



USAGES DU NUMÉRIQUE EN BRETAGNE

ÉDITION 2013



TERRITOIRE • ÉCONOMIE • FORMATION • ÉDUCATION • TRANSPORT • ENVIRONNEMENT • CULTURE & SPORT • TOURISME & PATRIMOINE • EUROPE



ÉDITOS

La révolution numérique se traduit par une croissance importante de l'équipement et le développement de nouveaux usages et services qui impactent fortement la vie courante de tous, particuliers, entreprises ou professionnels, dans nombre de domaines : la connaissance, la santé, les loisirs, les transports, la citoyenneté ou le lien social...

Des risques de fractures persistent cependant, et dans un contexte où le numérique est en passe de devenir un "bien essentiel", l'action publique est capitale pour en assurer l'accès à chacun, dans des conditions techniquement et financièrement satisfaisantes.

L'ambition portée par la Région dans le cadre de son programme « Bretagne numérique » est de favoriser la diffusion des technologies numériques en luttant contre toute fracture territoriale ou sociale, pour que cette révolution profite à chacun.

Elle met ainsi en œuvre de nombreuses actions : déploiement d'une infrastructure en fibre optique pour une « Bretagne à très haut débit », développement d'usages et de services innovants, soutien à la filière numérique créatrice d'emplois et de nouveaux services, et associant entreprises et centres de recherche.

Les travaux de mesure et d'analyse réalisés par l'observatoire statistique régional M@rsouin, et présentés dans cette édition 2013 des *Usages du numérique en Bretagne* donnent aux décideurs politiques ainsi qu'aux acteurs économiques des clés indispensables pour l'évaluation et la compréhension de ces évolutions.

Pierrick MASSIOT
Président du Conseil régional de Bretagne



Pierrick MASSIOT
Président du Conseil régional de Bretagne

gant an dispac'h niverel e kresk kalz an aveadurioù hag e tiorren implijoù ha servijoù nevez o devez kalz a levezon war buhez pemdeziek an holl, pe e vefent tud prevez, embregerezhioù pe tud a vicher, ha kement-se war meur a dachenn : ar ouiziegezh, ar yec'hed, an dudiamantoù, an treuzdougen, ar geodedouriezh pe al liammoù sokial...

Koulskoude e chom riskloù a frailh niverel, ha bremañ m'emañ an niverel war-nes dont da vezañ ur "mad hollbouezus" e rank an obererien bublik lakaat bec'h evit ma c'hall'o pep hini ober gantañ ha ma vo aes a-walc'h a-fet teknik hag arc'hant.

E framm he frogramm « Breizh niverel » e fell d'ar Rannvro sikour da skignañ an teknologiezhioù niverel dre stourm ouzh kement frailh a vefe etre an tiriadoù pe etre ar rummadoù sokial, evit ma c'hallfe an holl tennañ o mad eus an dispac'h niverel-se.

Evit se e kas meur a obererezh da benn : diorren dan-frammoù gant gwienn optikel evit « Breizh ar c'has uhel-uhel », kas implijoù ha servijoù nevezus war-raok, harpañ ar filieren niverel a grou labour ha servijoù nevez hag a laka embregerezhioù ha kreizennoù enklask da labourat asambles.

Al labourioù muzuliañ ha delfennañ bet kaset da benn gant an arsellva stadegel rannvroel M@rsouin, ha kinniget en embannadur-mañ eus Implij an niverel e Breizh e 2013, a roio d'an divizourien bolitikel ha d'an obererien armerzhel peadra da briziañ ha da gompren an emdroadurioù-se.

La troisième édition du Panorama des usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) mesure le chemin parcouru dans la diffusion de ces technologies en Bretagne. En 2012, la connectivité numérique se met en place puisque 99 % des PME ont accès à Internet, pourtant il reste encore des Bretons qui, par choix ou par manque de ressources, se trouvent « numériquement isolés ». M@rsouin offre ainsi une perspective unique sur l'analyse des usages et traite de sujets au cœur de l'actualité comme « le téléchargement », « le non-usage », « la numérisation des procédures au sein des collectivités locales ». Le Groupement est présent dans les projets labellisés par le pôle Images & Réseaux, et fournit, en complémentarité avec la plateforme Loustic, une panoplie d'instruments d'analyse des usages des TIC sans doute unique en France : des analyses statistiques aussi complètes que possible, et des équipements d'observation fine des comportements d'usage qui placent l'utilisateur « en situation ». Cet ensemble doit faciliter les tests d'usage pour les entreprises innovantes appartenant ou non au territoire. Notre ambition est d'offrir à tous les acteurs et utilisateurs des TIC, une meilleure compréhension des enjeux de la société de l'information et de la connaissance. Il en va de la compétitivité du territoire et du bien-être des personnes qui y vivent et y travaillent.

M@rsouin

SOMMAIRE

LES BRETONS ET LE NUMÉRIQUE

Équipements et usages des Bretons : vers une fin de la fracture numérique ?	7
Qui sont les internautes bretons et que font-ils sur le web ?	8
Comment les internautes bretons s'approprient-ils les réseaux sociaux ?	10
Les Bretons, adeptes d'une culture multi-écrans ?	10
Plus de numérique, plus de sorties culturelles ?	12

LES COMMUNES BRETONNES ET LE NUMÉRIQUE

Les collectivités locales sont-elles présentes sur le web ?	14
Pourquoi les collectivités locales adoptent-elles l'administration en ligne ?	16
Qu'attendent les citoyens d'un site web communal ?	17

LES PME BRETONNES ET LE NUMÉRIQUE

Les entreprises bretonnes : toutes équipées, toutes connectées ?	19
Le numérique, réel vecteur du travail à distance ?	21

LES ARTISANS BRETONS ET LE NUMÉRIQUE

Les artisans bretons ont-ils apprivoisé le web ?	24
--	----

MÉTHODOLOGIE 26

LES BRETONS & LE NUMÉRIQUE

Équipements et usages des Bretons : vers une fin de la fracture numérique ?

En février 2012, 81 % des foyers bretons¹ étaient équipés d'au moins un ordinateur contre 69 % en 2009. La fracture de premier niveau, celle de l'équipement pour tous, se résorbe. Cette évolution s'explique en grande partie par la progression importante de l'équipement chez les personnes seules, les ouvriers et les foyers à faibles revenus qui rattrapent les autres catégories.

LES PRATIQUES COURANTES DE L'INTERNAUTE BRETON

79 % des foyers sont abonnés à Internet, l'acquisition d'un ordinateur étant devenue quasi indissociable de la connexion. Les 21 % de non-connectés sont principalement des retraités. Le principal motif de non-usage d'Internet, pour plus de la moitié des non-connectés, est le manque d'utilité perçue.

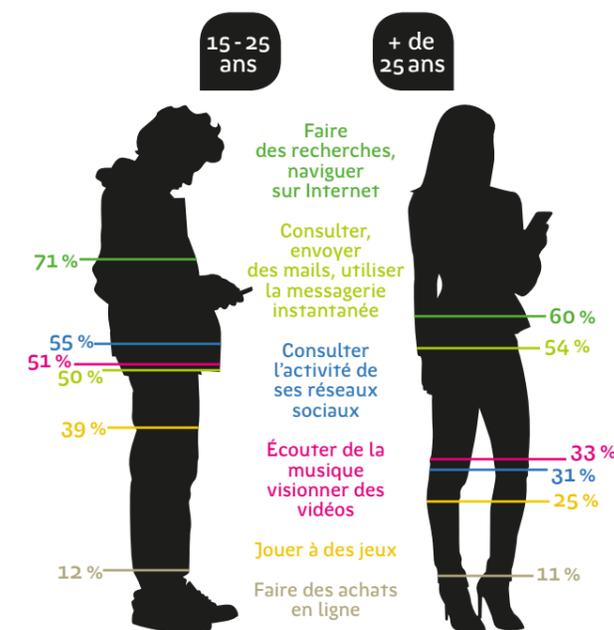
- 80% des internautes communiquent par **courrier électronique**
- 76% ont effectué des **opérations bancaires** dans les 12 derniers mois
- 59% des Bretons effectuent des recherches d'**informations pratiques** (petites annonces, cinéma...)
- 40% communiquent via la **messagerie instantanée** et/ou la **webcam**
- 35% s'informent sur l'**actualité locale**
- 16% seulement s'expriment sur des **blogs** ou des **forums**

LE DÉVELOPPEMENT DES USAGES EN MOBILITÉ

Le smartphone et la tablette numérique sont les principaux outils d'accès à Internet en situation de mobilité. Avec 5 % des Bretons équipés en 2012², la tablette numérique reste un produit à peine émergent surtout possédé par les plus aisés (cadres et professions intellectuelles supérieures) ; 90 % l'utilisent chez eux, 41 % sur leur lieu de travail/d'étude et 57 % en mobilité.

18 % des Bretons possèdent un smartphone. Il s'agit essentiellement des jeunes (40 % des Bretons équipés ont entre 15-29 ans) et des actifs (20 % des utilisateurs de smartphone ont entre 30 et 44 ans).

→ USAGES DU SMARTPHONE EN MOBILITÉ SELON L'ÂGE



À côté des usages classiques (naviguer sur Internet, consulter sa messagerie...), les smartphones et les tablettes sont utilisés pour accéder aux réseaux sociaux et dans le cadre d'une pratique culturelle (vidéo, musique...). D'une manière générale, on constate une similitude entre les usages en mobilité et sur ordinateur. Les smartphones et les tablettes permettent d'exporter ces pratiques dans de nouveaux espaces, domestiques, professionnels, extérieurs...



1 - Contre 78 % des foyers français - Étude Crédoc juin 2011
2 - Contre 4 % des Français - Étude Crédoc juin 2011

Qui sont les internautes bretons et que font-ils sur le web ?

La généralisation des usages du web ne signifie pas homogénéisation des pratiques. L'enquête 2012 a permis de révéler une typologie de quatre familles d'internautes distincts tant par la fréquence d'utilisation que par leurs manières d'utiliser le web.

« LES PRAGMATIQUES DU WEB »

Représentant **35 %** de l'échantillon, cette population utilise essentiellement Internet pour son côté pratique. 94 % au sein de ce groupe se connectent tous les jours (moyenne bretonne : 75 %).

Âgés de 30 à 60 ans, majoritairement en couple, ces utilisateurs possèdent un bon niveau d'études et ont une activité professionnelle de type cadre ou profession intermédiaire. Ils réalisent, plus que la moyenne, des achats en ligne : 73 % ont acheté des articles divers (contre 49 % en moyenne). 69 % d'entre eux ont notamment acheté des biens culturels dans les douze derniers mois, taux nettement supérieur à la moyenne des internautes bretons (39 %) qui s'explique par leur niveau de vie relativement élevé.



91 % ont déjà effectué des consultations ou des opérations bancaires (contre 77 % en moyenne).

Ils sont 63 % à avoir réservé des titres de transport ou d'hébergement, contre 41 % en moyenne. 47 % d'entre eux lisent l'actualité (nationale et internationale) en ligne quotidiennement contre 31 % pour la moyenne des internautes bretons.

« LES CONFORMISTES »

Cette catégorie qui représente **28 %** de l'échantillon se connecte peu (une à deux fois par semaine en moyenne) et a un faible usage du web.

Composée d'ouvriers, d'artisans, d'employés ou d'agriculteurs, cette population déclare disposer de peu de temps libre. Caractérisés par une surreprésentation des couples, âgés de 30 à 60 ans et ayant un niveau d'études faible, ces internautes se distinguent des autres groupes par le nombre d'enfants qui composent leur foyer (trois et plus). Les jeunes générations étant moteur en termes d'équipement, il semble que ces personnes se soient équipées par « nécessité familiale » plus que pour répondre à un véritable besoin.

12 % d'entre eux lisent l'actualité sur le web (contre 31 % en moyenne).

23 % envoient quotidiennement des mails (contre 51 % des internautes bretons). Cet écart avec la moyenne se vérifie pour toutes les activités.

Seul l'achat en ligne d'articles divers est comparable à la moyenne : ils sont 47 % de ce groupe à avoir effectué un achat sur Internet dans les douze derniers mois (contre 49 % en moyenne). Un résultat qui s'explique essentiellement par le nombre d'actifs présents dans cette classe.

« LA GÉNÉRATION NUMÉRIQUE »

20 % des internautes bretons ont un fort usage d'Internet orienté sur leurs relations sociales.

Ce groupe, composé de jeunes, étudiants et célibataires, est né avec le numérique. Utilisateurs naturels et intensifs d'Internet et des téléphones portables, les « digital native », très à l'aise sur la toile, s'y rendent cependant moins que les autres internautes pour lire l'actualité ou consulter les sites de l'administration.

Ces communicants du web pratiquent, plus que la moyenne, l'échange de courriers électroniques.

85 % d'entre eux sont inscrits sur les réseaux sociaux quand la moyenne des internautes bretons est de 47 %.

33 % d'entre eux s'expriment sur les forums ou des blogs quotidiennement (contre 21 % en moyenne).

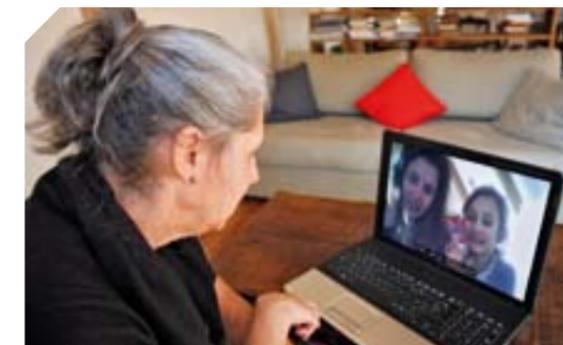


« LES SENIORS CONNECTÉS »

17 % de l'échantillon a un usage faible mais très spécifique du web.

Cette catégorie d'internautes est représentée par les retraités et les Bretons âgés de 60 ans et plus. Disposant de beaucoup de temps libre, cette population a un nombre d'activités culturelles supérieur à la moyenne.

Si ces personnes consultent peu les sites officiels, ils se rendent davantage sur le site de leur commune. Ils utilisent Internet comme outil de lien social et échangent au moins une fois par semaine par courriel.



La génération des 15-29 ans : tous égaux face au numérique ?

Contrairement à l'idée généralement répandue, l'appétence technologique et les compétences associées ne sont pas les mêmes pour tous les représentants de la jeune génération.

Cette hétérogénéité s'explique en partie par des facteurs similaires à ceux identifiés pour la classification de l'ensemble des internautes. Ainsi, le niveau de diplôme est un élément différenciant : les jeunes qui arrêtent leurs études plus tôt ont tendance à avoir un niveau de compétences en informatique en moyenne inférieur.

42% des 15-29 ans font preuve d'une véritable appropriation des nouvelles technologies avec une connexion quotidienne à Internet (largement orientée vers l'échange sur les réseaux sociaux et les forums) et un niveau de compétence élevé au regard du C2I³. Il s'agit souvent d'étudiants ou de jeunes très diplômés qui viennent d'entrer dans la vie active.

A contrario, environ 9% des plus jeunes arborent une appropriation moins importante. Il s'agit de jeunes ayant eu un cursus scolaire moins long et ayant déjà commencé à travailler, comme par exemple de jeunes artisans ou agriculteurs. Leurs usages d'Internet sont moins diversifiés et plutôt pragmatiques, comme notamment l'achat d'articles en ligne.



3 - Le Certificat Informatique et Internet (C2i) est une certification française délivrée par les établissements supérieurs français certifiés LMD (Licence Master Doctorat) au sens du Processus de Bologne, tels les universités, au cours de la licence et du master pour attester de compétences dans la maîtrise des outils informatiques et réseaux.

Comment les internautes bretons s'approprient-ils les réseaux sociaux ?

Un internaute breton sur deux est inscrit sur au moins un réseau social, soit un niveau très proche de la moyenne des français (52%). Si 82% des internautes de moins de 25 ans sont présents sur un réseau social, ils ne sont plus que 50% chez les 30-44 ans et 14% pour les plus de 60 ans.

FACEBOOK, LE RÉSEAU SOCIAL LEADER
95% des internautes bretons inscrits sur un réseau social ont un compte Facebook.
La raison principale de l'inscription sur Facebook est la possibilité d'y rejoindre des amis déjà inscrits (56%). 24% des internautes s'y inscrivent pour renouer le lien avec d'anciennes connaissances ou y trouver de nouvelles. Pour 50% des Bretons inscrits, Facebook est un rendez-vous quotidien ; 32% s'y connectent au moins une fois par semaine, 14% au moins une fois par mois et 4% seulement ne s'y connectent que très épisodiquement. Il faut également noter que ni l'âge ni le niveau d'études ne semblent déterminer la fréquence de connexion sur Facebook. Quant aux réfractaires de Facebook, l'absence d'utilité perçue (75% des non-inscrits) représente, beaucoup plus que les craintes concernant la confidentialité des données (27%), le principal motif de non-adhésion.

AVEC QUI LES BRETONS COMMUNIQUENT-ILS LE PLUS SOUVENT SUR FACEBOOK ?

Ce réseau permet-il d'activer ou de renforcer de nouveaux liens ? Si les amis (56%) et la famille (40%) sont les plus fréquemment cités, il est intéressant de constater que 16% des Bretons inscrits sur Facebook déclarent échanger « souvent » avec de simples connaissances. 4% le font même avec des gens qu'ils n'ont jamais vus.

PROTECTION DES DONNÉES : LES JEUNES SONT LES PLUS ATTENTIFS

La protection des données privées est un problème régulièrement posé par l'usage des réseaux sociaux numériques et Facebook en particulier. **Les 18-29 ans en sont les plus soucieux et sont 40% à déclarer ne pas être satisfaits de la gestion de leur vie privée par le réseau social, et ce malgré le fait que 93% d'entre eux ont réglé eux-même leurs paramètres de confidentialité.** Ces résultats attestent que les jeunes utilisateurs désireux de protéger leurs données privées n'ont pas pleinement confiance en ce réseau.

Les Bretons, adeptes d'une culture multi-écrans ?

Le développement de la télévision, d'Internet, des smartphones ou encore des jeux vidéo a multiplié le temps passé devant des écrans. Aujourd'hui, la majorité des ménages sont équipés

de plusieurs écrans, en moyenne 3 par foyer⁴. Il semble que pour les Bretons le temps passé sur Internet se substitue, au moins en partie, au temps consacré à la télévision.



→ NOMBRE D'ÉCRANS PAR FOYER



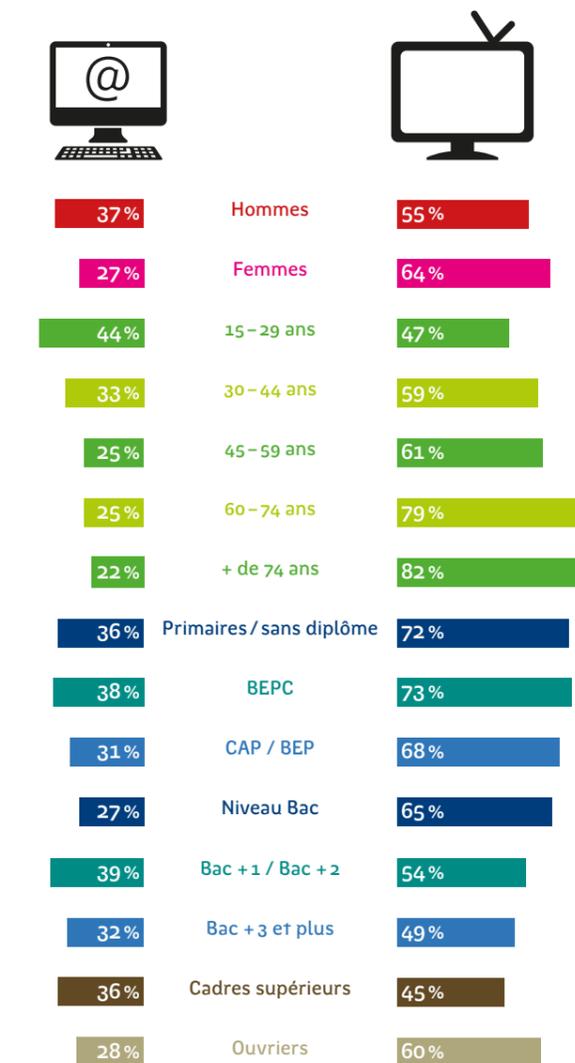
NOMBRE D'ÉCRANS PAR FOYER : UNE QUESTION DE GÉNÉRATION

- 1 ou 2 écrans** : 10% des foyers disposent d'un seul écran ; il s'agit le plus souvent d'une télévision. La population concernée est majoritairement composée de personnes âgées de plus de 74 ans. Les foyers dotés de 2 écrans sont plutôt les ménages de personnes un peu moins âgées (plus de 60 ans), au niveau d'études inférieur ou égal au baccalauréat et aux revenus moyens. Les 2 écrans sont le plus souvent une télévision et un téléphone mobile.
- 3 écrans** : les ménages disposant de 3 écrans sont principalement des actifs qui sont âgés de moins de 60 ans. Plutôt masculine, cette population bénéficie d'un niveau d'études supérieur au BEPC.
- + de 3 écrans** : les ménages les plus équipés ont un niveau de revenus élevé, sont plutôt jeunes (moins de 44 ans) et ont des enfants.

L'ORDINATEUR CONNECTÉ, UN SUBSTITUT À LA TÉLÉVISION ?

En moyenne, les Bretons passent 2h par jour devant la télévision. Les personnes équipées d'Internet y consacrent en moyenne une heure de moins. Les usages de ces deux équipements seraient donc en concurrence. Le taux d'équipement en connexion à Internet diminue quand l'âge du répondant est plus élevé et le temps passé devant la télévision suit l'évolution strictement inverse. La relation de substitution entre la télévision et Internet se vérifie lorsqu'on compare les temps qui y sont accordés en fonction du sexe, de l'âge, et de la CSP⁵. Plus les individus accordent de temps à l'un des équipements, moins ils en accordent au second. L'enquête nationale⁶ de 2008 avait révélé une importante différence entre hommes et femmes, les hommes consacrant plus de temps aux « nouveaux écrans » et moins de temps à la télévision.

→ DURÉE MOYENNE D'UTILISATION D'INTERNET OU D'ÉCOUTE DE LA TÉLÉVISION SUPÉRIEURE À 2 HEURES PAR JOUR

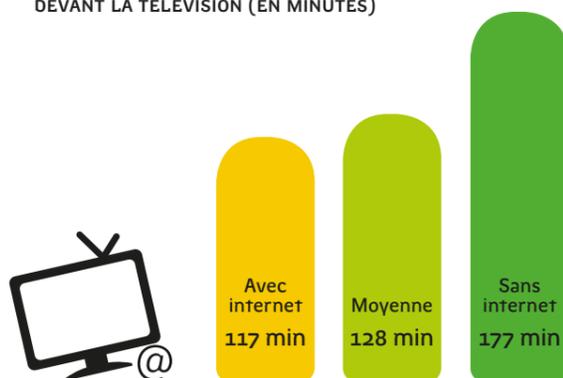


4 - Six équipements étaient proposés dans l'enquête de l'observatoire régional (smartphone, téléphone mobile, ordinateur, télévision, tablette, console de jeux portable).
5 - CSP : catégorie socioprofessionnelle
6 - O. Donnat (2009) « Pratiques culturelles des français à l'ère numérique - Enquête 2008 »

Cette même différence est observable sur nos résultats régionaux : les hommes sont plus équipés que les femmes en smartphones, consoles de jeux non portables et lecteurs de musique MP3 et MP4. L'écart de temps passé sur Internet et devant la télévision par les hommes et par les femmes confirme cette observation : 27 % des femmes (contre 37 % des hommes) passent plus de deux heures par jour sur Internet et 64 % des femmes (contre 55 % des hommes) passent plus de deux heures par jour devant la télévision.

Le genre n'est pas le seul déterminant. Chez les personnes issues de catégories socioprofessionnelles supérieures, bénéficiant d'un niveau de revenus élevé et ayant plusieurs enfants au sein du foyer, on observe un taux d'équipement et un temps consacré à Internet plus élevé, tandis que celui dédié à la télévision est plus faible.

→ TEMPS MOYEN PASSÉ QUOTIDIENNEMENT DEVANT LA TÉLÉVISION (EN MINUTES)

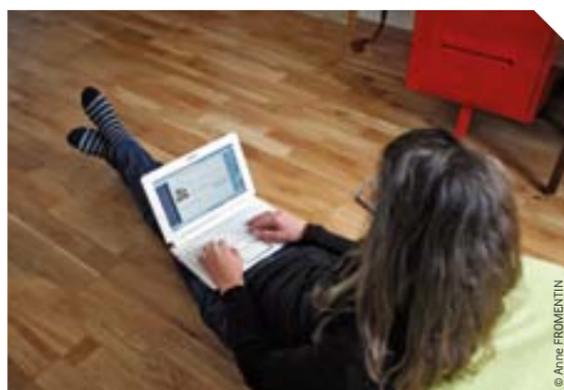


Plus de numérique, plus de sorties culturelles ?

Les études montrent que les plus jeunes font plus de sorties culturelles que leurs aînés et qu'il existe une corrélation, tout âge confondu, entre la fréquence des sorties et les niveaux d'études et de revenus.

LES INTERNAUTES ONT-ILS PLUS DE LOISIRS ?

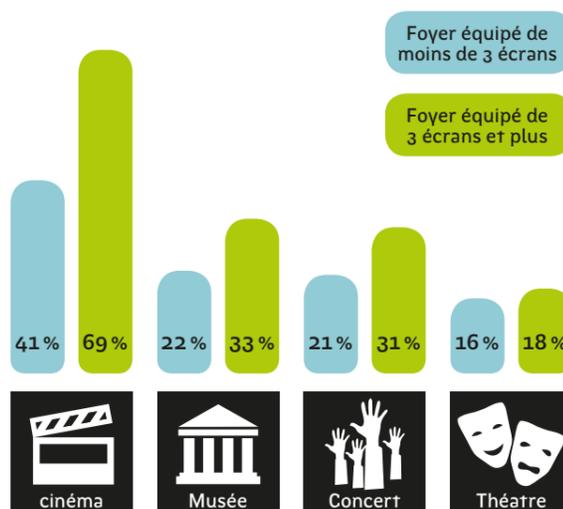
Comme les sorties culturelles, les activités de loisirs sont plus souvent pratiquées et entreprises par les internautes. Qu'ils s'agissent d'activités sportives ou artistiques (52 % des Bretons les pratiquent une fois par semaine) ou associatives et bénévoles (35 % des Bretons), elles concernent des populations dont les caractéristiques socioéconomiques sont en effet proches de celles des consommateurs d'Internet (cadres et professions intermédiaires ; 45 ans et plus ; niveaux d'études et de revenus plutôt élevés). Au-delà de ces similitudes, Internet vient compléter et auto-entretenir ce type d'activités ; un accès simplifié et étendu à l'information, ou encore la possibilité de maintenir et enrichir des liens sociaux en dehors du monde physique permettent aux activités de loisirs de trouver un prolongement.



→ LES SORTIES CULTURELLES DES BRETONS SELON LE NOMBRE D'ÉCRANS À DOMICILE

ÉQUIPEMENT NUMÉRIQUE ET SORTIES CULTURELLES

Un taux d'équipement élevé en appareils informatiques et audiovisuels correspond à une fréquence de sorties culturelles plus importante. Les personnes concernées sont celles qui disposent de ressources économiques et socioculturelles leur permettant de répondre à leurs envies de loisirs. De plus, si l'on considère les équipements informatiques et audiovisuels comme un moyen d'accès à la culture et à l'information à distance, on peut dire que les ménages les plus équipés accordent une place plus importante que les autres à l'accès à la culture au sein de leur foyer.



LES COMMUNES BRETONNES ET LE NUMÉRIQUE

Les collectivités locales sont-elles présentes sur le web ?

Avec la généralisation d'Internet, de nouvelles opportunités de communication et d'interaction avec les citoyens sont apparues : l'e-administration et la démocratie en ligne. La présence des collectivités sur le web, via un site communal ou le site d'un EPCI⁷, est le point de départ de ces nouvelles formes de communication.

ÉVOLUTION DE L'ADOPTION DES SITES WEB PAR LES COLLECTIVITÉS LOCALES

La présence en ligne des communes a évolué en 2 temps ; en 2009, on constatait majoritairement un développement des sites Internet dans les communes littorales et autour des plus grandes agglomérations (Rennes, Lorient, Vannes, Brest...). En 2011, ce développement s'est généralisé à l'intérieur du territoire, plus loin des centres urbains, pour à ce jour concerner la quasi-totalité des communes bretonnes (cf. carte *Communes bretonnes disposant d'un site web en 2009 et 2011*).

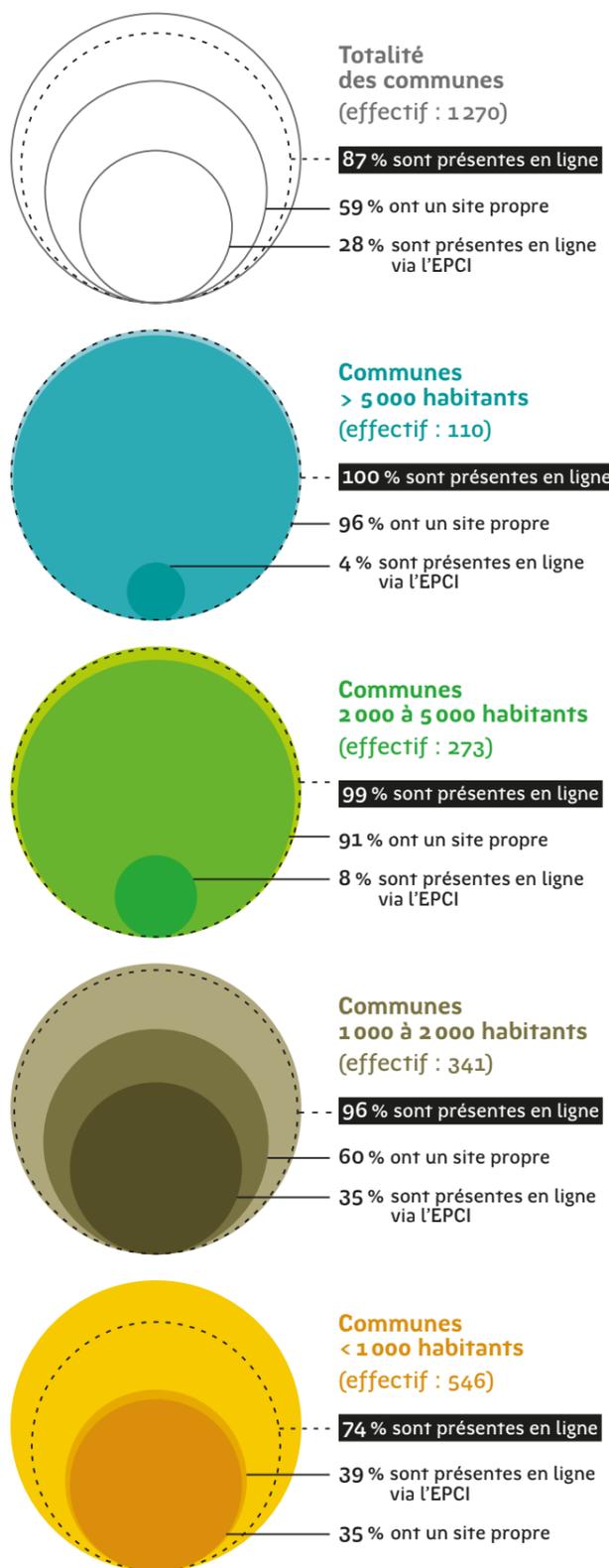
En 2011, 87 % des communes bretonnes étaient présentes en ligne, 59 % par l'intermédiaire d'un site propre, les autres via le site web de leur EPCI. Le graphique ci-contre montre que le développement de la présence en ligne via le site de l'EPCI, phénomène plus récent (6 % des communes en 2006 contre 28 % en 2011) est plus courant pour les communes de moins de 1 000 habitants, collectivités ayant une propension plus faible à développer leur propre site Internet. Cette tendance s'explique par le fait que ces collectivités disposent généralement de moins de moyens humains et techniques et qu'elles s'appuient souvent sur les ressources et compétences de leur EPCI de rattachement.

E-DÉMOCRATIE : UNE OFFRE ÉDITORIALE HÉTÉROGÈNE

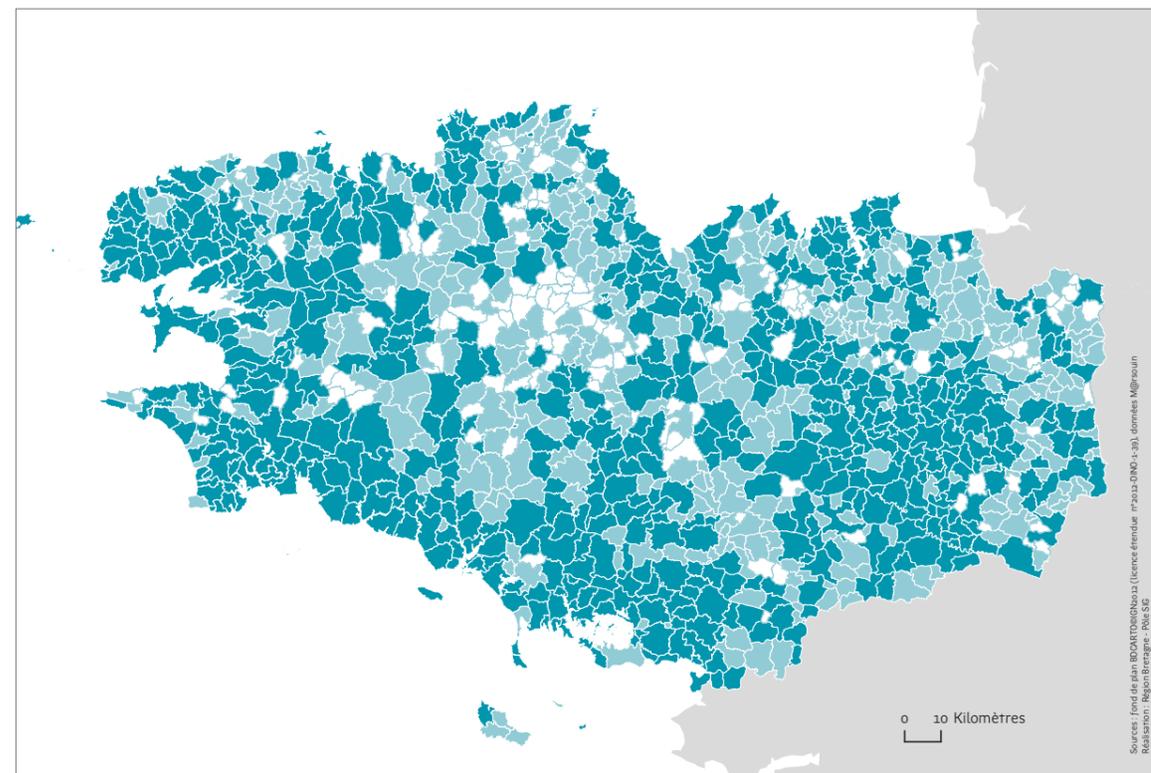
Si l'adoption des sites web s'est accélérée⁸, l'usage qui en est fait tarde à évoluer. Les sites restent en effet des instruments de communication et ne deviennent pas de véritables outils administratifs (cf. carte *L'e-démocratie en Bretagne*).

Entre 2007 et 2010, la mise en ligne des bulletins municipaux a progressé, concernant alors de 58 % à 67 % des sites communaux. Mais la diffusion d'une newsletter (19%), la possibilité d'accès à des flux RSS - Really Simple Syndication - (14 %) ou encore les échanges entre internautes via mail ou réseaux sociaux (12 %) sont des possibilités encore peu développées par les sites communaux qui s'adaptent très lentement aux nouvelles pratiques du web 2.0. L'augmentation des contenus dédiés à la promotion de la commune, tels que la géolocalisation (de 17 % à 72 %), démontre que le site reste avant tout une vitrine, au service de l'attractivité de la ville (patrimoine, hébergements...). On y valorise la politique municipale par la diffusion d'informations reflétant les actions des élus : informations économiques (56 %), culturelles (70 %), sociales (66 %)... Hormis le formulaire de contact (77 %),

→ PRÉSENCE EN LIGNE DES SITES WEB COMMUNAUX

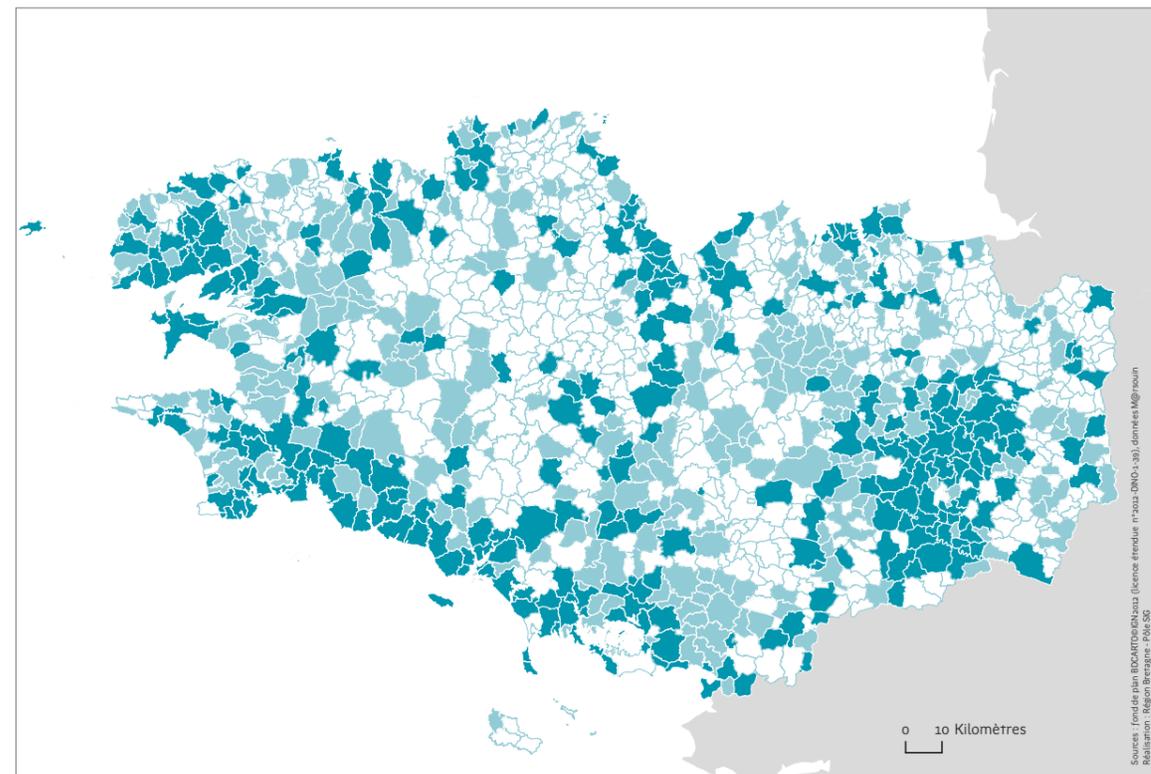


→ COMMUNES BRETONNES DISPOSANT D'UN SITE WEB EN 2009 : ■ ET 2011 : ■



→ L'E-DÉMOCRATIE EN BRETAGNE (RECENSEMENT ÉTÉ 2010)

Pas de site web : □ Peu de démocratie en ligne : ■ Une e-démocratie en marche : ■



7 - EPCI : Établissement public de coopération intercommunale (communautés de communes, communautés d'agglomération, syndicat mixte...)
8 - En savoir plus : « Mairie 2.0 : analyse des sites web communaux, recensement 2010 » <http://www.marsouin.org/spip.php?article430>

les outils de communication ou de consultation citoyenne en ligne, tels que les forums (10 %), les sondages en ligne (2 %) ou les chats (0,3 %) sont très peu proposés.

Si l'organigramme des élus et des services tend à se généraliser (85 %), les informations sur l'organisation des services (53 %), et surtout les détails budgétaires (15 %) sont moins diffusés. Le recours aux informations en ligne sur les appels d'offres n'a pas évolué en 3 ans (de 29 % à 30 %) et les services d'e-administration consistent essentiellement en une offre de téléchargement de formulaires mais ne se substituent pas à la démarche papier ou au déplacement en mairie.

Les communes de moins de 2 000 habitants sont celles qui proposent le moins de contenus administratifs, privilégiant une fois encore les informations locales et touristiques.

Les disparités jusqu'alors constatées quant à la présence en ligne des collectivités tendent à s'estomper, mais les villes doivent désormais faire face à une « fracture éditoriale ». La carte de « L'e-démocratie en Bretagne » illustre ce constat : les villes ayant mis en place un portail interactif au service des usagers et des citoyens sont encore rares et se cantonnent aux grandes agglomérations et à quelques-unes de leurs communes voisines.

Pourquoi les collectivités locales adoptent-elles l'administration en ligne ?⁹

S'il est relativement attendu que les plus grosses agglomérations sont celles qui innovent le plus, il est plus surprenant de constater que certaines communes de quelques centaines d'habitants sont à l'avant-garde de la démocratie électronique.

Trois forces agissent simultanément sur les processus d'innovation en matière de gouvernance électronique :

• Les ressources internes

La première force est interne à l'administration locale. Elle dépend de la taille de la collectivité, de ses ressources (humaines, budgétaires), mais également de la forme de son organisation qui peut ou non favoriser l'émergence d'idées nouvelles. Ces éléments favorisent clairement les plus grosses administrations. Pourtant, au sein de plus petites entités, l'innovation peut émerger, portée par un individu, un élu, un responsable administratif, voire un stagiaire qui impulse une idée et parvient à convaincre les décideurs. La « culture de l'innovation » peut être présente n'importe où.

• Le citoyen : moteur de l'adoption d'un site web

La deuxième force est constituée par la population qui donne l'impulsion à l'innovation de sa municipalité. Dans une démocratie représentative, les pouvoirs locaux portent les aspirations de leurs administrés. Une ville pourvue d'une population jeune et active est plus incitée à mettre en place des fonctions avancées d'e-démocratie pour satisfaire une population rompue aux usages de l'Internet. Pour les villes dont l'activité est principalement touristique, Internet est un vecteur de promotion essentiel pour toucher le public extérieur au territoire.

• L'adoption par « imitation »

La troisième force est importée de l'extérieur. La carte « Communes bretonnes disposant d'un site web en 2009 et 2011 » permet de visualiser cet effet de diffusion dans le territoire. Une analyse statistique plus poussée montre que la probabilité qu'une commune soit présente sur Internet est directement liée au nombre de communes voisines disposant d'un site. Cet effet de diffusion peut être le résultat d'un processus d'apprentissage. L'innovation est par définition risquée, et pour minimiser ce risque, une collectivité locale a donc intérêt à observer ce qui se passe ailleurs avant de prendre ses décisions. Les communes voisines, parce qu'elles présentent un contexte socioéconomique et géographique souvent proche, sont un point de comparaison et d'apprentissage privilégié. La concurrence peut également être un moteur pour la diffusion de l'innovation ; si une commune, grâce à sa présence en ligne, parvient à attirer un nombre important de touristes, elle contraint les communes voisines à en faire de même sous peine de voir l'activité se concentrer en dehors de sa commune.

Qu'attendent les citoyens d'un site web communal ?

78 % des internautes bretons déclarent que réaliser des démarches administratives en ligne (création d'un passeport, paiement des impôts...) est, ou serait, la fonctionnalité la plus recherchée. Un constat qui tranche cependant avec le contenu offert par les sites Internet des communes bretonnes : à l'été 2010, seule la moitié d'entre elles proposaient des outils administratifs.

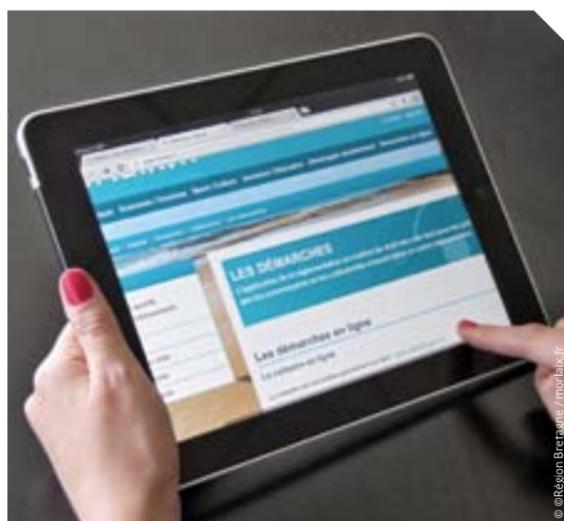
Pour 73 % des Bretons connectés, le fait de trouver des informations sur l'actualité de sa commune est également une fonctionnalité très attendue.

58 % considèrent comme important le fait de pouvoir donner son avis sur le fonctionnement de la commune.

UN FORT BESOIN DE TRANSPARENCE

71 % des internautes bretons souhaitent être informés sur la manière dont sont utilisés leurs impôts. Il est intéressant de constater que cette demande de transparence varie selon le niveau de vie perçu : si 63 % des personnes estimant avoir un revenu très confortable sollicitent cette information, ce taux atteint 75 % parmi les personnes qui considèrent avoir un train de vie difficile.

Les administrés ont majoritairement une perception positive des sites web de leur localité : 90 % des internautes estiment que les informations du site de leur commune sont fiables. 81 % les jugent récentes et 75 % les trouvent complètes.



⁹ - Ces recherches sur les causes de l'innovation dans les structures de gouvernance locale ne donnent pas seulement des clés de compréhension mais sont un outil permettant d'aiguiller les décideurs publics (EPCI, Départements, Régions, État) dans leur volonté de promouvoir et diffuser au sein du territoire les pratiques de gouvernance électronique. En savoir plus : « Les internautes moteurs des processus d'adoption et développement de l'E-Gouvernement : une étude sur les communes bretonnes » par Godefroy Dang Nguyen, Sylvain Dejean, Adrien Souquet <http://www.marsouin.org/spip.php?article454>

LES PME BRETONNES ET LE NUMÉRIQUE

Les entreprises bretonnes : toutes équipées, toutes connectées ?

En 2012, 99 % des entreprises étaient connectées à Internet. Seuls quelques commerces de détails à faible effectif ne l'étaient pas. En quatre ans, les entreprises ont augmenté leur visibilité sur le web avec une progression de l'adoption d'un site Internet de 16 points par rapport à 2008. L'évolution la plus importante est celle de l'acquisition d'un certificat électronique : aujourd'hui, 54 % des PME bretonnes en possèdent.



Seules 16 % des PME bretonnes, essentiellement issues du secteur du commerce, disposent d'une plateforme d'achat en ligne et d'un service après-vente.

ÉVOLUTION DE L'ÉQUIPEMENT

L'équipement des entreprises en outils nomades (smartphones, ordinateurs portables...) a augmenté de 10 points depuis 2008 : aujourd'hui, 85 % des PME en proposent pour tout ou partie à leurs employés en situation de mobilité. De nombreuses PME sont équipées de flottes de mobiles (78 %), mais peu encore disposent de systèmes de visioconférence (8 %). Ces derniers sont plus particulièrement utiles aux entreprises à fort effectif, dispersées sur plusieurs sites et réalisant une part significative de leur chiffre d'affaires à l'échelle nationale ou internationale.

LA FORMATION PLUS PRÉSENTE DANS LES ENTREPRISES COMPÉTENTES EN TIC

62 % des entreprises bretonnes ont proposé des formations TIC (formation à un nouvel utilitaire de messagerie, à un nouveau logiciel, à un système de visioconférence... à destination de tout ou partie du personnel) au cours des deux dernières années.

54 % des entreprises ne disposent pas de ressources humaines dédiées à l'informatique¹⁰, et 79 % ont fait appel à un prestataire informatique durant les trois dernières années.

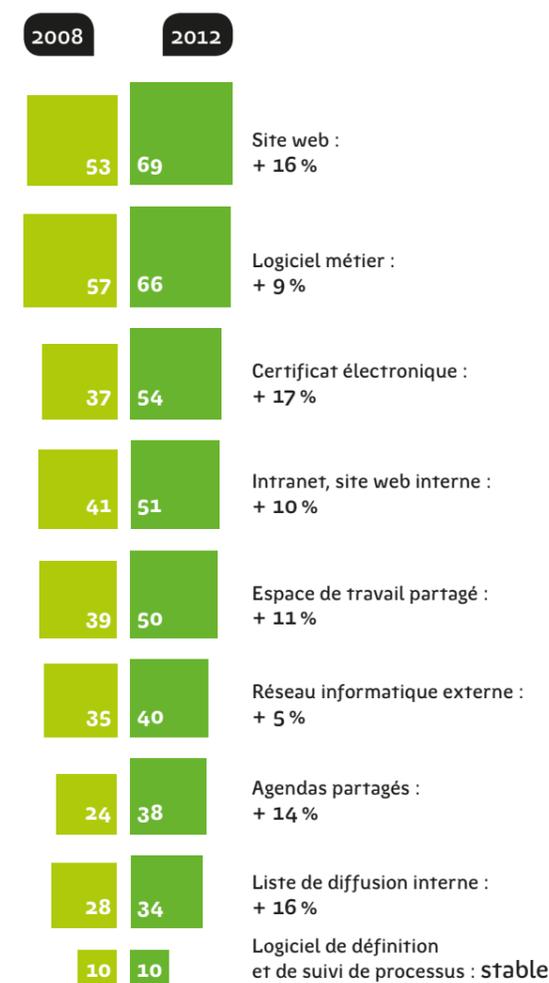
Un faible niveau de compétences techniques en interne n'induit pas cependant de besoins de formation plus importants. Si 30 % des entreprises considèrent comme prioritaire la formation de ses salariés aux TIC, ce sont majoritairement des PME innovantes au sein desquelles existent déjà des compétences et où des formations aux TIC ont été dispensées durant les deux dernières années.

Les entreprises ne proposant pas de formation n'en ressentent pas le besoin. Elles estiment que leur personnel manque de temps pour cela et qu'il peut se former sur le terrain en cas de besoin.

LE SITE INTERNET, UN OUTIL DE COMMUNICATION PLÉBISCITÉ

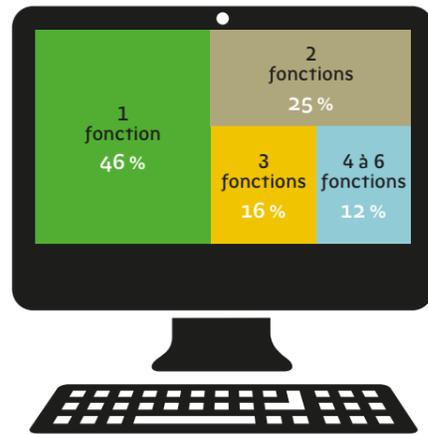
En moyenne, 69 % des PME bretonnes ont leur propre site Internet (80 % pour les entreprises de 50 salariés et plus). Vitrine de leur activité pour 97 % des entreprises présentes en ligne, il est utilisé comme vecteur d'information (21 % diffusent des offres d'emploi), mais également comme source de renseignements (31 % observent le taux de fréquentation de leur site et la provenance des visiteurs).

→ ÉVOLUTION DE L'ÉQUIPEMENT DES OUTILS TIC DANS LES ENTREPRISES (EN % D'ENTREPRISES ÉQUIPÉES)



10 - Elles n'ont pas de salarié diplômé du supérieur en informatique ou de salarié possédant des compétences techniques ou de maintenance.

→ NOMBRE DE FONCTIONNALITÉS PROPOSÉES PAR LES SITES DES PME BRETONNES (SUR 6 FONCTIONNALITÉS PROPOSÉES)



46 % des sites Internet ont pour unique fonction la présentation de l'entreprise. Lorsqu'ils présentent une deuxième fonction, il s'agit d'une page de statistiques sur les visiteurs (plutôt dans le secteur de l'industrie) ou de la vente en ligne (plutôt dans le commerce et les services).

36 % des PME possédant un site ont fait appel à une agence de webmarketing¹¹. Plus investies sur la toile, ces sociétés sont davantage présentes sur les réseaux sociaux, ont des sites un peu plus riches et une fréquence de mise à jour plus élevée que les autres. Ces entreprises ont pour principaux objectifs de :

- promouvoir leurs produits et leurs services (56 %) ;
- augmenter leurs ventes (54 %) ;
- optimiser l'image de leur entreprise (52 %) et la visibilité de leur site (36 %).

L'IDENTITÉ RÉGIONALE : UN LEVIER POUR LES ENTREPRISES ?

La moitié des PME font référence à la Bretagne sur leur site :

- 42 % intègrent une carte de la région afin d'indiquer leur localisation ;
- 15 % utilisent des visuels faisant référence à la Bretagne pour illustrer leur localisation (mer, phare, forêt de Brocéliande...) ;
- 10 % utilisent un symbole de la Bretagne (drapeau, triskell, hermine...) ;
- 8 % mentionnent la « marque Bretagne »¹² ;
- 3 % utilisent la langue bretonne.

Parmi les PME présentes sur les réseaux sociaux, 34 % font régulièrement référence à la Bretagne dans leur communication. Si 28 % de ces entreprises estiment que cette référence régionale est globalement efficace, la majorité (62 %) considère qu'elle est principalement efficace vis-à-vis de leurs clients.

UNE PRÉSENCE ÉMERGENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

16 % des entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux. Comme pour les individus, et avec une fréquence de connexion de 86 % au moins une fois par semaine ou au moins une fois par mois, Facebook est le réseau grand public le plus utilisé par ces PME bretonnes (cf. graphique ci-dessous).

Le second réseau social le plus utilisé est Twitter ; 32 % des entreprises y sont présentes, dont 19 % au moins une fois par semaine.

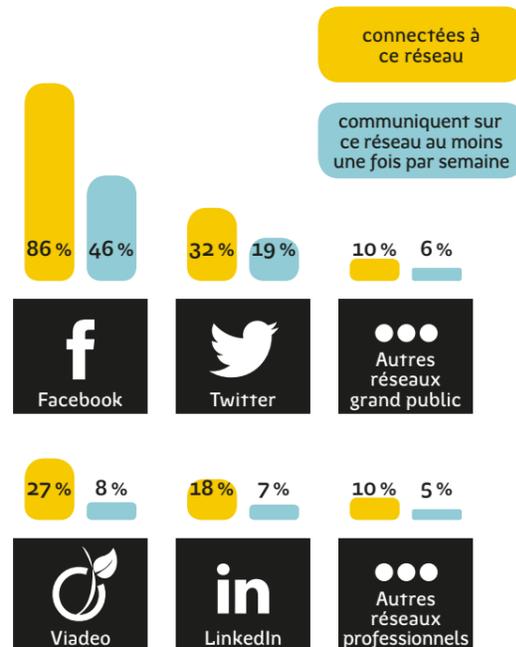
Les réseaux sociaux à vocation professionnelle (ressources humaines, prospection...) sont moins sollicités par les entreprises. Parmi eux, Viadeo est le réseau le plus fréquenté par les entreprises bretonnes. Avec un taux de 27 %, il est un peu plus consulté que LinkedIn mais présente des fréquences de connexion similaires.

L'IMPACT DES TIC SUR LES PERFORMANCES DES ENTREPRISES

Pour 28 % des PME, l'investissement dans les TIC est considéré comme indispensable pour conserver leur marché. Plus l'investissement et l'appropriation des TIC est élevé, plus leur impact est ressenti comme positif, notamment concernant la circulation de l'information dans l'entreprise et auprès des partenaires (48 % des PME). A contrario, cet effet positif est moins perçu sur le chiffre d'affaires (21 % perçoivent un impact très positif et 35 % considèrent qu'il n'y a aucun impact).

Plus généralement, une appropriation élevée des TIC est associée à un marché principal en croissance, à un chiffre d'affaires élevé et à plus d'effets positifs perçus sur les performances de l'entreprise.

→ COMPORTEMENT DES ENTREPRISES BRETONNES PRÉSENTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Le numérique, réel vecteur du travail à distance ?

S'il est communément admis que le développement des TIC permet le développement du travail à domicile, l'étude montre qu'il n'est pas le facteur déterminant pour l'adoption de cette pratique.

UNE PRATIQUE EN DÉVELOPPEMENT

Le travail à domicile est une pratique le plus souvent observée dans la catégorie des cadres et des professions intellectuelles supérieures.

Parmi les 29 % d'actifs bretons travaillant à domicile, 49 % le font parce que leur lieu de travail est leur domicile (agriculteurs, artisans, chefs d'entreprises, assistantes maternelles par exemple). Pour 24 %, principalement les professions libérales, cette pratique est contractualisée. 27 % le font de manière non contractuelle.

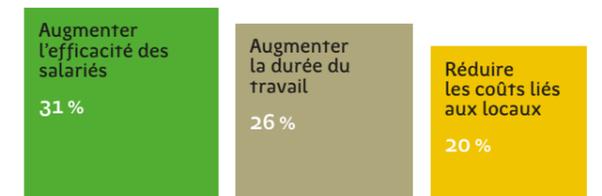
LES ENTREPRISES ET LE TRAVAIL À DOMICILE

13 % des entreprises bretonnes ont recours au travail à domicile¹³ régulier et 19 % des PME ont au moins un salarié qui travaille de temps en temps de son domicile ou d'un bureau distant.

Si 83 % des entreprises pratiquant le travail à domicile ont équipé leurs salariés concernés d'outils spécifiques (ordinateur portable, smartphone...), elles ne sont plus que 42 % à avoir investi dans des solutions dédiées (plateformes collaboratives, accès aux bases de données...).

Parmi les 87 % d'entreprises bretonnes n'ayant pas instauré le travail à distance, seules 17 % considèrent qu'elles n'ont pas l'équipement technologique adéquat pour le mettre en place. Pour les entreprises, c'est la possibilité d'augmenter l'efficacité des salariés qui est la motivation principale au travail à distance. 18 % des salariés sont en accord avec cela car ils s'estiment plus efficaces lorsqu'ils travaillent à domicile.

→ LES MOTIVATIONS DES ENTREPRISES AU TÉLÉTRAVAIL



11 - Ensemble des techniques marketing et publicitaires utilisées dans l'environnement Internet.

12 - La « marque Bretagne » est une marque de territoire destinée à être partagée par tous ceux qui se réfèrent à la Bretagne pour se faire connaître et promouvoir leurs intérêts ou leurs créations sur la scène nationale ou internationale. Plus d'infos sur www.marque-bretagne.fr

13 - Au regard de la définition de l'Insee qui considère qu'une entreprise pratique le télétravail si elle a des personnes qui travaillent au moins une demi-journée par semaine en dehors de ses locaux.

LES MOTIVATIONS DES SALARIÉS

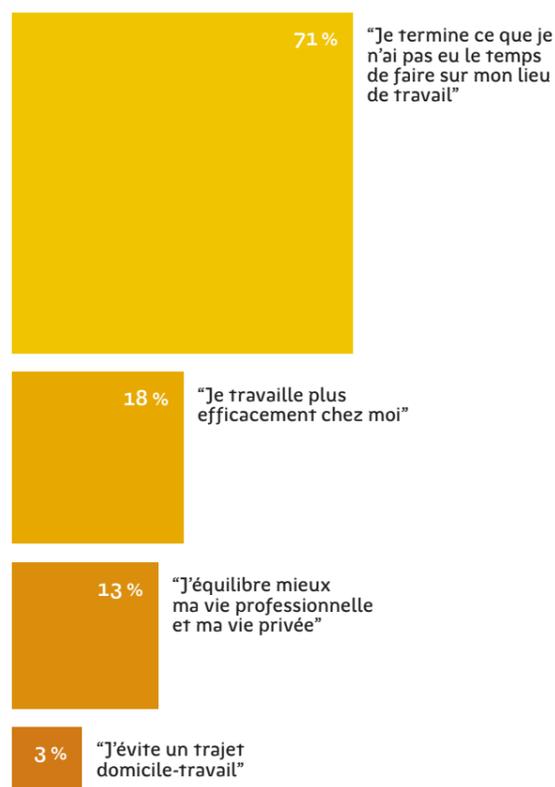
La principale motivation des salariés qui travaillent à domicile est de pouvoir terminer une tâche qui n'a pu être finalisée sur son lieu de travail, faute de temps (71% d'entre eux). Ce résultat sous-entend que le travail à domicile permet de compléter les activités effectuées sur le lieu de travail sans pour autant s'y substituer.

Les technologies numériques viennent facilement en appui des tâches les plus simples (synchroniser un agenda, gestion des mails, bureautique) mais sont encore peu matures lorsqu'il s'agit d'échanger des informations complexes (partage d'expérience et de savoir-faire, management d'équipe...).

LE TRAVAIL À DISTANCE : UNE GRANDE ILLUSION ?

Le principal frein au développement du travail à distance relève de l'activité même de l'entreprise. Pour 88% d'entre elles et 93% des individus interrogés, le travail à distance n'est pas instauré car cette activité nécessite la présence de l'ensemble des collaborateurs sur site. Les tâches à accomplir ne sont pas compatibles avec une organisation à distance. L'autre inconvénient, le plus souvent souligné par les entreprises, est le manque d'interaction entre les salariés. Alors que les TIC permettent théoriquement d'affranchir la distance, il semblerait que le contact en face à face soit une préoccupation importante des entreprises et limiterait, dans deux cas sur trois, une éventuelle mise en place du télétravail.

→ LES MOTIVATIONS DES SALARIÉS AU TRAVAIL À DISTANCE (À DOMICILE)



LES ARTISANS BRETONS ET LE NUMÉRIQUE

Les artisans bretons ont-ils apprivoisé le web ?

Les entreprises artisanales ont beaucoup évolué depuis la dernière étude réalisée en 2006. Alors qu'auparavant, seules 44% des TPE artisanales étaient équipées d'un ordinateur et que l'accès à Internet était souvent facultatif, en 2012, 95% d'entre elles sont équipées d'un ordinateur et quasiment systématiquement connectées à Internet (ADSL).

Les derniers équipements technologiques tels que le smartphone ou la tablette numérique, possédés respectivement par 19% et 4% des artisans, suivent le taux d'équipement de la population bretonne.



LE SITE INTERNET, VECTEUR DE PROMOTION

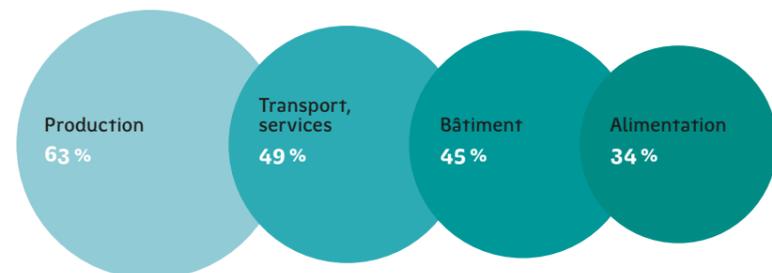
47% des entreprises possèdent un site Internet début 2012 : 92% des artisans y voient l'occasion d'augmenter leur visibilité sur le marché. Mais cela se limite souvent à cet effet, car les sites ne proposent que très rarement des fonctionnalités plus développées, telles que la possibilité de faire des devis ou de payer en ligne. 70% des sites ne contiennent qu'une présentation de l'entreprise et une rubrique « Contact ».

71% des artisans ont fait appel à un prestataire extérieur pour assurer la création et la gestion de leur site Internet. On note toutefois que lorsque l'artisan a développé lui-même son site, son contenu est plus riche et la fréquence de mise à jour plus élevée.

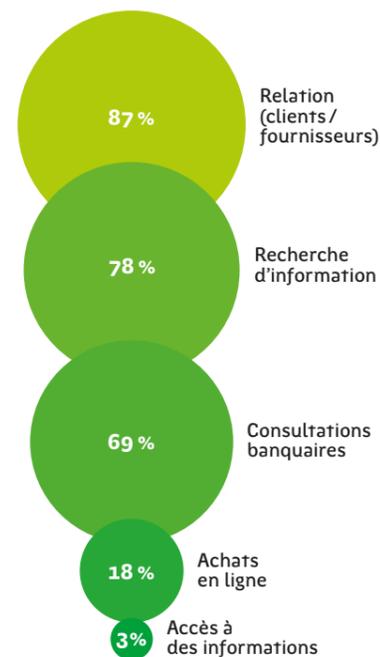
LES NON-INFORMATISÉS

Ils représentent 5% de tous les artisans et sont essentiellement des professionnels de l'alimentation, tels que des artisans boulangers-pâtisseries. La principale raison invoquée pour justifier ce non-équipement est le manque d'utilité perçue au sein de l'entreprise pour 75% des artisans non-équipés.

→ PROPORTION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ DE TPE ARTISANALES BRETONNES DISPOSANT D'UN SITE INTERNET



→ PRINCIPAUX USAGES D'INTERNET PAR LES ARTISANS BRETONS



QUELS USAGES D'INTERNET?

En 2012, les usages d'Internet identifiés comme les plus fréquents chez les artisans sont identiques à ceux observés en 2006. Internet s'inscrit toujours dans les pratiques de la vie quotidienne (recherche d'informations, activités bancaires...). L'achat en ligne reste toutefois peu utilisé chez les artisans (18%), comparativement à la population bretonne en général (46% des Bretons ont fait des achats en ligne en 2012). La faible inscription en ligne à une formation s'explique par le fait que celles-ci ne sont encore que peu plébiscitées par les artisans.

L'IMPACT DES TIC DANS LA GESTION DE L'ENTREPRISE ARTISANALE

L'impact positif des TIC est surtout reconnu dans la gestion de l'entreprise, dont elles facilitent l'exécution et diminuent les coûts. Grâce à elles, les artisans constatent également une diminution des délais et une augmentation de leur notoriété.

Si la majorité d'entre eux n'observe pas d'impact direct sur leur chiffre d'affaires, les artisans mettant en place des outils plus avancés tels qu'un site Internet étoffé constatent une amélioration de leurs résultats.

D'une manière générale, parmi les artisans, ceux étant les plus adeptes de l'informatique (environ 19% de la population concernée) observent un impact positif de l'informatisation de leur entreprise sur leur activité.



MÉTHODOLOGIE

La lecture de résultats d'enquête est toujours un exercice délicat : seules les personnes qui ont accepté de répondre sont comptabilisées dans le pourcentage.

DES INDICATEURS DE TENDANCE FIABLES

Le lecteur doit garder à l'esprit que ces chiffres sont des approximations ; une variation d'un ou deux points de pourcentage des réponses à une question ne peut pas être interprétée car elle se situe dans l'intervalle d'incertitude. Ces chiffres sont donc des indicateurs fiables de tendance, et non une mesure exacte des proportions d'utilisateurs et de non-utilisateurs.

▪ Enquête « Résidentiels » 2012

L'enquête « Résidentiels » (personnes et ménages) a été réalisée par téléphone aux mois de janvier et février 2012. Ce sondage mené auprès d'environ 2 000 personnes âgées de 15 ans et plus a été conçu selon la méthode des quotas et est représentatif de la population bretonne, en termes d'âge, de sexe, de catégorie socioprofessionnelle et de lieu de résidence (unité urbaine et départementale).

Les données d'équipement, quant à elles, ne sont pas le reflet de l'équipement individuel mais de celui des foyers (en termes de nombre de personnes, âge et profession du chef de famille, lieu de résidence).

▪ Enquête « Communes » 2010

L'observatoire de M@rsouin, OPSIS¹⁴, a effectué une étude des contenus des 660 sites Internet officiels des communes bretonnes recensés à l'été 2010 sur le web. La photographie de ces sites web communaux a été réalisée à partir d'une grille prédéfinie de 75 critères.

▪ Enquête « Petites et Moyennes Entreprises » 2012

L'enquête auprès des entreprises a été réalisée en ligne durant les mois d'octobre et novembre 2012. Elle s'adressait aux 7 000 dirigeants des entreprises implantées en Bretagne, inscrites au registre du commerce et des sociétés de 10 à 250 salariés des secteurs de l'industrie (hors agriculture), du commerce et des services.

Dans une seconde phase, l'échantillon a été complété par des contacts téléphoniques.

L'enquête a été réalisée selon la méthode des quotas ; les critères de représentativité choisis sont la Chambre de commerce et d'industrie de rattachement, le secteur d'activité et l'effectif salarial.

▪ Enquête « Très Petites Entreprises » 2011

Cette enquête, réalisée en partenariat avec la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de Bretagne ainsi qu'avec e-megalis, a été menée en novembre 2011 auprès des entreprises artisanales inscrites au registre de la Chambre régionale de métiers de Bretagne. Un échantillon composé de 2 000 artisans et représentatif en termes de secteur d'activité et de département, a été interrogé par téléphone.

M@RSOUIIN

Le Groupement d'intérêt scientifique M@rsouin a été créé en 2002 à l'initiative du Conseil régional de Bretagne. Axe TIC de la MSHB (Maison des sciences humaines de Bretagne), le Gis fédère 12 centres de recherche en Sciences humaines et sociales des 4 universités bretonnes et de 3 grandes écoles (Télécom Bretagne, IEP Rennes, Ensaï), travaillant sur les usages des Technologies de l'Information et de la Communication.

Le Gis dispose d'un observatoire « OPSIS » qui associe à la construction de ses enquêtes des chercheurs en sciences humaines et sociales et propose des questionnaires enrichis des problématiques de la recherche scientifique.

Les principales missions de M@rsouin :

- Évaluation des politiques publiques avec la Région Bretagne ;
- Mesure et analyse des équipements et usages numériques des individus, collectivités et entreprises bretonnes ;
- Montage et soutien de projets scientifiques - Participation à des projets de recherche soutenus par :
 - > l'Union européenne
 - > l'Agence nationale de la recherche
 - > le ministère de l'Industrie
 - > le ministère de la Culture et de la Communication.
- Collaborations avec des acteurs publics et privés :
 - > le pôle Images & Réseaux
 - > e-megalis
 - > la Chambre de commerce et d'industrie de Bretagne
 - > la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de Bretagne
 - > Orange
 - > SNCF
 - > Roulez malin
 - > Wikipédia France...

Plus d'informations : contact@marsouin.org | www.marsouin.org

