

Dans la créativité logicielle, les Français sont parmi les plus innovants

par Pierre-Antoine Merlin, journaliste économique

Apprendre à lire, à écrire, à compter... et à programmer. L'académicien Serge Abiteboul voudrait convaincre les pouvoirs publics d'enrichir l'enseignement de base à l'école. Souffrant d'une image médiocre sur le marché mondial de l'économie numérique, la France dispose d'une chance historique de revenir dans la course explique Pierre-Antoine Merlin. Ses compétences en matière de logiciel sont son meilleur atout pour les années à venir. Encore faut-il les faire fructifier.

Chacun en convient, la capacité à innover est porteuse de croissance et de compétitivité. Comment la France, grande pourvoyeuse d'innovations en tout genre, peut-elle tirer son épingle du jeu ? En choisissant ses domaines d'excellence.

A priori pourtant, les motifs d'insatisfaction ne manquent pas. Au dernier CeBIT de Hanovre, qui constitue aujourd'hui le plus grand salon mondial de l'économie numérique, les Français, fidèles à leur réputation, étaient pratiquement invisibles. Les raisons invoquées sont toujours les mêmes : c'est loin, il fait froid, il faut parler allemand. Des arguments d'une grande vulgarité, prononcés par des esprits habituellement mieux inspirés, et qui reflètent surtout l'enkystement de la pensée. Or, le savoir-faire français ne peut percer le mur de l'indifférence qu'en se dévoilant, en ajoutant le faire-savoir au savoir-faire. Dans le business, il n'y a pas de place pour le péché d'orgueil. Car à quoi sert d'avoir un potentiel performant sur les marchés internationaux, si personne n'est là pour le constater ?

Au-delà de ce constat désolant, qui remet les velléités du *made in France* à leur place, il y a les chiffres. Dans son enquête sur les perspectives en termes d'innovation et de numérique, le think tank G9+ estime que la France patauge dans une honnête médiocrité, oscillant entre la quinzième et la trentième place, selon les critères que l'on retient. Ce diagnostic pâlichon est confirmé par l'économiste Jean Brilman, qui pointe l'absence totale de riposte face à l'insatiable hydre GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple), que les citoyens alimentent quotidiennement en lui confiant, avec une grande spontanéité, leurs données personnelles.

Ressources cachées mais bien réelles

Voilà un diagnostic apparemment bien pessimiste. Mais peut-être ne savons-nous pas regarder les trésors d'ingéniosité que recèle l'économie française. Ce n'est pas recourir à la méthode Coué que dire cela : dans le nucléaire, la biotech, l'analyse prédictive, l'internet des objets et même la robotique, la France fait la course en tête. Prenons cet exemple : l'entreprise de robotique Aldebaran. Elle est inconnue du grand public et même des professionnels du numérique, en dehors du cercle étroit de ses clients et de ses concurrents. En revanche, elle fait un tabac à l'étranger.

Le secteur numérique français a donc tout à gagner à se concentrer sur l'innovation, qui a donné par exemple le Minitel, converti par les Américains en triomphe international "sous le nom plus vendeur d'Internet, à partir du seul annuaire électronique", comme le confia un jour Bill Gates à l'auteur de ces lignes. Car ce n'est pas dans l'équipement matériel qu'il faut rechercher l'excellence française. Ni, comme on l'a longtemps cru, dans les services, tirés vers le bas avec les emplois de coursiers et les centres d'appel. C'est donc bien plutôt dans l'intelligence, la créativité, l'imagination, la capacité à concevoir des liens permanents entre les hommes et les choses.

Les logiciels Big Data, gisements de croissance à deux chiffres

L'intelligence du monde, c'est le domaine du logiciel, qui met à profit la compétence des ingénieurs, qu'ils soient "maison" ou sortis de Polytechnique. "Tout le monde devrait apprendre à programmer un ordinateur, cela apprend à penser", disait l'ennemi juré de Bill Gates, Steve Jobs, pas informaticien pour deux sous, mais parfaitement d'accord avec son contemporain capital.

En France, plusieurs scientifiques de renom, dont l'académicien Serge Abiteboul, veulent convaincre les pouvoirs publics d'enrichir l'enseignement de base à l'école : lire, écrire, compter... et programmer. C'est en effet l'esperanto des temps modernes - et ses chances de succès sont plus grandes. Déjà, le numéro un mondial du product life management, sorte de CAO du XXIème siècle, est français : Dassault Systèmes. Pour sa part, le cabinet d'études International Data Corp voit l'industrie française du logiciel comme le principal pourvoyeur de croissance et d'emploi à court et moyen terme. Dans un rapport conjoint avec Syntec Numérique, il pronostique une accélération du marché : les indicateurs avancés concernant les appels d'offres et les carnets de commandes "confirment le dynamisme de l'activité", écrit-il. Au niveau mondial aussi, l'industrie du logiciel redémarre. Cette année, annonce l'institut Gartner Group, les ventes de logiciels big data frôleront la croissance à deux chiffres.

Là encore, la France a un avantage concurrentiel. Parti de rien il y a un quart de siècle, le Français Business Objects est devenu numéro un de cette spécialité, avant de vendre son activité à un autre Européen, le groupe SAP.

Ces tendances sont logiques. Le développement et l'édition de logiciels commandent tous les secteurs de l'économie. Nul n'y échappe. C'est une grande chance pour la France de s'être positionnée, dès les années 60, et peut-être sans le savoir, sur ce gisement inépuisable. A tel point que - est-ce un effet subliminal ? - les politiques et industriels français n'arrêtent pas de dire qu'il faut "changer de logiciel", à l'image d'Hervé Morin ce 5 avril dans *Les Echos*. Plutôt que changer de logiciel, au sens figuré, la France devrait l'adopter et l'adapter, au sens propre.

 [Télécharger le PDF de l'article](#)

<< [Retour au sommaire](#)

PRES@ JE.COM

Une publication de l'Institut PRESAJE

(Prospective, Recherche et Etudes Sociétales Appliquées à la Justice et à l'Economie)

Siège social : 2 avenue Hoche 75008 Paris - Courrier : 30 rue Claude Lorrain 75016 Paris

Tél. 01 46 51 12 21 - E-mail : contact@presaje.com - www.presaje.com

Directeur de la publication : Michel Rouger

Pour ne plus recevoir d'e-mails de la part de Presaje, [cliquez ici](#)

[>> CONSULTER LES PRECEDENTS NUMEROS](#)