

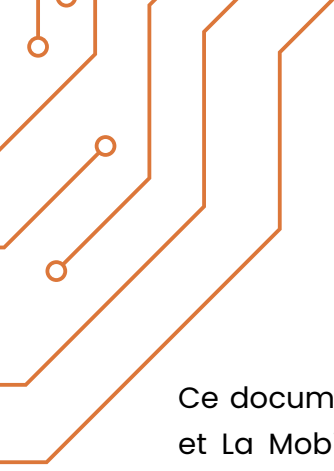
14 propositions

pour mettre le numérique au
service de la France et des
Français

IAB France / La Mobile Marketing Association



Février 2022



Ce document vise à présenter les différentes propositions portées par l'IAB France et La Mobile Marketing Association dans le cadre de l'élection présidentielle. Ce document est articulé autour de 6 grandes thématiques, réparties en 3 axes : le numérique au service de la société (Éducation, Formation, Administration) ; le numérique au service de l'environnement ; le numérique au service de l'économie (Recherche & Innovation, Transformation numérique).

Propos liminaire	3
A- Le numérique au service de la société française	5
I. Éducation et sensibilisation	6
II. Formation et emploi	9
III. Un service public numérisé au service des citoyens	12
B- Le numérique au service de l'environnement	15
C- Le numérique au service de l'économie française	17
I. Recherche et innovation	18
II. Transformation numérique et développement de l'industrie du numérique française et européenne	21

Propos liminaire

L'IAB France et La Mobile Marketing Association regroupent plusieurs centaines d'acteurs du numérique qui œuvrent quotidiennement au sein du secteur du marketing numérique.

Selon une récente étude menée par le cabinet Asterès, nous représentons **30 000 emplois directs et près de 140 000 emplois indirects sur l'ensemble de l'Hexagone¹** et contribuons massivement au dynamisme de l'écosystème du numérique en France grâce à des **investissements en R&D six fois supérieurs à la moyenne nationale**. Notre filière participe au développement d'un Internet libre, ouvert et accessible, bénéficiant notamment aux PME françaises et aux citoyens grâce à l'accès à des contenus et à des services gratuits sur Internet.

Au-delà de notre activité, nous sommes convaincus que les élections de **2022** et la prochaine mandature constituent une opportunité unique de **renforcer la contribution socio-économique du secteur du numérique en matière d'innovation, de croissance, d'emplois, de formation, et de sensibilisation autour de ces nombreux enjeux**. C'est pourquoi, en tant que fédérations expertes des technologies qui seront des sources de valeur ajoutée et d'emplois, nous avons décidé de croiser nos visions, nos expériences et nos analyses pour proposer ces quatorze mesures qui permettraient d'offrir un cadre propice au développement dynamique, pérenne et responsable du numérique français.

Tandis que les enjeux sectoriels demeurent trop souvent abordés via le prisme des grands acteurs du marché et de celui de la réglementation, nous souhaitons porter une vision résolument positive axée sur la mise en exergue de l'excellence et des talents, et l'essor d'opportunités en France. Nous sommes prêts à nous investir dans les prochains mois pour promouvoir notre industrie, nos métiers et leur contribution à l'économie et à la société française. Nous avons enfin la conviction que la feuille de route que nous avons tracée pourrait répondre aux fortes ambitions de l'ensemble de l'écosystème numérique français et européen ainsi que porter des évolutions concrètes pour la société dans les années à venir.

-

¹ Mind Média , Etude Asterès : la publicité en ligne aurait généré 2,3 milliards d'euros de consommation supplémentaire en 2019, 18 novembre 2021



La campagne présidentielle est lancée et animée par les grandes thématiques que nous connaissons : souveraineté, sécurité, santé, relations internationales...Et pourtant, s'il y a un sujet majeur qui anime notre économie, mais également notre société, ce que nous sommes et ce que nous devenons, et qui n'est que peu ou pas évoqué, c'est bien celui du numérique ! Au travers de ces propositions, l'IAB France et La Mobile Marketing Association réaffirment leur volonté d'animer le débat public et politique autour des grands sujets liés à la société et à l'économie du numérique.

« *Le numérique est partout dans nos vies ; il serait vain de vouloir l'occulter. Nos propositions reflètent la nécessité d'accompagner l'insertion du numérique dans la vie quotidienne des Français, de 7 à 77 ans. En tant que secteur responsable, tant de son environnement que de ses utilisateurs, il est de notre devoir d'amener à une responsabilité collective sur la prise en compte des enjeux du numérique dans ce qu'il façonne ce que la France de demain sera, ou devra être.*

Relations avec les grandes plateformes, souveraineté européenne, sensibilisation aux enjeux... sont autant de thèmes qui vont également s'avérer structurants pour la France, pour notre économie, pour les milliers d'entreprises et pour les millions d'emplois qui y sont rattachés. La France a besoin d'acteurs référents qui font valoir le savoir-faire et l'excellence des entrepreneurs du digital. C'est là toute l'ambition portée par nos associations.

Nicolas Rieul

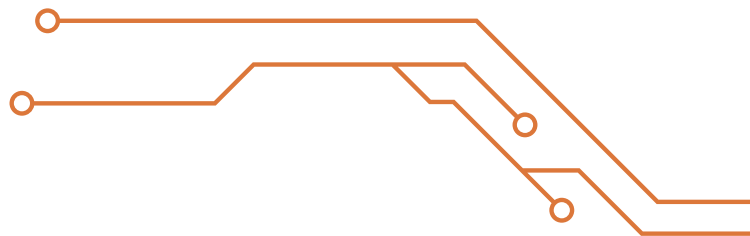
Président de l'IAB France et de La Mobile Marketing Association

A-

Le numérique au service de la société française

Les progrès technologiques, associées à une conjoncture mondiale de numérisation, ont profondément accéléré l'adoption par la société des outils numériques. De plus en plus de moments et d'espaces intègrent l'usage du numérique, et cette dynamique, pourtant engagée depuis longtemps, a été soudainement amplifiée par la pandémie. Des millions d'élèves ont pu continuer à suivre leurs cours depuis chez eux grâce aux appareils numériques, des milliers de PME ont pu poursuivre leurs activités grâce aux outils en ligne, et cette tendance devrait se poursuivre ...

Les associations du numérique que nous sommes appelés les candidats à l'élection présidentielle à se mobiliser, pour que la France de demain tire pleinement partie de ses évolutions technologiques, et afin que le numérique soit une composante pleine et entière de ce qui fait la vie d'un Français, de son apprentissage scolaire à sa retraite, qu'il vive à Paris, dans le plus petit des villages ou à l'autre bout de la planète. Une société du numérique passera également par une société de l'éthique du numérique ; nous souhaitons nous associer à toutes les initiatives qui poseront, et surtout expliqueront les règles de la pratique du numérique en France. C'est grâce à la pédagogie auprès des citoyens que nous pourrions « dédramatiser » l'image du numérique en France et présenter les opportunités qu'il représente.



Éducation et sensibilisation

Le numérique est devenu un bagage très important pour les jeunes, dans la bonne marche de leur vie quotidienne et dans leur insertion sur le marché du travail. En effet, le marché du numérique entre dans une période de tension au niveau du recrutement et de l'intégration de nouveaux talents au sein de structures qui doivent répondre aux enjeux du marché. La création du Capes "Numérique et sciences informatiques" en 2019 a permis de donner une place nouvelle aux enjeux du numérique qui deviennent petit à petit un domaine d'activité à part entière. Mais le nombre de places prévues (30 en 2020 et 60 en 2021) est encore trop faible pour généraliser cet enseignement partout en France.

En tant qu'acteur du marketing numérique, nous pensons que cette "culture générale" du numérique, de ses enjeux comme de ses outils, doit être accessible au plus grand nombre et ne pas rester une activité de niche offerte uniquement dans certains lycées ou être traitée par défaut par des professeurs qui n'ont reçu aucune formation spécifique.

Par ailleurs, les plus jeunes sont devenus des utilisateurs aguerris des réseaux sociaux :

- **87% des 12-18 ans disposent d'un smartphone.**

Cette tranche d'âge utilise d'abord :

Snapchat (82%) qui creuse l'écart avec Instagram (69%) loin devant Facebook et TikTok à égalité (40%) et Twitter (27%).²

Ces nouvelles pratiques numériques induisent de nouvelles questions quant à leur rapport à l'information, à l'influence des écrans dans leur quotidien, à l'influence de grandes figures du web sur leur développement personnel, sur leur rapport à leur consommation... Autant d'interrogations qui doivent trouver leur réponse dans l'accompagnement des plus jeunes dans l'éducation et dans leur apprentissage scolaire et ce dès le plus jeune âge. Ainsi, les deux associations proposent les mesures suivantes :

EDUCATION ET SENSIBILISATION

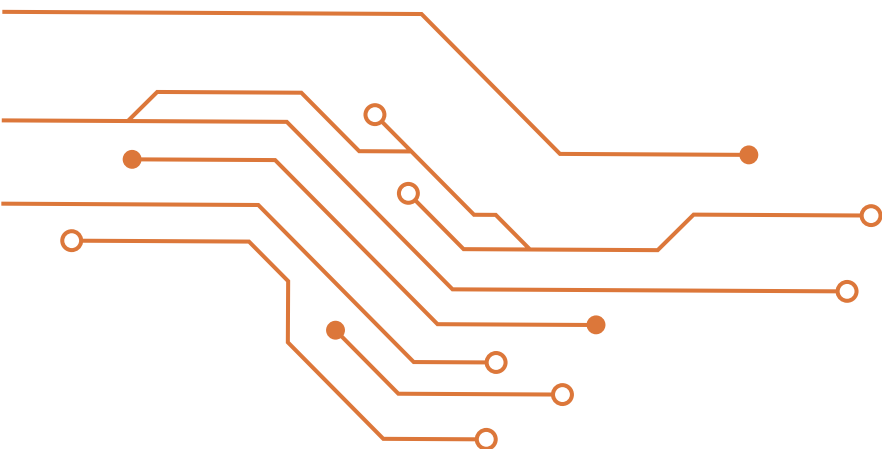
Mesure 1 Renforcer la place et l'attractivité de l'apprentissage des outils numériques au collège et au lycée :

- **Des équipements à niveau :**
 - Réaliser un audit national dès 2022 et renouvelé régulièrement sur l'état de l'équipement numérique à l'école, et prendre en fonction les mesures adéquates pour que chaque classe dispose d'un matériel numérique et informatique adapté et en état de fonctionnement.
 - Mettre en place un fonds de remplacement des appareils du numérique pour remplacer à échéance régulière le matériel de chaque école (tous les 5 ans).
 - Inclure dans les programmes scolaires de chaque matière la présence du numérique et des outils numériques, afin que ceux-ci ne soient pas un domaine relevant de « l'extra-scolaire » mais bien une composante transverse à l'ensemble de l'enseignement dispensé.

- **Une formation des professeurs à l'outil numérique :**
 - Augmenter les places du CAPES "Numérique et sciences informatiques" pour généraliser cet enseignement et ouvrir des modules de formation dès le collège ;
 - Renforcer l'attractivité de la filière en créant une agrégation "Numérique et sciences informatiques" dès 2023 accessible sur concours interne et externe

Mesure 2 *Faire de l'Éducation aux Médias et à l'Information une grande cause nationale :*

- Développer et agrandir le champ d'intervention de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI), thématique aujourd'hui valorisée par le ministère de l'Éducation nationale, afin d'en faire non plus seulement un outil d'enseignement, mais une réelle politique publique de l'École républicaine.
- Insérer au sein des programmes des collèges généralistes et professionnels des créneaux réservés à l'EMI par la sensibilisation aux grands enjeux contemporains de l'industrie numérique :
 - La place du numérique dans la société, la pénétration dans les âges et les milieux ;
 - La désinformation, les fausses nouvelles et autres outils de manipulation ;
 - Les opportunités de croissance, de recherche et de développement ;
 - L'accès aux médias, notamment payants ;
 - La sensibilisation aux données personnelles
 - Les risques pour la cybersécurité des entreprises et des États ; ...
- Généraliser l'intervention de professionnels du numérique dans les classes (proposition de stages, sensibilisations, projets communs...).





Formation et emploi

La filière du numérique n'aura jamais été autant mise en lumière au regard des enjeux sanitaires, business, réglementaires, des mouvements stratégiques de ténors du marché comme des plus petites structures ou encore par les démarches de transformation numérique menées par plusieurs secteurs. Face à cette activité stimulée, le besoin de compétences se fait sentir et contraint de plus en plus le marché. Les profils maîtrisant l'évolution du numérique, le codage, la programmation, la data science sont rares, créant de véritables déficits dans les équipes et une pénurie de talents inquiétante. Le poste « ingénieurs et cadres d'études, recherche et développement en informatique, chefs de projet informatiques » figure d'ailleurs parmi les plus tendus de l'indicateur élaboré par la Dares et Pôle emploi³.

Par ailleurs, la fédération Numeum, première organisation professionnelle du numérique française, estime que **sur 530 000 emplois recensés dans le secteur, 80% sont des postes de cadres et 90% sont en CDI.**⁴

Des perspectives attractives qui devraient séduire les talents dans un secteur en pleine expansion. **En mai 2021, 80 000 emplois dans le secteur du numérique étaient à pourvoir dont près de 5000 au sein du secteur de la publicité digitale**, selon les résultats d'une étude conduite par Diversidays⁵.

Face à la rapide croissance du secteur dans d'autres pays, plusieurs questions se posent :

- **Quelles sont les attentes des recruteurs et des potentiels recrutés ?**
- **Quelles dispositions prendre pour rendre attractives les entreprises du numérique ?**

Il convient alors de réfléchir à différents systèmes permettant de stimuler l'emploi et l'envie des candidats à postuler pour combler ce "fossé" de postes dont souffre le secteur.

³ « Les tensions sur le marché du travail en 2019 - Ministère du Travail », consulté le 23 novembre 2020

⁴ Numeum, Bilan 2021 et perspectives du secteur numérique, 3 décembre 2021

⁵ Rebondir, 80 000 postes sont à pourvoir dans le secteur numérique, 17 mai 2021

Mesure 3 *Lancement du « Tremplin Tech » en collaboration entre le ministère de l'Économie, le ministère du Travail et Pôle Emploi :*

- Dispositif d'accompagnement d'un 1 an au travers d'un partenariat entre Pôle Emploi et les entreprises du numérique. L'objectif est de réduire les tensions sur le marché de l'emploi des métiers du numérique en organisant une formation accélérée réalisée auprès de Pôle Emploi et complétée au sein d'une entreprise :
 - Formation initiale (6 mois) spécialisée sur un des grands piliers du numérique (data science, web développement, digital marketing, communication digitale...),
 - Spécialisation au sein d'une entreprise partenaire.

Mesure 4 *Développer les formations diplômantes et professionnalisantes dans le secteur numérique :*

- Promouvoir le déploiement de formations bac +3/+4/+5 dans le secteur du numérique, notamment dans le secteur des technologies émergentes, telles que les technologies immersives, au sein des écoles de commerce, écoles d'ingénieurs et universités, des BTS, et faire de celles-ci des passerelles vers l'emploi en rendant systématique la proposition d'un contrat de professionnalisation.
- Afin de participer à la numérisation des TPE/PME dans le besoin, mise en relation d'entreprises qui le demandent et de jeunes diplômants afin de les former à des cas pratiques « grandeur nature ».
- Assurer une campagne de communication institutionnelle (portée par le ministère de l'Éducation/ Économie/ Emploi) promouvant ces formations.

Mesure 5 Lancement d'un "droit à l'emploi numérique", sur le modèle du "garantie à l'emploi vert" :

- Lancement d'un rapport pour faire état des besoins en termes d'emplois sur le marché du numérique.
- Création d'un "Droit à l'emploi numérique" facilitant l'accès aux demandeurs d'emplois à un poste lié au secteur numérique : facilitation des démarches administratives, système de mentorat, reconversion des seniors vers les filières du numérique.
- Réunir les associations et organisations professionnelles du numérique pour l'abondement d'un fonds destiné à la formation des personnes en situation d'emploi précaire pour leur assurer des formations dédiées au numérique.
- Favoriser la formation continue en optimisant la présence de formations dédiées au numérique sur le site du CPF ; orienter les personnes en reconversion vers ces filières qui embauchent



Un Service public numérisé au service des citoyens

14 millions de personnes en France connaîtraient des difficultés dans leur utilisation des outils du numérique, alors que la dématérialisation se généralise, du commerce en ligne aux démarches administratives. Ce phénomène d'illectronisme (contraction d'illettrisme et d'électronique) crée une fracture sociale entre les Français qui savent manier ces outils, souvent une population urbaine, jeune, issue des CSP+ ; et ceux qui ne peuvent pas ou n'arrivent pas à se tourner vers ces outils.

Le devoir de la filière numérique est d'épauler chaque frange de la société dans sa conversion au numérique, tant ces outils sont désormais des impondérables de leur quotidien. D'une fracture numérique peut naître une fracture sociale ; il serait dommageable qu'un thème aussi central que celui du numérique dans nos vies impacte durablement la communauté nationale et le vivre-ensemble. Il convient alors de créer un cadre administratif, tant au niveau national que local, d'accompagnement des Français dans le numérique.

UN SERVICE PUBLIC NUMERISE AU SERVICE DES CITOYENS

Mesure 6 *Former les décideurs publics aux enjeux du numérique à travers un cycle des hautes études numériques :*

- Lancement d'une formation dédiée aux grands enjeux du numérique sur le modèle du cycle des hautes études européennes de l'ENA afin de former les haut-fonctionnaires, les parlementaires et autres décideurs publics.
- La complexité et les évolutions rapides du secteur du numérique nécessitent une connaissance fine de l'écosystème et des mécanismes qui y ont cours. Pour les parlementaires, nous recommandons dès l'élection la proposition d'une formation aux grands enjeux du numérique, notamment au regard de la législation européenne.

Mesure 7 Lutter dans les territoires contre « l'illectronisme » :

- **Lancement d'un audit pour faire état des réalités dans les territoires de l'illectronisme.**
 - Depuis des années, les pouvoirs publics et les opérateurs ont pris en compte la problématique des zones blanches, afin de couvrir le territoire d'une connexion performante en tous lieux. Cependant, avoir la possibilité d'utiliser internet ne signifie pas utiliser internet. Il faut passer à l'étape suivante et rentrer dans le détail de la couverture des utilisateurs des outils numériques.
 - Afin de détecter ces personnes éloignées des outils numériques, nous recommandons d'agir à travers la feuille d'imposition : l'avis d'imposition est reçu par toutes les personnes résidant en France, qu'elles utilisent ou non les outils numériques. Sera joint à l'avis une feuille avec quelques questions à remplir sur l'utilisation d'internet du contribuable (« Disposez-vous d'une connexion internet ? Envoyez-vous des mails ? ... »).
- **Intégrer dans la formation des fonctionnaires présents dans les territoires au plus près des publics (agents de Pôle Emploi, agent des impôts, agent de mairie) des modules « d'accompagnement à l'usage des outils numériques » afin de permettre à chaque employé municipal ou territorial de pouvoir répondre aux besoins des populations éloignées des outils numériques, en appui des conseillers numériques France services.**
- **Mettre en place de grandes campagnes, menées par ces fonctionnaires et conseillers, afin de sensibiliser les personnes en grande précarité ou en perte d'autonomie à la numérisation, afin de trouver pour chacun la solution la plus adaptée (prêts de matériels en mairies pour les démarches administratives, formation en mairie aux outils du numérique, ...).**

Mesure 8 *Créer un comité d'éthique sur l'évolution du numérique :*

- Afin de démontrer le volontarisme du secteur afin de collaborer en grande intelligence avec les pouvoirs publics, nous proposons la mise en place d'un comité d'éthique sur les valeurs des outils du numérique. Ce comité n'a pas vocation à s'ajouter au cercle de réflexion déjà mis en place sur les sujets du numérique, mais bien à en faire la somme, afin de le rendre plus concret et opérant.

- Ce comité se réunira pour prendre position consultative sur l'ensemble des sujets ayant trait au numérique. Il permettra ainsi d'allier pédagogie et pragmatisme pour faire évoluer le secteur dans les attentes de ses contemporains.
 - Les algorithmes
 - L'intelligence artificielle
 - Le traitement des données, ...

- Ce comité réunira les professionnels du secteur, les usagers, les régulateurs et les décideurs publics afin de rédiger un Livre blanc commun des pratiques moralement acceptables en matière d'évolution du numérique. La réunion de l'ensemble des parties prenantes permettra la formulation de propositions en adéquation avec la réalité « du terrain », la réalité de l'utilisation d'outils numériques.



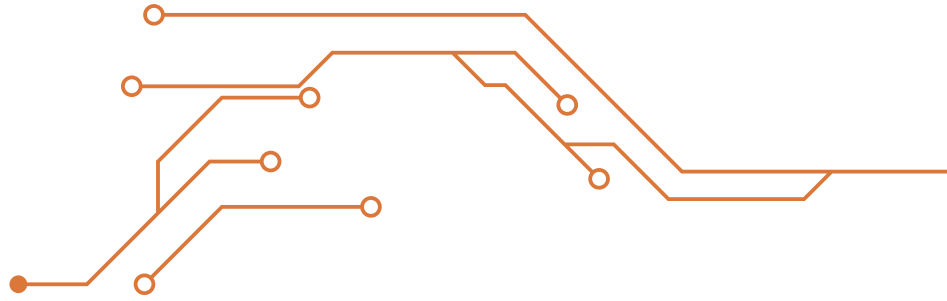
B-

Le numérique au service de l'environnement

Le secteur des technologies de l'information et des communications (TIC) représente aujourd'hui *environ 4 % de la consommation totale d'électricité et 1,4 % des émissions mondiales de carbone*. Selon une étude récente de Shift Project⁶, *le trafic total de données en 2020 était plus de dix fois supérieur à celui de 2010, mais la consommation d'énergie des TIC est restée à peu près constante*. Si ces chiffres sont encourageants, une attente du grand public, des décideurs publics et politiques et des associations pèse sur le numérique.

Pour autant, l'impact environnemental ne doit pas rester un pilier seul de la politique publique du numérique française. Les décisions environnementales doivent s'intégrer dans un large cadre prenant en compte l'impact social et sociétal de ces mesures, ainsi que l'aspect économique et innovant. Le secteur doit, comme il l'a initié, continuer de porter des initiatives permettant de renforcer sa responsabilité en stimulant les innovations technologiques nécessaires pour répondre aux enjeux sectoriels.

⁶ Blog du Modérateur, [Le numérique émet 4% des gaz à effet de serre du monde](#), juillet 2019



Mesure 9 *Créer une filière efficace d'économie circulaire des déchets du numérique en France :*

- o Faire un audit de la filière de réemploi et du reconditionnement des outils du numérique en France, afin d'identifier le besoin en ressources humaines et en matériel.

- o Permettre l'émergence d'un écosystème entrepreneurial du réemploi des outils du numérique, en facilitant l'embauche de personnes qui s'inscrivent dans le cadre du « droit à l'emploi du numérique » vers ces nouveaux métiers.

- o Accorder un crédit fiscal aux entreprises afin de les inciter à renouveler leur matériel informatique et à donner le matériel existant à ces nouvelles filières de réemploi.

- o Permettre la revente à moindre coût de ces outils reconditionnés à destination des étudiants ; des personnes en situation de chômage de longue durée ; des personnes en illettrisme.
 - De la récupération à la transformation : cette filière sera un véritable outil de formation pour les jeunes en difficulté ou les personnes en reconversion.

- o Créer un cercle vertueux du recyclage avec certains appareils donnés à des organismes publics : les écoles dans le cadre de la politique de renouvellement du matériel informatique ; les mairies dans le cadre des prêts de matériels aux illettrés ; ...



Le numérique au service de l'économie française

Le numérique transforme notre économie : il révolutionne de nombreux domaines et devient une filière à part entière de croissance.

Le numérique pèse **5,5% du PIB, et selon de nombreuses enquêtes sa part pourrait doubler dans les prochaines années**, supplantant de nombreux secteurs « traditionnels ». D'après une étude d'IDC⁷, **environ 50% des entreprises françaises de plus de 500 salariés déclarent utiliser le big data pour gagner en temps et en efficacité**. Un chiffre élevé qui s'explique par la qualité de la filière française et son attractivité pour les nouveaux outils numériques.

Car notre pays a de nombreux atouts à faire valoir, et sur lesquels il faut continuer de capitaliser. Notre volonté en tant qu'entreprises du secteur est de faire bénéficier à l'ensemble des Français cette bonne santé, et notamment multiplier les emplois créés par le numérique. Le filon que représente le numérique peut être porté par les grands groupes historiques français, par les start-ups leaders de l'innovation de rupture, et par les champions industriels (PME, TPE, ETI, ...) qui vont continuer à se digitaliser. Surtout, le cadre de la relance dans lequel s'inscrit notre économie désormais, est propice à ces (r)évolutions de fond.

⁷ « Du Big Data aux modèles prédictifs : où en sont les entreprises françaises ? », IDC, 2019



Recherche et innovation

La recherche et l'innovation sont des piliers de la relance économique dans laquelle la France est engagée, notamment au regard du plan France 2030, qui passe par exemple par le soutien au développement des nouvelles technologies. Le numérique représente un acteur clé de cette relance et, pour renforcer son développement, le secteur doit intensifier et perfectionner ses activités dans le domaine de la recherche.

Prenons l'exemple de l'Intelligence Artificielle, un des fers de lance de l'innovation numérique : *aujourd'hui, les États-Unis représentent 25% des brevets déposés concernant l'IA, la France, elle, ne représente que 6%. En outre 250 doctorants dans le domaine de l'intelligence artificielle sont recensés chaque année*, alors que la stratégie nationale en prévoit plus de 500⁸. Pour répondre à ce défi, devenu aussi géopolitique, il convient de créer les conditions optimales pour faire de la France un territoire dynamique et attractif en matière d'Intelligence Artificielle.

La France a commencé à s'impliquer de façon coordonnée et efficace sur ces enjeux notamment via la stratégie nationale pour l'intelligence artificielle. Nous accueillons favorablement les orientations de la deuxième phase de cette dernière fondée sur les talents et pensons que notre secteur, principalement les entreprises du marketing numérique de la publicité digitale qui ont déjà beaucoup investi en la matière, peut aider à les concrétiser au cours des prochaines années.

⁸ Europe 1, [Le gouvernement annonce son plan pour la recherche et l'intelligence artificielle](#), 28 novembre 2021

La France a commencé à s'impliquer de façon coordonnée et efficace sur ces enjeux notamment via la stratégie nationale pour l'intelligence artificielle. Nous accueillons favorablement les orientations de la deuxième phase de cette dernière fondée sur les talents et pensons que notre secteur, principalement les entreprises du marketing numérique de la publicité digitale qui ont déjà beaucoup investi en la matière, peut aider à les concrétiser au cours des prochaines années.

En tant qu'associations représentant plusieurs centaines d'acteurs dédiés à l'innovation et à la technologie de pointe, l'IAB France et La Mobile Marketing Association portent ces enjeux de transformation dans un univers en mouvement constant. Qu'elles soient françaises ou européennes, les entreprises membres ont su s'adapter aux changements de paradigme réglementaire et se sont illustrées par leur capacité de renouvellement dans un marché en constante mutation (fin des cookies, évolution de la personnalisation, RGPD, respect de l'environnement et des utilisateurs, ...), tout en maintenant un niveau très haut de compétitivité internationale.

Afin de continuer à porter haut les enjeux d'innovation dans le numérique, nous formulons les propositions suivantes :

RECHERCHE ET INNOVATION

Mesure 10 *Initier la création d'une structure rapprochant recherche publique et recherche privée dans les domaines numériques de pointe (ex : IA, eSanté, industrie...) :*

- Création de chaires public-privé sur le modèle américain des "Joint Industry-Academia Postdoctoral Position" en partenariat avec les universités françaises.
- Création d'un réseau de chercheurs HDR (Habilitation à Diriger des Recherches) en entreprise leur offrant la possibilité d'encadrer des doctorants en lien avec les universités et les centres de recherche publics.
- Mise en place d'un Research Data Hub, plateforme numérique publique-privée, à l'instar du Health Data Hub, dédiée à la mutualisation des outils de recherche de pointe en IA et au partage des différentes recherches en cours.

Mesure 11 Assurer, au-delà de l'inscription dans la loi, de l'effectivité d'un "principe d'expérimentation" (regulatory sandbox) au sein de la réglementation européenne, notamment celle liée à l'Intelligence Artificielle :

- Alléger les potentiels freins administratifs au déploiement des nouvelles technologies, notamment liées à l'IA, afin de faire face à la rapidité avec laquelle évoluent les entreprises d'autres continents.
- Faire valoir le principe d'expérimentation sur un ensemble de projets visant à développer l'IA, ou autres technologies souvent mises en cause, en leur donnant les moyens de s'affranchir des barrières réglementaires (techniques, éthiques, concurrentielles) avant un potentiel développement sur le marché, notamment via la création d'un véritable programme de bac à sable réglementaire dans le cadre de l'IA Act. Ce principe serait fondé sur la proposition par les porteurs du projet d'une approche transparente, étayée et validée par les autorités publiques sur l'usage technologies ou d'outils limités voire interdits du fait de l'application du principe de précaution.
- Quelle que soit la décision qui sera prise au niveau européen concernant l'IA Act, la France mettra les moyens afin de se doter d'une regulatory sandbox efficace et crédible pour l'ensemble du secteur du numérique. La position de la France jusqu'à présent a été de défendre ce principe, et cette proposition irait dans son sens ; il conviendra en fonction de la décision finale prise par les parlementaires européens d'aller au bout de ce principe d'expérimentation.





Transformation numérique et développement de l'industrie du numérique française et européenne

La transformation numérique est un défi stratégique pour l'ensemble des entreprises, de toute taille ou de tout secteur. La pandémie mondiale a accéléré la nécessité de cette transition afin de répondre aux enjeux commerciaux et à la dématérialisation des activités.

Dans le domaine de la consommation par exemple, selon une étude Nielsen pour la FEVAD, la vente en ligne de produits de grande consommation, notamment alimentaire, a **augmenté en France de 42% en 2020 et la tendance se consolide en 2021**⁹. Cette croissance montre la dynamique de transformation numérique qui est en cours dans notre société. Or, certaines entreprises, notamment les TPE et PME, peinent à établir cette transition. **En 2020, seulement 70% des TPE et PME françaises disposaient d'un site Internet, alors que la moyenne européenne se situe à 77%**, selon Eurostat. Selon le baromètre Ipsos "Croissance et digital", **50 % des entreprises interrogées déclarent ne pas disposer de ressources internes suffisantes à la mise en place des outils et solutions digitales et 57 % réclament une aide financière à la numérisation de leurs activités.**¹⁰

Derrière cette volonté, c'est toute une industrie en développement qui doit répondre à cet enjeu. Ainsi, il convient de promouvoir les pépites et grandes entreprises françaises dans leur activité afin que chaque structure souhaitant être digitalisée et s'inscrire dans les enjeux du numérique soit accompagnée par un acteur français.

⁹ Etude Nielsen pour la Fevad, *Bilan du eCommerce 2020*, février 2021

¹⁰ Etude Ipsos, *5ème Édition du baromètre Croissance et Digital*, septembre 2021

Mesure 12 *Mise en place de dispositif d'aides à la digitalisation des TPE/PME :*

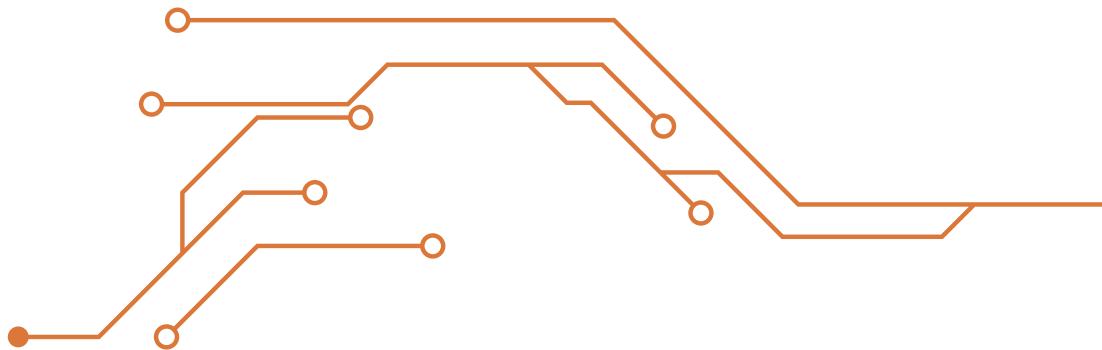
- Dispositif d'accompagnement d'un 1 an au travers d'un partenariat entre Pôle Emploi et les entreprises du numérique. L'objectif est de réduire les tensions sur le marché de l'emploi des métiers du numérique en organisant une formation accélérée réalisée auprès de Pôle Emploi et complétée au sein d'une entreprise :
 - Formation initiale (6 mois) spécialisée sur un des grands piliers du numérique (data science, web développement, digital marketing, communication digitale...),
 - Spécialisation au sein d'une entreprise partenaire.

Mesure 13 *Réguler l'inflation législative et réglementaire pour permettre aux TPE/PME numériques de développer sereinement leur activité :*

- Mise en place d'un moratoire durant la prochaine mandature sur les lois dédiées au numérique, afin d'installer un cadre serein de développement de l'activité des entreprises du secteur. Le numérique étant une part entière de l'économie française, sa régulation et la législation qui s'y réfère évoluera dans le cadre d'autres projets et propositions de loi non-dédiés au numérique.
- Révision de textes législatifs qui impactent négativement l'activité des TPE et PME françaises. Dans le cadre du RGPD par exemple, le retour d'expérience au bout de 3 ans de mise en application relève une extrême complexité dans sa mise en pratique, notamment pour les petites entreprises mais aussi pour les petits acteurs publics (mairies, intercommunalités etc.) ; ce règlement a pour effet de désavantager concrètement dans la pratique des usagers du numérique les petites entreprises par rapport aux grandes plateformes, principalement extra-européennes.
 - Il s'agirait ainsi de simplifier ce règlement en l'adaptant par exemple à la taille de l'acteur impliqué.

Mesure 14 *Privilégier le recours à des sociétés françaises et européennes en matière de commande publique liée à la digitalisation :*

- Repenser les cahiers des charges liés aux commandes publiques liées à la digitalisation en plaçant un critère de sélection d'entreprises basées en France et en Europe comme cela peut exister dans beaucoup d'autres pays du monde comme les États-Unis ou le Japon.
- Porter auprès des institutions européennes un renforcement des outils en matière de réciprocité des marchés publics et une simplification de leur mise en place afin d'appliquer les mêmes règles du jeu que nos concurrents.
- Dans l'état du monde actuel, il est plus que nécessaire de recréer une souveraineté des filières du numérique en France et en Europe, en créant des champions sur des domaines spécifiques (dans les télécoms, dans la fabrication d'appareils électroniques, dans l'utilisation publicitaire des médias, ...). Celle nous permettrait de créer un tissu stratégique d'acteurs porteurs de croissance et d'innovation.





Créée en 1998, **l'IAB France** est une association professionnelle indépendante à but non-lucratif, qui fait partie du réseau mondial des IAB représentant l'écosystème du marketing et de la publicité digitale. L'IAB France est également membre de l'IAB Europe. L'IAB France compte aujourd'hui plus de 150 sociétés membres représentant l'ensemble de l'écosystème du marketing et de la publicité digitale.

Créée en décembre 2002, La **Mobile Marketing Association** a pour mission d'accélérer la transformation et l'innovation du Marketing grâce au Mobile. Seule association dédiée au marketing, à la publicité, au CRM et au Commerce sur mobile et tablette en France, elle regroupe les acteurs de tout l'écosystème : agences conseils, annonceurs, régies, prestataires, instituts de mesure, opérateurs mobiles.

Force de propositions auprès des pouvoirs publics et de toutes ses parties prenantes, l'IAB France et La Mobile Marketing Association définissent des positions communes sur des points clés de l'activité sectorielle, propose des critères normatifs de bonne conduite et donne accès à des informations marché à échelle européenne ou mondiale. Ils sont les organismes professionnels de référence sur le marché auprès des annonceurs, des institutions, des médias et des associations professionnelles.



Contact

Retrouvez toute l'actualité de l'Internet Advertising Bureau France sur
iabfrance.com

IAB France
97 bd Malesherbes
75008 Paris

Par mail : pdevoize@iabfrance.com

Sur twitter : [@iabfrance](https://twitter.com/iabfrance)

Mobile Marketing Association France
149 avenue du Maine
75014 Paris

Par mail : coordination@mmaf.fr

<https://www.mobilemarketing.fr/contact/>

Sur twitter : [@MMAFrance_Aso](https://twitter.com/MMAFrance_Aso)

