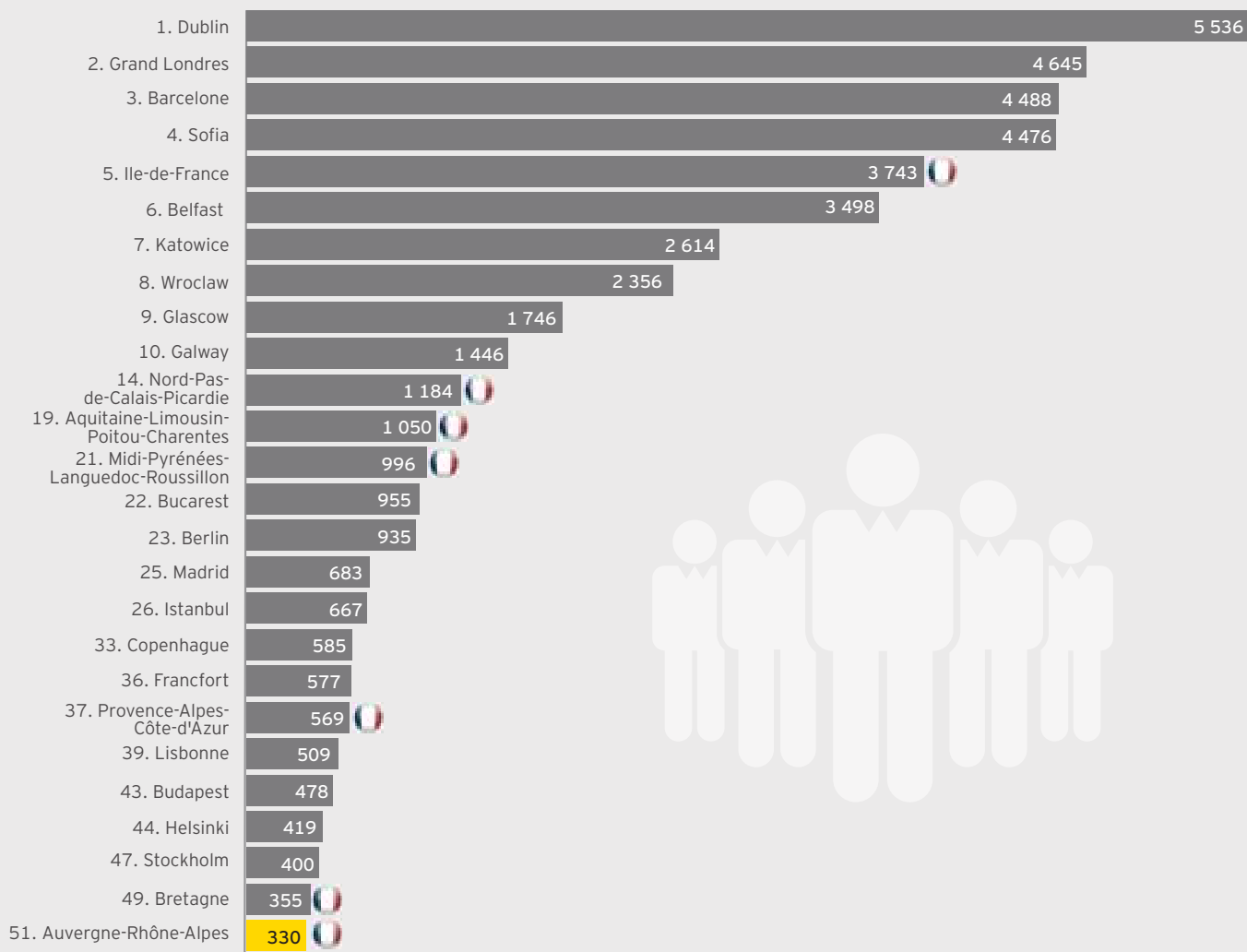
Critère	Nombre de projets
1. Equipement & machines-outils	60
2. Numérique	34
3. Services aux entreprises	32
4. Chimie	31
5. Electricité	27
6. Agro-alimentaire	25
7. Produits minéraux (non métalliques)	19
8. Electronique	19
9. Fabrication de métaux	18
10. Instruments scientifiques	18

Source : EY Global Investment Monitor 2015



On constate également que ces projets sont moins pourvoyeurs d'emplois sur la période 2010-2014 que pour les autres régions européennes. Les projets réalisés en Auvergne-Rhône-Alpes ont généré 330 emplois sur ces 5 années, positionnant Auvergne-Rhône-Alpes à la 51^e position européenne.

Emplois liés aux projets d'investissement étrangers par région dans le numérique (2010-2014)



Source : EY Global Investment Monitor 2015

Note méthodologique : Le périmètre pris en compte est celui de la ville-région (NUTS2)

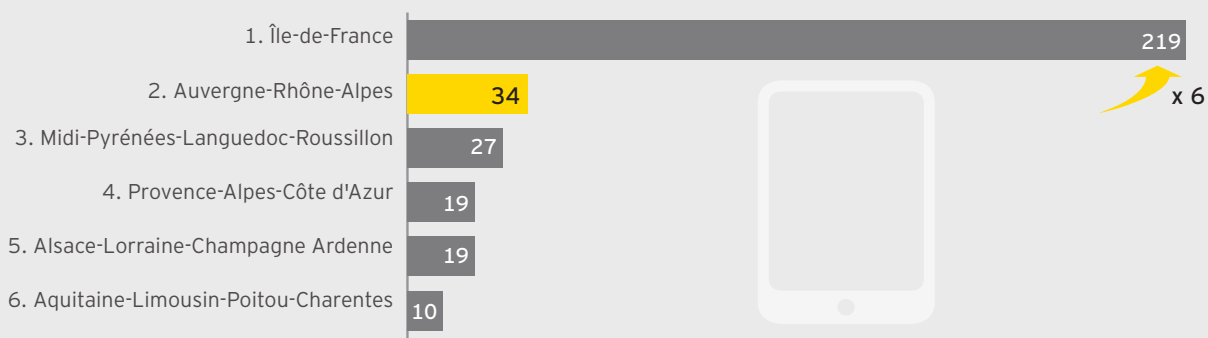
En France, une position de challenger fragile pour l'attractivité des projets numériques étrangers

Même si, avec 34 projets d'IDE entre 2010 et 2014, Auvergne-Rhône-Alpes est la deuxième région française la plus attractive sur le numérique derrière l'Île-de-France, cette position de challenger est à nuancer.

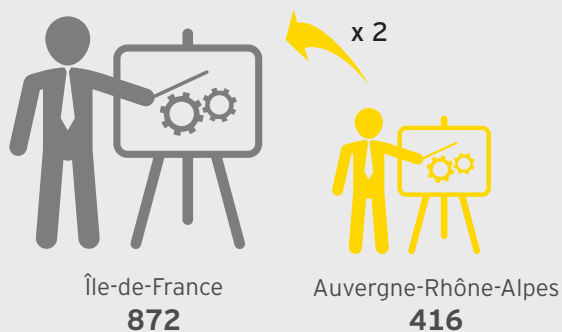
Ce résultat correspond à 15% du bilan francilien (219 projets), alors que :

- Tous secteurs confondus, Auvergne-Rhône-Alpes affiche une meilleure performance avec un nombre de projets correspondant à 50% du bilan francilien ;
- Le PIB de la région pèse pour un tiers du PIB de l'Île-de-France.

Nombre de projets d'investissement étrangers dans le secteur du numérique (2010 - 2014)

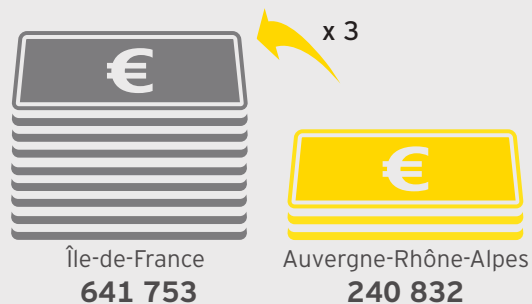


Nombre de projets d'investissement étrangers tous secteurs confondus (2010 et 2014)



Source : EY Global Investment Monitor 2015

PIB (2013) en millions d'euros

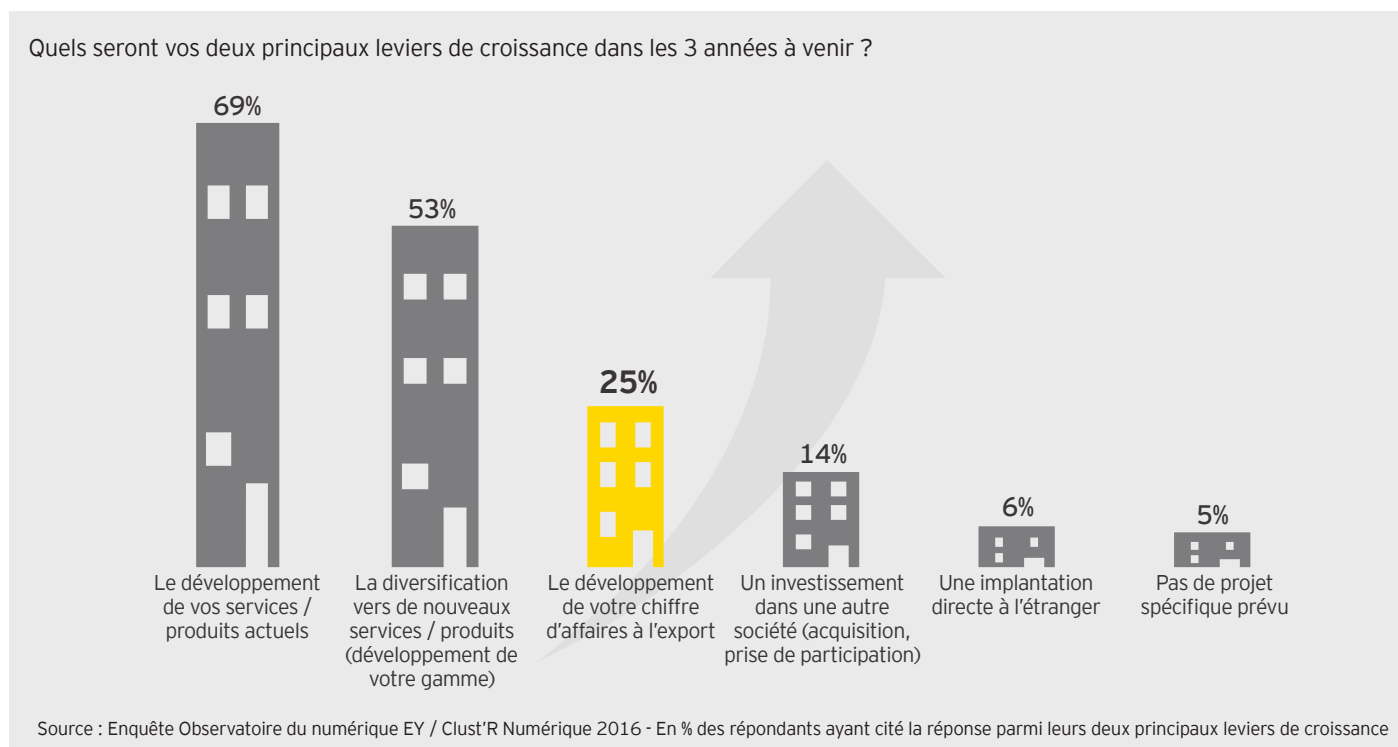


Source : Eurostat

Export

1 entreprise du numérique sur 4 seulement voit l'export comme un levier de croissance prioritaire

Les entreprises du numérique ne voient pas l'export comme leur principal levier de croissance. En effet, le développement des services et produits actuels et la diversification vers de nouveaux services, développement de la gamme sont davantage plebiscités par les entreprises répondantes.







Entretien



« C'est en côtoyant des entreprises qui sont allées à l'étranger que nous est venue l'envie de nous internationaliser. Rien ne remplacera le chemin d'un dirigeant dans sa tête. »

Jean-Paul Genoux

Directeur général de DIMO Software (Limonest)

DIMO Software est une société de la région lyonnaise éditrice et intégratrice de logiciels de gestion, implantée sur 6 sites : Lyon, Paris, Nantes, Biarritz, Madrid et Toronto. En 20 ans, elle a connu une forte croissance et compte 340 collaborateurs à ce jour.

Elle est aussi une entreprise engagée qui met en place une démarche poussée autour de la Responsabilité sociétale d'entreprise. En 2015, DIMO Software a été nommée par le journal Le Progrès⁽⁵⁾ comme l'entreprise dans laquelle il y a la meilleure ambiance au travail.

Vous développez des activités en Espagne et au Canada. Diriez-vous que l'international pour une entreprise du numérique en Auvergne-Rhône-Alpes est une question d'ambition ou une question de survie ?

Je dirais que l'international est plus une question d'envie que de survie. Les entreprises du numérique peuvent très bien vivre en restant françaises, car notre marché intérieur est dynamique.

Il existe en revanche un phénomène positif d'entraînement, dont nous avons bénéficié. C'est en côtoyant des entreprises qui sont allées à l'étranger, comme Esker ou Cegid dans notre cas, que nous est venue l'envie de nous internationaliser. Rien ne remplacera le chemin d'un dirigeant dans sa tête. En cela, les réseaux d'entreprises comme le Clust'R sont très utiles : ils favorisent le dialogue et le partage de bonnes pratiques.

Comment avez-vous effectué votre implantation à l'international ?

Deux raisons peuvent amener une entreprise à aller à l'international : accompagner ses clients français à l'étranger ou s'installer pour signer avec des clients locaux. Dans notre cas, que ce soit pour l'Espagne ou le Canada, nous avons choisi de développer notre offre auprès de clients locaux.

Nous comptons aujourd'hui 3 collaborateurs en Espagne. Nous nous sommes implantés au Canada par l'intermédiaire d'un contrat de volontariat international (VIE). Ce VIE nous permet de faire une étude de marché à moindre coût. Nous en attendons des indicateurs qui nous feront penser qu'il faut, ou non, y aller à plus grande échelle. Je parle de moindre coût, car nous avons bénéficié d'une aide peu connue des entreprises : le crédit impôt pour dépenses de prospection commerciale. Si une entreprise ne dépasse pas certains seuils financiers et d'effectifs⁽⁶⁾, elle peut, une fois dans sa vie et dans ce cas, bénéficier d'une réduction d'impôt jusqu'à 40 000€ (80 000€ sous certaines conditions) sur deux ans.

Enfin, nous n'avons pas choisi de nous développer uniquement sur les pays limitrophes de la France. L'Europe rassemble 27 à 28 langues et autant de législations différentes que de pays. Aller en Allemagne, c'est comme aller à l'autre bout du monde. Seul le temps de déplacement varie.

Vous mettez en place une politique poussée autour de la RSE. Pouvez-vous nous en parler ?

Notre engagement correspond avant tout à une volonté de participer à une vraie marche en avant collective.

Notre politique de Responsabilité sociale d'entreprise passe par des actions concrètes sur les chapitres sociaux et sociétaux, économiques et environnementaux⁽⁷⁾.

Nous soutenons certaines associations comme Sport dans la ville tant sur le plan financier que par l'engagement de nos salariés. Nous favorisons le covoiturage en remboursant les frais de déplacement aux salariés venant au travail à au moins 3 personnes. Nous mettons en place tous les 5 ans une démarche Vision impliquant nos collaborateurs, nos partenaires et nos clients.

Parfois, les initiatives de RSE proviennent des salariés eux-mêmes. Un exemple de projet dans ce sens : nos salariés sont amenés à faire des séjours en Afrique dans le cadre de notre activité. Quelques collaborateurs ont proposé de rassembler des fournitures qu'ils pourraient emporter avec eux et distribuer sur place. Aujourd'hui, nos salariés partent avec des valises remplies et reviennent avec des photos montrant le résultat concret de cette action. C'est une vraie réussite, et cela créé du lien dans l'entreprise.

Estimez-vous qu'une guerre des talents existe entre recruteurs ? Sur quoi cette guerre des talents se joue-t-elle ?

Clairement, oui.

Deux de nos métiers sont particulièrement en tension, pour lesquels les formations sont actuellement insuffisantes : les spécialistes de la Business Intelligence et les développeurs. Le salaire est une chose, mais n'est pas forcément l'élément premier de choix : les salariés favorisent un ensemble. Le fait que notre entreprise soit centrée sur le salarié, via notamment la promotion de la RSE et des valeurs de notre entreprise, joue dans leur choix de carrière et favorise leur rétention. Le turnover de notre entreprise est d'ailleurs de 10%, chiffre que nous jugeons satisfaisant.

Auvergne-Rhône-Alpes a cependant cet avantage d'être moins sujette à la guerre des talents que l'Île-de-France, où les ETI et PME ne jouent pas toujours dans la même cour que les grosses entreprises américaines, et où les salariés changent d'entreprise au gré de leurs déménagements.

Auvergne-Rhône-Alpes offre en outre aux salariés une qualité de vie bien supérieure à celle de la région Île-de-France. Lorsque nous avons racheté Ithec International en janvier 2009, 4 des 12 collaborateurs de cette entreprise ont souhaité nous rejoindre sur Lyon pour échapper au « métro boulot dodo ». Auvergne-Rhône-Alpes offre une respiration.

⁽⁵⁾ Le progrès, Aldes, Sanofi Pasteur et Becton Dickinson, *Le top 3 des entreprises préférées des salariés*, 16/07/15.

⁽⁶⁾ Les conditions sont les suivantes (source : www.impots.gouv.fr) : recruter une personne ou avoir recours à un volontaire international en entreprise affecté au développement des exportations, avoir employé moins de 250 salariés pendant la période de 24 mois qui suit le recrutement de la personne ou du volontaire, réaliser un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros ou disposer d'un total de bilan inférieur à 43 millions d'euros pendant la période de 24 mois qui suit le recrutement de la personne ou du volontaire.

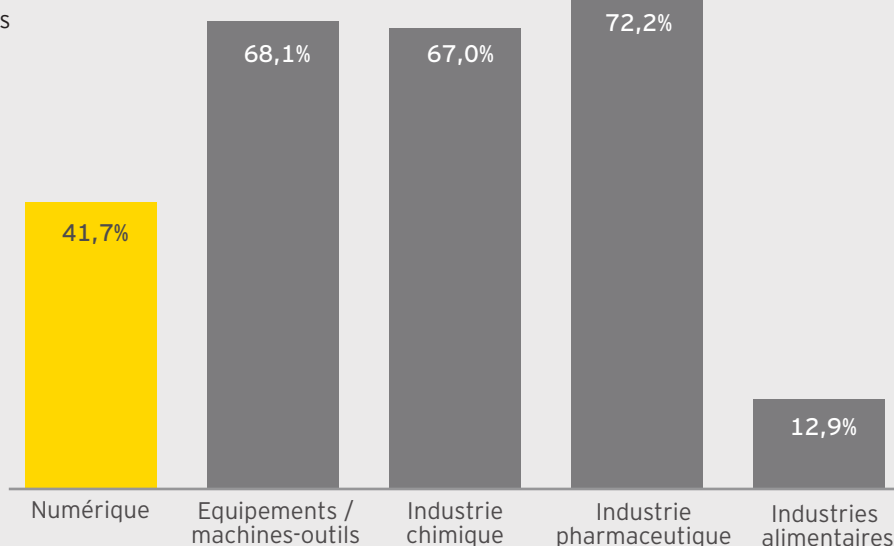
⁽⁷⁾ Pour plus d'informations sur les actions de RSE de DIMO Software : <http://www.dimosoftware.fr/societe/notre-responsabilite-societale/>.

Le numérique est un secteur qui exporte encore peu

En comparaison avec d'autres secteurs clés de la région, il apparaît que :

- Les entreprises du numérique sont moins tournées vers l'export que les secteurs industriels emblématiques d'Auvergne-Rhône-Alpes : 41,7% des entreprises du numérique exportent, contre 72,2% dans l'industrie pharmaceutique ;
- Elles réalisent en moyenne une part de chiffre d'affaires à l'export 3 fois inférieure à celles des entreprises de l'industrie chimique.

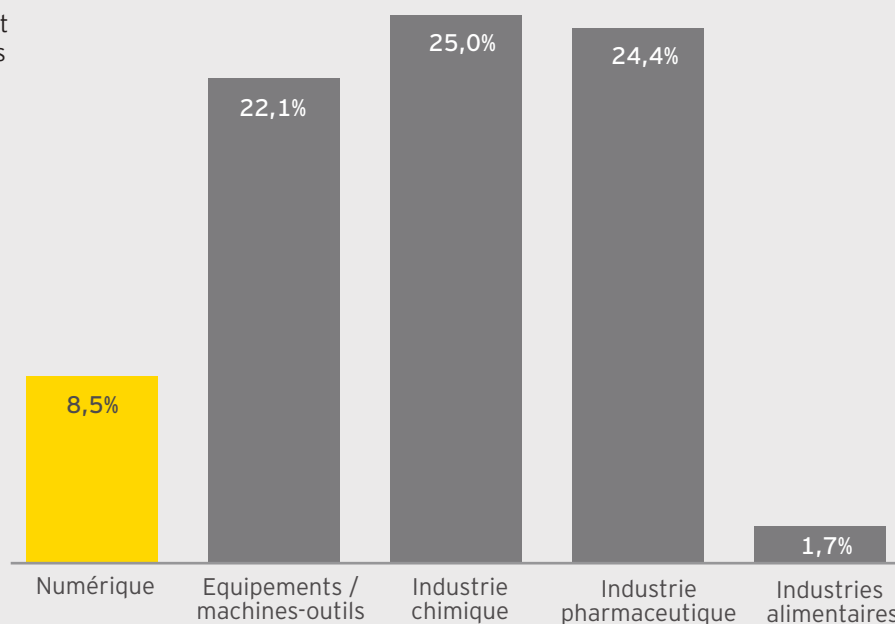
Part des sociétés qui exportent dans différents domaines de l'économie en Auvergne-Rhône-Alpes



Source : DIANE, dernière année disponible

Niveaux de classification utilisés = divisions INSEE. Pour la classification « industries alimentaires » sont prises en compte : Transformation et conservation de la viande et préparation de produits à base de viande, Transformation et conservation de poisson, de crustacés et de mollusques, Transformation et conservation de fruits et légumes, Fabrication d'huiles et graisses végétales et animales, Fabrication de produits laitiers, Travail des grains, Fabrication de produits amylacés, Fabrication de produits de boulangerie-pâtisserie et de pâtes alimentaires, Fabrication d'autres produits alimentaires, Fabrication d'aliments pour animaux.

Part du chiffre d'affaires réalisé à l'export par les entreprises de différents secteurs en Auvergne-Rhône-Alpes

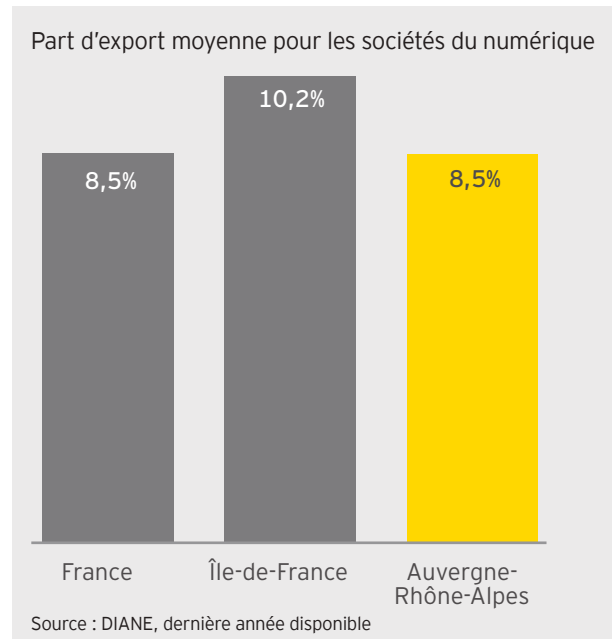
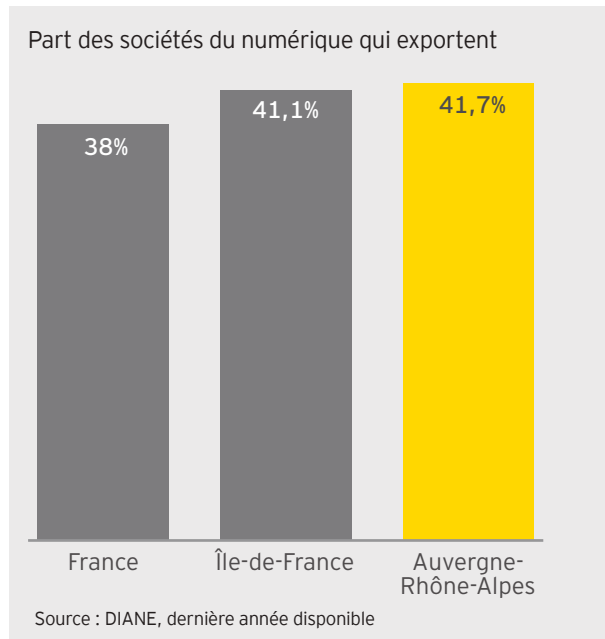


Source : DIANE, dernière année disponible

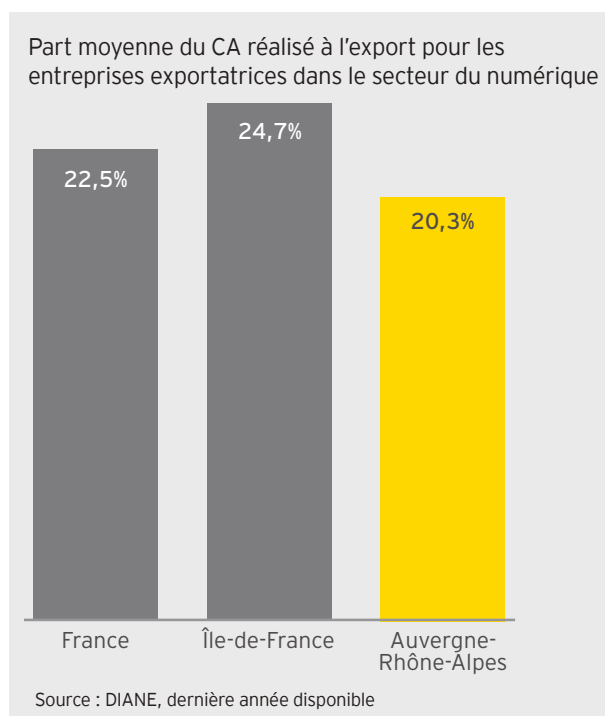
En comparaison nationale, plus d'entreprises qui exportent mais de façon moins intense

Avec 41,7% de ses entreprises qui exportent dans le secteur du numérique, Auvergne-Rhône-Alpes est nettement au-dessus de la moyenne nationale (38%) et devance la région Île-de-France (41,1%).

Cependant, la moyenne de la part de chiffre d'affaires réalisé à l'export est de 8,5% en Auvergne-Rhône-Alpes. Cette moyenne est conforme à la moyenne nationale, mais bien plus faible que celle de la région Île-de-France (10,2%).



La tendance est encore plus marquée lorsque l'on limite le périmètre aux entreprises exportatrices pour calculer cette même moyenne : 20,3% en Auvergne-Rhône-Alpes, 22,5% pour la moyenne nationale et 24,7% pour les entreprises franciliennes.





Entretien



« Le principal défi qui se présente à une entreprise du numérique qui souhaite se développer est de franchir certains seuils. Il ne faut pas aller à l'export pour aller à l'export. »

Alain Bouveret

Vice Président en charge du développement et marketing stratégique chez Eloquant (Gières)

Société créée en 2001 et présente sur deux sites, Grenoble et Paris, Eloquant est un éditeur SaaS expert de la Relation client. L'entreprise propose une solution logicielle globale gérant à la fois Dialogue et Ecoute en coordonnant dans un seul outil les processus métier de front office et de mesure de satisfaction Client.

Eloquant s'est renforcée ces dernières années par le rachat d'Interview SA, expert des enquêtes multicanal, et une prise de participation majoritaire dans la société Holmes Semantic Solutions, fournisseur de services web sémantiques et linguistiques. Elle présente en 2015 une croissance de 20% de son chiffre d'affaires.

L'entreprise Eloquant a grossi ces dernières années au travers d'un rachat et d'une prise de participation majoritaire. Quels enseignements tirez-vous de ces rapprochements ?

Le principal défi qui se présente à une entreprise du numérique qui souhaite se développer est de franchir certains seuils. Avant leur rapprochement, Interview SA et Eloquant avaient toutes deux atteint le seuil des 30 salariés et se trouvaient devant les deux choix qui se présentent traditionnellement aux entreprises de cette taille : se faire racheter par un gros du secteur, qui sera intéressé par sa technologie, ou se spécialiser sur un marché de niche.

Nous avons fait un autre choix : celui de rapprocher nos deux technologies, qui étaient complémentaires, pour garder notre indépendance et attaquer ensemble un plus gros marché.

Fusionner deux entreprises n'est pas un exercice facile. Nous avons dû apprendre avec cette première expérience, et nous sommes désormais mûrs pour d'autres croissances externes.

A défaut de trouver une manière satisfaisante de grossir, beaucoup d'entreprises restent autour de ce seuil de 30 salariés. On remarque d'ailleurs qu'il existe, dans le bassin grenoblois mais dans la région en général aussi,

beaucoup de petites sociétés dans le domaine du logiciel et peu d'acteurs comptant entre 60 et 200 personnes.

Il serait intéressant que les représentants de nos entreprises ou nos représentants institutionnels donnent davantage encore le moyen aux entreprises de notre région de se rencontrer, afin de favoriser l'identification des entreprises complémentaires et, ainsi, l'émergence de champions régionaux. Les entreprises auraient également besoin d'un accompagnement juridique et technique pour fusionner de manière efficace et éviter les pièges.

Constatez-vous d'autres difficultés dans le développement des entreprises ?

Une particularité des entreprises françaises du logiciel est de se développer davantage par leur technologie que par leur marketing. On commence à faire du marketing à partir de 50 salariés environ. Dans certains pays, on commence à penser marketing dès le début du développement de l'entreprise. Les sociétés qui pensent ainsi ont un avantage non négligeable par rapport à leurs concurrents.

Justement, au sujet de l'international, comment s'est passée votre entrée sur les marchés étrangers ?

Nous avons ciblé dès la création d'Interview SA des marchés multiples : la France, l'Italie, l'Allemagne et l'Angleterre. Nous nous sommes cependant vite heurtés à la difficulté suivante : dans le domaine du logiciel et à moins d'être sur un marché de niche, il est important d'avoir soit de très bons appuis locaux, soit de bons partenaires, soit une taille critique qui permette de ne pas disperser ses ressources inutilement. Un exemple d'effort à fournir pour aller à l'étranger : il est nécessaire d'alimenter les documentations techniques et l'ensemble des documents commerciaux dans la langue locale. Il ne faut pas « aller à l'export pour aller à l'export », car l'export n'est pas une loterie.

Concernant l'accompagnement, il peut s'agir de réaliser des voyages d'affaires de rencontre entre sociétés, comme peuvent le faire des Chambres de Commerce et d'Industrie. Favoriser des rencontres aide beaucoup dans ce domaine.

Comment décririez-vous l'écosystème des entreprises d'Auvergne-Rhône-Alpes ?

La région Auvergne-Rhône-Alpes est riche de ses compétences, qui sont pointues dans beaucoup de domaines : nanotechnologies, mathématiques et semi-conducteurs autour de Grenoble, biotechnologies, web, marketing et jeux dans le bassin lyonnais, interfaces en Auvergne, etc.

Je dirais cependant que la région Auvergne-Rhône-Alpes n'existe pas. Elle est plutôt un patchwork de sociétés et de représentations locales multiples qu'il serait intéressant de rassembler autour d'une seule bannière afin de créer une synergie régionale. Aujourd'hui, beaucoup d'entreprises grenobloises sont plus proches de Paris que de Lyon.

L'idée pourrait être de créer une figuration des entreprises sous forme de fédération, avec une représentation externe unique à l'échelle régionale (vis-à-vis d'autres régions, vis-à-vis de l'Europe) et des acteurs locaux uniques par territoire jouissant d'une autonomie importante, notamment pour la gestion de leurs budgets. Il est important d'éviter la dispersion mais de garder de l'autonomie.

Diriez-vous que la filière régionale dispose de compétences suffisantes ?

Le marché de l'emploi dans le numérique est conjoncturel : alors que le manque de personnes qualifiées était criant avant l'année 2000, le marché s'est détendu suite à la crise économique et aux nombreux professionnels libérés par le départ d'entreprises comme HP SI. Nous sommes repartis dans un cycle de tension, qui pourrait durer à la vue de la croissance affichée par la filière.

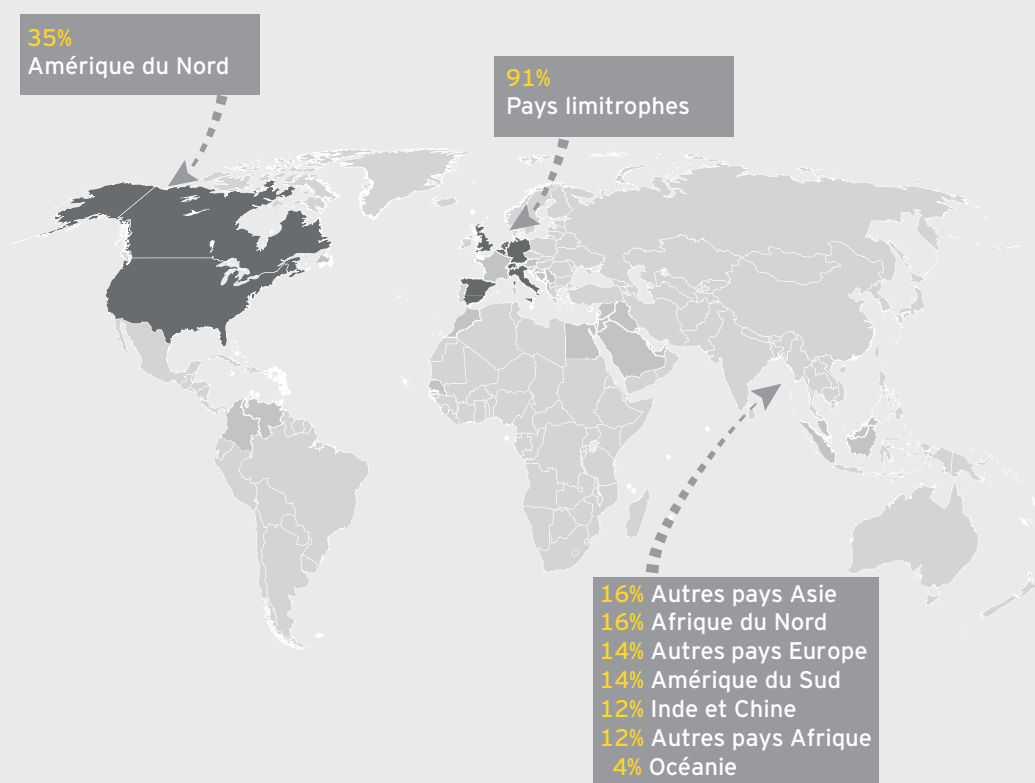
La principale difficulté que nous connaissons, chez Eloquent, est de garder nos salariés au fait des dernières avancées techniques, sur la sécurité informatique ou l'infographie par exemple. Le métier évolue très vite. Pour cela, nous utilisons la formation continue, effectuée via des formateurs privés. L'offre privée n'est cependant pas complètement satisfaisante, car les formations restent souvent généralistes.

Il pourrait être intéressant que le public prenne une plus grande part dans la formation continue et forme, de manière ciblée, sur les nouvelles tendances de la filière numérique, en faisant remonter les besoins par l'intermédiaire des représentants des entreprises. Les entreprises en pointe sur certains sujets pourraient d'ailleurs constituer un bon vivier de formateurs. Eloquent pourrait par exemple être mobilisée sur le sujet de la certification ISO 27001, que nous venons d'obtenir.

Les entreprises du numérique ciblent très majoritairement les pays limitrophes

Pour 91% d'entre elles, ce sont en priorité les pays limitrophes qui sont visés par les stratégies de développement de l'activité à l'international. La seconde zone ciblée correspond à l'Amérique du Nord (35%), suivie de près par l'Asie (28%, y compris Inde et Chine pour 12%) et l'Afrique (28%, dont 16% pour l'Afrique du Nord).

A l'international, quelles sont vos zones géographiques cibles ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des entreprises répondantes ayant pour cible la zone concernée



Entretien



« Nous ne négligeons aucun levier qui permettra à la région de devenir un territoire de référence au niveau européen. »

Christophe Georget

Associé EY, Responsable régional de l'activité Conseil (Lyon)

Depuis plusieurs années, de par la généralisation des initiatives digitales au sein des entreprises, la filière numérique a pris une dimension encore plus forte et son rôle dans l'économie internationale, nationale et locale a fondamentalement changé. De fournisseur de solutions « informatiques » pour automatiser les processus, l'entreprise de service numérique a aujourd'hui pour raison d'être le développement de solutions globales qui vont permettre la transformation stratégique de l'entreprise. De ce fait, disposer, dans la région, d'une filière numérique dynamique, entreprenante et innovante est un facteur clé de réussite pour l'ensemble des secteurs d'activité de notre région. Les autres secteurs industriels ou de services auront la chance d'avoir, à proximité, dans leur écosystème, des prestataires qui auront la capacité à accompagner leur transformation digitale.

De même, grâce à la présence d'une filière numérique forte, les universités et les grandes écoles auront la capacité à attirer ou à faire émerger des talents qui serviront ensuite l'ensemble de l'économie régionale et participeront ainsi au développement de l'ensemble des secteurs d'activités.

En outre, et les chiffres le montrent, une filière numérique active est un élément clé de l'attractivité d'un territoire. Or, comme la filière a toujours développé le concept de « coopération » (compétition coopérative), il est donc toujours important pour un entrepreneur ou un investisseur d'installer son activité numérique dans un territoire déjà bien pourvu dans le domaine en termes de structures d'incubation, de formation, d'acteurs technologiques, etc.

Une Silicon Valley Auvergne-Rhône-Alpes n'est certes pas encore d'actualité mais gageons qu'un renforcement des initiatives (valorisation, formation, accueil...) en faveur de la filière ne peut avoir qu'un effet hautement bénéfique sur l'économie régionale.

EY est également acteur de la filière numérique, du fait de sa capacité à accompagner les entreprises, PME, ETI ou grands groupes mais également les organisations publiques, dans leur processus de transformation digitale. Nous tirons, nous aussi, parti du dynamisme régional de la filière en captant des opportunités de développement de notre activité, en attirant des talents formés dans la région ou en dehors.

Notre vocation, depuis notre implantation dans la région, reste intacte : plus la région se développe plus EY se développe et nous ne négligeons aucun levier qui permettra à Auvergne-Rhône-Alpes de devenir un territoire de référence au niveau européen.

L'innovation reste le principal carburant de la croissance



Le numérique est sans aucun doute le vecteur de transformation de l'économie le plus puissant. Pour être au rendez-vous des attentes, les entreprises de la filière numérique, actrices clés de cette transformation, doivent continuellement développer et diversifier leur offre pour s'adapter aux grandes tendances (ubérisation, relation clients, optimisation, expérience utilisateur étendue...).

Davantage que pour tout autre secteur, l'innovation continue constitue pour le numérique une impérieuse nécessité. Le financement public de l'innovation semble répondre aux besoins. L'enjeu est plutôt positionné sur la réduction des cycles de maturation des projets de R&D, le *time-to-market* restant le premier indicateur guidant la décision d'innover ou non.

Des perspectives optimistes

Dans un contexte économique national relativement morose, la filière affiche un optimisme certain quant à sa croissance et aborde l'année 2016 avec une réelle confiance.

La grande majorité des répondants (65%) table sur un chiffre d'affaires en progression et 31% d'entre eux sur un CA stable. Par ailleurs, le numérique continuera de contribuer au développement de l'emploi régional. Plus de $\frac{2}{3}$ des entreprises prévoient ainsi de créer des nouveaux postes en 2016.

Quelles sont les prévisions d'évolution de CA sur 2016 ?



72%

des entreprises prévoient de créer des nouveaux postes en 2016

Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016

L'édition logiciel : une spécificité de la région Auvergne-Rhône-Alpes

A l'échelle nationale, la filière numérique régionale affirme son savoir-faire dans l'édition logiciel. Plus d'une entreprise française sur 10 relevant de ce secteur est basée en Auvergne-Rhône-Alpes si l'on considère le top 1000 des chiffres d'affaires. Avec 119 éditeurs de logiciels, la région comptabilise autant d'acteurs que les régions Midi-Pyrénées-Languedoc-Roussillon et Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes réunies.

119 éditeurs de logiciels de la région Auvergne-Rhône-Alpes sont dans le top 1 000 des plus importants chiffres d'affaires français



2 entreprises



10 entreprises



119 entreprises

Régions	Nombre d'entreprises
1. Île-de-France	510
2. Auvergne-Rhône-Alpes	119
3. Midi-Pyrénées-Languedoc-Roussillon	86
4. PACA	66
5. Pays de la Loire	45
6. Alsace-Lorraine-Champagne Ardenne	42
7. Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes	37

Source : DIANE, dernière année disponible



Entretien



« Nous avons la conviction qu'au sein de toutes les entreprises et organisations, il faut encourager l'intelligence collective. »

Frédéric Mouton

Directeur de la division Auvergne-Rhône-Alpes de Sopra Steria (Limonest)

Issu du regroupement des sociétés Sopra et Steria en janvier 2015, le Groupe Sopra Steria compte aujourd'hui plus de 38 000 collaborateurs dans plus de 20 pays et son chiffre d'affaires est de 3,6 milliards d'euros en 2015. L'entreprise, leader européen de la transformation numérique, propose un large portefeuille d'offres comprenant le conseil, l'intégration de systèmes, l'édition de solutions métier, l'*infrastructure management* et les business process services. Sopra Steria a pour particularité d'être leader dans trois domaines de l'édition de solutions métier : les services financiers, les ressources humaines et l'immobilier.

Comment Sopra Steria parvient-elle à rester dans une dynamique permanente d'innovation ?

Nous accordons une grande importance à l'innovation en interne et mettons en œuvre le principe d'innovation collaborative avec nos clients.

Au sein de notre entreprise, l'innovation est un domaine transverse et chaque entité développe son innovation, qui peut concerner le cloud, la cyber sécurité, l'Internet des Objets, la mobilité, etc.

De plus, nous nous sommes mobilisés lorsque nous avons appris que la Métropole de Lyon lançait Lyon Urban Data, et nous sommes devenus l'un des premiers membres fondateurs du TUBÀ. Nous avons la conviction qu'au sein de toutes les entreprises et organisations, il faut encourager l'intelligence collective. TUBÀ propose un lieu et une plateforme permettant aux élus, aux grandes entreprises, aux start-ups, aux écoles, etc. de découvrir et tester de nouveaux services, pour bien vivre la ville de demain. Sur le salon lyonnais des objets connectés (SiDO), nous avons, par exemple, travaillé avec deux autres industriels sur un sujet concernant le bien-être de l'homme dans son habitat.

Nous avons par ailleurs créé un Digilab au sein de nos locaux, afin de pouvoir en faire bénéficier nos clients et l'ensemble de nos collaborateurs et candidats.

Enfin, il me semble qu'une évolution a lieu dans l'organisation des projets. Les entreprises ne sont plus uniquement dans une logique de clients-fournisseurs : il faut penser co-innovation, co-construction et partage.

C'est peut-être cela l'innovation de demain : une évolution du B2B vers du « B » distribué selon l'usage. Nous pouvons générer de l'innovation via des consortiums, en imaginant par exemple davantage de collaborations entre grandes entreprises industrielles et entreprises du numérique.

Ces « consortiums innovants » pourraient-ils rendre la région encore plus attractive ? Comment attirer les talents de demain ?

Nous avons la chance d'être dans un bassin très dynamique, ayant une grande diversité de métiers. En région Auvergne-Rhône-Alpes, nous avons des entreprises performantes couvrant pratiquement tous les métiers des secteurs du tertiaire et de l'industrie.

En ce moment cependant, il existe une sorte de « guerre des talents ». Je ne pense pas que ce soit un problème d'adaptation et de qualité des formations mais plutôt un manque d'effectifs.

Dans les prochaines années nous devons veiller à susciter encore davantage l'intérêt des étudiants : nous devons rendre la filière numérique plus attractive. Chaque acteur du numérique devrait donc contribuer au développement de la filière auprès des étudiants, aller leur parler de notre formidable secteur, de toutes les opportunités offertes, de la diversité des métiers et des technologies.

Des entreprises particulièrement innovantes

L'innovation est une impérieuse nécessité pour la compétitivité des entreprises du numérique en général. Aussi, l'intensité de dépenses en R&D est nettement supérieure à la moyenne constatée dans l'économie française : les sociétés françaises tous secteurs confondus menant des travaux de R&D investissent 3,2 % de leur chiffre d'affaires dans la recherche⁽⁸⁾.

En moyenne, les entreprises de notre panel consacrent 15,4% de leur chiffre d'affaires à la R&D. Soit un taux supérieur à celui constaté en Europe pour le secteur du logiciel et de l'internet (10,6%) et proche de ceux observés dans des secteurs particulièrement tournés vers la R&D comme la biotechnologie (18%), le hardware (15,1%) ou encore la pharmacie (13,1%)⁽⁹⁾.

Quel est le pourcentage de votre CA 2015 consacré à la R&D ?

Moyenne
15,4%

Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016

Un recours de plus en plus important à la recherche publique

21% des entreprises interrogées affirment avoir engagé au moins un partenariat avec la recherche publique ces 3 dernières années. Une bonne performance à mettre en perspective avec l'étude de l'INSEE portant sur les pratiques des sociétés technologiquement innovantes, qui révèle que 14% d'entre elles ont développé un partenariat avec la recherche publique entre 2010 et 2012⁽¹⁰⁾.

L'enquête conduite pour l'observatoire montre également que les relations entre les entreprises de la filière numérique de la région et la recherche publique vont s'intensifier puisque 37% de notre panel fait part de projets susceptibles de nécessiter l'intervention d'un organisme de recherche publique dans les 3 années à venir.

Avez-vous ces 3 dernières années été engagés dans des partenariats avec des organismes de recherche publique ?



Avez-vous des projets susceptibles de nécessiter l'intervention d'un organisme de recherche publique dans les 3 ans à venir ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016

⁽⁸⁾ Source : Les Echos, Frédéric Schaeffer, *Des dépenses françaises en R&D bien inférieures à celles de l'Allemagne*, 17/09/2012.

⁽⁹⁾ Source : Commission Européenne, *EU R&D scoreboard-2015*.

⁽¹⁰⁾ Source : INSEE, Joëlle Chazal, *Les sociétés technologiquement innovantes : majoritairement engagées en recherche et développement*.



Entretien



« La R&D est la garantie que nous parvenons toujours à élargir notre champ d'expertise. »

Jean-Philippe Pommel

Président de Decalog (Guilherand-Granges)

Créée en 1987, Decalog, est un acteur de la transformation digitale du monde de la lecture publique et par extension de la culture. La société fournit les solutions permettant aux gestionnaires de médiathèques de s'adapter continuellement aux pratiques des lecteurs tout en optimisant la productivité des équipements.

Quel est le principal levier qui permet à une PME du numérique de se développer ?

Incontestablement par l'intermédiaire de la R&D. Ce n'est pas le seul levier mais c'est la garantie que, dans l'environnement en perpétuel changement dans lequel nous évoluons, nous parvenons toujours à élargir notre champ d'expertise. Notre cellule R&D de 15 personnes couvre des thématiques comme la réalité augmentée, la mobilité, la data analytics et la géolocalisation. L'enjeu est d'anticiper les usages de demain, avec des lecteurs de plus en plus mobiles, une pratique de la lecture multi-support et des médiathèques qui ne sont plus des lieux uniquement dédiés à la lecture.

Cette politique d'innovation, reconnue depuis 2008 par le label « Entreprise Innovante » délivré par Bpifrance, est soutenue financièrement par le Crédit Impôt Recherche et un prêt de Bpifrance. Sans ces outils de soutien à l'innovation, Decalog serait allé moins vite et moins loin.

Qu'est-ce qui vous permet de maintenir votre ancrage à Valence ?

La présence à Valence d'un IUT dépendant de l'Université de Grenoble et d'une école d'ingénieurs de Grenoble INP (ESISAR) est déterminante pour nous permettre de recruter les profils dont nous avons besoin pour nous développer. Decalog entretient des relations très fortes avec ces deux institutions en accueillant des stagiaires, des apprentis et en assurant un débouché professionnel pour une partie des étudiants.

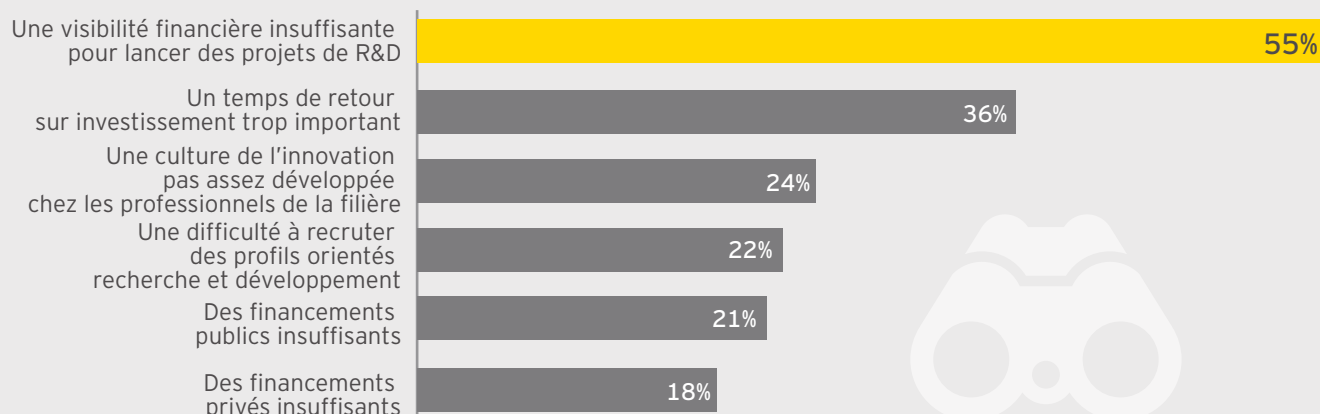
Réduire le *time-to-market* pour conforter l'innovation dans le numérique

Pour 55% des entreprises du numérique interrogées, les freins à l'innovation tiennent surtout à la difficulté de lancer des démarches R&D qui s'inscrivent dans des cycles longs, en décalage avec la visibilité financière dont les entreprises disposent. De même, pour 36% d'entre elles, le retour sur investissement est perçu comme trop éloigné.

Les problématiques de disponibilité des financements publics ou privés, et d'acculturation des salariés ne sont en revanche pas considérés comme des freins majeurs à l'innovation.

L'enjeu pour maintenir un bon niveau de R&D au sein des entreprises du numérique réside ainsi dans l'accélération des processus d'innovation.

Qu'est-ce qui freine l'innovation dans votre entreprise ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse parmi les trois principaux freins à l'innovation





Entretien



« Alors que les phases risquées d'amorçage sont financées par la France et ses dispositifs publics, celle-ci ne tire pas toujours les bénéfices de ses investissements. »

Pierre-Emmanuel Passeleque

Directeur chez EY en charge du suivi et du développement auprès des start-up (Bureau de Lyon)

Comment font les start-up du numérique pour innover et se développer ?

En France et en Auvergne-Rhône-Alpes, les outils de financement mis à disposition des entreprises innovantes dans le digital sont importants.

Les start-up peuvent évoluer grâce à des accélérateurs ou des incubateurs, de nature publique et/ou privée, qui prennent souvent part à leur financement. Un certain nombre de fonds d'investissement ou d'amorçage sont également présents sur notre territoire. Rhône-Alpes Création (RAC), par exemple, qui est constitué de fonds privés et publics, joue un rôle majeur dans le développement de nombreux beaux projets digitaux. Ce fonds d'amorçage contribue notamment à pallier les carences dans l'offre du capital investissement.

Les dispositifs fiscaux applicables en France jouent également un rôle majeur dans le financement des jeunes entreprises. Des exonérations comme celle liée au statut de JEI (Jeune entreprise innovante) ou bien le CIR (Crédit d'impôt recherche) peuvent les aider à financer leurs dépenses de R&D et accélérer ainsi leur développement.

Quelles sont les nouvelles tendances liées au financement des start-up du digital ?

Le *crowdfunding* et le financement auprès de fonds de type « *corporate venture* » sont des modes de financement de plus en plus convoités. Le financement participatif (*Crowdfunding*) devient une alternative en vogue, car ce système permet souvent un financement plus rapide que celui issu d'un fonds d'amorçage. C'est une bonne alternative pour trouver du financement à hauteur très variable (entre 200 000 à 1 million d'euros).

Les banques, bien que toujours prudentes, ont trouvé dans les entreprises innovantes un relai de croissance et sont de plus en plus nombreuses à manifester un intérêt pour les start-up et à

mettre en place des départements dédiés. Elles proposent des prêts qui sont souvent garantis en partie par Bpifrance. C'est en ce sens que l'on peut parler de « cercle vertueux » : à partir du moment où une start-up a réussi à lever des fonds et à afficher une structure de haut de bilan saine (via la *love money*, les *business angels*, les *super angels* et les fonds d'amorçage) cette dernière peut obtenir de Bpifrance des financements complémentaires, au travers d'aides remboursables ou de subventions. En cela, Bpifrance joue également un rôle crucial dans la réussite des start-up, car les banques ont alors confiance dans le projet et accordent plus facilement des financements.

Quelle est la difficulté majeure actuelle des start-up du numérique ?

Lors des premières phases de développement, il existe de nombreuses sources de financements pour les start-up mais ces aides proviennent, directement ou indirectement et pour près des $\frac{2}{3}$ d'organismes publics. Même si le financement par les acteurs privés du capital risque s'est accéléré sur 2015, il reste encore trop discret.

La « Vallée de la mort » demeure une réalité, même si le financement participatif tend à résoudre progressivement le problème pour les financements inférieurs à 1 millions d'euros.

Enfin, il manque des outils pour les levées de fonds comprises entre 5 millions et 30 millions d'euros. En effet, même si Bpifrance réalise certains financements via son fonds, *Large Venture*, il est très compliqué de trouver ce niveau de financement auprès des acteurs du capital risque français, obligeant ainsi nos plus belles start-up à solliciter des investisseurs étrangers, notamment américains, capables d'investir plusieurs dizaines de millions d'euros. Ainsi, alors que les phases risquées d'amorçage sont financées par la France et ses dispositifs publics, celle-ci ne tire pas toujours les bénéfices de ses investissements.

Le financement public de l'innovation semble jouer son rôle

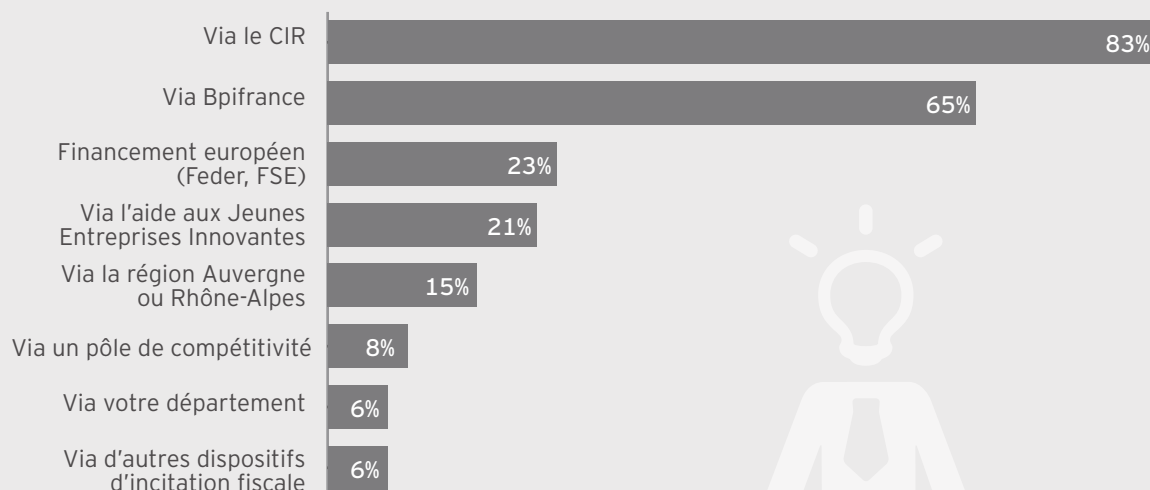
Près de la moitié des entreprises du panel (49%) ont fait appel à des dispositifs de financement public de l'innovation, quand un quart seulement trouve des solutions dans le financement privé.

Le CIR figure en tête des outils mobilisés, pour 83% des entreprises financées, suivi de près par ceux proposés par Bpifrance. On note également une pénétration réelle des fonds européens mobilisés, pour un quart des entreprises financées. En revanche, les outils régionaux n'ont été utilisés que pour 15% d'entre elles.

Avez-vous déjà fait appel à des modes de financement **publics** de l'innovation ?



Quels sont les modes de financements publics mobilisés ?



Source : Enquête Observatoire du numérique EY / Clust'R Numérique 2016 - En % des répondants ayant cité la réponse

Avez-vous déjà fait appel à des modes de financement **privés** de l'innovation ?





Méthodologie



Cette première édition de l'Observatoire de la filière numérique Clust'R Numérique 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 de différentes natures ;
- ▶ Des recherches thématiques ciblées et l'utilisation d'études EY précédemment publiées.

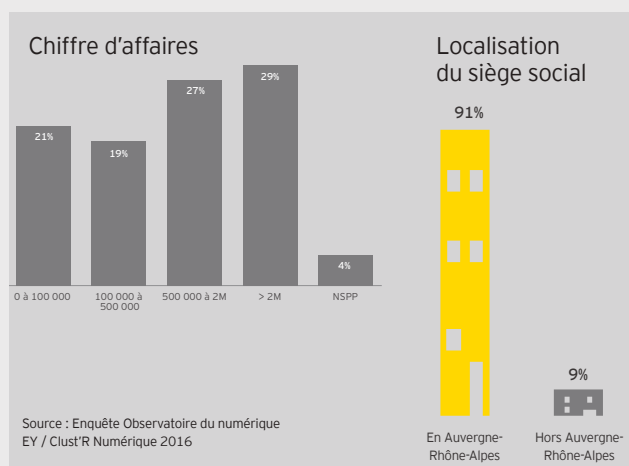
L'ensemble des données collectées a permis de dégager des grandes tendances et de mettre en valeur des messages clés concernant trois thèmes majeurs pour les acteurs de la filière :

- ▶ L'emploi / la formation ;
- ▶ L'attractivité / le développement à l'international / l'export ;
- ▶ La R&D / l'innovation.

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

117 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 le Clust'R Numérique, avaient pour objectif de couvrir un large panel de sujets propres aux sociétés du numérique. Les données ont été recueillies de façon anonyme.

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



Nous remercions particulièrement Everwin et Auvergne TIC pour les contacts apportés à la liste de diffusion du questionnaire en ligne.

Les entretiens qualitatifs réalisés auprès d'entreprises de la région et d'experts EY

Les entretiens, dont vous trouvez la retranscription tout au long de cette étude sous forme d'encarts, ont été menés dans un souci de représentativité géographique. Ont été sollicités des représentants d'entreprises de notre territoire, que nous remercions pour leur contribution. Ainsi, nous adressons un grand merci à :

- Patrick Bertrand, Directeur Général de Cegid ;
- Olivier Figon, Co fondateur d'Oorace ;
- Laurence Ruffin, PDG d'Alma ;
- Daniel Perrin, Responsable IT et Achat chez a-SIS ;
- Jean-Paul Genoux, Directeur général de DIMO Software ;
- Alain Bouveret, Directeur Général d'Eloquent ;
- Frédéric Mouton, Directeur de la Division Rhône-Alpes-Auvergne pour Sopra Steria ;
- Jean-Philippe Pommel, Président de Decalog.

▶ Ces entretiens ont été complétés par le point de vue de trois experts EY de la filière :

- Christophe Georget, Associé EY Advisory, Responsable régional de l'activité Conseil ;
- Franck Sebag, Associé EY, Responsable national du département des entreprises de croissance & IPO ;
- Pierre-Emmanuel Passelegue, Directeur chez EY en charge du suivi et du développement auprès des start-up pour le bureau lyonnais.

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 resserée de la filière numérique intégrant les codes NAF suivants :

NAF	N° du NAF
Autres activités de télécommunication	6190Z
Autres activités informatiques	6209Z
Conseil en systèmes et logiciels informatiques	6202A
Édition de jeux électroniques	5821Z
Édition de logiciels applicatifs	5829C
Édition de logiciels outils de développement et de langages	5829B
Édition de logiciels système et de réseau	5829A
Gestion d'installations informatiques	6203Z
Portails Internet	6312Z
Programmation informatique	6201Z
Télécommunications filaires	6110Z
Télécommunications par satellite	6130Z
Télécommunications sans fil	6120Z
Tierce maintenance de systèmes et d'applications informatiques	6202B
Traitement de données, hébergement et activités connexes	6311Z

Une large collecte de données a été rendue possible grâce aux différentes bases de données commerciales comme DIANE ou publiques comme l'INSEE. Des statistiques ont également pu être établies grâce à des bases de données liées à des établissements publics nationaux. L'ACOSS, caisse nationale du réseau des Urssaf, nous a fourni des données annuelles sur la période 2009-2014 (juin 2015) selon la NAF 732. Enfin la base interne de la société EY, EIM - EY Investment Monitor 2015 - a également offert la possibilité de comparer les investissements directs étrangers dans la région Auvergne-Rhône-Alpes et par rapport à d'autres régions et villes-régions européennes.

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.

© 2016 Ernst & Young Advisory.
Tous droits réservés.

Studio EY France – 1604SG694
© Photos : Fotolia.com

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

Le Clust'R Numérique Auvergne-Rhône-Alpes

Avec plus de 300 entreprises cotisantes, le Clust'R Numérique pèse près de 50 % du poids économique de la filière numérique de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Selon l'étude de la DIRECCTE, il représente 22 000 emplois et 2,2 Md€ de CA consolidé.

Dans une Région qui accueille la plus forte concentration d'ETI de la filière numérique après l'Île-de-France, il fédère un réseau régional associant des entreprises (startups, PME, ETI, grandes entreprises), des laboratoires de recherche et des organismes de formation.

Il contribue à favoriser la performance et l'innovation de ses adhérents, en organisant chaque année plus d'une cinquantaine d'événements proposant information, networking, partage de bonnes pratiques et de l'état de l'art sur des thématiques portant sur le business et l'innovation, l'export, l'entrepreneuriat, la formation et l'expertise.

Labellisé Région Auvergne-Rhône-Alpes et cluster d'Excellence Européenne, soutenu par la Métropole de Lyon et Grenoble-Alpes Métropole et l'Etat, le Clust'R Numérique a su également convaincre des acteurs privés de premier ordre de soutenir son développement : BNP Paribas, Hiscox, IBM, F-Initiatives, Appolo, Wis...

Dirigé par Thierry Alvergnat sous la présidence de Jean-Michel Bérard, le Clust'R Numérique compte désormais 6 collaborateurs permanents.

www.leclustR.org

Nous tenons à remercier pour leur aide :



Ainsi que :



Contributeurs à la réalisation de cet Observatoire :

EY

Christophe Georget
Fabrice Reynaud
Philippe Jauffret
Nicolas Sielanczyk
Lucie Gagnière
Sabrina Benyahia
Leslie Wenisch
Isabelle Girardot

Clust'R Numérique

Jean-Michel Bérard
Eric Angelier
Thierry Alvergnat
Virginie Bidaud