

Facebook veut former les PME tricolores au numérique

Facebook a imaginé un programme de formations gratuites au numérique avec Shopify et Prestashop. Et compte également doper l'adoption de son nouvel outil dédié aux PME.

Le réseau social [Facebook](#), qui propose depuis peu un système « clé en main » de boutique en ligne, va lancer lundi un programme de formations au numérique destinées aux TPE et PME françaises. Dans le détail, 100 formations, développées en partenariat avec les sociétés Prestashop et Shopify, seront proposées gratuitement jusqu'à la fin de l'année sur une plateforme en ligne dans le cadre d'une initiative pour « *stimuler la relance des petites et moyennes entreprises* » (PME), a expliqué Facebook à l'AFP.

La plateforme donnera également accès à un outil de diagnostic permettant aux entrepreneurs d'évaluer leur degré d'adoption des outils numériques. Parallèlement et à l'occasion des vacances d'été, Facebook va lancer, avec la startup française Mapstr, une carte collaborative permettant d'obtenir des recommandations et des informations sur les entreprises touristiques dans l'Hexagone.

Pousser son outil Facebook Shops

La France est « *à la traîne en matière de compétitivité numérique* » par rapport

à ses voisins européens, conclut la firme américaine, se basant sur les résultats d'une étude commandée à l'institut Ipsos. Selon cette étude, qui cite l'organisme Eurostat, la France se classe au 21e rang des pays européens sur la part des ventes en ligne réalisées par les PME. « *82% des Français de 16 ans et plus achètent au moins une fois en ligne par année, mais seulement 16% des PME françaises vendent en ligne* », a déclaré à l'AFP le patron de Facebook pour l'Europe du sud Laurent Solly, disant vouloir contribuer à combler cet « écart ». « *25% des patrons de TPE et PME disent avoir un manque de compétences face à la transformation numérique. Si ces gens ont une mauvaise compétence numérique, on doit apporter des solutions* », a-t-il poursuivi.

Le géant des réseaux sociaux est en train de déployer un nouvel outil, baptisé « Facebook Shops », qui permet aux marques de créer un « magasin ». Les PME utilisatrices auront l'option de payer pour des publicités qui redirigent les consommateurs vers cette sorte de « vitrine » personnalisée. Facebook revendique être utilisé par 38 millions de Français et par 50% des TPE/PME en France, essentiellement pour leurs besoins de communication.

Facebook avait également annoncé en mars un programme de dons de 100 millions de dollars pour venir en aide aux PME dans le monde entier face à l'épidémie de coronavirus. Alors que cette aide n'a pas encore été distribuée en France, Facebook « *espère pouvoir faire un point là-dessus au courant du mois de juin* », a assuré Laurent Solly.

Maddyness avec AFP