



Baromètre France Num 2022

Résultats de l'enquête 2022

Animateur



Philippe BLOCH
BFM Business

**Animateur, auteur et
conférencier**

Intervenants



Patrick DUCHEN
CREDOC

**Directeur d'Etudes et
de Recherches**



Aurélien PALIX
Direction générale des entreprises

**Sous-directeur des réseaux et
usages numériques au Service
de l'économie numérique**

Le baromètre France Num

Présentation dans le cadre de Paris Retail Week

- > Pour la 3e année consécutive, France Num a mené une l'enquête auprès des TPE et PME pour mesurer leur degré de numérisation.
- > Au travers de cette étude approfondie confiée pour la seconde fois au Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC), France Num a pu identifier :
 - > les caractéristiques des usages numériques des TPE/PME, qui diffèrent selon les secteurs et la taille des établissements
 - > les leviers et freins à leur transition numérique
- > Une synthèse de ces résultats est ici présentée dans le cadre du salon Paris Retail Week 2022, avec un focus sur le secteur du commerce (détail et gros), pour comparaison avec l'ensemble des TPE/PME, pour un certain nombre d'entre eux.

Méthodologie de l'enquête

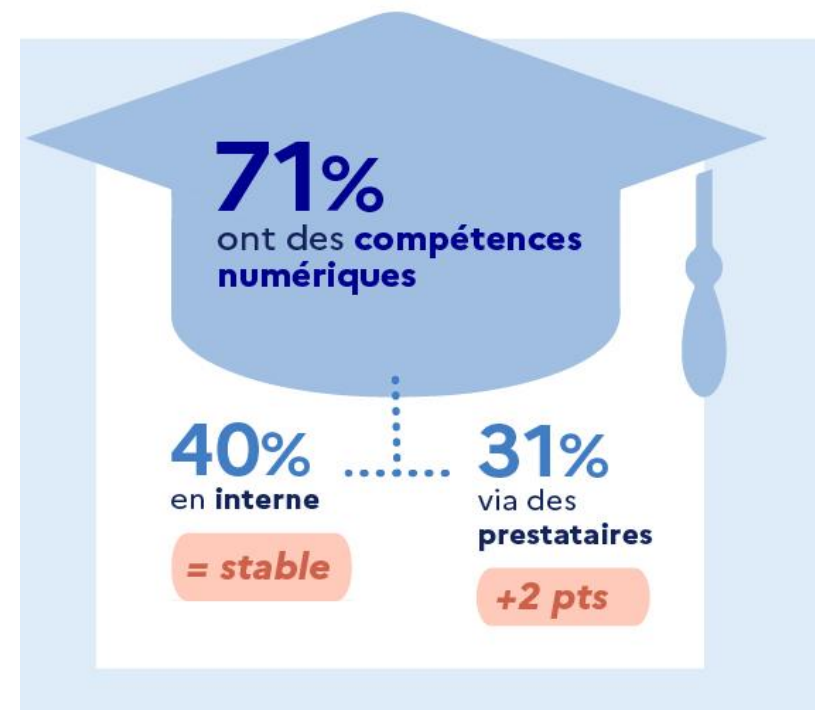
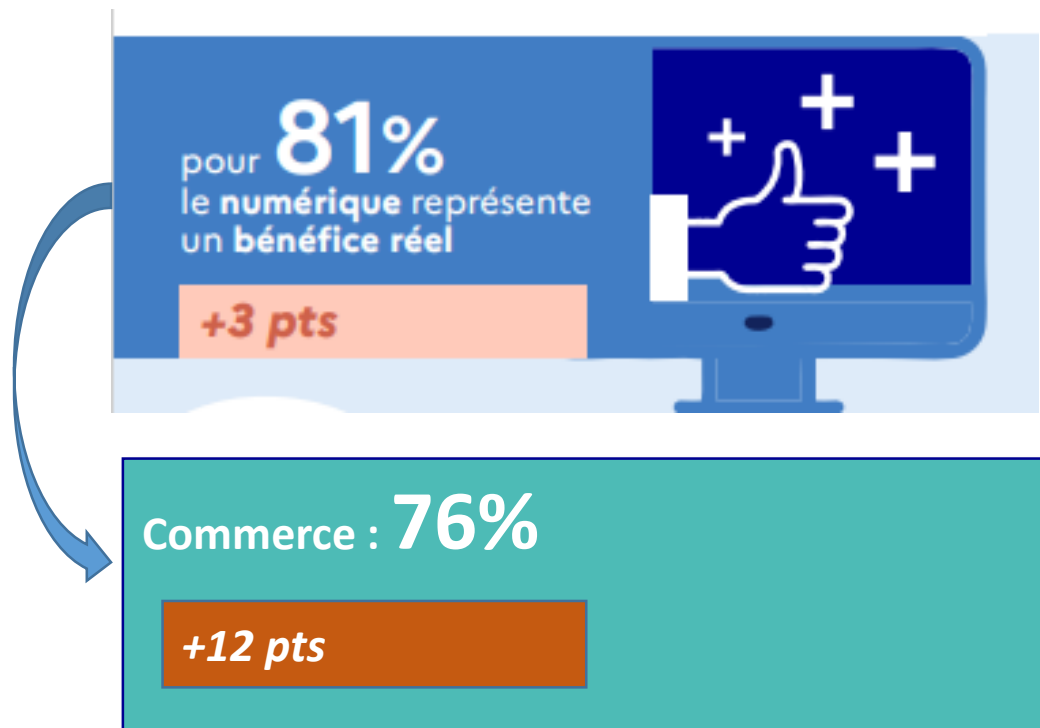
- > **4 671 entreprises de 0 à 249 salariés répondantes (contre 2 796 en 2021)**
 - > 1 463 PME
 - > 3 208 TPE, dont 945 de 0 salarié

- > **Recueil du 25/02/2022 au 29/03/2022**
 - > 3 848 réponses obtenues en ligne
 - > 823 par téléphone

- > **Redressement des données**
 - > Taille (6 tranches de taille)
 - > Secteur d'activité (12 secteurs)
 - > Région (5 grandes régions)

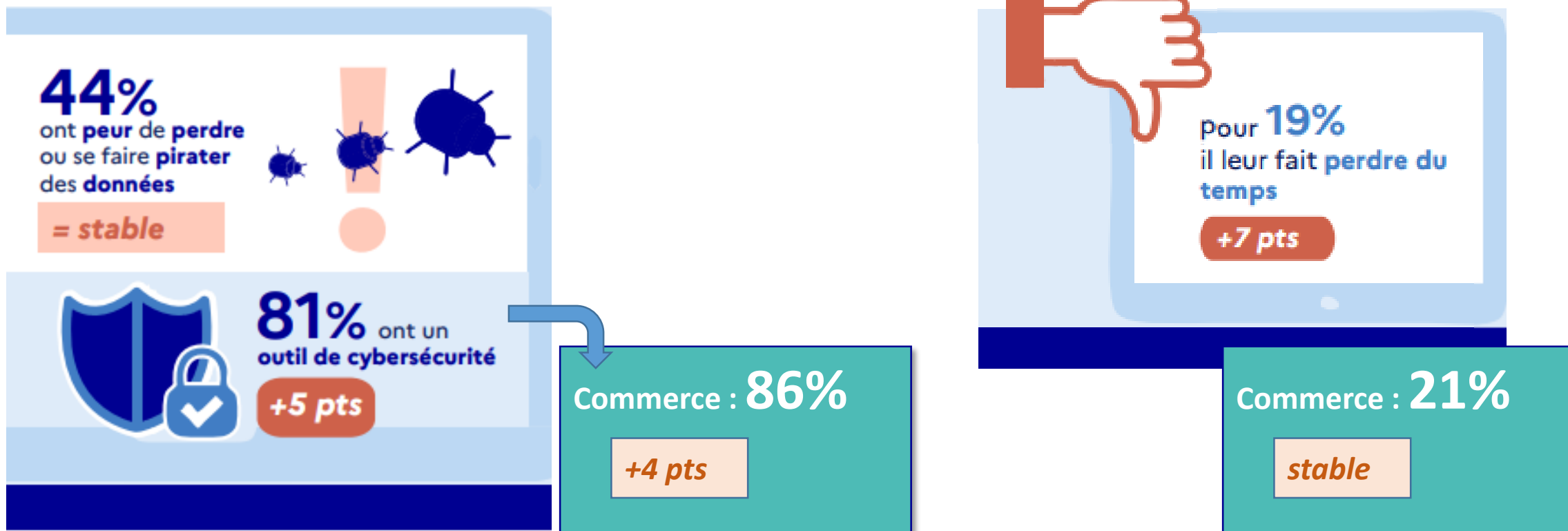
Perception et compétences

- > Les TPE-PME continuent de porter très majoritairement un regard positif sur le numérique, et poursuivent le développement de leurs compétences (via des prestataires).
- > Avec une forte progression en 2022, les entreprises du commerce apparaissent convaincues dans les mêmes proportions.



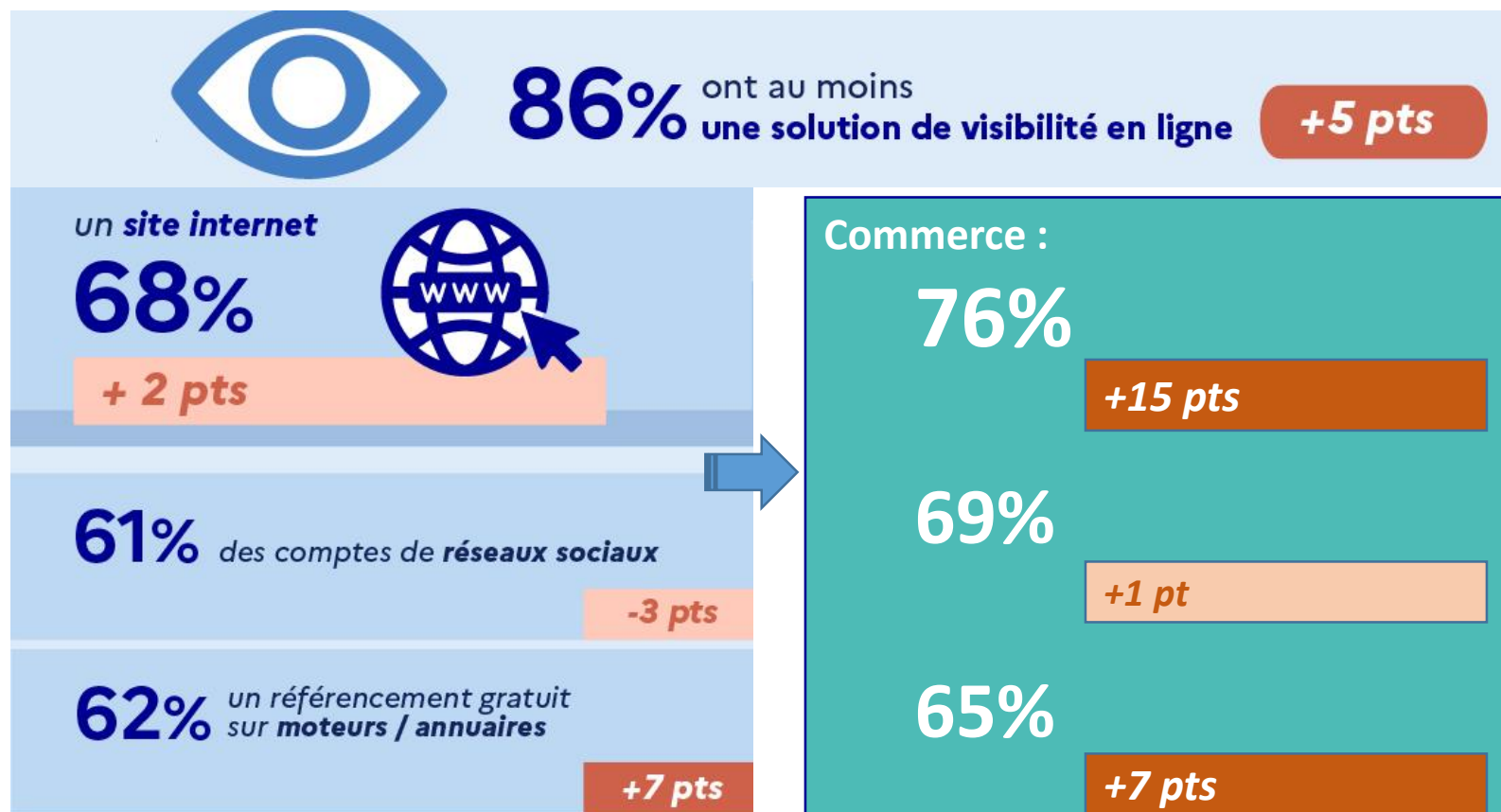
Craintes

- > Le numérique continue de susciter des **craintes liées aux risques de piratage**.
- > Et certaines entreprises considèrent qu'il est **chronophage**.
- > Les entreprises du commerce sont davantage équipées en cybersécurité



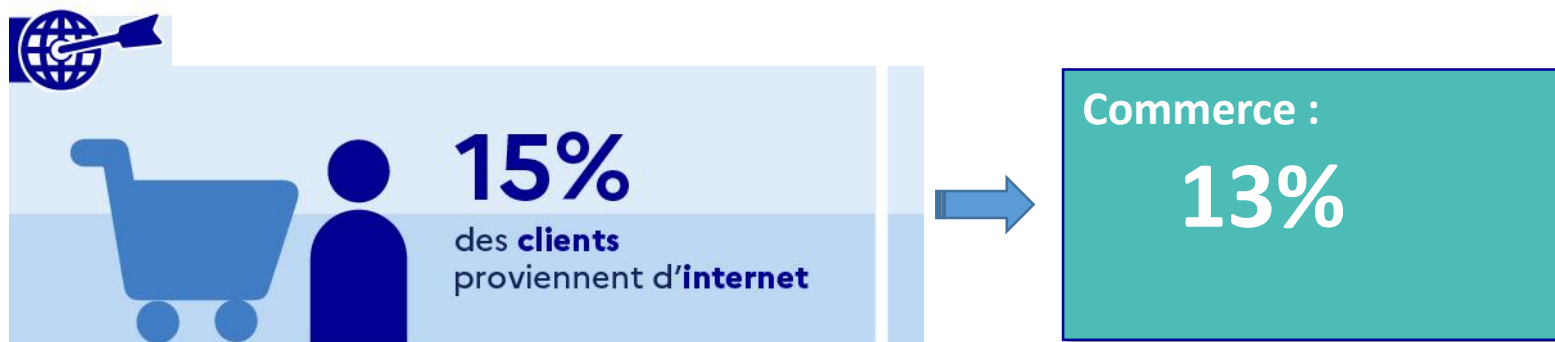
Visibilité en ligne

- > La **présence** des entreprises **sur internet s'amplifie**.
- > Les entreprises du **commerce** sont encore plus équipées en solutions permettant leur mise en visibilité en ligne, et se situent dans une **forte dynamique**, même en période post crise Covid



Apport de nouveaux clients via internet

- > Environ **15% des clients** sont apportés **via internet**.
- > Cette proportion est légèrement inférieure pour les TPE-PME du commerce, indiquant que **l'importance du commerce physique perdure pour les consommateurs**



Vente en ligne

- > Plus d'un quart des entreprises (26%) disposent d'une solution de vente en ligne.
- > Cette proportion est bien supérieure pour le commerce (40%)
- > Les écarts les plus significatifs se retrouvent pour ce qui concerne le recours à un site marchand (30% vs 20%) ou à une solution de click & collect (26% vs 12%).

26% ont au moins une solution de **vente en ligne**

-1 pt

représentant **18%** de leur **chiffre d'affaire**

= stable



20% ont leur **site marchand** de vente en ligne

12% ont des solutions de **click & collect**



9% vendent sur des **places de marché** (Amazon, Leboncoin...)



8% vendent sur les **réseaux sociaux** (Facebook, Instagram...)

Commerce :

30%

26%

7%

10%

-8 pts

Commerce : **86%**

représentant **40%** de leur **chiffre d'affaire**

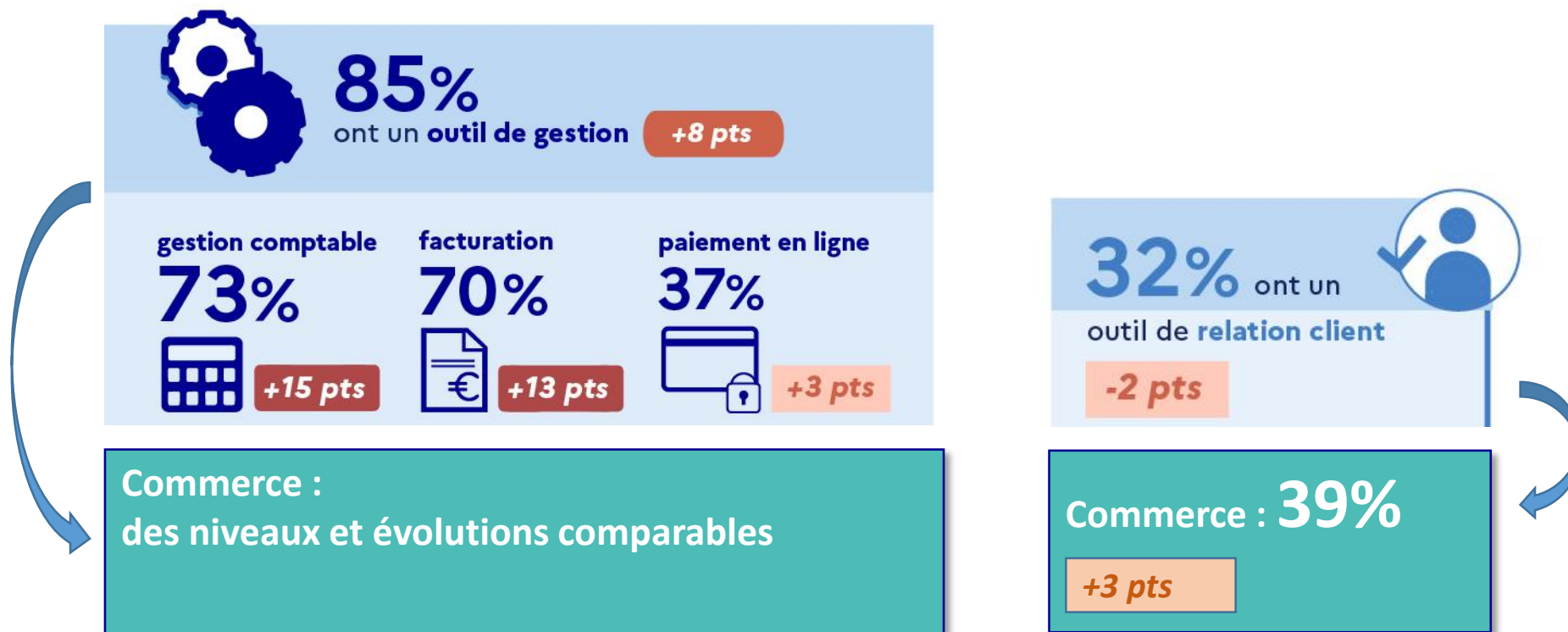
Vente en ligne - Pertinence pour le métier

- > Lorsque les entreprises sont réticentes à la vente en ligne, c'est le plus souvent en raison de la non pertinence pour leur métier (56% des cas).
- > Cette proportion est bien inférieure pour les entreprises du commerce.



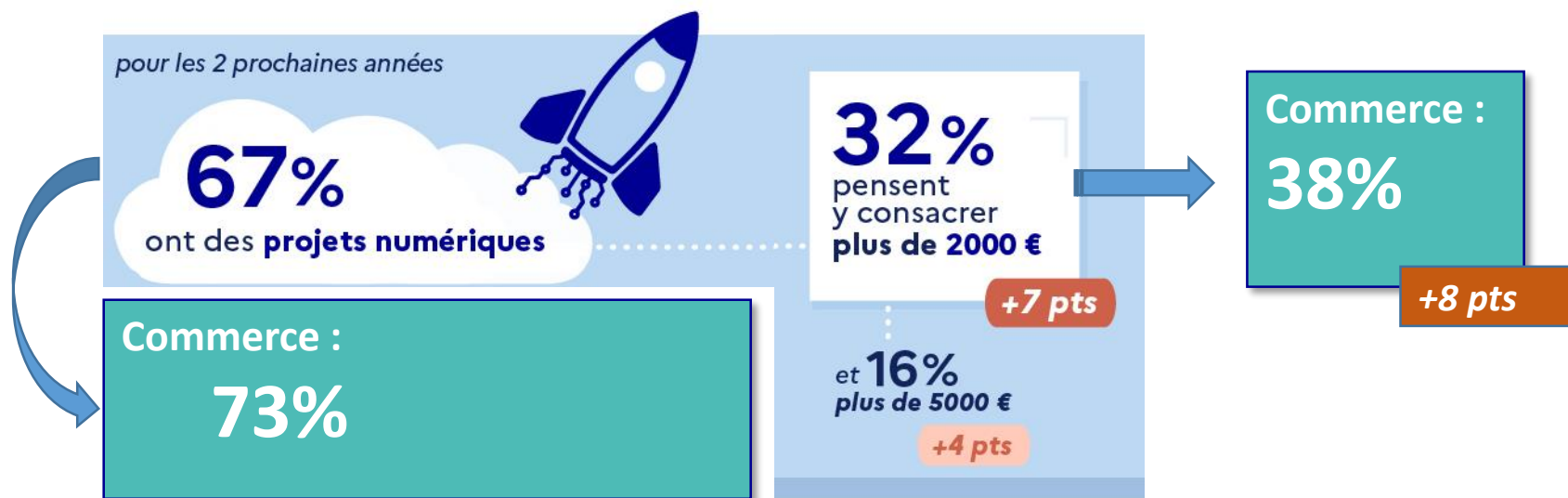
Gestion et pilotage de l'entreprise

- > La **gestion** de l'entreprise est **de plus en plus numérisée**, y compris pour les entreprises du **commerce**.
- > Ces dernières sont **davantage équipées** en outil de **gestion de la relation client**



Dépenses et projets numériques

- > Les entreprises **augmentent leur investissement** dans le numérique.
- > Les entreprises du **commerce** sont dans une **dynamique un peu plus forte**.



Accompagnement dans la transformation numérique

- > Les entreprises **font confiance** à leurs réseaux, personnels et professionnels.
- > Près d'un quart d'entre elles connaît **France Num** ou l'une de ses actions





Synthèse : les TPE/PME du commerce et le numérique

- > Après une forte progression cette année, les entreprises du commerce sont quasiment autant convaincues des bienfaits du numérique que la moyenne.
- > Elles sont tout autant craintives de la perte ou du piratage des données, mais davantage équipées en cybersécurité.
- > De façon générale elles recourent plus que la moyenne des TPE/PME à des :
 - > Solutions pour être visibles en ligne :
 - > De plus pour ces solutions elles sont dans une forte dynamique même en période post crise covid
 - > Solutions de vente en ligne :
 - > Notamment en sites marchands et en solutions de click & collect
 - > Solutions de gestion de la relation client.
- > Les entreprises du commerce sont dans une dynamique un peu plus forte en termes de projets et dépense numériques pour les 2 années à venir.



Lien vers le baromètre 2022 :



<https://www.francenum.gouv.fr/barometre-france-num>



FRANCE NUM

Site web : francenum.gouv.fr

Contact : fnum.dge@finances.gouv.fr

 [Compte Twitter @francenumfr](https://twitter.com/francenumfr)

 [Compte Instagram francenum](https://www.instagram.com/francenum)

 [Page Facebook @francenumofficiel](https://www.facebook.com/francenumofficiel)

 [Chaîne Youtube francenum](https://www.youtube.com/francenum)

 [Groupe France Num](https://www.linkedin.com/company/france-num)