

Enquête PME 2015 : Tour d'horizon numérique des PME bretonnes

Nicolas DEPORTE – Observatoire du GIS M@rsouin

Au cours du premier trimestre 2015, 1550 PME bretonnes ont répondu à l'« Enquête PME 2015 » en ligne ou par téléphone. Cette nouvelle édition a permis de s'intéresser à l'équipement numérique des entreprises et à leurs pratiques en matière de collecte et traitement des données, d'innovation, de formation, de visioconférence, etc.

Méthodologie : La représentativité des PME bretonnes par secteur d'activité, effectif salarial et CCI de rattachement est assurée par la méthode des quotas.



Equipements et usages numériques

Si l'ordinateur est omniprésent au sein des entreprises (99.5% d'entre elles en possèdent au moins un), les outils de mobilité occupent également une place de choix et grandissante : 8 entreprises sur 10 disposent d'un ou plusieurs téléphones mobiles / smartphones et 4 sur 10 d'une ou plusieurs tablettes tactiles.

Les salles équipées de dispositifs de visioconférence progressent également, atteignant aujourd'hui un taux de présence de 14% (8% en 2012¹).

La connexion Internet des entreprises la plus fréquente est, sans surprise, le haut débit ADSL (87%). Le très haut débit par fibre optique, en progression, équipe actuellement 9% des PME.

La majorité des entreprises (58%) se déclarent plutôt satisfaites de la qualité de leur connexion Internet au vu des usages de l'entreprise (débit, coupures, stabilité, etc.). Elles sont 19% à se dire très satisfaites, tandis que 14% et 7% sont respectivement plutôt pas satisfaites et pas du tout satisfaites. Pour les entreprises qui se disent insatisfaites, les raisons qui font que ces dernières n'ont pas adapté le débit de leur connexion aux besoins de l'entreprise sont multiples. La principale raison tient au fait qu'il n'y a pas d'offre proposant un débit adapté à leurs besoins (55% d'entre elles). Le coût (trop élevé) des offres proposant un débit adapté est la raison citée par 17% de ces entreprises, devant le manque d'informations sur les offres existantes (6%), et des considérations plus techniques, comme des problèmes d'infrastructures réseau et de localisation de l'entreprise sur le réseau (bout de ligne), évoquées par 9%. Enfin, c'est un projet en cours de réalisation pour 13% d'entre elles.

¹ source : Enquête Marsouin PME 2012

Quelle proportion des PME bretonnes utilisent ...

Logiciels métiers	74 %
Espaces de travail partagés	53 %
Intranet	48 %
Certificats électroniques	43 %
ERP	41 %
Agendas partagés	40 %
Listes de diffusion internes	36 %
Réseaux informatiques externes	31 %
Téléphonie par Internet	26 %
Cloud pour le stockage	20 %
Logiciels de définition et de suivi de processus	19 %
Visioconférence	18 %
Cloud pour l'accès à des logiciels distants	12 %
Aucun de ces outils	5 %



Visibilité en ligne

En 2015, 78% des PME bretonnes ont un site Internet, qui est mis-à-jour quotidiennement ou presque dans 20% des cas, de façon hebdomadaire ou mensuelle dans 29%, trimestrielle ou plus espacée dans 43%. 8% d'entre eux ne sont jamais mis-à-jour. La majorité des entreprises cherchent également à optimiser la visibilité de leur site. Pour cela, 60% ont recours au référencement naturel ou organique par l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et 13% au référencement promotionnel par les campagnes de liens sponsorisés (SEM). 38% des entreprises n'utilisent aucune de ces deux techniques.

La vente en ligne est une activité marginale. Seulement 12% des PME bretonnes vendent sur leur site Internet et 5% le font sur une autre plateforme du type ebay, amazon, le bon coin, etc. Ainsi, 85% des PME bretonnes (tous secteurs d'activité confondus) ne font pas de vente en ligne.



Compétences et formation

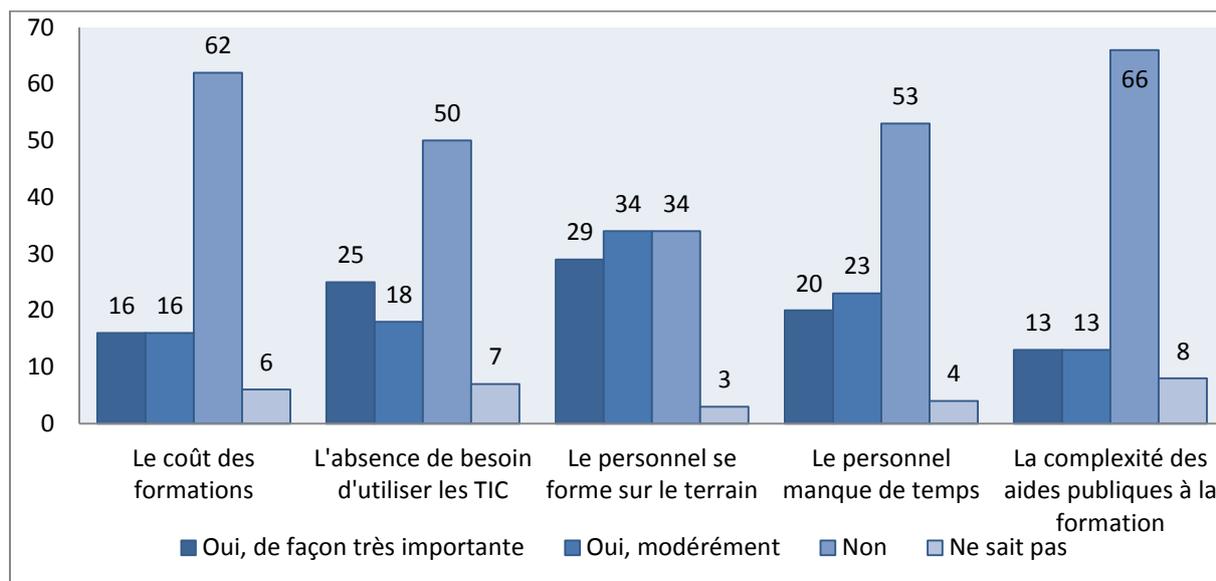
Parmi les PME bretonnes, 15% disposent d'au moins un salarié diplômé du supérieur en informatique, 27% d'au moins un salarié dédié (à mi-temps ou plus) à l'informatique et 12% d'un service informatique constitué. Aussi sollicitent-elles souvent des ressources extérieures pour les épauler dans ce domaine. Ce sont ainsi plus des trois quarts des PME qui ont eu recours à un prestataire informatique dans les trois dernières années (2012 à 2014).

La formation des salariés aux TIC vient compléter la présence de personnel dédié, mais elle ne concerne qu'une minorité des salariés équipés d'un ordinateur. Dans 38% des entreprises, aucun salarié n'a reçu de formation aux TIC au cours des deux dernières années (2013 et 2014). Dans 29% des entreprises, ce sont moins de 10% des salariés équipés d'un ordinateur qui ont reçu une formation aux TIC sur cette période. Dans 18% des entreprises, ce sont entre 10% et la moitié des salariés. Ce n'est que dans 7% des PME que plus de la moitié des salariés équipés d'un ordinateur ont reçu une formation aux TIC, et dans 9% des entreprises que cela concerne la totalité des salariés.

Part des salariés équipés d'un ordinateur ayant reçu une formation aux outils TIC au cours des deux dernières années (2013 - 2014)

Tous les salariés	9 % des entreprises
Plus de la moitié	7 %
Entre la moitié et 10%	18 %
Moins de 10%	29 %
Aucun	38 %

Quels sont les freins à la formation ?



Les principaux freins à la formation des salariés aux TIC sont principalement externes à celle-ci : absence de besoin ressenti, formation du personnel sur le terrain ou encore manque de disponibilité. Les facteurs intrinsèques comme le coût des formations ou la complexité d'obtention des aides publiques semblent avoir un rôle limitant moins fort.

Enfin, environ un quart des entreprises utilisent des outils numériques (matériels, logiciels, cours en ligne, forums, etc.) pour la formation de leurs salariés. Ces outils permettent aux salariés de suivre une formation individuelle (74% des cas), de rechercher de l'information, se documenter (66%), mais aussi d'échanger avec d'autres personnes (49%).



Visioconférence

La visioconférence², en progression ces dernières années, peut prendre des formes multiples, allant des salles dédiées au sein des entreprises ou mises à disposition par certaines collectivités et reposant sur un équipement conséquent, à la solution légère ne nécessitant qu'un ordinateur/tablette muni d'une webcam. En Bretagne, certaines collectivités mettent depuis quelques années des salles de visioconférence à disposition des entreprises du territoire. Mais très peu d'entreprises utilisent ces services (moins de 2%). Elles sont en revanche

² Un focus sur la visioconférence est présent sur le site Marsouin : « La visioconférence dans les PME en 2015 »

plus nombreuses (14%) à s'être équipées (entre 2010 et 2015 pour trois quarts des PME équipées) et à utiliser un dispositif de visioconférence sous forme de salle dédiée.

Pour les entreprises faisant de la visioconférence (18% des PME bretonnes), quelle que soit sa forme, l'utilisation de celle-ci est assez régulière puisque 11% l'utilisent quotidiennement, 27% au moins une fois par semaine, 32% au moins une fois par mois et seulement 30% moins souvent.

Ce dispositif a alors vocation à faciliter la coordination en interne (62% des cas), améliorer les collaborations en termes de R&D (recherche et développement) (41%), améliorer la qualité de la relation avec les clients (37%) et avec les fournisseurs (25%). Son usage est donc d'abord à vocation interne puis externe, visant d'abord à améliorer les échanges au sein de l'entreprise et ensuite à améliorer ceux avec l'extérieur : clients, fournisseurs, etc.



Marché public

Les marchés publics constituent un débouché commercial potentiel pour environ 40% des PME bretonnes. La dématérialisation de ces marchés, désormais publiés en ligne, et auxquels il faut répondre de plus en plus souvent par Internet, rend plus cruciale encore pour les PME concernées la nécessité de disposer des compétences et outils pour répondre à ces nouvelles exigences administratives. Parmi les entreprises qui répondent à ces marchés publics (37% des PME), 60% connaissent la salle des marchés publics en ligne des collectivités bretonnes « Megalis Bretagne », et 54% l'utilisent.

Par ailleurs, 43% des PME bretonnes disposent d'un certificat électronique. Ce dernier permet notamment aux entreprises de garantir leur identité en ligne et signer numériquement les documents nécessaires à la procédure des marchés publics dématérialisés.



Innovation

Au cours des deux années écoulées (2013-2014), 42% des entreprises interrogées se sont positionnées sur de nouveaux produits ou services (innovation en produit), et 30% ont innové en mettant en œuvre de nouveaux procédés de production, de nouvelles méthodes de distribution, ou une nouvelle activité de soutien pour les produits ou services (innovation en procédé). Ces innovations³ en produit ou en procédé ont été accompagnées par un investissement dans les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) pour 44% d'entre elles et par un usage plus développé des TIC pour 45%. Ces innovations trouvent leurs sources principales en interne ou auprès des clients et consommateurs de l'entreprise. Ces sources d'idées sont situées à une échelle locale (moins de 50 km) pour 34% des entreprises, régionale pour 18%, nationale pour 35% et internationale pour 12%. La coopération avec d'autres entreprises ou organismes n'a par ailleurs lieu que dans un peu plus d'un tiers des cas. Enfin, le manque de moyens financiers, l'incertitude de la demande et l'absence de nécessité identifiée en interne sont des facteurs freinant fortement l'innovation pour respectivement 29%, 29% et 21% des entreprises interrogées.

³ Un focus sur l'innovation est présent sur le site Marsouin : « Innovation et numérique dans les PME bretonnes : quels liens ? »



Gestion des données : webmarketing et big data

L'essor du numérique dans les entreprises, mais également dans la vie quotidienne, s'accompagne d'une croissance exponentielle de la masse des données générées. Ces données, de nature variées, sont une opportunité pour les entreprises capables de les analyser (en particulier les données concernant les clients, actuels et potentiels) pour affiner leur stratégie, mais elles peuvent également engendrer des difficultés pour les entreprises. Ces dernières doivent en effet les stocker, les sécuriser, et faire face, pour les entreprises qui n'ont pas encore les compétences leur permettant de les analyser, à la concurrence de celles qui sont plus avancées dans cette voie.

Parmi les entreprises concernées par la vente, 7 sur 10 collectent et traitent systématiquement (6 sur 10) ou occasionnellement (1 sur 10) des données issues de leurs ventes ou de leur SAV (service après-vente). Les données issues du site Web sont collectées et traitées systématiquement par 40% des entreprises ayant un site, et occasionnellement par 15%. Elles ne sont pas collectées dans 43% des cas. Les données issues des réseaux sociaux ou d'autres sites/plateformes tiers sont quant à elles nettement moins utilisées, d'abord parce que plus de 7 entreprises sur 10 ne sont pas présentes sur ces plateformes et ensuite parce que même présentes 42% des entreprises ne collectent pas ces données. Elles sont collectées et traitées systématiquement par 38% et occasionnellement par 15%.

Une fois collectées, ces données sont presque toujours traitées en interne, par les services en charge de leur collecte (service commercial, service achat, etc.) pour 61% des entreprises, et par d'autres services (direction générale par exemple) pour 54%. Les données sont traitées en externe en ayant recours à une entreprise tierce que dans 8% des cas.

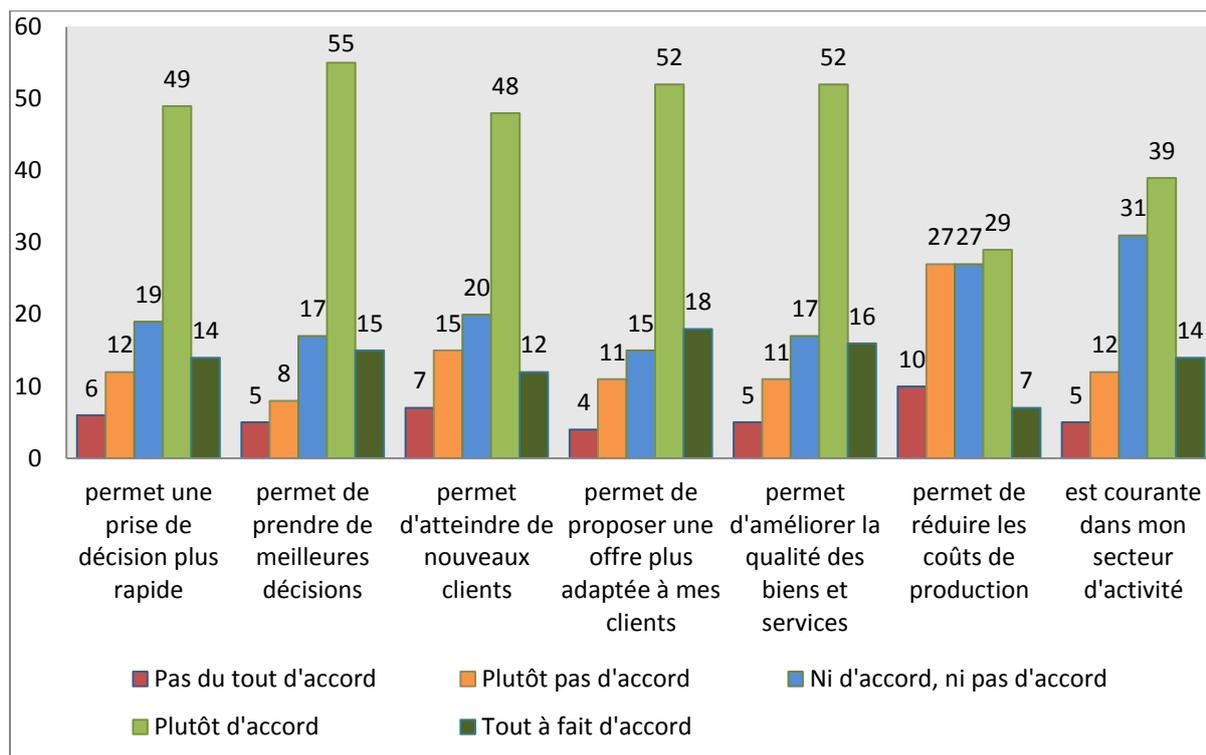
Si les données collectées sortent peu de l'entreprise, environ 1 sur 5 utilise des bases ou flux de données externes, construites par une entreprise ou un organisme tiers. Ces données sont achetées ou louées dans 58% des cas et obtenues gratuitement dans 52%. Elles sont ensuite principalement utilisées par les services de vente/marketing (82%), et dans une moindre mesure par les services d'achats/approvisionnement (18%) et de production (16%).

Si l'acquisition de données semble de plus en plus fréquente, cette pratique n'a paradoxalement eu aucune conséquence pour 75% des entreprises. Dans 19% des entreprises cela a conduit à former le personnel en place, dans 8% à un investissement conséquent dans du matériel informatique (*hardware*) ou logiciels, et dans seulement 4% à l'embauche d'un ou plusieurs salariés spécialisés.

Quel regard portent les entreprises sur l'utilisation de ces données numériques ?



L'utilisation de ces données...



En 2015, 6 entreprises sur 10 déclarent devoir faire face à une augmentation constante du volume de données numériques (informations clientèles, factures, données de conception internes, etc.). Mais ce phénomène n'engendre aucun problème pour 70% d'entre elles. Pour les autres, des difficultés peuvent survenir à différents niveaux : au niveau du stockage / de l'archivage de ces données (15%), au niveau de l'exploitation / de la valorisation (11%), au niveau de la transmission / de la communication (7%) et enfin au niveau de la mise en relation de ces données (de leur croisement) (5%). Ces problèmes sont majoritairement des problèmes techniques (34% des entreprises éprouvant des difficultés), de surcoûts engendrés (9%) ou une combinaison des deux (57%).



Usages des réseaux sociaux

Si un internaute sur deux est inscrit sur un site de réseau social à titre personnel⁴, ce taux d'adoption est moins important au sein des PME bretonnes puisque seulement 1 sur 4 y est présente.

Pour les entreprises présentes sur les réseaux sociaux, la communication sur ces réseaux est plus ou moins régulière.

⁴ source : Enquête Marsouin Individus 2014

	Communique au moins une fois par semaine	Communique entre une fois par semaine et une fois par mois	Pas inscrite sur ce réseau
Facebook	55 %	27 %	5 %
Twitter	18 %	12 %	51 %
Autres réseaux non professionnels	4 %	3 %	63 %
LinkedIn	9 %	9 %	60 %
Viadeo	8 %	6 %	65 %
Autres réseaux professionnels	5 %	2 %	63 %

Une charte éditoriale sociale est un document écrit qui donne des consignes aux salariés sur la manière de communiquer sur les réseaux sociaux lorsqu'il s'agit de parler de l'entreprise. Lors de cette enquête, 90% des entreprises interrogées ont déclaré ne pas disposer d'une telle charte, et 3% en avoir une (7% ont répondu ne pas savoir). Pour 55% des entreprises, une telle charte est considérée comme inutile. En revanche, elles sont 18% à la considérer comme utile et même 4% comme indispensable (23% n'avaient pas d'avis).



Priorités

Parmi ces objectifs, lesquels sont des priorités pour votre entreprise ?

