



McKinsey a par ailleurs mis en avant un certain nombre d'entreprises créatrices d'emplois et de valeur pour l'économie française, comme Babyloan (microfinance), Planetveo.com (voyage sur mesure), Restovisio (services aux restaurateurs), Skiset, Pêcheurs.com, emailvision.com ou encore Aquarelle.com. Pour Europe1, j'ai rencontré les deux fondateurs de ce spécialiste de la vente de bouquets de fleurs en ligne, passé de la brique au clic. Je vous propose d'écouter en video Henri de Maublanc, cofondateur d'Aquarelle avec son frère François.



Pour Henri de Maublanc, la situation du net en France n'est pas si en retard que le laisse entendre l'étude de McKinsey qui montre l'Angleterre et l'Allemagne en exemple. « En France, traditionnellement, la vente par correspondance pesait beaucoup moins lourd que dans ces deux pays », ma confié le fondateur d'Aquarelle. « Et il ne faut pas oublier la force en France de la Grande Distribution qui vend de tout et concurrence encore fortement l'internet ». Mais échéance électorale oblige, les rapporteurs en profitent pour lancer un appel aux politiques, en faveur « d'une politique volontariste de promotion de la filière » à l'exemple de ce qui se fait aux Etats-Unis ou au Japon. Selon Mckinsey, la France doit s'appuyer sur la plan de développement de l'économie numérique « France Numérique 2012 » et poursuivre ses efforts notamment en direction des PME, de l'innovation, du renforcement des infrastructures ou de l'incitation à l'usage et à la diffusion des technologies du Web dans l'entreprise... Avec cette promesse : « la contribution d'internet au PIB pourrait atteindre 160 milliards d'euros en 2015 si la France alignait sa performance sur le top 5 des pays développés ». Ce serait la maturité numérique. Un enjeu pour la campagne ?

Les principales données de l'Etude et le rapport complet sont disponibles sur internet-impact.fr.



Henri de Maublanc, cofondateur d'Aquarelle, explique la situation du net en France et les défis à relever. Il souligne l'importance de la Grande Distribution et appelle à une politique volontariste de promotion de la filière numérique. Selon McKinsey, la France doit s'appuyer sur le plan de développement de l'économie numérique « France Numérique 2012 » et poursuivre ses efforts notamment en direction des PME, de l'innovation, du renforcement des infrastructures ou de l'incitation à l'usage et à la diffusion des technologies du Web dans l'entreprise. Avec cette promesse : « la contribution d'internet au PIB pourrait atteindre 160 milliards d'euros en 2015 si la France alignait sa performance sur le top 5 des pays développés ». Ce serait la maturité numérique. Un enjeu pour la campagne ?