



Industrie numérique

Prophète en son pays

Leader en France, l'industrie du logiciel en Ile-de-France doit désormais s'exporter

PAR LUCAS HOFFET

Parlera-t-on un jour de Silicon-sur-Seine ? S'il y a bien un secteur où la région se taille la part du lion, c'est celui de l'édition de logiciels informatiques. Référencé sous le code 58.29 par l'Insee, ce secteur couvre l'édition de logiciels prêts à l'utilisation hors jeux vidéo. Dans ce domaine, la région capitale domine sans partage. Dans sa note économique, le Crocis (Centre de recherche économique de la CCI) remarque qu'en regroupant 45 % des établissements et 54 % des emplois, l'Ile-de-France est devenue le "centre névralgique de l'édition de logiciels". Le chiffre d'affaires réalisé sur l'année 2015 a atteint 7,5 milliards d'euros, dont 83 % provenant d'Ile-de-France, tandis que la région Auvergne-Rhône-Alpes, deuxième, ne comptait que pour 9 %.

Pour pouvoir atteindre ces niveaux-là, la région peut compter sur deux atouts. Le premier est l'environnement favorable et qualitatif dont disposent les entreprises implantées sur le territoire. Les écoles d'ingénieurs très qualifiés telles que Télécom Paris Tech et Centrale-Supélec à Saclay, l'Isep à Paris et Issy-les-Moulineaux, Efrei Paris Sud à Villejuif, EISTI à Cergy, ESIEE à Noisy-Le-Grand, quadrillent le territoire. Les entreprises "reconnaissent la

qualité du socle scientifique fondamental des ingénieurs français, qui allient rigueur mathématique et créativité", souligne l'étude.

Les pôles de recherche publics participent également de l'environnement propice au développement de cette industrie, "en stimulant l'innovation". Ainsi l'institut national de recherche dédié aux sciences du numérique (INRIA) a lancé "Inria Innovation Labs" afin de faciliter le transfert d'innovation à destination des PME et PMI.

Enfin, dynamique francilienne dans l'édition de logiciels est grandement portée par Dassault Systèmes. Le leader français et numéro 2 européen, spécialisé dans les logiciels de gestion de cycle de vie produit et de modélisation 3D, réalise 30 % du chiffre d'affaires des 100 premiers acteurs du domaine.

Le passage difficile à l'internationalisation

Mais si Dassault Systèmes arrive à s'exporter - 60 % de son chiffre d'affaires provient de l'étranger -, c'est l'arbre qui cache la forêt. Les autres entreprises du secteur n'ont pas ce même succès, aucune d'elle ne fait figure de leader mondial. Or comme le précise le centre de recherche de la CCI, la corrélation est évidente entre degré d'internationalisation et croissance de l'activité d'une entreprise.

L'accès aux marchés étrangers permet de réaliser des économies d'échelle, mais surtout de rentabiliser les coûts de recherche et développement. De lourds investissements que les entreprises peinent à financer, faute d'un milieu d'investisseurs suffisant, empêchant de passer à la vitesse supérieure. Le capital-risque n'est pour l'instant donc pas à la hauteur des ambitions de la région. Ainsi, Matthieu Mille, directeur des études et de l'innovation à Techin France, le porte-parole des acteurs du numérique, regrette l'absence de mesures incitatives. "Un cadre légal favorisant l'investissement des business angels, et le réinvestissement en cas de succès, envisagé un temps par le ministère des Finances, aurait été très apprécié par le secteur". Sans accès à cette manne financière, les entreprises, sous-valorisées, ont alors le choix de partir ou de passer sous pavillon étranger, la plupart du temps états-unien.

Il manque en outre un véritable cluster porté par quelques entreprises leader, à l'image du Software-Cluster en Allemagne, premier européen en termes de chiffre d'affaires. Entraîné par SAP, numéro 1 du Vieux continent, et Software AG, ce cluster technologique facilite les relations entre les donneurs d'ordres, les universités et les financiers. Donnant ainsi la possibilité aux entreprises de taille intermédiaire d'émerger, ce qui fait

cruellement défaut en Ile-de-France pour le moment.

La stratégie marketing, essentielle pour conquérir les marchés étrangers, est pour l'instant laissée-pour-compte. "Trop centré sur les aspects techniques, on ne se pose pas assez la question de la valeur ajoutée qu'apporte notre produit. Du coup, son prix est très souvent en dessous de sa vraie valeur, et on ne dégage pas le volume d'affaires qu'on pourrait avoir, et qui nous permettrait de renforcer nos équipes" observe Jean-Paul Rigal, président de Stepnet, éditeur de solutions pour la communication d'entreprise.

Pour faciliter le dialogue entre pouvoirs publics et entreprises du secteur sur les questions de développement à l'international, et plus globalement soutenir les synergies entre les différents acteurs, un Comité stratégique de filière numérique (CSF) en Ile-de-France a été mis en place. S'il n'est pas destiné à révolutionner le paysage francilien du numérique, il témoigne d'un intérêt des pouvoirs publics pour un secteur dont le chiffre d'affaires a été multiplié par 2,5 en 10 ans, et où la plupart des entreprises françaises et franciliennes n'ont pas encore eu l'occasion de prouver leur valeur à l'étranger.

