



CCI ÎLES DE GUADELOUPE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES



CCI GUYANE



CCI ÎLE DE LA RÉUNION

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

ENQUÊTE SUR L'USAGE DU NUMÉRIQUE

EN ENTREPRISE

GUADELOUPE – GUYANE – RÉUNION



DÉCEMBRE 2021



PROJET COFINANCÉ
par le fonds européen
de développement régional



REMERCIEMENTS

Nos remerciements aux Chambres de commerce de la Réunion et de la Guyane ainsi qu'aux collaborateurs et partenaires qui ont contribué à cette enquête.

M. Willy VELETCHY : CCI REUNION

M. Mathieu CASTOR : CCI GUYANE

Mme Elna VIGNEROL : CCI GUYANE

Mme Jocelyn JANVION : CCI GUYANE

M. Gilbert QUERNEL : Vice-président Guadeloupe Tech/Cadre chez Orange

Mme Betty FAUSTA : Directrice de IPEOS, Past-Président Guadeloupe Tech

Table des matières

<i>Introduction</i>	4
<i>Axe méthodologique</i>	5
<i>Synthese de l' enquete</i>	9
<i>Principaux résultats de l'enquête</i>	13
<i>Équipement</i>	13
<i>Maintenance</i>	19
<i>Mode d'accès à internet</i>	21
<i>Les usages d'internet</i>	29
<i>Qualité de connexion</i>	30
<i>Les usages du site WEB</i>	30
<i>Gestion de la relation client</i>	40
<i>Enjeux de la formation</i>	44
<i>Règlementation</i>	44
<i>Sécurité</i>	46
<i>Conclusion</i>	49
<i>Annexe</i>	51

ENQUÊTE SUR L'USAGE DU NUMÉRIQUE

EN ENTREPRISE

GUADELOUPE - GUYANE - RÉUNION

Introduction

Un des principaux leviers de croissance et de compétitivité des territoires et des entreprises à l'échelle planétaire depuis les trente dernières années est la révolution des technologies de l'information et de la communication appelée économie numérique.

Sur le plan technique, cette révolution est l'accroissement remarquable des capacités de collecte, de traitement et de stockage de l'information. Cette innovation de rupture¹ a radicalement transformé aussi bien les processus que les pratiques de tous les secteurs d'activité, des administrations, les modes de productions, ainsi que le management des entreprises et des hommes.

Fort de ce constat, les Chambres de Commerce et d'Industrie de Guadeloupe, Réunion et Guyane ont décidé, dans le cadre du plan de mutualisation, de réaliser une enquête sur ***l'usage du numérique par les entreprises sur ces trois territoires***. Les thématiques abordées portent principalement sur l'équipement, la maintenance, l'accès à internet et l'usage qui en est fait, la qualité de connexion, l'objet du site Web, la gestion de la relation client, les démarches administratives, la réglementation et la sécurité.

Les lignes qui suivent font une analyse des résultats de cette enquête.

¹ Changement radical de technologie

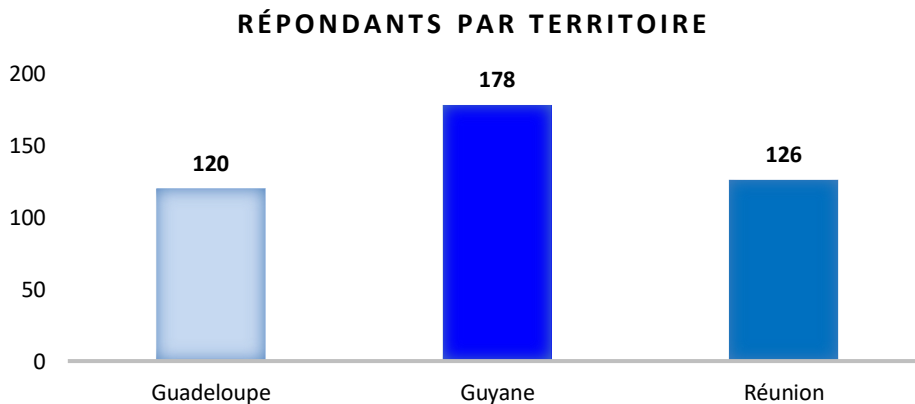
Axe méthodologique

Il s'agit d'une enquête par questionnaire réalisée par internet du 10 juillet au 30 septembre 2021 auprès des entreprises relevant de la nomenclature d'activités définie par l'INSEE (Code NAF). 424 entreprises ont répondu à cette enquête dont 120 en Guadeloupe, 178 en Guyane et 126 à la Réunion.²

Malgré les relances successives et l'allongement de trois mois de la période d'enquête, l'échantillon théorique pour une marge d'erreur estimée de +/-5% n'a pu être atteint. Le lecteur de ce rapport devra tenir compte de ce préalable.

La ventilation des répondants se décline comme suit :

Répartition des répondants par territoire



² La base de sondage sur laquelle a porté cette enquête se répartit comme suit : Guyane 5300 ; Guadeloupe 11200, Réunion 6000.

Les répondants par secteur d'activité

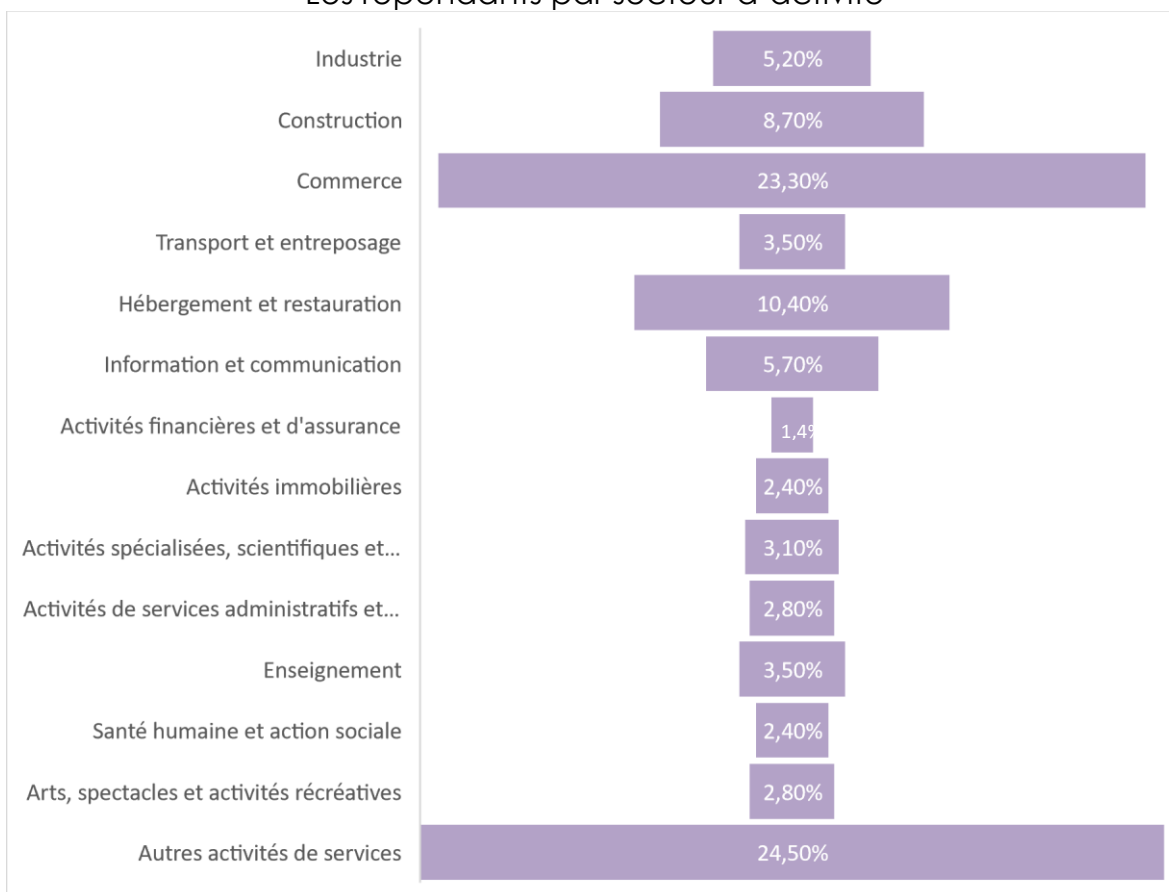


Tableau 1 : La répartition des répondants par secteur d'activité et par territoire

Votre territoire → ↓ Votre Secteur d'act...	Guadeloupe		Guyane		Réunion		Total
	% Obs.	Ecart	% Obs.	Ecart	% Obs.	Ecart	% Obs.
Agriculture	0%		0%		100%	+ PS	100%
Industrie	22,7%		40,9%		36,4%		100%
Construction	21,6%		59,5%	+ S	18,9%	- PS	100%
Commerce	26,3%		35,4%	- PS	38,4%	+ S	100%
Transport et entreposage	13,3%		40%		46,7%	+ PS	100%
Hébergement et restauration	40,9%	+ S	31,8%		27,3%		100%
Information et communication	41,7%	+ PS	20,8%	- S	37,5%		100%
Activités financières et d'assurance	33,3%		33,3%		33,3%		100%
Activités immobilières	20%		40%		40%		100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	38,5%		38,5%		23,1%		100%

Activités de services administratifs et de soutien	25%		33,3%		41,7%		100%
Enseignement	40%		33,3%		26,7%		100%
Santé humaine et action sociale	30%		40%		30%		100%
Arts, spectacles et activités récréatives	16,7%		50%		33,3%		100%
Autres activités de services	26,9%		54,8%	+ TS	18,3%	- TS	100%
Total	28,2%		41,9%		29,6%		

(*) La colonne effectif désigne le nombre des réponses obtenues à la question posée.

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Les valeurs en bleu / rouge sont significativement sur représentées / sous représentées (au seuil de risque de 5%).

Répartition des répondants par tranche d'effectif

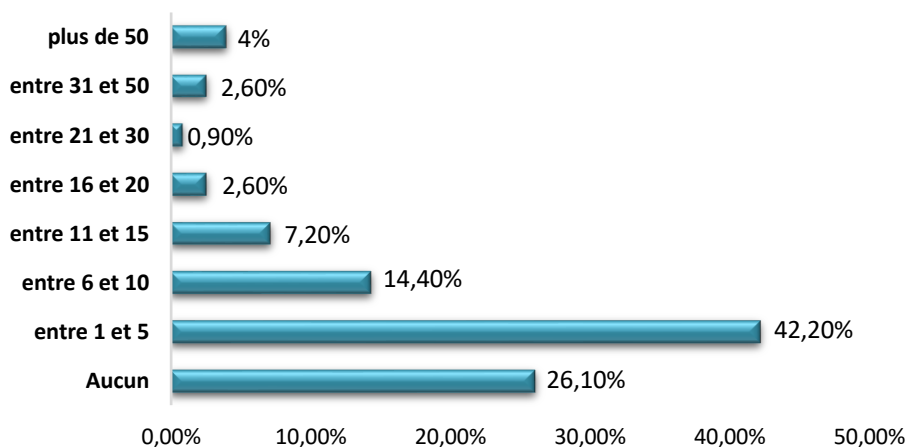


Tableau 2 : Répartition des répondants par territoire et par tranche d'effectif

Votre effectif sala... →	Aucun	Entre 1 et 5	Entre 6 et 10	Entre 11 et 15	Entre 16 et 20	Entre 21 et 30	Entre 31 et 50	Plus de 50	Total
Votre territoire ↓	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Guadeloupe	21,4%	45,5%	13,4%	7,1%	3,6%	0,9%	1,8%	6,2%	100%
Guyane	29,3%	36,6%	15,4%	8,9%	1,6%	0,8%	3,3%	4,1%	100%
Réunion	27,4%	45,1%	14,2%	5,3%	2,7%	0,9%	2,7%	1,8%	100%
Total	26,1%	42,2%	14,4%	7,2%	2,6%	0,9%	2,6%	4%	

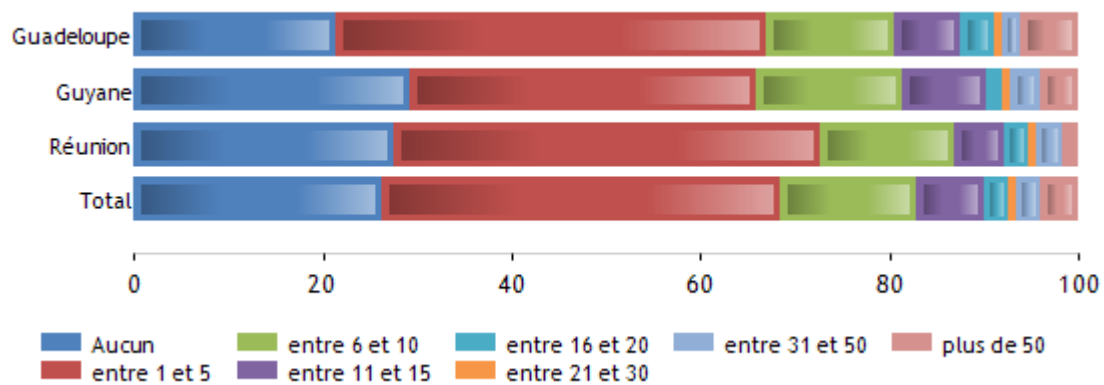
(*) La colonne effectif désigne le nombre des réponses obtenues à la question posée.

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%



SYNTHESE DE L' ENQUETE

424 entreprises de Guadeloupe, Guyane et Réunion interrogées en ligne du 10 juillet au 30 septembre 2021 ont répondu à cette enquête.

En termes d'équipements, 80% des entreprises des 3 régions sont **informatisées et comptent** en moyenne chacune 7 ordinateurs, 5 stations de travail, 4 smartphones professionnels et 4 agendas électroniques.

Selon le territoire, la Guadeloupe en compte en moyenne 14 **ordinateurs**, la Réunion, 3,7, la Guyane, 5,5. Par secteur d'activité, on note un équipement plus conséquent du secteur de l'immobilier, 41 ordinateurs, puis l'industrie, 21, la finance 11, la communication 10, le commerce 10.

Les 3 territoires comptent en moyenne par entreprise 4,7 **smartphones**, et dans le détail, 3,1 à la Réunion, 4,6 en Guyane et 5,5 en Guadeloupe.

4,4 telle est la moyenne concernant les **agendas électroniques** dans les 3 territoires dont 1,5 à la Réunion, 8,3 en Guadeloupe, et 3,8 en Guyane.

La maintenance informatique est assurée à 43% en interne, tandis que 36,2% sous traitent ce service, et 17,8% ont recours aux deux formules. Si les entreprises des arts et spectacles le font exclusivement en interne, les autres secteurs usent des deux procédés.

Le **coût moyen de la maintenance** varie entre 500 et 5000€ par an. Les entreprises recourent à une diversité des moyens d'accès à internet mais la préférence de la majorité porte sur la fibre optique et l'ADSL.

Le débit internet est obtenu par divers canaux à l'instar du satellite, de la clé 3G, et 4 G, du bas débit, avec une préférence des entreprises pour la clé 3 ou 4G (60% des entreprises).

Le marché offre **une pluralité de fournisseurs d'accès** sur les 3 territoires. Toutefois, **Orange détient le leadership** en part de marché, suivi de loin par SFR, ZEO, Canal+ et Digicel.

L'usage de l'outil internet est assez **diversifié et complémentaire**. Parmi les centres d'intérêt prioritaires des entreprises, la recherche d'information, les formalités administratives, la communication, la gestion des relations clients, l'amélioration de l'image de l'entreprise. Viennent ensuite les ventes en ligne, et les réponses aux appels.

La majorité des entreprises des 3 régions sont **plutôt satisfaites de la qualité de connexion**, mais la tendance est à une **faible propension à mettre internet à disposition des clients** malgré les avantages que cela pourrait représenter pour les entreprises.

60% des entreprises ont conçu un **site Web à usage multiple et complémentaire**. Au rang de ces usages, et par ordre décroissant :

- La présentation de l'activité : 87%,
- Donner plus de visibilité à l'entreprise : 80%,
- Présenter les services : 71%,
- Présenter les produits : 52%,
- Faire des réservations : 34%,
- Vendre en ligne : 29%.

Ces **sites internet** sont **majoritairement consultables en français** 68%, puis en français et anglais 11%, et enfin en français anglais et espagnol, 3%.

La fréquence des mises à jour est variable selon le territoire. Aussi, la Réunion et la Guyane ont une préférence pour une mise à jour mensuelle, alors que la Guadeloupe opte pour une mise à jour trimestrielle.

Les entreprises qui font du **E-commerce** visent principalement **le marché endogène**, 80%, puis le **marché de la France métropolitaine** et les **outre-mer**, seulement un quart visent le **marché international**.

L'enquête met en évidence la **faible propension** des entreprises à développer des **discussions en ligne** via le "*chat*" ou un *agent virtuel*. Trop peu d'entreprises qui explorent ces canaux digitaux relèvent principalement du commerce, de la communication, des arts et spectacles, du transport et de l'enseignement.

On note cependant un **intérêt manifeste** des opérateurs économiques pour le **marketing digital**, notamment les *adresses mails* dédiées aux contacts professionnels, les *Newsletters*, et les *fichiers clients électroniques*.

A ce qui précède il convient d'y ajouter **l'usage à des degrés divers des réseaux sociaux** à l'instar de *LinkedIn*, *Facebook*, du partage de contenu via *YouTube*, *Instagram*, *Pinterest*, *Snapchat*, voire des *applications mobiles dédiées*.

Internet est par ailleurs perçu comme un **facteur favorable à l'accroissement du chiffre d'affaires**, en particulier pour les entreprises de l'hébergement et restauration, des arts et spectacles, de l'immobilier, de l'information et communication, du transport, et du commerce. (Voir en page 16 l'hypothèse et en annexe le modèle économétrique)

La formation est reconnue par ailleurs comme un levier majeur pour adapter l'entreprise aux mutations futures et contribuer à la pérennité de l'entreprise. **Les petites unités**

souhaitent que les CCI des 3 régions conçoivent des formations au bénéfice des employés en charge du numérique.

Plusieurs entreprises interrogées **anticipent d'ores et déjà les changements futurs** et amorcent déjà l'adaptation de leur moyen de production, de leur modèle économique, revoient leur organisation, sensibilisent leurs agents et dans certains cas, mettent en place des formations au bénéfice de ces derniers.

Une majorité de ces chefs d'entreprises sont **sensibles à la réglementation** notamment la Règlementation Générale sur la Protection des Données Numériques (RGPD), ainsi qu'à la **sécurité de ces données numériques**.

Principaux résultats détaillés de l'enquête

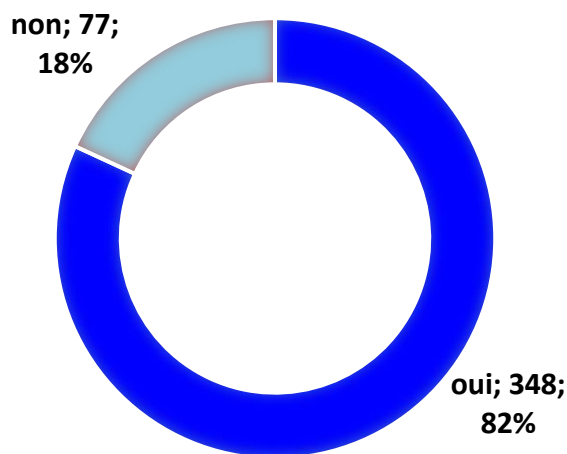
Équipement

80% des entreprises informatisées

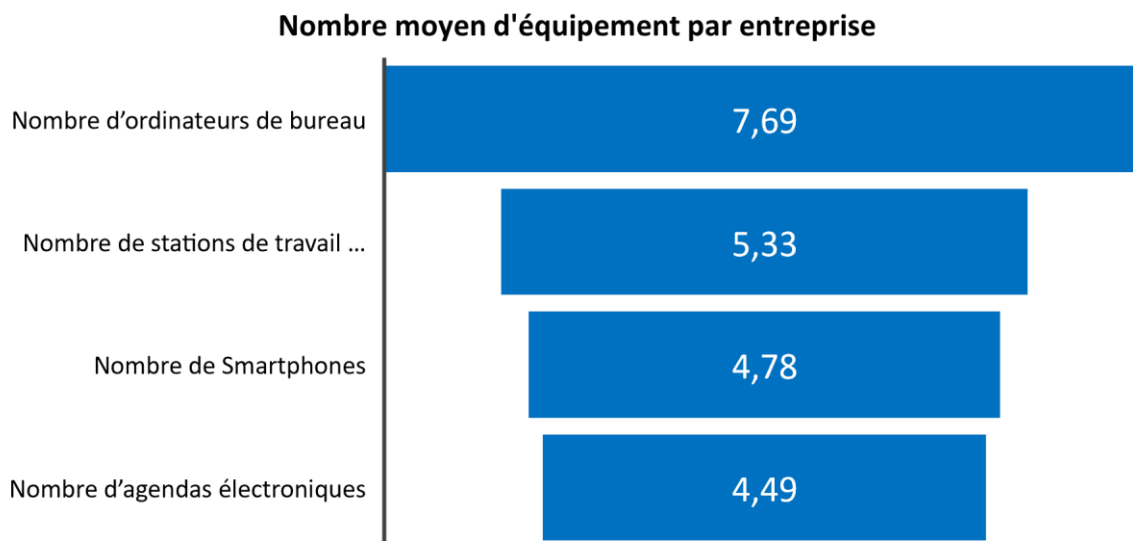
Rappelons que l'équipement informatique requiert différents outils permettant d'optimiser la configuration technologique de l'entreprise. Il s'agit notamment des serveurs, des ordinateurs de bureau ou portables, des standards téléphoniques, des pare-feux, des outils de sauvegarde, des routeurs...

Concernant l'équipement, l'enquête montre que 80% des entreprises des trois régions sont informatisées. Au rang de ces équipements il s'agit principalement d'ordinateurs de bureau, de stations de travail, de smartphones et d'agendas électroniques.

Votre entreprise est informatisée



Le graphique ci-après donne le nombre moyen d'équipement par entreprise



Une moyenne de 7,6 ordinateurs par entreprise

Les 3 territoires comptent en Moyenne 7,7 ordinateurs de bureau par entreprise. Dans le détail, ce nombre moyen varie selon les territoires, à l'instar de la Guadeloupe qui en compte 14,04, la Réunion 3,76 et la Guyane 5,53.

Tableau 3 : Votre territoire / Nombre d'ordinateurs de bureau

Nombre d'ordinateur... →	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Votre territoire			
Guadeloupe	14,04	51,96	112
Guyane	5,53	15,78	123
Réunion	3,76	6,39	113
Total	7,69	31,37	348

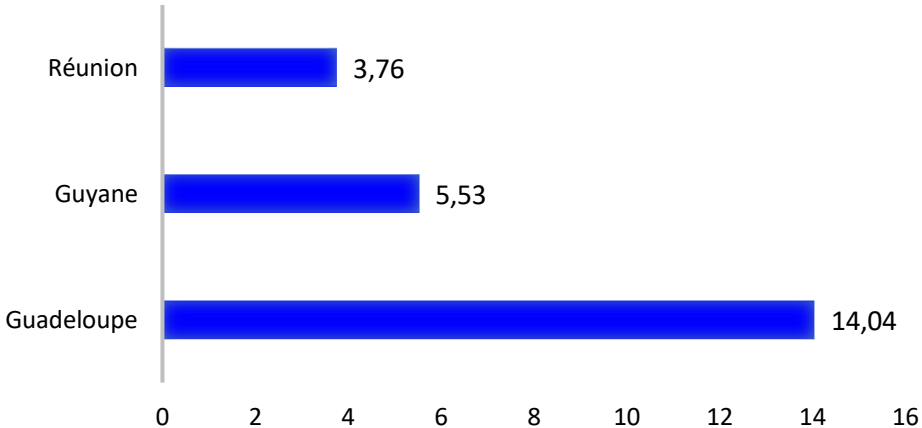
Réponses effectives : 348
 p-value = 0,03 ; Fisher = 3,52. La relation est significative.

Non-réponse(s) : 0

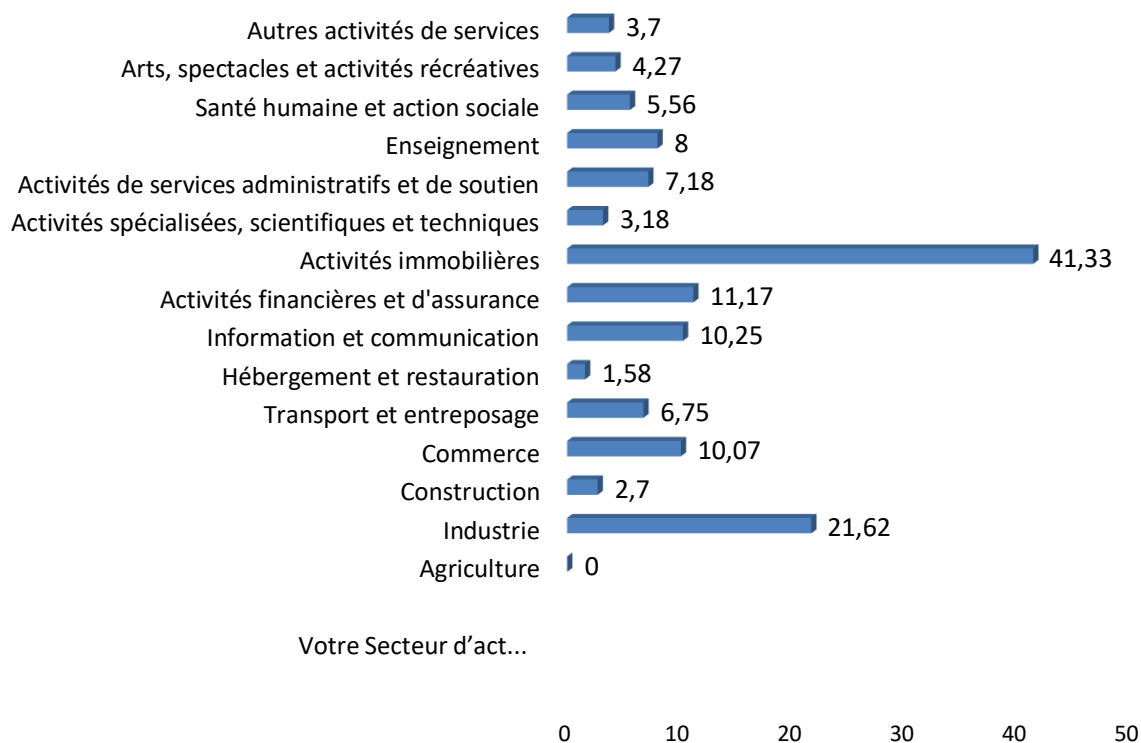
Taux de réponse : 100%

Le score important des ordinateurs en Guadeloupe s'explique principalement par le suréquipement d'une société immobilière et de certains opérateurs industriels.

**NOMBRE MOYEN D'ORDINATEUR DE BUREAU
PAR TERRITOIRE**



Nombre moyen d'ordinateurs de bureau selon le secteur d'activités

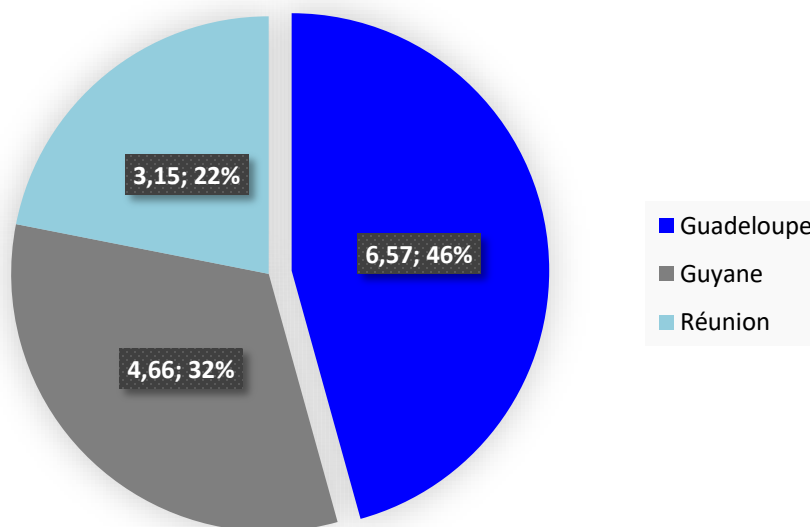


Vu le niveau d'équipement informatique des entreprises, on peut s'interroger sur la contribution de l'équipement informatique au chiffre d'affaires des entreprises. Le recours à un modèle statistique notamment la "régression linéaire" permet de confirmer à 63.88% cette hypothèse. (Voir en annexe le détail du calcul).

Une moyenne de 4,7 Smartphones professionnels par entreprise.

L'enquête montre par ailleurs que les entreprises des 3 régions comptent en moyenne 4,7 smartphones par entreprise ; néanmoins des variations sont de mise selon le territoire. Autant la Réunion en compte 3,15 en moyenne par entreprise, la Guyane en compte 4,6 et la Guadeloupe 6,5 smartphones.

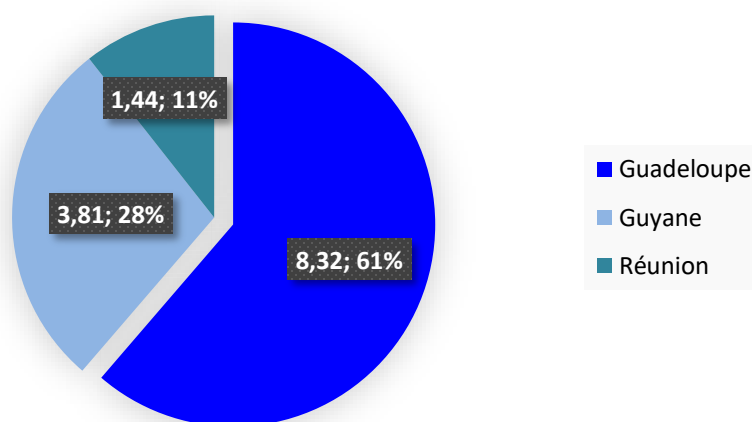
Nombre moyen de smartphones par territoire



Une moyenne de 4,4 agendas électroniques par entreprise

L'agenda électronique est un outil d'usage courant certes, mais la mise à disposition des employés de l'entreprise varie également selon les territoires. Si en moyenne on compte 4,4 agendas par entreprise, dans le détail, la Réunion en compte 1,5 contre 3,8 en Guyane et 8,3 en Guadeloupe.

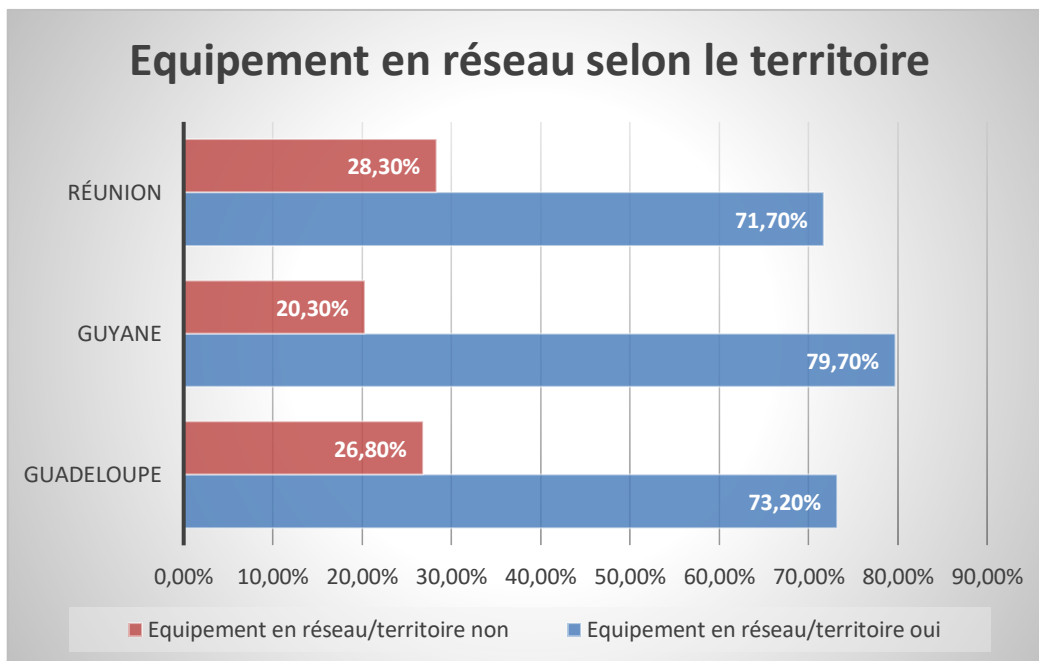
Nombre moyen d'agendas électroniques par territoire



Quasi-généralisation de l'équipement en réseau

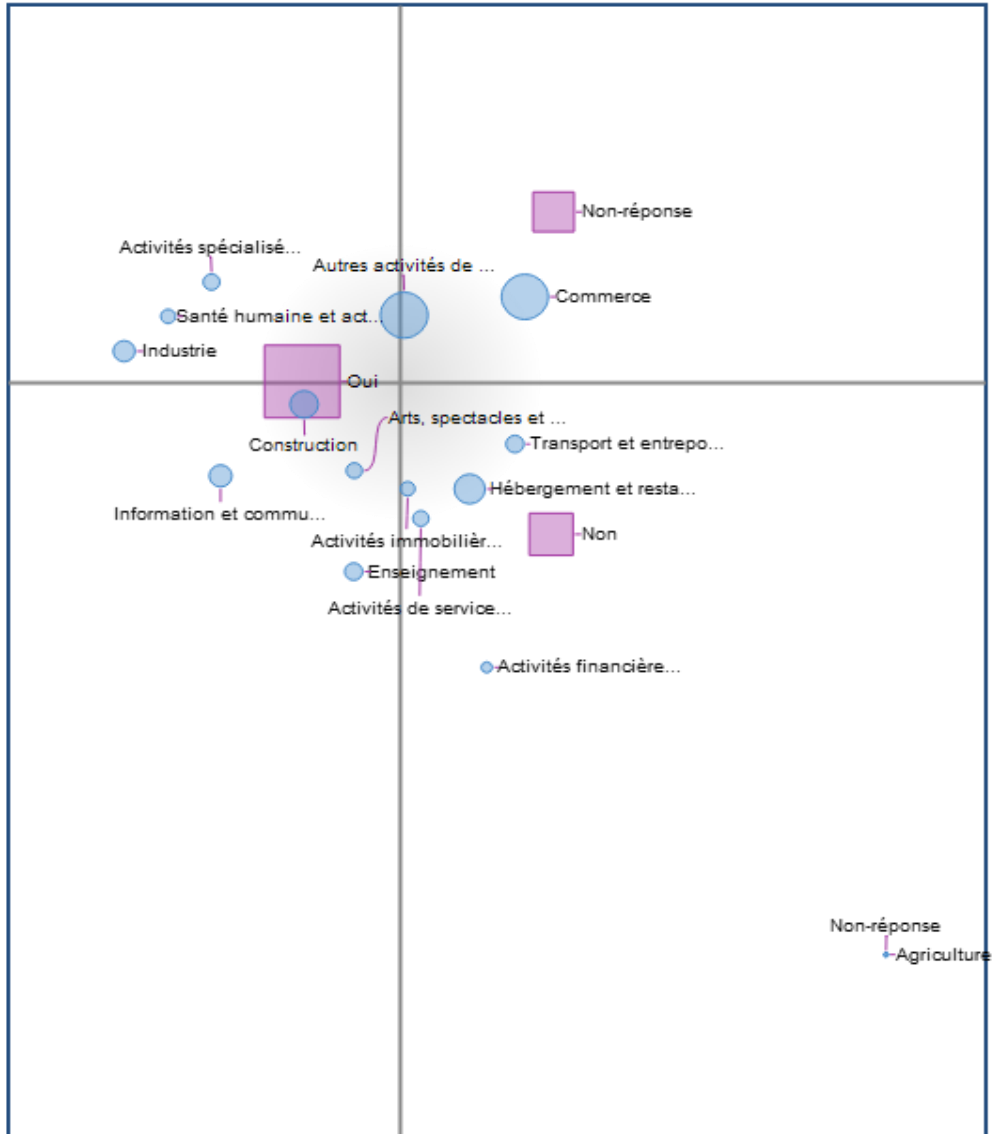
La majorité des entreprises interrogées connaissent l'intérêt et l'enjeu d'une connexion du système informatique en réseau, en ce sens que ce mode de connexion permet aux collaborateurs de partager entre eux des données et des applications, de communiquer, d'accéder à internet dans un environnement sécurisé.

Aussi, l'enquête montre que dans les 3 territoires, 70% des entreprises ont mis en place un mode de fonctionnement virtuel en réseau.



La carte factorielle ci-après met en évidence la distribution des entreprises par secteur connectées en réseau.

Relation entre secteurs d'activités et Connexion en réseau



La proximité ou l'éloignement entre modalités visualise les associations sur ou sous représentées. Au centre, dans la zone grisée, les éléments peu différenciés.

La carte restitue 100% de l'information, répartie en 57% horizontalement (F1) et 42% verticalement (F2).

Maintenance

Deux stratégies pour la maintenance informatique

Notons que les experts en industrie numérique sont unanimes pour reconnaître qu'une mauvaise maintenance informatique peut entraîner plusieurs conséquences préjudiciables pour l'entreprise notamment :

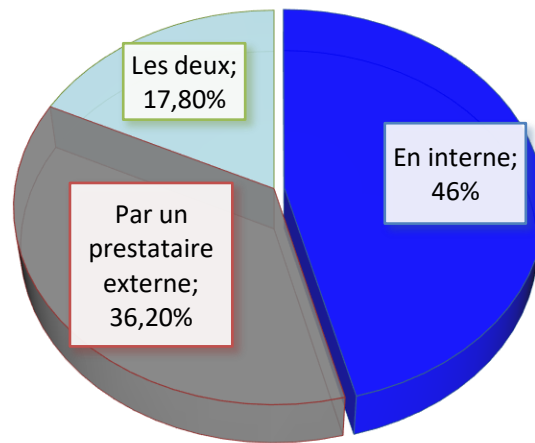
- ❖ La perte des données sensibles,
- ❖ Les risques de piratages,
- ❖ Une mauvaise utilisation des logiciels,
- ❖ Des configurations contre-productives
- ❖ Voir des usages dangereux.

D'où l'intérêt d'une bonne infogérance³.

Aussi, il ressort de cette enquête que la stratégie de maintenance est diversement effectuée selon l'entreprise ; soit en interne, soit par un prestataire externe, soit le recours aux deux formules.

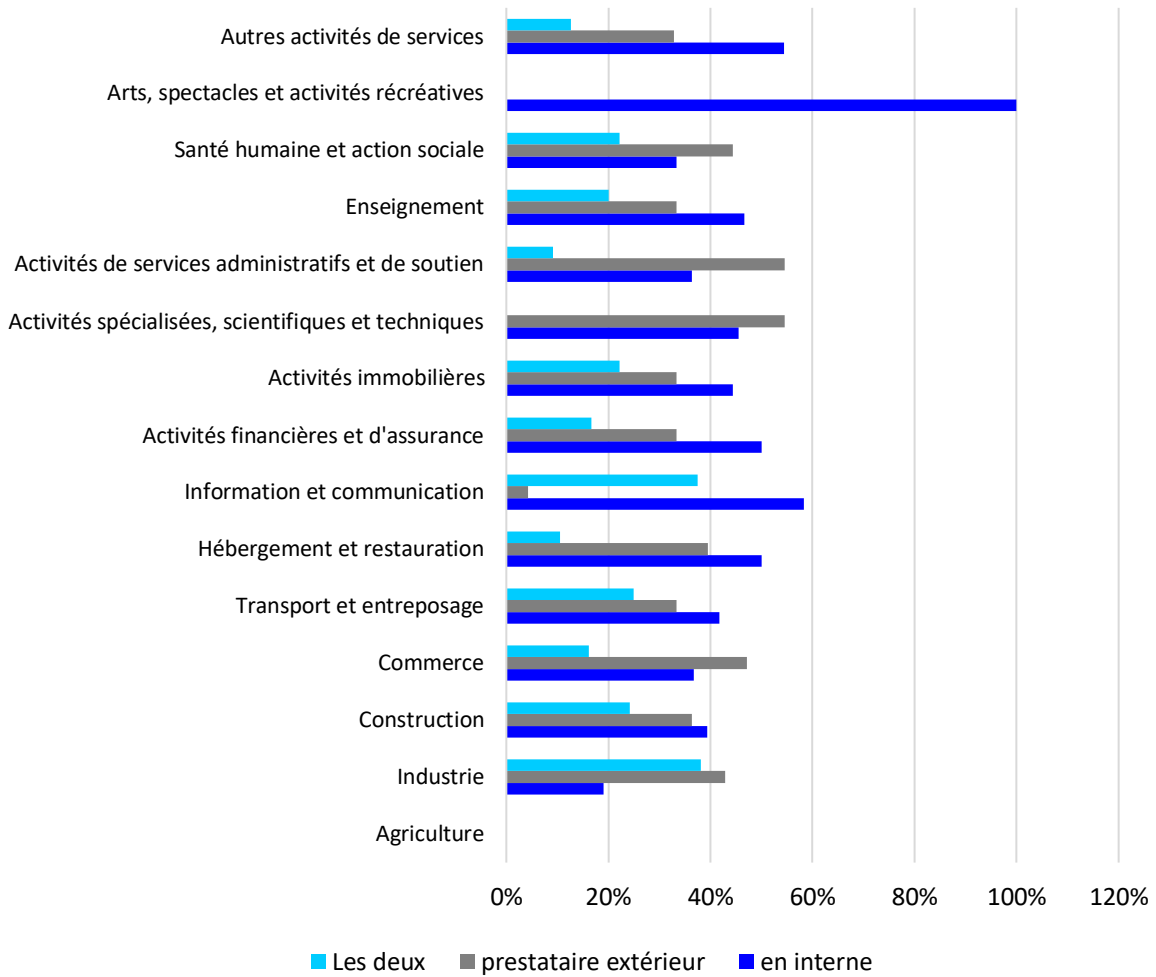
³ L'infogérance est le recours à un prestataire externe qualifié.

LA MAINTENANCE



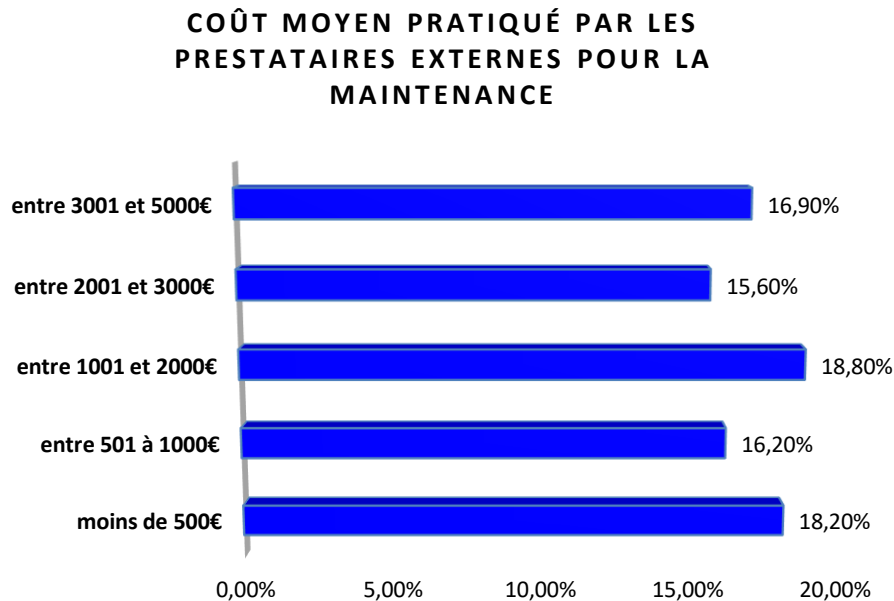
Les entreprises interrogées du secteur des arts et spectacles ont choisi la maintenance en interne. L'ensemble des autres secteurs d'activité ont opté pour les 2 formules.

Modalité de la maintenance selon le secteur



Un coût de maintenance externe variable selon le prestataire

Les entreprises qui font appel à des prestataires externes se voient appliquer des tarifs annuels variables s'étalant entre moins de 500€ à 5000€ par an. Cette variabilité est à mettre en relation avec la taille de l'entreprise.



Modes d'accès à internet

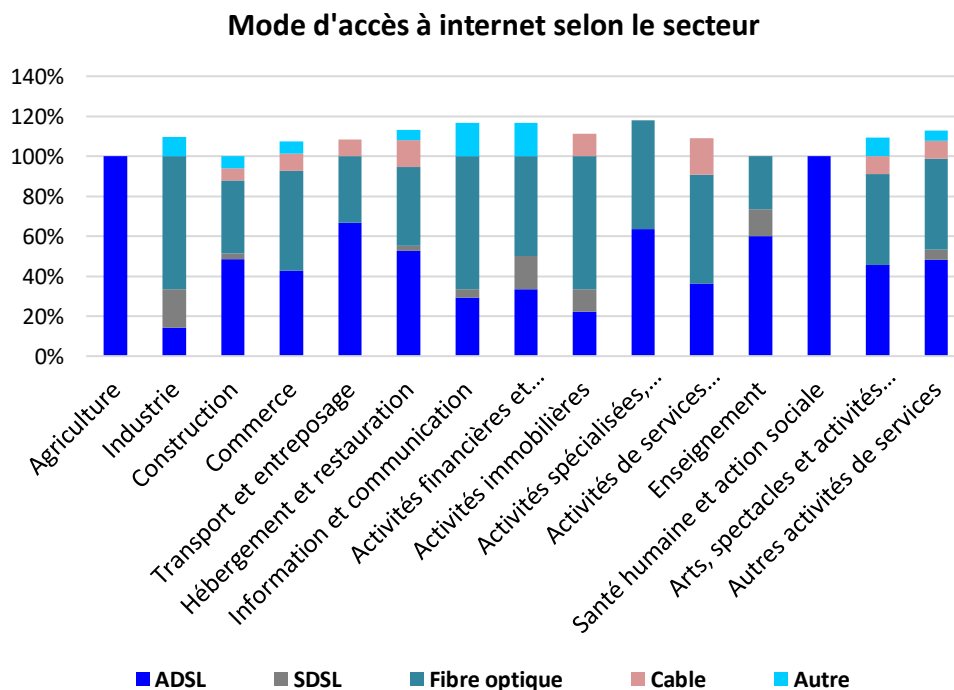
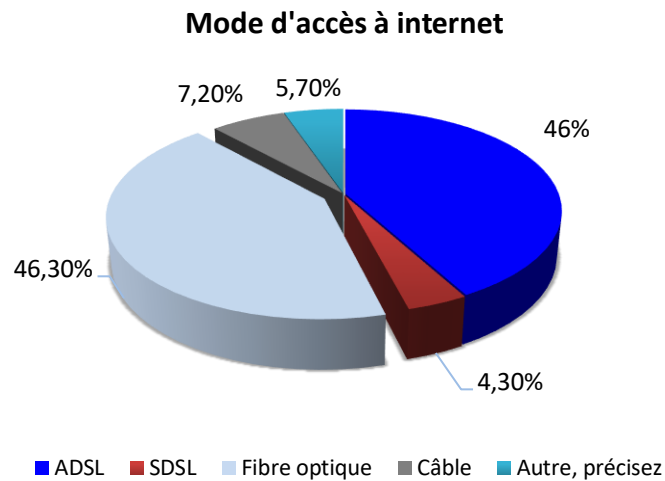
Une diversité de modes d'accès à internet

Le marché offre diverses possibilités d'accès à internet au rang desquelles l'ADSL⁴, la fibre optique, la SDSL⁵, le câble... Notons que l'ADSL et récemment la fibre optique qui offrent une meilleure qualité de service sont les deux canaux plébiscités.

⁴ L'ADSL (de l'anglais *Asymmetric Digital Subscriber Line*). Technique de communication numérique de la famille XDSL. Cette technologie permet d'utiliser une ligne téléphonique, une ligne spécialisée, ou encore une ligne RNIS (réseau numérique à intégration de services) (en anglais *ISDN* pour *integrated services digital network*), pour transmettre et recevoir des données numériques de manière indépendante du service téléphonique conventionnel ou analogique. (Analogique).

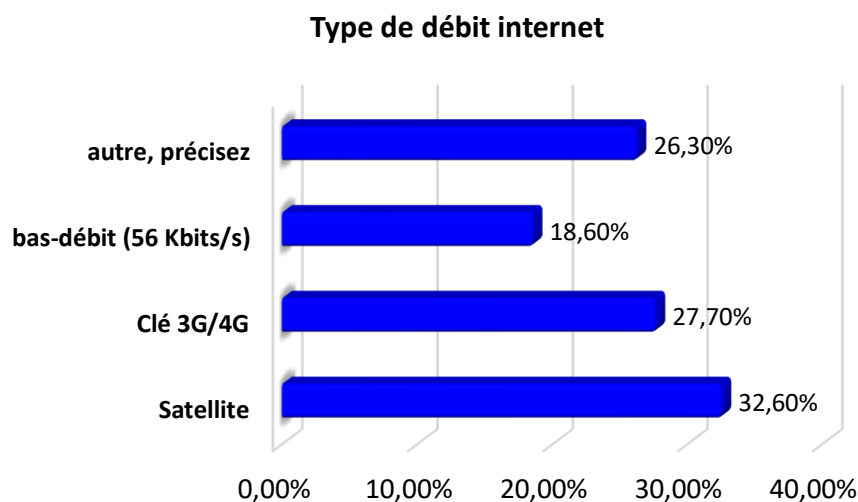
⁵ SDSL, (en anglais *Symmetric Digital Subscriber Line*), est une technologie d'accès à Internet haut débit qui a la particularité d'obtenir un débit symétrique.

Si la préférence des entreprises des secteurs agricole et santé porte sur l'ADSL, les autres secteurs d'activité ont opté pour une diversité de formules avec cependant une constante, la prépondérance de la fibre optique et de l'ADSL.



Un débit internet obtenu par divers canaux

Le débit internet est obtenu soit par satellite, clé 3G, 4G, ou bas-débit (56 Kbits/s). Mais la préférence de la majorité des répondants porte sur l'offre satellite et clé 3 ou 4 G (60%).



Le tableau ci-après donne la distribution du débit par territoire

Tableau 4 : Type de débit par territoire

Votre débit est obt... →	Satellite	Clé 3G/4G	Bas-débit (56 Kbits/s)	Autre, précisez	Total
Votre territoire	% Rep.	% Rep.	% Rep.	% Rep.	% Rep.
Guadeloupe	33%	23,9%	15,9%	31,8%	100%
Guyane	33,7%	36,6%	21,8%	16,8%	100%
Réunion	31,2%	21,9%	17,7%	31,2%	100%
Total	31%	26,3%	17,7%	25%	

(*) Les colonnes effectif désignent le nombre des réponses obtenues à la question posée

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de réponses en ligne.

La somme des lignes et ou des colonnes est différente du nombre d'observations du fait des réponses multiples.

Réponses effectives : 285

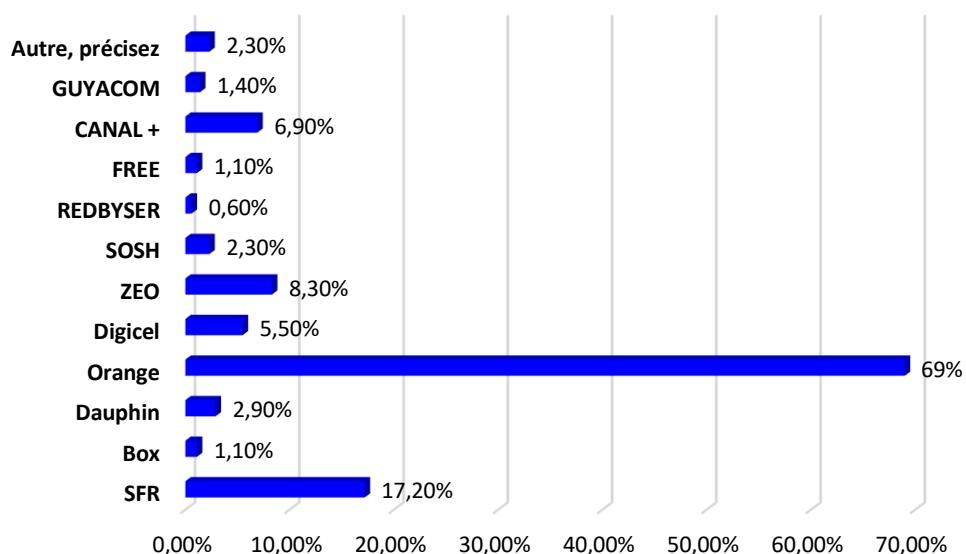
Non-réponse(s) : 63

Taux de réponse : 81,9%

Une pluralité de fournisseurs d'accès

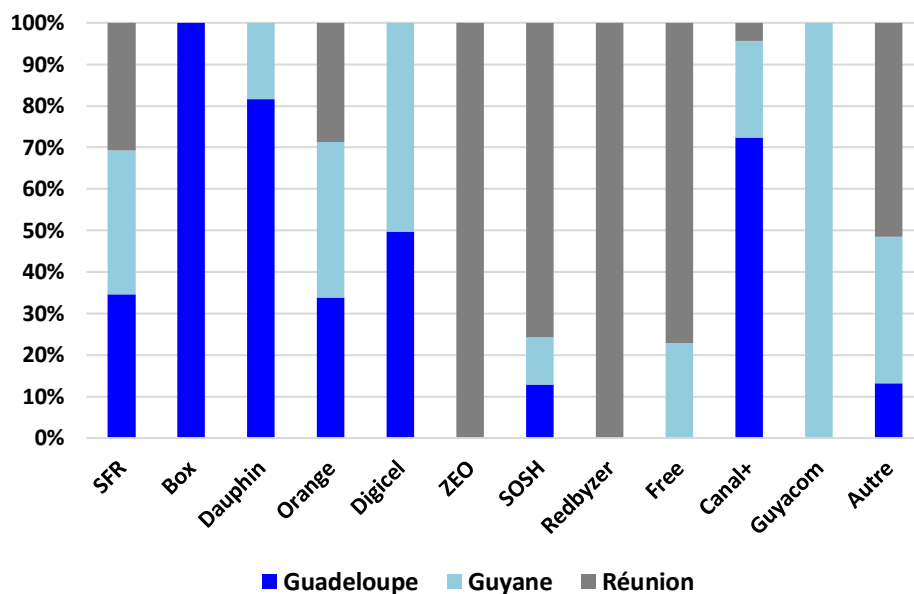
Les entreprises font par ailleurs appel à une pluralité de fournisseurs d'accès. Certains fournisseurs d'accès à internet à l'instar de Orange, Digicel, Canal+ sont présents sur les trois territoires, Guadeloupe, Guyane et Réunion.

Les fournisseurs d'accès internet



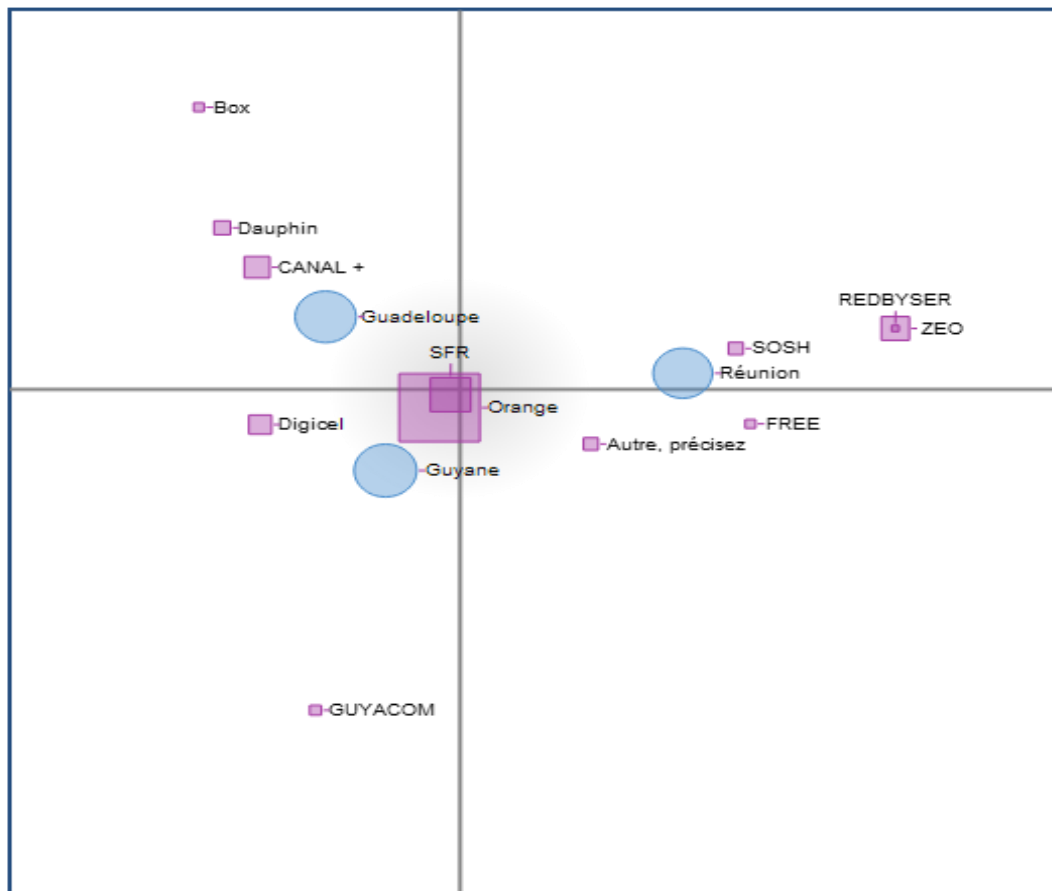
Orange détient le leadership en part de marché, 69%, suivi de loin par SFR, 17%. Les autres opérateurs se partagent la fraction restante de part de marché.

Les fournisseurs d'accès selon le territoire



La figure ci-après donne la carte des correspondances des fournisseurs selon le territoire. Dans la partie grisée de la carte figurent les opérateurs opérant sur les mêmes territoires

Carte des correspondances



La proximité ou l'éloignement entre modalités visualise les associations sur ou sous représentées. Au centre, dans la zone grisée, les éléments peu différenciés.

La carte restitue 98% de l'information, répartie en 63% horizontalement (F1) et 35% verticalement (F2).

Les usages d'internet

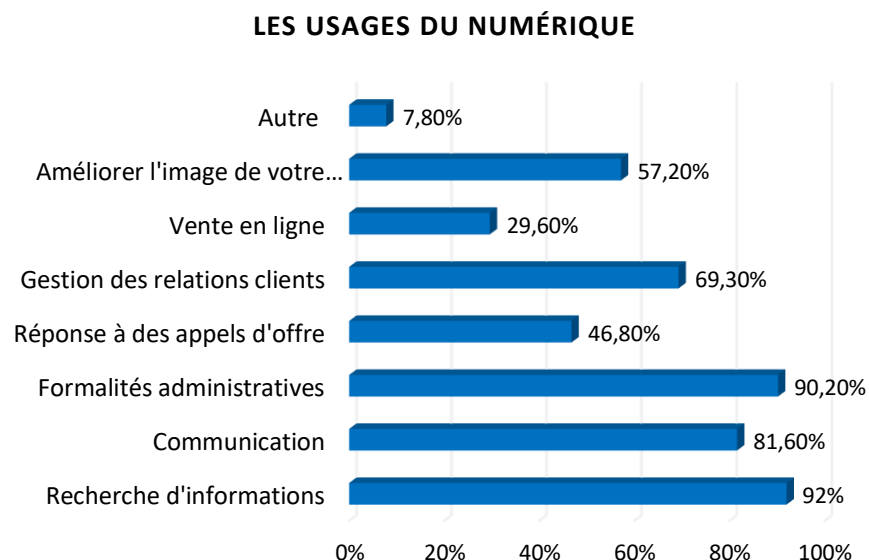
Un usage d'internet diversifié et complémentaire

La mise en œuvre des objectifs opérationnels de l'entreprise permettant la création de valeur requiert l'activation de différents leviers au rang desquels la recherche

d'information, la communication, la gestion des relations clients, la vente en ligne, les démarches administratives, la réponse à des appels d'offre ou l'amélioration de l'image de marque de l'entreprise.

Le graphique ci-après donne le positionnement des entreprises interrogées sur les usages du numérique. Les usages numériques les plus courants relèvent de 4 registres :

- La recherche d'information
- Les formalités administrative
- La communication
- La gestion des relations clients



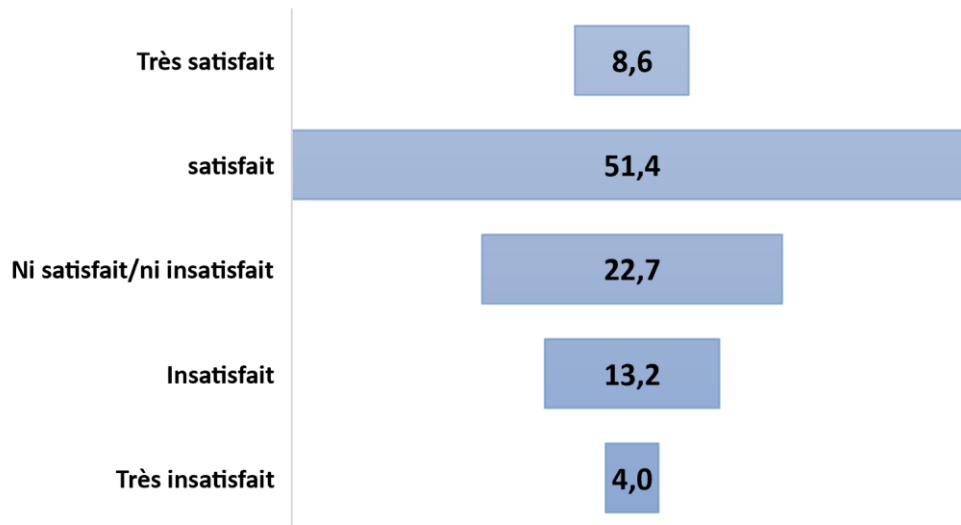
Qualité de connexion

Une majorité d'entreprises plutôt satisfaites de la qualité de connexion

La qualité de connexion internet est un facteur de compétitivité qui détermine le choix des opérateurs. Sur une échelle graduée de « Insatisfait » à « très satisfait », près de 60% des

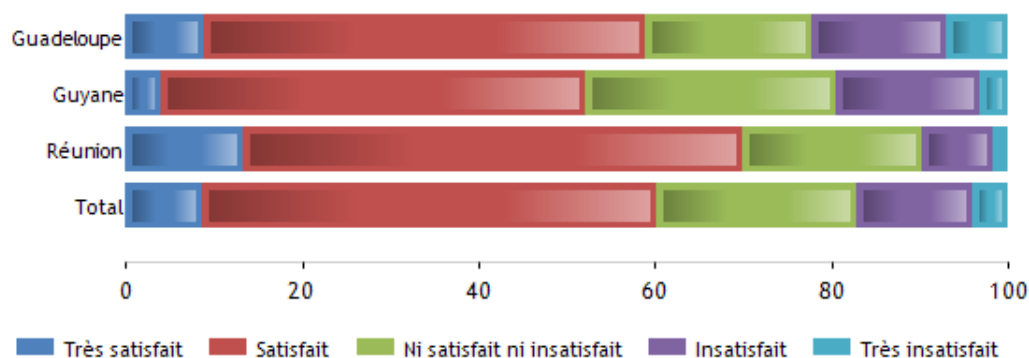
entreprises sont soit satisfaites ou très satisfaites. Pour autant, 22% ne sont ni satisfaites ni insatisfaites.

Niveau de satisfaction par rapport à la qualité de connexion internet



Dans les 3 territoires, prépondérance des “bons” niveaux de satisfaction

Autant les niveaux de satisfaction de la qualité de connexion sont plus affirmés à la Réunion, et dans une moindre mesure à la Guadeloupe, la situation est plus nuancée en Guyane comme le montre le graphique ci-après.



La distribution des niveaux de satisfaction selon le secteur d'activité figure dans le tableau ci-après.

Tableau 5 : Qualité de connexion internet par secteur

Concernant la quali... →	Très satisfait	Satisfait	Ni satisfait ni insatisfait	Insatisfait	Très insatisfait	Total
Votre Secteur d'act...	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Agriculture	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Industrie	4,8%	47,6%	23,8%	19%	4,8%	100%
Construction	3%	54,5%	18,2%	15,2%	9,1%	100%
Commerce	13,2%	54,4%	19,1%	11,8%	1,5%	100%
Transport et entreposage	0%	58,3%	33,3%	8,3%	0%	100%
Hébergement et restauration	10,5%	39,5%	34,2%	13,2%	2,6%	100%
Information et communication	16,7%	54,2%	8,3%	12,5%	8,3%	100%
Activités financières et d'assurance	16,7%	50%	16,7%	16,7%	0%	100%
Activités immobilières	0%	55,6%	33,3%	11,1%	0%	100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	0%	72,7%	18,2%	0%	9,1%	100%
Activités de services administratifs et de soutien	9,1%	63,6%	27,3%	0%	0%	100%
Enseignement	0%	46,7%	40%	13,3%	0%	100%
Santé humaine et action sociale	0%	88,9%	0%	0%	11,1%	100%
Arts, spectacles et activités récréatives	9,1%	36,4%	36,4%	18,2%	0%	100%
Autres activités de services	10,1%	46,8%	21,5%	17,7%	3,8%	100%
Total	8,6%	51,4%	22,7%	13,2%	4%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

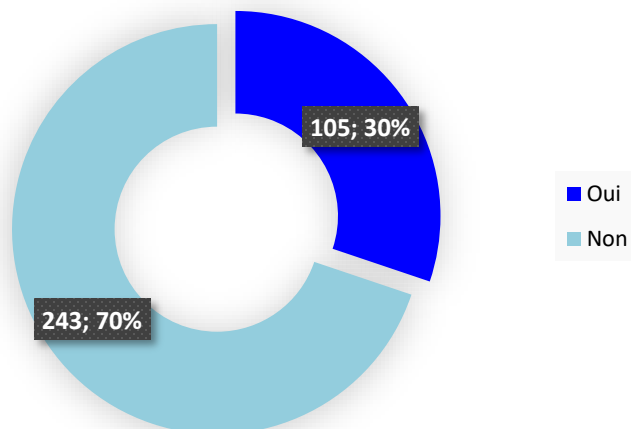
Taux de réponse : 100%

Une faible propension des entreprises à la mise à disposition des clients de l'outil internet

Internet est aujourd'hui un accélérateur de la relation client. Bien utilisé par le manager, il peut contribuer à la valorisation de l'entreprise, de ses produits ou services, et peut attirer l'attention des prospects. Le manager persuasif peut faire de ses employés des "influenceurs" à même de participer à la promotion et au rayonnement de l'entreprise. Cette dynamique peut aussi faire tomber les barrières entre les entreprises et les consommateurs, laissant place au partage d'expériences.

Pour autant, l'enquête montre cependant qu'à peine un tiers des entreprises mettent une connexion internet à la disposition de leurs clients.

Internet mis à disposition des clients



Cette mise à disposition des clients de la connexion internet varie selon le secteur.

Le tableau suivant montre la distribution de la mise à disposition d'internet par les entreprises en fonction du secteur d'activité.

Tableau 6: Votre Secteur d'activités / Mettez-vous internet à disposition de vos clients ?

Mettez-vous interne... →	Oui		Non		
Votre Secteur d'act... ↓	% Obs.	Ecart	% Obs.	Ecart	% Obs.
Agriculture	0%		100%		100%
Industrie	23,8%		76,2%		100%
Construction	18,2%	- PS	81,8%	+ PS	100%
Commerce	19,1%	- S	80,9%	+ S	100%
Transport et entreposage	25%		75%		100%
Hébergement et restauration	86,8%	+ TS	13,2%	- TS	100%
Information et communication	58,3%	+ TS	41,7%	- TS	100%
Activités financières et d'assurance	50%		50%		100%
Activités immobilières	33,3%		66,7%		100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	9,1%	- PS	90,9%	+ PS	100%
Activités de services administratifs et de soutien	27,3%		72,7%		100%
Enseignement	40%		60%		100%
Santé humaine et action sociale	0%	- S	100%	+ S	100%
Arts, spectacles et activités récréatives	18,2%		81,8%		100%
Autres activités de services	16,5%	- TS	83,5%	+ TS	100%
Total	30,2%		69,8%		

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Les valeurs en bleu / rouge sont significativement sur représentées / sous représentées (au seuil de risque de 5%).

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de
réponse
: 100%

p-value = < 0,01 ; Khi2 = 90,05 ; ddl = 14,00. La relation est très significative.

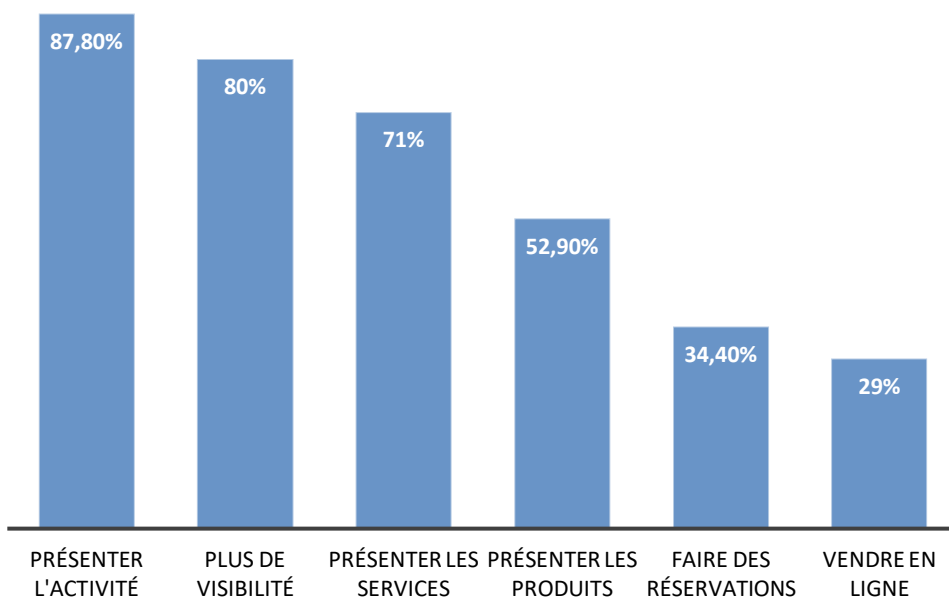
Les usages du site WEB

60% des entreprises disposent d'un site WEB à usage multiple

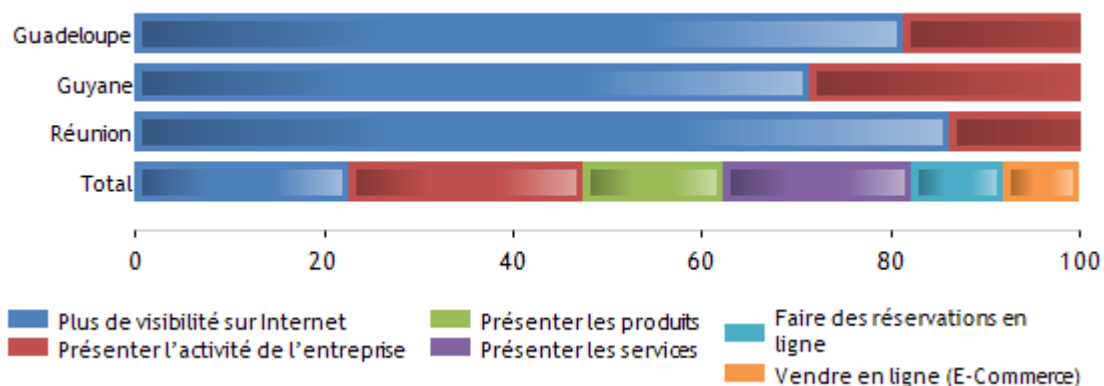
63,5% des entreprises interrogées disposent d'un site WEB, un outil fort utile qui pourra contribuer selon l'usage qui en est fait à la création de valeur. Ces dernières en font un usage varié dans le cadre du déploiement des différents axes de la stratégie de l'entreprise. Il peut s'agir de donner plus de visibilité à l'entreprise, de présenter les activités, les produits ou services, de faire des réservations ou de la vente en ligne...

Les proportions dans la mise en œuvre de ces actions varient selon le territoire et selon les secteurs d'activité.

Objectifs du site WEB



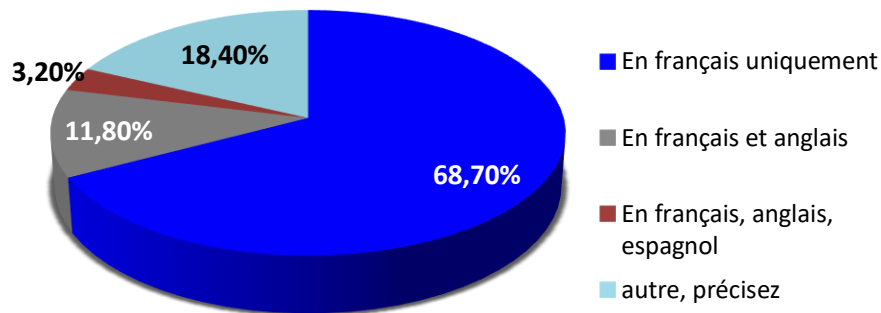
Objectif du site Web – ventilation par territoire



Un site consultable davantage en français

La majorité des entrepreneurs a choisi de proposer aux prospects un site exclusivement en français. 11% d'entre eux ont néanmoins opté pour une traduction bilingue, français et anglais. 3% d'entre eux proposent un site en 3 langues, français, anglais et espagnol. 3% d'entre eux proposent un site en 3 langues, français, anglais et espagnol.

Consultation du site internet



Selon le territoire, les proportions varient comme le montrent les données du tableau croisé ci-après :

Tableau 7 : Consultation du site Web – ventilation par territoire

Votre site WEB peut... →	En français uniquement	En français et anglais	En français, anglais, espagnol	Autre, précisez	Total
Votre territoire	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Guadeloupe	64,3%	18,8%	4,5%	16,1%	100%
Guyane	68,3%	5,7%	3,3%	23,6%	100%
Réunion	73,5%	11,5%	1,8%	15%	100%
Total	67,3%	11,5%	3,1%	18%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

La somme des lignes et ou des colonnes est différente du nombre d'observations du fait des réponses multiples.

Ce tableau met en évidence les éléments suivants :

- A la Réunion, 73,5% des sites internet sont uniquement traduits en Français ;
- 64,3% en Guadeloupe ;
- 68,3% en Guyane ;
- En Guadeloupe 19% des sites sont traduits en Français et en Anglais ;
- Tous territoires confondus, seuls 11,5% des sites internet sont traduits en Français et en Anglais ;
- Enfin, 3,1% sont traduits en Français, en Anglais et en Espagnol.

Ces résultats montrent que les sites internet des 3 territoires manquent d'ouverture au reste du monde.

Une fréquence de mise à jour des sites WEB variable

Qu'il s'agisse de sites de *E-commerce* ou de site vitrine, la mise à jour des sites est indispensable pour diverses raisons :

- La sécurité
- Le suivi des évolutions techniques et juridiques⁶
- La connaissance des habitudes de navigation des prospects (*laptop* ou mobile, tablette...) ⁷
- L'optimisation du référencement afin de faciliter l'accès aux prospects, grâce à une indexation des nouveaux contenus par les robots de Google⁸.
- L'expertise de l'entreprise ; le client sera d'autant plus en confiance s'il a une bonne connaissance du métier de l'entreprise, de son équipe, de son expérience, des valeurs qu'elle porte.

⁶ Il peut s'agir de l'évolution des logiciels et CMS, des langages de programmation, des bases de données, des *frameworks* ou encore des protocoles de connexion (passage du http au https).

Les évolutions peuvent également être juridiques. L'exemple le plus parlant est sans doute la mise en place du RGPD en 2018.

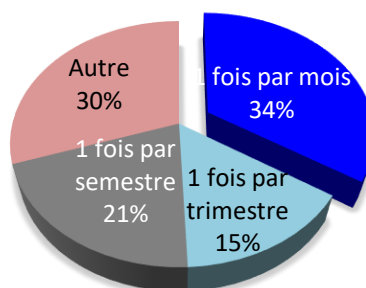
⁷ Le manager peut choisir un site « *Responsive Design* », c'est-à-dire un site qui s'adapte automatiquement à la taille de l'écran ou un site « *mobile Friendly* » c'est-à-dire un site Internet conçue pour l'utilisation sur smartphone ou tablette.

⁸ Possibilité de proposer de nouveaux contenus par le biais d'un *Blog*, ce qui peut fidéliser les prospects et attirer de nouveaux clients.

- La présentation des produits et services ; afin de répondre aux attentes du prospect ; (*Que cherche-t-il ? De quoi a-t-il besoin?*)
- La communication avec le cœur de cible, notamment par un *Newsletter*, un *Blog*, les réseaux sociaux...

A la question *Quelle est la fréquence de mise à jour de votre site WEB*, 1/3 des prospects effectue cette tâche 1 fois par mois, 15% des entreprises le font 1 fois par trimestre, et 21%, 1 fois par semestre.

Fréquence de mise à jour du site WEB



La préférence des entreprises de la Réunion et de la Guyane porte sur une mise à jour majoritairement mensuelle. La fréquence mensuelle et semestrielle l'emporte à la Guadeloupe.

Tableau 8 : Relation entre fréquence de mise à jour de votre site WEB et territoire

Quelle est la fréqu... →	1 fois par mois	1 fois par trimestre	1 fois par semestre	Autre, précisez	Total
Votre territoire	% Rep.	% Rep.	% Rep.	% Rep.	% Rep.
Guadeloupe	22,7%	18,6%	28,9%	29,9%	100%
Guyane	36,4%	12,5%	12,5%	38,6%	100%
Réunion	44,1%	14%	19,4%	22,6%	100%
Total	34,2%	15,1%	20,5%	30,2%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de réponses en ligne.

Réponses effectives : 278

Non-réponse(s) : 70

Taux de réponse : 79,9%

A la Réunion, 44,1% des entreprises répondantes mettent à jour leur site 1 fois par mois tandis qu'elles sont 36,4% en Guyane et 22,7% en Guadeloupe.

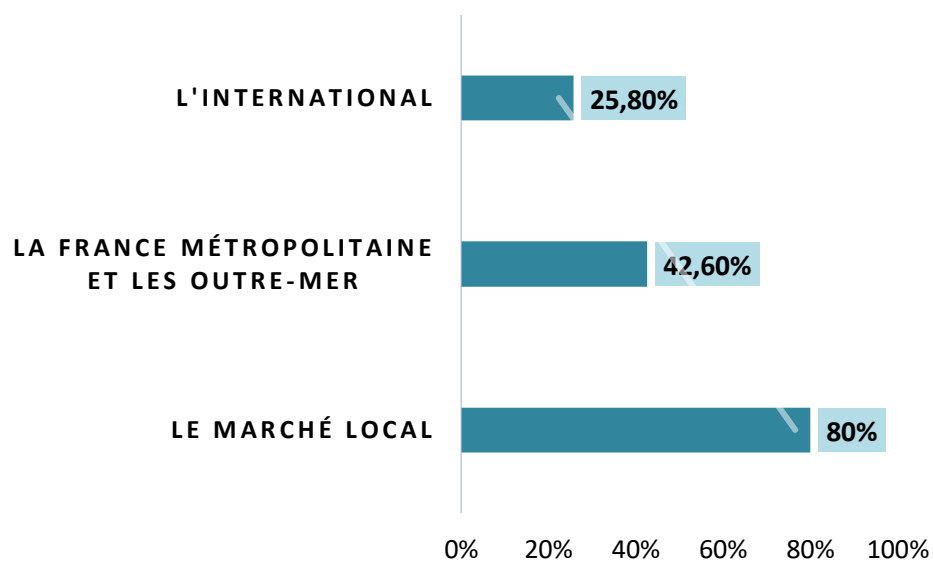
Malgré une mise à jour un peu plus régulière à la Réunion par rapport à la Guyane et la Guadeloupe, une importante progression est toujours possible pour les 3 territoires étudiés. Il convient néanmoins de nuancer notre propos. A noter que 30% des entreprises mettent à jour leur site à des fréquences « autre ».

Des opérateurs du E-commerce plutôt focalisés sur le marché local

80% des entreprises qui opèrent sur le segment *E-commerce* visent principalement le marché local. 42% explorent cependant le marché de métropole et des outre-mer et un quart d'entre elles recherchent néanmoins des débouchés à l'international.

Quel que soit le territoire, le marché local est la cible principale des entreprises interrogées. La recherche de débouchés sur les marchés tiers qui est pourtant une des alternatives intéressantes pour capter des ressources exogènes est peu explorée par les entreprises des trois régions.

MARCHÉS VISÉS PAR LES OPÉRATEURS DU E-COMMERCE



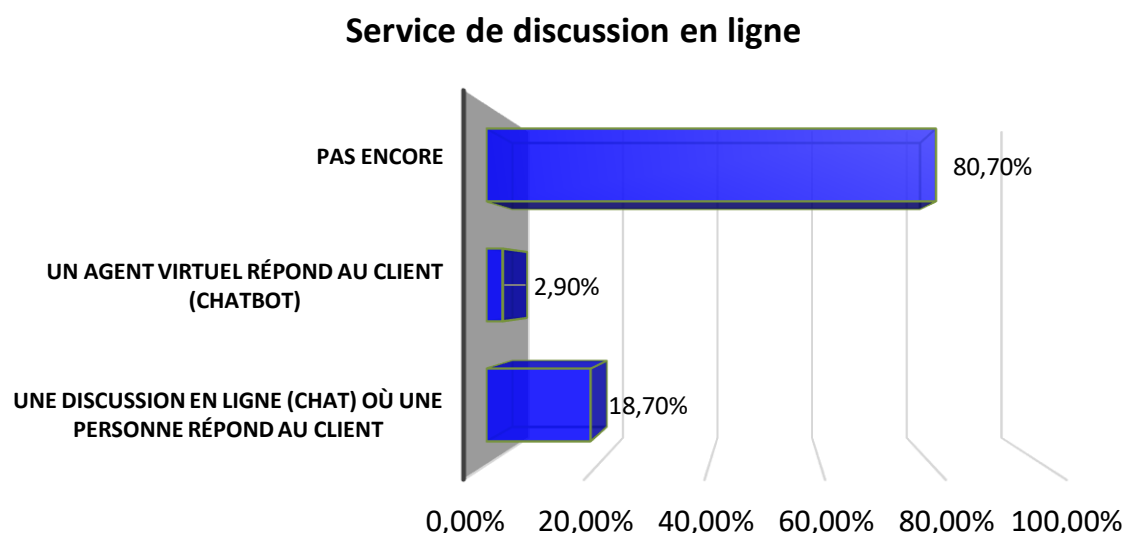
Gestion de la relation client

Une Faible propension à développer les discussions en ligne

Les discussions en ligne appelées “Chat”⁹ sont un excellent vecteur pour l’entreprise lui permettant de nouer un contact régulier avec les clients ; Cependant, l’enquête montre qu’à peine 18% des entreprises ont mis en place ce mode de communication.

Bien moins encore, la mise en place du “Chatbot”, cette variante du “Chat” qui est un “agent virtuel » qui répond aux prospects ne concernent que 2,9% des entreprises.

A noter par ailleurs que quelques rares entreprises des branches d’activités à l’instar du commerce, de la communication, des arts et spectacles et du transport et l’enseignement explorent ces nouveaux leviers de communication. 78% de ces entreprises n’ont pas encore investi ces champs comme le montre le graphique ci-après.



⁹ Le Chat est en effet un espace de discussion en direct sur Internet où les Internautes échangent ou font de nouvelles rencontres. Contrairement à la messagerie instantanée, le chat autorise la discussion avec tout le monde.

Un intérêt manifeste pour le marketing digital

Le marketing traditionnel est une discipline structurée, construite sur une méthodologie robuste certes, mais rigide. En effet, la logique qu'il soutient est la définition d'une stratégie marketing qui se décline en marketing opérationnel adossé à un support matériel que le client ou prospect peut toucher, peut conserver.

Toutefois, l'information délivrée vise une cible unique, intéressée ou non par le message, et peut être considérée comme intrusive. « La relation ici est dite « *unidirectionnelle* » avec un rapport annonceur/cible unilatérale »¹⁰ Le second inconvénient est le coût de la stratégie marketing qui peut dans certains cas être élevé.

Néanmoins, en dépit de sa faible souplesse et son coût élevé, ne perdons pas de vue que c'est un excellent outil de planification sur le long terme.

Le marketing digital en revanche, d'application récente, est en phase avec l'évolution de la société. Il est plébiscité en tant qu'outil de communication dynamique, ciblé, ajustable, réactive et implique par ailleurs la stratégie long terme. Ses applications au demeurant multiples s'adaptent à une diversité de situations et utilise différents canaux au rang desquels le *Web*, le *cross canal*¹¹, l'*e-mailing*, l'affichage dynamique¹²...

Un des atouts majeurs du marketing digital est par ailleurs son côté "viral"¹³ qui lui confère un bon rapport qualité/prix.

¹⁰ <https://www.ikadia.fr/le-marketing-digital-les-enjeux-et-les-opportunités/>

¹¹ Usage de plusieurs canaux digitaux

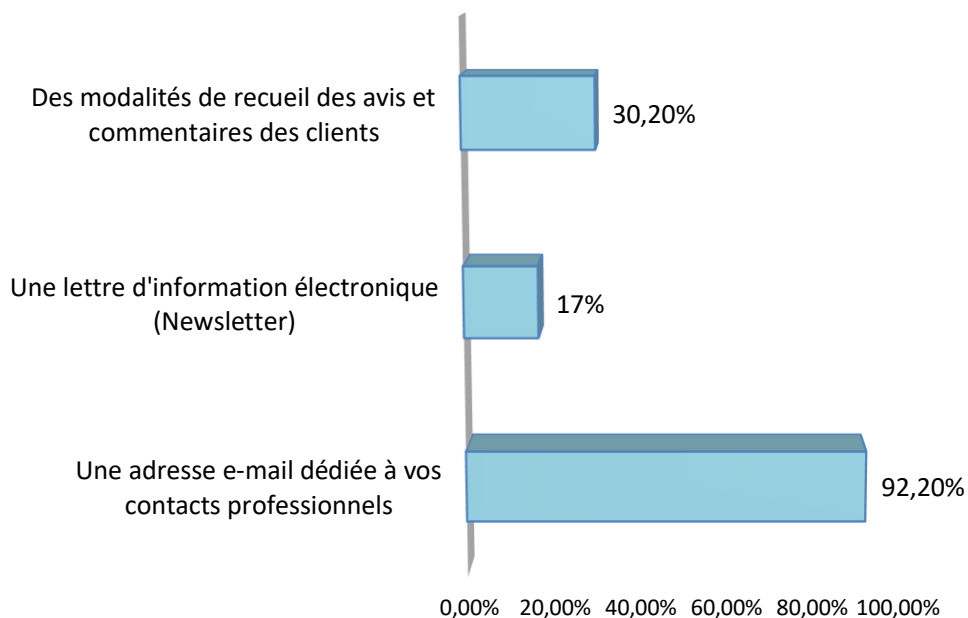
¹² L'affichage dynamique est un outil de communication permettant la diffusion de contenus multimédia à distance et en temps réel sur des supports numériques en espace ouvert. (Time square à *Newyork* en est un parfait exemple.

¹³ Le marketing « *viral* » est un mode de communication via les réseaux sociaux qui incite le client à donner son avis sur l'entreprise, son produit et surtout incite à partager l'information avec l'entourage

Les entreprises interrogées au cours de cette enquête mobilisent certaines composantes du marketing digital. Ainsi :

- 93% des entreprises ont mis en place une adresse *électronique* dédiée
- 30% ont défini une adresse *électronique* dédiée à leurs contacts professionnels
- 17% éditent des lettres d'information électroniques (*Newsletters*)
- 57% ont un fichier client

LES OUTILS DE SUIVI DE LA CLIENTÈLE

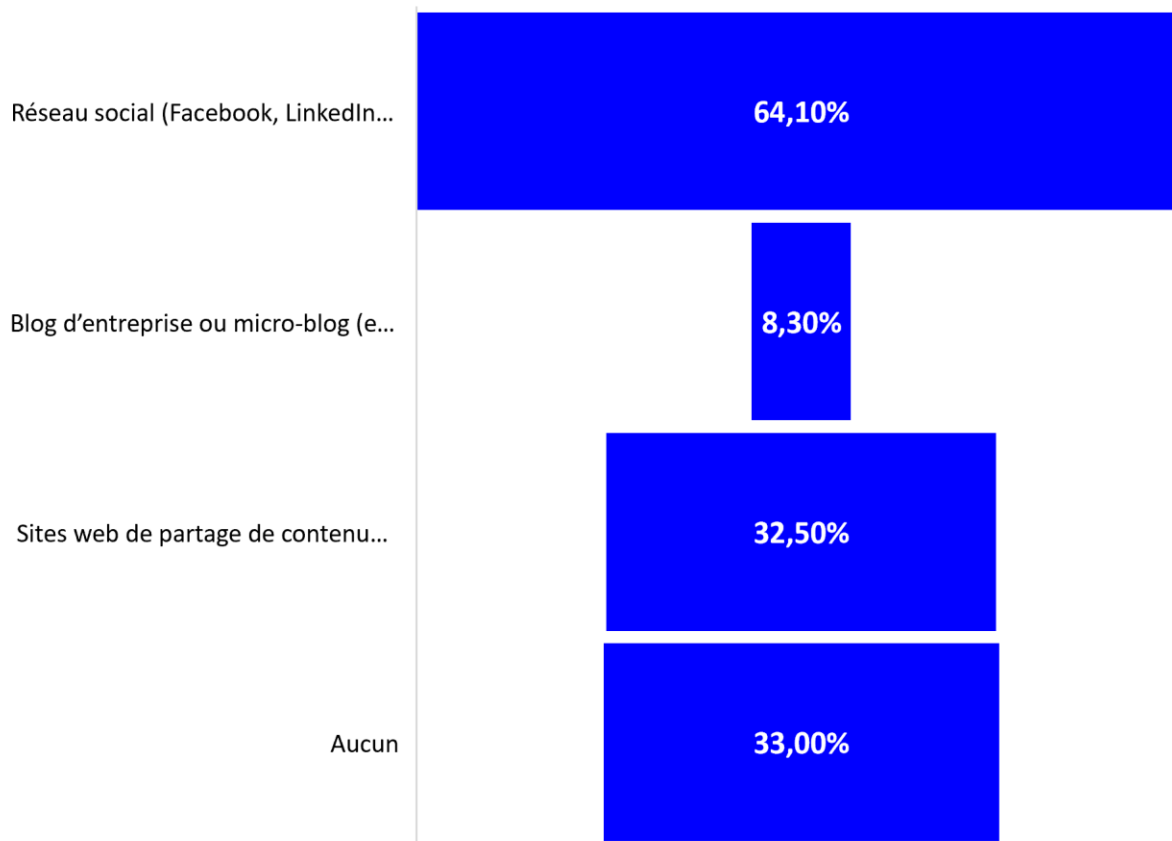


Un recours honorable des entreprises aux réseaux sociaux

LinkedIn et *Facebook* sont les 2 réseaux sociaux les plus utilisés par les entreprises (64%). Par ailleurs, les sites *web* de partage de contenu multimédia à l'instar de *YouTube*, *Instagram*, *Pinterest*, *Snapchat*... sont utilisés par 32% d'entre elles.

En revanche, à peine 18% des entreprises ont mis en place une application mobile dédiée.

Profil de compte médias sociaux

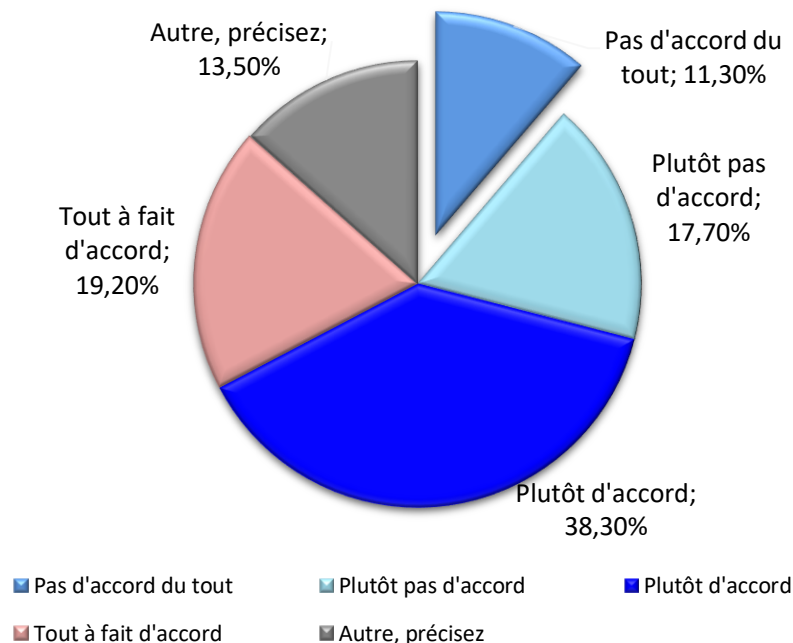


Internet un facteur plutôt favorable à l'amélioration du chiffre d'affaires

Les chefs d'entreprise recherchent logiquement un juste équilibre entre l'investissement financier, le temps consacré à la présence sur internet et le retour sur investissement attendu. Les résultats de l'enquête tendent à confirmer cette assertion.

En effet, de l'avis des entreprises interrogées, le bon usage de l'outil internet contribue à des degrés divers à l'amélioration du chiffre d'affaires de l'entreprise. Les appréciations apportées confirment largement cette assertion ; 89%.

Internet a-t-il amélioré votre chiffre d'affaires?



Enjeux de la formation

La formation : un enjeu majeur pour adapter l'entreprise aux mutations

Rappelons que l'enjeu de la formation pour les entreprises est triple ;

- Suivre et prévoir les mutations des organisations,
- Anticiper et identifier ces mutations,
- Puis mettre à disposition des dispositifs de formation adéquats pour les employés

Une anticipation qui aura de fait un impact sur la motivation et la productivité. Bien plus encore, le dirigeant de l'entreprise doit en effet avoir la capacité de détecter l'obsolescence des connaissances de ses employés et mettre en place un programme de formation leur permettant de s'adapter aux progrès techniques.

L'accélération de ces mutations dans le secteur numérique étant plus rapide, le renouvellement des connaissances dans ce domaine apparaît dès lors comme une priorité dans la stratégie de l'entreprise.

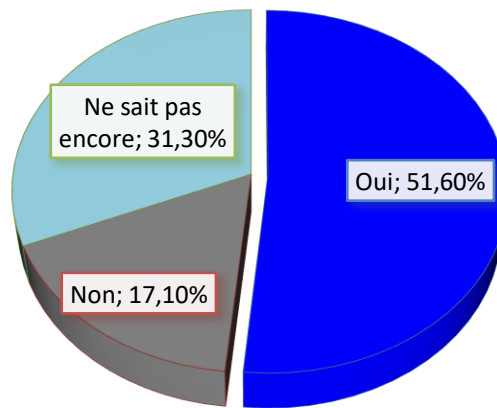
Ainsi, au cours de cette enquête, à la question

« Avez-vous mis en place des formations pour votre personnel informatique ? »

Il ressort cependant qu'à peine 27% des entreprises ont mis en place une formation effective au profit de leurs employés. Un taux résolument insuffisant qui met en évidence la marge de progrès à réaliser dans ce domaine.

Cette marge de progrès se profile à l'horizon puisque plus de la moitié des entreprises interrogées accepte que les chambres de commerce leur fassent des propositions de formation.

ACCEPTEZ-VOUS QUE VOTRE CCI VOUS FASSE UNE OFFRE DE FORMATION?



Le tableau ci-après donne la répartition des entreprises souhaitant ou non une formation par les CCI.

Tableau 9 : Votre Secteur d'activités / - Serez-vous d'accord que votre CCI vous fasse une proposition de formation...

Serez-vous d'accord... →	Oui	Non	Ne sait pas encore	Total
Votre Secteur d'act...	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Agriculture	100%	0%	0%	100%
Industrie	53,8%	15,4%	30,8%	100%
Construction	59,3%	18,5%	22,2%	100%
Commerce	51%	12,2%	36,7%	100%
Transport et entreposage	66,7%	16,7%	16,7%	100%
Hébergement et restauration	45,2%	19,4%	35,5%	100%
Information et communication	50%	14,3%	35,7%	100%
Activités financières et d'assurance	25%	25%	50%	100%
Activités immobilières	40%	20%	40%	100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	50%	12,5%	37,5%	100%
Activités de services administratifs et de soutien	75%	25%	0%	100%
Enseignement	100%	0%	0%	100%
Santé humaine et action sociale	33,3%	33,3%	33,3%	100%
Arts, spectacles et activités récréatives	80%	0%	20%	100%
Autres activités de services	41,7%	21,7%	36,7%	100%
Total	51,6%	17,1%	31,3%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 252

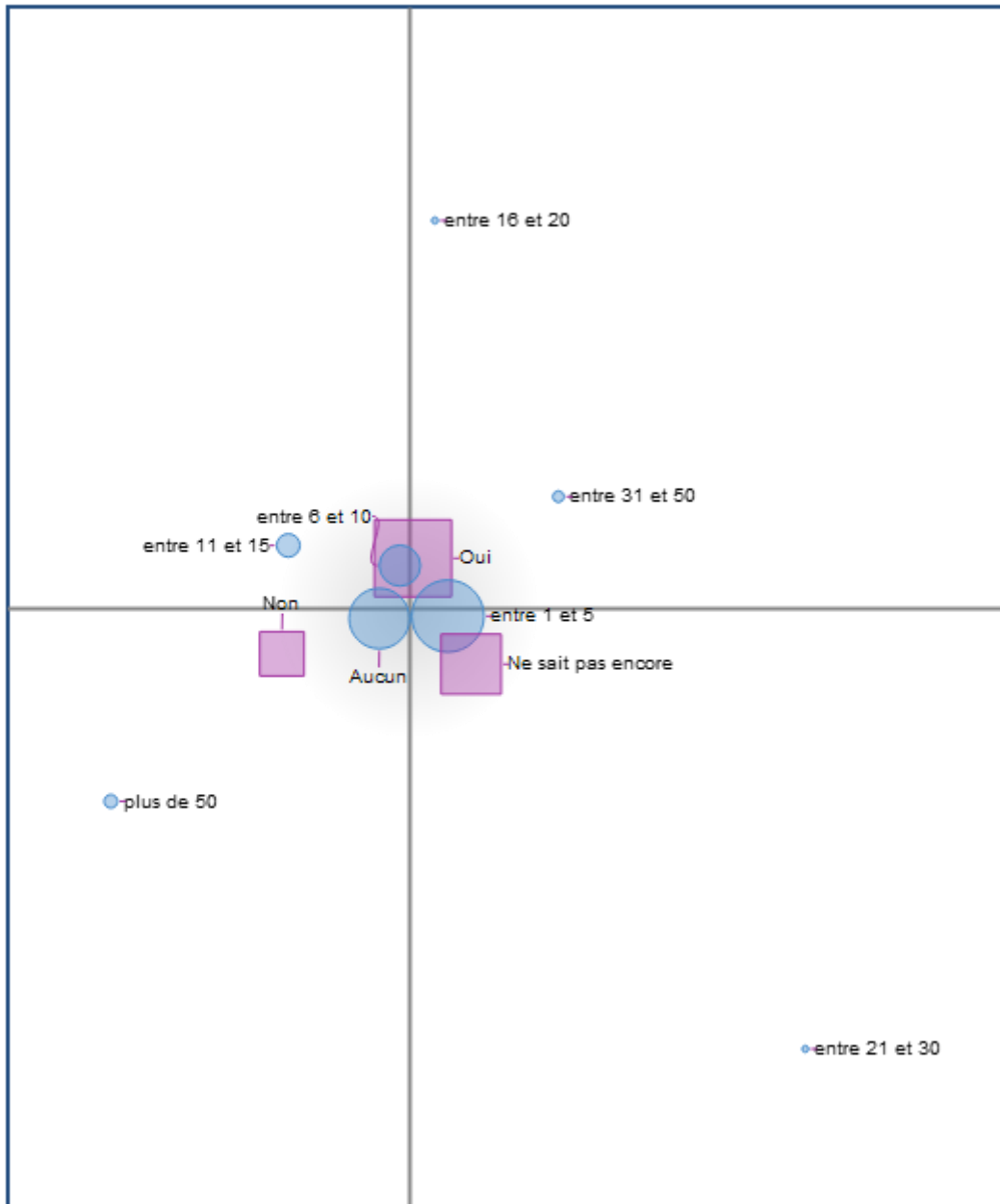
Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%

Ce sont principalement les petites unités qui souhaitent que les Chambres de Commerce mettent en place des formations pour leurs employés. Au centre de la carte factorielle ci-après dans la partie grisée sont concentrées les petites unités de 1 à 10 salariés.

48 - Votre effectif salarié : / 33 - Serez-vous d'accord que votre CCI vous fasse une proposition de formatio...

Carte des correspondances



La proximité ou l'éloignement entre modalités visualise les associations sur ou sous représentées. Au centre, dans la zone grisée, les éléments peu différenciés.

La carte restitue 100% de l'information, répartie en 60% horizontalement (F1) et 39% verticalement (F2).



De la nécessité d'anticiper les changements futurs

La révolution numérique amorcée depuis les années 2000 entraîne d'ores et déjà la disparition de différents corps de métiers. Une tendance qui va s'accroître au cours des prochaines années. Les entreprises gagneraient dès aujourd'hui à anticiper ces mutations majeures causées par ces innovations incrémentales ou de ruptures afin d'adapter leur organisation à ces mutations majeures. Aussi, à la question :

La généralisation de l'outil Internet dans les entreprises va entraîner la disparition de nombreux métiers. Dans cette perspective, quelles mesures avez-vous déjà prises pour adapter votre entreprise à ces changements ?

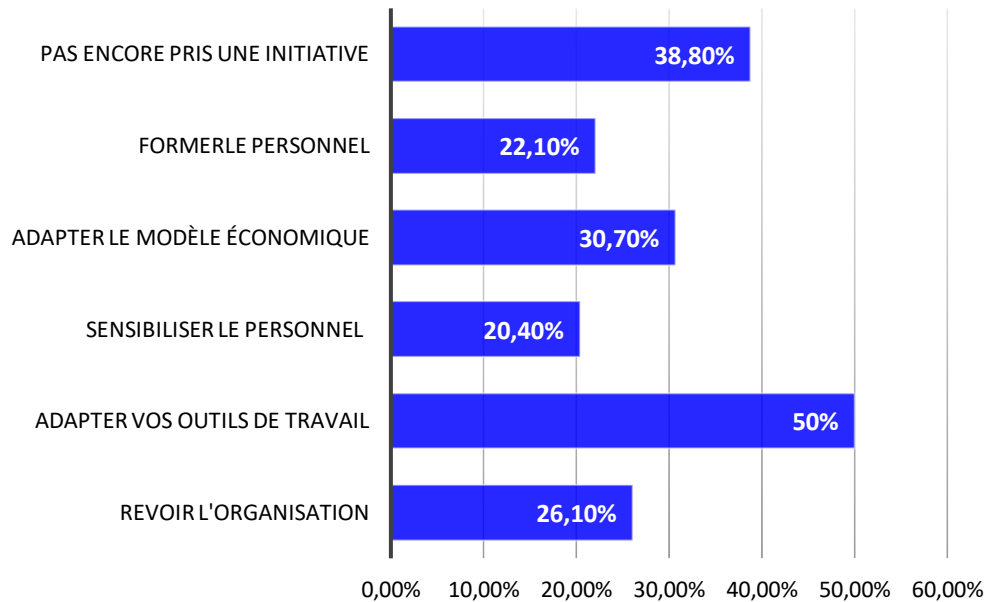
Les répondants reconnaissent qu'ils ont d'ores et déjà mis en place diverses stratégies en vue de s'adapter, une des conditions pour pérenniser leur entreprise. Parmi ces mesures :

- Mobiliser des outils d'adaptation,
- Revoir le modèle économique,

- Repenser l'organisation,
- Sensibiliser et former les ressources humaines.

Le graphique ci-après met en évidence la distribution des mesures mises en place dans l'entreprise.

Mesures d'adaptation aux changements



Le tableau ci-après établit la ventilation des répondants par territoire.

Tableau 10 : Ventilation par territoire – et disparition de nombreux métiers

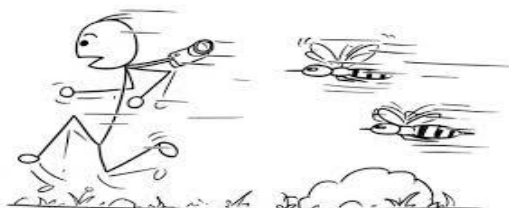
Internet va entraî...	Revoir votre organisation	Adapter vos outils de travail	Sensibiliser votre personnel à ces changements	Adapter votre modèle économique	Former votre personnel	Vous n'avez pas encore pris une initiative	Total
→							
Votre territoire	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Guadeloupe	33,9%	50%	22,3%	34,8%	25,9%	33%	100%
Guyane	24,4%	53,7%	23,6%	29,3%	23,6%	39,8%	100%
Réunion	20,4%	46%	15%	28,3%	16,8%	43,4%	100%
Total	13,9%	26,6%	10,8%	16,3%	11,8%	20,6%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%



Règlementation

Des entreprises sensibles à la réglementation

L'une des réglementations pour laquelle les entreprises se doivent d'être vigilantes est le RGPD, (Règlement général pour la protection des données)¹⁴.

A la question « *Le Règlement Général sur la Protection des Données est une règle que toute entreprise publique et privée doit respecter ; la connaissez-vous ?* »

On peut noter que 75% des entreprises connaissent ce règlement et que 66% d'entre elles l'appliquent d'ores et déjà. La fraction restante envisage de l'appliquer à plus brève échéance.

¹⁴ L'Union européenne fixe les règles concernant protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données. (Règlement 2016/679, du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016)

Le tableau ci-après établit la ventilation des répondants par territoire

Tableau 11 : -Répartition de la réglementation par territoire

Réglementation Le ... →	Oui	Non	Total
Votre territoire	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Guadeloupe	80,4%	19,6%	100%
Guyane	68,3%	31,7%	100%
Réunion	78,8%	21,2%	100%
Total	75,6%	24,4%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%

Le tableau ci-après établit la ventilation des répondants par secteur.

Tableau 12 : - Ventilation secteur d'activités et connaissance du Règlementation Général sur la Protection des .

Réglementation Le ... →	Oui		Non		Total
Votre Secteur d'act...	% Obs.	Ecart	% Obs.	Ecart	% Obs.
Agriculture	0%	- PS	100%	+ PS	100%
Industrie	61,9%	- PS	38,1%	+ PS	100%
Construction	54,5%	- TS	45,5%	+ TS	100%
Commerce	73,5%		26,5%		100%
Transport et entreposage	91,7%		8,3%		100%
Hébergement et restauration	78,9%		21,1%		100%
Information et communication	91,7%	+ PS	8,3%	- PS	100%
Activités financières et d'assurance	100%		0%		100%
Activités immobilières	77,8%		22,2%		100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	81,8%		18,2%		100%
Activités de services administratifs et de soutien	90,9%		9,1%		100%
Enseignement	80%		20%		100%
Santé humaine et action sociale	88,9%		11,1%		100%
Arts, spectacles et activités récréatives	63,6%		36,4%		100%
Autres activités de services	75,9%		24,1%		100%
Total	75,6%		24,4%		

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Les valeurs en bleu / rouge sont significativement sur représentées / sous représentées (au seuil de risque de 5%).

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%

p-value = 0,05 ; Khi2 = 24,04 ; ddl = 14,00. La relation est significative.

Sécurité

La sécurité numérique, un enjeu majeur : 60% des entreprises interrogées veillent à la sécurité des données numériques de l'entreprise

Le terme « *Big data* » désigne l'importante transformation numérique et la croissance forte des capacités de stockage. Pour l'entreprise, c'est un formidable atout qui contribue à sa compétitivité. Mais c'est aussi un risque majeur de *cyberattaques*. D'où l'intérêt pour l'entreprise de se prémunir contre ce risque.

En effet, l'entreprise stocke aujourd'hui des données sensibles sur le *NET*, qu'il s'agisse des informations relevant des ressources humaines, l'ouverture d'un compte sur un site de e-commerce, les données financières, les secrets de fabrication d'une unité de production industrielle... Ce sont autant de données sensibles permettant à l'entreprise d'assurer le suivi et d'aider à la prise de décisions.

Il s'agit là d'un gisement d'informations particulièrement convoitées. L'entreprise face à ce constat a intérêt par conséquent à se doter des moyens les plus efficaces de protection.

Enfin, sachant que le vol des données numériques est aujourd'hui monnaie courante, l'on peut noter que 60% des entreprises interrogées ont mis en place des mesures techniques afin de sécuriser leurs données. Celles qui n'ont pas prises une initiative dans ce sens envisagent de le faire au plus tard en 2022.

Le tableau 17 donne une ventilation des entreprises ayant ou non mis pris des dispositions afin de protéger leurs données numériques.

Tableau 13 : – Ventilation entre secteur d'activités et vol de données numériques

Sécurité Le vol de... →	Oui	Non	Total
Votre Secteur d'act...	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Agriculture	0%	100%	100%
Industrie	57,1%	42,9%	100%
Construction	36,4%	63,6%	100%
Commerce	70,6%	29,4%	100%
Transport et entreposage	75%	25%	100%
Hébergement et restauration	60,5%	39,5%	100%
Information et communication	66,7%	33,3%	100%
Activités financières et d'assurance	66,7%	33,3%	100%
Activités immobilières	77,8%	22,2%	100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	54,5%	45,5%	100%
Activités de services administratifs et de soutien	54,5%	45,5%	100%
Enseignement	40%	60%	100%
Santé humaine et action sociale	88,9%	11,1%	100%
Arts, spectacles et activités récréatives	45,5%	54,5%	100%
Autres activités de services	59,5%	40,5%	100%
Total	60,1%	39,9%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%

Le tableau 18 met en évidence la répartition des mêmes entreprises selon leur tranche d'effectif.

Quelle que soit la taille de l'effectif, les dirigeants sont sensibles à la sécurisation des données de l'entreprise comme le montre les données du tableau ci-après.

Tableau 14 : - Ventilation entre effectif salarié et sécurité des données

Sécurité Le vol de... →	Oui	Non	Total
Votre effectif sala...	% Obs.	% Obs.	% Obs.
Aucun	49,5%	50,5%	100%
Entre 1 et 5	57,1%	42,9%	100%
Entre 6 et 10	58%	42%	100%
Entre 11 et 15	84%	16%	100%
Entre 16 et 20	66,7%	33,3%	100%
Entre 21 et 30	100%	0%	100%
Entre 31 et 50	77,8%	22,2%	100%
Plus de 50	100%	0%	100%
Total	60,1%	39,9%	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%



Conclusion

Cette enquête montre que la majorité des entreprises de Guyane, Guadeloupe, et Réunion ont intégré le numérique dans leur mode d'organisation. Un niveau d'intégration variable selon les régions et selon les secteurs d'activité. Une des constantes est la corrélation entre l'usage du numérique et la contribution au chiffre d'affaires de l'entreprise. L'équipement en réseau est une réalité pour la majorité certes, mais la stratégie de maintenance varie selon les entreprises.

Par ailleurs, si l'usage du numérique couvre une palette assez large des objectifs stratégiques des entreprises, les sites Web demeurent largement réalisés en français, une constante en cohérence à une faible propension des entreprises à explorer les marchés internationaux.

Un intérêt manifeste des entreprises est de mise pour le marketing digital et le recours aux réseaux sociaux. La formation est certes perçue par les entreprises comme un enjeu majeur pour leur adaptation aux changements futurs, mais peu sont enclines à le mettre en place. Néanmoins plus de la moitié des petites unités s'accordent pour que les CCI leur proposent des formations pour leur personnel en charge du numérique. Ces dernières sont sensibles à la réglementation et à la sécurité numérique.

En termes de perspective, un des enjeux majeurs est la sensibilisation des entreprises aux conséquences de la généralisation des équipements informatiques dans les organisations, à savoir la pollution numérique.

En effet, la Commission européenne estime à 14% la contribution de l'usage du numérique à la production mondiale de gaz à effet de serre en 2020. Une situation qui va s'aggraver au cours des années prochaines, si aucune anticipation n'est enclenchée.

Certes la Loi anti-gaspillage de février 2020 qui a établi un guide de réparabilité, la mise en place d'informations large sur les pièces détachées, la garantie à 12 mois de

conformité, l'interdiction de l'obsolescence programmée sont d'ores et déjà une avancée dans ce domaine

A ce qui précède, il convient d'ajouter le projet de Loi en cours d'examen à l'Assemblée nationale française sur la limitation de l'impact environnemental des outils numériques.

En effet, s'il est adopté, ce projet de loi sera de nature à freiner sensiblement l'impact environnemental de cette pollution numérique. Parmi les recommandations formulées dans ce projet de loi, certaines de ces mesures de bon sens semblent pertinentes à l'instar de :

- La réparabilité des appareils,
- La sobriété informatique à l'école,
- L'exigence des attestations de compétence en éco-conception,
- L'engagement des *Data Centers* à l'économie énergétique,
- La limitation par l'ARCEP des attributions des fréquences 5G,
- L'interdiction du lancement automatique des vidéos.

Comme le disait Alfred SAUVY, démographe/sociologue/économiste/scientifique (1898-1990)

*« Despote, conquérant, le progrès technique ne souffre pas l'arrêt.
Tout ralentissement équivalant à un recul, l'humanité est condamnée
au progrès à perpétuité ».*

ANNEXES

Le questionnaire



L'usage du numérique en entreprise Projet de questionnaire

Aujourd'hui, Internet est un levier majeur de compétitivité pour vous, chef d'entreprise. La CCI de GUADELOUPE, en coordination avec la CCI de la REUNION et de GUYANE réalise une enquête en vue de cerner votre niveau d'équipement, les applications que vous utilisez, ainsi que les retombées de cet outil sur votre organisation. Les résultats de cette enquête qui seront globalisés et anonymes vous fourniront des outils d'aide à la décision.

D'avance merci pour votre contribution à cette enquête.

Équipement informatique

Votre entreprise est informatisée Oui () Non ()

Si oui, précisez le type d'équipement

Équipements informatiques fixes dont

Nombre d'ordinateurs de bureau entre 1 et 10 () ; entre 11 et 15 () ; entre 16 et 20 () ; + de 20 ()
Nombre de stations de travail entre 1 et 05 () ; entre 06 et 10 () ; entre 11 et 15 () ; + de 15 ()

Équipements informatiques mobiles dont :

Smartphone ()
Agenda électronique ()

Votre équipement informatique est connecté en réseau Oui () Non ()

Maintenance

La maintenance de votre système informatique est assurée :

En interne ()
Par un prestataire externe ()

Accès à INTERNET

Votre entreprise utilise-t-elle une connexion à Internet fixe à haut ou très haut débit* (ADSL, SDSL, VDSL, fibre optique (FFTH), câble, etc.) ? Oui () Non ()

Quel est le mode d'accès à Internet ? ADSL¹⁵ () SDSL¹⁶ () Fibre optique¹⁷ () Câble ()

¹⁵ Technique de communication numérique (*en anglais, Asymmetric Digital Subscriber Line*)

¹⁶ SDSL (*en anglais Symmetric Digital Subscriber*) est une ligne d'abonnés numériques à débit symétrique. Cette technique qui date de 1990 permet de transporter des données à haut débit (jusqu'à 2 Mbit/s avec une portée maximale de 2,4 km) via un réseau.

¹⁷ Une fibre optique est un fil dont l'âme¹, très fine, en verre ou en plastique, a la propriété de conduire la lumière et sert pour la fibroscopie, l'éclairage ou la transmission de données numériques.

moyen/haut débit alternatif :

- Satellite
- Clé 3G/4G
- bas-débit (56 Kbits/s)

Autre précisez _____

Quel est l'opérateur qui vous fournit accès à internet ?

- SFR
- Box
- Dauphin
- Orange

Quels usages faites-vous de l'internet dans l'entreprise

(choix de plusieurs réponses possible)

- Recherche d'informations
- Communication
- Formalités administrative
- Réponse à des appels d'offres
- Gestion de la relation client
- Notoriété et e-réputation

Autre, précisez _____

Qualité de connexion

La qualité de connexion est selon vous :

- Excellente
- Bonne
- Passable
- Mauvaise

Vous mettez internet à disposition de vos clients Oui () Non ()

Si oui, s'agit-il d'une connexion Wifi ? Oui () Non ()

Si autre, précisez _____

Site WEB

Votre entreprise dispose-t-elle d'un site WEB ? Oui () non ()

Si oui, précisez l'objectif de votre site WEB

- Plus de visibilité sur Internet
- Présenter l'activité de l'entreprise
- Présenter les produits
- Présenter les services
- Faire des réservations en ligne
- Vendre en ligne

Votre entreprise dispose-t-elle du service de discussion en ligne (chat) suivant pour les contacts avec les clients?

Une discussion en ligne (chat) où une personne répond au client Oui () Non ()

Un *chatbot* ou un agent virtuel répond au client Oui () Non ()

Votre site WEB peut être consulté :

- En français uniquement
- En français et anglais
- En français et espagnol
- En français anglais et espagnol

Si autre langue précisez _____

Votre site WEB est réalisé :

- En interne
- Par un prestataire

Si prestataire, indiquez le coût moyen en euros :

Moins de 500€ ; entre 501 et 1500€ ; Entre 1501 et 3000€ ; entre 3001 et 5000€ ; entre 5000 et 15000€ ; entre 1001 et 30000€ ; + de 30000€

Quelle est la fréquence de mise à jour de votre site WEB ?

- 1 fois par mois
- 1 fois par trimestre
- 1 fois par semestre

Autre précisez _____

Il vous arrive d'optimiser le référencement de votre site Web Oui Non

Si oui, il a été effectué par :

- Une ressource interne
- Un prestataire extérieur

Votre entreprise a-t-elle un profil, un compte ou une licence d'utilisateur sur l'un des médias sociaux suivants :

- Réseau social (Facebook, LinkedIn etc.) Oui Non
- Blog d'entreprise ou microblog (ex : Twitter) Oui Non
- Sites web de partage de contenu multimédia (YouTube, Instagram, Pinterest, Snapchat, etc.) Oui Non

Avez Vous mis en place des formations pour votre personnel informatique : Oui Non

Dites-nous si votre site a contribué à l'augmentation de votre chiffre d'affaires

- Tout à fait d'accord
- Pas du tout d'accord
- Ne sait pas

Autre, précisez _____

Votre entreprise dispose-t-elle d'une application mobile dédiée ? Oui Non

Gestion de la relation client

Avez-vous mis en place une adresse e-mail dédiée à vos contacts professionnels Oui Non

Précisez le délai moyen de réponse aux e-mails provenant de vos clients

- Dans la journée
- Dans 2 jours
- Plus de 2 jours

Autre précisez _____

Avez mis en place pour vos clients une lettre d'information électronique (newsletter) ? Oui () Non ()

Avez-vous mis en place la modalité de recueil des avis et commentaires de vos clients : Oui () Non ()

Vous avez un fichier clients Oui () Non ()

Si oui, ce fichier vous aide plutôt à :

Fidéliser votre clientèle ()

Analyser et cibler votre clientèle afin de lui proposer une offre répondant à ses attentes ()

Communiquer de façon optimale avec vos clients ()

Autre, précisez _____

Démarches administratives

De façon générale vos formalités administratives sont réalisées :

Sous format papier ()

Par site WEB ()

Votre facturation se fait :

En format électronique () En format papier. ()

Votre entreprise achète-t-elle des services de Cloud Computing ? Oui () Non ()

Si oui, quels sont ces services ?

Services de courrier électronique ()

Logiciels bureautiques (ex. traitement de texte, feuille de calcul, etc.) ()

Services d'hébergement de bases de données de l'entreprise ()

Services d'archivage de dossiers ()

Logiciels de gestion financière ou de comptabilité ()

Logiciels de gestion des informations clients (CRM) ()

Autre, précisez _____

Les ruptures technologiques récentes bouleversent déjà les usages et les marchés. La conséquence sera à terme la disparition de nombreux métiers. Dans cette perspective, quelles mesures avez-vous prises pour adapter votre entreprise à ces changements ?

Revoir votre organisation ()

Adapter vos outils de travail ()

Sensibiliser votre personnel à ces changements ()

Adapter votre façon de manager ()

Adapter votre modèle économique ()

Former votre personnel ()

Vous n'avez pris aucune initiative ()

Autre : précisez _____

Le RGPD, (*Règlement Général sur la Protection des Données*) est une règle que toute entreprise publique et privée doit respecter :

Connaissez-vous cette règle ? Oui () Non ()

Si oui, avez-vous mis en place les modalités d'application ? Oui () Non ()

Si non, dans quelle échéance envisagez-vous de l'appliquer ? _____

Votre effectif salarié :

Aucun () entre 1 et 5 () entre 6 et 10 () entre 11 et 20 () entre 21 et 30 () entre 31 et 50 () + de 50 ()

Secteur d'activités

Agriculture, sylviculture et pêche	()
Industries	()
Construction	()
Commerce	()
Transports et entreposage	()
Hébergement et restauration	()
Information et communication	()
Activités financières et d'assurance	()
Activités immobilières	()
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	()
Activités de services administratifs et de soutien	()
Enseignement	()
Santé humaine et action sociale	()
Arts, spectacles et activités récréatives	()
Autres activités de services	()

Votre code Naf _____

Modèle statistique

Equation établissant la relation entre l'équipement informatique et l'augmentation du chiffre d'affaires.

Variables influençant "2 - Nombre d'ordinateurs de bureau "

Régression linéaire multiple

La régression linéaire consiste à produire l'équation permettant de calculer au plus juste la valeur de la variable à expliquer.

On peut ainsi déterminer :

1/ Les variables qui n'ont pas d'influence.

2/ La contribution des variables. Elle mesure leur influence sur la variable explicative.

Enquête : Numérique - L'usage du numérique en entreprise en Guadeloupe

Nombre d'observations complètes : 266, sur un total de 427 observations.

Estimation de la valeur de la variable : **Nombre d'ordinateurs de bureau** à partir des variables : **Nombre de stations de travail ...**, **Votre site Web a-t-il contribué à l'aug...** , **Votre effectif salarié :**

▣ Les données

⊕ Caractéristiques des variables

Variable	Moyenne	Min	Max	Ecart-type	Skewness	Kurtosis	Index écart-type	Corrélation avec Nombre d'ordinateurs de bureau
<i>A expliquer</i>								
Nombre d'ordinateurs de bureau	9.17	-370.00	350.00	35.73	7.87	69.78	0.17	
<i>Explicative</i>								
Nombre de stations de travail ...	6.27	-350.00	350.00	26.66	9.54	108.01	0.20	0.78 (t = 20.01)
Votre site Web a-t-il contribué à l'aug...	3.06	1.00	5.00	1.17	-0.03	-0.67	0.34	-0.03 (t = 0.42)
Votre effectif salarié :	2.55	1.00	8.00	1.74	1.78	2.74	0.29	0.54 (t = 10.49)

⊕ Matrice des corrélations

	Nombre d'ordinateurs de bureau	Nombre de stations de travail ...	Votre site Web a-t-il contribué à l'aug...	Votre effectif salarié :
Nombre d'ordinateurs de bureau	-			
Nombre de stations de travail ...	0.78	-		
Votre site Web a-t-il contribué à l'aug...	-0.03	-0.12	-	
Votre effectif salarié :	0.54	0.50	-0.03	-

Alpha de Cronbach standardisé : **0.60**.

*Seules les variables explicatives interviennent dans le calcul.
La valeur de l'alpha indique que les conditions d'indépendance des variables explicatives sont assez bien satisfaites*

▣ Les résultats du modèle de régression linéaire

▣ Variables sans influence

1 variables ne contribuent pas à l'explication (au seuil de **5%**) : **Votre site Web a-t-il contribué à l'aug...**

▣ Variables influentes

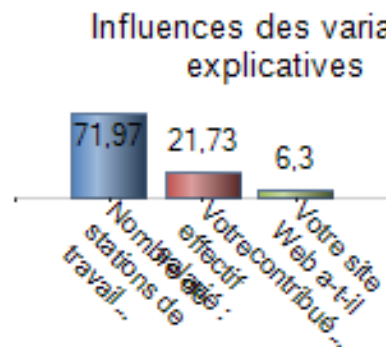
2 variables contribuent à l'explication (au seuil de **5%**) : **Nombre de stations de travail ...**, **Votre effectif salarié :**

Equation du modèle

Nombre d'ordinateurs de bureau = -12.91 + 4.23 * Votre effectif salarié : + 1.82 * Votre site Web a-t-il contribué à l'aug... + 0.91 * Nombre de stations de travail ...

Influence des variables explicatives

	Coefficient	Tstat	Ecart-type	p-value	Coefficient standardisé	Contribution
Const	-12.91	3.03	4.26	<0.01	-	-
Votre effectif salarié :	4.23	4.80	0.88	<0.01	0.21	21.73
Votre site Web a-t-il contribué à l'aug...	1.82	1.59	1.14	0.11	0.06	6.30
Nombre de stations de travail	0.91	15.81	0.06	<0.01	0.68	71.97
...						



Indicateur de la qualité du modèle

Le modèle rend compte de **63.88%** de la variance de la variable à expliquer.

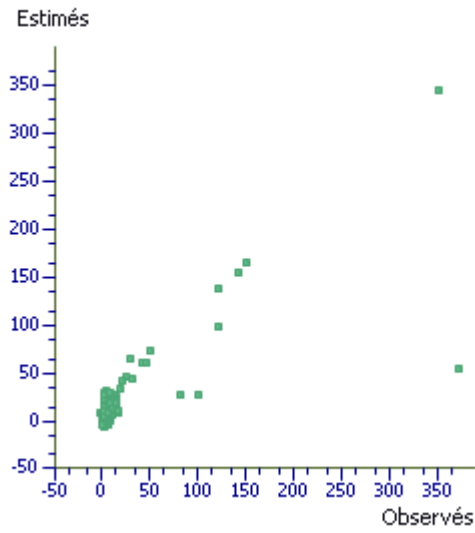
Coefficient de corrélation multiple : R = **0.80**.

P-value de R : p(R) = **<0.01**.

Coefficient de Fisher : F = **154.43**.

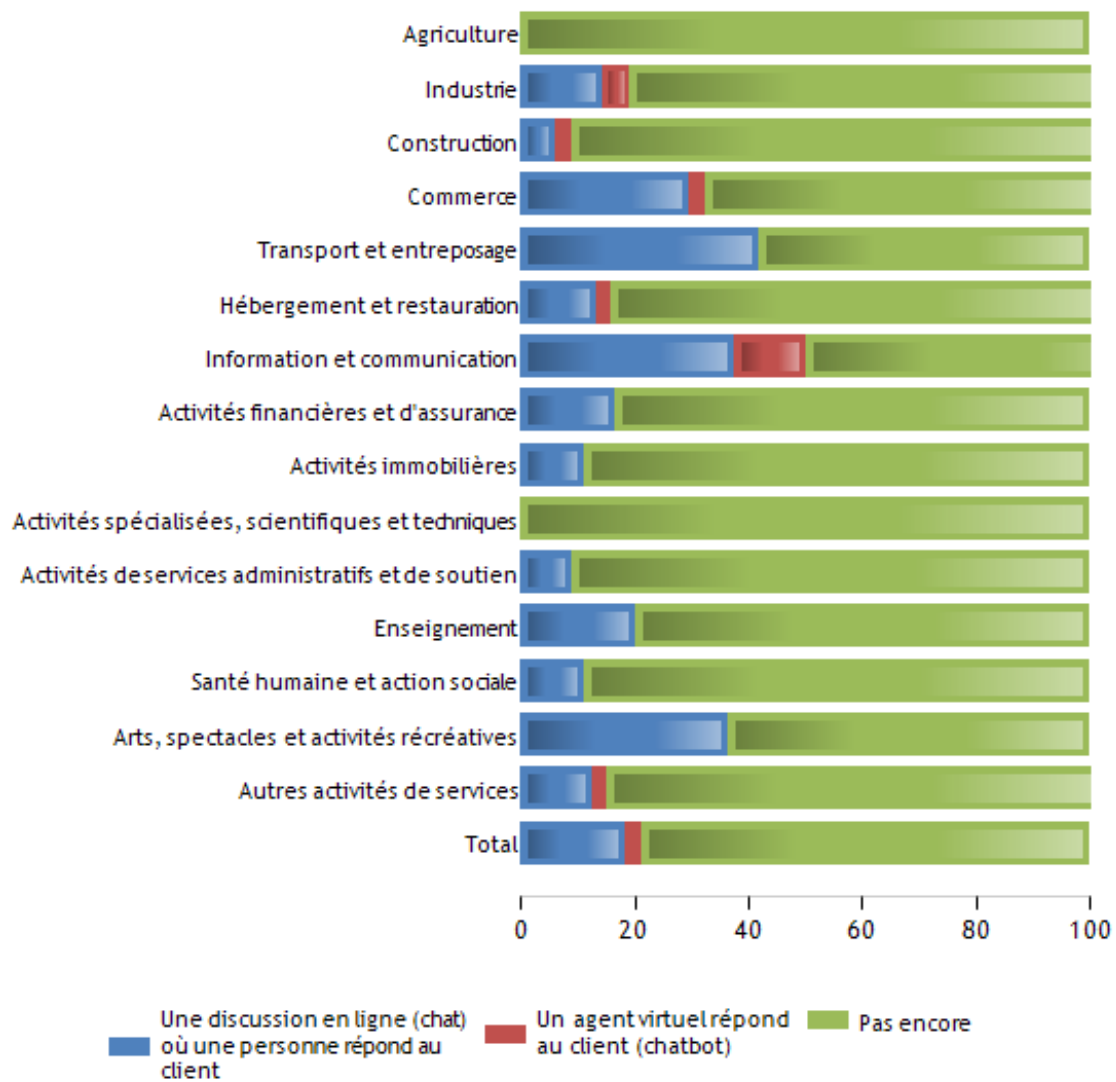
P-value de F : p(F) = **<0.01**.

Représentation des Y estimés



Idéalement tous les points sont alignés sur la droite (100% de la variable est expliquée).

Graphique : Répartition des services de discussion en ligne selon le secteur



Graphique de la fréquence de mise à jour selon le secteur d'activité

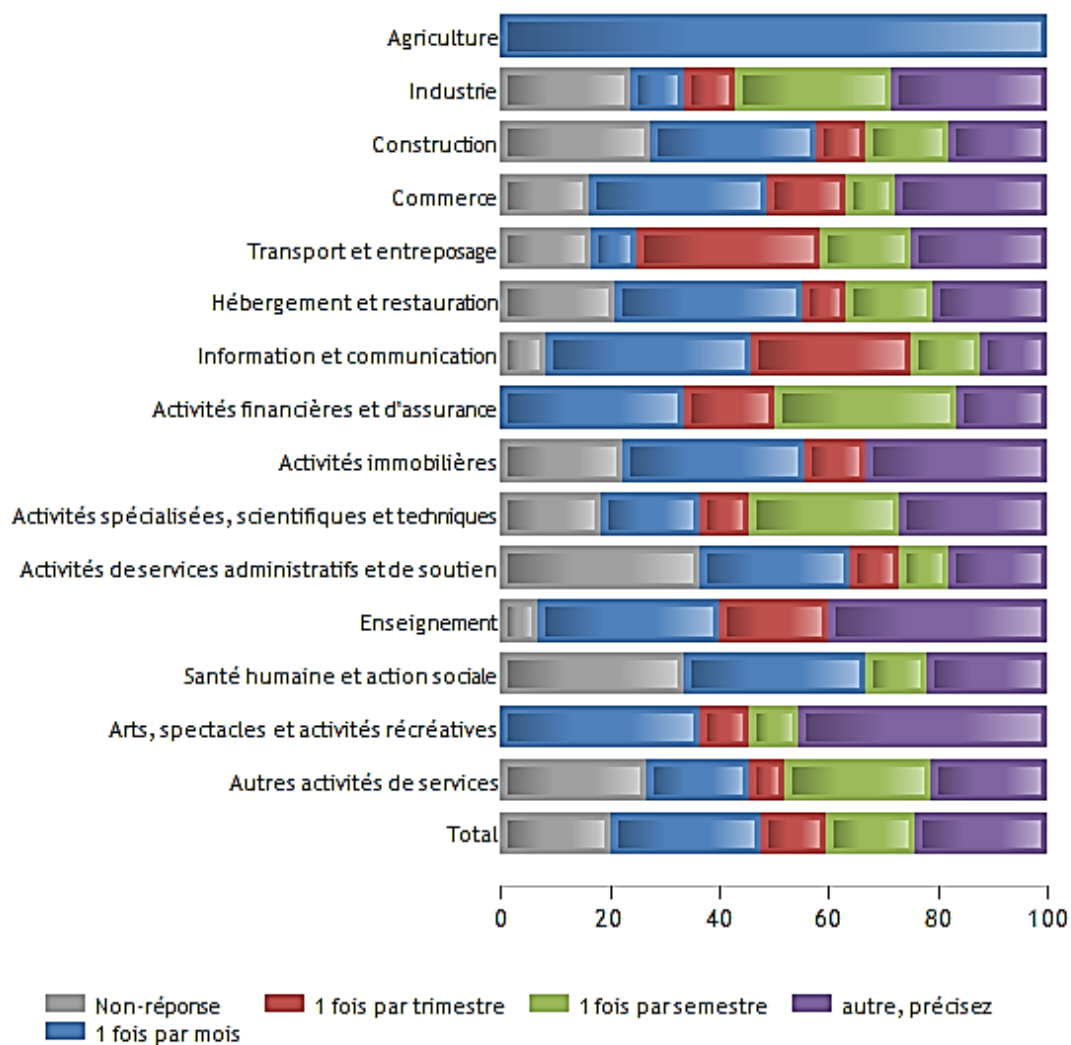


Tableau 14 : Secteur d'activités et mise à disposition des clients de l'internet

Mettez-vous interne... → Votre Secteur d'act...	Oui		Non		Total
	% Obs.	Ecart	% Obs.	Ecart	% Obs.
Agriculture	0%		100%		100%
Industrie	23,8%		76,2%		100%
Construction	18,2%	- PS	81,8%	+ PS	100%
Commerce	19,1%	- S	80,9%	+ S	100%
Transport et entreposage	25%		75%		100%
Hébergement et restauration	86,8%	+ TS	13,2%	- TS	100%
Information et communication	58,3%	+ TS	41,7%	- TS	100%
Activités financières et d'assurance	50%		50%		100%
Activités immobilières	33,3%		66,7%		100%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	9,1%	- PS	90,9%	+ PS	100%
Activités de services administratifs et de soutien	27,3%		72,7%		100%
Enseignement	40%		60%		100%
Santé humaine et action sociale	0%	- S	100%	+ S	100%
Arts, spectacles et activités récréatives	18,2%		81,8%		100%
Autres activités de services	16,5%	- TS	83,5%	+ TS	100%
Total	30,2%		69,8%		

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Les valeurs en bleu / rouge sont significativement sur représentées / sous représentées (au seuil de risque de 5%).

Réponses effectives : 348

Non-réponse(s) : 0

Taux de réponse : 100%

p-value = < 0,01 ; Khi2 = 90,05 ; ddl = 14,00. La relation est très significative.

Directeur de la publication

Omer BABOULALL

Directeur General

Coordination

Mathias BINI

Chef du Département Pôle Economie
CCI des Iles de Guadeloupe

Rédaction

Mathias BINI

Avec la contribution de

Nathalie DIB

Chargée d'études économiques

Jeremy PISTOL

Chargé d'études économiques

CCI-IG

Centre d'Observation et d'Analyse Economique

Rue Félix EBOUE

97110 Pointe-à-Pitre

Tél : 0590 93 76 65 - publieco@guadeloupe.cci.fr