

Séminaire Marsouin, Rennes 5-6 juin 2007

## Les usages TIC de petites entreprises insulaires : l'exemple des PME corses.

Document de travail

M.A Maupertuis, Professeur de Sciences Economiques  
T. Albertini, Maître de Conférences de Gestion  
A. Casabianca, Ingénieur de Recherches CNRS  
X. Pieri, Maître de Conférences associé

Université de Corse, CReSHS.  
BP 52 20250 Corte  
[maupertu@univ-corse.fr](mailto:maupertu@univ-corse.fr)

## Les usages TIC de petites entreprises insulaires : l'exemple des PME corses.

### I. Introduction :

Les impacts des TIC sur l'entreprise ont été largement étudiés ces dernières années (Brossard et Baudchon, 2001).

Cependant le cas des PME - et en particulier celui des TPE<sup>1</sup> - a reçu une attention moindre. Pourtant, la question des usages par les entreprises de petite taille est cruciale pour au moins deux raisons. Tout d'abord les TIC peuvent permettre de lever - au moins en théorie - un certain nombre de contraintes subies par la PME : manque de compétences, accès difficile aux marchés, réseaux d'approvisionnements... Ensuite, parce que les PME constituent souvent l'essentiel du tissu productif de certaines régions et notamment de celles qui - selon les analyses spatiales - sont victimes de la fracture numérique. Elles procèdent donc de l'aménagement et du développement territorial. Connaître leur niveau d'équipement, leur intensité et leurs types d'usages en matière de TIC recèle donc des enjeux qui dépassent le strict cadre de l'analyse des impacts de la technologie sur l'entreprise elle-même<sup>2</sup>.

L'objet de notre contribution est précisément de mieux cerner les usages des TIC par des PME situées en région Corse. Elle s'inscrit dans le cadre d'une étude réalisée auprès de 570 établissements<sup>3</sup> constitutifs du tissu productif insulaire. Rappelons que l'économie corse est caractérisée par un secteur public hypertrophié et un secteur privé largement dominé par les services marchands. Ce secteur privé représente 70% des emplois salariés qui couvrent les activités économiques suivantes : activités agricoles, tourisme (hôtels-restaurants et transports), BTP, commerce, industries manufacturière et agro-alimentaire. Il se caractérise par une démographie d'entreprises de type PME-TPE<sup>4</sup>.

Si le secteur public répond à une dynamique d'adoption et d'usage des TIC impulsée de l'extérieur (administrations centrales et locales), par contre, la diffusion au sein du secteur privé est largement commandée par des facteurs endogènes qui restent encore à décrypter. En particulier, nous nous interrogeons sur les mécanismes « médiatés » par lesquels ces établissements surmontent le handicap de l'insularité dans leurs relations avec les fournisseurs et leurs clients.

La question que nous posons est donc celle du rôle de l'insularité dans l'intensité et les types d'usages TIC, sachant que l'accès haut débit est relativement récent en Corse avec un taux de couverture estimé entre 50% et 69% pour la Haute Corse et entre 70% et 89% pour la Corse du Sud (cf. annexe 1)<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Rappelons la définition des PME/TPE : les petites et moyennes entreprises désignent les entreprises de taille modeste par rapport à leur nombre de salariés ou leur chiffre d'affaire. Les petites entreprises ont entre 10 et 49 salariés alors que les moyennes entreprises ont entre 50 et 249 salariés. On désignera par TPE, les très petites entreprises qui ont moins de 10 salariés.

<sup>2</sup> Sur ce point nous relevons d'ailleurs que les études consacrées au sujet « TIC et PME » ont été commandées ou réalisées par des collectivités locales, des instituts consulaires ou des organisations professionnelles (Jullien, Trémembert, 2006 ; Amabile S., Gadille M. 2003).

<sup>3</sup> Etude financée dans le cadre du CPER sur la base de l'appel à projet (APR) de la Collectivité Territoriale de Corse « *Mutations, Recompositions Territoriales et Politiques de Développement Durable* », 2005-2007.

<sup>4</sup> En 2006, il y a 1 029 PME en Corse pour 20 267 TPE (de 0 à 9 salariés). Le tissu économique est composé de 21 296 établissements (INSEE, décembre 2006).

<sup>5</sup> Toutefois ce taux ne reflète pas tout à fait la réalité puisque si l'on s'intéresse au critère des communes couvertes on remarque que 20% des 360 communes corses disposent de l'ADSL fin 2003 (Journal du Net).

Une première étude qualitative réalisée auprès d'une vingtaine d'établissements<sup>6</sup> nous a permis de dégager trois d'hypothèses à tester :

1. « Le secteur d'activité, le métier, conditionne le type d'usage »
2. « Internet permet de rompre l'isolement géographique »
3. « Internet permet de rompre l'isolement cognitif ».

A partir de ces hypothèses de travail nous avons élaboré dans une perspective quantitative un questionnaire qui s'articule autour de trois grands thèmes :

- Le profil de l'entreprise, son équipement ;
- Les types et intensités d'usages et les relations avec les fournisseurs et les clients ;
- Les TIC et le développement de l'entreprise.

L'enquête téléphonique qui s'est déroulée au premier trimestre 2007 a permis de recueillir 537 questionnaires valides correspondant à 32% des établissements insulaires retenus (1681 individus). Dans le cadre de cette contribution nous proposons une première analyse des résultats relatifs à la nature et à l'importance de l'équipement et des usages basée sur une comparaison avec les résultats obtenus dans le cadre de l'étude PME Marsouin<sup>7</sup>.

La section 2 est consacrée à la méthodologie de l'étude. La section 3 montre que les établissements sont bien équipés en TIC (ordinateurs, logiciels courants, Internet) mais que les TIC plus sophistiquées (progiciels, logiciels de travail collaboratif...) et les pratiques associées (groupware, datawarehouse, workflow...) sont très peu adoptées dans les PME corses comparativement aux PME bretonnes. La section 4 explicite les types d'usage et révèle – à l'instar de l'enquête Marsouin (décembre 2006) – un déterminisme sectoriel associé à un effet taille de l'entreprise qui discrimine les « plus de 50 salariés » des autres établissements. Nous concluons sur les attentes principales de l'entreprise.

## II. Méthodologie de l'enquête

### 2.1. Population et échantillon

Les établissements corses sont caractérisés par des entités de très petite taille (99% d'entre elles ont moins de 50 salariés) qui subissent diverses contraintes d'ordres géographique (accès difficile, insularité, ruralité...), économique et cognitif. Il s'agit, de plus, d'unités productives de faible ou moyenne technicité comme le secteur du tourisme ou le secteur agricole.

Afin de prendre en compte l'ensemble de ces spécificités, nous avons établi notre échantillon sur la base d'un sondage stratifié à trois degrés :

- le secteur d'activité (NAF 17)
- l'implantation géographique de l'établissement (8 bassins de vie unifiés au sens de l'INSEE)
- la taille de l'entreprise (plus de 5 salariés)

#### 2.1.1. Le choix du secteur d'activité

Certains secteurs, de par leurs spécificités, n'ont pas été retenus dans l'enquête. Il s'agit des secteurs agricoles et piscicoles et du secteur public.

Ce choix résulte à la fois de la volonté de rendre compte au mieux des activités économiques régionales mais également d'établir des comparaisons avec d'autres régions françaises, en particulier avec le système productif breton (Jullien, Trémembert, 2006 a).

---

<sup>6</sup> « Adoption et usages des TIC par les PME-TPE corses : une étude qualitative sur des entreprises corses », poster présenté au 1st International Symposium Environment and Mediterranean Area, ISEIM, Corte, July 2006.

<sup>7</sup> Etude réalisée auprès de 9 500 établissements de 10 salariés et plus durant l'année 2006 sur la région Bretagne.

Ainsi nous nous sommes basés sur la nomenclature d'activité française révision 1 (NAF rév.1, 2003) niveau 60 de laquelle nous avons exclus les secteurs suivants :

- 01 Agriculture, chasse, services annexes
- 02 Sylviculture, exploitation forestière, services annexes
- 05 Pêche, aquaculture, services annexes
- 40 Production et distribution d'électricité, de gaz et de chaleur
- 41 Captage, traitement et distribution d'eau
- 64 Postes et télécommunications
- 65 Intermédiation financière
- 66 Assurance
- 67 Auxiliaires financiers et d'assurance
- 75 Administration publique
- 80 Education
- 85 Santé et action sociale
- 91 Activités associatives
- 95 Activités des ménages en tant qu'employeur de personnel domestique
- 96 Activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de biens pour usage propre
- 97 Activités indifférenciées des ménages en tant que producteurs de services pour usage propre
- 99 Activités extra-territoriales

Tableau 1 : Répartition de l'échantillon (N=537) selon le secteur d'activité en NAF 17

	naf17	
	Effectif	%
Industries extractives	1	,2%
Industrie manufacturière	40	7,4%
Construction	134	25,0%
Commerce ; réparations automobile et d'articles domestiques	181	33,7%
Hôtels et restaurants	62	11,5%
Transports et communications	35	6,5%
Immobilier, location et services aux entreprises	74	13,8%
Services collectifs, sociaux et personnels	10	1,9%
Total	537	100,0%

Afin de correspondre au mieux aux critères de comparaison de l'enquête Marsouin, nous avons regroupé certaines activités entre elles pour aboutir à la classification suivante :

Industries manufacturières (dont IAA)	D
Construction	F
Commerce	G
Hôtels et Restaurants	H
Transport	I
Autres services	K

### 2.1.2. La taille des établissements

Le tissu économique corse est constitué de 21 296 en 2006 selon l'INSEE. Nous adoptons la définition établie par l'INSEE selon laquelle un établissement est le « lieu où est exercée effectivement l'activité

de l'entreprise ». Nous nous intéresserons dans cette enquête uniquement aux établissements de plus de cinq salariés. L'univers étudié dans cette enquête est donc constitué de 2 068 établissements. 1 681 établissements corses répondent aux critères de taille et de secteur évoqués ci-dessus. Au final 537 questionnaires valides ont été collectés, soit un taux de 32%.

Tableau 2 : Répartition de l'échantillon (N=537) selon le secteur d'activité et la taille des effectifs des établissements

		Effectif permanent de l'entreprise en 2006				Total
		6 à 9 salariés	10-19 salariés	20-49 salariés	50 et + salariés	% tableau
		% tableau	% tableau	% tableau	% tableau	% tableau
Secteur d'activité	Industrie manufacturière (y.c IAA)	2,4%	3,2%	1,7%	,4%	7,6%
	construction	8,0%	10,4%	6,0%	,6%	25,0%
	Commerce	18,1%	10,1%	4,3%	1,3%	33,7%
	Hôtels-restaurants	5,6%	5,2%	,6%	,2%	11,5%
	Transports	2,4%	2,2%	1,7%	,2%	6,5%
	Autres services	7,6%	4,7%	2,4%	,9%	15,6%
Total		44,1%	35,8%	16,6%	3,5%	100,0%

### 2.1.3. L'implantation des établissements

Notre enquête concerne l'ensemble des établissements corses répartis selon les huit bassins de vies unifiés<sup>8</sup> par l'INSEE qui sont la Balagne, le Cortenais, le Grand Ajaccio, le Grand Bastia, le Grand Sud, la Plaine Orientale, Sartène-Propriano et Sevi-Sorru.

Les bassins de vie de l'INSEE constituent une base intéressante au regard des critères choisis pour notre enquête non seulement du point de vue de la cohérence géographique, de la cohérence économique mais également de l'existence de démarches intercommunales.

De plus, sur la base d'une connaissance accrue de ces territoires et de l'estimation en matière d'équipement et d'usages des TIC, cette enquête pourra aider la Collectivité Territoriale de Corse (CTC) pour déterminer les actions à mener ou à soutenir en matière de politiques publiques sur chacun de ces périmètres.

<sup>8</sup> Les bassins de vie peuvent être définis comme les plus petits territoires au sein desquels les habitants peuvent accomplir la majorité des actes « courants » : qu'il s'agisse de l'accès aux services privés ou publics fréquentés assez souvent ou de l'accès à l'emploi. Ces territoires ont une certaine pertinence pour étudier la vie quotidienne de leurs habitants et partant de là, d'éclairer les politiques d'aménagement du territoire.

Tableau 3 : Répartition de l'échantillon (N=537) selon le lieu d'implantation et le secteur d'activité des établissements

		Secteur d'activité			Total
		Commerce	Industrie	Services	
		% strate	% strate	% strate	% strate
8 BASSINS DE VIE UNIFIE	Grand Ajaccio	11,9%	10,4%	12,8%	35,2%
	Grand Sud	3,2%	3,5%	4,1%	10,8%
	Sartène-Propriano	,6%	2,0%	,9%	3,5%
	Sevi-Sorru	,4%		,2%	,6%
	Grand Bastia	13,0%	10,6%	10,8%	34,5%
	Balagne	1,9%	2,2%	2,0%	6,1%
	Cortenais	1,1%	1,5%	,9%	3,5%
	Plaine Orientale	1,7%	2,2%	1,9%	5,8%
Total		33,7%	32,6%	33,7%	100,0%

#### 2.1.4. La base de données

La base de sondage a été constituée par tirage aléatoire stratifié dans le fichier Sirène de l'INSEE. Il s'agit d'un répertoire d'entreprises et d'établissements, mis à jour en temps réel à l'aide des 10 000 documents quotidiens parvenant dans les différents centres de gestion de l'INSEE.

## 2.2. Plan de sondage

### 2.2.1. Date d'enquête et modes d'administration

L'enquête a débuté à la fin du mois de janvier 2007 et s'est terminée à la fin du mois d'avril 2007. Elle a été réalisée par voie téléphonique par cinq enquêteurs, recrutés parmi les étudiants de la filière Sciences Economiques de l'Université de Corse, formés aux techniques d'enquête.

Chaque enquêteur disposait de deux fichiers : un fichier de base et un fichier de remplacement construit sur la base d'un sondage aléatoire équivalent. Chaque établissement qui avait refusé l'entretien téléphonique était remplacé, dans le fichier de remplacement, par un établissement ayant le même code NAF et le même code géographique de manière à respecter rigoureusement les caractéristiques de notre population.

### 2.2.2. Echantillonnage et représentativité

Nous souhaitons obtenir environ 500 questionnaires afin d'avoir une approximation de la marge d'erreur d'un maximum de plus ou moins 3,5%.

## 2.3. Le questionnaire

Le questionnaire que nous avons élaboré s'organise autour de trois grands thèmes :

- Dans la première partie du questionnaire nous nous intéressons au profil de l'entreprise ainsi qu'à son niveau d'équipement. Ce premier thème permet de répondre, par exemple, aux questions suivantes :
  - Quels sont les outils de télécommunication que votre entreprise utilise ?
  - Quels sont les réseaux informatiques ?
  - De quel type de connexion Internet dispose votre entreprise ?

- Dans la seconde partie, nous essayons de décrire de manière générale les usages quotidiens en TIC des établissements puis nous tentons de les analyser plus précisément en nous focalisant sur la relation de coopération de l'établissement avec son partenaire le plus important. Nous traitons dans cette partie l'éloignement géographique et cognitif des partenaires.
- Dans la dernière partie du questionnaire nous essayons d'examiner le rôle que pourraient jouer les TIC dans le développement de l'entreprise et d'identifier leurs attentes en matière d'actions publiques. Cette partie nous permet de répondre aux questions :
  - Quels sont les impacts des TIC ?
  - Les TIC vont-elles jouer un rôle important dans le développement de votre entreprise, si celle-ci compte se développer ?
  - Quels sont les moyens mis en œuvre ?
  - Quelles sont vos attentes en matière d'actions publiques ?

### III. Les équipements

#### 3.1. L'équipement informatique

Globalement, l'étude montre que 95,5% des établissements corses sont informatisés. Ce taux est inférieur au taux d'équipement informatique moyen national des PME<sup>9</sup>, qui est de 99% ainsi qu'à celui des entreprises bretonnes<sup>10</sup> (99%).

Le taux d'équipement n'est pas tellement lié à la taille et ni même au secteur d'activité de l'établissement. En effet, l'examen de la répartition de l'équipement informatique par secteur d'activité montre des taux très élevés dans tous les secteurs : 100% dans l'industrie manufacturière et celui des autres services, 97% dans les transports et la construction. C'est dans le secteur des hôtels-restaurants qu'il est le plus bas (89%).

De la même manière, la répartition par taille permet d'observer des taux de 100% pour la classe des « 20-49 salariés » et des « 50 salariés et plus », c'est la catégorie « 6 à 9 salariés » qui obtient le taux le plus faible (92,4%).

#### 3.2. Les solutions informatiques

En dehors de l'usage classique des logiciels de bureautique, les établissements utilisent des solutions informatiques touchant les différentes fonctions de l'entreprise : les logiciels métiers spécifiques à l'activité (60,1%), des logiciels de gestion comptable ou financière (55,1%), de gestion commerciale (44,5%) et de gestion de paye et de RH (41,2%), avec toutefois quelques disparités entre les secteurs : les établissements de construction ne sont que 17,9% à utiliser des logiciels de gestion commerciale contre par exemple 64,5% dans les hôtels-restaurants et 63,4% dans l'industrie manufacturière.

Les taux obtenus ici avoisinent ceux trouvés pour les PME bretonnes comme le montre le tableau ci-dessous :

Tableau 4 : Comparaison de l'usage des outils logiciels et progiciels des PME corses et bretonnes

Usage des outils logiciels et progiciels	PME bretonnes	PME corses
Logiciels bureautiques (traitement de texte, tableur)	95%	91,4%
Logiciels métiers spécifiques liés à l'activité	58%	60,1%
Logiciels de gestion comptable ou financière	55%	55,1%
Logiciels de gestion commerciale	44%	44,5%
Logiciels de gestion de paye et RH	41%	41,2%
Logiciels de gestion de la production	37%	8,4%
Logiciels décisionnels, d'analyse de données (datawarehouse)	21%	8,4%
Logiciels de travail collaboratif, partage d'information à distance (groupware)	18%	4,3%
Logiciels de définition et de suivi des processus (workflow)	11%	1,3%

L'utilisation des logiciels plus pointus reste assez marginale : 8,4% de pénétration pour les logiciels de gestion de la production, 8,4% pour les logiciels décisionnels et d'analyse de données, 4,3% pour les

<sup>9</sup> Enquête BNP Paribas Lease Group, janvier 2005. Enquête menée auprès de 91 500 PME-PMI de 6 à 200 salariés interrogées en décembre 2005.

<sup>10</sup> N. JULLIEN et J. TREMBERT (2006 a) : « Enquête PME 2006. Usages des TIC et facteurs déterminants – Un effet taille mais surtout un effet secteur », Document de Travail, octobre, Marsouin.



logiciels de travail collaboratif et de partage de l'information et 1,3% pour les logiciels de définition et de suivi des processus. Nous pouvons aussi noter des disparités importantes dans l'utilisation de ces logiciels. En effet, le taux de pénétration des logiciels de gestion de la production est très faible dans l'ensemble des secteurs (8,4% en moyenne) sauf dans l'industrie manufacturière où il représente 46,3%<sup>11</sup>.

Ceci semble traduire une pratique et des usages assez basiques au sein des établissements que nous analyserons en détail dans la section 4.

### 3.3. La téléphonie

Nous avons cherché à comprendre ce qu'était l'équipement téléphonique des établissements au-delà de la traditionnelle ligne téléphonique fixe. En effet, seules 19% des PME interrogées ne possèdent qu'une ligne téléphonique fixe, les 81% restants disposant d'autres équipements téléphoniques. 62,2% d'entre elles disposent d'un standard téléphonique.

52,5% des établissements utilisent au moins un téléphone mobile. Ce sont les secteurs de la construction (82,8%) et des transports (62,9%) qui se distinguent par les taux d'adoption les plus élevés car le téléphone mobile est un moyen de communication particulièrement adapté à ces professions « footloose ». Les hôtels-restaurants ont le taux le plus faible (17,7%). Cela est manifestement lié à leur activité qui consiste le plus souvent à disposer d'un téléphone fixe dont le numéro et la tarification restent plus accessibles à leur clientèle.

### 3.4. Les connexions Internet

#### 3.4.1. Les réseaux locaux (LAN)

Même si le nombre d'établissements équipés d'ordinateurs reste assez élevé (95,5%), mais en recul par rapport à la moyenne nationale et à la moyenne bretonne, l'informatisation reste incomplète. En effet, sur les 95,5% des établissements informatisés seulement 60,7% ont décidé d'interconnecter les ordinateurs entre eux, c'est-à-dire que 326 établissements corses sur 537 disposent d'un réseau local d'entreprise (LAN).

#### 3.4.2. Le type de connexion Internet

91,6% des PME corses sont connectées à Internet. Ce taux est équivalent à celui des entreprises bretonnes (91%) et très proche de celui de la moyenne nationale, qui est de 93%, issu de l'enquête BNP Paribas (2005).

Le nombre de PME corses connectées à Internet a connu une forte croissance entre 2000 et 2004. En effet, ce taux a plus que doublé en un an puisqu'il est passé de 6,5% en 1999 à 14,8% en 2000. Ce taux atteint un maximum en 2002 avec 18% pour enfin s'établir à 0,2% en 2007.

Si on s'intéresse au taux de connexion Internet par secteur d'activité on remarque que les meilleurs taux de connexion appartiennent aux secteurs de l'industrie manufacturière (97,6%), des transports (97,1%), des autres services (95,2%) et de la construction (91,8%) comme le montre le tableau ci-dessous.

---

<sup>11</sup> Toutefois la comparaison avec les PME bretonnes appelle certaines réserves : l'échantillon breton comprend des PME de « + de 50 salariés » qui de par leur taille nécessitent des technologies organisationnelles (groupware...) alors que les établissements corses sont à 95% des TPE.

Tableau 5 :

**Taux de connexion internet selon le secteur**

			Disposez-vous d'un réseau Internet		
			Oui	Non	Total
Secteur d'activité	Commerce	% ligne	30,2%	3,5%	33,7%
	Industrie	% ligne	30,4%	2,2%	32,6%
	Services	% ligne	31,1%	2,6%	33,7%
Total	% ligne		91,6%	8,4%	100,0%
Secteur d'activité	Industrie manufacturière	% ligne	97,6%	2,4%	100,0%
	construction	% ligne	91,8%	8,2%	100,0%
	Commerce	% ligne	89,5%	10,5%	100,0%
	Hôtels-restaurants	% ligne	85,5%	14,5%	100,0%
	Transports	% ligne	97,1%	2,9%	100,0%
	Autres services	% ligne	95,2%	4,8%	100,0%
Total	% ligne		91,6%	8,4%	100,0%

Malgré l'intérêt du secteur des hôtels-restaurants à être visible sur le Net afin de pouvoir donner la possibilité à ses clients de réserver en ligne, le taux de connexion de ce secteur apparaît comme le plus bas (85,5%). Notons toutefois, que cela est peut-être dû au fait que nous n'avons pas séparé dans notre analyse, les hôtels des restaurants et cafés pour qui l'intérêt d'être capable d'accepter des réservations en ligne devient moins évident.

Tableau 6 : Comparaison du taux de connexion Internet entre les PME corses et bretonnes

Secteurs d'activité	PME bretonnes	PME corses
Autres services	95%	95,2%
Transports	92%	97,1%
Hôtels-restaurants	78%	85,5%
Commerce	86%	89,5%
Industries manufacturières (dont IAA)	94,5%	97,5%
Construction	93%	91,8%

D'après Marsouin, 2006.

Il existe des disparités sectorielles dans les taux de connexion à Internet. Nous obtenons la même structure que celle de l'enquête sur les PME bretonnes. En dehors du secteur des hôtels-restaurants et pour les raisons évoquées précédemment, c'est le commerce qui apparaît comme le secteur ayant le taux de connexion le plus bas.

Parmi les PME connectées à Internet, 91,7% d'entre elles disposent d'une connexion à haut débit (ADSL, SDSL...). Ce chiffre est largement au-dessus de la moyenne nationale qui s'établit à 71% ainsi qu'à celui des PME bretonnes, qui est de 82%.

### 3.4.3. Le taux de pénétration de l'Intranet et de l'Extranet

L'extension des sites Web (Extranet) des établissements interrogés est encore assez peu répandue en Corse. En effet, seulement 10,4% des établissements corses donnent accès à leur société contre 18% pour les établissements bretons.

On peut faire le même constat en ce qui concerne l'Intranet : 17,5% de pénétration dans les PME corses contre 53% dans les PME bretonnes. Le fait que les entreprises corses soient de plus petite taille (5 à 10 salariés) et supérieur à 10 salariés pour l'échantillon breton, joue.

### 3.5. Les autres équipements technologiques utilisés

En dehors de l'information et du taux de connexion à Internet, il existe d'autres technologies que l'établissement peut utiliser dans les relations avec ses partenaires. Il s'agit notamment des technologies regroupées dans le tableau 7 :

Tableau 7 : Taux d'équipement en outils de télécommunication des établissements corses

OUTILS DE TELECOMMUNICATION UTILISES		
		% colonne
Usage d'un service libre appel numéro à coût partagé (n°vert ou n°azur)	Oui	4,7%
	Non	95,3%
Usage d'un centre d'appels téléphoniques pour clients (call center)	Oui	6,9%
	Non	93,1%
Usage de réunion téléphonique ou audioconférence	Oui	4,8%
	Non	95,2%
Usage de visioconférence ou vidéo transmission	Oui	1,7%
	Non	98,3%
Usage de flotte de téléphones mobiles	Oui	52,5%
	Non	47,5%
Usage EDI (Echange de Données Informatisées)	Oui	24,4%
	Non	75,6%

L'utilisation des téléphones portables reste la technologie la plus répandue avec un taux de pénétration de 52,5%, elle est de 72% dans les PME bretonnes. Les secteurs qui ont les taux les plus élevés sont la construction (82,8%) et les transports (62,9%).

La visioconférence est une technologie encore très peu utilisée au sein des établissements corses avec un taux de pénétration de 1,7%. Ce constat est identique à celui observé dans les établissements bretons, puisque seulement 4% sont équipés d'un service de visioconférence.

Malgré que ce soit une technologie ancienne au coût élevé, l'échange de données informatisées est encore utilisé par un établissement sur quatre en Corse. Ce taux est de 15% dans l'ensemble des PME bretonnes.

### 3.6. Le courrier électronique

96,1% des établissements corses interrogés possèdent au moins une adresse électronique soit presque 9 établissements sur 10 et 40,8% des établissements l'utilise de manière quotidienne. En Bretagne, 90% des établissements possèdent une adresse de courrier électronique.

### 3.7. Les sites Web

Le site Web est un indicateur important pour mesurer le niveau d'usage des TIC car il est synonyme de visibilité, de communication et de « business ». Pourtant, seulement 28,5% des établissements corses interrogés sont présents sur le Web à travers un site contre 41% pour les établissements bretons.

On remarque par ailleurs que ce taux est très sensible à la taille de l'établissement. En effet, 26,2% des PME de 6 à 9 salariés ont un site Web alors que les PME de 50 salariés et plus sont 42,1% à être visibles sur le Net.

Si l'on examine la répartition sectorielle de ces PME, c'est le secteur hôtels-restaurants qui atteint le plus haut niveau (80,6%). Notons toutefois qu'à l'intérieur de cette catégorie, ce sont les hôtels qui sont majoritairement présents sur le Web par rapport aux restaurants (pour les mêmes raisons évoquées précédemment). On trouve ensuite les « Autres services » (38,1%) et les Transports (37,1%).

La construction et le commerce se distinguent par les taux les plus faibles de connexion Internet, soit respectivement 17,2% et 13,3% (Cf. tableau 8).

Tableau 8 :  
**Présence d'un site Web  
selon la taille et le secteur de l'établissement**

		Votre entreprise dispose-t-elle d'un site Web?		Total
		Oui	Non	
Secteur d'activité	Industrie manufacturière (y.c IAA)	26,8%	73,2%	100,0%
	construction	17,2%	82,8%	100,0%
	Commerce	13,3%	86,7%	100,0%
	Hôtels-restaurants	80,6%	19,4%	100,0%
	Transports	37,1%	62,9%	100,0%
	Autres services	38,1%	61,9%	100,0%
Total		28,5%	71,5%	100,0%
Effectif permanent de l'entreprise en 2006	6 à 9 salariés	26,2%	73,8%	100,0%
	10-19 salariés	29,2%	70,8%	100,0%
	20-49 salariés	30,3%	69,7%	100,0%
	50 et + salariés	42,1%	57,9%	100,0%
Total		28,5%	71,5%	100,0%

## IV. Les usages

Les usages ont été analysés en trois temps. Tout d'abord nous nous intéressons aux usages habituels de l'établissement. Nous ne nous considérons alors que les 493 établissements qui ont une connexion Internet en tenant compte de leur appartenance sectorielle et de leur classe d'effectif. Nous analysons ensuite les pratiques en termes de sites Web sachant que seulement 28.1% des établissements connectés en possèdent un. Enfin, nous considérons dans leurs dimensions géographique et cognitive les relations avec les clients et les fournisseurs.

### 3.1. Les usages des établissements connectés

Tableau 9 :

#### L'USAGE D'INTERNET DANS LES HABITUDES DE L'ENTREPRISE

	Oui	Non	Total
	%	%	%
Faire des déclarations soc.et fiscales en ligne	68,6%	31,4%	100,0%
Utiliser des sites d'appels d'offre en ligne	21,5%	78,5%	100,0%
Réaliser des commandes et paiements en ligne	54,0%	46,0%	100,0%
Réserver en ligne (transports, hôtels...)	42,2%	57,8%	100,0%
Consulter des comptes, opérations bancaires	66,5%	33,5%	100,0%
Recruter via des annonces ou des CV en ligne	15,0%	85,0%	100,0%
Rechercher des info sur l'environnement de l'entreprise	58,4%	41,6%	100,0%
Rechercher des info sur la réglementation	70,2%	29,8%	100,0%
Accéder système informatique de l'extérieur ( télétravail, domicile)	19,3%	80,7%	100,0%
Se former en ligne	1,2%	98,8%	100,0%

De manière générale les usages premiers concernent la recherche ou le transfert d'informations d'ordre administratif (70.2%), fiscal (68.6%) ou comptable (66.5%). Ce sont les industries manufacturières et la construction qui réalisent le plus de déclarations fiscales et sociales en ligne (77.5% et 73.2% de réponses positives dans chacun des secteurs). La construction (76.4%) et le commerce (70.4%) réalisent des opérations bancaires en ligne. Par contre ce sont les acteurs du tourisme (Hôtels-Restaurants-Transports) qui recherchent de l'information sur l'environnement de l'entreprise (75.5% et 67.6%). Certains usages ne sont pratiquement jamais plébiscités : c'est le cas de la formation en ligne (1.2%) ou du recrutement en ligne (15%), du télétravail (19.3%) ou des appels d'offre en ligne (21.5%). Il y a, en première analyse, un effet sectoriel important pour les usages premiers cités plus haut mais aussi pour les usages les moins courants : par exemple la construction se distingue pour la pratique des appels d'offre en ligne (près d'un établissement sur deux y a recours contre un quart en moyenne pour les autres secteurs) et les hôtels-restaurants par le recrutement en ligne (37.7% contre moins de 10% pour les autres secteurs).

Pour tous les usages habituels il y a aussi un effet taille : l'usage est d'autant plus important que l'effectif salarié est grand avec, en particulier, un effet seuil marqué à 50 salariés.

Pour résumer, on a donc en première analyse des usages courants très basiques de recherche ou de transfert d'information. On peut parler d'usages primaires nécessitant un apprentissage faible. Il est à noter que la construction qui pourtant répond aux appels d'offre repérés sur le Web, le fait en version papier dans neuf cas sur dix (moins d'une sur dix possède un certificat électronique d'offre en ligne) ! Les usages secondaires faisant référence à du traitement ou de la création de connaissances de compétences en ligne sont faiblement représentés. Ainsi la formation ou la recherche de ressources

humaines, qui pourraient être opérées par Internet et permettre de lever les contraintes d'étroitesse du marché du travail insulaire, ne sont pas réalisés.

Enfin, à l'instar des résultats obtenus pour les PME bretonnes, le secteur et la taille de l'établissement semblent expliquer le type d'usages.

#### 4.2. Les usages des établissements qui ont un site Web

Concernant les établissements disposant d'un site Web (moins d'un tiers de la population), on constate une maintenance du site peu régulière : dans plus de la moitié des cas le site n'est pas mis à jour dans le trimestre.

En fait, le site semble avoir une fonctionnalité très primaire : il s'agit d'un site vitrine qui présente l'établissement (97.4% des cas) et propose un catalogue en ligne (68.9%). Dans une moindre mesure il permet de commander et réserver en ligne (29.1%) mais n'autorise que très rarement le paiement en ligne (11.9%). Le suivi de clientèle à travers un recueil d'informations sur les visiteurs n'est possible que dans 19.2% des cas.

Tableau 10

#### FONCTIONNALITES DU SITE INTERNET

	Oui	Non	Total
	%	%	%
Présentation de l'entreprise	97,4%	2,6%	100,0%
Catalogue offres produits/services/prix	68,9%	31,1%	100,0%
Moteur de recherche interne au site	13,2%	86,8%	100,0%
Commandes et réservations en lignes	29,1%	70,9%	100,0%
Vente en ligne	4,6%	95,4%	100,0%
Suivi des commandes(gestion des stocks)	3,3%	96,7%	100,0%
Paiement en ligne (sécurisé ou non)	11,9%	88,1%	100,0%
Accès à un service après vente et FAQ	6,6%	93,4%	100,0%
Recueil informations visiteurs(profil...)	19,2%	80,8%	100,0%
Abonnement newsletter	2,6%	97,4%	100,0%
Diffusion recueil d'offres d'emploi	3,3%	96,7%	100,0%

Il apparaît un effet sectoriel important dans l'usage du site. On constate, qu'en la matière, les hôtels se distinguent des autres secteurs d'activité : 77.4% d'entre eux ont un site (pour une moyenne de 28.1% des établissements connectés) et ils représentent 31.8% des 139 établissements corses déclarant avoir un site. Pratiquement tous les hôtels qui en disposent en font un site vitrine sur lequel il est possible de réserver 2 fois sur 3. La présentation de l'établissement est aussi la fonctionnalité recherchée dans les secteurs de la construction et dans le commerce. Ce dernier secteur se distingue par l'usage de moteur de recherche intégré au site (45.8% des établissements du commerce qui ont un site intègre cette fonctionnalité pour une moyenne de 13.2% pour l'ensemble des détenteurs de site).

Plus intéressant à notre avis est l'effet taille qui accompagne les usages du site tous secteurs confondus. Il semble plus complexe que celui qui accompagne les usages courants d'Internet. Il y a un effet taille classique avec un effet seuil à « 50 salariés et plus » pratiquement pour toutes les fonctionnalités du site (sauf la « présentation de l'entreprise » identiquement réalisé pour toutes les catégories d'établissements) mais – et c'est remarquable au regard de l'effet sectoriel précité - un effet taille « inversé » pour le secteur hôtelier concernant la commande et la réservation en ligne. Il semblerait que plus les hôtels ont un effectif important (hôtellerie de gamme supérieure) moins le site est destiné à capter la commande client.

### 4.3. Les relations avec les fournisseurs et les clients

La médiation des relations amont - aval par Internet revêt deux aspects dans le cas de l'économie corse : le premier a trait à la levée de la contrainte de la distance géographique avec les fournisseurs et avec les marchés potentiels (même si les coûts de transport des marchandises demeurent). Il s'agit de voir si par le biais d'Internet les établissements corses fortement dépendants de fournisseurs extérieurs à l'île allègent leur contrainte d'insularité. Le second concerne la nature de la relation : s'agit-il par le biais d'Internet de mettre en œuvre des activités routinières (commandes, paiement) encore très souvent réalisées par des techniques de communication traditionnelles (courrier, fax, etc.) ou s'agit-il de relations ayant une dimension cognitive avérée ?

#### 4.3.1. Localisation des fournisseurs, des clients et usages d'Internet

Nous avons d'abord cherché à comprendre où étaient localisés les fournisseurs des établissements interrogés.

**Tableau 11**  
Répartition de l'origine géographique des fournisseurs de l'établissement selon le secteur d'activité

		Secteur d'activité						Total
		Industrie manufacturière (y.c IAA)	construction	Commerce	Hôtels-restaurants	Transports	Autres services	
Origine des fournisseurs		% colonne	% colonne	% colonne	% colonne	% colonne	% colonne	% colonne
Fournisseur Corse en totalité	Fournisseurs domiciliés intégralement en Corse	7,3%	17,4%	11,2%	33,9%	15,2%	13,1%	15,6%
	Fournisseurs domiciliés en majorité en Corse (>55%)	9,8%	56,1%	22,9%	53,2%	33,3%	26,2%	34,8%
	Fournisseurs équirépartis entre Corse-Continent	24,4%	7,6%	5,6%	4,8%	24,2%	25,0%	11,7%
Fournisseur Corse et autres	Fournisseurs domiciliés en majorité Hors de Corse (>55%)	31,7%	18,9%	37,4%	8,1%	24,2%	29,8%	26,9%
	Fournisseurs domiciliés en totalité Hors de Corse	26,8%		22,9%		3,0%	6,0%	10,9%

On constate que la plupart des secteurs sont dépendants de fournisseurs non corses conformément à la structure de la balance commerciale de l'île. Seul le secteur touristique se fournit fortement auprès du tissu productif local (1/3 de ses commandes). Pour autant, les établissements interrogés utilisent peu Internet dans les relations avec ces fournisseurs : lorsque c'est le cas, il s'agit essentiellement de la passation de commandes qui n'est pas relayée par un paiement en ligne. L'achat sur des places de marché électronique est très faible.

Tableau 12 :

**USAGES DES NTIC AVEC LES Fournisseurs**

	Oui	Non	Total
	%	%	%
Passation de commandes via Internet	32,6%	67,4%	100,0%
Achat biens ou services via place de marché électronique	6,1%	93,9%	100,0%
Paiement en ligne commandes via Internet	15,1%	84,9%	100,0%
Passation commandes via des réseaux (EDI hors Internet)	14,2%	85,8%	100,0%

Concernant les clients, les résultats confirment l'existence d'un marché local captif pour l'ensemble des secteurs productifs sauf pour les acteurs du tourisme qui, ont logiquement une clientèle extérieure à la Corse.

Tableau 13 :

**Répartition de l'origine géographique des clients de l'établissement selon le secteur d'activité**

		Secteur d'activité					Total	
		Industrie manufacturière (y.c IAA)	construction	Commerce	Hôtels-restaurants	Transports	Autres services	
		% colonne	% colonne	% colonne	% colonne	% colonne	% colonne	
Origine de la clientèle	Clientèle Corse en totalité	61,0%	82,1%	85,1%	9,7%	51,4%	53,6%	66,7%
	Clientèle Corse et autres	34,1%	16,4%	14,9%	43,5%	48,6%	44,0%	26,8%
	Clientèle Continentale ou Etrangère	4,9%	1,5%		46,8%		2,4%	6,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

L'utilisation d'Internet dans les relations avec les clients est très faible mais à la fois cohérente avec les usages identifiés précédemment pour le site Web. Comme le montre le tableau ci-dessous, le catalogue client sur le site Web est le dispositif relationnel le plus utilisé avec la clientèle.



Tableau 14 :

**DISPOSITIFS UTILISES AVEC LES CLIENTS**

	Oui	Non	Total
	%	%	%
Catalogues de biens services avec tarifs ou barèmes sur site Web	17,0%	83,0%	100,0%
Club clients, forum sur le site Web, FAQ (suivi de satisfaction)	2,1%	97,9%	100,0%
Réception de commandes autres qu'Internet (EDI hors Internet...)	8,0%	92,0%	100,0%
Réception de commandes via Internet	6,9%	93,1%	100,0%
Vente de biens ou services via une place de marché électronique	,2%	99,8%	100,0%
Paiement des clients en lignes pour commandes reçues par Internet	2,1%	97,9%	100,0%
Gestion informatique intégrée de la relation client (CRM)	,2%	99,8%	100,0%

L'hypothèse d'une « réduction de l'isolement géographique » ne semble pas étayée par ces résultats. Les établissements continuent à utiliser des techniques traditionnelles de communication avec les clients et les fournisseurs.

#### 4.3.2. La relation de coopération principale

A l'instar de l'équipe Marsouin, pour comprendre plus finement la relation partenariale et sa médiation via Internet, nous avons questionné les établissements à ce sujet. Nous faisons l'hypothèse que celle-ci peut renseigner sur la dimension cognitive des échanges Internet (Arena, 2003).

Pour les établissements corses, dans plus de 50% des cas le partenaire principal est un fournisseur. La relation concerne à titre principal les approvisionnements. Autant dire que ce constat confirme l'analyse précédemment réalisée : les établissements corses ne semblent pas utiliser Internet à des fins productives ou technologiques. Elles n'échangent pas, ni ne créent de connaissances via Internet. Elles utilisent le Web essentiellement à des fins commerciales en échangeant des informations de marché sur les intrants. Toutefois, 32,2% estiment avoir accès et/ou partager un savoir-faire pratique et 28,9%, une expertise. Ce type d'usage mérite de notre point de vue une analyse approfondie.

Tableau 15 :

**INTENSITE DE LA RELATION DE COOPERATION SELON LEUR NATURE**

	Beaucoup	Un peu	Pas du tout	NSP	Total
	%	%	%	%	%
Accès/partage d'informations liées à activité(marché)	51,4%	30,9%	15,8%	1,9%	100,0%
Accès/partage d'un savoir-faire pratique	32,2%	27,6%	38,2%	2,0%	100,0%
Accès/partage d'un savoir scientifique fondamental	4,1%	9,5%	83,4%	3,0%	100,0%
Accès/partage d'une compétence ou expertise particulière	28,9%	21,0%	47,3%	2,8%	100,0%

Enfin, les établissements interrogés n'entretiennent pas de relations commerciales complètement dématérialisées : 91,8% des échanges se font par rencontres physiques et courrier traditionnel.

Tableau 16 :

**IMPORTANCE DES OUTILS D'ECHANGE AVEC LE PARTENAIRE**

	Outil principal	Secondaire	Le moins important	NSP	Total
	%	%	%	%	%
Niveau d'échange des technologies traditionnelles (courrier)	74,1%	23,1%	1,3%	1,5%	100,0%
Niveau d'échange des TIC (courriel, outils de travail collaboratif)	17,7%	32,6%	43,4%	6,3%	100,0%
Niveau d'échange des rencontres physiques	17,7%	41,5%	38,5%	2,2%	100,0%

**V. Typologie des établissements corses selon les usages Internet**

Considérant les résultats statistiques que nous avons décrits précédemment, à travers les analyses séparées « secteur-usages » et « taille-usages », il est démontré que la fréquence des différents usages d'Internet, fluctue selon certains secteurs d'activité ou selon la taille des effectifs de l'établissement. Cependant il est possible que les corrélations révélées soient biaisées, la répartition des secteurs des établissements corses n'étant pas homogène selon la tranche des effectifs des salariés (c.f tableau ci-dessous).

Tableau 17 :

**Profils des secteurs d'activité des établissements corses selon les effectifs salariés**

		Effectif permanent de l'entreprise en 2006				Total
		6 à 9 salariés	10-19 salariés	20-49 salariés	50 et + salariés	
		% ligne	% ligne	% ligne	% ligne	
Secteur d'activité	Industrie manufacturière (y.c IAA)	31,7%	41,5%	22,0%	4,9%	100,0%
	construction	32,1%	41,8%	23,9%	2,2%	100,0%
	Commerce	53,6%	29,8%	12,7%	3,9%	100,0%
	Hôtels-restaurants	48,4%	45,2%	4,8%	1,6%	100,0%
	Transports	37,1%	34,3%	25,7%	2,9%	100,0%
	Autres services	48,8%	29,8%	15,5%	6,0%	100,0%
Total		44,1%	35,8%	16,6%	3,5%	100,0%

Une confusion peut en réalité s'immiscer dans une analyse disjointe de l'effet taille et de l'effet secteur telle que nous l'avons menée précédemment. Certaines associations entre usages et taille de l'établissement ne seraient-elles pas dues à l'effet secteur ? De même l'association entre usages et secteurs ne serait-elle pas dues à l'effet taille de l'établissement ?

La question centrale soulevée est de savoir, compte tenu de la structure régionale du tissu économique corse représentée par la fiche signalétique « activité-taille » de l'établissement, si on peut dégager des profils d'établissements homogènes pour lesquels les fréquences de certains usages sont spécifiques et représentatifs. Pour y répondre nous avons construit une typologie des établissements de notre échantillon connectés à Internet (N=493). Les méthodes statistiques utilisées sont une analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) suivie d'une classification ascendante hiérarchique sur les axes factoriels (CAH)<sup>12</sup>.

### 5.1. Les résultats de l'analyse factorielle AFCM et description des classes

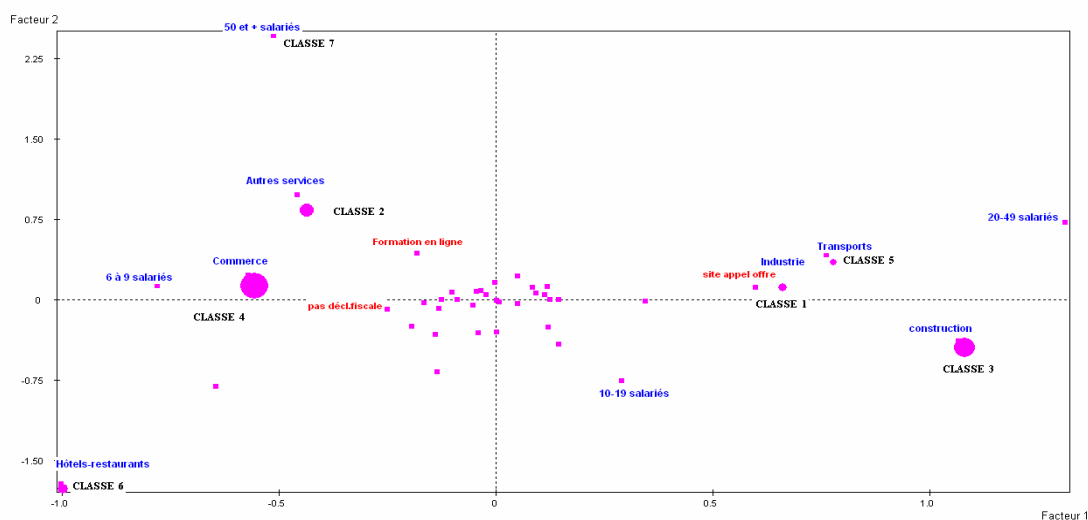
On remarque que la décroissance des valeurs propres et des pourcentages d'inertie des axes factoriels est régulière ce qui démontre une relative indépendance entre le « secteur » et la « taille ».

---

<sup>12</sup> Sur un plan méthodologique, on retient les deux éléments principaux de la fiche signalétique de l'entreprise - secteurs d'activité et taille - pour interpréter les proximités entre les individus. Ces deux variables définissent les axes factoriels de l'AFCM. On partitionne ensuite l'échantillon en groupes homogènes de réponses selon les caractéristiques des établissements de l'échantillon. Les résultats de l'AFCM et les procédures algorithmiques de la C.A.H nous conduisent à retenir 7 classes « homogènes » d'établissements déclinées selon le secteur d'activité et la taille de l'établissement. On positionne ensuite l'ensemble des variables illustratives (les usages à Internet, la possession d'un site Web, la zone urbaine de l'entreprise) sur les plans factoriels. Enfin, nous retenons les modalités des usages statistiquement représentatifs dans les différentes partitions proposées par la classification.

Numéro	Valeur propre	Pourcentage	Pourcentage cumulé
1	0,6053	15,13	15,13
2	0,5475	13,69	28,82
3	0,5179	12,95	41,77
4	0,5000	12,50	54,27
5	0,5000	12,50	66,77
6	0,4821	12,05	78,82
7	0,4525	11,31	90,13
8	0,3947	9,87	100,00

Plan factoriel 1-2 : projection des modalités des variables actives et des centres des classes



## 5.2 Caractérisation des classes typologiques

Nous identifions 7 classes d'établissements (Cf. annexe 3) se distinguant par des usages spécifiques.

- **Classe 1** : Ce groupe inclut 8% des établissements ; il est composé uniquement d'**industries manufacturières** (y.c les I.A.A) ; il se caractérise essentiellement par une *sous utilisation des outils « administratifs » et de certains usages « courants »* :
  - 71 % des établissements de ce groupe ne pratiquent pas de « recherche d'informations sur la réglementation » (versus 30% pour l'ensemble de l'échantillon) ;
  - 74 % ne pratiquent pas de « recherche d'informations sur l'environnement de l'entreprise » (versus 42%) ;
  - 76 % ne réalisent pas de « commandes-paiements en ligne » (versus 46%) ;
  - 58 % ne réalisent pas de « opérations bancaires en ligne » (versus 33%).
- **Classe 2** : Ce groupe inclut 15% des établissements ; il est composé uniquement d'établissements d'**autres services** ; il se caractérise essentiellement par des usages plus fréquents d'outils informatiques (recherche d'information sur l'environnement), d'outils courants (réservation en ligne). A l'opposé, on peut souligner un usage inversé aux systèmes informatiques de l'extérieur (télétravail, travail à l'extérieur). 8 établissements sur 10 sont implantés en zone urbaine.
  - 93 % des établissements de ce groupe ne pratiquent pas l'accès à des systèmes informatiques extérieurs (versus 81% pour l'ensemble de l'échantillon) ;
  - 57 % pratiquent la « réservation en ligne » (versus 42%) ;

- 72 % effectuent des « recherches d'informations sur l'environnement » (versus 58%).

Cette classe traduit un *usage de type « administratif et réglementaire »* couvrant la recherche d'informations sur l'environnement de l'entreprise (veille technologique, veille concurrentielle...) et la recherche d'informations sur la réglementation.

- **Classe 3 :** Ce groupe inclut 24% des établissements ; il est composé uniquement d'établissements du secteur **construction** ; il se caractérise essentiellement par un usage plus fréquent des sites d'appel d'offre en ligne, d'outils informatifs (recherches d'informations réglementaires), d'outils courants (opérations bancaires en ligne). Seules 19% d'entre elles ont développé un site Web contre 31% pour la totalité de la population.
  - 48 % des établissements de ce groupe consultent des « sites d'appels d'offre » (versus 21% pour l'ensemble de l'échantillon) ;
  - 81% d'entre elles pratiquent des « recherche d'informations réglementaires » (versus 70%);
  - 77% réalisent des « opérations bancaires en ligne » (versus 66%);
  - 30% du groupe sont des TPE « 6 à 9 salariés » (versus 42%)

Nous qualifions *d'usages métiers* la pratique mise en œuvre par cette classe même si elle est couplée à un *usage administratif et réglementaire*. Ces *usages métiers* concernent l'utilisation des sites d'appels d'offre en ligne, le recrutement via des annonces ou des CV en ligne, l'accès au système informatique de l'extérieur (télétravail, en déplacement professionnel, depuis le domicile...) et la formation en ligne.

- **Classe 4:** Ce groupe inclut 31% des établissements ; il est composé uniquement d'établissements du secteur **commerce** en majorité des TPE (51% entre 6 et 9 salariés) ; il se caractérise essentiellement par un usage moins fréquent des sites d'appel d'offre en ligne, à l'inverse un usage plus marqué pour l'accès aux systèmes informatiques extérieurs (télétravail, travail à domicile). Seules 13% d'entre elles ont développé un site Web contre 31% pour la totalité de la population
  - 92 % des établissements de ce groupe ne consultent pas des « sites d'appels d'offre » (versus 78,5% pour l'ensemble de l'échantillon) ;
  - 33% pratiquent l' « accès à des systèmes informatiques extérieurs » (versus 19% pour l'ensemble de l'échantillon)
  - 9 % opèrent du « recrutement en ligne » (versus 15%);
  - 51 % du groupe sont des TPE « 6 à 9 salariés » (versus 42%)

On retrouve les *usages métiers* précédemment définis mais ici mis en œuvre par le petit commerce.

- **Classe 5:** Ce groupe inclut 7% des établissements; il est composé uniquement d'établissements du secteur **des transports**. Il se caractérise essentiellement par un usage moins fréquent pour l'accès aux systèmes informatiques extérieurs (télétravail, travail à domicile).
  - 3% seulement pratiquent l' « accès à des systèmes informatiques extérieurs » (versus 19% pour l'ensemble de l'échantillon)

Cette classe ne se distingue pas des usages spécifiques. Il y a hétérogénéité des pratiques.

- **Classe 6:** Ce groupe inclut 11% des établissements ; il est composé uniquement d'établissements du secteur **Hôtels-restaurants**; il se caractérise essentiellement par la non pratique de l'appel d'offre en ligne ; par un usage intensif de la réservation en ligne, un usage plus fréquent pour le recrutement en ligne et la recherche d'informations de l'environnement. A l'inverse ils utilisent moins les déclarations sociales et fiscales en ligne. On les retrouve plus fréquemment sur les territoires à grande fréquentation touristique, 90% d'entre eux développent un site Web (versus 31%).

- 73% des établissements de ce groupe pratiquent la « réservation en ligne » (versus 42% pour l'ensemble de l'échantillon) ;
- 37% pratiquent le « recrutement en ligne » (versus 15%) ;
- 77% effectuent des « recherches d'informations sur l'environnement » (versus 58%);
- 52% effectuent de « déclarations fiscales en ligne » (versus 69%).
- 4% seulement pratiquent l' « accès à des systèmes informatiques extérieurs » (versus 19% pour l'ensemble de l'échantillon).

Nous retrouvons au sein de cette classe des *usages métiers*.

- **Classe 7:** Ce groupe inclut 4% des établissements ; il est composé de tous les établissements de **50 salariés et plus**; il se caractérise par un usage plus fréquent sur les sites d'appel d'offre en ligne. Ces établissements sont positionnés à l'intérieur des zones urbaines d'Ajaccio et de Bastia.
  - 47 % des établissements de ce groupe consultent des « sites d'appels d'offre » (versus 21,5% pour l'ensemble de l'échantillon).

Pour résumer, nous pouvons regrouper les différents types d'établissements suivant quatre grands types d'usages comme le montre le tableau ci-dessous :

Types d'usages	Types d'établissements
Sous utilisation	Industrie manufacturière
Administratifs et réglementaires	Autres services
Métiers	Construction, Hôtels-restaurants, Petit Commerce
Hétérogènes	Transports

## VI. Conclusion :

L'étude des équipements et usages en matière de TIC des PME corses révèle un certain nombre de tendances qui semblent être corroborées par les caractéristiques du système productif insulaire :

- un niveau d'équipement similaire à celui d'autres régions françaises pour ce qui concerne les technologies de première génération (ordinateur, connexion) ;
- mais une utilisation plus faible pour de nombreuses applications de génération plus récente (groupware, workflow, datawarehouse...) ;
- des usages très basiques d'Internet et du site Web avec toutefois des pratiques diversifiées (on a finalement une grande hétérogénéité des comportements au sein de l'échantillon). Nos analyses nous ont permis de distinguer 4 grands types d'usages : usages courants de type individuel, usages métiers, usages administratifs et réglementaires et usages hétérogènes.

**L'hypothèse d'un déterminisme sectoriel des usages est validée dans cette contribution.** Certains secteurs semblent se distinguer par une dynamique spécifique (tourisme, BTP) et mériteraient une étude spécifique.

On a pu aussi mettre à jour une relation partenariale orientée vers des fournisseurs essentiellement localisés hors de Corse sans mise en œuvre d'un transfert de connaissances mais impliquant souvent un partage de savoir-faire et/ou d'expertise. Les hypothèses associant isolements géographique et cognitif et les usages appellent une analyse statistique plus approfondie que celle développée dans ce papier.

Enfin on constate que l'effet-taille n'opère plus lorsqu'on l'analyse conjointement à l'effet secteur : il n'y aurait pas de segmentation des comportements en matière de TIC en fonction de la taille des établissements sauf pour les établissements de plus de 50 salariés.

Les caractéristiques structurelles du système productif insulaire pèsent sur l'intensité et les types d'usage des TIC par les PME corses. Si cette conjecture s'avère confirmée par des analyses plus approfondies la question se pose de la place et du rôle de l'intervention publique pour opérer un rattrapage en matière d'adoption et d'usages des TIC par les PME insulaires. De ce point de vue, les établissements comptent associer les TIC au développement de leurs établissements (62,7%) et 53,8% attendent des autorités publiques une information sur les potentialités de ces technologies. Ces attentes feront l'objet d'une analyse ultérieure.

## Bibliographie

AMABILE S., GADILLE M. (2003) : « Les TIC dans les PME : Stratégies, capacités organisationnelles et avantages concurrentiels », *Revue Française de Gestion*, Vol. 29, n°144, 2003, pp.43-63.

ARENA R. (2003), « Relations inter-entreprises et communautés médiatées une analyse préliminaire », *Revue d'Economie Politique*, numéro spécial 113 « Marchés en ligne et communautés d'agents » - année 2003

BAUMARD P., FORGUES B. (1995), Internet : un outil transnational au service du commerce, *Décisions Marketing*, n° 5, p. 21-32.

BNP Paribas Lease Group (2005) : « Enquête PME-PMI – Conjoncture 2005 perspectives 2006 – TIC », janvier 2005.

BROSSARD O. et BAUDCHON H. (2001) : « Croissance et technologie de l'information en France et aux Etats-Unis », *Observations et diagnostics économiques*, Revue de l'OFCE, n°76, janvier 2001.

JULLIEN N., TREMENBERT J. (2006, a) : « Enquête PME 2006. Usages des TIC et facteurs déterminants – Un effet taille mais surtout un effet secteur », Document de Travail, octobre 2006.

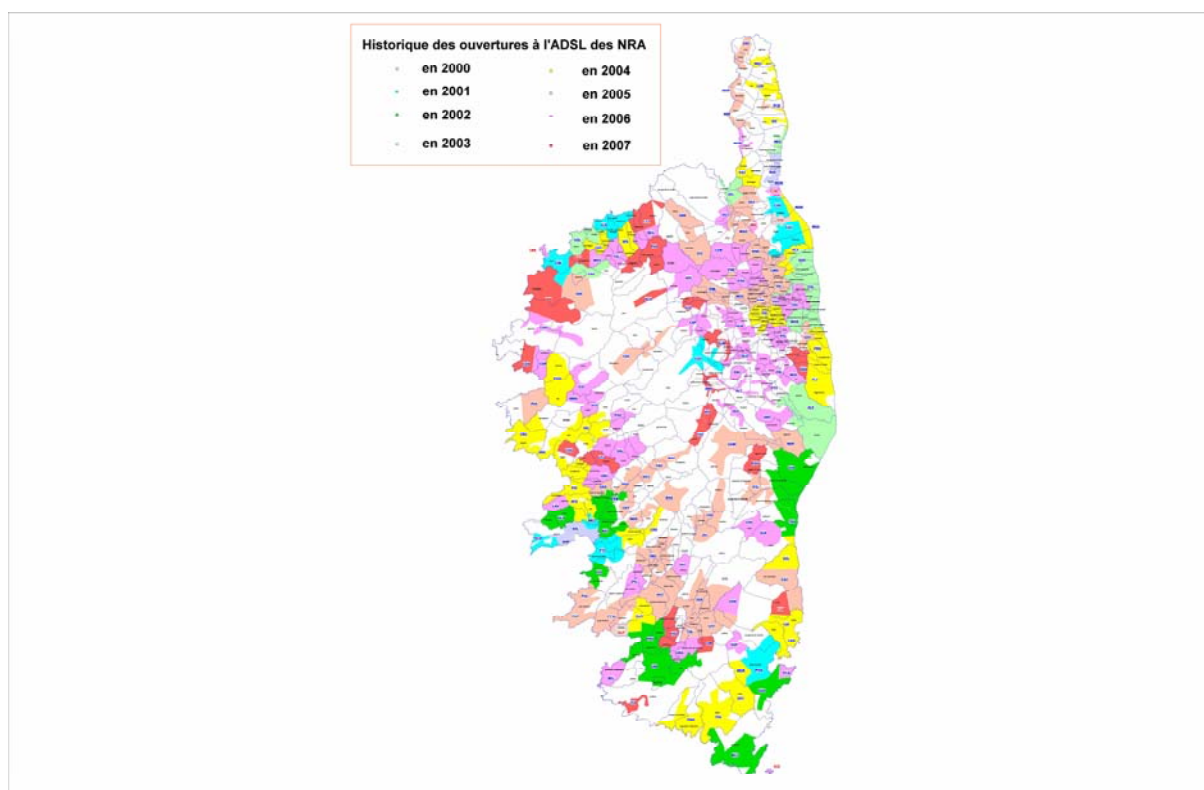
JULLIEN N., TREMENBERT J. (2006, b) : « Les PME bretonnes : leur équipement en technologies numériques, leurs usages et leurs attentes », Cahier de Recherche, décembre, n°13-2006.

ORTEL : « Etude PME et TIC 2005 », IDATE/TACTIS, 2005.

TREMENBERTJ., JULLIEN N. (2006) : « L'équipement des TIC des PME bretonnes en 2006 : un niveau d'équipement fonction de leur environnement », Résultats d'enquête.



## Annexe 1 : Historique des ouvertures à l'ADSL des NRA



Source : France Télécom Corse, avril 2007.

## Annexe 2 : Le questionnaire



### *Etude sur les usages et pratiques des technologies de l'information et de télécommunication (TIC) pour la région corse 2006*

"Projet Dynamiques des Territoires et Développement Durable"

Université de Corse  
7, avenue Jean Nicoli  
BP 52  
20250 CORTE

Bonjour, nous sommes chercheurs à l'Université de Corse et nous réalisons une étude sur l'utilisation d'Internet et des technologies de l'information dans les entreprises corses. Pourriez-vous nous accorder quelques instants pour répondre à notre questionnaire. Merci de votre confiance et de votre collaboration.

Numéro SIRET : .....

#### THEME 1 : PROFIL DE L'ENTREPRISE

##### Fiche signalétique de l'entreprise

1.0. Code APE ou APEN : \_\_\_\_\_

1.1. Année de création de l'entreprise : \_\_\_\_\_

1.2. Effectif permanent de l'entreprise en 2006 : \_\_\_\_\_

1.3. Dans votre établissement quelle est la répartition - par niveau de qualification - des salariés permanents ?

Niveau Bac + 4 : \_\_\_\_\_%

Niveau Bac : \_\_\_\_\_%

CAP/BEP : \_\_\_\_\_%

Sans diplôme : \_\_\_\_\_%

1.4 Effectif saisonnier moyen de l'entreprise : \_\_\_\_\_

1.5 Activité saisonnière de l'entreprise :

Forte > 50%	Moyenne De 25 à 50%	Faible < 25%	Aucune
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.6. Votre entreprise appartient-elle à un groupe :  OUI  NON

Si OUI nombre de salariés dans le groupe : \_\_\_\_\_

1.7. Précisez votre fonction exacte dans l'entreprise : ----- □□□□

1.8. Précisez le secteur d'activité économique principal de votre entreprise : -----

----- □□□□

1.9. Précisez le métier : -----

1.10. Quel est votre produit phare (bien ou service) : -----

1.11. Comment estimez-vous la concurrence  
au niveau local, plutôt :

Forte

Moyenne

Faible

Pas de  
concurrence

1.12. Précisez la part du CA à l'exportation (hors de Corse) : □□□ %

Dont la part du CA à l'exportation vers les pays tiers : □□□ %

### L'équipement en TIC de votre entreprise

1.13. Votre entreprise utilise-t-elle les outils informatiques suivants :

- Micro-ordinateur      Combien ? □□□      Année d'achat du dernier outil informatique ?  
□□□
- Moyen système (serveur)
- Grand système informatique
- Système ASP (location d'applications ou de serveurs sur Internet)

1.14. Votre entreprise utilise-t-elle les réseaux informatiques suivants :

- Réseau local d'entreprise (*par ex : plusieurs ordinateurs connectés entre eux*)
- Télétel
- Internet      Depuis quelle année ? □□□□
- Intranet
- Extranet

1.15. Si votre entreprise a accès à Internet, quels types de connexions utilise-t-elle :

- Connexion téléphonique ordinaire (RTC) via un modem
- Connexion téléphonique numérique à moyen débit (RNI ou numéris)
- Connexion à haut débit xDSL (ADSL, SDSL...)
- Autres connexions à haut débit (fibre optique, câble, boucle locale radio)

1.16. Votre entreprise utilise-t-elle les outils logiciels et progiciels suivants, si oui  
lesquels ?

- Suite bureautique (traitement de texte, tableur...) : .....
- Logiciels de gestion de paye et RH : .....
- Logiciels de gestion comptable ou financière : .....
- Logiciels de gestion commerciale : .....
- Logiciels de gestion de la production : .....
- Logiciels décisionnels, d'analyse de données (Datamining, datawarehouse) : .....
- Logiciels de travail collaboratif, partage d'information à distance (groupware) : .....
- Logiciels de définition et de suivi des processus (workflow) : .....
- Logiciels métiers spécifiques à votre activité (bâtiment, transports...) : .....

**1.17. Votre entreprise utilise-t-elle les outils de télécommunication suivants :**

- Service libre appel : numéro à coût partagé (n°vert ou n°azur)
- Centre d'appels téléphoniques pour clients (call center)
- Réunion téléphonique ou audioconférence
- Visioconférence ou vidéo transmission
- Flotte de téléphones mobiles
- EDI (Echange de Données Informatisées)

**1.18. En matière de téléphonie, vous disposez de :**

- Une ligne fixe (un numéro de type 04 95 XX XX XX)
- Plusieurs lignes fixes (avec un abonnement par ligne) → *Combien ?*
- Une ligne + un portable
- Un standard téléphonique (plusieurs numéros disponibles dans une seule offre commerciale)
- Une ligne téléphonique incluse dans l'abonnement Internet (numéro de type 08 XX XX XX XX)
- Un télé secrétariat

## THEME 2 : TYPES ET INTENSITE D'USAGES

### 2.A. Les activités usuelles

**2.A.1. Vous êtes producteurs de :**

- Biens
- Services
- Matières premières

**Pour :**

- Les ménages
- Les entreprises

**2.A.2. Parmi ces usages d'Internet, quels sont ceux qui font partie des habitudes de votre entreprise ?**

- Faire des déclarations sociales et fiscales en ligne
- Utiliser des sites d'appels d'offre en ligne
- Si oui :*
  - Consultation en ligne et réponse papier
  - Réponse en ligne
  - Possédez-vous d'un certificat électronique
- Réaliser des commandes et paiements en ligne
- Réserver en ligne (transports, hôtels...)
- Consulter des comptes et/ou réaliser des opérations bancaires
- Recruter via des annonces ou des CV en ligne
- Rechercher des informations sur l'environnement de l'entreprise (veille technologique, veille concurrentielle...)
- Rechercher des informations sur la réglementation
- Accéder au système informatique de l'extérieur (télétravail, en déplacement professionnel, depuis le domicile...)
- Se former en ligne

2.A.3. Votre entreprise dispose-t-elle d'adresses électroniques (email)?

OUI  NON

Si oui combien dans l'entreprise ?

\_\_\_\_\_

Si oui, citez l'adresse la plus utilisée ?

-----

2.A.4. Votre entreprise dispose-t-elle d'un site web ?

OUI  NON Allez en 2B.

Quelle est son adresse ?

\_\_\_\_\_

2.A.4.1. Depuis quand votre entreprise dispose-t-elle d'un site ?

- < 2ans
- 2 à < 5 ans
- 5 ans et plus
- Ne sait pas

2.A.4.2. En moyenne quelle est la fréquence de mise à jour ?

- Quotidienne
- Hebdomadaire ou mensuelle
- Trimestrielle ou plus espacée
- Jamais
- Ne sait pas

2.A.4.3. Quelles sont les fonctionnalités du site ?

- |                   |   |  |
|-------------------|---|--|
| Site vitrine      | { | <input type="checkbox"/> Présentation de l'entreprise  |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Catalogue offres produits/services/prix                             |
| Offre de services | { | <input type="checkbox"/> Moteur de recherche interne au site                                 |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Commandes et réservations en lignes                                 |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Vente en ligne  |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Suivi des commandes (factures, gestion des stocks)                  |
| RH                | { | <input type="checkbox"/> Paiement en ligne (sécurisé ou non)                                 |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Accès à un service après vente et FAQ                               |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Recueil d'informations sur les visiteurs (fréquentation, profil...) |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Abonnement newsletter   |
|                   |   | <input type="checkbox"/> Diffusion et/ou recueil d'offres d'emploi                           |

## 2.B. Relations clients/fournisseurs

➤ **AVEC LES FOURNISSEURS** (Si vous n'avez pas de fournisseurs allez à la question 2.B.4)

2.B.1. Où se situent les principaux fournisseurs de votre établissement et précisez leur répartition?

- Corse \_\_\_\_\_%
  - Continent \_\_\_\_\_%
  - Etranger \_\_\_\_\_%
- = 100%

2.B.2. Quelle est la part dans vos achats de votre fournisseur le plus important ?

\_\_\_\_\_%

**2.B.3. Avec certains de ces fournisseurs, votre établissement utilise-t-il les dispositifs suivants ?**

- Passation de commandes via Internet
- Achat de biens ou services via une place de marché électronique
- Paiement des fournisseurs en ligne pour des commandes via Internet
- Passation de commandes via des réseaux autres qu'Internet (EDI hors Internet...)

➤ **AVEC LES CLIENTS (Si vous n'avez pas de clients allez au thème 2.C.)**

**2.B.4. Votre clientèle est plutôt composée de :**

	Clientèle principale	Clientèle secondaire	Uniquement
Particuliers -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TPE/PME -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grandes entreprises -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administrations -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2.B.5. Où se situent les principaux clients de votre établissement, précisez leur répartition ?**

- Corse                       %
- Continent                     %
- Etranger                       %

**2.B.6. Quelle est la part, dans le CA, de votre client le plus important ?  %**

**2.B.7. Comment votre établissement envoie-t-il ses devis, ses factures, ses contrats (plusieurs réponses possibles) ?**

- Par courrier
- Par fax
- Par courrier électronique

**2.B.8. Avec certains de ses clients, votre établissement utilise-t-il les dispositifs suivants ?**

- Simulation en ligne     Catalogues de biens ou services avec les tarifs ou barèmes sur le site Web
- Suivi de satisfaction     Club « clients », forum sur le site Web, FAQ (suivi de satisfaction)
- Gestion numérique de la clientèle
  - Réception de commandes via Internet
  - Réception de commandes via des réseaux informatiques autres qu'Internet (EDI hors Internet...)
  - Vente de biens ou services via une place de marché électronique
  - Paiement des clients en lignes pour des commandes reçues par Internet
  - Gestion informatique intégrée de la relation client (CRM)

**2.C. Mise en situation : la relation de coopération la plus importante**

**A présent, considérez la relation de coopération la plus importante, en terme de partage d'informations, pour votre établissement.**

**Définition :** Une relation de coopération est une relation privilégiée avec un partenaire (client, sous-traitant, fournisseur, organisme de recherche...) impliquant un partage d'information, de connaissances ou de compétences.

**2.C.1. Quelle est la nature de votre partenaire principal ?**

- Client
- Fournisseur
- Prestataire de services
- Concurrent/entreprise de votre activité
- Institut de recherche
- Institution publique
- Associations professionnelles, syndicats, corporation...
- Autre (précisez) :

**2.C.2. Sur quelle fonction de votre établissement porte une telle coopération ?**

- Production
- Commercialisation
- Approvisionnement
- Etude, recherche et développement
- Services auxiliaires

**2.C.3. Où est localisé ce partenaire principal ?**

- Corse
- Continent
- Etranger

**2.C.4. En quelle année cette coopération a-t-elle débuté ?**

\_\_\_\_\_

**2.C.5. Dans cette relation vous accédez/vous partagez :**

	Beaucoup	Un peu	Pas du tout
Des informations liées à votre activité (techniques, de marché) -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un savoir-faire pratique -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un savoir scientifique fondamental -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une compétence ou expertise particulière -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2.C.6. Dans cette relation quelle est l'importance de ces outils pour échanger avec votre partenaire ?**

	Outil principal	Secondaire	Le moins important
Les technologies traditionnelles (téléphone, fax, minitel, courrier)--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les TIC (courriel, visioconférence, outils de travail collaboratifs)--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les rencontres physiques-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2.C.7. Quelle est la fréquence d'utilisation de ces outils ?**

	Quotidienne	Hebdomadaire	Mensuelle	Occasionnelle	Jamais
Téléphone -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Courrier/fax -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messagerie électronique (courriel) -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visio-conférence -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Base de données et partage de fichiers -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forum et blog -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web conférence-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outils de gestion des collaborations (agendas partagés, listes de diffusion, outils de gestion des tâches...) --	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rencontres physiques-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Outils de travail collaboratifs

	Beaucoup	Un peu	Pas du tout
<b>2.C.8. Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées dans ces échanges ?</b>			
Absence de culture, de langage commun -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manque d'animation, de suivi -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eloignement géographique -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manque de compatibilité entre les équipements technologiques -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Divergence dans le mode d'organisation -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2.C.9. Actuellement, avec combien de partenaires avez-vous des relations de coopération ?**

\_\_\_\_\_

**2.C.10. Où se situent ces partenaires, précisez leur répartition :**

- En Corse \_\_\_\_\_
- Sur le Continent \_\_\_\_\_
- A l'étranger \_\_\_\_\_

### THEME 3 : Les TIC dans le Développement de l'entreprise

**3.1 Comment évaluez-vous l'impact des technologies suivantes sur votre établissement ?**

	Très positif	Faiblement positif	Pas d'impact	Négatif
Les délais -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les coûts -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La circulation de l'information dans l'établissement ----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La circulation de l'information avec les partenaires ----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La veille concurrentielle et technologique-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le chiffre d'affaires-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le développement de nouveaux services-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'introduction de nouveaux procédés-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les volumes de production -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La qualité -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestion en flux tendus (just in time) -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisation interne (réorganisation des postes) -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eclatement géographique (multi sites, délocalisation) -	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fidélisation de la clientèle -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**DEFINITION : Le développement de l'entreprise (augmentation des parts de marché, du chiffre d'affaire) passe par des innovations de produits, de procédés, le ciblage de nouvelles clientèles, le changement organisationnel).**

**3.2. Dans les deux années à venir envisagez-vous de modifier ou d'étendre votre activité ?**

- OUI *Allez en 3.3.*                       NON *Allez en 3.10.*

**3.3. Si oui, comment ?**

- Innovations de produit
- Innovation de procédé
- Le ciblage de nouvelles clientèles
- Changement organisationnel

**3.4. Vous ciblez de nouveaux clients :**

- En Corse
- Sur le Continent
- A l'Etranger



➤ **QUEL EST LE RÔLE DES TIC DANS LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE ?**

**3.5. Les TIC vont-elles jouer un rôle important dans le développement de votre entreprise dans les deux ans ?**

OUI       NON      *Allez en 3.10*

**3.6. Par quels moyens, quels outils vont-elles jouer ce rôle ?**

- Nouvelles connexions Internet
- Nouveaux équipements (ordinateurs, logiciels, progiciels)
- Nouveaux systèmes d'information :
  - Echange de Données Informatisées (EDI)*
  - Travail collaboratif, partage d'information à distance (Groupware)*
  - Définition et suivi des processus (Workflow)*
- Mise en place un site spécifique ou réaménagement du vôtre (multilingue...)
- Mise en place d'un moyen de paiement en ligne
- Référencement dans des sites spécialisés

➤ **L'ACCOMPAGNEMENT ET LE MONTAGE DU PROJET TIC**

**3.7. Avant de lancer votre produit envisagez vous de recourir à un montage et accompagnement du projet TIC (dans le cadre du développement de votre entreprise), un conseil, une expertise ?**

OUI       NON

**Qui est ?**

Public       Privé

**Quel est cet organisme ?**

-----

**Où est-il situé ?**

-----

**3.8. Comment l'avez-vous identifié ?**

- Contact direct
- Dans des revues spécialisées
- Dans des foires, des salons professionnels
- Par un moteur de recherche
- Le site d'un organisme public (CCI, ADEC)

**3.9. Envisagez-vous d'avoir recours à un prestataire de services extérieur en matière de TIC ?**

OUI       NON

Conception ou refonte de votre site Internet

**Si oui pour quelles fonctions ?**

- Maintenance du matériel informatique
- Maintenance du réseau informatique
- Maintenance des applicatifs informatiques
- Hébergement du site Internet
- Mise à jour du site Internet

**Si oui pour quels services ?**

- Conception et/ou installation d'un réseau informatique
- Formation informatique ou aux TIC
- Développement de logiciels spécifiques

➤ **QUELLES SONT VOS ATTENTES EN MATIERE D'ACTION PUBLIQUE ?**

**3.10. Parmi les actions que la CTC ou les chambres consulaires pourraient mettre en œuvre pour vous accompagner dans le développement TIC de votre entreprise, quelles sont selon vous les trois plus importantes ?**

- Une information sur les potentialités de ces technologies
- Un accompagnement personnalisé dans la stratégie de mise en œuvre des TIC
- Une aide pour le choix des prestataires de services en TIC
- Une aide pour le choix de solutions logicielles performantes
- Des formations sur les usages des TIC
- Une information sur les problèmes de sécurité et de réglementation
- Un accès facilité aux réseaux haut débit
- Autres....

## Annexe 3 : Tableaux caractéristiques des classes typologiques

Classe: CLASSE 1 / 7 (Effectif: 38 - Pourcentage: 7.71)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Secteur d'activité</b>	<b>Industrie manufacturière</b>	<b>100,00</b>	<b>8,11</b>	<b>95,00</b>	<b>99,99</b>	<b>0,000</b>	<b>40</b>
Rechercher des info sur la réglementation	pas rech.réglement.	71,05	29,82	18,37	5,31	0,000	147
Rechercher des info sur l'environnement de l'entreprise	pas rech.info.envir.	73,68	41,58	13,66	4,00	0,000	205
Réaliser des commandes et paiements en ligne	pas paiements	76,32	46,04	12,78	3,77	0,000	227
Consulter des comptes, opérations bancaires	pas opér.bancaire	57,89	33,47	13,33	3,05	0,001	165

Classe: CLASSE 2 / 7 (Effectif: 76 - Pourcentage: 15.42)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Secteur d'activité</b>	<b>Autres services</b>	<b>100,00</b>	<b>16,43</b>	<b>93,83</b>	<b>19,37</b>	<b>0,000</b>	<b>81</b>
Accéder système informatique de l'extérieur ( télétravail, d	pas accès sys.ext.	93,42	80,73	17,84	3,15	0,001	398
Zonage Aire Urbain	Urbaine	81,58	65,92	19,08	3,11	0,001	325
Réserver en ligne (transports, hôtels...)	Réservation	56,58	42,19	20,67	2,62	0,004	208
Rechercher des info sur l'environnement de l'entreprise	Rech.inf.envir.	72,37	58,42	19,10	2,60	0,005	288

Classe: CLASSE 3 / 7 (Effectif: 120 - Pourcentage: 24.34)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Secteur d'activité</b>	<b>construction</b>	<b>100,00</b>	<b>24,95</b>	<b>97,56</b>	<b>22,52</b>	<b>0,000</b>	<b>123</b>
Utiliser des sites d'appels d'offre en ligne	site appel offre	48,33	21,50	54,72	7,67	0,000	106
Votre entreprise dispose-t-elle d'un site Web?	sans site Web	80,83	69,37	28,36	3,10	0,001	342
Rechercher des info sur la réglementation	Rech.réglement.	80,83	70,18	28,03	2,89	0,002	346
Consulter des comptes, opérations bancaires	Opération bancaire	76,67	66,53	28,05	2,64	0,004	328
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>20-49 salariés</b>	<b>26,67</b>	<b>18,05</b>	<b>35,96</b>	<b>2,61</b>	<b>0,004</b>	<b>89</b>
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>50 et + salariés</b>	<b>0,00</b>	<b>3,85</b>	<b>0,00</b>	<b>-2,62</b>	<b>0,004</b>	<b>19</b>
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>6 à 9 salariés</b>	<b>30,00</b>	<b>41,58</b>	<b>17,56</b>	<b>-2,89</b>	<b>0,002</b>	<b>205</b>

Classe: CLASSE 4 / 7 (Effectif: 155 - Pourcentage: 31.44)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Secteur d'activité</b>	<b>Commerce</b>	<b>100,00</b>	<b>32,86</b>	<b>95,68</b>	<b>23,35</b>	<b>0,000</b>	<b>162</b>
<i>Votre entreprise dispose-t-elle d'un site Web?</i>	<i>sans site Web</i>	87,10	69,37	39,47	5,95	0,000	342
<i>Utiliser des sites d'appels d'offre en ligne</i>	<i>pas appel offre</i>	92,26	78,50	36,95	5,25	0,000	387
<i>Accéder système informatique de l'extérieur ( télétravail, d</i>	<i>Accés syst.inf.ext.</i>	32,90	19,27	53,68	4,93	0,000	95
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>6 à 9 salariés</b>	<b>50,97</b>	<b>41,58</b>	<b>38,54</b>	<b>2,76</b>	<b>0,003</b>	<b>205</b>
<i>Recruter via des annonces ou des CV en ligne</i>	<i>pas de recrutement</i>	90,97	84,99	33,65	2,45	0,007	419
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>50 et + salariés</b>	<b>0,00</b>	<b>3,85</b>	<b>0,00</b>	<b>-3,22</b>	<b>0,001</b>	<b>19</b>

Classe: CLASSE 5 / 7 (Effectif: 33 - Pourcentage: 6.69)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Secteur d'activité</b>	<b>Transports</b>	<b>100,00</b>	<b>6,90</b>	<b>97,06</b>	<b>99,99</b>	<b>0,000</b>	<b>34</b>
<i>Accéder système informatique de l'extérieur ( télétravail, d</i>	<i>pas accès sys.ext.</i>	96,97	80,73	8,04	2,50	0,006	398

Classe: CLASSE 6 / 7 (Effectif: 52 - Pourcentage: 10.55)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Secteur d'activité</b>	<b>Hôtels-restaurants</b>	<b>100,00</b>	<b>10,75</b>	<b>98,11</b>	<b>17,60</b>	<b>0,000</b>	<b>53</b>
<i>Votre entreprise dispose-t-elle d'un site Web?</i>	<i>Possession site Web</i>	90,38	30,63	31,13	9,46	0,000	151
<i>Utiliser des sites d'appels d'offre en ligne</i>	<i>pas appel offre</i>	100,00	78,50	13,44	4,68	0,000	387
<i>Réserver en ligne (transports, hôtels...)</i>	<i>Réservation</i>	73,08	42,19	18,27	4,62	0,000	208
<i>Recruter via des annonces ou des CV en ligne</i>	<i>Recrutement</i>	36,54	15,01	25,68	3,97	0,000	74
<i>Zonage Aire Urbain</i>	<i>Rurale</i>	59,62	34,08	18,45	3,85	0,000	168
<i>Accéder système informatique de l'extérieur ( télétravail, d</i>	<i>pas accès sys.ext.</i>	96,15	80,73	12,56	3,15	0,001	398
<i>8 BASSINS DE VIE UNIFIE</i>	<i>Grand Sud</i>	23,08	9,94	24,49	2,82	0,002	49
<i>Rechercher des info sur l'environnement de l'entreprise</i>	<i>Rech.inf.envir.</i>	76,92	58,42	13,89	2,79	0,003	288
<i>Faire des déclarations soc.et fiscales en ligne</i>	<i>pas décl.fiscale</i>	48,08	31,44	16,13	2,51	0,006	155
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>20-49 salariés</b>	<b>5,77</b>	<b>18,05</b>	<b>3,37</b>	<b>-2,44</b>	<b>0,007</b>	<b>89</b>
<i>8 BASSINS DE VIE UNIFIE</i>	<i>Grand Bastia</i>	17,31	34,48	5,29	-2,71	0,003	170

Classe: CLASSE 7 / 7 (Effectif: 19 - Pourcentage: 3.85)

Libellés des variables	Modalités caractéristiques	% de la modalité dans la classe	% de la modalité dans l'échantillon	% de la classe dans la modalité	Valeur-Test	Probabilité	Poids
<b>Effectif permanent de l'entreprise en 2006</b>	<b>50 et + salariés</b>	<b>100,00</b>	<b>3,85</b>	<b>100,00</b>	<b>12,22</b>	<b>0,000</b>	<b>19</b>
<i>Zonage Aire Urbain</i>	<i>Urbaine</i>	94,74	65,92	5,54	2,70	0,003	325
<i>Utiliser des sites d'appels d'offre en ligne</i>	<i>site appel offre</i>	47,37	21,50	8,49	2,35	0,009	106