

Consommation et modes de vie

TPE et PME : l'indispensable virage numérique est en bonne voie

Elodie Alberola | Sylvie Bourdon | Patrick Duchen

La France compte 4,6 millions de TPE (très petites entreprises, moins de 10 salariés) et 160 000 PME (petites et moyennes entreprises, entre 10 et 249 salariés). Elles jouent un rôle central dans le tissu productif, représentant 46 % des salariés du secteur privé et 36 % du chiffre d'affaires des entreprises. Elles contribuent au maillage économique des territoires tout en relevant des défis de production, de gestion RH et d'innovation.

La numérisation représente pour ces entreprises un axe de développement capital. Mais elles sont souvent confrontées au manque de temps et de trésorerie. Depuis 2018, elles peuvent être accompagnées par France Num, initiative gouvernementale pour la transformation numérique des TPE et PME, coordonnée par la Direction générale des entreprises. Celle-ci a confié au CRÉDOC le Baromètre de la transformation numérique des TPE et PME.

Les résultats de la 4^e édition montrent une réelle prise de conscience de la nécessité de la numérisation, via la création d'un site Internet notamment, même si la France reste en dessous de la moyenne européenne. Plusieurs secteurs comme l'agriculture, les transports, le BTP ou l'agroalimentaire peinent encore à prendre ce virage tandis que la cybersécurité est une préoccupation croissante. Plus en pointe, certaines TPE et PME affichent un réel intérêt pour l'intelligence artificielle, l'analyse de données et pour la sobriété numérique.

Être visible sur Internet, une question existentielle

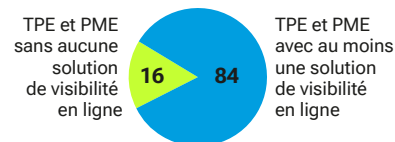
La crise sanitaire et les confinements successifs ont été un accélérateur de la prise de conscience des entreprises, notamment des TPE et PME, de la nécessité d'être présentes en ligne pour se rendre davantage visibles, rester en contact avec les clients, et continuer de se développer. La visibilité des TPE et PME sur Internet, via un site dédié à l'entreprise et une activité sur les réseaux sociaux, est de l'ordre de 84 % en 2023. Ce niveau témoigne de l'ampleur de la transformation numérique que ces entreprises ont opérée : alors

que seulement 37 % déclaraient avoir un site Internet avant la crise sanitaire en mars 2020, cette proportion est passée à 67 % en 2023. Pour les seules PME, ce virage numérique permet à la France de s'approcher (68 %) de la moyenne européenne de celles qui ont un site (78 %), mais elle reste loin de pays comme l'Allemagne (93 %) ou la Finlande (98 %).

Ce taux est plus élevé pour les secteurs des nouvelles technologies, de l'industrie, de l'artisanat et du commerce.

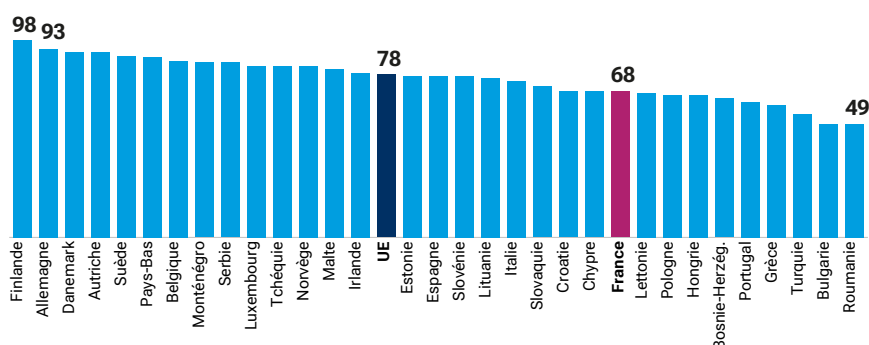
La plupart des TPE et PME ont au moins une solution de visibilité en ligne... mais moins souvent un site Web, domaine où la France reste éloignée de la moyenne européenne

Site Internet, compte sur réseaux sociaux, référencement gratuit ou payant sur Internet (en %)



Source : CRÉDOC pour DGE-France Num - 2023

Union européenne : PME ayant un site Web en 2023, hors agriculture et services financiers, par pays (en %)



Source : Eurostat 2023

À l'opposé, l'agriculture, les transports, le BTP ou l'agroalimentaire sont plus réticents. L'absence de bénéfice pour l'activité ou le métier est la principale raison pour ne pas disposer d'un site Internet (53 %), viennent ensuite les difficultés financières (19 %), un retour sur investissement jugé trop limité et la contrainte de la mise à jour. Les TPE et PME se préoccupent sans doute plus particulièrement de la balance entre les moyens financiers ou humains dédiés à l'animation de ces solutions et les bénéfices attendus.

Une partie non négligeable de dirigeants se sont également emparés des réseaux sociaux : 35 % des TPE et PME se déclarent actives *via* cet outil efficace pour développer la visibilité, la notoriété de l'entreprise et acquérir de nouveaux clients.

Comme en témoigne Alexandre, dirigeant d'une TPE (1 salarié) dans les technologies de l'information (rédaction de constats d'accidents dématérialisés) : « *Le numérique est indispensable pour continuer à exister. Si le monde des TPE ne se met pas au numérique, il disparaîtra. Il faut communiquer et être sur les réseaux sociaux. Il y a actuellement une dichotomie entre les grands groupes et les TPE. L'intégration numérique doit se faire à tous les niveaux.* »

La digitalisation, un facteur de croissance

Au-delà de la seule visibilité sur Internet, la transformation numérique est un enjeu de compétitivité de mieux en mieux compris par les TPE et PME. À la suite d'une forte hausse en 2022, les trois quarts (76 %) pensent désormais qu'elle représente pour elles un bénéfice réel ; cette proportion était de 68 % avant la crise sanitaire. On remarque une baisse en 2023 (-5 points par rapport à 2022), probablement le contrecoup de la forte hausse constatée au début de la crise sanitaire.

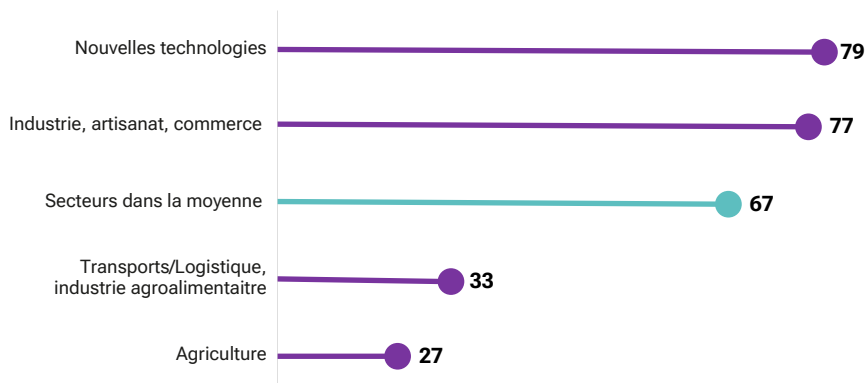
Ce constat d'une image positive du numérique pour l'entreprise est encore plus fréquent dans les secteurs des nouvelles technologies (95 %), de la finance/assurance (84 %) ainsi que des services à la personne (83 %). Pour ce dernier secteur, les entreprises ont rendu davantage visible leur offre en créant un site, en prospectant par messagerie (@mailing) et en utilisant des logiciels dédiés à la facturation et à la relation client.

Dans le détail, 74 % des dirigeants déclarent que les actions de digitalisation

Les transports, l'agroalimentaire et l'agriculture en retrait

TPE et PME les plus équipées et les moins équipées d'un site Internet par secteur d'activité (en %)

(Moyenne 67 %, -1 point par rapport à 2022)

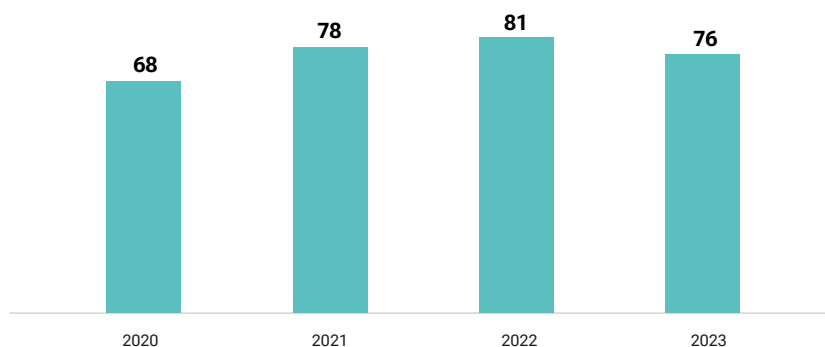


Source : CRÉDOC pour DGE-France Num - 2023

Un bénéfice désormais bien perçu

Le numérique aujourd'hui représente un réel bénéfice pour mon entreprise

Cumul des réponses plutôt d'accord + tout à fait d'accord (en %)



Source : Années 2021, 2022 et 2023 CRÉDOC pour DGE-France Num, année 2020 BCG/EY

mises en œuvre leur ont permis de faciliter la communication avec leurs clients et 59 % avec leurs collaborateurs. Un sur deux déclare également faire des économies : moins d'impressions, d'envois postaux, diminution des coûts de stockage... En outre, alors qu'ils étaient 37 % à déclarer que le numérique leur permettait de gagner de l'argent en 2022, ils sont 39 % à l'affirmer en 2023. Une entreprise sur deux (51 %) capte désormais au moins 5 % de ses clients en ligne. Ce chiffre, en forte hausse (+8 points par rapport à 2023), varie selon les secteurs : l'hébergement et la restauration (79 %) et les services à la personne (68 %) sont largement au-dessus, tandis que le transport et la logistique, l'agriculture et l'industrie agroalimentaire sont moins nombreux à trouver des clients sur Internet.

L'IA et l'analyse de données, des opportunités pour les TPE et PME

L'intelligence artificielle n'est pas réservée uniquement aux grandes entreprises. Les TPE et PME peuvent bénéficier de cette technologie pour optimiser leur activité, améliorer l'expérience client ou encore réduire leurs coûts. Mais en 2023, 5 % seulement utilisent des solutions d'intelligence artificielle, même si le chiffre double dans le secteur des services à la personne. Bien que dotées d'un budget moins élevé, les TPE et PME peuvent profiter des avantages de l'IA générative afin d'augmenter leur productivité par la rédaction de do-

uments, la création de réponses automatiques aux clients, la génération de contenu marketing, l'automatisation des tâches répétitives. L'IA devrait leur permettre, quels que soient leur taille et leur profil, d'accéder à de véritables outils d'aide à la décision. La difficulté à imaginer comment ces solutions peuvent être appliquées concrètement à l'entreprise et pour quelles améliorations est le principal frein du recours à L'IA.

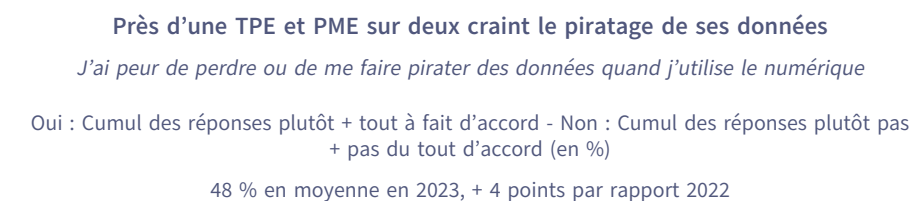
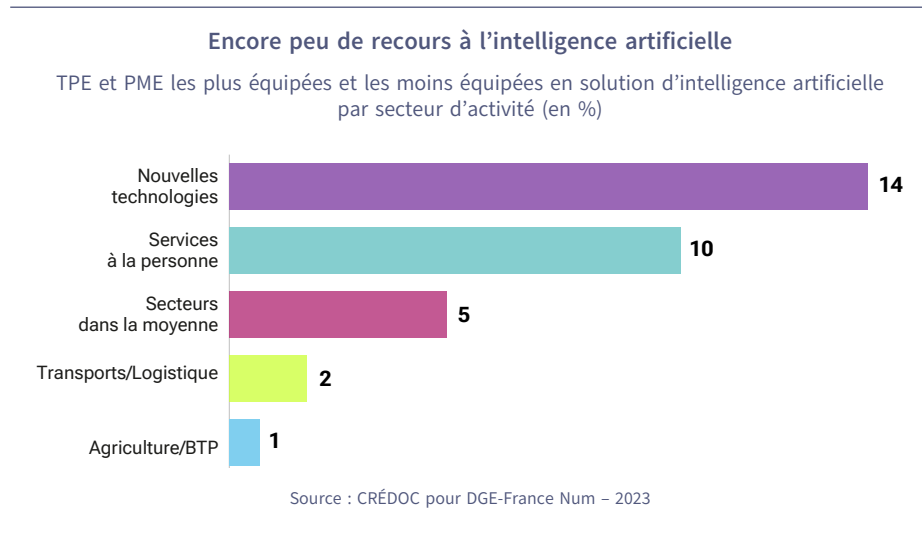
En revanche, les solutions d'analyse de données apparaissent plus accessibles : 11 % y ont recours, une proportion qui s'élève à 16 % dans les TPE et PME du commerce.

Comme l'indique Ludovic, propriétaire et dirigeant de quatre sites de carrosserie spécialisée en Auvergne Rhône Alpes avec 5 salariés par atelier : le numérique est un pilier indispensable à la gestion de la production, à la construction de relations client durables et à la stimulation du développement économique. Passionné par son métier et par les nouvelles technologies, il veut faire avancer le secteur de la réparation automobile (gestion de la difficulté d'un véhicule accidenté). Il a gagné en confort de travail et en productivité (plannings, plans de charges des salariés situés dans des villes différentes). Convaincu par le numérique, il est sur un projet de process avec l'aide de l'IA pour automatiser l'ensemble des devis et des courriers, et pour créer une interface pour la signature électronique du client sans que celui-ci ait à se déplacer pour signer le devis.

La cybersécurité, sujet de préoccupation majeur

Les cyberattaques ne touchant pas que les grandes entreprises, la peur du piratage et de la perte de données gagne du terrain et touche désormais près d'une TPE et PME sur deux : 48 % en 2023, soit +12 points par rapport à 2020. Les attaques sont de nature multiple : phishing, wifi hackée, rançongiciel, usurpation d'adresse IP, logiciel malveillant, fraude au président...

Comme en témoigne Paul, dirigeant d'une PME (19 salariés) dans le secteur de la rénovation des bâtiments qui a été victime d'une attaque : « Tout le serveur avait été hacké et bloqué pendant 15 jours. Pour m'en sortir, j'ai choisi de payer une certaine somme en bitcoins, et les hackers m'ont laissé tranquille. »



De son côté, Michel, dirigeant d'une TPE (4 salariés) fabriquant des machines spécialisées en confiserie nous livre son expérience : « Une très grande attention est portée aux mails entrants, et dès que c'est suspect, on supprime sans hésitation. On en parle souvent dans l'entreprise. »

La sensibilité environnementale et locale gagne du terrain

Nombreuses sont les TPE et PME à être désormais sensibles à la sobriété numérique, notamment parmi les dernières générations de dirigeants. Elles déclarent mettre en place des actions en faveur de la préservation de l'environnement : écogestes, achat d'équipements numé-

riques d'occasion, recyclage des équipements. La préoccupation de collaborer avec des prestataires locaux s'affirme également. Quatre entreprises sur cinq (81 %) déclarent privilégier un prestataire français pour acheter des services, dont 56 % un prestataire géographiquement proche de l'entreprise.

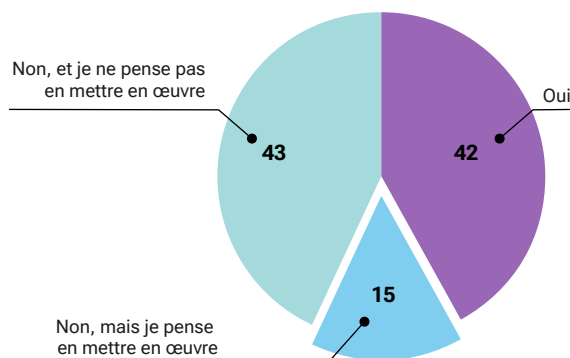
Comme l'indique Elisabeth, dirigeante d'une start-up (3 salariés) de recyclage des vêtements usagés : « L'entreprise est très sensible à l'impact environnemental. Il faut prendre le virage. L'entreprise est située dans un bâtiment éco conçu. Il y a des panneaux solaires, la température dans les locaux est toujours constante, il y a des bornes électriques pour recharger les véhicules et un garage vélo. Les ordinateurs sont achetés neufs mais pas les téléphones portables. Pour le site Internet, il a un faible poids environnemental, étant créé par des lignes de code et non des templates ».

Pour sa part, Xavier, dirigeant d'une imprimerie (8 salariés) met des actions en place : « Avec les nouveaux outils de production numérique, il y a moins de gâchis papier, moins de consommation électrique et moins de produits chimiques utilisés potentiellement dangereux. Je suis aussi sur un projet de coopérative de production électrique avec des panneaux photovoltaïques. »

Si près des trois quarts des TPE et PME (71 % +4 points) ont l'intention de réaliser des projets numériques dans les deux prochaines années, leurs dirigeants expriment néanmoins des préoccupations quant à la sécurisation des données et au nécessaire retour sur un investissement. Environ un tiers affirment ne pas avoir de compétence numérique ni de projet pour en acquérir (+6 points). 36 % des dirigeants se tournent désormais vers leurs réseaux professionnels (+4 points) ou vers leur expert-comptable (10 % +3 points) pour se faire conseiller plutôt qu'à leurs réseaux personnels (13 %, en baisse de 8 points). Le besoin de réas-

La sobriété numérique, une préoccupation qui gagne du terrain

TPE et PME ayant mis en place des actions en faveur de la sobriété numérique : écogestes, achat d'équipement numérique d'occasion, recyclage des équipements... (en %)



Source : CRÉDOC pour DGE-France Num – 2023

surance et d'accompagnement demeure important mais seules 14 % des TPE et PME ont identifié l'offre de services de France Num pour accompagner leur

transformation numérique indispensable à leur développement économique et à leur compétitivité.

Méthodologie

En 2023, 9 453 entreprises (hors microentreprises) ont répondu au questionnaire, en ligne (8 713 réponses) ou par téléphone (740 réponses) : 3 343 PME et 6 110 TPE, dont 2 056 de 0 salarié. Le recueil des données a eu lieu du 9 mars au 7 avril 2023. Afin que l'échantillon soit représentatif des TPE et PME françaises, le redressement des données s'est effectué selon trois critères : la taille (6 tranches de taille), le secteur d'activité (12 secteurs) et la région (13 régions France métropolitaine).

Par ailleurs, 26 entreprises ont été interrogées via des entretiens semi-directifs afin de mieux comprendre la manière dont elles vivent leur transformation numérique. L'entretien semi-directif est une technique d'enquête permettant d'orienter en partie (semi-directif) le discours des personnes interrogées autour de différents thèmes définis au préalable par les enquêteurs.

Pour en savoir plus

- France Num, <http://www.francenum.gouv.fr/>
- La numérisation en Europe, Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/digitalisation-2023>
- « Numérisation des entreprises françaises », Trésor-Éco, n° 271 (novembre 2020), economie.gouv.fr
- « Intelligence artificielle, croissance et emploi : le rôle des politiques », P. Aghion, C. Antonin et S. Bunel (2019), INSEE, Économie et statistique, 510, 149-164
- "Growth factors in developed countries: A 1960-2019 grow accounting decomposition", G. Cette, A. Devillard et V. Spiezia (2020), Banque de France WP 78

Directeur de la publication: Christian Tardivon

Rédacteur en chef: Yvon Rendu

Relations publiques et presse: Jörg Müller | 0140778532 | E-mail: muller@credoc.fr

CRÉDOC, 142, rue du Chevaleret, 75013 Paris | Commission paritaire n° 2193 | AD/PC/DC | www.credoc.fr

Design graphique: Marlène Dorgny | Mise en page: kit-de-com.fr