



les **pilliers** de la
transformation
numérique

LE FIGARO

mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
3 rue de Berri 75008 Paris

REVUE DE PRESSE

du Colloque NPA-Le Figaro



Contact Presse

Matthieu Amelin – mamelin@npaconseil.com – 01 74 71 43 80

Mardi 12 mai 2015

Les villes d'origine des réfugiés syriens. C'est ceux qui ont le plus de réfugiés, et qui ne pourront pas être évacués par leurs parents. Pour eux, par exemple, la sécurité n'est pas assurée. Ils ne peuvent pas aller dans les camps de réfugiés, car ils ne sont pas reconnus comme réfugiés. Ils ne peuvent pas aller dans les camps de réfugiés, car ils ne sont pas reconnus comme réfugiés.



En 2014, l'Alsace accueillait l'arrivée de Gary avec sa femme et ses deux enfants. Ici, Gary et sa femme en 2014. Gary et sa femme en 2014. Gary et sa femme en 2014.

Un débat crispé autour des questions de filiation

L'ARRIVÉE de nos réfugiés pose de nouvelles questions. Celles de la filiation, de la nationalité, de la citoyenneté. Celles de la filiation, de la nationalité, de la citoyenneté. Celles de la filiation, de la nationalité, de la citoyenneté.

COLLOQUE npa

RENVOYER
CONVIER
ACCOMMODER
COOPÉRER
VALOISER

LE FIGARO

Les piliers de la transformation numérique

Le mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
10 rue de Valenciennes - 75011 Paris

www.colloque-npa.fr

Informations et inscriptions :
01 71 71 43 80
colloque@npaonline.com

Le mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
10 rue de Valenciennes - 75011 Paris

www.colloque-npa.fr

Informations et inscriptions :
01 71 71 43 80
colloque@npaonline.com

Mardi 26 mai 2015

« Enjeux démocratiques »
Mardi, le soir de l'arrivée des réfugiés, les élus locaux ont été confrontés à la réalité de la situation. Ils ont dû faire face à la situation de la situation.

« Une réforme impossible à démarrer dans les deux ans »
Le président de la commission des Affaires Sociales, Jean-François Dubois, a déclaré que la réforme de la Sécurité sociale ne pourra pas être mise en œuvre dans les deux ans.

« Les Américains ont des inquiétudes croissantes sur la stabilité de la Grande-Bretagne »
Les Américains ont des inquiétudes croissantes sur la stabilité de la Grande-Bretagne, en particulier en ce qui concerne le Brexit.

« Le Brexit est une décision qui va avoir des conséquences importantes »
Le Brexit est une décision qui va avoir des conséquences importantes, notamment en ce qui concerne l'économie et la politique.

« Le Brexit est une décision qui va avoir des conséquences importantes »
Le Brexit est une décision qui va avoir des conséquences importantes, notamment en ce qui concerne l'économie et la politique.

« Une réforme impossible à démarrer dans les deux ans »

COLLOQUE npa

RENVOYER
CONVIER
ACCOMMODER
COOPÉRER
VALOISER

LE FIGARO

Les piliers de la transformation numérique

Le mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
10 rue de Valenciennes - 75011 Paris

www.colloque-npa.fr

Informations et inscriptions :
01 71 71 43 80
colloque@npaonline.com

Le mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
10 rue de Valenciennes - 75011 Paris

www.colloque-npa.fr

Informations et inscriptions :
01 71 71 43 80
colloque@npaonline.com

Lundi 18 mai 2015

Londres-Washington : une relation qui n'est plus si « spéciale »
Les relations entre Londres et Washington ont évolué. Elles ne sont plus aussi proches qu'elles l'étaient autrefois. Les relations entre Londres et Washington ont évolué.

COLLOQUE npa

RENVOYER
CONVIER
ACCOMMODER
COOPÉRER
VALOISER

LE FIGARO

Les piliers de la transformation numérique

Le mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
10 rue de Valenciennes - 75011 Paris

www.colloque-npa.fr

Informations et inscriptions :
01 71 71 43 80
colloque@npaonline.com

Le mardi 2 juin 2015
à la Maison des Travaux Publics
10 rue de Valenciennes - 75011 Paris

www.colloque-npa.fr

Informations et inscriptions :
01 71 71 43 80
colloque@npaonline.com

Colloque NPA-Le Figaro le 2 juin : « Les piliers de la transformation numérique »

Nouvelle formule pour la 21e édition du **colloque NPA-Le Figaro**, qui associera dans une même journée, le mardi 2 juin prochain, interventions et débats, volet de démonstration avec un espace d'interactivité, et dimension événementielle et conviviale avec la remise du Trophée des objets connectés qui prendra place après le colloque.

Parmi les **intervenants confirmés** de cette journée figurent **Emmanuel Macron**, ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique, **Alexandre Bompard** (pdg de la Fnac), **Eric Lombard** (dg de Generali France), **Laurent Paillassot** (dga d'Orange, Expérience client et Mobile Banking), **Stéphane Pallez** (pdg de La Française des Jeux), **Nonce Paolini** (pdg de TF1), **Olivier Schrameck** (président du CSA), **Sébastien Soriano** (président de l'Arcep) et Yves Tyrode, directeur du business digital de la SNCF.

Les échanges s'organiseront autour de cinq mots-clés :

- réinventer (la transformation des métiers) ;
- (co)créer (open data, open innovation, collaboration avec les start-up) ;
- accompagner (financement, régulation) ;
- valoriser (les nouveaux business models) ;
- connecter (l'évolution des réseaux et le « plus » d'intelligence qui leur est apportée).

Programme complet et liste des intervenants : <http://satfax.fr/npa12juin>

Philippe Lemoine : "la transformation numérique, un enjeu de 60 Mds€ de profits pour les entreprises"



Le 2 juin, CB News sera partenaire de la journée Les piliers de la transformation digitale organisée par NPA Conseil et Le Figaro. Avec **Les Jeudis de la transformation numérique**, CB News propose tout au long du mois de mai cinq éclairages en avant-goût de l'évènement. Président de la FING (Fondation internet nouvelle génération) et auteur du rapport sur la « Transformation numérique de l'économie », Philippe Lemoine revient sur ses 180 propositions au gouvernement.

Tous les détails :

Colloque NPA-Figaro : du beau monde interviendra



Le prochain Colloque NPA-Figaro (2 juin) tentera d'identifier les futurs piliers de la transformation numérique. L'évènement s'articulera autour de débats, interventions et ateliers interactifs, et enfin, la remise des Trophées des Objets Connectés (2e édition).

Pour sa 21e édition, le colloque NPA-Figaro proposera d'aborder la thématique de la « transformation numérique » autour de 5 mots-clés :

- **Réinventer**, transformer les métiers,
- **(Co)créer**, open data, collaborer entre entreprises (privées, publiques, start-ups),
- **Accompagner**, aide à la création et à l'industrialisation, réglementation,
- **Valoriser**, nouveaux business models,
- **Connecter**, smart grids, TIC.

Cette année, les 10 espaces du show-room proposeront aux visiteurs une mise au point concernant les nouvelles possibilités de services, et les nouveaux outils numériques disponibles.

Un évènement unique, qui verra, de plus, les participations exceptionnelles d'Emanuel Macron (ministre de l'Economie, de l'industrie et du Numérique), Laurent Paillassot (directeur adjoint en charge de l'expérience client et du Mobile Banking chez Orange) et Sébastien Soriano (président de l'ARCEP), entre autres.

Le Colloque NPA-Figaro aura lieu le mardi 2 juin 2015 à la Maison des Travaux Publics, 3 rue de Berri, 75008 Paris.

Pour s'inscrire ou être accrédité, c'est ici.

Luc Bretones :

" Des jeunes construisent des empires en codant dans leur garage "



CB News, qui sera partenaire le 2 juin de la journée "Les piliers de la transformation digitale" organisée par NPA Conseil et Le Figaro propose tout au long du mois de mai cinq regards et cinq éclairages d'acteurs clé en avant-goût de cet événement. A l'heure où le bouillonnement numérique contraint à conjuguer recherche interne avec innovation, le directeur du Technocentre d'Orange, Luc Bretones détaille la démarche collaborative du groupe avec le start-ups mais aussi les universités et les acteurs publics.

Pierre Conte, invité des Jeudis de la transformation numérique



CB News, qui sera partenaire le 2 juin de la journée "Les piliers de la transformation digitale" organisée par NPA Conseil et Le Figaro propose tout au long du mois de mai cinq regards et cinq éclairages d'acteurs clé en avant-goût de cet évènement. Exploitation de la data, évolution des modes de rémunération, réforme des organisations et des modes de management, Pierre Conte analyse les enjeux de la transformation numérique pour les agences média.

Alexis Brézet

invité des Jeudis de la transformation numérique



CB News, qui sera partenaire le 2 juin de la journée "Les piliers de la transformation digitale" organisée par [redacted] et [redacted] propose tout au long du mois de mai cinq regards et cinq éclairages d'acteurs clés en avant-goût de cet évènement. Directeur des rédactions du groupe Le Figaro, Alexis Brézet évoque le journalisme des temps numériques et commente les premiers résultats de la zone premium lancée mi-avril.

L'interview ici:

DANS L'ACTUALITÉ

RÉGIES ET TECHNOLOGIES PUBLICITAIRES

Eyedo remporte un nouveau procès sur la légalité de son outil Adblock Plus

Pour tenter de mettre fin au développement des adblockers, qui entraînent un réel manque à gagner publicitaire (10 à 20 % des pages vues seraient sans publicité en France), certains éditeurs ont tenté d'utiliser la voie judiciaire. Mais pour la deuxième fois en quelques semaines, la justice a repoussé la plainte de plusieurs médias en Allemagne.

Depuis six mois, en France, les éditeurs réunis au sein du Geste et les professionnels de l'IAB réfléchissent à la meilleure façon de mettre fin à l'utilisation croissante des adblockers, ces logiciels mis à disposition des internautes gratuitement. Notamment Adblock Plus, la solution proposée par l'entreprise allemande Eyedo.

Alors que les solutions techniques peinent encore à satisfaire l'ensemble du marché et qu'ils représentent un coût supplémentaire pour les éditeurs ([lire notre dossier sur la situation en France dans Satellinet n°235](#)), **les décisions de justice ne leur sont pour l'instant pas favorables non plus.**

Eyedo, l'entreprise allemande basée à Cologne, qui édite le logiciel de blocage de publicités Adblock Plus, a en effet remporté, mercredi 27 mai, un nouveau procès intenté par deux médias audiovisuels allemands, RTL et ProsiebenSat.1. Ceux-ci mettaient en avant l'entrave à la concurrence représentée par Adblock Plus (le logiciel le plus utilisé en Europe) et ses risques pour le modèle économique des sites, qui repose en large partie sur la publicité.

« Du racket », selon les éditeurs, pas selon la justice

L'outil comprend en effet une « liste blanche » de sites web dont les publicités sont jugées non intrusives par Eyedo et dont

l'impression n'est donc pas bloquée. Mais Eyedo propose aux éditeurs de payer pour figurer dans cette liste. **Un système que de nombreux éditeurs, en Allemagne comme en France, considèrent comme « du racket ».**

Mais le tribunal de Munich vient d'estimer que ce logiciel « ne constitue pas un handicap anticoncurrentiel » pour les éditeurs, soulignant que son activation relève des utilisateurs et pas de Eyedo. Les internautes ont en effet la possibilité de paramétrer Adblock Plus.

C'est la deuxième décision de justice en faveur de Eyedo, qui avait déjà remporté une première victoire fin avril, devant le tribunal de Hambourg, face à deux groupes de presse, Zeit Online (Zeit.de) et Handelsblatt (Wiw.de et Handelsblatt.com). Le tribunal avait alors estimé que les internautes pouvaient conserver le contrôle sur ce qui s'affiche ou pas sur leurs écrans, y compris les publicités.

Comme Zeit Online et Handelsblatt en avril, RTL et ProsiebenSat.1 ont annoncé leur volonté de faire appel de cette décision, évoquant « une attaque contre le pluralisme des médias, et la liberté de la presse », mais la voie judiciaire s'annonce longue et compliquée pour les éditeurs dans leur lutte contre les adblockeurs. ■

EN BREF

NRJ Global nomme sa directrice du marketing

NRJ Global, régie publicitaire du Groupe NRJ, vient de nommer, jeudi 28 mai, Virginia Robert au poste de directrice du marketing. Sa feuille de route insiste particulièrement sur l'axe numérique. Elle était jusque-là directrice du marketing adjointe et succède à Marie Sieg, qui a quitté le groupe pour un projet e-commerce.

La séparation des activités de Hi-Media Group se précise

Le 29 mai, Hi-Media Group a publié un « point d'étape » sur son projet de séparation des activités publicitaires (Hi-Media) de celles de paiement (HiPay Group). Hi-Media transférera l'ensemble de ses activités de paiements à HiPay, évaluées entre 71,7 et 89,1 millions d'euros par un expert indépendant en avril dernier, tandis que Hi-Media group, côté à Euronext Paris, est à ce jour valorisé à 86 millions d'euros.

Hi-Media group gardera 20 % des parts de HiPay et proposera à l'ensemble de ses actionnaires la distribution des 80 % restantes. ■

20^e édition
COLLOQUIUM
LEYDARD

Les piliers de la
transformation
numérique

mardi 2 juin 2015
à la Maison des Métiers Publics

voici le programme complet sur www.colloquium-leydard.fr

lefigaro.fr

LE FIGARO

« Sans la liberté de blâmer, il n'est point d'éloge flatteur »



ÉTAT ISLAMIQUE
RÉUNIS À PARIS, LES ALLIÉS
À L'HEURE DES RÉVISIONS
STRATÉGIQUES PAGE 8



ROLAND-GARROS
LA CHAMPIONNE
CHRIS EVERT JUGE
LE TENNIS MODERNE PAGE 12

LES RÉPUBLICAINS
Les sarkozystes
retiennent
leurs coups PAGE 5

FN Probable
candidature
de Marine Le Pen
aux régionales PAGE 6

IMPÔTS
Le prélèvement
à la source toujours
dans le flou PAGE 7

DEMANDEURS
D'ASILE
Paris et Berlin
posent leurs
conditions PAGE 9

CALAIS Violences
répétées entre
migrants PAGE 10

AVENTURE L'avion
Solar Impulse généré
par la météo PAGE 11

INTERVIEW
Le ministre
du Pétrole de Tripoli
appelle l'Europe
au secours
en Libye PAGE 18

CULTURE
Anish Kapoor
à Versailles PAGE 32

SLIBRES
• Les mystères
de la mort
de Sankara
• Fiscalité:
les tribunes de
Jean-Philippe



Emmanuel
Macron :
« La France
a tout pour
faire émerger
des champions
du numérique »

© CHRISTOPHE MARREAU / LE FIGARO

À l'occasion du colloque NPA - Le Figaro sur « Les piliers de la transformation numérique », le ministre de l'Économie dévoile sa stratégie. « Le point le plus crucial, dit-il, est de faire travailler ensemble les start-up et les grands groupes », ce qui suppose que « nos multinationales opèrent une véritable révolution culturelle ».

→ PAGE 22 ET NOTRE CAHIER SPÉCIAL PAGES 23 À 26

Hollande : trois ans d'échec face au chômage

Les chiffres du mois d'avril confirment la tendance. Depuis le début du quinquennat, le nombre de demandeurs d'emploi a augmenté de 641 200, pour atteindre 3,5 millions.



Le nombre de demandeurs d'emploi en catégorie A à Pôle emploi a bondi de 26 200 à la fin d'avril. C'est la 31^e hausse mensuelle en 35 mois de présidence Hollande et la deuxième par son ampleur en un an. Pour tenter de ralentir l'hémorragie, le ministre du Travail a annoncé une rallonge de 100 000 contrats aidés cette année et de 60 000 places de formation pour les chômeurs. Depuis le début du quinquennat, plus d'un million de personnes de plus se sont inscrites à Pôle emploi toutes catégories confondues.

→ LE CHÔMAGE DE LONGUE DURÉE : L'EXÉCUTIF IMPUISSANT → LA PISTE DU SMIC DIFFÉRENCIÉ
→ LE CDI INTOUCHABLE PAGE 20 ET L'EDITORIAL



Filières djihadistes en France : le rapport qui sonne l'alarme

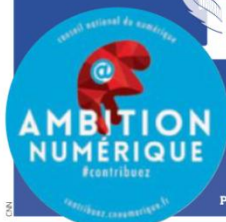
Après six mois de travail de la commission d'enquête sur les filières djihadistes qui impliquent près de 1700 Français, le rapport parlementaire d'Eric Giotti et de Patrick Mennucci préconise des mesures choc.

Notamment le renforcement des moyens judiciaires, le doublement du nombre d'enquêteurs de police antiterroristes et l'isolement des prisonniers les plus radicaux, au profit de re-crateurs. PAGES 2 ET 4

À l'occasion du colloque NPA - Le Figaro sur « Les piliers de la transformation numérique », le ministre de l'Économie dévoile sa stratégie. « Le point le plus crucial, dit-il, est de faire travailler ensemble les start-up et les grands groupes », ce qui suppose que « nos multinationales opèrent une véritable révolution culturelle ».

→ PAGE 22 ET NOTRE CAHIER SPÉCIAL PAGES 23 À 26

mardi 2 juin 2015 LE FIGARO - N° 22 025 - Cahier N° 2 - Commission paritaire N° 0416 C 83022



L'APPEL DU CNN
EN FAVEUR D'UN
« INNOVATION ACT »
PAGE 2



ENGIE INCUBE
UNE DIZAINE
DE PROJETS
NUMÉRIQUES PAGE 4



Les grands groupes accélèrent leur transformation numérique

À Paris, la Banque publique d'investissement a lancé le Hub pour créer des synergies entre grands groupes et start-up.

Les industriels se réinventent et intègrent le numérique à leur stratégie avant qu'une start-up ne bouscule leur métier. Le colloque NPA-Le Figaro sur les piliers de la transformation numérique se déroule ce mardi, à Paris.

Changer avant d'être marginalisé

DIGITAL. Le temps n'est plus à l'indifférence lointaine. Les grandes entreprises doivent impérativement collaborer avec les start-up du numérique.

Uberisé. Ce néologisme n'a pas encore fait son entrée dans le dictionnaire, mais il hante déjà les esprits des dirigeants des grandes entreprises. C'est le thème du colloque NPA-Le Figaro sur les piliers de la transformation numérique qui se tient ce mardi 2 juin, à Paris (1). Les banques, les assurances, les poids lourds de l'énergie, les industriels savent bien que le numérique bouleverse le modèle économique de leur secteur. Le nier ne servirait à rien. S'y préparer demande un changement complet de culture. À commencer par intégrer les codes du digital.

La conduite du changement, même si elle implique un énorme risque d'exécution, est préférable à la marginalisation. Les chauffeurs de taxi en ont fait l'amère expérience avec Uber, les hôteliers avec Airbnb. Les nouveaux rois du numérique, comme Google, Facebook, Amazon ou Apple, sont des champions de la désintermédiation. Avec le thermostat Nest, Google est capable de s'insinuer entre EDF ou Engie et leurs clients. Les start-up de la FinTech visent ni plus ni moins qu'à détrôner les banques les mieux établies. La transition numérique n'est plus l'affaire des directions informatiques ou

Les nouveaux rois du numérique comme Google, Facebook, Amazon ou Apple sont des champions de la désintermédiation.

commerciales. Elle doit être impulsée directement par les PDG et les membres des comités exécutifs. Encore faut-il que ces derniers soient imprégnés de la culture numérique. C'est de plus en plus le cas, même si le chemin qui reste à parcourir est long. Tweeter, être sur Facebook, n'est que le début du processus. Il faut surtout que les top dirigeants acceptent de dialoguer avec de jeunes chefs d'entreprise en baskets. Dialoguer et travailler ensemble. Il faut organiser la rencontre des jeunes pousses et des vieilles dames du capitalisme. C'est le sens de l'open innovation. Un processus collaboratif dans lequel chaque partie peut tirer un

avantage certain. Les start-up aident les grands groupes à penser autrement. Les grands groupes fournissent les premières commandes pour financer le développement des start-up. Ce processus d'open innovation est l'un des secrets de la réussite de la Silicon Valley. En France, il commence tout juste à imprégner les esprits. La Banque publique d'investissement, bras armé de l'Etat pour impulser du sang neuf dans les futurs champions français du numérique, se donne désormais pour mission de « couvrir le tissu industriel français ». ■ E.R.

(1) À la Maison des travaux publics, 3, rue de Berri, Paris (VIII^e).



mardi 2 juin 2015 LE FIGARO

24 TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Les grands groupes accélèrent leur mue

ENJEU

Une étude mesure la réalité de l'implication au-delà des discours.

Engagés dans une refonte profonde de leurs modes de fonctionnement, surtout animés par des considérations d'optimisation financière, les entreprises françaises se sont lancées dans un processus de transformation numérique. Mais toutes n'avancent pas au même rythme.

C'est ce qui ressort du premier Baromètre de la maturité digitale. Dentsu Aegis Network/NPA Conseil, après étude de 45 groupes du CAC 40 ou du SBF 120. Trente critères viennent ainsi évaluer l'implication interne et externe du management, l'intégration du numérique dans la relation avec ses clients ou encore l'ouverture à l'écosystème et aux pratiques de co-innovation.

Certains dispositifs tendent à se banaliser : ouverture à l'écosystème, e-learning (utilisé dans 30 % des formations dispensées à la Société générale) ou encore réseaux sociaux d'entreprise (présents dans trois quarts des groupes). Et les moyens d'intégrer avec les clients se sont multipliés : chat, ruytel en ligne, comptes Twitter dédiés, voire visioconférence en langue des signes pour Engie!

De hautes ambitions

Mais au-delà, la banque-assurance (Axa, BNP Paribas, Crédit agricole, Société générale), Accor, Ipsos, Orange ou encore Solocal affichent de grandes ambitions : Orange veut accompagner 500 start-up dans le monde à l'horizon 2020. BNP Paribas souhaite augmenter de 10 % le pourcentage des clients très satisfaits en 2015, tandis qu'Axa veut déployer 100 % de son offre en ligne à la même échéance.

CULTURE NUMÉRIQUE DE L'ENTREPRISE ET DE L'IMPULSION DONNÉE PAR SON MANAGEMENT

Usage des réseaux sociaux par le Comex, niveau d'intégration du numérique dans la stratégie globale, gouvernance et organisation spécifiques liées à l'ambition de transformation, ouverture à l'écosystème et approche collaborative avec des structures tierces...



Pour Solocal, c'est 75 % du revenu qui doit provenir des offres numériques en 2016... Et les moyens suivent : 180 millions d'euros sur trois ans pour Axa, 225 millions sur cinq ans pour Accor, ou encore 1,4 milliard pour le Crédit agricole... À l'inverse, la dynamique numérique semble moins précoc-

cuper les champions du luxe (Hermès, Rémy Martin-Cointreau...) et certains industriels (Schneider Electric par exemple) qui convoitent prioritairement la transformation comme un moyen de réduction des coûts. Toutefois, pour être pleinement menée, la transformation numérique doit déjà être assi-

USAGE DU NUMÉRIQUE DANS LES PRATIQUES DE COMMUNICATION ET DE FORMATION

Niveau de couverture fonctionnel proposé par le site Web, stratégie mobile, utilisation des réseaux sociaux, part de la communication dédiée au numérique, niveau de production de contenu, organisation de la communication interne, intégration de l'e-learning aux outils de formation...



milée et impulsée par le haut. À ce titre, l'utilisation des réseaux sociaux, qui s'inscrit comme un incontournable dans la relation avec les clients, est encore loin d'être une réalité dans la communication personnelle des dirigeants : parmi les 516 membres de comités exécutifs des 45 groupes étu-

APPROPRIATION DU NUMÉRIQUE DANS LA GESTION DES CLIENTS ET DES DONNÉES

Niveau d'intégration du multicanal, relation client, commande en ligne et suivi, traitement responsable de la donnée...



diés, 318 sont présents sur LinkedIn (62 %), dont un tiers avec plus de 500 connexions, mais seulement 118 (23 %) sur Twitter et 54 (10 %) sur Vladeo. Jean-Paul Agon (L'Oréal) est l'un des rares dirigeants dont la rémunération est pour partie indexée sur la performance digitale de son groupe! ■

500 start-up
L'objectif d'accompagnement du groupe Orange à travers le monde d'ici à 2020

Generali: « Le numérique a renversé notre organisation »

L'analyse des données permet de développer des services sur mesure pour les clients.



Le sinistre, c'est le moment de vérité, l'occasion de démontrer au client qu'il a fait le bon choix. Le but est que le client devienne ensuite notre ambassadeur.

ERIC LOMBARD (GENERALI FRANCE)
PHOTO GENERALI

L'assurance est l'un des secteurs les plus en pointe dans la transformation digitale. Generali en a profité pour changer la relation avec ses clients.

LE FIGARO. - Vous avez lancé début 2014 le plan de transformation de Generali France. Quels en sont les enjeux ?
Éric LOMBARD. - Tout d'abord, nous devons être capables de nous adresser à chaque client individuellement, en lui proposant des solutions pour l'ensemble de ses besoins, et à travers l'ensemble des canaux physiques ou numériques. En plus du chantier informatique que cela représente, il nous a fallu renverser notre organisation et passer d'un fonctionnement par type de risque à une segmentation par type de clientèle. C'est déjà effectif pour l'assurance auto de nos particuliers. Mais nous voulons aller plus loin en transformant notre relation avec les clients. L'habitude, en cas de sinistre, était de discuter des conditions de remboursement, et éventuellement de chercher à résilier le contrat. Nous

devons faire l'inverse : le sinistre, c'est le moment de vérité, l'occasion de démontrer au client qu'il a fait le bon choix. Nous avons simplifié les procédures, raccourci les délais et, surtout, mis en place le Net Promoter Score, qui mesure le niveau de satisfaction des clients. Le but est que le client devienne ensuite notre ambassadeur.

L'exploitation de data nourrit des craintes de « Big Brother ». Quelles limites faut-il fixer ?
Il faut s'interdire d'utiliser certaines données comme, par exemple, celles sur le génome dans le domaine de la santé ou encore les données relatives aux religions. Pour ce qui concerne la couverture de l'Aléa, la profession a agi pour une extension de la mutualisation : c'est notre initiative que le droit a l'oubli en matière de cancer a été introduit dans la loi Touraine. Cela signifie que ceux qui ont été malades il y a plus de dix ans n'ont plus à le déclarer lorsqu'ils souscrivent une assurance emprunteur. En revanche, on peut être moteur en termes de pédagogie et d'améli-

oration des comportements. Les tarifs de l'assurance auto prennent déjà en compte le nombre de kilomètres parcourus, c'est le « pay as you drive ». Grâce aux capteurs dans le véhicule, nous arrivons à « pay how you drive » : payer moins cher quand on a une meilleure conduite. Nous irons encore plus loin demain. Grâce à ces mêmes capteurs, nous pourrions les avoir des niveaux d'usage de telle ou telle pièce, de façon à pouvoir faire la réparation avant une panne.

Et dans le domaine de la santé ?
Fin 2014, l'assurance a été le premier secteur réglementé à signer avec la Cnil un pack de conformité sur l'utilisation des données personnelles, mais cela ne cloît évidemment pas la réflexion. S'agissant de Generali, nous nous concentrons sur le soutien aux pratiques vertueuses. C'est le sens de l'offre Vitality, que nous lançons en 2016 en partenariat avec l'assureur sud-africain Discovery, et qui propose différents avantages en contrepartie d'une prati-

que sportive régulière et d'une alimentation saine.

Collaborez-vous avec des start-up ?
Nous avons de nombreux accords commerciaux avec des acteurs du monde numérique. Generali a été le pionnier en France de l'assurance via Internet grâce des partenariats avec ING Direct et Boursoorama. Mais surtout, je privilégie le travail en profondeur avec les équipes de Generali. Nous avons mis en place des « cellules créatives » qui permettent à des collaborateurs de travailler ensemble, sur des projets d'améliorations concrètes. Par exemple, l'une de ces équipes a mis au point une application sur tablette d'aide à la tarification sur le marché Entreprises. Cet outil est opérationnel en France et il va être déployé dans l'ensemble du groupe Generali. Cela me paraît mieux que d'organiser les sièmes hackathon. Il ne faut pas confondre communication et transformation. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR PHILIPPE BAILLY

Benoît Thieulin : « Nous appelons à un « innovation act » »

INITIATIVES Le président du Conseil national du numérique lance à un appel au premier ministre.

Avant l'examen de la loi numérique, les professionnels du secteur veulent aller vite.

LE FIGARO. - Le Conseil national du numérique va remettre à Manuel Valls les propositions issues des 17000 contributions recueillies lors de la consultation conduite fin 2014. Quelle est la priorité pour que l'Europe réussisse sa transformation numérique ?
Benoît THIEULIN. - D'abord une

vision et des objectifs partagés ! Dès les années 1990, les Américains ont réfléchi pour savoir comment assoir leur leadership dans le monde numérique et soutenir leurs champions nationaux, alors que les Européens peinent à dégager une stratégie numérique à long terme. On en est resté au désastre de l'agenda de Lisbonne... il y a quinze ans. Les orientations que Jean-Claude Juncker a présentées début mai vont dans le bon sens, mais il faut aller plus vite, en s'appuyant notamment sur l'axe

franco-allemand qui s'est progressivement forgé sur ces sujets. **Cela passe-t-il forcément par une loi sur le numérique ?** Pas uniquement ! Mais la dernière discussion sur le sujet remonte déjà à 2004, avec la LCEN, et c'était avant la généralisation des smartphones ou du big data et les révélations sur la NSA. Une loi qui revient sur les grands principes sera utile. Je pense qu'elle sera discutée avant la fin de la législature. Mais au-delà, la

question des dispositions particulières à tel ou tel secteur doit maintenant se poser sur chaque texte parce que le numérique a un impact global sur l'économie et la société. Le cas de la loi santé en est un très bon exemple. Il y en a d'autres... **Faut-il davantage d'argent ?** Pas forcément. L'argent est disponible, il doit être davantage fléché vers le financement de l'innovation et du numérique. Cela implique de repenser le

fléchage des produits de collecte, le rôle des banques et la structure des marchés financiers. Sur ce dernier point, l'Europe doit se construire une expertise financière en matière de numérique, créer des indices adaptés à l'économie de l'innovation afin de devenir une place mondiale pour les entreprises numériques. Au lieu du « small business act » dont on parle depuis vingt ans sans le faire, nous en appelons à un « innovation act » ! ■



L'Europe doit se construire une expertise financière en matière de numérique
BENOÎT THIEULIN
ERIC PERMONT/AFP

PROPOS RECUEILLIS PAR P.B.

mardi 2 juin 2015 18 FIGARO

26 TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Le Hub de la BPI favorise l'open innovation

FINANCEMENT La Banque publique d'investissement entend rapprocher les grands groupes et les start-up innovantes pour créer un cercle vertueux.

VENUE EN
ENGUÉRAND
RENAULT

Voici le second étage de la fusée. Deux ans après sa création, la Banque publique d'investissement (BPI) qui couvre, encourage et finance la nouvelle génération de start-up innovantes françaises, a décidé de rompre la glace séparant cette nouvelle vague digitale bouillonnante des grandes entreprises établies. Début avril, la BPI a ouvert dans ses locaux au centre de Paris le Hub, un vaste espace adoptant les codes du design de la Silicon Valley. Ce lieu matérialise un service, baptisé également Hub, entièrement dédié à l'open innovation. L'idée est venue en été 2014 quand il est devenu évident qu'il ne suffisait plus d'injecter de l'argent dans les sociétés innovantes. « Il faut maintenant couder le tissu économique et industriel entre les petites et les grandes entreprises », explique Nicolas Dufourcq, directeur général de la BPI. « Nous voulons favoriser un décloisonnement complet du capitalisme français en organisant la mise en relation

entre les grands groupes et les start-up innovantes susceptibles de changer les modèles économiques établis », ajoute-t-il. Déjà huit grands groupes, dont Allianz France, Valeo ou Icade, ont signé un contrat de prestation avec le Hub. Ces grandes entreprises savent parfaitement que le digital va bouleverser leurs métiers, mais la plupart n'ont pas encore la volonté d'anticiper ces changements ni investi les moyens pour y faire face. Ainsi, les banques sont confrontées à la fintech, les commerçants au e-commerce, les médias à la mobilité ou les groupes énergétiques à l'écoatch.

Élixir de jeunesse

« Dans un premier temps, nous analysons les besoins de ces grands clients. Ensuite nous leur présentons une vingtaine de start-up susceptibles de les intéresser. Nous veillons, pendant trois à six mois, à ce que les relations nouées aboutissent à des résultats concrets : soit des contrats passés avec les start-up, soit des partenariats, soit même des opérations de rachat. » Au départ, cet exercice de mise en relation peut tourner au choc des cultures. Mais il faut aller au-delà et injecter un élixir de



Début avril, la BPI a ouvert le Hub dans ses locaux à Paris, un vaste espace adoptant les codes du design de la Silicon Valley.
J.-C. MARMARA / LE FIGARO

jeunesse dans la stratégie des grands groupes. La BPI, qui dispense ses aides à l'innovation à 3 500 sociétés en phase de création par an et qui a pris des participations en capital dans 450 sociétés en phase de développement, dispose aujourd'hui d'un fichier d'environ 50 000 sociétés innovantes. « Nous sommes en train de faire un énorme travail d'analyse de données sur cette base de sociétés pour distinguer leurs compétences et les proposer aux grands groupes. Notre mission est double : nourrir le business des start-up en favorisant leur accès au carnet de commandes des entreprises du SBF 250 et des 4 000 grandes ETI françaises. Dans le même temps, nous voulons aider à la transformation numérique de ces grands groupes », explique Nicolas Dufourcq. Ce programme s'apparente au « small business act » américain qui a favorisé le décollage de l'écosystème de la Silicon Valley. Au-delà du programme Hub, Nicolas Dufourcq recommande aux entreprises établies d'ouvrir leur conseil d'administration à des jeunes entrepreneurs du numérique. Autre vision à moyen terme, il aimerait convaincre certains cadres de grands groupes à rejoindre les start-up afin de favoriser cette mixité de compétences qui fait la réussite des géants californiens de l'Internet. ■



Nous devons libérer une créativité des employés en leur demandant et réfléchir aux nouveaux services dont nos clients ont besoin et de formaliser leurs idées ■ JEAN-LOUIS BLANC

Engie mobilise ses salariés pour inventer ses métiers du futur

ÉNERGIE L'ex-GDF Suez a mobilisé un fonds d'investissement de 150 millions pour investir dans les start-up.

Change ment de nom, changement de métiers, l'ex-GDF Suez doit se réinventer. Le groupe mobilise toutes les énergies en interne et investit dans des start-up prometteuses. Jean-Louis Blanc, membre du comité exécutif et directeur commercial, innovation et nouveaux métiers expose les ambitions de l'entreprise en la matière.

LE FIGARO. Pourquoi Engie a-t-il lancé un vaste programme d'investissement dans l'innovation et le numérique ?
JEAN-LOUIS BLANC. - Le monde de l'énergie est contraint d'opérer un changement de modèle économique à une vitesse accélérée. Dans les pays développés, la consommation d'énergie baisse et l'efficacité énergétique s'accroît très rapidement. La lutte contre le réchauffement climatique impose une décarbonation de l'énergie. Enfin, le mode de production est bouleversé en passant d'une centralisation de la production vers une décentralisation et une miniaturisation de la production d'énergie. Il nous faut impérativement inventer un nouveau modèle basé sur la

décarbonation, la décentralisation et la digitalisation.

Comment libérer les énergies créatives dans un grand groupe ?
Nous avons fait ce constat assez tôt et nous avons anticipé depuis sept ans ce changement en faisant évoluer nos métiers davantage vers la création de service l'énergie que de la simple production comme un « utility ». À terme, les services représenteront 50 % de notre chiffre d'affaires. Pour cela, nous avons décidé de développer deux axes : la création interne de services et les acquisitions. C'est pour cela que nous avons mis en place une nouvelle structure dirigée vers l'innovation. Nous nous efforçons de libérer la créativité des collaborateurs et leur demandant de réfléchir aux nouveaux services dont nos clients ont besoin et de formaliser leurs idées. Une fois que nous avons détecté ces idées, nous sortons les équipes de leur travail courant pour les incuber dans des structures extérieures à Paris (Paris & Co ou Le Village) ou en Belgique. Aujourd'hui, nous avons détecté 200 idées innovantes et nous avons mis en incubation une dizaine de

projets. Une quinzaine d'autres vont arriver. Il se passe en général un an entre la formulation de l'idée, son incubation et la mise sur le marché d'un nouveau service.

Quels types de start-up voulez-vous financer avec votre fonds ?
Les collaborateurs qui sont mis en incubation ont ensuite le choix de conduire leur projet tout en restant salarié du groupe ou alors de créer une entreprise dans laquelle Engie prend une participation en capital. En interne, nous sélectionnons les projets qui portent sur la production décentralisée d'énergie, le stockage décentralisé, sur la gestion digitale de l'énergie, sur tout ce qui touche à la maison avec des objets connectés, sur ce qui touche à la ville digitale et enfin sur les services aux entreprises. Les premiers start-up issues de ce processus vont bientôt sortir. Elles portent sur l'effacement énergétique (l'évaluation et la gestion de l'énergie dont un client n'a pas besoin à un moment donné).

En externe, nous agissons sur plusieurs leviers. Le premier est l'appel à projet pour les start-up externes. Le deuxième est la création d'un fonds Engie New Venture doté de

100 millions d'euros pour investir dans les start-up qui répondent à nos objectifs. Nous investissons dans les phases de développement. Par exemple, nous avons participé à la levée de fonds de Sigfox le créateur d'un réseau pour les objets connectés ou à celle de Powerwall qui fabrique des recharges pour voitures intelligentes ou encore celle de Tendril, une société américaine de conseils aux utilities. Pour toutes ces sociétés, nous apportons à la fois du capital mais aussi des contrats de partenariat. Ainsi Tendril cherche à se développer en Europe et nous serons son partenaire. Nous avons également investi dans Redbird, qui exploite les images des drones de surveillance d'infrastructures, et dans Apex, issu du CEA, qui analyse les gaz grâce aux nanotechnologies. Nous avons étudié 250 dossiers depuis la création du fonds, réalisé 32 études approfondies et nous avons réalisé sept investissements. L'objectif est de créer de nouveaux business avec ces start-up ou de les intégrer pour conduire le changement dans nos métiers traditionnels. ■

Directeur de la publication : Marc FEUILLE
Directeur des rédactions : Alexis BRÉZET
Directeur délégué des rédactions : Paul-Henri DULBERT
Directeur adjoint de la rédaction : Gaëtan DE CAPELE
Directrice adjointe de la rédaction en charge de l'édition : Anne-Elise WOLLEME
Coordination : Engierand RENAUD
Edition : Marie GUARDO-SCHMID
Rédaction : 14, bd Haussmann, 75009 Paris. Tel. : 01 57 08 50 00. Publicité : FigaroMedias. 9, rue Pile-Verte, 75009 Paris. Tel. : 01 56 52 21 52.

PROPOS RECUEILLIS PAR
ENGUÉRAND RENAUD

Colloque NPA – Le Figaro

Emmanuel Macron évoquera la transformation numérique

Pour sa XXI^e édition, la Journée NPA Le Figaro qui se déroulera le 2 juin traitera de la « transformation numérique » à laquelle les entreprises sont aujourd’hui confrontées. Outre les interventions d’**Emmanuel Macron**, Ministre de l’Economie, de l’Industrie et du Numérique, **Alexandre Bompard** (Président-Directeur général de la Fnac), **Eric Lombard** (Directeur général de Generali France), **Laurent Paillassot** (Directeur Général Adjoint d’Orange, Expérience Client et Mobile Banking), **Stéphane Pallez** (Présidente-Directrice Générale de La Française des Jeux), **Nonce Paolini** (Président de TF1), Remy Pflimlin (France télévisions), **Olivier Schrameck** (Président du CSA), **Sébastien Soriano** (Président de l’ARCEP) et **Yves Tyrode** (DG de Voyage-SNCF et directeur digital du groupe SNCF), la journée proposera 4 tables rondes, structurées autour de 4 mots-clés : **connecter, accompagner, co-créer et valoriser**.

Un important volet expérientiel complètera le dispositif, afin de donner aux participants une perception concrète de l’innovation et de rencontrer ceux qui en sont porteur :

- Espaces Démo, avec le CNRFID, Generali, Médiamétrie, Oculus Rift, Orange, Samsung Gear VR, Seb, SES Astra, TDF...

- Un Meet up start up organisé en partenariat avec Bpifrance qui permettra aux intervenants et aux participants de rencontrer dans un espace dédié les dirigeants de 12 entreprises de la French Tech, leaders dans le domaine de l’innovation numérique : Adventori, Adyoulike, Delair Tech, Energie Perspective, Ezakus, Famoco, Linkfluence, Liwio, Netatmo, Selectionnist, Sunna Design et Tradelab.

- La remise des 2^{èmes} Trophées des Objets Connectés récompensera en fin de journée 17 lauréats, parmi les 293 dossiers de candidatures déposés.

- Un studio multimédia rendra compte de la journée et permettra de la faire vivre sur place et hors les murs.



Des espaces de démonstrations lors du Colloque NPA - Le Figaro

Ludovic Le Moan (Sigfox) : "Sept millions d'objets seront bientôt connectés"



Sigfox veut devenir le leader mondial de l'internet des objets. La start-up toulousaine vient de lever 100 millions d'euros.

Les applications sont innombrables : pour signaler une fuite d'eau, une bouteille de gaz vide, une intrusion à votre domicile. L'internet des objets pourrait changer notre vie quotidienne. Une start-up toulousaine, Sigfox, a pris position très tôt dans le secteur. Elle attire beaucoup d'investisseurs, et multiplie les accords avec des industriels ou des entreprises de service.

L'ARCEP va mener une étude sur la mesure de la bande passante



L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) a été sollicitée pour une étude sur la mesure de la bande passante, a confirmé mardi Sébastien Soriano, le président du gendarme des télécoms, alors que Bercy s'interroge sur l'opportunité de taxer le débit internet utilisé par les géants du Net. "Nous avons été sollicités pour rendre un avis technique", a-t-il indiqué lors du colloque NPA-Le Figaro sur "les piliers de la transformation numérique", confirmant des informations de plusieurs médias. "Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances", a-t-il indiqué. "La question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir" quelles suites lui donner. "C'est entre les mains du gouvernement", a poursuivi M. Soriano.

La ministre de la Culture, Fleur Pellerin, a relancé l'idée d'instaurer une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante qui permettrait de taxer les gros consommateurs de débit comme notamment Netflix, Google ou Apple, qui ne sont pas ou peu imposés en France, avait révélé au début de l'année le Canard Enchaîné. La secrétaire d'Etat au Numérique, Axelle Lemaire, avait-elle souligné en mars la difficulté à mettre en place une telle taxation au niveau national et la possibilité de contournements techniques. Elle avait souligné qu'un tel projet de taxation ne pouvait être mené qu'à l'échelle européenne. L'ARCEP devrait rendre son avis sur ce sujet au gouvernement au mois de juillet.

Taxation de la bande passante: l'Arcep confirme mener une étude technique

Paris, 2 juin 2015 - L'Arcep a été sollicitée pour une étude sur la mesure de la bande passante, a confirmé mardi Sébastien Soriano, le président du gendarme des télécoms, alors que Bercy s'interroge sur l'opportunité de taxer le débit internet utilisé par les géants du Net.

"Nous avons été sollicités pour rendre un avis technique", a indiqué M. Soriano lors du colloque NPA-Le Figaro sur "les piliers de la transformation numérique", confirmant des informations de plusieurs médias.

"Nous devons répondre à la faisabilité technique: quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances", a-t-il indiqué.

"La question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir" quelles suites lui donner. "C'est entre les mains du gouvernement", a poursuivi M. Soriano.

Le ministère de l'Economie a souligné de son côté avoir "simplement demandé à l'Arcep de réaliser une étude technique afin de déterminer les informations qui pourraient être recueillies sur les volumes et la nature des données circulant sur les réseaux des opérateurs". Cette étude ne préjuge pas d'une éventuelle taxation à ce stade, a-t-il souligné.

L'idée est de verser cette étude technique pour alimenter la réflexion européenne.

La ministre de la Culture, Fleur Pellerin, avait relancé l'idée d'instaurer une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante qui permettrait de taxer les gros consommateurs de débit comme notamment Netflix, Google ou Apple, qui ne sont pas ou peu imposés en France, avait révélé en février le Canard Enchaîné.

Fleur Pellerin avait suggéré une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante, au-delà d'un certain seuil, et qui serait déductible de l'impôt sur les bénéfices. Elle serait donc neutre pour les groupes installés en France mais frapperait à plein les groupes américains du numérique.

L'idée était de faire contribuer ces groupes à la création française et européenne.

La secrétaire d'Etat au Numérique, Axelle Lemaire, avait souligné en mars la difficulté à mettre en place une telle taxation au niveau national et la possibilité de contournements techniques. Elle avait souligné qu'un tel projet de taxation ne pouvait être mené qu'à l'échelle européenne.

Alors que la France cherche à peser sur l'agenda numérique européen, l'avis de l'Arcep pourrait alimenter les propositions de Paris à Bruxelles sur l'adaptation de la taxation des acteurs de l'internet en Europe.

Interrogé par l'Association des services Internet communautaires (Asic), qui s'inquiète de ce projet, Gunther Oettinger, Commissaire européen à l'Economie numérique, a souligné que le sujet de la fiscalité des entreprises devait être un sujet traité au plan européen et ainsi éviter des initiatives individuelles de la part des Etats membres.

"Il y aura un examen très attentif de la part de la Commission pour juger une nouvelle infraction aux normes sur le Marché Intérieur. Du point de vue économique, on peut s'interroger sur le respect du principe d'égalité d'une telle proposition, qui générerait de lourdes distortions étant donné que les données seraient toutes considérées de la même importance sans considérer leur valeur économique", a-t-il écrit en mai dans une réponse transmise par l'association.

2 juin 2015 : Colloque « les piliers de la transformation numérique »



En partenariat avec NPA Conseil et le Figaro, le CNRFID vous invite à assister à la 2ème édition du Trophée des Objets Connectés organisée à la suite du Colloque « les piliers de la transformation numérique » du Figaro. L'événement se tiendra le 2 juin 2015 à la Maison des Travaux Publics à Paris.

> Visionnez le programme !

A cette occasion, vous pourrez venir tester les applications dédiées aux Objets Connectés sur l'espace Connectwave, la plateforme d'expérimentation et d'usages dédiée aux Objets Connectés créée par le CNRFID.

Programme de l'événement

9h - 17h30 : Colloque « les piliers de la transformation numérique » lancé par Emmanuel Macron, Ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique.

11h : Jean-Christophe Lecosse interviendra lors de la table-ronde « Accompagner : Financement, promotion, régulation... quel soutien et quel encadrement pour la French Tech ? »

18h30 : Remise des Trophées

Le trophée des Objets Connectés – Date limite pour postuler : 7 mai 2015

Le Trophée distinguera les réalisations en fonction de leur caractère innovant, de leur valeur d'usage et de leur potentiel de développement économique et ce, dans 5 catégories :

- Bien-être et santé,
- Transport et mobilité,
- Jeux et Divertissement,
- Maison connectée
- M2M

17 prix dont 3 prix spéciaux seront remis au terme de la compétition.

Lieu

La Maison des Travaux Publics, 3 rue de Berri, 75008 Paris.

“Je ne crois plus aux directions digitales,” déclare Alexandre Bompard, PDG de la Fnac

Une direction digitale est inutile à la Fnac car le digital est partout par nature. En revanche, il faut supprimer les silos entre les magasins physiques et le digital, en créant des directions commerciale et marketing uniques. C'est ce que préconise Alexandre Bompard, PDG de la Fnac. Il a pris la parole à l'occasion du Forum NPA Conseil qui a eu lieu le 2 Juin à Paris.

Supprimer les silos

Le PDG est arrivé il y a quatre ans aux commandes du distributeur. “L'entreprise a été ‘dé-siloisée’, avec des directions commerciales uniques et des directions marketing uniques, [NDLR : pour les magasins et le site Fnac.com],” décrit-il.

Il poursuit : “je ne crois plus dans ces directions digitales. En tout cas, nous dans nos modèles, il n'y a pas de direction digitale, le digital est par nature partout.”

Les bons et les mauvais

A son arrivée, la Fnac était dans une situation où elle avait intégré qu'il y avait deux entreprises séparées, rappelle-t-il, d'un côté Fnac.com, où se trouvaient les “bons”, qui travaillaient seuls, mais qui ne faisaient que 9% du chiffre d'affaires avec 400 personnes sur les 12 000 employés de la marque, et de l'autre, les magasins qui considéraient qu'ils n'avaient plus aucune chance.

Pour changer cela, Alexandre s'est employé à convaincre les deux parties de l'entreprise qu'elles avaient un avantage venant de l'autre partie. “Je dis cela avec beaucoup d'humilité, car il y a encore tout un travail à faire,” pointe-t-il.

Inclure les ventes Web

Il s'agit alors de convaincre les vendeurs en magasin qu'ils ont à gagner du monde digital, et cela n'est pas si facile. “Le Web permet alors d'assurer la disponibilité produit, et quand ils vendent quelque chose sur Fnac.com, cela est inclus maintenant dans leur rémunération variable,” décrit le PDG.

Il complète : “côté digital, il faut leur dire, vous ne deviendrez un acteur majeur et vous ne pourrez résister à Amazon que si vous bénéficiez des magasins, où les clients peuvent trouver du conseil et du service.”

40% du chiffre d'affaires

Désormais, les silos de l'organisation ont été supprimés. “Ce que nous regardons quotidiennement c'est la part du chiffre d'affaires combinée entre digital et physique. Elle est aujourd'hui de 40%, contre 3% il y a quelques années,” souligne-t-il.

“Ce que fait Fnac.com tout seul ce n'est pas central, même si je peux vous dire qu'il fait 15% du chiffre d'affaires, mais ce qui m'intéresse beaucoup plus c'est sa capacité à avoir redonné une nouvelle vie aux magasins,” se félicite-t-il.

Transformation de culture d'entreprise

Ce travail de transformation est un travail de longue haleine. “Il s'agit de transformation de toutes nos organisations, de toutes nos mentalités, de toute notre culture d'entreprise. On n'est pas au bout de ça, mais nous avons fait un grand pas en avant dans ce domaine,” conclut-il.

Internet : la taxation de la bande passante à nouveau à l'étude



L'idée de faire payer les géants du Web pour leur utilisation de la bande passante revient sur le devant de la scène. Une étude de faisabilité a été commandée à l'Arcep.

Fleur Pellerin a de la suite dans les idées. L'Arcep a été sollicitée pour une étude sur la mesure de la bande passante, a confirmé, ce 2 juin 2015, Sébastien Soriano, le président du gendarme des télécoms, alors que Bercy s'interroge sur l'opportunité de taxer le débit Internet utilisé par les géants du Net.

« Nous avons été sollicités pour rendre un avis technique », a indiqué S. Soriano lors du colloque NPA-Le Figaro sur « les piliers de la transformation numérique », confirmant des informations de plusieurs médias.

« Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur Internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du Net et du secret des correspondances », a-t-il poursuivi.

« La question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir » quelles suites lui donner. « C'est entre les mains du gouvernement », a ajouté S. Soriano.

La ministre de la Culture, , a relancé en début d'année l'idée d'instaurer une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante qui permettrait de taxer les gros consommateurs de débit comme notamment Netflix, Google ou Apple, qui ne sont pas ou peu imposés en France.

La secrétaire d'Etat au Numérique, Axelle Lemaire, avait elle souligné en mars la difficulté à mettre en place une telle taxation au niveau national et la possibilité de contournements techniques. Elle avait souligné qu'un tel projet de taxation ne pouvait être mené qu'à l'échelle européenne.

L'Arcep devrait rendre son avis sur ce sujet au gouvernement au mois de juillet.



"Une situation à examiner"



Le président de l'ARCEP, Sébastien Soriano, vient de déclarer: "Il est temps de se pencher sur le coût d'accès au très haut débit pour les entreprises".

Sébastien Soriano s'est exprimé dans le cadre du colloque NPA-Le Figaro "Les piliers de la transformation numérique" qui se tient toute la journée à Paris.

Sébastien Soriano a expliqué...

"L'accès au très haut débit pour le grand public est aujourd'hui réglé dans des conditions concurrentielles satisfaisantes.

Pour ce qui est du marché des entreprises, je note qu'il y a peu d'acteurs. Et il faut faire attention aux charges des entreprises, en particulier des TPE et PME et donc se pencher sur le coût d'accès au très haut débit pour ces TPE et PME.

Le marché est dominé par deux acteurs, Orange et le groupe Numericable-SFR. Et je m'interroge : la dynamique concurrentielle est-elle suffisante?"

Voilà une déclaration qui va faire grand bruit et provoquer quelques agitations chez les deux acteurs cités par Sébastien Soriano.



France Télévisions : Zoom



France Télévisions lance aujourd'hui, Zoom, une nouvelle application iPhone qui construit la chaîne mobile de l'utilisateur sur-mesure en fonction de ses goûts.

Remy Pflimlin, dont on a tant dit qu'il n'a été à la pointe ni du numérique ni de l'innovation pendant son mandat à la présidence de France Télévisions, doit intervenir aujourd'hui à 17h45 au colloque NPA-Le Figaro sur "les piliers de la transformation numérique".

Il y soignera son image de marque. En effet, comme par hasard, c'est ce jour que choisit le groupe public pour annoncer une nouveauté numérique. Francetv zoom construit pour le mobinaute une playlist personnalisée de vidéos en fonction de ses goûts et de ses usages.

En fonction du temps dont chacun dispose, l'application adapte sa sélection de vidéos pour répondre au mieux aux attentes.

On peut aussi découvrir les playlists vidéo concoctées par l'équipe Zoom pour ne rien rater des meilleurs moments des émissions.

Francetv zoom évolue en fonction des retours des mobinautes. Chacun peut aussi donner son avis dans le menu de l'application et voter pour les prochaines fonctionnalités qui seront disponibles.

M-Paiement, Laurent Paillassot évoque l'écosystème Orange et Nick Leeder celui de Google

Thierry Barbaut assistait au colloque « Les piliers de la transformation numérique » organisé par NPA & Le Figaro à Paris

Colloque NPA « Les piliers de la transformation numérique »

De nombreux intervenants sont intervenus sur leurs stratégies et les enjeux du numérique en France mais aussi en Europe et dans le monde. Et c'est dans ce cadre que l'Afrique a été souvent mise en avant avec un mot clef... innovation.

« Orange dispose de plus de 30 millions de clients en Afrique » indique Laurent Paillassot

C'est bien simple les acteurs TelCom ou numérique se pressent pour adresser la population Africaine qui compte 1 milliard d'habitants et qui en comptera 2 en 2050. Le marché est de 2 milliards d'euros pour Orange en M-paiement (M-banking) alors qu'il représente 70 milliards en Afrique. Le leader reste MPesa solution proposée par le leader des télécom en Afrique MTN. Orange a pris du retard car l'opérateur est arrivé sur le M-paiement en 2008 contrairement à M-Pesa qui dispose de plus de 8 années de plus mais avec une spécificité propre qui fut d'adresser immédiatement l'Afrique de l'Est.

Orange est un opérateur historique en téléphonie Mobile dans plusieurs pays d'Afrique mais avec une prépondérance en Afrique de l'Ouest Francophone. C'est le secteur où les marchés sont moins porteurs mais pas encore à maturité.

Laurent Paillassot affirme que 73% de la population ne dispose pas de compte en banque et que la bancarisation, couplée avec le mobile permet le mobile paiement et cette bancarisation massive de la population permettra de développer le paiement, la facturation, le versement de salaire mais aussi l'emprunt, le crédit et le découvert. Une révolution sur un continent dont la croissance est équivalente à l'Asie.

Nick Leeder dresse un portrait flatteur de la France et de ses incubateurs

« Internet fait rayonner la France mais il est important de faire grandir l'écosystème français des start ups », Nick Leeder, Directeur Général de Google France

Si la France accélère sa transition numérique elle captera plus de 100 milliards de PIB sur 10 ans. Nick Leeder va plus loin en ajoutant que sur 30% des entreprises de commerce en France seulement 11% vendent en ligne... Si les Français sont des digital champions ce n'est pas le cas des entreprises... Indique Nick Leeder, Directeur Général de Google France.

Des efforts sont donc à faire et une des grande stratégie de Google est de s'implanter Mondialement, Google à développer des services forts liés à la culture dans l'hexagone et c'est aussi vers l'Afrique que le géant se tourne. Nous avons pu prendre contact afin d'évoquer le développement de Google Afrique...

"Une situation à examiner"



Le président de l'ARCEP, Sébastien Soriano, vient de déclarer: "Il est temps de se pencher sur le coût d'accès au très haut débit pour les entreprises".

Sébastien Soriano s'est exprimé dans le cadre du colloque NPA-Le Figaro "Les piliers de la transformation numérique" qui se tient toute la journée à Paris.

Sébastien Soriano a expliqué...

"L'accès au très haut débit pour le grand public est aujourd'hui réglé dans des conditions concurrentielles satisfaisantes.

Pour ce qui est du marché des entreprises, je note qu'il y a peu d'acteurs. Et il faut faire attention aux charges des entreprises, en particulier des TPE et PME et donc se pencher sur le coût d'accès au très haut débit pour ces TPE et PME.

Le marché est dominé par deux acteurs, Orange et le groupe Numericable-SFR. Et je m'interroge : la dynamique concurrentielle est-elle suffisante?"

Voilà une déclaration qui va faire grand bruit et provoquer quelques agitations chez les deux acteurs cités par Sébastien Soriano.

Internet. Une taxe sur la bande passante à l'étude

L'Arcep confirme mener une étude technique à propos d'une éventuelle taxation de la bande passante utilisée par les géants de l'Internet (Netflix, Google, Apple...).

L'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes) a été sollicitée pour une étude sur la mesure de la bande passante, a confirmé mardi Sébastien Soriano, le président du gendarme des télécoms, alors que Bercy s'interroge sur l'opportunité de taxer le débit internet utilisé par les géants du Net.

« Mesurer le trafic sur Internet »

« Nous avons été sollicités pour rendre un avis technique », a indiqué M. Soriano lors du colloque NPA-Le Figaro sur **« les piliers de la transformation numérique »**, confirmant des informations de plusieurs médias.

« Nous devons répondre à la faisabilité technique: quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances », a-t-il indiqué.

« La question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir » quelles suites lui donner. **« C'est entre les mains du gouvernement »**, a poursuivi M. Soriano.

Taxer les gros consommateurs de débit

La ministre de la Culture, Fleur Pellerin, a relancé l'idée d'instaurer une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante qui permettrait de taxer les gros consommateurs de débit comme notamment Netflix, Google ou Apple, qui ne sont pas ou peu imposés en France, avait révélé au début de l'année le Canard Enchaîné.

La secrétaire d'Etat au Numérique, Axelle Lemaire, avait-elle souligné en mars la difficulté à mettre en place une telle taxation au niveau national et la possibilité de contournements techniques. Elle avait souligné qu'un tel projet de taxation ne pouvait être mené qu'à l'échelle européenne.

L'Arcep devrait rendre son avis sur ce sujet au gouvernement au mois de juillet.

La France cherche à peser sur l'agenda numérique européen alors que Bruxelles veut adapter la taxation des acteurs de l'internet.

Le ministère de l'Économie n'a pas commenté officiellement mardi ces informations

La télé doit répondre à de nouveaux défis techniques

Lors du colloque NPA-Le Figaro, Olivier Schrameck est revenu sur les enjeux de 2015.



Olivier Schrameck,
président du CSA.
J.-C. MARMARA/LE FIGARO

ELSA BEMBARON @ElsaBembaron

TÉLÉVISION Le compte à rebours est enclenché. Une partie des fréquences utilisées pour transmettre des émissions de télévision sera attribuée aux opérateurs télécoms fin décembre, avec une mise en œuvre dès le mois d'avril 2016 en Ile-de-France. Le sujet concerne la bande des fréquences 700 Mhz. Les chaînes de télévision seront diffusées sur un nombre plus restreint de fréquences. Les conséquences de ce transfert rappellent, pour certaines d'entre elles, l'extinction de l'hertzien au profit de la TNT en 2011.

Pas question, pour Olivier Schrameck, le président du CSA, de prendre le risque de laisser une partie des téléspectateurs devant « un écran noir », s'ils ne reconfi-

gurent pas leurs appareils ou ne disposent pas de matériel compatible, voire s'il n'achètent pas un poste de télévision neuf. Mardi, lors du colloque NPA-Le Figaro, il a réaffirmé l'importance de la mise en place d'une aide de l'État pour accompagner les personnes qui souhaiteraient adapter leur équipement. « Pour les consommateurs, le gouvernement devra prévoir un tel fonds, par la voie d'un amendement législatif. C'est indispensable », a-t-il affirmé. Les opérateurs télécoms seront aussi mis à contribution. « Des dispositions prévues dans la loi mettent à la charge des bénéficiaires de l'opération le financement de toutes les opérations techniques pour éviter le brouillage », précise Olivier Schrameck.

Cette évolution technologique devrait conduire les chaînes à passer à la haute définition (HD)

voire à la très haute définition (THD). Les chaînes qui le souhaitent pourront adopter ces nouvelles normes. Mais si certaines déclinent et préfèrent conserver les normes actuelles de diffusion (standard définition, SD), cela libérera mécaniquement de la place pour une ou deux nouvelles chaînes.

Situation paradoxale

Olivier Schrameck ne veut pas sous-estimer la probabilité d'un tel cas de figure qui le place pourtant dans une situation paradoxale. En juillet dernier, le CSA a donné un avis défavorable au passage en gratuit de LCI, en évoquant la saturation du marché publicitaire. Dans quelques mois, il pourrait pourtant donner naissance à un nouvel acteur. « Le CSA n'a pas fait le choix d'augmenter le nombre d'acteurs de la TNT gra-

tuite, mais nous ne pouvions pas fermer la possibilité qui s'ouvrait », explique Olivier Schrameck.

Les difficultés du régulateur de l'audiovisuel ne s'arrêtent pas là. Le président du CSA se dit aussi très attentif « au débat public » qui s'est ouvert après l'annonce de la vente de la chaîne Numéro 23, un peu plus de deux ans et demi après son lancement. « Cela vient de gratuité des fréquences audiovisuelle. Cette gratuité doit trouver une compensation dans le financement de la création », mentionne Olivier Schrameck. Le CSA devra donc autoriser ou non ce rachat au regard du respect des obligations d'investissement de Numéro 23. « Le Conseil supérieur de l'audiovisuel va donc ouvrir une étude d'impact et examinera l'ensemble des conditions financières et éditoriales de cette opération. » ■

Rémy Pflimlin : « Le numérique était à côté de l'entreprise, aujourd'hui il est dans l'entreprise »

Pendant la durée de son mandat de président de France Télévisions, **Rémy Pflimlin** s'est attaché à engager la **transition numérique** du groupe. « **Il y a cinq ans, le**

numérique était à côté de l'entreprise. Pendant ces cinq années, **il est entré dans l'entreprise** », a-t-il indiqué ce mardi lors de son intervention au colloque ■ ■ ■

■ ■ ■ NPA Conseil – *Le Figaro* sur « les piliers de la transformation numérique ». Il faisait notamment référence à la montée en puissance de **Pluzz** (1,4 milliard de vidéos vues en 2014 sur tous les supports web, mobile, IPTV, TV connectée, Dailymotion, Yahoo!, YouTube...), le lancement des **sites de destinations** francetv info, sport, éducation, Culture Box..., jusqu'à l'application mobile **francetv zoom**, téléchargeable sur

l'App Store depuis ce mardi (lire « A la Une »).

« **La BBC et France Télévisions sont en pointe sur le numérique**. Dans les années qui viennent, il faudra maintenant **développer en interne la culture du numérique**, que cette culture se dilue dans l'offre. Cela nécessite des efforts de formation importants. Les pratiques doivent changer, notamment pour **l'utilisation des outils** », a-t-il ajouté. ■

Arcep : sollicitée pour rendre un avis technique sur une taxe sur la bande passante

L'Arcep a été sollicitée pour une étude sur la mesure de la bande passante alors que Bercy étudie l'instauration d'une taxe sur le débit internet, visant les grands acteurs du Net. « Nous avons été sollicités pour rendre un avis technique », a déclaré ce mardi Sébastien Soriano, le président de l'Autorité lors du colloque NPA-*Le Figaro* consacré aux « piliers de la transformation numérique ». « Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances », a ajouté le président de l'Arcep. « La question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir » quelles suites lui donner. « C'est entre les mains du gouvernement », a-t-il poursuivi. L'Arcep devrait rendre son avis sur ce sujet au gouvernement au mois de juillet. Le ministère de l'Economie n'a pas commenté officiellement ces informations.

Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la

Communication, a relancé l'idée d'instaurer une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante qui permettrait de taxer les gros consommateurs de débit comme Netflix, Google ou Apple, afin de leur faire payer des impôts en France, avait révélé au début de l'année *Le Canard enchaîné* (nos informations du 11 février).

Un groupe comme Google n'a payé en 2013 que 7,7 millions d'euros d'impôt sur les sociétés, car il n'a déclaré au fisc français qu'un chiffre d'affaires net de 231 M€, alors que selon l'Irep (Institut de recherches et d'études publicitaires), le groupe encaisserait en France 1,6 milliard d'euros de recettes publicitaires.

La secrétaire d'Etat au Numérique Axelle Lemaire avait, elle, souligné en mars la difficulté à mettre en place une telle taxation au niveau national et la possibilité de contournements techniques. Elle avait ajouté qu'un tel projet de taxation ne pouvait être mené qu'à l'échelle européenne. ■

Seb travaille “main dans la main avec la Cnil” pour la cuisine connectée



Conserver la confiance de ses clients est stratégique à l'heure où les objets connectés collectent de plus en plus de données personnelles. Le groupe Seb en est bien conscient pour ses produits destinés à la cuisine connectée, avec au premier rang son autocuiseur Cookeo lancé à la fin de l'année 2014.

Transformation digitale

“Nous travaillons main dans la main avec la Cnil,” annonce Karim Houni, chef du groupe innovation UI & IoT de groupe Seb. Il a pris la parole à l'occasion de l'événement sur la transformation digitale organisé par NPA Conseil, le 2 juin à Paris.

Hors de question pour le groupe d'abîmer la crédibilité et la proximité qu'il a avec ses clients. “Nous aurions tout à perdre,” souligne le responsable innovation. L'attitude de Seb est d'ailleurs pleine de bon sens, “nous ne remontons pas les informations dont nous n'avons pas besoin,” indique-t-il.

Super service après vente

L'auto cuiseur remonte notamment des informations sur son fonctionnement. “C'est important en tant que fabricant pour assurer la garantie du produit, de savoir comment il se comporte,” indique le responsable. “C'est une sorte de super service après vente,” sourit-il.

Les retours des utilisateurs ont été très rapides. “Ils nous ont déclaré qu'ils ne veulent pas d'un PC avec un écran bleu pour montrer que cela ne marche pas, ou de quelque chose qui les suivent parce que c'est [NDLR : la cuisine] extrêmement personnel,” cite Karim Houni. “Par conséquent, on apprend en marchant, nous y allons très doucement,” précise-t-il.

Très forte tendance

Le groupe en est déjà à la version 3 de Cookeo. “Nous sommes arrivés 10 jours avant les fêtes de Noël 2014, et la version connectée de Cookeo représente déjà un tiers de volume des ventes de toutes les gammes de Cookeo depuis six mois, la tendance est vraiment très forte,” conclut-il.

Photo : Karim Houni, chef du groupe innovation UI & IoT de groupe Seb, le 2 juin.

SNCF : **« nous faisons la même chose que BlaBlaCar »**

BlaBlaCar n'est pas une menace pour la SNCF à l'heure où le digital et le e-commerce montent en puissance estime le responsable de la transformation digitale de la vénérable entreprise.

Le numérique révolutionne les transports, au point de hisser une jeune société de co-voiturage comme Blablacar au même niveau que la vénérable SNCF. Ce qui n'inquiète pas Yves Tyrode, directeur digital et communication de la SNCF.

Pas d'opposition

« *Nous faisons la même chose que BlaBlaCar,* » défend Yves Tyrode. « *Il n'est pas très pertinent d'opposer économie collaborative et transports en commun,* » poursuit-il.

Pour lui, la SNCF fournit aujourd'hui des transports complémentaires, et cherche à en rajouter de nouveaux pour que ses voyageurs puissent aller d'une adresse à une autre. Il a pris la parole lors du colloque NPA-Le Figaro, le 2 juin, à Paris.

Pas d'improvisation

La SCNF s'appuie sur son historique, notamment au travers de son site en ligne. « *On ne s'invente pas e-commerçant,* » pointe Yves Tirode, qui dirigeait voyagesSNCF.com il y a encore peu.

« *Aujourd'hui, nous souhaitons digitaliser les expériences du quotidien* » se projette le directeur. La SNCF compte 10 millions de voyageurs par jour.

Gare Saint Lazare

Par exemple, au sein de la gare St Lazare, la SNCF récupère les datas des clients pour les commercialiser auprès des commerçants. La SNCF fait alors très attention à l'anonymisation des datas.

Quant au futur, « *nous croyons beaucoup au ticket mobile* » s'enthousiasme Yves Tyrode. Tout n'est qu'une question de timing, conclut-il.

Intervention du Président Olivier Schrameck au colloque NPA - Le Figaro

Date de publication : **mercredi 03 juin 2015**



Le Président Olivier Schrameck est intervenu mardi 2 juin 2015 à la 21ème édition du colloque NPA-Le Figaro consacré aux « Piliers de la transformation numérique ».

Dans son intervention, le Président Olivier Schrameck est revenu sur les enjeux de 2015, et notamment sur les conséquences du transfert de la bande des fréquences 700 Mhz pour les consommateurs.

Taxation de la bande passante sur Internet : L'ARCEP confirme réaliser une étude technique

Mardi se tenait le _____ sur la mise en perspective des piliers de la transformation numérique, durant lequel est notamment intervenu Sébastien Soriano, le Président de l'ARCEP. Celui-ci a été interrogé à propos des informations de presse qui annonçaient que le gouvernement souhaitait taxer la bande passante sur Internet afin de faire contribuer les gros acteurs du web, comme Google, Apple, Facebook ou encore Amazon (GAFA). Le gouvernement qui aurait ainsi confié une mission à l'ARCEP.

Sébastien Soriano a donc confirmé que l'ARCEP avait « *été sollicité pour rendre un avis technique. Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances* », et de préciser que *"la question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir" quelles son les suites à donner. Mais cela est « entre les mains du gouvernement"*

De son côté, le ministère de l'Economie a précisé avoir *"simplement demandé à l'Arcep de réaliser une étude technique afin de déterminer les informations qui pourraient être recueillies sur les volumes et la nature des données circulant sur les réseaux des opérateurs"*. Bercy ne s'avance donc pas, pour le moment, sur une taxation de cette bande passante. Pour autant, cette idée de contribution indexée sur l'utilisation de la bande, ce qui permettrait de faire payer les GAFA et autres Netflix, qui payent très peu d'impôts en France, avait déjà été avancée par Fleur Pellerin, la ministre de la Culture.

Source : AFP

Taxe sur la bande passante : l'Arcep confirme qu'une taxe « anti Google » est à l'étude

Évoquée pour la première fois, en début d'année, par *Le Canard Enchaîné*, la perspective de l'instauration d'une taxe sur la bande passante est toujours d'actualité. Lors du colloque NPA Le Figaro qui se déroulait hier, le président de l'Arcep, Sébastien Soriano, a été interrogé au sujet des nombreuses rumeurs concernant l'instauration d'une taxe sur les débits internet, confirmant que celle-ci était effectivement à l'étude.

Sur le même sujet :



Comme nous avons déjà pu le voir à l'époque, cette taxe ne viserait pas directement les consommateurs mais **les géants du net comme Google, Netflix ou Facebook**, pour ne citer qu'eux, qui seraient tout bonnement taxés sur les flux de données qu'ils génèrent. Fleur Pellerin cherche ici un moyen de faire contribuer les géants américains du net aux finances du pays, sachant que ces derniers ne sont que très peu imposés, étant domiciliés à l'étranger.

Voici ce qu'a déclaré le président de l'Arcep à l'AFP :

Nous avons été sollicité pour rendre un avis technique. Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances (...) La question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir quelles suites lui donner. C'est entre les mains du gouvernement.

A lire également :

C'est seulement le mois prochain que l'Arcep remettra au gouvernement les résultats de son étude. Le Ministre de l'économie a également confirmé, tout en précisant qu'il ne s'agissait pour l'instant que d'une étude, ne s'avançant donc pas sur les suites que celles-ci pourraient avoir. Une faisabilité qui, pour l'instant, est loin d'être une évidence.

La secrétaire d'Etat au Numérique, Axelle Lemaire, avait d'ailleurs mis en avant le fait qu'une telle mesure serait **plus facile à mettre en place à l'échelle européenne** qu'à l'échelle nationale.

La... chencie de la transition des usages – déclin des ventes physiques et hausse du streaming, qui prend de plus en plus le pas sur le téléchargement légal. « Les internautes écoutent beaucoup plus de titres différents sur Spotify que sur iTunes. La découverte est à un clic, et non plus à un euro, et elle favorise les artistes et labels indépendants », explique Denis Ladegailleur. Les plates-formes de streaming lui communiquent aussi les bases de données qu'elles possèdent sur

de la mortie de ses salariés sont à Paris.

70 %

EN MOYENNE DES MONTANTS PERÇUS

par la maison de disques numérique sont redistribués aux artistes.

250.000 artistes en catalogue

La société a donc misé sur l'international : elle emploie désormais 300 salariés dans trente pays, dont l'Allemagne, le Royaume-Uni et les Etats-Unis. La France ne représente que 15 % de son chiffre d'affaires, mais presque la moitié de ses salariés sont à Paris. Depuis qu'elle a avalé en avril dernier TuneCore, son petit frère américain, la start-up revendique le titre de leader mondial sur ce marché. Cette opération

incluant TuneCore, l'argent mais que la levée de fonds va être utilisé pour acquérir des concurrents et de nouveaux catalogues ainsi que pour muscler l'exploitation des données, en étoffant les équipes d'ingénieurs et de statisticiens. Si la société, bénéficiaire depuis quatre ans, tire 80 % de ses revenus de son activité de distribution, elle a par ailleurs développé une filière vidéo, où elle mise aussi sur des signatures non musicales (YouTubers, comédiens...) — A. M.

Bouygues Telecom mise sur Telefonica pour séduire les grandes entreprises

TÉLÉCOMS

L'opérateur tente de se faire une place sur un marché dominé par Orange et Numericable-SFR.

Romain Gueugneau
rgueugneau@lesechos.fr

Bouygues Telecom veut sa part du gâteau sur le marché des télécoms pour entreprises. Et il est prêt, pour l'avoir, à s'allier à un géant européen, l'espagnol Telefonica. Les deux opérateurs ont annoncé, mercredi, la création d'une coentreprise pour commercialiser des services de téléphonie (fixe, mobile et services informatiques) auprès des multinationales. Baptisée « Telefonica Global Solutions France », l'entité sera basée à Paris. Elle disposera de ses propres équipes de marketing et de vente (40 personnes). Si les produits « entreprises » des deux opérateurs doivent être proposés, c'est uniquement sous la marque Telefonica, plus reconnue à l'international, qu'ils seront commercialisés.

La création de cette coentreprise est le fruit d'une collaboration plus ancienne entre les deux entreprises, qui remonte à 2011, et ne concerne pas seulement les grands comptes (achats communs, « roaming », échanges d'informations). « Les



L'espagnol est fort aussi en Allemagne et au Royaume-Uni.

équipes ont déjà travaillé conjointement pendant 18 mois dans l'objectif de renforcer notre collaboration et de mieux répondre aux besoins des clients internationaux, indique Anne Perrin, directrice de la coentreprise. Les résultats ont été concluants. L'étape suivante est de formaliser davantage l'alliance par cette coentreprise » Le duo aurait gagné huit nouveaux clients depuis l'an dernier.

Offrir une alternative

Bouygues Telecom espère poursuivre dans cette voie pour s'imposer davantage chez les grands comptes français. « Nous devons nous adapter à l'organisation des grands groupes où les directeurs achats ont une vision globale. Il faut être capable de

La puissance du géant espagnol, présent dans 40 pays, devrait l'aider à rééquilibrer le marché.

répondre à des appels d'offres internationaux, explique Anne Perrin. Ce sera le cas avec Telefonica. » Le joint-venture va en effet pouvoir s'appuyer sur la présence du géant espagnol dans 40 pays. Il ne s'agit pas de cibler seulement les multinationales françaises ayant un penchant pour les marchés hispanophones, car Telefonica est également fort en Europe, notamment en Allemagne et au Royau-

me-Uni. Si Bouygues Telecom espère accompagner les grands groupes français à l'étranger, Telefonica pourra aussi offrir à des multinationales étrangères l'accès au réseau de la filiale du groupe de BTP, qui couvre 70 % des entreprises de plus de 10 employés.

L'opération s'inscrit dans la volonté de l'opérateur d'accélérer sur le marché lucratif des télécoms pour entreprises, dominé par le duopole Orange-Numericable et SFR. Bouygues veut s'afficher comme « une véritable alternative » à ces acteurs, notamment auprès des grands comptes. Pas sûr, selon un analyste, que la menace soit très sérieuse pour l'opérateur historique, très présent à l'international.

En revanche, Numericable-SFR pourrait davantage en souffrir, considère cet expert. Bouygues Telecom, qui comptait 1,7 million de clients professionnels fin 2014, ne veut pas s'arrêter là. Il devrait dévoiler dans le courant du mois une nouvelle offre pour les professionnels. Autant d'initiatives qui pourraient relancer (un peu) la concurrence sur le marché de l'entreprise. « On peut se demander si la dynamique concurrentielle est suffisante aujourd'hui sur ce segment, s'interrogeait Sébastien Soriano, le président de l'Arcep, mardi, lors du colloque NPA-« Le Figaro ». C'est pourtant un élément essentiel pour la compétitivité des entreprises. » ■

Taxation du débit internet : l'ARCEP confirme une étude

Alors que Bercy s'interroge sur l'opportunité de taxer les débits internet utilisés par les géants du web, l'ARCEP confirme avoir été sollicité pour mener une étude technique.

« Nous avons été sollicités pour rendre un avis technique », a confirmé Sébastien Soriano, le président de l'ARCEP, lors du colloque NPA-Le Figaro. Cette déclaration confirme ainsi les informations diffusées par plusieurs médias.

« Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances », a précisé M. Soriano. « La question se posera ensuite, sur la base de cet avis d'expert, de savoir quelles suites lui donner. C'est entre les mains du gouvernement », a-t-il encore ajouté.

Alors que l'on sait que Fleur Pellerin, la ministre de la Culture, a dans l'idée d'instaurer une contribution indexée sur l'utilisation de la bande passante, une mesure qui ciblerait notamment à taxer les gros consommateurs que sont Netflix, Google ou encore Apple, cette confirmation du président de l'ARCEP tente à démontrer que la ministre compte bien aller de l'avant sur ce dossier.

En mars dernier, la secrétaire d'État au Numérique, Axelle Lemaire, avait souligné la difficulté de mettre en place une telle taxation au niveau national, soulevant la question des possibles contournements techniques. Elle avait aussi souligné l'idée qu'un tel projet de taxation soit mené à l'échelle européenne.

Le fait que l'ARCEP aille de l'avant signifie donc que la France compte faire pression sur l'agenda numérique européen.

Le digital aide à comprendre les passagers à la SNCF

Les réseaux sans fil deviennent indispensables à la SNCF. Le Wifi arrivera sur les TGV Paris-Lyon-Marseille en 2016. La connectivité mobile au quotidien devra aider à mieux comprendre et optimiser les flux de passagers.

Le Wi-Fi dans les TGV Paris-Lyon-Marseille, c'est pour 2016. Ce progrès attendu des passagers internautes n'est qu'un pré-requis à la digitalisation, qui permettra à la SNCF de mieux comprendre ses voyageurs au quotidien. C'est ce qu'annonce Yves Tyrode, directeur digital et communication de la SNCF. Il a pris la parole lors du colloque NPA-Le Figaro le 2 juin à Paris.

Priorité à l'axe Paris-Lyon-Marseille

« *Le fait d'avoir accès au Wi-Fi dans les grands trains est un pré-requis à la digitalisation* » explique Yves Tyrode. Toutefois, la SNCF n'a pas prévu d'équiper tous ses trains en Wi-Fi. « *D'ailleurs, la solution ce n'est ni le Wi-Fi ni le satellite mais d'implanter la 3G/4G* » estime-t-il.

Pour l'heure, la priorité de la SNCF est le TGV sur l'axe Paris-Lyon-Marseille. Ce réseau devrait être équipé pour internet d'ici 2016, la décision technique sera prise à la fin juillet de cette année, en partenariat avec les opérateurs mobiles. Orange a ainsi annoncé officiellement qu'il participait à l'opération, déclare Yves Tyrode.

De même, la SNCF souhaite améliorer significativement l'accès internet dans ses gares via Wifi d'ici 2016. Le directeur digital souligne que cette amélioration est souhaitée en particulier dans les tunnels parisiens.

Comprendre les flux de passagers

Par ailleurs, la SNCF entend fluidifier les mouvements de voyageurs toujours en région parisienne. Elle aura recours pour cela à la technologie d'une startup, Flat Turtle.

« *Le projet flux.sncf est un projet digital qui va permettre de comprendre comment se font les flux de passagers entre les gares et les trains et permettre de planifier les travaux de manière différente,* » présente le directeur, particulièrement satisfait de cette initiative.

« *La start-up Flat Turtle installe des écrans dans les entreprises, qui disent 'Partez dans dix minutes, vous aurez plus de place dans le train'. Nous, ces écrans nous permettraient de lisser le trafic au niveau des Transiliens,* » se réjouit le directeur.

Trois grands axes

Au final, le digital tourne autour de trois grands axes à la SNCF : améliorer la qualité de service pour le client, améliorer la manière de travailler avec l'écosystème et les industriels, et améliorer la maintenance.

« *Ces trois choses ne peuvent pas être séparées, elles sont conjointes* » conclut Yves Tyrode.

La France vers une taxation de la bande passante ?

En février dernier, nous apprenions via le Canard Enchaîné que le Ministère de la Culture avait pour projet de mettre en place une taxe basé sur la consommation de bande passante. La finalité de cette taxe serait ainsi de faire payer les ténors du Web qui sont bien souvent hors de France, génèrent des revenus sans toutefois payer l'intégralité des impôts qui en découlent.

Apparemment, cette idée continue de faire son petit bonhomme de chemin et c'est pourquoi le Ministère de la Culture aurait donné pour mission à l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP) d'étudier la faisabilité technique de ce projet. Depuis, l'ARCEP mène des audit auprès des différents opérateurs de télécommunication ainsi qu'auprès des hébergeurs.

Cette information à d'ailleurs été confirmée par le Président de l'ARCEP, Sébastien Soriano qui a confirmé lors du colloque NPA-Le Figaro que l'ARCEP avait *« été sollicité pour rendre un avis technique. Nous devons répondre à la faisabilité technique : quelles sont les possibilités de mesurer le trafic sur internet à différents endroits du réseau, dans le plein respect de la neutralité du net et du secret des correspondances »*, tout en précisant que *« la question se posera ensuite sur la base de cet avis d'expert de savoir »* *quelles son les suites à donner. Mais cela est « entre les mains du gouvernement»*.

Affaire à suivre donc !

“Les grands groupes sont comme des poules devant une clé à molette face aux startups”

L'agence de développement Paris & Co fait en sorte que les startups intègrent la scène internationale en passant via de grandes entreprises. La partie n'est pas gagnée d'avance tant il est difficile de transformer un grand groupe sous l'influence d'une startup.

Les grands groupes s'ouvrent de plus en plus aux startups et ce n'est pas du luxe. “30% des entreprises internationales devront intégrer une start-up d'ici trois ans,” décrète Jean-François Gallouin, directeur général de Paris & Co, l'agence de développement économique et d'innovation de la ville de Paris. Il s'est exprimé lors du colloque NPA-Le Figaro, qui a eu lieu le 2 juin à la Maison des Travaux Publics.

Une poule devant une clé à molette

Actuellement, seulement 5% des entreprises internationales possèdent une startup en leur sein. Pour réaliser ce projet, 85 millions d'euros ont été levés. Via Paris & Co, les startups sont mises en relation avec de grands groupes qui deviendront soit des partenaires soit des clients.

Pour autant la partie n'est pas gagnée d'avance. « *Les grands groupes sont comme une poule devant une clé à molette,* » compare le directeur général en parlant de leur réaction face aux startups. « *Quand un grand groupe a sélectionné une startup, quatre fois sur cinq, il n'y a pas de transformation, malgré la bonne volonté de chacun,* » ne peut-il que constater.

Un impact limité sur les grands groupes

« *Les startups ont un impact limité sur les grands groupes. Ce n'est pas disruptif pour le groupe,* » poursuit-il. Ceci dit, les grands groupes essaient pourtant par “*percolation avec les startups*” de retrouver de l'agilité, tout en conservant au fil du temps leur capacité à industrialiser.

« *Les startups sont un sujet de fierté parisienne,* » revendique en outre Jean-François Gallouin. Ainsi, la scène parisienne a lancé un mouvement d'Open innovation pour ses startups. Il reste du travail pour Paris & Co, qui souhaite placer les startups sur la scène internationale.

Capitaliser sur le savoir-faire

« *La startup est l'étape avant l'entreprise et donc avant la capacité à industrialiser* » modère le responsable. Enfin, Jean-François Gallouin rappelle que la capitalisation sur le savoir-faire qu'elle apporte repose sur trois facteurs : la confiance, le fait que cela prenne du temps et qu'on lui dédie du temps, et la connaissance réciproque de l'autre.

Pour rappel, Paris & Co, ex-Paris Région Lab, est une agence de développement économique et d'innovation de la ville de Paris. Cette agence est financée à 60% par le privé et 40% par le public. Son rôle est d'accélérer leur mise sur le marché des startups.

The screenshot displays the Decideurs TV website interface. At the top, there is a navigation menu with categories: Economie & Business, Leadership & Carrières, Start-up & Croissance, Techs & Médias, Bourse & Argent, Métiers & Bailleurs, and Emotions. Below the menu is a row of video thumbnails, some labeled 'A venir' and others 'Replay'. The main content area features a large video player showing a man speaking, with a play button overlay. The video title is 'Colloque NPA-Le Figaro 2016 : Frédéric Bedin, Hopscootch Evénements'. To the right of the video player is a 'Commisariat' section with a sign-up button and a list of recent events, including 'Colloque NPA-Le Figaro 2016 : Christophe Baujault, ECE' and 'Colloque NPA-Le Figaro 2016 : Frédéric Bedin, Hopscootch'. Below the video player is a 'Dernières vidéos' section with a grid of video thumbnails. On the far right, there is a 'Mardi' section with a video thumbnail and the text '#CNT #Connect avec extenso'.



Contact Presse

Matthieu Amelin – mamelin@npaconseil.com – 01 74 71 43 80