Observatoire OPSIS

L'intégration des technologies de l'information et de la communication dans l'artisanat breton*

Émilie Huiban, Adrien Souquet

Marsouin – Mars 2012

*Étude réalisée en partenariat avec la Chambre Régionale de Métier de l'Artisanat

Sommaire

Introduction 3
Méthodologie 3
Caractérisation des entreprises artisanales bretonnes 4
Comparaison des taux d'équipement entre 2006 et 2011 4
L'évolution des équipements 5
L'informatisation des entreprises 5
Les motifs du non-équipement 6
Un retard pour le secteur de l'alimentation 6
Compétences et usages en informatique 6
Les compétences 6
Les logiciels libres et métiers 7
Les usages d'internet 7
Les artisans et la formation en informatique 8
Les projets de formation 9
Les sites d'entreprises 9
Deux objectifs, deux fonctionnalités 9
Le créateur du site 10
Les raisons de l'absence de site 11
L'e-administration : beaucoup de consultations, peu d'utilisations 11
La connaissance de l'e-administration 12
La télédéclaration 12
Les certificats en ligne 12
L'évaluation de l'impact des nouvelles technologies 13
Typologie récapitulative des artisans en fonction de leurs usages en TIC 14
Conclusion 17

Introduction

Cet article présente les principaux résultats de l'enquête OPSIS de Marsouin auprès des PME artisanales bretonnes, réalisée en partenariat avec la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat en Bretagne. L'un de ses objectifs premiers est de suivre l'évolution, entre la précédente enquête de 2006 et celle-ci, des équipements et des usages des Technologies de l'Information et de la Communication chez les artisans.

Selon le ministère de l'économie des finances et de l'industrie[1], « Les TIC jouent un rôle majeur dans le développement de la société en assurant une plus grande disponibilité de l'information et en favorisant les échanges. Les bénéfices des TIC se retrouvent donc dans tous les pans de l'économie, du transport (gestion des trajets et itinéraires) à l'aéronautique (conception en 3D des avions) en passant par le commerce (gestion des stocks en temps réel) l'énergie (réseau électrique intelligent) ou la santé (suivi à distance des personnes à risque, télémédecine, etc.).»

Partant de ce postulat, les entreprises artisanales seraient aussi concernées et devraient a priori avoir un intérêt à s'équiper en TIC. Cependant nous allons montrer ici que toutes les entreprises artisanales ne voient pas un intérêt à développer leur informatisation; par exemple la qualité et la quantité de leurs échanges avec leurs fournisseurs et leur clientèle peuvent être jugés en adéquation avec leurs besoins. Divers facteurs liés à l'identité de l'entreprise tels que sa taille, son secteur d'activité, et sa clientèle seront de bons indicateurs de l'amplitude de ces besoins.

Après une brève présentation de la population d'étude, nous détaillerons quelques indicateurs clés marquant l'évolution entre 2006 et 2011. Ce sera notamment l'occasion d'y constater que la démocratisation d'Internet dans les TPE artisanales s'est bien opérée. Ensuite, nous évaluerons le niveau de compétences des artisans, ainsi que la façon dont elles sont acquises : certains facteurs comme l'âge, l'expérience, ou même le secteur d'activités s'avèreront de bons éléments de différenciation.

Comme il est montré par la suite, l'administration électronique est relativement bien connue des artisans ; mais quant est-il de leurs usages ? Des éléments de réponse seront présentés, notamment pour souligner l'écart entre le fait de consulter et celui d'utiliser.

Pour terminer, une typologie récapitulative présentera de quelles façons différentes les artisans se sont appropriés ou non les TIC, aussi bien en matière d'équipements que d'usages, et étudiera notamment l'adoption du site Internet, qui apparaitra comme un élément discriminant de cette population.

Méthodologie

Nous avons mené cette enquête auprès d'un échantillon représentatif établi par la méthode des quotas, suivant le secteur d'activités pour chacun des 4 départements bretons. Un peu plus de 2000 artisans ont été interrogés par téléphone par la société Prestance en novembre 2011. A la suite de la typologie réalisée, des artisans représentant chacun des groupes ont été rencontrés individuellement pour approfondir des questions spécifiques concernant leur rapport aux TIC. Nous n'avons interrogé qu'un artisan par groupe, ainsi il n'est pas possible de généraliser les résultats. Les informations tirées des entretiens apportent néanmoins un éclairage intéressant sur certains aspects.

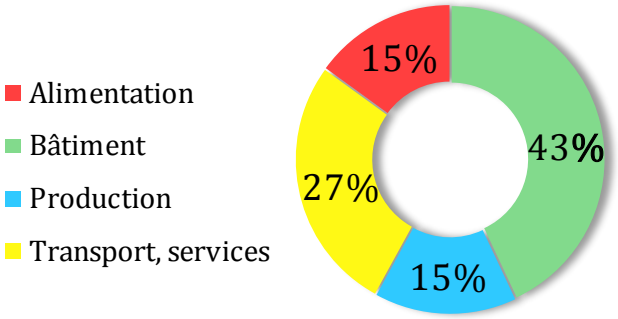
[1] http://www.industrie.gouv.fr/tc2015/

Caractérisation des entreprises artisanales bretonnes

Composante essentielle de l'économie bretonne, l'artisanat regroupe plus de 40.000 TPE sur l'ensemble de la Bretagne. 20 % des PME artisanales bretonnes interrogées sont établies dans les Côtes d'Armor, 26% en Ille et Vilaine, 29% dans le Finistère, et 25% dans le Morbihan.

La nomenclature de l'Artisanat Regroupée (NAR) permet de diviser l'ensemble des professions artisanales en 8 secteurs principaux[2]. Pour faciliter la lecture des résultats, et en regroupant des métiers homogènes de telle sorte à éviter d'obtenir des chiffres ne s'appliquant pas à l'ensemble du groupe formé, nous utiliserons ici 4 secteurs principaux : l'alimentation, le bâtiment, la production et les transports/services.

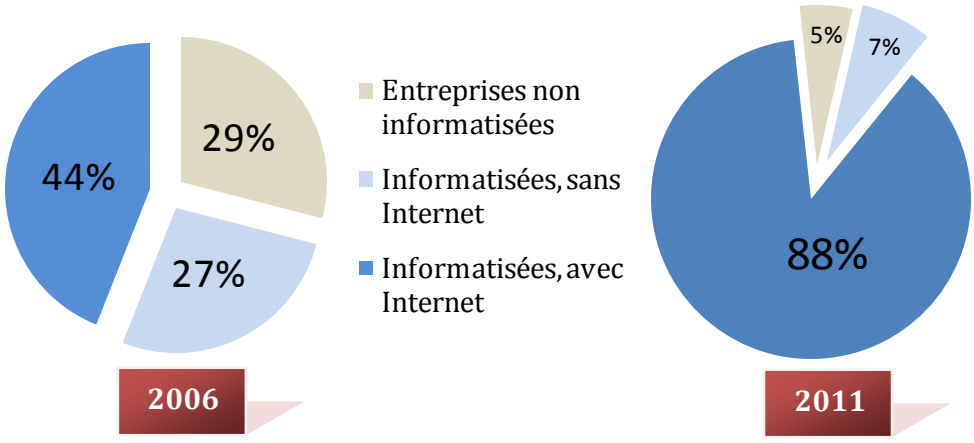
La répartition de ces 4 secteurs se décrit comme suivant :



Il est à noter l'importance du bâtiment par rapport aux 3 autres secteurs (43% des artisans). Les métiers associés à cette catégorie (maçon, plombier, menuisier,…) forment une population particulière : des professions plus souvent syndiquées, un travail souvent réalisé à l'extérieur de l'entreprise, un effectif salarial en moyenne plus important. Cela va alors influer sur son rapport aux TIC, comme nous le verrons dans la suite de cet article.

Comparaison des taux d'équipement entre 2006 et 2011

L'étude de 2006 donnait à voir 2 éléments importants : le faible taux d'informatisation[3] et une certaine dissociation entre avoir un ordinateur et s'équiper d'une connexion Internet. En effet, seulement 44% des entreprises cette année là disposaient à la fois d'un ordinateur et d'un accès Internet, et 27% d'un ordinateur sans accès à Internet (29% n'étant donc pas informatisés du tout).



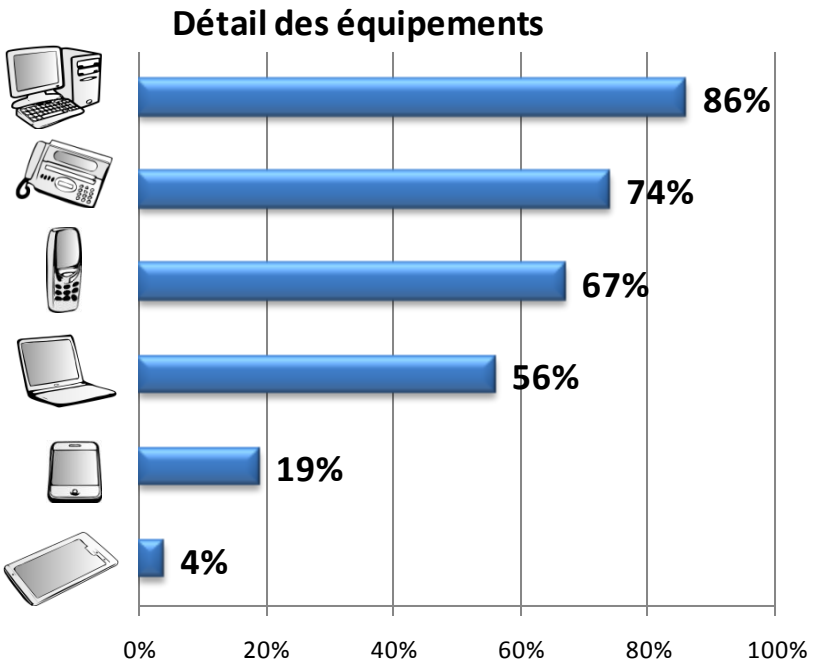
[2] L'ensemble des catégories est disponible à l'adresse suivante : http://www.pme.gouv.fr/economie/artisanat/nomen_artisanal.pdf

[3] Être informatisé signifie : soit avoir au moins un ordinateur dans l'entreprise, soit avoir un ordinateur à son domicile familial utilisé dans le cadre de l'entreprise.

Comme on peut le voir sur le graphique précédent, l'informatisation a donc bien progressé en 5 ans, puisqu'en fin 2011 95% des artisans ont un ordinateur qu'ils utilisent pour le cadre de l'entreprise. Autre fait important, l'accès à Internet n'est plus une simple « option supplémentaire » et est devenu quasiment systématiquement présent (dans 93% des cas) lorsqu'un ordinateur est en place.

L'évolution des équipements

Les ordinateurs portables prennent progressivement le pas sur les ordinateurs fixes : parmi les entreprises créées après 2007, 65% ont choisi un ordinateur portable plutôt qu'un fixe, tandis que ce nombre est de 58% pour les entreprises crées avant 2007. De la même manière, le Smartphone prend petit à petit le pas sur le téléphone mobile classique : la possession d'un mobile classique décroit au fur et à mesure des années alors que dans le même temps la possession d'un Smartphone augmente. Les entretiens que nous avons réalisés permettent de montrer que le Smartphone et l'ordinateur portable renvoient à une image plus moderne de l'artisan, ils s'équipent ainsi par souci d'être en accord avec les évolutions de la société.



L'informatisation des entreprises

Certains éléments sont souvent associés à l'informatisation. Ainsi plus l'entreprise est grande (avec un nombre de salariés important), plus elle a de chances d'être informatisée. Le tableau ci-dessous liste ainsi quelques unes des variables les plus corrélées à la possession d'un ordinateur au sein de l'entreprise.

L'effectif	Plus l'entreprise compte de salariés…	… plus la probabilité que l'entreprise dispose d'un ordinateur est forte
L'âge du dirigeant	Plus il est jeune…	
Le diplôme du dirigeant	Plus il est diplômé…	
La clientèle	Plus la clientèle est diversifiée	
La mobilité	Plus l'entreprise travaille à l'extérieur…	

Les motifs du non-équipement

Aux personnes n'ayant pas d'ordinateur il fût alors demandé les raisons de cette absence. Principale raison donnée par plus de ¾ des artisans non-informatisés : **ils ne pensent tout simplement pas que cela leur serait utile.** Viennent ensuite dans une moindre mesure le manque de temps pour maitriser l'informatique (18%) et le coût associé à l'équipement (10%).

Les intentions d'achat d'ordinateur pour les non-informatisées sont peu nombreuses : seulement 16% envisage d'en acheter un prochainement, indiquant finalement que 4% de l'ensemble des artisans se montre plutôt réfractaire aux nouvelles technologies.

Un retard pour le secteur de l'alimentation

L'alimentation est en retard significatif par rapport aux 3 autres secteurs : 69% des entreprises de l'alimentation ont à la fois un ordinateur et un accès Internet, contre 91% en moyenne dans les autres secteurs (bâtiment, production, services).

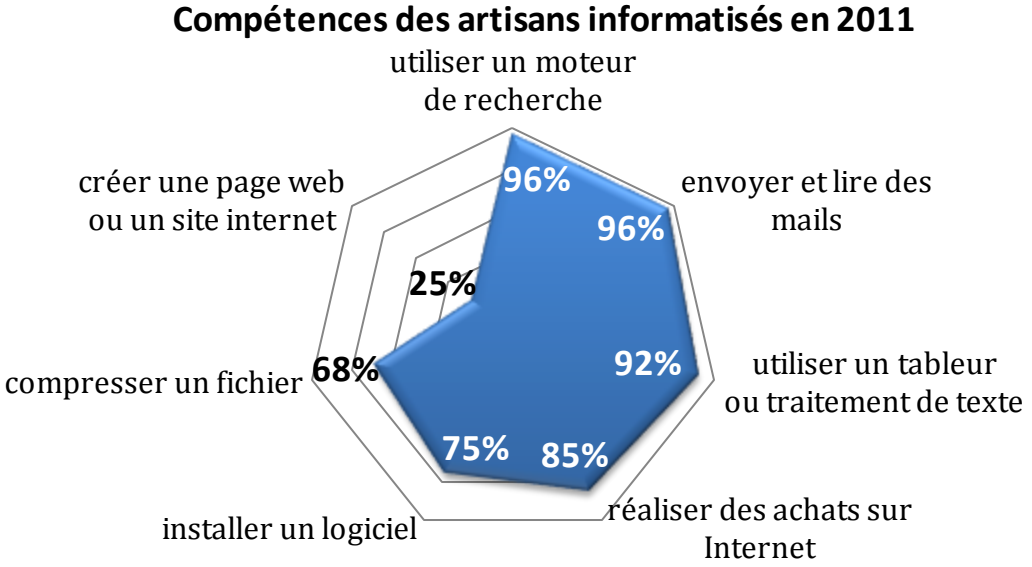
Il est possible de donner quelques éléments d'explication au retard du secteur de l'alimentation. Les métiers qu'il englobe (boulanger, poissonnier, boucher par exemple) concernent généralement des entreprises à faible effectif, peu mobiles, et ayant souvent une clientèle locale habituelle. Comme il vient d'être montré à la page précédente, ce sont tous des éléments indicateurs d'une informatisation peu avancée.

Compétences et usages en informatique

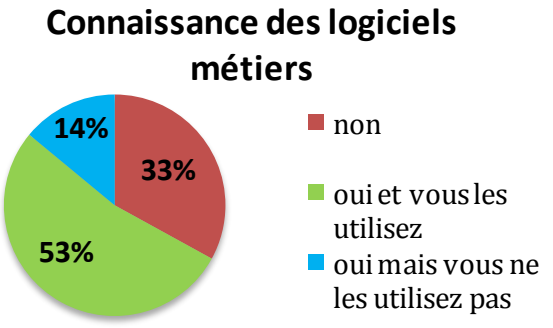
Les compétences

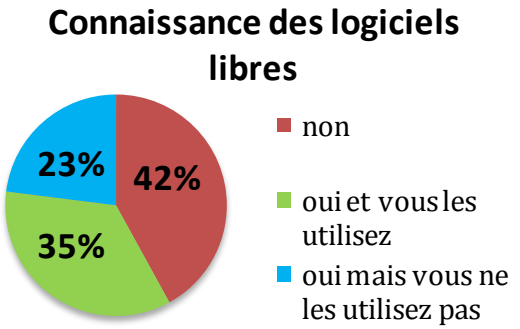
Il faut tout d'abord préciser qu'une mesure du niveau de compétences des artisans n'est pas effectuée : les informations proposées ci-dessous concernent les outils déclarés maitrisés par les artisans.

Les logiciels de bureautiques sont largement connus et utilisés (92% des artisans informatisés). Cependant cette enquête ne nous permet pas d'étudier le niveau de maîtrise des logiciels, celui-ci pouvant être très variable. Les outils tels qu'Excel et Word offrent un large panel de fonctionnalités, et il n'est pas certain que les artisans les maitrisent dans leur globalité ; il est plus correct de dire qu'ils y utilisent un nombre de fonctionnalités qui correspond à leur besoin.



Les logiciels libres et métiers





Les logiciels métiers sont mieux connus que les logiciels libres. Les petites entreprises sont les moins nombreuses à avoir connaissance de ces logiciels spécifiques. 60% des artisans de l'alimentaire interrogés ne les connaissent pas non plus, probablement parce que leur activité ne s'y prête pas souvent et que l'offre est moins importante pour leur secteur[4].

Les logiciels métiers répondent en effet à des besoins spécifiques des entreprises : ils permettent la création de devis, l'édition de factures, et la gestion des stocks. Ils sont particulièrement adaptés aux activités des entreprises du bâtiment, de la production et des services.

Le choix du fournisseur

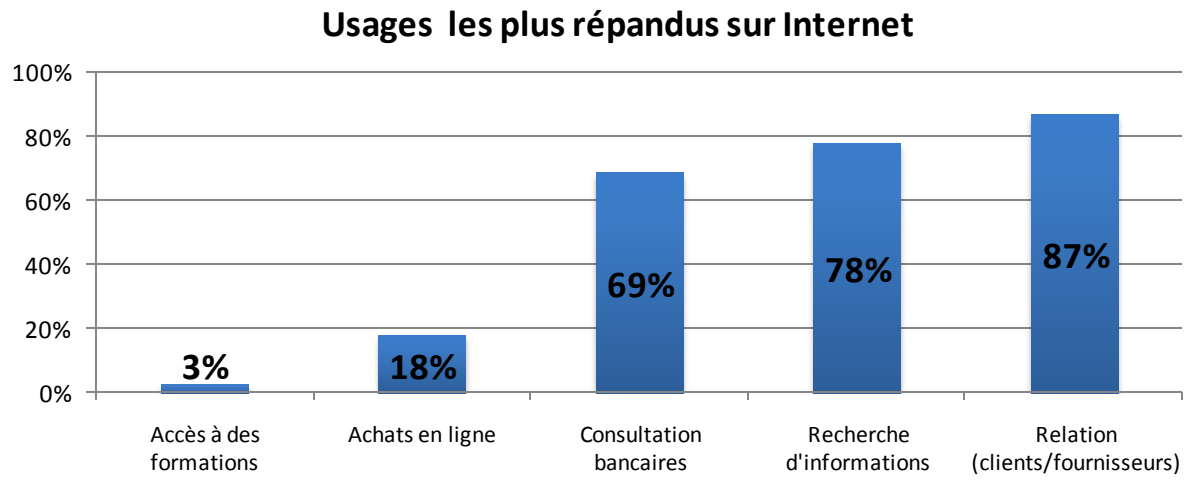
Les entretiens individuels réalisés nous ont permis d'interroger sur quel critère le choix du prestataire d'équipement s'opère principalement. Les petites entreprises locales sont alors privilégiées, car considérées comme plus disponibles et plus à l'écoute des artisans, et la présence de services associés au matériel fourni peut être un élément déterminant. Par exemple des formations à l'utilisation des outils mis à disposition peuvent être proposées, ainsi que des périodes d'essais gratuites.

Les usages d'internet

De plus en plus, les entreprises s'équipent d'Internet dès leur création, ce qui était loin d'être régulièrement le cas en 2006. Ainsi 53% des entreprises immatriculées avant 2007 sont équipées d'Internet depuis leur création, soit **un peu plus d'1 sur 2**. Alors que 82% des entreprises immatriculées après 2007 le sont, soit **plus de 4 sur 5**.

Les usages les plus fréquents sur Internet en 2006 le sont toujours en 2011, dans des proportions similaires (voir graphique ci-dessous). Néanmoins d'autres éléments peuvent avoir évolué, comme par exemple la fréquence à laquelle ils font appel à ces activités, et par quels moyens.

[4] Le site ArtiFrance met à disposition un annuaire des différents logiciels métiers de l'artisanat à l'adresse suivante : http://adela.artifrance.fr/index.php. Une recherche par secteurs d'activités montre un nombre moins important de logiciels métiers pour l'alimentation.

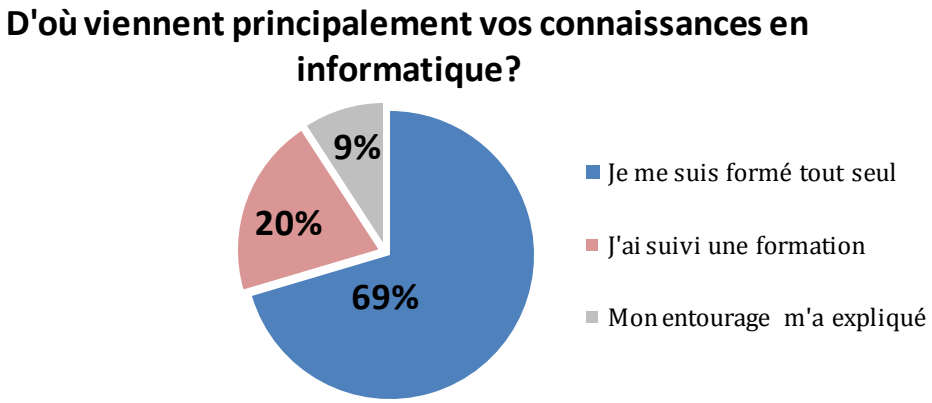


Internet s'inscrit bien dans les usages pratiques de la vie quotidienne (recherche d'informations, consultations bancaires). Peu d'artisans encore mettent en pratique l'achat en ligne : pour comparaison, 46% des bretons font des achats en ligne en 2012[5]. La souscription par Internet à des formations est aussi un usage minoritaire, dû notamment au fait que les formations en elles-mêmes ne sont que peu plébiscitées, comme il est montré dans la partie suivante.

Les artisans et la formation en informatique

L'origine de la formation

Le graphique ci-dessous indique la provenance des connaissances en informatique des artisans.



Il est à noter qu'il n'y a pas de différences de niveaux de compétences en fonction des origines de formation : les personnes ayant appris à maitriser les outils informatiques à l'aide d'une formation sont par exemple aussi compétents que ceux ayant appris à l'aide d'un proche.

Les principales formations suivies concernaient l'apprentissage des logiciels de bureautique (84%) et la découverte des outils informatiques (43%).

Il est intéressant de constater que les besoins en formation sont significativement moins présents dans les catégories d'âge les plus « extrêmes », à savoir les plus jeunes et les âgés. On peut expliquer le manque d'intérêt pour la formation des plus jeunes par la démocratisation de l'informatique dans le cursus scolaire. Pour les seconds cela s'apparente plus à un refus définitif

[5] Chiffre enquête « Individus 2012 » de Marsouin, dont les résultats seront disponibles prochainement.

de l'informatisation : aucun des non-informatisés de cette catégorie d'âge ne souhaite suivre une formation, alors que ce n'est pas le cas pour les autres catégories.

Les projets de formation

Dans l'ensemble, les artisans interrogés ne sont pas demandeurs de formation : 90% des artisans n'en ont pas le projet, majoritairement parce qu'ils n'en ressentent tout simplement pas le besoin.

La majorité des artisans sont maintenant informatisés et ont eu un premier contact avec les outils informatiques : la découverte de ces derniers n'est donc plus un domaine où l'on recense des besoins de formation. Plus de la moitié (56%) des artisans ayant un projet de formation souhaitent plutôt **apprendre à utiliser des logiciels métiers**. Ceux qui utilisent déjà les logiciels métiers sont aussi demandeurs que ceux qui ne les utilisent pas, montrant une maitrise encore limitée de ces outils.

C'est une observation que l'on peut aussi faire pour l'utilisation de logiciels bureautiques, qui est la deuxième formation la plus demandée (34%) : alors qu'il semblait que cela soit maitrisé par la majorité des artisans comme on a pu le voir précédemment (92% utilisant au moins un logiciel de bureautique), la demande pour ces outils n'est pas négligeable et indique un besoin de parfaire leur utilisation.

A l'opposé, les formations concernant Internet sont les moins demandées. Les artisans ont une utilisation d'internet qu'ils jugent souvent suffisante: l'envoi de mails, la recherche d'informations sont ainsi des activités maitrisées. Les formations liées à la création d'un site ne sont alors que peu plébiscitées (11% des personnes désirant suivre une formation).

Des formations plus personnalisées

Les artisans interviewés nous ont répondu au sujet des formations que si celles-ci sont nécessaires à l'appréhension des logiciels métiers, elles doivent être proposées de la manière la plus personnalisée possible. Un artisan ayant suivi une formation regrettait ainsi qu'elle soit aussi peu personnalisée : il était inséré dans un groupe composé de corps de métiers très différents et selon lui les besoins de chacun étaient trop variés pour que la formation puisse y répondre correctement.

Les sites d'entreprises

47% des artisans interrogés possèdent un site internet.

Deux objectifs, deux fonctionnalités

Lorsque l'artisan possède un site internet, ses objectifs principaux sont d'**augmenter sa visibilité sur le marché** (92% des artisans ayants un site) afin de potentiellement acquérir de nouveaux clients (58% des artisans ayants un site). Le développement d'activités commerciales est rarement invoqué (15%) dans les motifs de la création d'un site Internet.

C'est alors finalement assez logiquement, au vu des objectifs attendus, que 70% des sites créés disposent **seulement de 2 fonctionnalités** que sont : une présentation de l'entreprise et une

rubrique contact. Seulement 10% des artisans ayant un site proposent d'y faire des devis, de passer des commandes ou de payer en ligne. Les sites Internet sont donc souvent assez pauvres, offrent peu de fonctionnalités et visent simplement à présenter l'entreprise (d'où l'expression « site vitrine » communément employée).

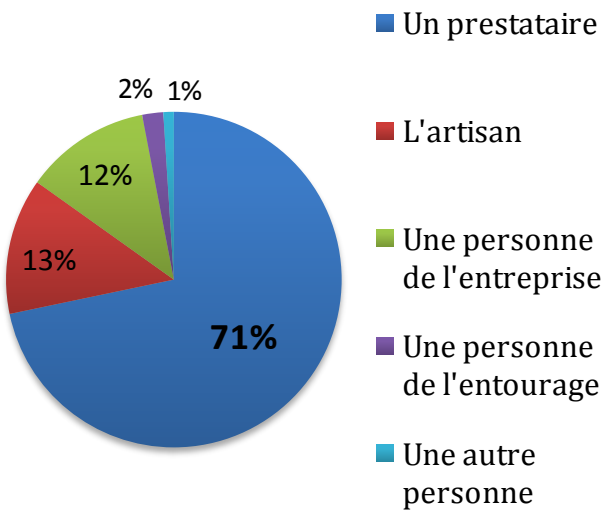
D'autres éléments peuvent être invoqués pour expliquer cela :
- les artisans ne sont pas assez sensibilisés aux possibilités que permet un site Internet, et ne l'associent qu'à un promoteur d'image.
- les artisans ont peut-être des difficultés à démêler les offres des prestataires Internet, au niveau notamment de leurs fonctionnalités et des tarifications associées.
- de façon similaire, certains prestataires proposent des sites parfois limités et produits dans une logique de copie, ne différant que très peu les uns des autres et ne permettant pas d'afficher une réelle identité de l'entreprise. C'est donc dans une logique de mimétisme que l'artisan peut être amené à penser que la présence de 2 fonctionnalités soit suffisante.
- si l'argument pécuniaire n'est pas mentionné pour justifier la création du site, un abonnement mensuel associé à un site plus enrichi peut lui s'avérer plus couteux.

Renvoyer une image moderne

Un autre aspect important motivant la création d'un site est l'image de l'entreprise. Pour les artisans interviewés, il est important de faire comme tout le monde. Or, de plus en plus d'artisans sont présents sur Internet. Le fait d'avoir son propre site participe à donner une image de l'entreprise moderne, qui fait des efforts de communication.

Le créateur du site

La majorité des artisans (71%) a fait appel à un prestataire extérieur pour assurer la création et la gestion de son site Internet. Les artisans préfèrent déléguer cette tâche plutôt que de prendre le temps de s'en charger personnellement, quitte à payer pour cela. Nous avons aussi vu que les artisans sont peu nombreux à savoir et à vouloir être formés à la création et à la gestion d'un site : cette situation d'appel à un prestataire est donc plutôt pérenne.



Les sites internet sont pourtant **plus fournis et plus souvent mis à jour lorsque c'est l'artisan lui-même qui l'a créé**. 20% des sites Internet créés par l'artisan proposent 4 fonctionnalités ou plus, alors que ce n'est le cas que pour seulement 10 % des sites créés par un prestataire.

De même, près de la moitié des artisans ayant créé leur site le mettent à jour au moins 1 fois par mois, alors que pour les 74% d'artisans s'en remettant à un prestataire, la mise à jour n'est réalisée qu'une à deux fois par an, voire jamais. S'il est vraisemblable que l'artisan se satisfasse

de la seule création du site et ne désire pas par la suite l'enrichir, il est aussi possible que ce dernier n'ait pas la main sur l'outil et ne puisse réaliser lui-même des modifications.

En définitive un effort semble à fournir quant aux fonctionnalités des sites Internet des entreprises artisanales et à la fréquence de leurs mises à jour, pour améliorer leurs impacts pour l'entreprise.

Le choix d'un prestataire pour la création du site

Nous avons retiré des entretiens individuels que plusieurs critères entrent en jeu dans le choix d'un prestataire pour la création et la gestion d'un site Internet :

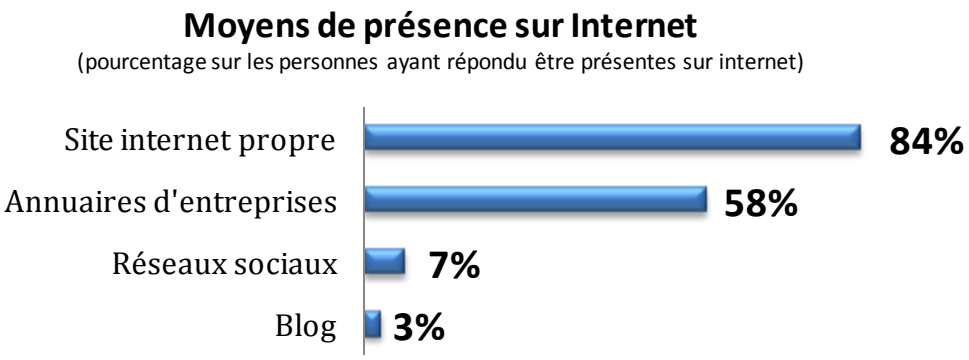
- les **références** du prestataire ainsi que ses précédentes réalisations sont examinées
- sa **proximité** géographique est importante car le prestataire doit être à même de se déplacer rapidement en cas de problèmes rencontrés
- de la même manière que pour le choix d'un organisme de formation, le **partenariat** avec un organisme officiel impliqué dans l'artisanat (exemple la CRMA, le CER France…) peut être un argument attestant du sérieux, de la qualité de l'entreprise prestataire
- l'artisan pourra enfin **faire appel à son entourage personnel et professionnel** pour se faire recommander une entreprise

Les artisans ayant pour habitude d'acquérir des clients grâce au bouche à oreille, recherchent également des professionnels au service de leur entreprise par ce moyen de communication. C'est leur moyen de communication privilégié.

Les raisons de l'absence de site

53% des artisans informatisés ne possèdent pas de site Internet, alors que ce chiffre n'est que de 21% dans les PME, même si cet écart diminue depuis 5 ans[6]. La moitié de ceux qui n'ont pas site le justifient par le fait que **cela ne leur semble pas utile**, ¼ parce qu'ils n'ont pas de temps à y consacrer.

Environ 1/3 des artisans ne jugeant pas utile d'avoir un site Internet accordent cependant plus généralement une grande importance au fait d'**être visible sur internet** : ils utilisent alors d'autres formes de présence. Les annuaires d'entreprises par exemple sont très utilisés et jugés suffisant pour l'augmentation de la visibilité en ligne, à l'inverse des blogs et réseaux sociaux qui sont encore très peu répandus.



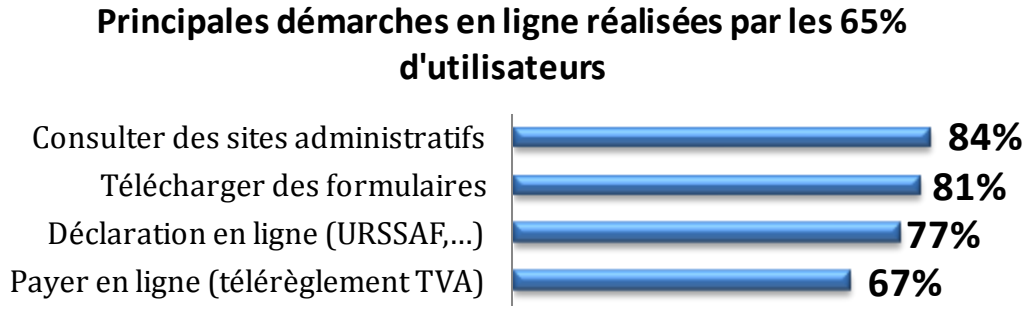
[6] En 2006, seulement 15% des artisans avaient un site Web, alors 47% des PME en avaient un.

L'e-administration : beaucoup de consultations, peu d'utilisations

La connaissance de l'e-administration

84% des artisans connaissent la possibilité de réaliser en ligne des démarches administratives. S'ils sont nombreux à consulter les sites Internet permettant cela, ils sont moins à les utiliser (65%). On observe naturellement des taux plus élevés parmi les artisans les plus compétents en informatique : 95% connaissent l'e-administration et 86% l'utilisent.

Le graphique suivant répertorie les usages d'e-administration les plus fréquents.



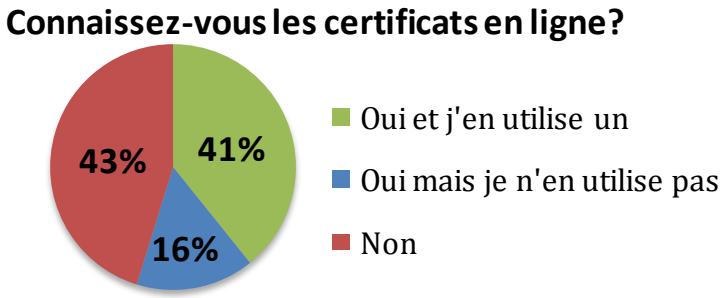
La télédéclaration

Depuis le 1er octobre 2011, les entreprises ayant un chiffre d'affaires (Hors Taxes) supérieur à 230 000 € doivent télédéclarer leur TVA et télérégler les montants dus au titre de la TVA, de l'impôt sur les sociétés et de la taxe sur les salaires[7]. 55% des artisans interrogés étaient concernés par cette obligation en 2011. Moins de 2% de ces entreprises n'étaient pas informatisées ; néanmoins ce changement n'a pas provoqué l'équipement d'un ordinateur, puisqu'ils décidèrent alors d'externaliser cette télédéclaration.

La proportion d'artisans informatisés ayant effectué seuls la démarche augmente corrélativement à la taille de l'entreprise : la plupart des entreprises ayant un effectif important ont décidé de le réaliser en interne. Au contraire, 43% des artisans ont décidé de sous-traiter ces démarches ; cela concerne souvent les entreprises de plus petite taille comme celles du secteur alimentaire.

Les certificats en ligne

Le certificat électronique garantit la confidentialité et la sécurité des échanges sur Internet. Il permet aux artisans de s'identifier lors d'un règlement électronique, par exemple dans le télérèglement de la TVA, ou la réponse à un marché public en ligne. Le graphique suivant indique quelle proportion des artisans informatisés connaît et utilise les certificats en ligne.



[7]http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/professionnels?pageId=professionnels&espId=2&sfid=20

Le réseau des CMA a mis en place son propre certificat de signature électronique, appelé CertiMétierArtisanat. Seulement 6% des artisans connaissant les certificats en ligne avaient entendu parler de celui de la CRMA. Le fait qu'il était en phase de lancement explique son relatif anonymat à la fin de l'année 2011.

A chacun ses arguments

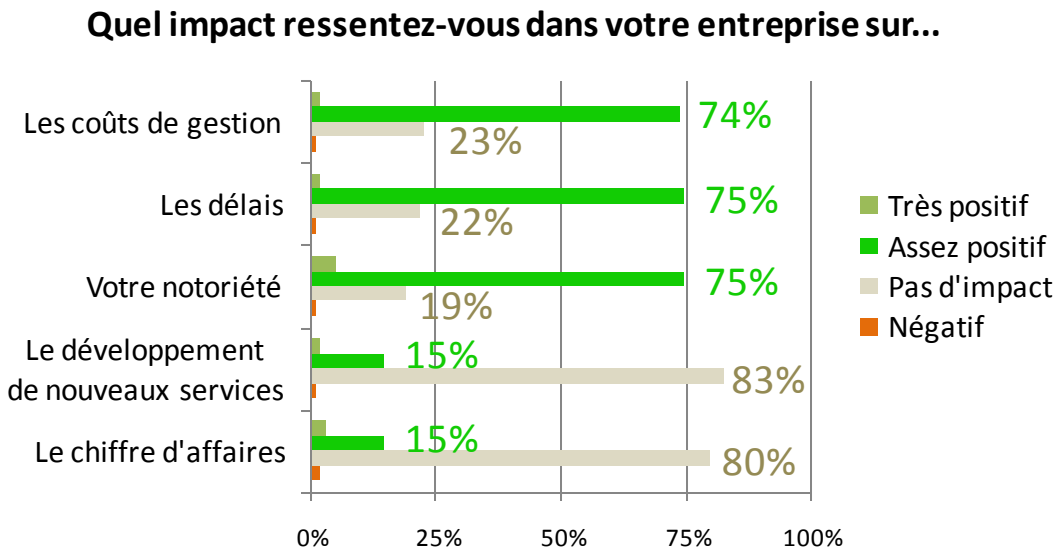
Les artisans interviewés qui utilisent l'e-administration nous ont expliqué qu'ils trouvaient cela très pratique, ils apprécient de pouvoir l'utiliser. C'est plus moderne, pour eux le temps du papier est révolu ; ils sont passés à autre chose. A l'opposé les non-utilisateurs n'accordent pas la même confiance à l'informatique qu'à la personne qu'ils pourront consulter au guichet d'accueil d'une institution. Ils apprécient les démarches effectuées sur papier ; selon eux ça laisse des traces, c'est donc plus fiable. Et les moins compétents en informatique trouvent qu'il est plus facile et plus rapide pour eux d'utiliser le traditionnel papier crayon que d'utiliser un ordinateur.

L'évaluation de l'impact des nouvelles technologies

L'équipement des artisans a eu **des conséquences positives en termes de facilité de gestion**, comme indiqué dans le graphique suivant. Cependant il est bien visible que peu d'impacts ne sont rapportés sur le développement de l'entreprise et le chiffre d'affaires.

Les artisans informatisés ont bien le sentiment que l'acquisition des technologies leur a permis une diminution des coûts de gestion, une diminution des délais (de production, de livraison…) et une augmentation de leur niveau de notoriété.

Mais **rares sont ceux qui ont perçu un impact positif des nouvelles technologies sur leur chiffre d'affaires**, et conjointement sur le développement de nouveaux services. Il faut dire que ceux qui mettent réellement en place des outils informatiques potentiellement susceptibles d'améliorer le chiffre d'affaires, comme par exemple la mise en ligne d'un site Internet propre (souvent présenté comme moteur de croissance), ne sont que peu nombreux. La typologie située à la fin de ce document le montre d'ailleurs bien, puisque les groupes des utilisateurs plus « chevronnés » (ayant souvent un site Internet) sont plus nombreux à noter des impacts positifs dans leur chiffre d'affaires.



Typologie récapitulative des artisans en fonction de leurs usages en TIC

Nous avons réparti la population en 5 catégories à l'aide d'une méthode statistique nommée analyse des correspondances multiples, suivi d'une classification ascendante hiérarchique. Cela vise à identifier des groupes ayant des traits communs, ceux-ci étant créés de manière à minimiser les différences entre les personnes d'un même groupe et maximiser les différences entre les groupes eux-mêmes.

Les artisans sont ici regroupés en fonction de leur similarité dans les équipements et usages en informatique : quelles tâches sont informatisées, un site Internet est-il présent, etc.

Une fois que les 5 groupes d'artisans sont formés, il est possible de caractériser chacun d'entre eux selon différents éléments liés à l'identité de l'entreprise, tels que son secteur d'activité, son type de clientèle, etc.

Présentation des groupes

Groupe 1 (36% des artisans)

Quelle insertion des TIC : si le fax/téléphone fax est toujours présent (et témoigne de l'ancienneté de l'entreprise), et que le Smartphone est encore loin derrière le téléphone mobile classique, ces entreprises sont caractérisées par une bonne mise en place des TIC. Ainsi les artisans y sont compétents en informatique, souvent après avoir suivi une formation pour apprivoiser les différents outils et usages. Au fait de l'administration électronique, ils connaissent aussi les logiciels métiers et logiciels libres, qu'ils utilisent d'ailleurs plus fréquemment que les artisans présents dans les autres groupes. Enfin, ces entreprises ont su s'équiper d'un site Internet, principalement pour promouvoir leur activité.

Quelles entreprises concernées et quels dirigeants : il s'agit là souvent des grandes entreprises, ayant un nombre élevé de salariés et un chiffre d'affaires souvent supérieur à 230k. La clientèle n'est pas le particulier, mais se concentre plutôt du coté des PME et des collectivités. Le secteur du bâtiment est bien représenté dans ce groupe. L'artisan responsable de l'entreprise est expérimenté. Ces utilisateurs connaissent les possibilités de l'informatique et les mettent en pratique. Ils ont trouvé de réels intérêts dans les TIC : l'automatisation de tâches et la promotion de leur activité.

Caractérisation du groupe : les entreprises de ce groupe ont bien pris le pas de l'informatisation. Bien que présentes depuis un certain nombre d'années dans leurs activités, elles ont su s'adapter à l'apparition de l'informatique et faire la transition vers cette dernière, pour continuer à assurer leur compétitivité. L'impact des TIC est donc positif, aussi bien sur la notoriété que sur le chiffre d'affaires, grâce à une utilisation élargie des capacités de l'informatique. Cependant la mise en place d'un site Internet, plutôt que de favoriser le développement de nouvelles activités, reste surtout un moyen de moderniser l'image de l'entreprise.

Groupe 2 (19% des artisans)

Quelle insertion des TIC : on touche ici à une catégorie d'entreprises totalement converties dans l'informatisation, d'ailleurs effectuée dès la création de l'entreprise (signe aussi que ces entreprises sont plutôt récentes). En termes d'équipement, le téléphone mobile est déjà moins présent que le Smartphone. Le site Internet est là encore bien présent.

Quelles entreprises concernées et quels dirigeants : à l'instar du premier groupe, les artisans ici sont compétents en informatique, à la différence essentielle que cette fois-ci ils se sont formés seuls (par exemple durant leur cursus scolaire) et qu'ils n'ont pas eu besoin de suivre une formation. Très diplômés comparé au reste des artisans, ils présentent souvent la caractéristique d'avoir exercé une autre profession avant leur métier actuel; les « reconvertis » professionnels sont sen effet surreprésentés dans ce groupe.

Caractérisation du groupe : si dans les profils d'entreprises qui les composent, les 2 premiers groupes se ressemblent (effectif salarial élevé, chiffre d'affaires supérieur à 230k), les caractéristiques de l'artisan responsable en font des catégories bien différenciées. Ce dernier est en effet plus jeune et plus diplômé, et est conquis par les nouveaux outils TIC tel que le Smartphone. Il n'a pas eu à faire de transition vers l'informatique, puisqu'il a été familiarisé plus jeune avec cette dernière. Ces artisans gardent toutefois à l'esprit que l'informatique est un outil, un moyen devenu nécessaire au bon fonctionnement de l'entreprise ; leur métier en tant que tel n'en est fondamentalement pas bouleversé.

Groupe 3 (23% des artisans)

Quelle insertion des TIC : l'ordinateur fixe est ici significativement moins présent qu'ailleurs (76% contre 97% en moyenne). On travaille sur la population des informatisés ; cela signifie donc qu'ils utilisent plutôt un ordinateur portable, et très certainement celui qu'ils ont à leur domicile et qu'ils vont alors tenter d'utiliser dans un cadre professionnel. Les artisans de ce groupe ont des compétences dans la moyenne, mais ne les traduisent pas souvent en usages : ils connaissent l'administration électronique mais ne l'utilisent pas, les logiciels métiers mais ne les utilisent pas, etc. Ils n'ont pas souvent de site Internet, mais témoignent un peu plus souvent que les autres groupes d'une volonté de développer leur présence sur Internet. L'impact des TIC est jugé inexistant sur le chiffre d'affaires et le développement de nouveaux services.

Quelles entreprises concernées et quels dirigeants : il s'agit d'entreprises généralement petites (chiffre d'affaires inférieur à 230k, effectif salarial rarement supérieur à 5, presque la moitié n'ayant pas de salarié). L'artisan y est jeune et peu expérimenté : il fait ainsi régulièrement appel à son entourage pour lui demander de l'aide - souvent pour l'activité en elle-même, mais quelques fois aussi pour l'informatique. La clientèle concerne largement les particuliers. Le secteur de l'alimentation est surreprésenté dans cette classe.

Caractérisation du groupe : alors qu'un niveau de compétences est présent – souvent parce que l'artisan a connu la démocratisation de l'informatique lorsqu'il était encore jeune - cela n'est pas traduit en usages dans l'entreprise. Quelques hypothèses peuvent être alors retirées des chiffres disponibles :

- l'artisan, encore jeune et nécessitant une aide extérieure, concentre ses efforts sur la maitrise de l'activité entrepreneuriale elle-même. Des usages plus avancés en informatique, comme la création d'un site Internet, ne sont pas encore à l'ordre du jour mais le seront ultérieurement.
- l'artisan, dans son paradoxe d'être compétent mais pas utilisateur, juge qu'une insertion plus avancée de l'informatique n'est pas nécessaire. Les logiciels métiers ne sont peut-être pas très répandus pour son activité (qui est souvent l'alimentation), et la présence d'un site Internet n'aurait qu'un impact limité pour sa clientèle, largement locale.

Groupe 4 (17% des artisans)

Quelle insertion des TIC : l'informatisation ne tient ici sa légitimité que par la simple présence de l'ordinateur. Les usages, témoins de compétences limitées de la part des artisans, sont parcellaires et entièrement tournés vers l'utilisation sporadique de la bureautique pour gérer les devis et la facturation. Un site Internet est très rarement présent.

Quelles entreprises concernées et quels dirigeants : l'ordinateur est arrivé tardivement dans l'entreprise. L'artisan est âgé et expérimenté. Le secteur de l'alimentation est un peu plus représenté dans cette classe.

Caractérisation du groupe : des faibles compétences, des usages restreints. Si cet état des faits n'est pas à remettre en cause, il est tout de même à relativiser par un élément propre à l'artisan : l'intérêt qu'il juge de l'insertion de l'informatique dans l'entreprise. Car cette situation ne semble pas l'incommoder outre mesure : les intentions de suivre une formation sont quasi inexistantes – justifiées par un besoin tout simplement non ressenti - et le développement de la présence sur le Web est loin d'être à l'ordre du jour. L'informatique s'est imposée, et est parfois associée à une contrainte. Son utilisation limitée reflète une obligation, l'idée de ne plus avoir la possibilité de s'en dispenser pour communiquer avec ses clients, commander certains produits, etc. Si les artisans admettent que certains nouveaux outils sont pratiques, ils ont quelques difficultés à les apprivoiser.

Groupe 5 (5% des artisans)

Quelle insertion des TIC : ici il n'est pas question de parler d'une utilisation de l'informatique, puisqu'elle n'est pas présente en tant que telle dans l'entreprise (pas d'ordinateur). D'ailleurs, bien que pour 40% de ces non-informatisés un ordinateur est présent dans le cadre privé, il n'est pas utilisé pour l'entreprise. Lorsqu'un ordinateur pourrait faciliter une tâche, par exemple pour la comptabilité ou les déclarations fiscales, celle-ci n'est pas réalisée en interne et est quasiment systématiquement externalisée. Seulement 16% d'entre eux envisage l'achat prochain d'un ordinateur.

Quelles entreprises concernées et quels dirigeants : Ces entreprises n'adhèrent pas à une organisation professionnelle, et se destinent presque exclusivement à une clientèle de particuliers. Elles sont souvent très petites (90% ont au maximum 2 salariés, alors que la moyenne est de presque 6 salariés). L'artisan responsable est assez âgé, un peu moins diplômé. Il apparait pourtant que l'impact des TIC est positif pour les délais (de production, de livraison,…), les coûts de gestion ; néanmoins il est logiquement inexistant pour le chiffre d'affaires et le développement de nouveaux services.

Caractérisation du groupe : on touche là à une catégorie qui ne perçoit pas l'utilité d'avoir un ordinateur pour l'entreprise. En effet l'argument principal (76%) donné à l'absence de cet outil est tout simplement que l'artisan n'y voit aucune utilité, l'argument financier n'étant évoqué que pour 10% d'entre eux.

Conclusion

En 2006 la distinction entre les équipements des artisans se faisait sur la possession d'un ordinateur, et sur le fait qu'il soit connecté à internet ou non. Désormais l'abonnement à internet est indissociable de la possession d'un ordinateur (93% des cas) et la distinction se fait sur la possession d'un site internet (15% en 2006,47% en 2011).

Beaucoup d'artisans connaissent les intérêts de l'informatisation mais n'en ont pas pour autant l'usage. Les artisans possèdent un ordinateur et sont connectés à internet, pourtant ils sont peu nombreux à utiliser des logiciels métier, les marchés publics en ligne ou à avoir un site internet fourni proposant plusieurs fonctionnalités.

La justification qui revient le plus est le manque d'intérêt. Pour beaucoup d'artisans, leur activité n'est pas suffisamment importante pour que l'investissement engagé dans la création et la gestion d'un site internet ou dans l'apprentissage des salles de marchés publics en ligne soit un investissement rentable. Cela implique un coût en termes d'équipement et de temps à consacrer pour la formation, en plus d'une attention régulière en parallèle du travail habituel.

Les usages se concentrent souvent autour des logiciels de bureautique, appropriés par la majorité des artisans informatisés (93%). Néanmoins certaines entreprises se limitent à cet usage, et justifient l'achat d'un ordinateur à ces simples fonctionnalités. Une meilleure connaissance des logiciels, et notamment des logiciels métiers, pourrait leur être profitable. Les artisans en sont d'ailleurs demandeurs, la formation liée à l'apprentissage des logiciels métiers étant la plus demandée.

Les artisans ont donc encore une marge de progression dans leur modernisation et l'apprentissage des TIC. Cette marge de progression est bien sûr à relativiser par les besoins pressentis de leur clientèle : il faut être au fait de ces besoins pour proposer des équipements adaptés. Toutes les activités ne se prêtent peut-être pas à un équipement en TIC.

Nous avons pu voir dans notre étude que la présence d'un site Web est corrélée ave le type de clientèle, la taille de l'entreprise, la situation géographique (milieu rural ou urbain). De la même manière l'âge du dirigeant et son niveau de compétence en informatique a aussi un impact sur ses choix en matière d'équipement.

Nombreux sont les artisans qui, bien qu'ils connaissent les avantages potentiels de l'informatisation et de la création d'un site internet, n'ont pas créé le leur et ne cherchent pas à se former à la création d'un site. On a vu que les sites créés et gérés par les artisans sont plus riches et plus fréquemment mis à jour que les sites créés et gérés par un prestataire extérieur. Les sites créés et gérés par un prestataire extérieur ont des contenus plus restreints et visent des objectifs plus ciblés qui seraient à élargir.

Enfin on s'aperçoit que beaucoup d'artisans utilisent internet pour consulter des documents et communiquer sur internet. Cependant la réalisation de démarches plus élaborées sur Internet reste faible. Les artisans se sont donc globalement bien approprié l'outil informatique, mais ils se cantonnent trop souvent à des usages simples, alors qu'une activité plus élaborée pourrait souvent leur être profitable.

ANNEXES

Tableaux de répartition des principaux indicateurs, selon le secteur d'activité des artisans.

Tableau 1 : Appartenance à un réseau selon les secteurs 18
Tableau 2 : Type de clientèle prioritaire selon les secteurs 18
Tableau 3 : Mobilité selon les secteurs 18
Tableau 4 : Équipements selon les secteurs 19
Tableau 5 : Moyen(s) de présence sur Internet selon les secteurs 19
Tableau 6 : Compétences selon les secteurs 19
Tableau 7 : Connaissances selon les secteurs 19
Tableau 8 : Formations selon les secteurs 19
Tableau 9 : Usages d'internet selon les secteurs 20
Graphique 1 : Éléments révélateurs des différents besoins par secteurs 20

Tableau 1 : Appartenance à un réseau selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Appartenance à une franchise ou coopérative	2%	5%	5%	7%
Appartenance à une organisation professionnelle	34%	31%	52%	34%

Tableau 2 : Type de clientèle prioritaire selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Les particuliers	88%	49%	81%	87%
Les TPE / professions libérales / PME	19%	52%	23%	24%
Les grandes entreprises	10%	39%	17%	14%
Les administrations / collectivités	7%	19%	18%	9%

Tableau 3 : Mobilité selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Travail essentiellement à l'entreprise	90%	70%	35%	73%
Travail essentiellement à l'extérieur de l'entreprise	4%	11%	50%	19%
Travail autant à l'entreprise qu'à l'extérieur	6%	19%	14%	8%

Tableau 4 : Équipements selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Un Smartphone	13%	25%	20%	19%
Un téléphone portable	46%	66%	81%	59%
Un fax / téléphone fax	54%	82%	80%	74%
Un ordinateur	68%	90%	92%	86%
Un ordinateur portable	43%	67%	60%	51%
Une tablette numérique	3%	2%	5%	5%

Tableau 5 : Moyen(s) de présence sur Internet selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Un site internet	84%	91%	82%	82%
Un blog	5%	3%	2%	4%
Les réseaux sociaux	7%	8%	4%	9%
Les annuaires professionnels	52%	57%	59%	61%

Tableau 6 : Compétences selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Savoir se servir d'un traitement de texte	86%	95%	91%	88%
Savoir se servi d'un tableur	86%	94%	89%	86%
Savoir compresser un fichier	65%	77%	69%	64%
Savoir installer un logiciel	74%	84%	74%	73%
Savoir utiliser un moteur de recherche	95%	97%	96%	96%
Savoir envoyer et lire des courriels	95%	98%	97%	95%
Savoir créer une page web ou un site internet	25%	30%	23%	26%
Savoir faire des achats sur internet	84%	89%	86%	84%

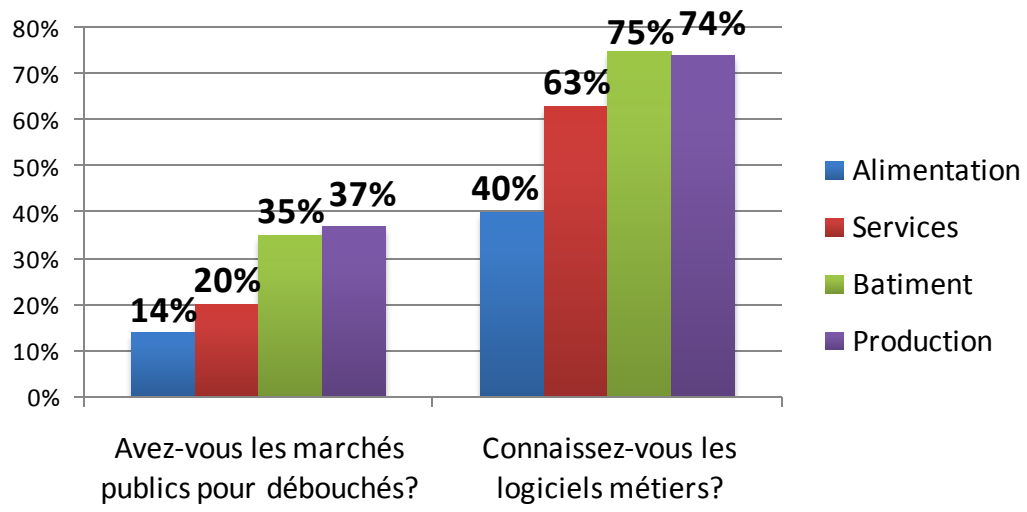
Tableau 7 : Connaissances selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Logiciels métiers				
- Oui et vous les utilisez	29%	56%	63%	48%
- Oui mais vous ne les utilisez pas	11%	18%	12%	15%
Logiciels libres				
- Oui et vous les utilisez	28%	40%	35%	35%
- Oui mais vous ne les utilisez pas	17%	26%	25%	20%

Tableau 8 : Formations selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Formé tout seul	69%	69%	69%	71%
Explications par quelqu'un de l'entourage	10%	7%	8%	10%
Suivi une formation	16%	23%	21%	17%

Tableau 9 : Usages d'internet selon les secteurs

	Alimentation	Production	Bâtiment	Services
Achats en ligne	12%	17%	17%	23%
Consultations bancaires				
Recherche d'informations dans le cadre du travail	85%	72%	76%	84%
Accéder à des formations en ligne	0%	3%	3%	3%
Relation clients / fournisseurs	90%	91%	84%	90%

Graphique 1 : Éléments révélateurs des différents besoins par secteurs