

## Annexe : la pénétration d'Internet dans les entreprises des régions ultrapériphériques - Sondage BVA / RUP

### Introduction

BVA a réalisé dans le cadre de l'étude une enquête téléphonique à la fois quantitative et qualitative auprès d'entreprises des sept régions ultrapériphériques : La Guadeloupe, La Martinique, La Réunion, La Guyane, Les Açores, Madère et Les Canaries.

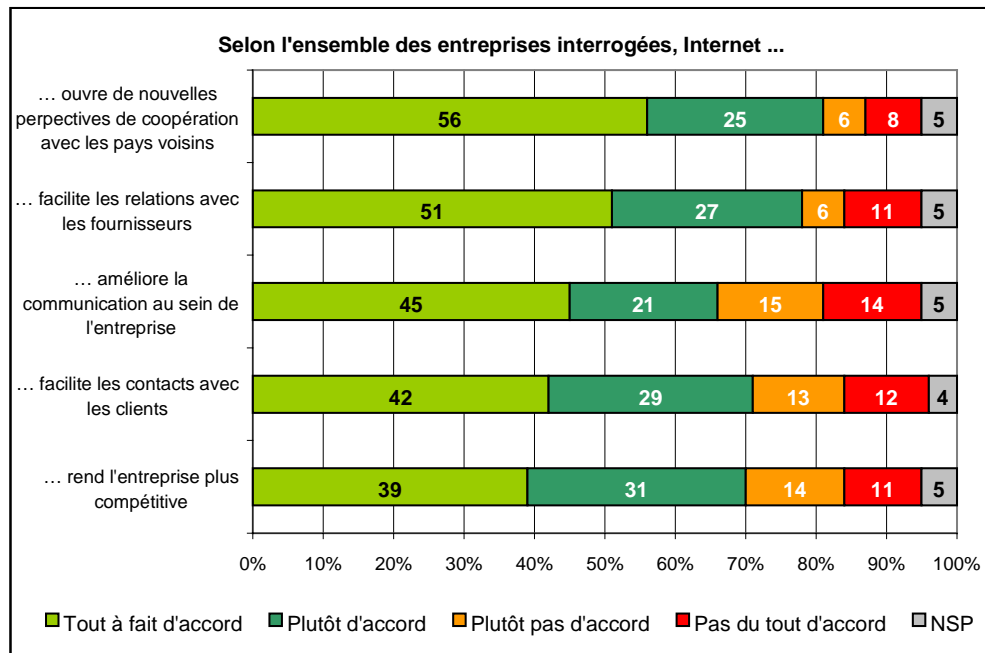
La finalité de l'enquête était de disposer d'un éclairage sur l'équipement et la sensibilité aux nouvelles technologies dans ces régions, permettant de mettre ainsi en évidence les leviers à développer. En pratique, la structure du tissu économique au sein des régions (en particulier la prédominance de très petites entreprises) a amené à se concentrer sur le rôle d'Internet, en tant qu'outil de premier niveau de pénétration des TIC au sein de l'entreprise.

### Méthodologie du sondage BVA

Un questionnaire a été préparé et les interviews téléphoniques ont été entamées en mars 2001. Une série de 70 interviews téléphoniques en moyenne a été réalisée dans chacune des régions, soit un total de 495 interviews.

- **Univers de l'enquête** : Les entreprises ayant une autonomie de décision en matière d'investissements informatiques et de télécommunications.
- **Critère d'éligibilité**
  - De l'entreprise : l'échantillon a été construit de manière « probabiliste stratifié ». Cette méthode consiste à imposer un contingent suffisant d'interviews dans chacune des catégories retenues. Elle permet ainsi d'obtenir une meilleure fiabilité statistique sur les strates naturellement peu représentées. Ces strates ont, dans le cas présent, été définies suivant le secteur d'activité (Industrie / Primaire – BTP – Commerce – Transports / Services).
  - De l'interviewé : l'objectif de cette étude étant de décrire un niveau général de perception des TIC, nous avons décidé d'interroger en priorité les dirigeants ou les responsables commerciaux ou de la communication.
- **La méthode d'échantillonnage** retenue (échantillon probabiliste stratifié) n'autorise pas une représentation strictement proportionnelle des entreprises. Elle suppose donc un redressement à l'issue de la phase de recueil de l'information de façon à rendre à chaque secteur d'activité son poids réel. Par ailleurs, BVA a également effectué un redressement sur la taille des entreprises.
- **Avertissements** : Le nombre d'interviews réalisées par région permet d'esquisser le niveau global de sensibilité aux TIC mais ne permet pas d'assurer une solidité statistique des résultats par zone. Les résultats par zone sont donc à analyser avec prudence. Ils fournissent une tendance, un ordre de grandeur et permettent de déceler certaines différences nettes entre les zones. Le résultat produit sur l'ensemble des interviews réalisées constitue un indicateur rendant compte de l'ensemble des résultats et permet une lecture globale des informations sans toutefois être représentatif de l'ensemble des entreprises des zones concernées. Les entreprises qui ont accepté de répondre aux interviews téléphoniques sont sans doute aussi celles qui étaient plus ouvertes au regard des TIC. Cela a pu induire une sur-représentation des entreprises utilisant les TIC.

## 1. La perception d'Internet par les entreprises interrogées

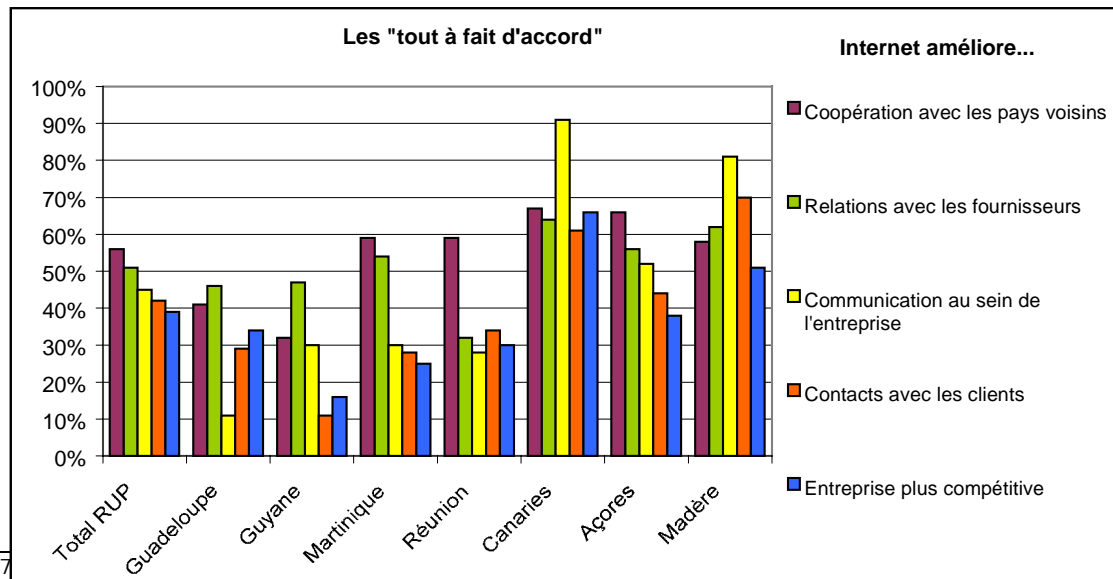


Internet est avant tout pour les entreprises interrogées un moyen de s'ouvrir sur l'extérieur en offrant de nouvelles perspectives de coopération avec les pays voisins : 56% des entreprises sont ainsi "tout à fait d'accord" avec cette affirmation.

Arrive en deuxième position le fait qu'Internet facilite les relations avec les fournisseurs : 51% sont ainsi "tout à fait d'accord".

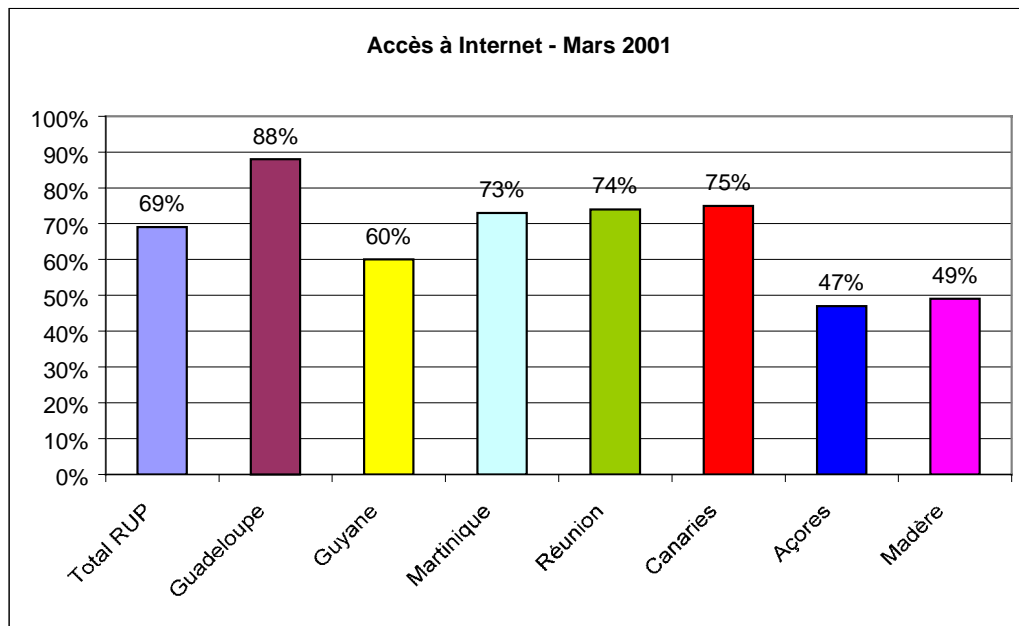
Internet en tant qu'outil d'amélioration de la communication Internet (45%) et avec les clients (42%) arrive en 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> position.

Enfin, si 39% des entreprises seulement sont "tout à fait d'accord" pour dire qu'Internet améliore la compétitivité de l'entreprise, 25% ne sont pas d'accord.



Les avis sont cependant partagés selon les régions. Ainsi, les îles portugaises et espagnoles semblent globalement plus enthousiastes concernant l'apport d'Internet que les DOM français.

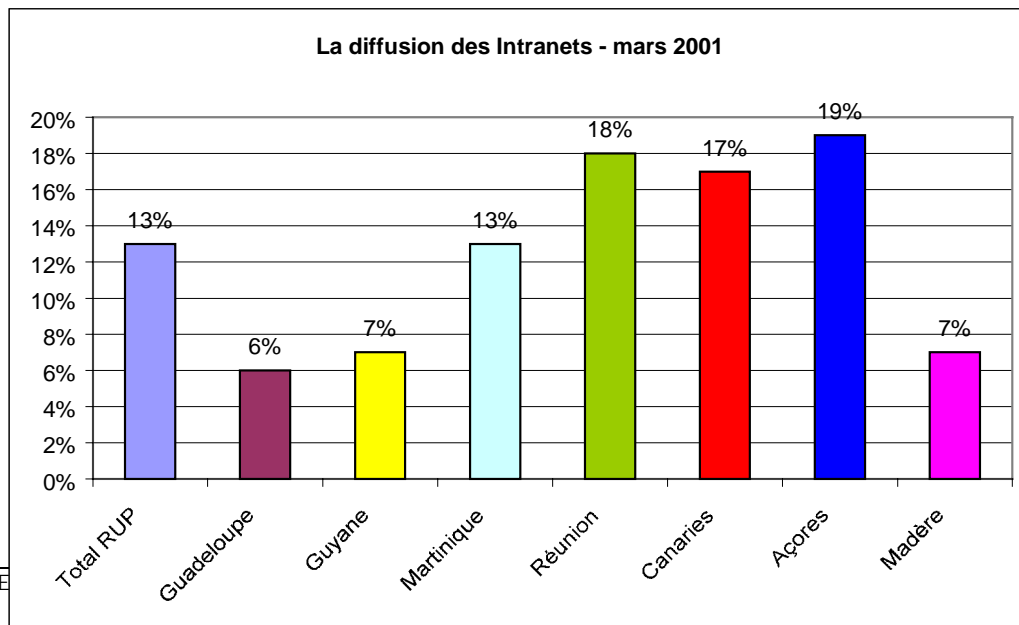
## 2. La connexion à Internet



92% des entreprises interrogées dans les RUP disposent d'un ordinateur ou d'un réseau d'ordinateurs.

Dans les DOM, le taux est légèrement supérieur. Certains interlocuteurs ont évoqué un suréquipement des entreprises en ordinateurs dans les DOM. L'équipement devrait continuer de croître en raison des incitations fiscales prévues dans la Loi d'orientation pour l'outremer et la loi de finances pour 2001.

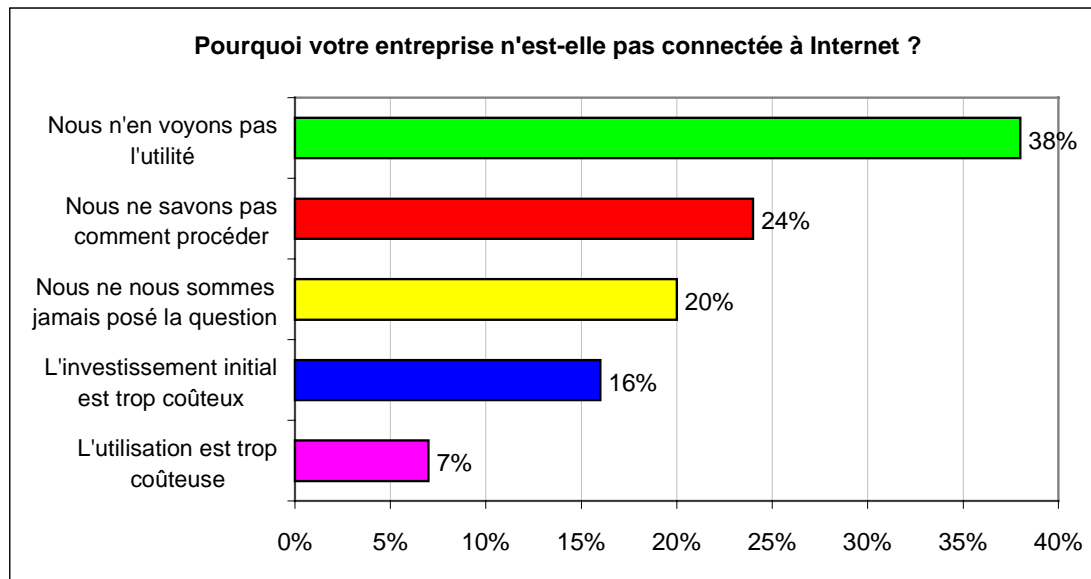
69% des entreprises interrogées dans les RUP sont connectées à Internet. Les taux de connexion des entreprises interrogées sont plus faibles dans les îles portugaises et en Guyane.



On note un très faible développement des intranets (13% en moyenne pour les RUP).

Si les entreprises semblent bien équipées en ordinateurs, peu d'entreprises sont connectées en réseau, disposent de serveurs et utilisent des applications d'échanges d'information. Peu d'entreprises disposeraient également de services informatiques ou d'un responsable informatique.

**Pourquoi les entreprises interrogées ne sont-elles pas connectées à Internet ?**



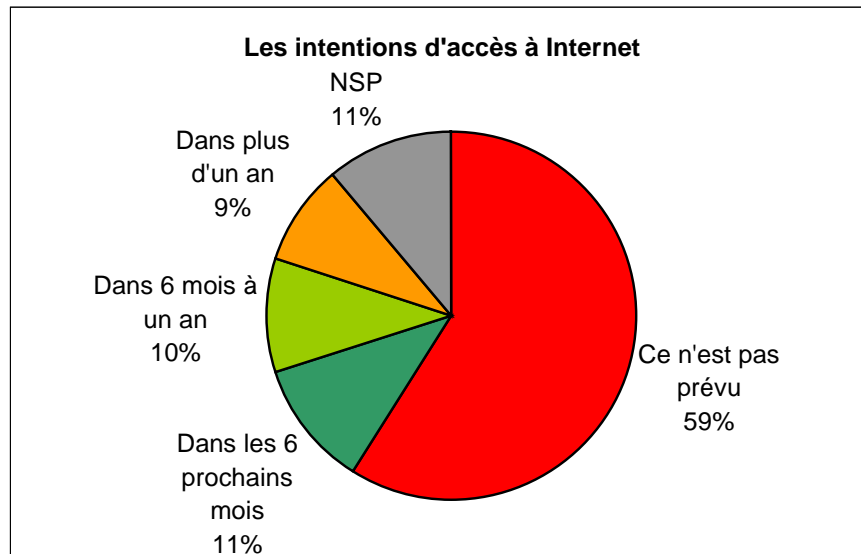
Les entreprises qui ne sont pas connectées à Internet considèrent qu'Internet n'est pas utile pour leur business. Elles sont 38% dans ce cas.

Un quart ne sait pas comment procéder et 20% ne se sont jamais posé la question.

Le facteur coût n'est pas un obstacle déterminant qu'il s'agisse de l'investissement initial à réaliser (16% des réponses) ou les coûts d'utilisation (7%). Ces derniers chiffres sont cependant plus élevés à Madère (21% et 15%) et dans les Açores (16% et 34%). L'importance des coûts d'utilisation n'a été citée par aucune entreprise des DOM et des Canaries.

En synthèse, le fait que les entreprises ne soient pas connectées à Internet s'explique principalement par la méconnaissance et la non perception de l'intérêt apporté par cet outil.

**Ces entreprises ont-elles l'intention de se connecter à Internet à court terme ?**

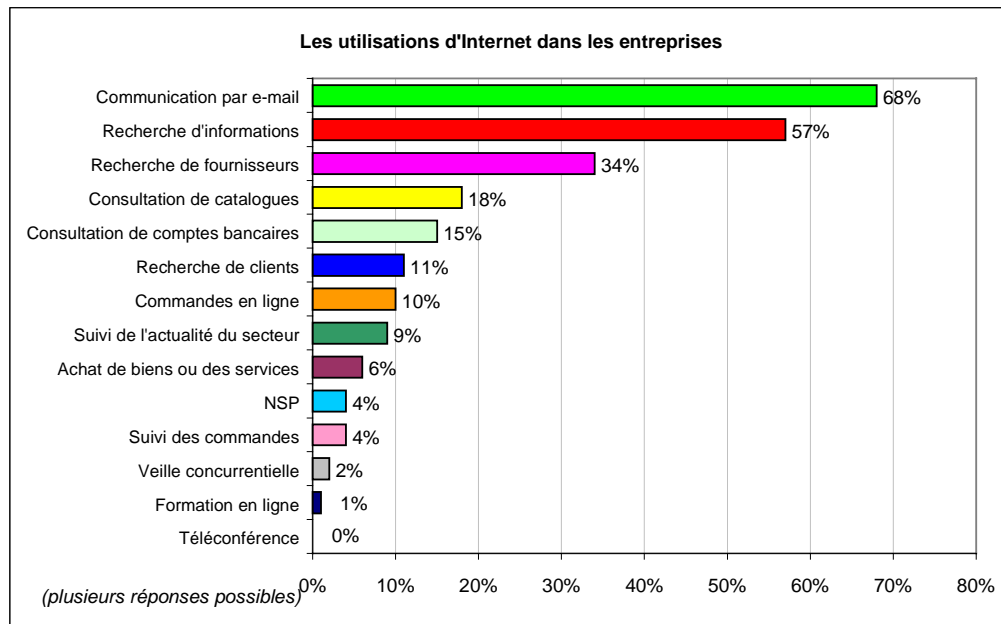


La réponse est plutôt négative : 59% des entreprises non connectées dans les RUP ne prévoient pas de se connecter dans le futur.

Les différences régionales sont marquées : les réfractaires qui ne prévoient pas de se connecter à Internet se trouvent plutôt à la Réunion, dans les Canaries et à Madère.

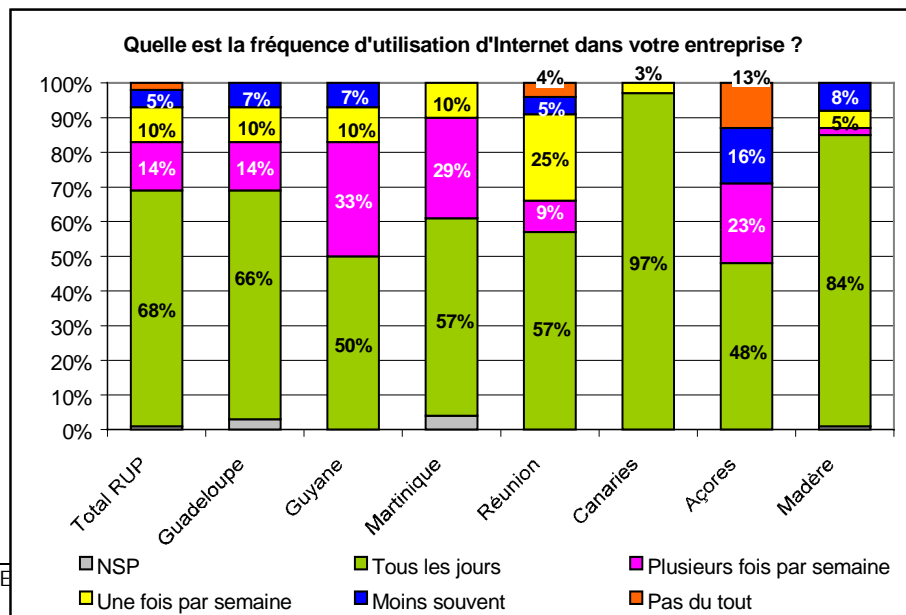
21% prévoient de se connecter dans moins d'un an. elles sont 60% en Guadeloupe et en Martinique et 49% en Guyane dans ce cas, l'horizon étant cependant un peu plus éloigné pour cette dernière (dans 6 mois à un an).

## Comment Internet est-il utilisé ?



L'utilisation d'Internet par les entreprises des RUP est orientée essentiellement vers la communication et moins dans une logique de business. La communication par e-mail constitue la principale raison d'utilisation d'Internet (68%) mais il s'agit le plus souvent d'un e-mail collectif (57% des e-mails). Dans 13% des entreprises interrogées, la communication par e-mail constitue la seule utilisation d'Internet. Si l'e-mail représente une utilisation majeure, la recherche d'information est également relativement bien développée (57%). Pourtant, très peu font de la veille concurrentielle (2%), suivent l'actualité du secteur (9%) ou recherchent des clients (11%). Par contre, une entreprise sur 3 recherche des fournisseurs sur Internet et 18% consultent des catalogues. Les fonctions plus interactives sont peu utilisées : consultation de comptes bancaires, commande, achat et suivi en ligne. L'organisation de visioconférences et de téléformation demeure fortement marginale voire inexistante.

## A quelle fréquence Internet est-il utilisé ?



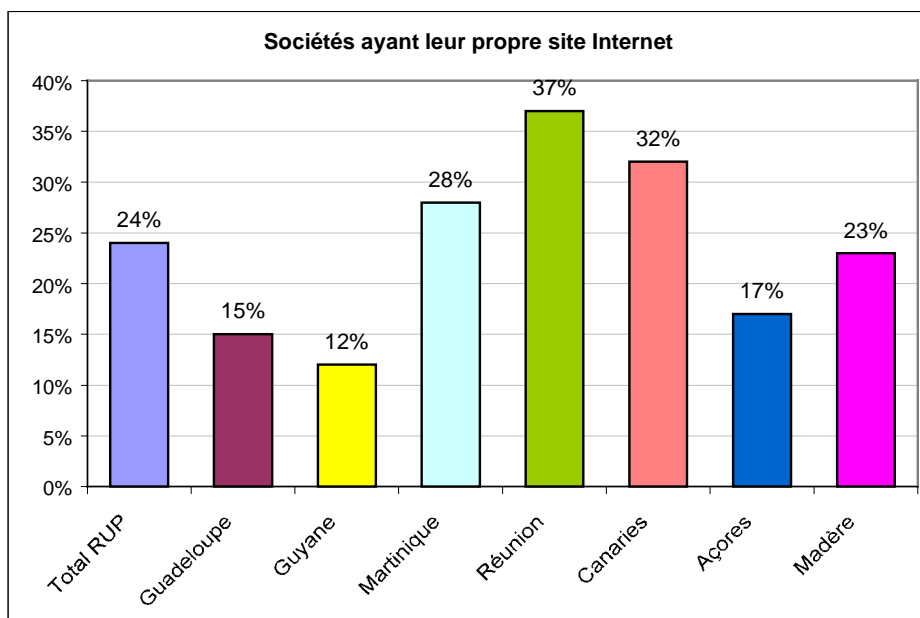
Dans les deux-tiers (68%) des entreprises ayant accès à Internet, Internet est utilisé quotidiennement. Ce taux est cependant moins élevé en Guyane et dans les Açores. Dans les DOM, il est en moyenne de 60%. Il atteint en revanche 97% dans les Canaries.

Au total, 91% des entreprises disent se connecter au moins une fois par semaine.

Seulement 2% des entreprises ayant accès ne se connectent jamais mais ce chiffre s'élève à 13% dans les Açores.

Parmi les entreprises qui se connectent occasionnellement ou pas du tout, les raisons invoquées sont le manque de temps (26%) et le manque d'intérêt ou d'attractivité (26%). Le facteur coût ou les problèmes de lenteur d'accès n'ont pratiquement pas été évoqués.

### 3. La présence des entreprises sur Internet



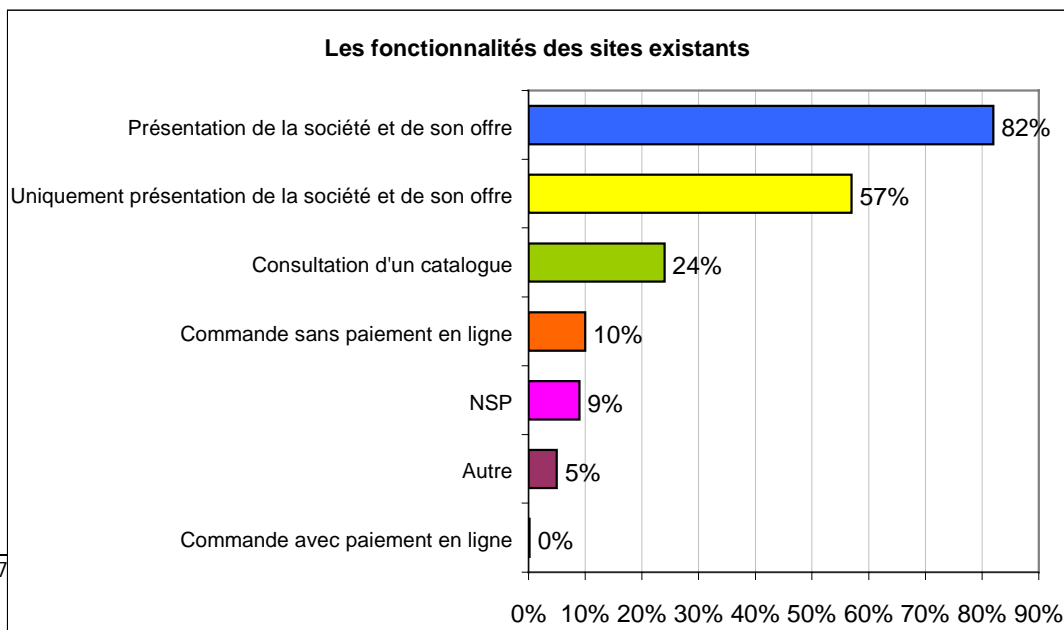
63% des entreprises interrogées dans les RUP ne sont pas du tout présentes sur Internet.

A l'opposé, cela signifie qu'une entreprise sur trois interrogées dans les RUP a une forme de présence sur Internet : propre site web, pages de présentation sur d'autres sites, référencement, combinaison de ces formes de présence.

Une entreprise sur quatre interrogées dans les RUP a son propre site web (sans pour autant posséder leur propre nom de domaine). Soulignons en outre qu'il s'agit souvent d'une ou de quelques pages de présentation.

Il existe des disparités importantes selon les régions. Ainsi, les entreprises interrogées en Martinique, à la Réunion et dans les Canaries ont une plus forte présence sur Internet au travers de leurs propres sites. Les sites Internet sont moins développés en Guadeloupe, en Guyane et dans les Açores.

#### Quelles sont les fonctionnalités offertes par les sites ?

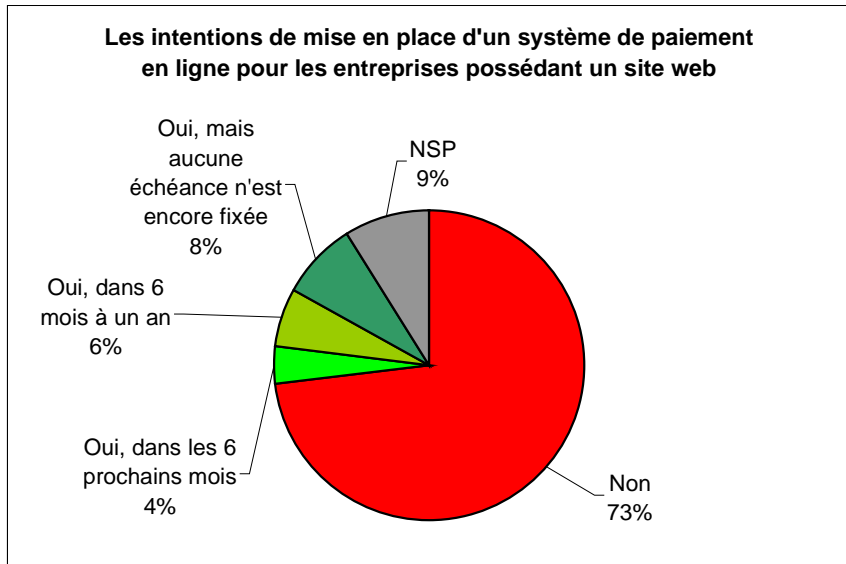


Les sites qui ont été créés jusqu'à présent sont nettement à vocation de communication plus que de commerce et d'interactivité.

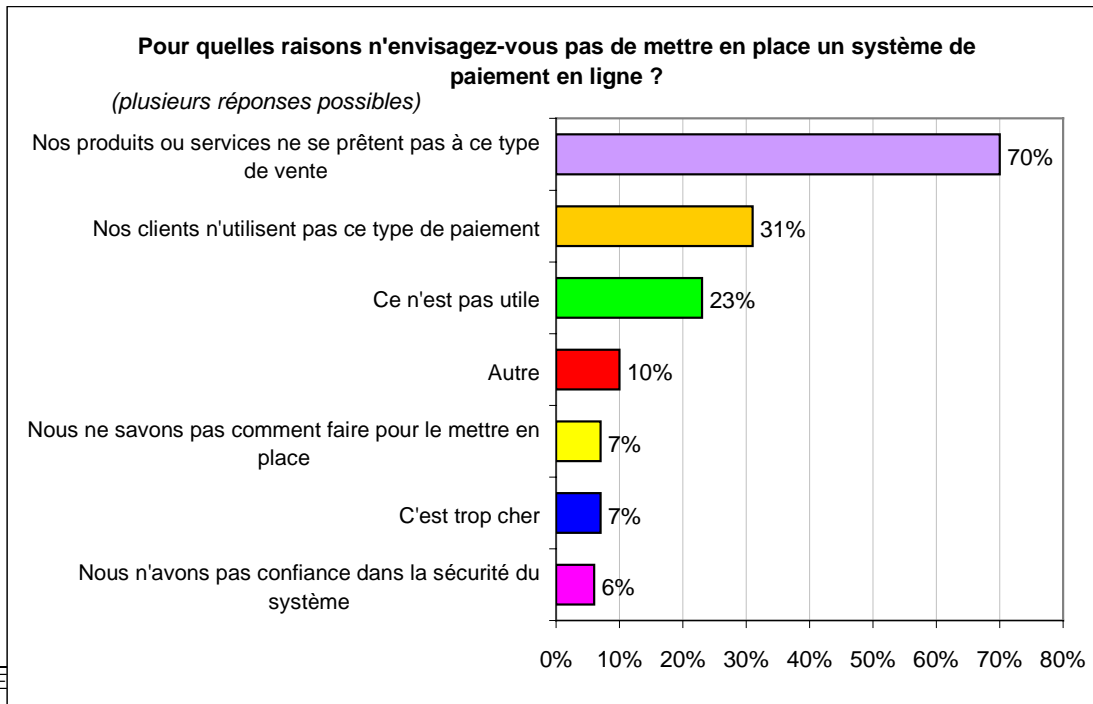
Les fonctionnalités sont très basiques, celles de "site plaquette" (présentation de la société et de son offre) : 57% des sites offrent uniquement une présentation de la société.

Ces sites offrent très peu de fonctionnalités de consultation de catalogue (24%) ou de commandes en ligne (10%) mais ce, sans la possibilité de paiement en ligne. Aucun des sites des sociétés interrogées ne propose de ventes avec possibilité de paiement en ligne.

**Quelles sont les intentions concernant le paiement en ligne ?**



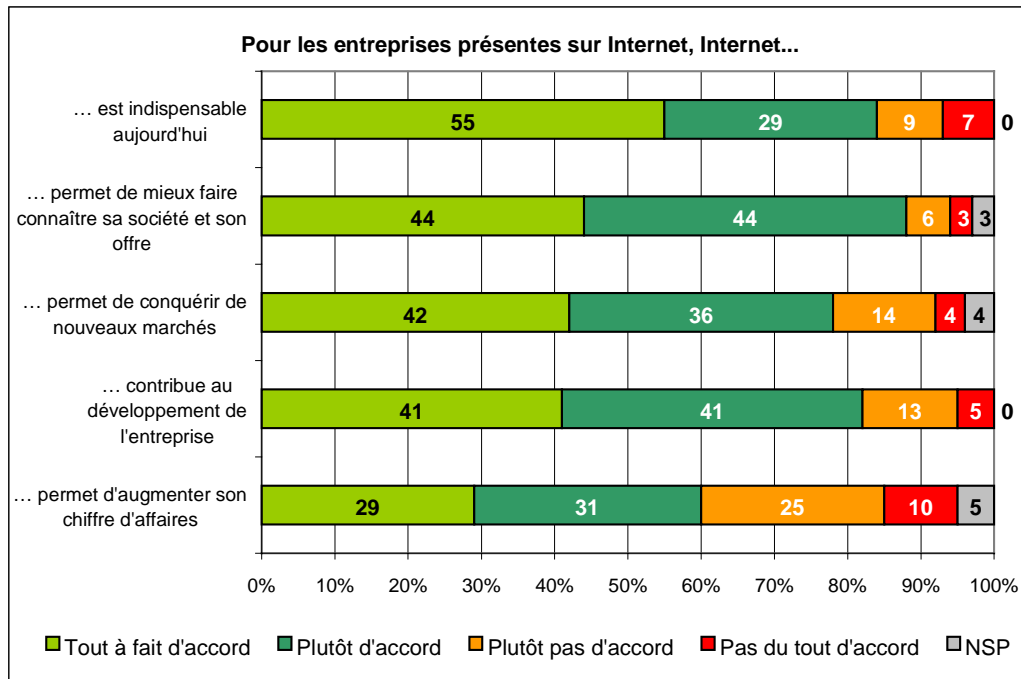
Seulement un quart des entreprises ayant un site web envisage de mettre en place un système de paiement en ligne dans le futur, dont 10% d'ici 1 an. Elles sont encore moins nombreuses dans les DOM (17%).



Les entreprises réfractaires au paiement en ligne considèrent que leurs produits et services ne se prêtent pas à ce type de vente (70%) et que les clients n'utilisent pas ce mode de transaction (31%).

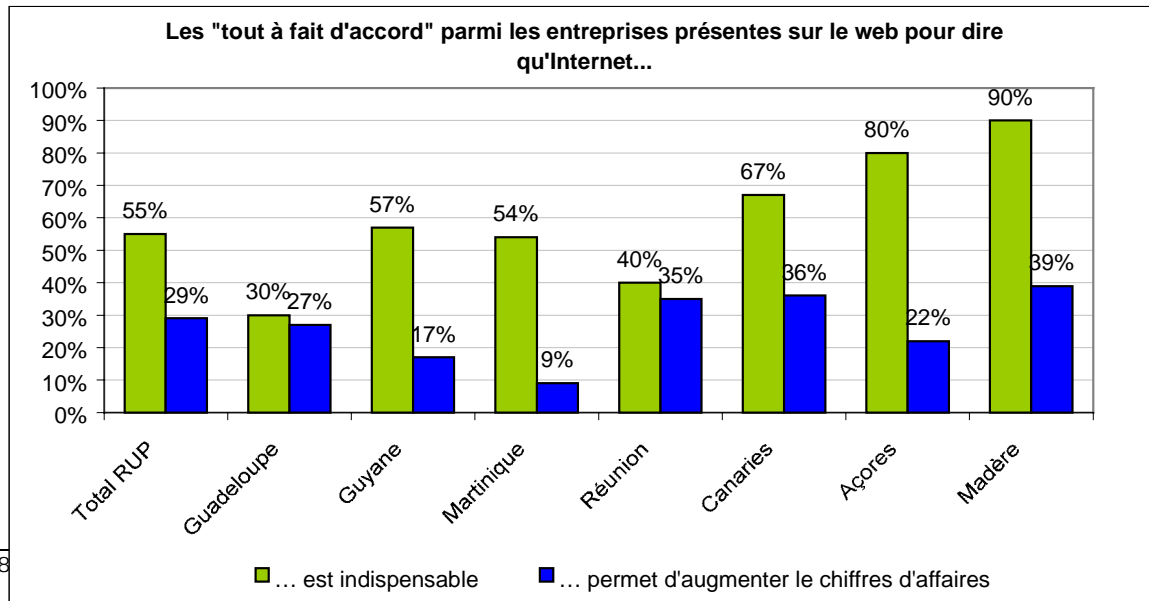
Les aspects sécurité sont très peu mis en avant (6%), sauf dans les îles portugaises où les entreprises interrogées semblent plus sensibles à ces questions.

## Quel est l'apport d'Internet pour les entreprises présentes sur Internet ?



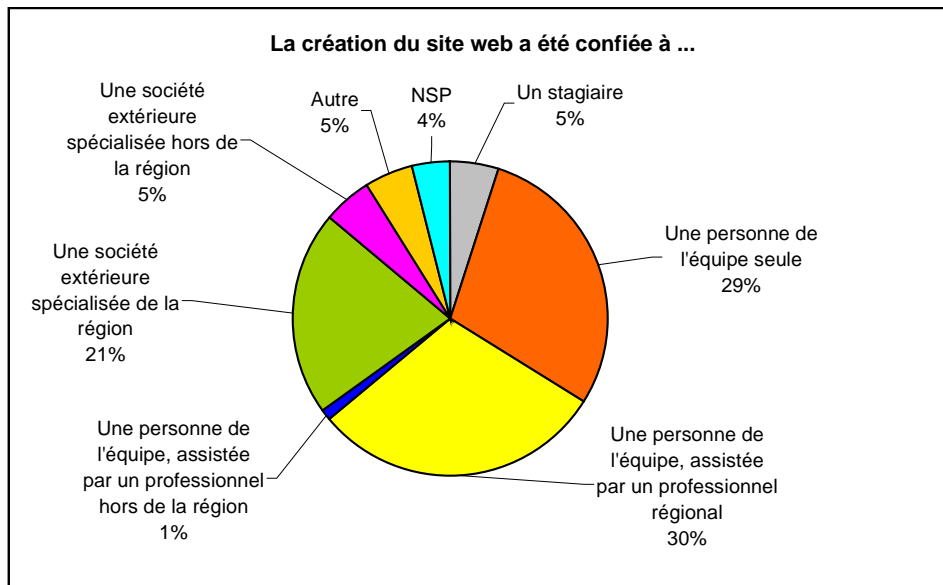
Pour ces entreprises présentes sur Internet, Internet est considéré comme indispensable (55% de "tout à fait d'accord") mais essentiellement parce qu'Internet offre une visibilité permettant de se faire connaître (44% de "tout à fait d'accord") et non parce qu'il constitue un outil de croissance de l'entreprise (29% seulement sont "tout à fait d'accord" pour dire qu'Internet permet d'augmenter son chiffre d'affaires et 35% ne sont pas d'accord à ce sujet).

Seulement 42% des entreprises sont "tout à fait d'accord" pour dire qu'Internet permet de conquérir de nouveaux marchés.



Les entreprises interrogées dans les 4 DOM semblent moins enthousiastes. Seulement 40% sont "tout à fait d'accord" pour dire qu'Internet est aujourd'hui indispensable. De même, seulement 31% sont "tout à fait d'accord" pour dire qu'Internet permet de conquérir de nouveaux marchés. Enfin, 39% des entreprises des DOM considèrent qu'Internet ne fait pas progresser le chiffre d'affaires. Ces différences de perception se constatent également au niveau des régions où l'on observe une plus forte adhésion des îles portugaises et espagnoles.

**Quels ont été les modes de création des sites existants ?**

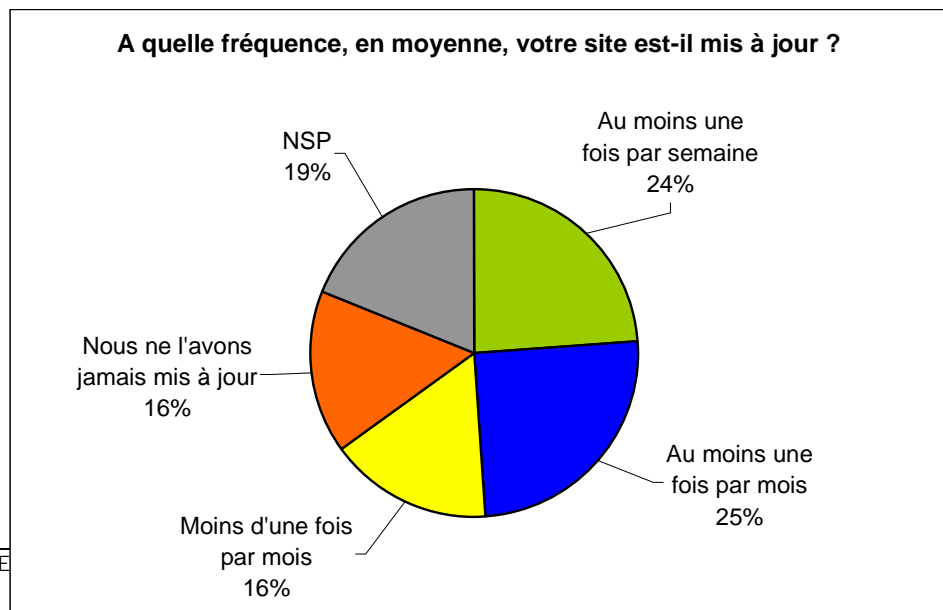


Jusqu'à présent, les entreprises interrogées dans les RUP ont peu fait appel à des sociétés spécialisées extérieures pour réaliser leur site Internet, préférant le réaliser en interne soit par un stagiaire (5% des entreprises) soit par une personne seule de l'équipe (29%).

Le recours à des professionnels a donc été limité : 57% des cas, que ce soit en sous-traitance totale (26%) ou en assistance (31%).

Le recours à des sociétés en sous-traitance ou en assistance provenant de la région est privilégié dans toutes les RUP (51% des cas contre 6% hors de la région).

**A quelle fréquence les sites sont-ils mis à jour ?**



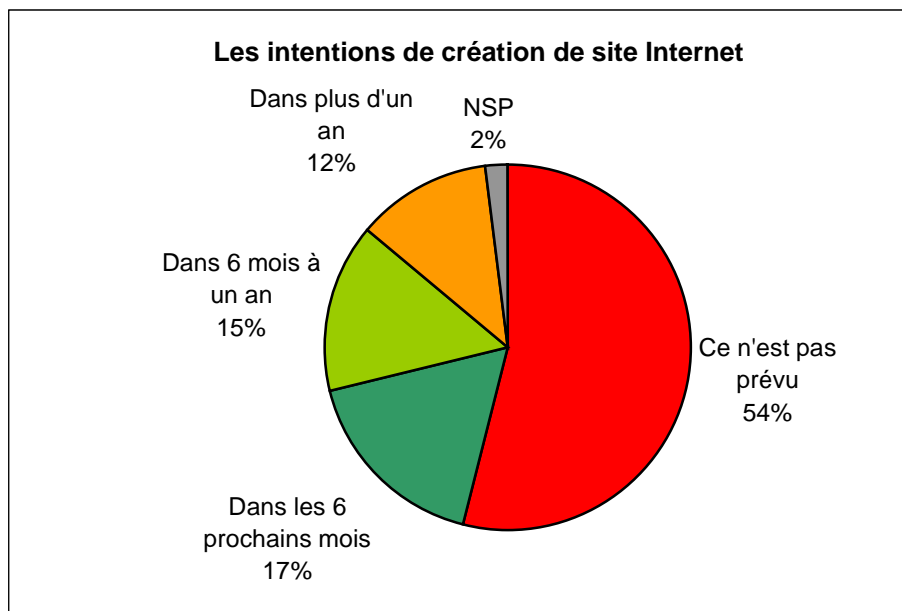
24% des sites des entreprises interrogées sont mis à jour de manière hebdomadaire.

Ce n'est pas le cas cependant pour les entreprises des DOM (8%) et en particulier pour les Antilles et la Guyane où les chiffres sont nettement inférieurs.

La moitié des sites (49%) sont mis à jour au moins une fois par mois dans les RUP. Là aussi, ce taux descend à 32% pour les DOM.

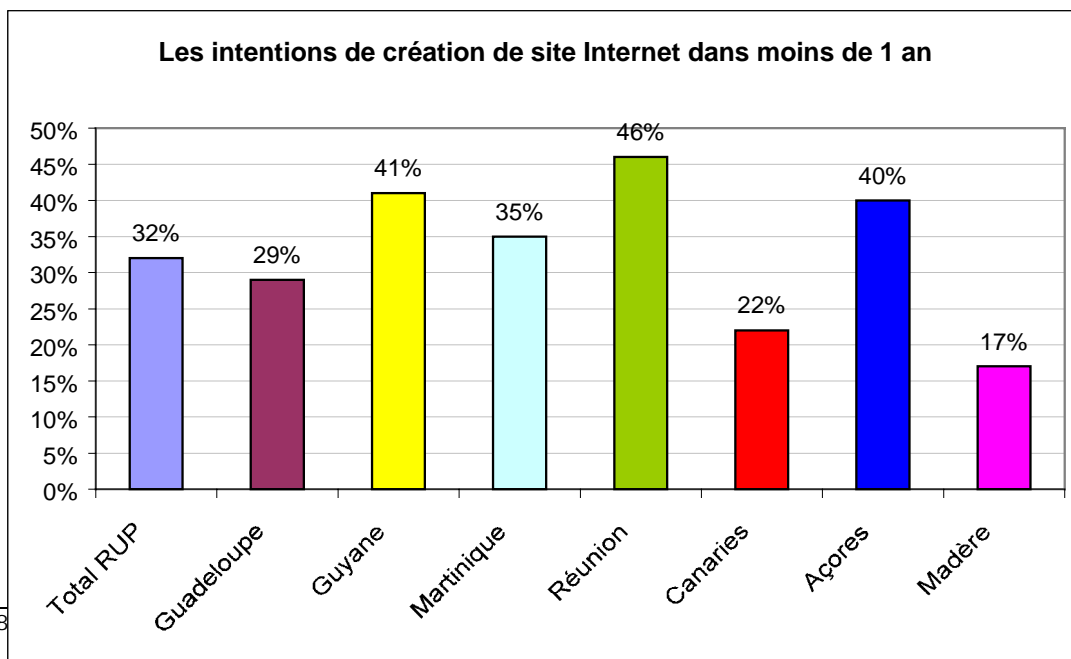
16% des sites n'ont jamais été mis à jour et ce, surtout dans les DOM où un site sur 3 n'a encore jamais été mis à jour.

**Quelles sont les intentions de création des sites Internet ?**



Les intentions de création de sites internet sont peu élevées de manière générale dans les RUP : parmi les entreprises qui ne disposent pas de site, 54% ont déclaré qu'elles n'avaient pas prévu d'en créer un.

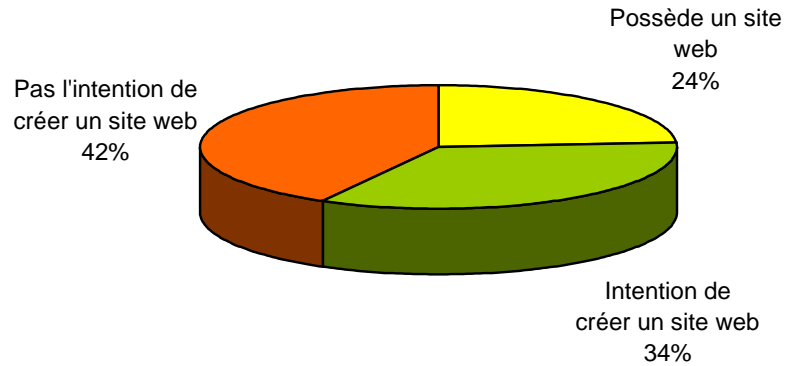
A l'inverse, 44% déclarent qu'elles vont créer un site web, dont 32% d'ici un an et 17% d'ici les 6 prochains mois.



Les intentions de création varient beaucoup selon les régions. Les réfractaires se trouvent plutôt dans les Canaries (78% n'envisagent pas de créer un site contre 54% en moyenne dans les RUP) et à Madère (63%) tandis que les moins réfractaires sont à la Réunion (39%), aux Açores (38%).

A moins d'un an, les intentions de création sont fortes à la Réunion, aux Açores et en Guyane.

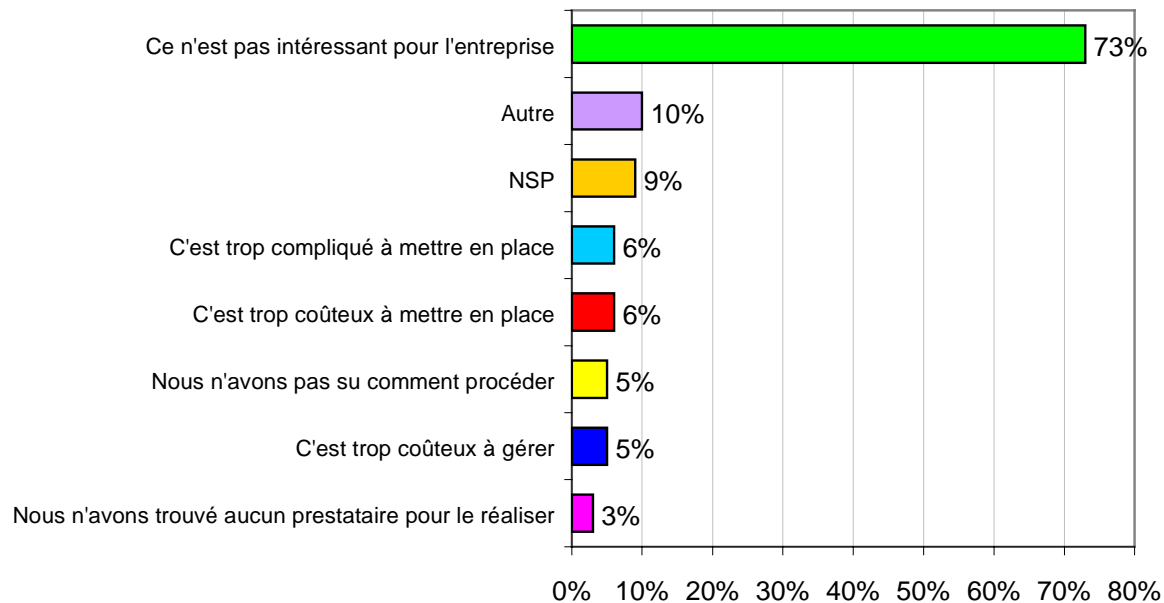
**Sites web : état de lieux et intentions de création - mars 2001**



En ramenant ces chiffres à la base totale de toutes les entreprises interrogées, on obtient la répartition ci-contre :

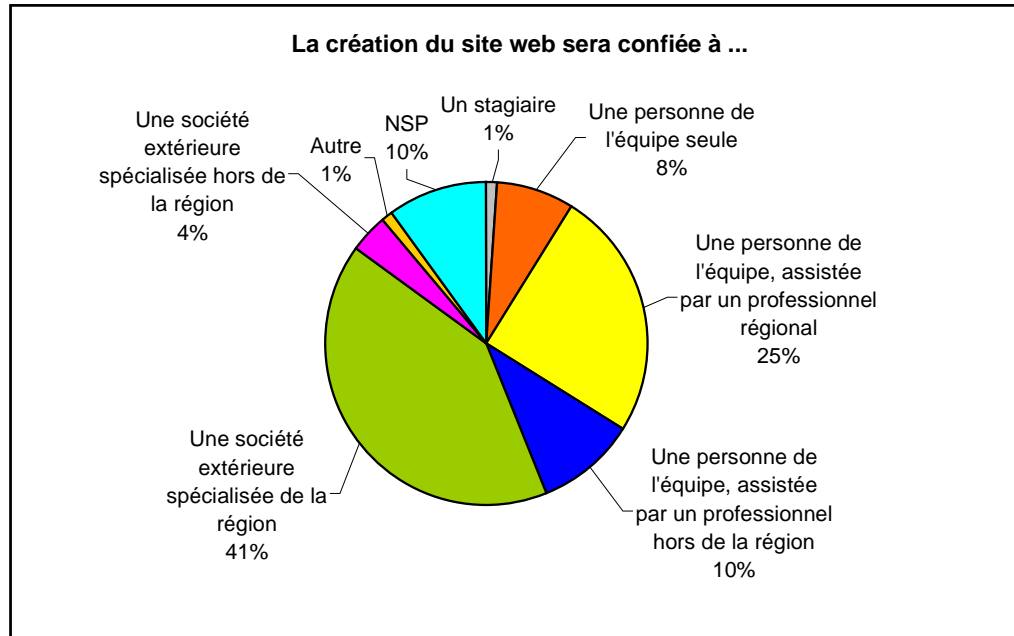
**Pour quelles raisons ne souhaitez-vous pas créer un site web ?**

*(plusieurs réponses possibles)*



Trois sociétés sur quatre n'envisagent pas de créer un site Internet parce qu'elles considèrent que cela ne présente pas d'intérêt pour la société. Les autres facteurs ne sont pas cités comme des obstacles déterminants, que ce soit le facteur coût (11% en totalisant les coûts de mise en place et les coûts de gestion), les difficultés de mise en place (6%), le problème des prestataires (3%).

### Quels seront les modes de création des futurs sites Internet ?



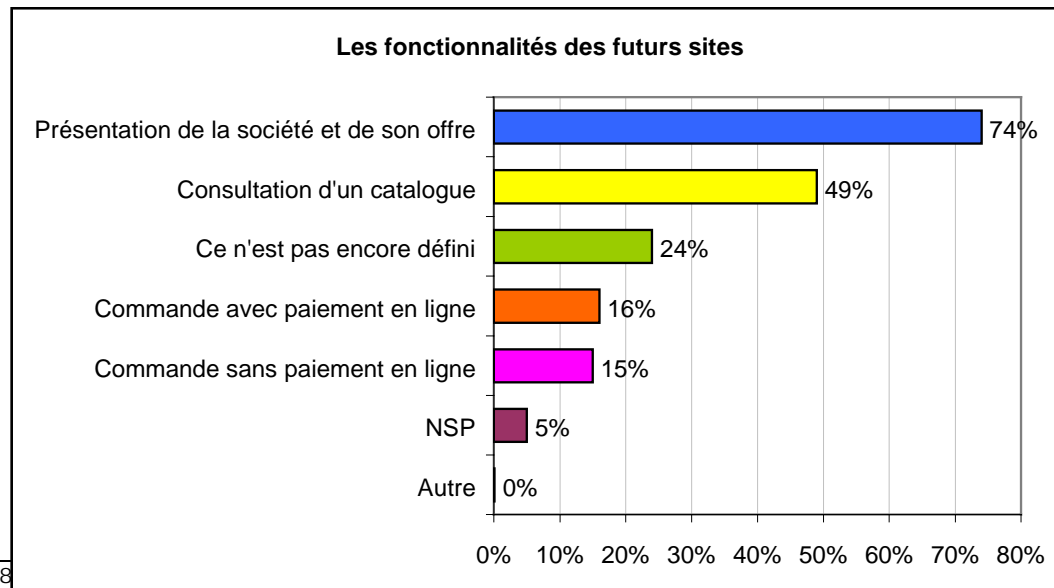
Les entreprises auront une démarche plus professionnalisée que par le passé.

L'époque du développement en interne ou par un stagiaire sans assistance semble révolue : 9% seulement des entreprises l'envisagent contre 34% par le passé.

Les entreprises feront appel plus systématiquement à des prestataires externes spécialisés (80% des cas) soit en sous-traitance totale (45% des cas contre 26% par le passé) ou se faisant assister par un professionnel (35% contre 31%).

Pour la sous-traitance ou l'assistance par un professionnel, les entreprises expriment une volonté forte de faire appel à des sociétés régionales puisque le recours à des ressources régionales est envisagé par 66% des entreprises et encore plus dans les DOM. Cependant, par rapport au passé, le recours à des ressources hors de la région est également envisagé plus fréquemment : 14% contre 6% auparavant.

### Quelles seront les fonctionnalités des futurs sites Internet ?



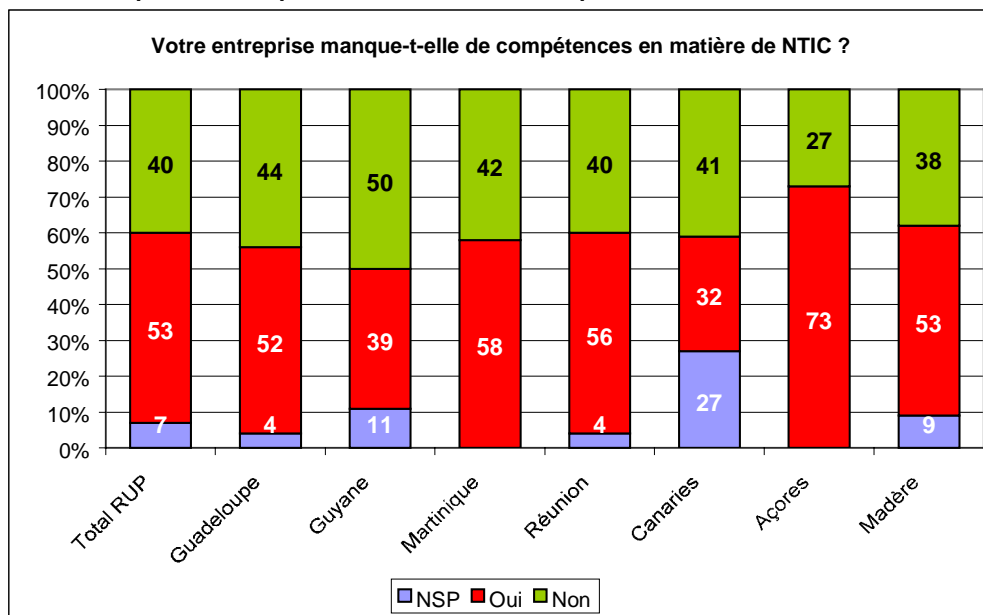
Les sociétés ne disposant pas encore de sites Internet envisagent de créer des sites plus complets avec des fonctionnalités plus nombreuses que ceux des entreprises déjà équipées.

24% des entreprises cependant ne savent pas encore quels développements vont être réalisés.

Ainsi, si la fonction classique de présentation de la société et de son offre est citée par trois entreprises sur quatre, près de la moitié (49%) déclarent que leur site permettra la consultation en ligne de leur catalogue. Pour 15% des entreprises, le paiement en ligne sera possible.

#### 4. Les ressources humaines

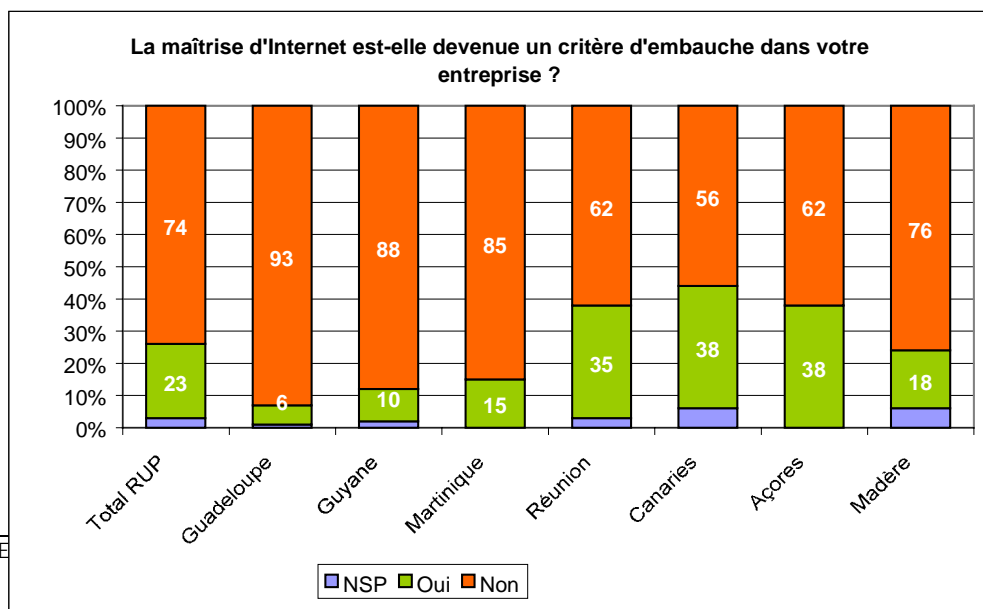
##### Les entreprises disposent-elles de compétences TIC en interne ?



Plus de la moitié des entreprises interrogées considère qu'elles manquent de compétences en interne en matière de NTIC (53%).

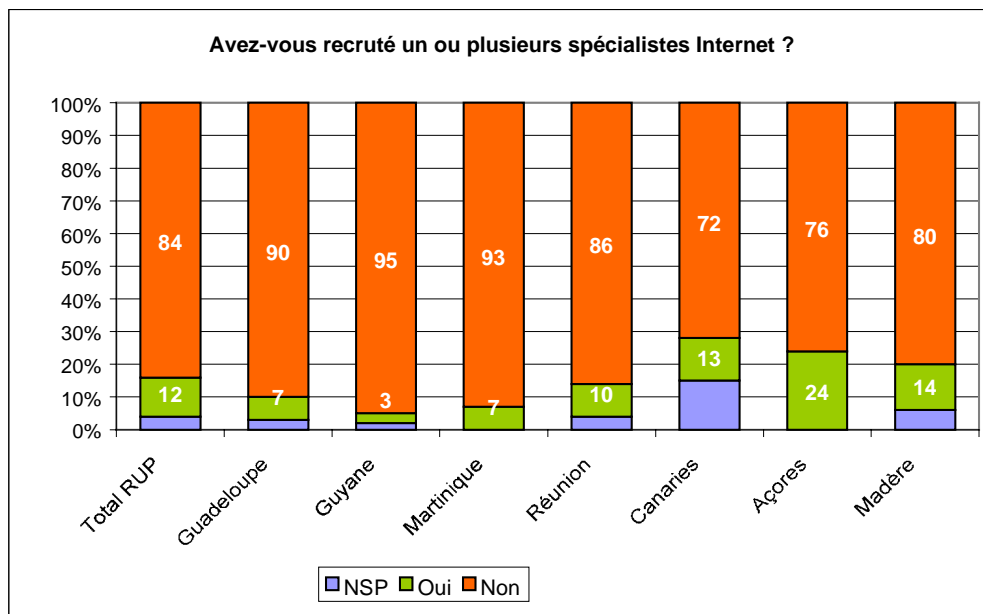
Le déficit est nettement plus marqué dans les Açores (73%) mais à l'inverse bien moindre dans les Canaries (32%) mais avec un fort taux de non réponse.

##### La maîtrise d'Internet est-elle un critère d'embauche ?



La maîtrise d'Internet n'est pas un critère d'embauche pour les trois-quarts des entreprises interrogées et ce quelle que soit la taille des entreprises. On note de grandes disparités selon les régions. Ainsi, pour les Canaries, la Réunion et les Açores, plus de 35% des entreprises interrogées considèrent que la maîtrise d'Internet est devenue un critère d'embauche.

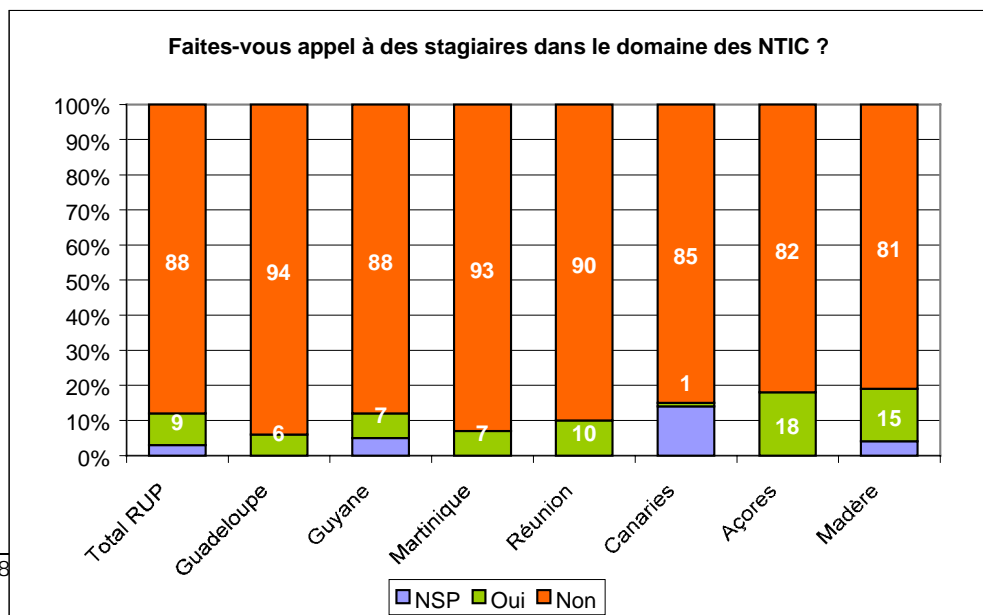
## Les entreprises ont-elles recruté des spécialistes Internet ?



Très peu d'entreprises interrogées ont recruté un ou plusieurs spécialistes Internet puisqu'elles sont seulement 12% à avoir opéré de tels recrutements. Le marché de l'emploi pour les compétences TIC souhaitant travailler dans les entreprises en général semble ainsi relativement peu dynamique.

La Réunion, les Canaries et les îles portugaises marquent cependant un plus grand dynamisme contrairement aux Antilles et à la Guyane où plus de 90% des entreprises interrogées n'ont pas recruté de spécialistes Internet.

De manière peu surprenante, les entreprises ayant accès à Internet et surtout celles possédant un site Internet sont plus nombreuses à avoir recruté un ou des spécialistes Internet (14% et 17%) mais la différence reste peu flagrante...

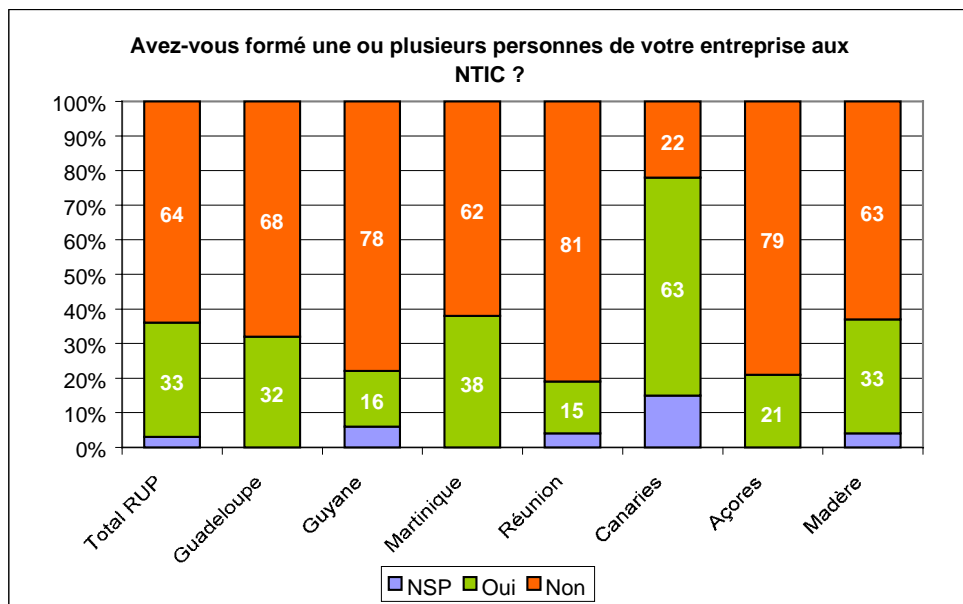


## Le recours à des stagiaires est-il répandu ?

Le recours à des stagiaires dans le domaine des TIC est peu développé dans les RUP : seulement 9% des entreprises interrogées ont fait appel à des stagiaires dans le domaine des TIC. 12% des entreprises ayant un site web ont fait appel à des stagiaires.

Les îles portugaises semblent plus enclines à employer des stagiaires TIC.

### Les salariés sont-ils formés aux TIC ?



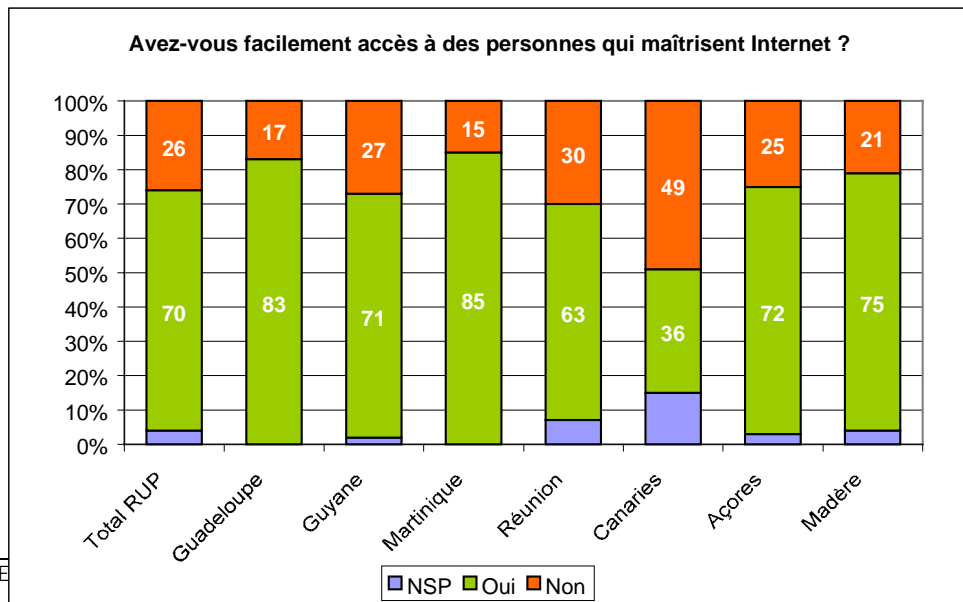
La formation aux TIC est peu développée dans les entreprises. Ainsi seulement un tiers des entreprises interrogées ont permis à leurs salariés de suivre une formation aux TIC. Mais, ce chiffre global cache d'importantes disparités selon les régions : le recours à la formation est très élevé dans les Canaries (63%). Par contre, seulement 16% des entreprises interrogées en Guyane, 15% à la Réunion et 21% aux Açores ont formé une ou plusieurs personnes aux TIC.

Ces chiffres varient également selon la taille des entreprises et le secteur d'activité:

- 54% des entreprises interrogées de plus de 10 salariés ont eu recours à la formation aux TIC.
- 48% des entreprises du secteur des transports et des services ont également proposé des formations TIC. A l'inverse, dans le secteur primaire et l'industrie, ce chiffre n'est que de 11%.

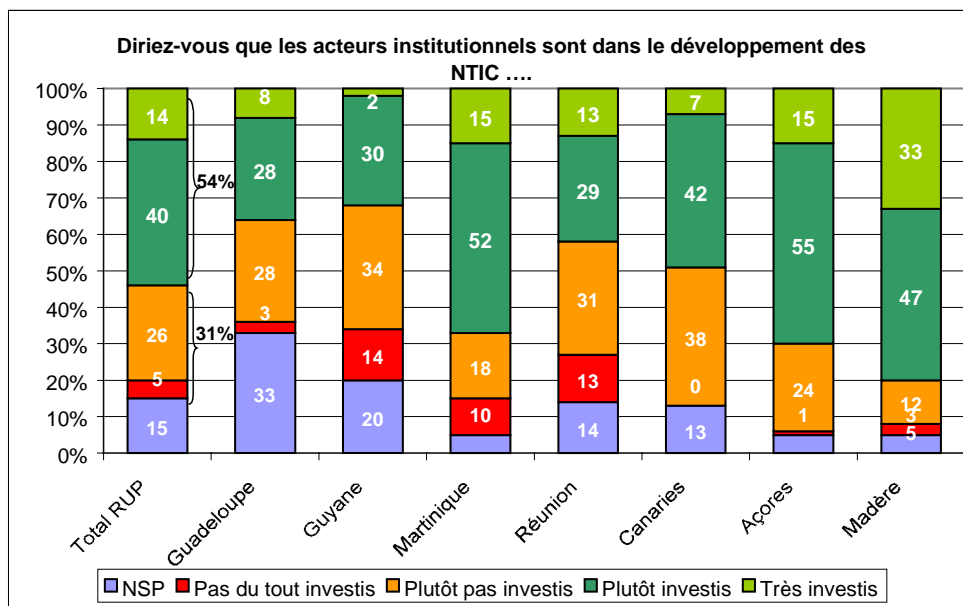
Enfin, le recours à la formation est nettement plus répandu dans les entreprises ayant accès à Internet (42%) et/ou possédant un site Internet (53%).

### Les entreprises disposent-elles d'un accès facile à des compétences extérieures ?



70% des entreprises interrogées considèrent avoir facilement accès à des personnes maîtrisant Internet mais l'on peut noter qu'elles sont seulement 36% dans ce cas aux Canaries où le développement d'Internet, et peut-être les exigences, sont plus importantes.

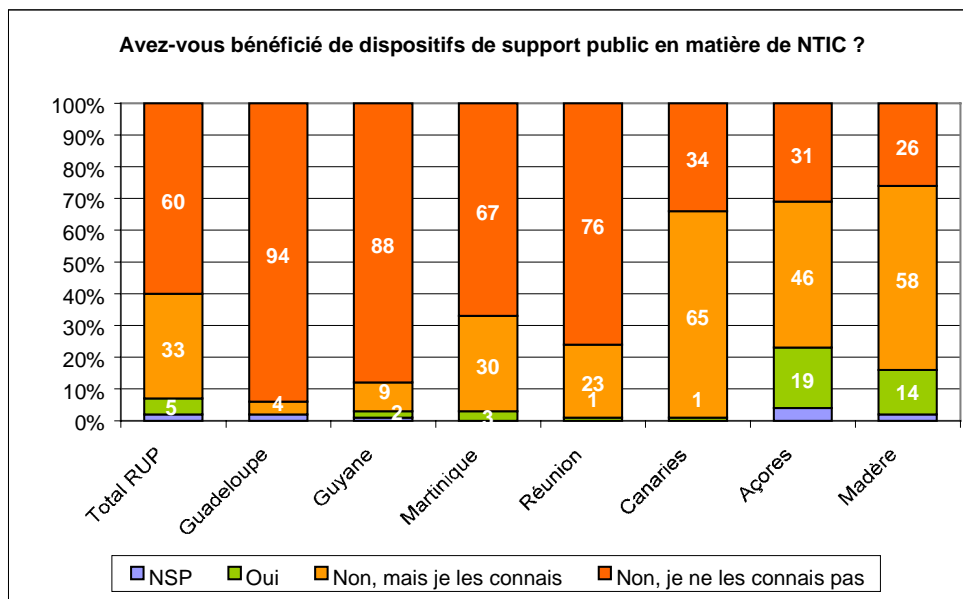
#### 4. La perception des politiques publiques



Plus de la moitié des entreprises interrogées (54%) dans les RUP considèrent que les acteurs institutionnels de leur région sont investis dans le développement des NTIC.

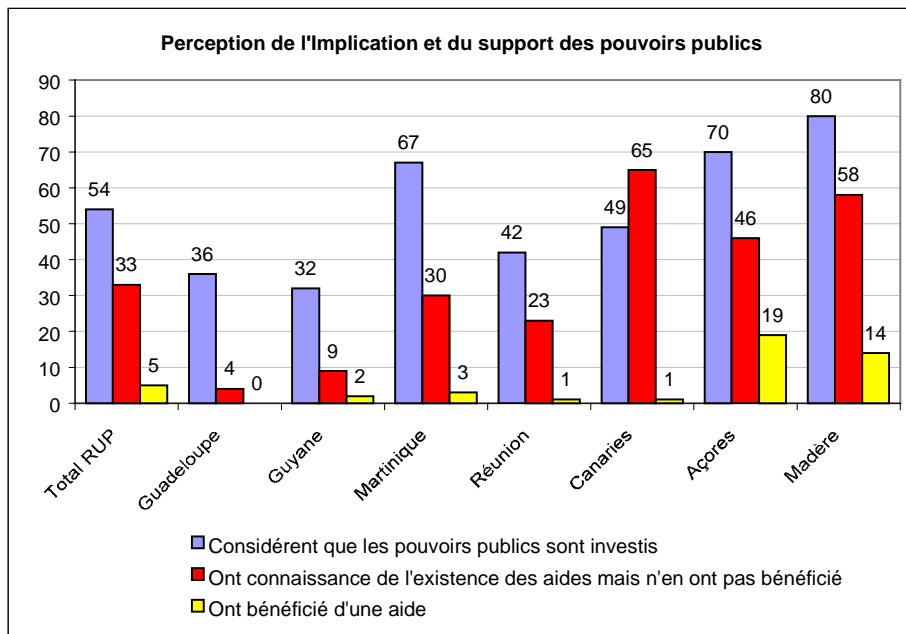
Cet investissement des acteurs publics est particulièrement ressenti dans les îles portugaises (80% des entreprises à Madère et 70% dans les Açores) et en Martinique (67%) ainsi que par les entreprises du secteur du commerce (61%). Par contre, il est peu ressenti par les entreprises interrogées en Guyane (32%) et en Guadeloupe (36%) où l'on note par ailleurs un fort taux de non-réponse (33% pour la Guadeloupe et 20% pour la Guyane).

Cette réponse n'est cependant pas franche et massive : uniquement 14% des entreprises considèrent que les acteurs institutionnels sont "très investis" dans le développement des NTIC.



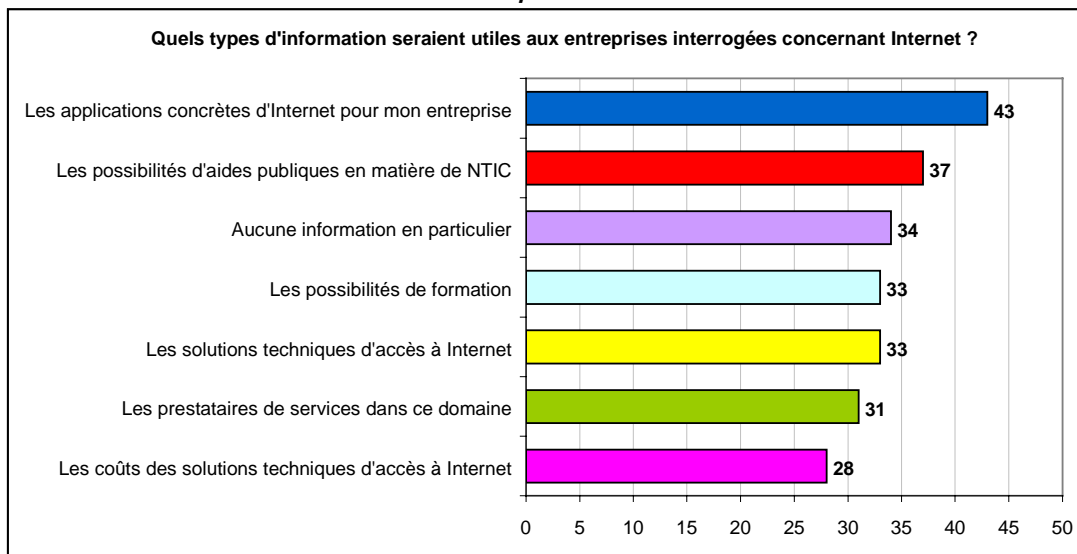
60% des entreprises interrogées déclarent ne pas connaître les dispositifs d'appui aux entreprises en matière de NTIC et 33% les connaissent mais n'en ont jamais bénéficié.

On note une très forte disparité entre les régions françaises et les régions portugaises et espagnoles. Ainsi, 94% des entreprises guadeloupéennes interrogées disent ne pas connaître les dispositifs d'aide en matière de TIC. Elles sont également 88% en Guyane, 76% à la Réunion et 67% en Martinique : au total, 82% des entreprises interrogées des DOM ne connaissent pas les dispositifs d'aide TIC. Par contre, les entreprises interrogées à Madère, dans les Açores et dans les Canaries semblent bien informées : entre un quart et un tiers des entreprises seulement ne connaissent pas les aides.



Seulement 5% des entreprises interrogées auraient bénéficié d'une aide publique en matière de NTIC. Ce chiffre est encore plus faible dans les DOM et dans les Canaries alors qu'il est relativement élevé dans les Açores (19%) et à Madère (14%).

### Quelles sont les attentes des entreprises en matière d'information ?



Les entreprises interrogées ont avant tout besoin d'informations leur permettant de mieux percevoir ce que peut apporter concrètement Internet à l'entreprise et quelles applications peuvent être développées (43%). Viennent ensuite le besoin d'informations sur les possibilités d'aide publiques (37%), les possibilités de formation et les solutions techniques d'accès à Internet (33%) et les prestataires disponibles dans ce domaine (31%).

Un tiers des entreprises indique "aucune information en particulier" ce qui peut laisser supposer un certain désintérêt soit parce qu'elles se considèrent suffisamment informées soit parce qu'elles sont encore peu sensibilisées à ces questions. Les attentes des entreprises sont relativement différenciées suivant les régions.



# Contacts

## Commission européenne

Giangaleazzo Cairoli  
Direction Générale Société de l'Information  
Unité A6 "Aspects régionaux et sociétaux"  
+32 2 299 39 48  
giangaleazzo.cairoli@cec.eu.int

## Equipe-projet

### DOM et coordination générale

Louis Lengrand et Associés  
21, rue de la Pourvoierie, 78000 Versailles, France  
Tel. : +33 1 39 07 26 62  
Fax : +33 1 39 07 26 61  
Louis Lengrand  
Isabelle Chatrie  
Paul Wraight  
e-mail : isa@ll-a.fr

### Açores et Madère

INESC Porto  
Pr. Republica, 93 R/C, Ap. 4433 , 4007 Porto codex, Portugal  
Tel. : +351 22 2094199  
Fax : +351 22 2081450  
António Gaspar  
Paulo Monteiro  
Sara Cardoso  
e-mail : rup@inescporto.pt

### Canaries

Sema Group sae  
Albarracín, 25, 28037 Madrid, Espagne  
Tel. : + 34 914408800  
Fax : + 34 913273432  
Ricardo Garcia (ricardo.garcia@sema.es)  
Ricardo del Pozo (ricardo.delpozo@sema.es)  
Ana Martin-Serrano (ana.martin-serrano@sema.es)