

Repères économiques Bretagne

Janvier 2016 / N°18

Utilisation et diffusion du numérique dans les PME bretonnes

Le numérique est de plus en plus intégré dans les PME bretonnes, tant en matière d'équipements (outils et connexion) que d'usages. Les entreprises s'adaptent à la multiplication rapide des outils technologiques et orientent leurs équipements vers plus de mobilité. L'appropriation des nouveaux usages numériques se poursuit dans les PME, notamment pour améliorer leur notoriété (pratiques du webmarketing, présence sur les réseaux sociaux...). Même si les entreprises externalisent toujours le plus souvent les fonctions informatiques, les usages des technologies de l'information et de la communication se développent également en interne. Cependant, le niveau de pratique varie sensiblement selon la taille et le secteur d'activité.

Outils numériques : une diffusion grandissante, notamment des « nomades »

Aujourd'hui si l'équipement en ordinateur est généralisé dans les entreprises bretonnes (99,5% des PME interrogées possèdent un ou plusieurs ordinateurs et ce, quelles que soient la taille de l'entreprise et son activité), les outils de mobilité se démocratisent également. Huit entreprises

Niveau d'équipement numérique des PME bretonnes



99,5% des PME bretonnes disposent d'au moins un ordinateur

80% des PME bretonnes disposent d'un ou plusieurs téléphones mobiles



40% des PME bretonnes disposent d'une ou plusieurs tablettes tactiles

14% des PME bretonnes sont équipées de dispositifs de visioconférence



sur dix possèdent un ou plusieurs téléphones mobiles/smartphones et quatre sur dix une ou plusieurs tablettes tactiles pour le quotidien de leurs salariés. Les équipements nomades sont plus fréquemment présents dans les entreprises de plus grande taille (86% des PME de 50 à 250 salariés sont dotés d'un ou plusieurs portables, 46% d'une ou plusieurs tablettes tactiles, contre respectivement 77% et 37% pour celles ayant 10 à 19 salariés). Toutes les activités ont un taux d'équipement en téléphone mobile assez proche de la moyenne régionale (entre 73 et 89%), à l'exception de l'hôtellerie-restauration (57%). La mise à disposition des tablettes tactiles est largement répandue (entre 60 et 70% des PME) dans les activités de services (immobilier, assurance, finance, scientifique et technique, information et communication), mais bien moins dans les activités transports et construction (26 à 30%).

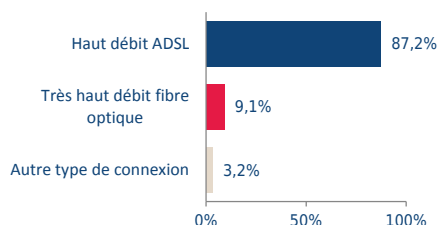
La visioconférence se développe également. Le nombre de PME disposant de cet outil atteint 14 % en

2015 (8% en 2012). Les plus grandes PME en sont mieux pourvues (32%), tout comme les activités de services. (entre 30 et 35%).

Accès à Internet : généralisé à l'ensemble des PME bretonnes...

99,4% des PME bretonnes sont connectées à Internet, dont la plupart d'entre elles (87,2%) en haut débit ADSL. Les plus grandes PME (50 à 249 salariés) sont plus nombreuses à disposer du très haut débit fibre optique. Il en va de même pour les entreprises relevant des services (activité spécialisée scientifique et technique, information et communication et activité immobilière, financière et d'assurance).

Type de connexion internet



Source : enquête PME 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

Source : enquête PME 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

Une grande majorité des entreprises (78%) est plutôt satisfaite ou très satisfaite par la qualité de sa connexion pour ses usages quotidiens (débit, stabilité, coupure, etc). Ce taux demeure globalement stable par rapport à la précédente vague d'enquête (81% de PME en 2012).

... mais pas à l'ensemble des personnels

En 2015, la moitié du personnel ou plus utilise tous les jours ou presque Internet dans l'entreprise dans 35% des PME bretonnes. Cette proportion est en hausse par rapport à la précédente édition de l'enquête (31%). Cette part est très variable selon le secteur d'activité, allant de 9% dans la construction à 92% dans les activités spécialisées, scientifiques et techniques, information et communication, mais est peu influencée par la taille de la PME.

Visibilité sur le web : près de huit PME sur dix possèdent leur propre site Internet

Les résultats de l'étude soulignent que 77,5% des PME bretonnes disposent d'un site web. Cette proportion est plus élevée encore dans les grandes PME et les activités tertiaires et industrielles.

La fréquence de mise à jour est le plus souvent trimestrielle ou plus espacée (pour 37,4% des répondants). Cependant, le pourcentage des entreprises mettant leur site à jour quotidiennement ou presque a augmenté sensiblement, passant de 10,7% en 2012 à 17,1% en 2015.

Les entreprises intègrent de plus en plus les techniques de SEO (*Search Engine Optimization*) et de SEM (*Search Engine Marketing*) pour accroître la visibilité de leurs sites internet. La première correspond au référencement naturel ou organique et consiste à faire apparaître un site internet dans les premiers résultats des moteurs de recherche. Pour améliorer son référencement naturel, le SEO prend en compte de nombreux critères : pertinence des contenus du site, présence de liens externes,... La seconde désigne l'ensemble des actions marketing visant à améliorer le référencement qu'il soit naturel ou

Taux d'équipement pour les principaux usages numériques

| | 2012 | 2015 |
|--|-------|-------|
| Site web propre à l'entreprise | 68,8% | 77,5% |
| Logiciels métiers spécifiques à l'activité de l'entreprise | 66,2% | 74,1% |
| Espaces de travail partagés | 49,8% | 53,2% |
| Intranet, site web interne | 51,2% | 48,4% |
| Certificats électroniques | 53,7% | 42,7% |
| ERP/Progiciels de Gestion Intégrés | 35,0% | 41,0% |
| Agendas partagés | 38,1% | 40,3% |
| Listes de diffusion internes | 34,2% | 36,0% |
| Réseaux informatiques externes | 39,7% | 31,5% |
| La téléphonie par internet | nd | 26,1% |
| Le cloud pour le stockage | nd | 19,5% |
| Logiciels de définition et de suivi de processus | 10,3% | 18,8% |
| Le cloud pour l'accès à des logiciels distants | nd | 11,8% |

Source : enquête PME 2012 et 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

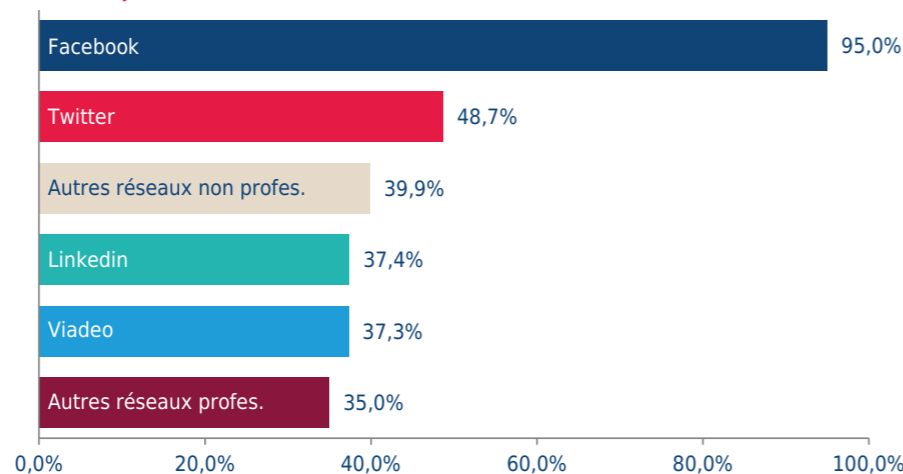
payant. Les moteurs de recherche réservent des emplacements payants qui permettent aux sites d'être plus visibles.

Si près de quatre entreprises sur dix avaient recours au SEO en 2012, c'est aujourd'hui le cas pour six entreprises sur dix. La part d'entreprises utilisant le référencement promotionnel par les campagnes de liens sponsorisés (*SEM - Search Engine Marketing*) est en revanche relativement stable (12,7% en 2012 pour 13,3% en 2015).

Vente en ligne : une pratique encore peu développée

La vente en ligne n'est pas encore très répandue dans les entreprises bretonnes. 12% d'entre elles l'exercent à partir de leur propre site web et 5,4% d'une autre plateforme (eBay, Amazon, Leboncoin,...). Ce sont les

Inscription sur les réseaux sociaux (parmi les entreprises présentes sur au moins un réseau)



Source : enquête PME 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

secteurs de l'hôtellerie-restauration, du commerce et de l'immobilier qui optent le plus fréquemment pour cette forme de vente.

Réseaux sociaux : un quart des PME bretonnes y sont présentes

La part des entreprises présentes sur les réseaux sociaux est en hausse par rapport à la précédente vague d'enquête (25,2% sont au moins présentes sur un réseau social contre 16% en 2012). Facebook est le réseau social le plus plébiscité par ces PME (avec 95% d'inscrits), suivi de Twitter (48,7%) et LinkedIn (39,9%).

Les chartes éditoriales sociales (*document écrit précisant les consignes de communication sur les réseaux sociaux*) ne sont pas encore très répandues au sein des PME bretonnes. Seules 3,4% d'entre elles disposent

d'un tel document. Les entreprises n'en voient, pour la plupart, pas l'intérêt : 55,2% déclarent que ce document serait inutile pour l'organisation.

Visioconférence : encore assez peu utilisée

18% des PME bretonnes font de la visioconférence, soit dans une salle équipée au sein même de leurs locaux (pour 14% d'entre elles), soit en utilisant une solution légère de type « Skype », soit en louant une salle à l'extérieur ou en se rendant dans une salle mise à disposition par les collectivités locales.

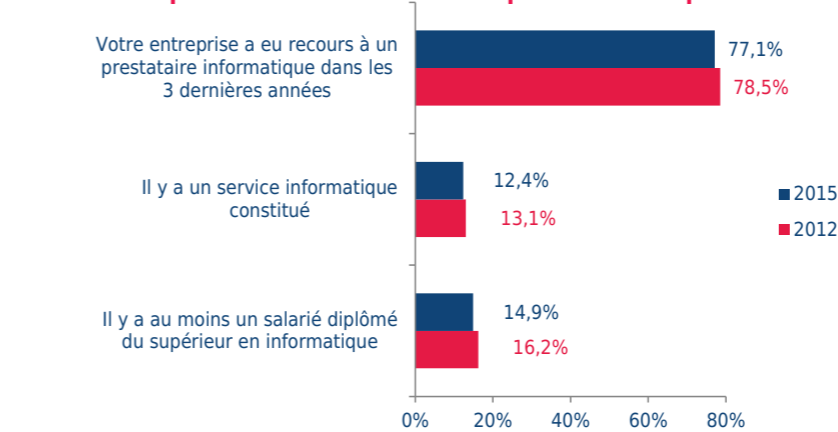
Si l'entreprise a décidé l'installation d'un service de visioconférence en interne, c'est le plus souvent une initiative assez récente : les entreprises qui en sont équipées le sont généralement depuis moins de cinq ans (pour 70,1% d'entre elles).

La fréquence d'utilisation des services de visioconférence est variable : un tiers (31,6%) des entreprises les utilisent au moins une fois par mois, 26,6% au moins une fois par semaine et 11,4% quotidiennement. L'usage de la visioconférence a principalement pour objectif de faciliter la coordination en interne plus que les relations avec les clients et les fournisseurs. Il permet également de réduire les frais de déplacement et d'optimiser les temps de travail.

Compétences et formation : un faible investissement dans les ressources en interne

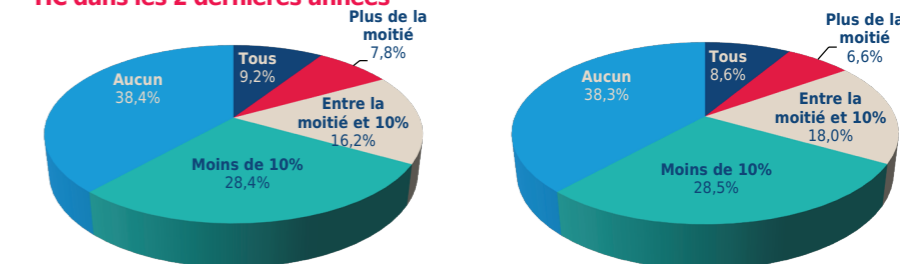
Les PME bretonnes investissent toujours peu dans le développement des compétences informatiques en

Présence de personnel dédié à l'informatique dans l'entreprise



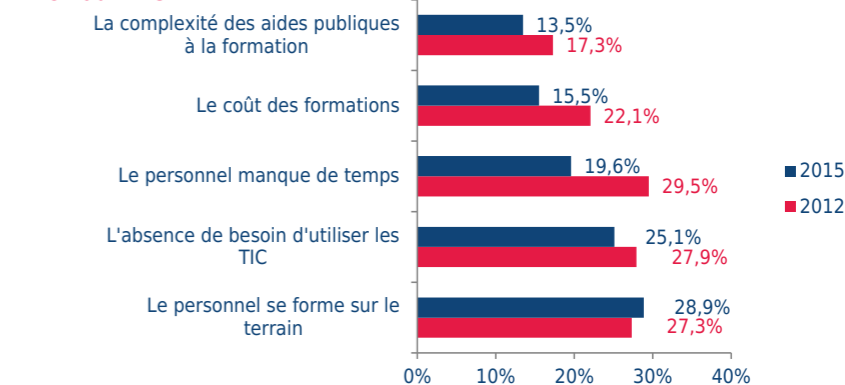
Source : enquête PME 2012 et 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

Part des salariés équipés d'un ordinateur ayant reçu une formation aux outils TIC dans les 2 dernières années



Source : enquête PME 2012 et 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

Facteurs limitant de façon très importante les investissements dans la formation aux TIC



Source : enquête PME 2012 et 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

interne et privilégie encore l'externalisation de ces fonctions. Tandis que 12,4% des entreprises disposent d'un service informatique constitué en 2015 (pour 13,1% en 2012), la proportion d'entreprises ayant eu recours à un prestataire externe reste stable néanmoins sur les 3 dernières années.

La part d'entreprises ayant accordé une formation aux outils numériques à leurs salariés équipés d'un ordinateur dans les deux dernières années n'a pas évolué entre 2012 et 2015 (respectivement 61,6% et 61,7%).

Les PME bretonnes avancent le plus souvent le fait que le personnel se forme sur le terrain et l'absence de besoins d'utiliser les Technologies de l'Information et de la Communica-

tion (TIC) comme facteurs limitant de façon très importante les investissements dans la formation (respectivement 28,9% et 25,1% des entreprises répondantes). Le manque de temps, qui était le premier facteur évoqué lors de la vague d'enquête de 2012 (par 29,5% des répondants) arrive aujourd'hui à la troisième place (cité par 19,6%). Le coût des formations et la complexité des aides publiques à la formation sont moins souvent avancés comme argument en 2015 (respectivement -6,5 et -3,8 points entre les deux vagues d'enquête).

Un quart des PME bretonnes utilise des outils numériques pour la formation des salariés (matériels, logiciels, cours en ligne, forums,...) dans le but de leur permettre de suivre une formation individuelle (pour 73,6% d'entre elles), de rechercher des informations, se documenter (66,1%) et de pouvoir échanger avec d'autres personnes (48,8%).

Gestion des données : des marges de progression possibles dans l'exploitation des informations

Près d'une entreprise sur deux (47%) collecte et traite systématiquement les données issues des ventes et du Service Après-Vente. Un tiers d'entre elles exploite les données

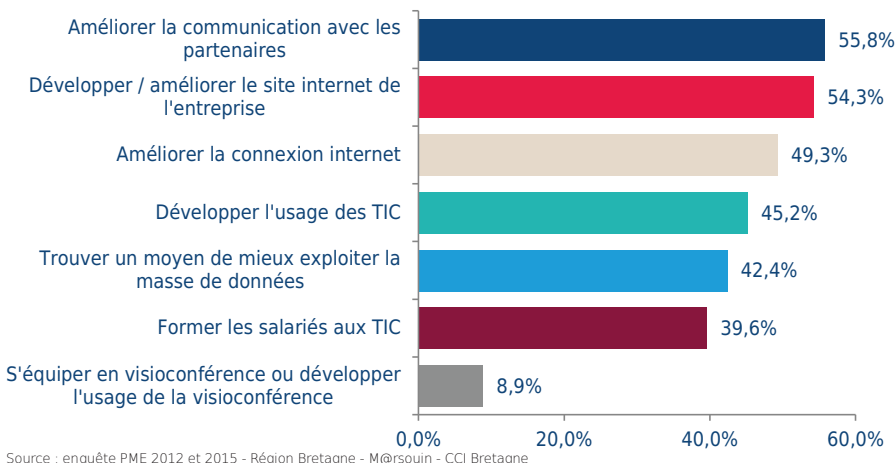
de fréquentation du site Internet de l'entreprise. Les données sont alors recueillies et traitées en très grande majorité en interne, principalement par les services en charge de leur collecte (60,9%).

L'utilisation de bases de données externes (construites par une entreprise/organisme tiers) n'est pas encore une pratique très répandue : seules 17,6 % des entreprises y ont recours, et ce sont les services vente-marketing qui les utilisent principalement. Ces données sont la plupart du temps achetées ou louées (58%) et un peu moins souvent obtenues gratuitement (52%).

L'utilisation de bases de données internes et externes n'a pas de conséquence directe sur l'organisation d'après les PME interrogées. 75,4% des répondants qui y ont recours déclarent que le traitement des données n'a aucune conséquence organisationnelle sur l'entreprise. Autrement dit, cela ne nécessite pas d'embauche de salariés spécialisés, de formation particulière, ou d'investissement.

57,7% des répondants déclarent faire face à une augmentation constante

Priorités des entreprises en matière d'investissement TIC



Source : enquête PME 2012 et 2015 - Région Bretagne - M@rsouin - CCI Bretagne

du volume de données numériques (informations clientèles, factures, données de conception internes,...). Toutefois, la plupart d'entre eux (68,8%) ne rencontrent pas de problèmes particuliers face à cet accroissement. Les entreprises qui éprouvent des difficultés avancent à la fois des contraintes techniques et de surcoûts engendrés.

Investissement numérique : ciblé sur la communication avec leurs partenaires

Six entreprises sur dix estiment que leurs investissements dans les TIC

sont dans la moyenne du secteur et 10,5% qu'ils sont supérieurs. Les PME placent l'amélioration de la communication avec les partenaires au centre de leurs priorités. Pour 55,8% d'entre elles, c'est un objectif très important. Viennent ensuite le développement et l'évolution du site internet (très important pour 54,3% des répondants) ainsi que l'amélioration de la connexion internet (49,3%). L'équipement en visioconférence et/ou le développement de l'usage de ces systèmes ne semblent pas une priorité pour les PME de la région (exprimé par seulement 8,9% d'entre elles).

Définitions, méthode et champ de l'enquête

Méthodologie et champ de l'enquête 1 550 PME (10 à 250 salariés) bretonnes inscrites au Registre du Commerce et des Sociétés et relevant des secteurs de l'industrie, de la construction, du commerce et des services ont répondu à l'enquête menée en 2015 par la CCI Bretagne, le Conseil régional et le GIS M@rsouin (Môle Armoricaïn de Recherche sur la Société de l'Information et les Usages d'Internet). Menée depuis plusieurs années, cette enquête permet de suivre l'évolution de l'équipement et des usages numériques des PME bretonnes. Le questionnaire a été administré au cours du 1er trimestre 2015. L'échantillon a été redressé selon la méthode des quotas pour être représentatif du tissu d'établissements de la région.

Définitions : Référencement organique (SEO - Search Engine Optimization) : pratique consistant à utiliser un ensemble de techniques pour améliorer la visibilité et le classement d'un site-cible parmi les résultats naturels / organiques des moteurs de recherche.

Référencement sponsorisé (SEM - Search Engine Marketing) : pratique qui consiste à introduire des liens sponsorisés payants vers un site-cible lorsque les internautes sont en recherche de certains mots-clés.

Charte éditoriale sociale : document qui donne des consignes aux salariés pour savoir comment communiquer sur les réseaux sociaux lorsqu'il est question de parler de l'entreprise.

Repères économiques Bretagne est une publication éditée par la CCI Bretagne.
 Directeur de la publication : Jean-François GARREC,
 Responsable de la rédaction : Stéphanie BENVEL
 Rédaction : Stéphanie BENVEL, Blandine LE VERGER
 Création graphique : korrigan-creations.com
 Impression : Média graphic - Rennes (35)
 Dépôt légal : janvier 2016 - ISSN : 2267-909X
 La reproduction des informations de ce document est autorisée sous réserve de la mention de la source :
 « CCI Bretagne - Repères économiques Bretagne »

Pour en savoir +

Consultez l'ensemble des études de la CCI Bretagne sur www.bretagne.cci.fr
 Contact : infoeco@bretagne.cci.fr

