

# **LES CHIFFRES CLÉS DU NUMÉRIQUE ET LES BONNES PRATIQUES DE NUMÉRISATION DES TPE /PME**

---

# EN FRANCE, L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE EST CRÉATRICE D'EMPLOIS ET DE CROISSANCE MAIS POURRAIT REPRÉSENTER ENCORE PLUS AU REGARD DES PERFORMANCES DES USA

---

## Le poids du numérique en France

- 5,7% du PIB
- 3% de l'emploi
- 700.000 créations d'emplois depuis 15 ans

**Source :** Rapport McKinsey 2011, Rapport IGF sur le soutien de l'Economie numérique à l'Innovation – Janvier 2012

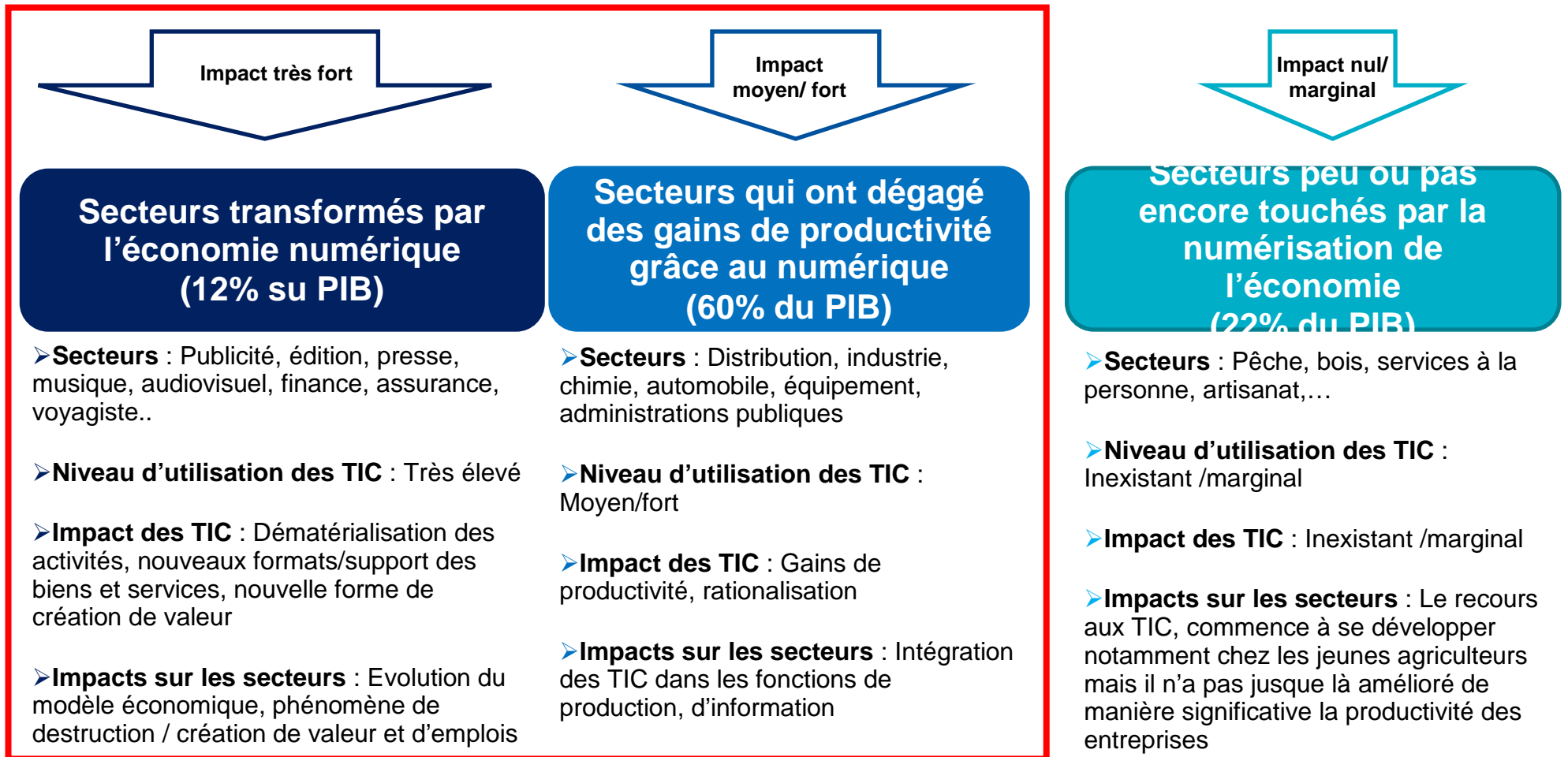
## Le poids du numérique aux USA

- 8% du PIB
- 10% de l'emploi
- Plus de 3 millions d'emplois créés dans les start-ups depuis 30 ans

**Source:** Rapport McKinsey 2011, Rapport IGF sur le soutien de l'Economie numérique à l'Innovation – Janvier 2012, The Boston Consulting Group - 2012

# L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE PÈSE DIRECTEMENT 5,7% DU PIB FRANÇAIS MAIS TOUCHE PLUS DE 72% DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

## Economie numérique (5,7% du PIB)



Impact très fort

**Secteurs transformés par l'économie numérique (12% su PIB)**

- **Secteurs** : Publicité, édition, presse, musique, audiovisuel, finance, assurance, voyageiste..
- **Niveau d'utilisation des TIC** : Très élevé
- **Impact des TIC** : Dématérialisation des activités, nouveaux formats/support des biens et services, nouvelle forme de création de valeur
- **Impacts sur les secteurs** : Evolution du modèle économique, phénomène de destruction / création de valeur et d'emplois

Impact moyen/ fort

**Secteurs qui ont dégagé des gains de productivité grâce au numérique (60% du PIB)**

- **Secteurs** : Distribution, industrie, chimie, automobile, équipement, administrations publiques
- **Niveau d'utilisation des TIC** : Moyen/fort
- **Impact des TIC** : Gains de productivité, rationalisation
- **Impacts sur les secteurs** : Intégration des TIC dans les fonctions de production, d'information

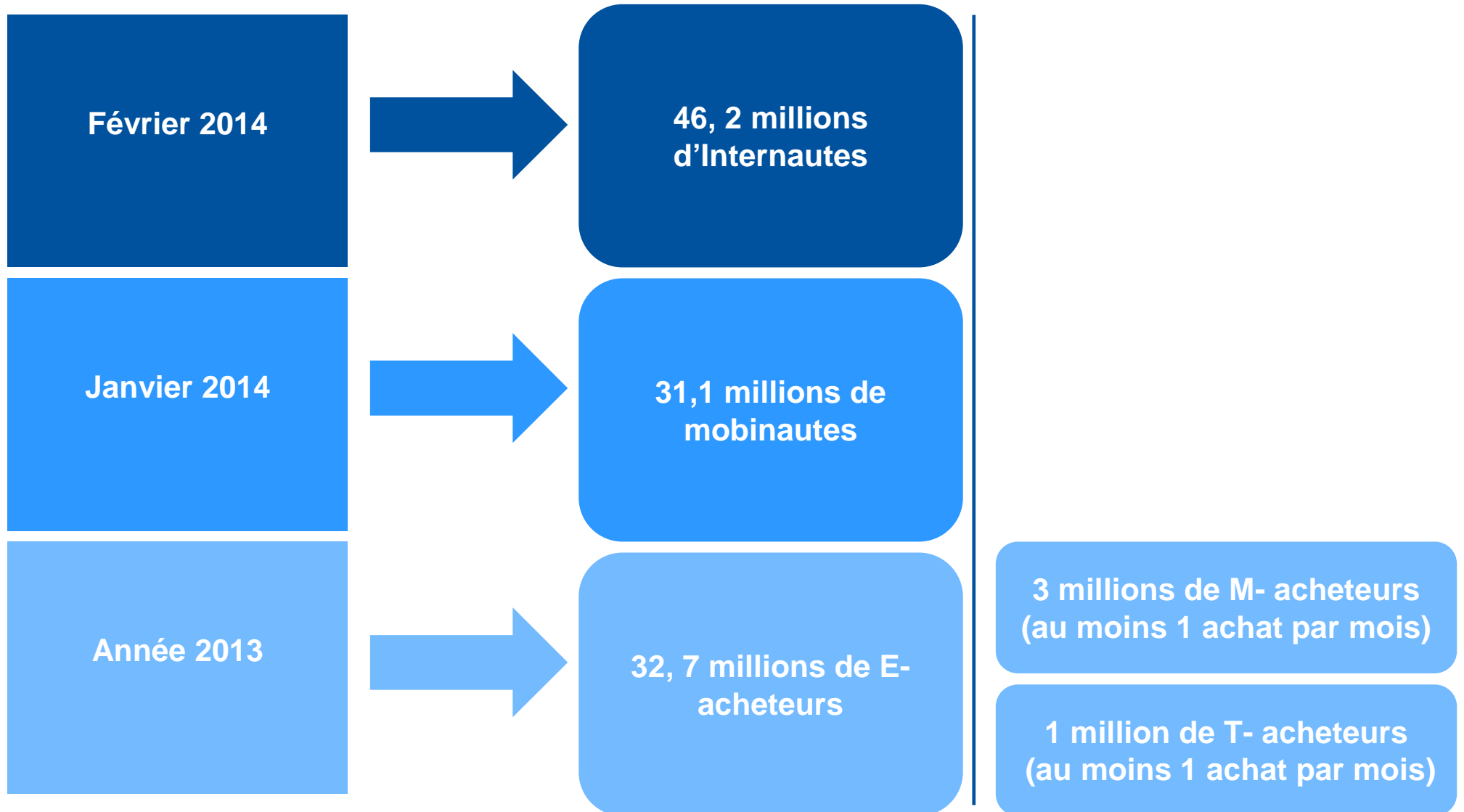
Impact nul/ marginal

**Secteurs peu ou pas encore touchés par la numérisation de l'économie (22% du PIB)**

- **Secteurs** : Pêche, bois, services à la personne, artisanat,...
- **Niveau d'utilisation des TIC** : Inexistant /marginal
- **Impact des TIC** : Inexistant /marginal
- **Impacts sur les secteurs** : Le recours aux TIC, commence à se développer notamment chez les jeunes agriculteurs mais il n'a pas jusque là amélioré de manière significative la productivité des entreprises

# ET INTERNET EST DE PLUS EN PLUS PRÉSENT DANS LES FOYERS FRANÇAIS

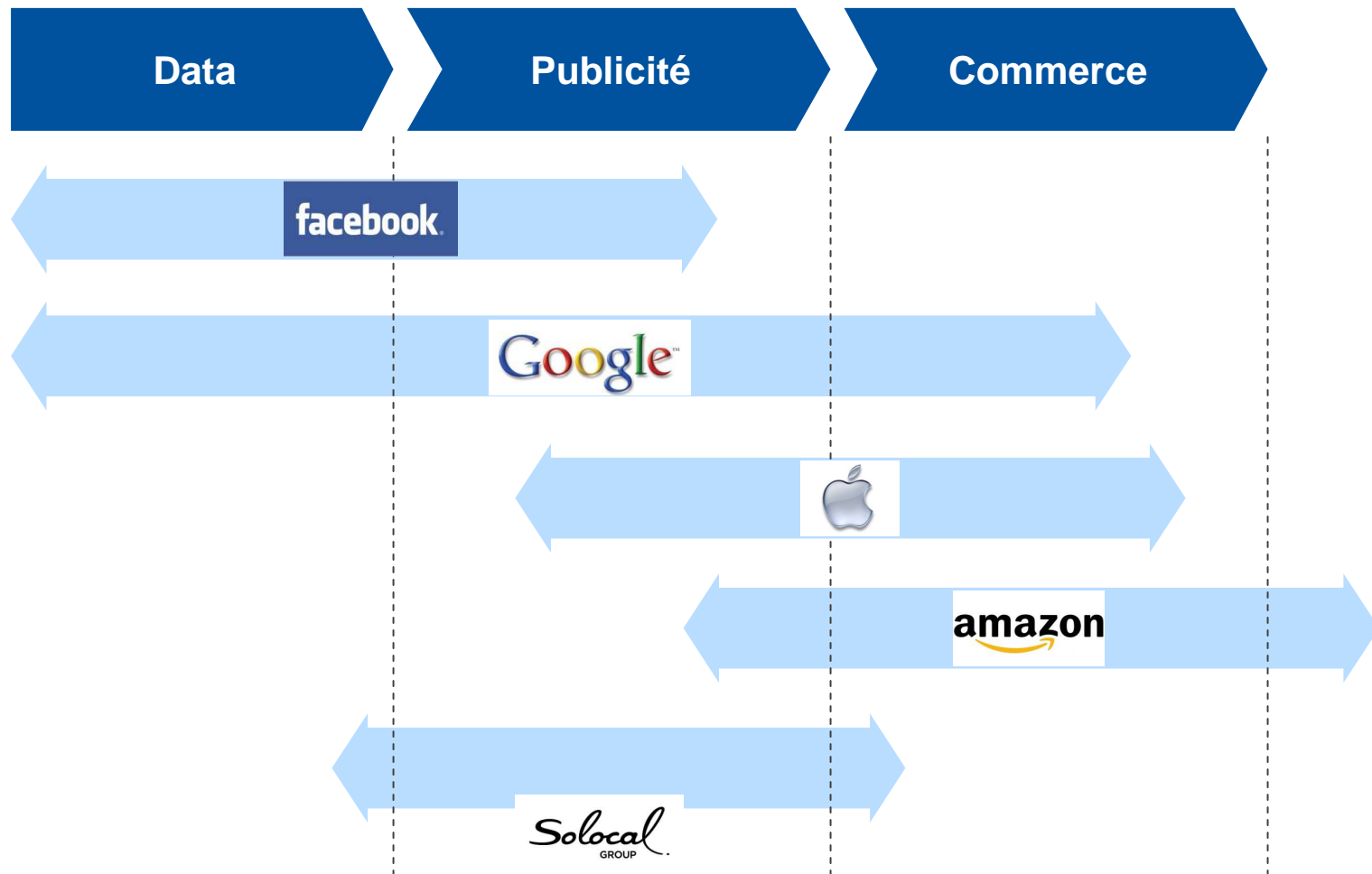
---



Source : Médiamétrie Netrating, 2013-2014

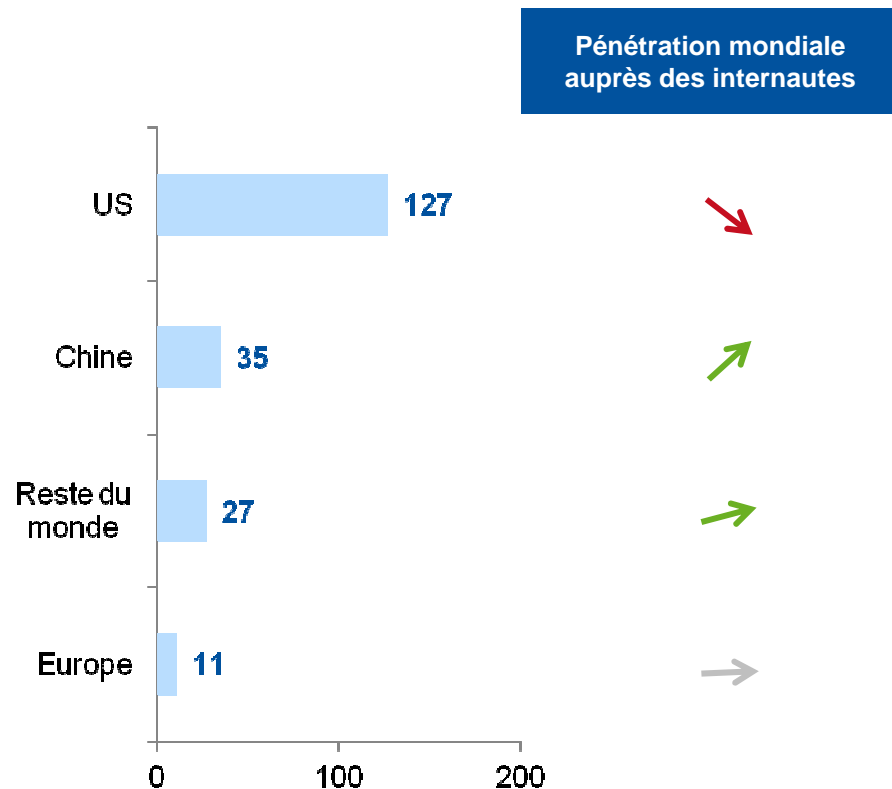
# UNE ECONOMIE NUMÉRIQUE, DOMINÉE PAR DES GEANTS MONDIAUX, NOTAMMENT EN EUROPE

---



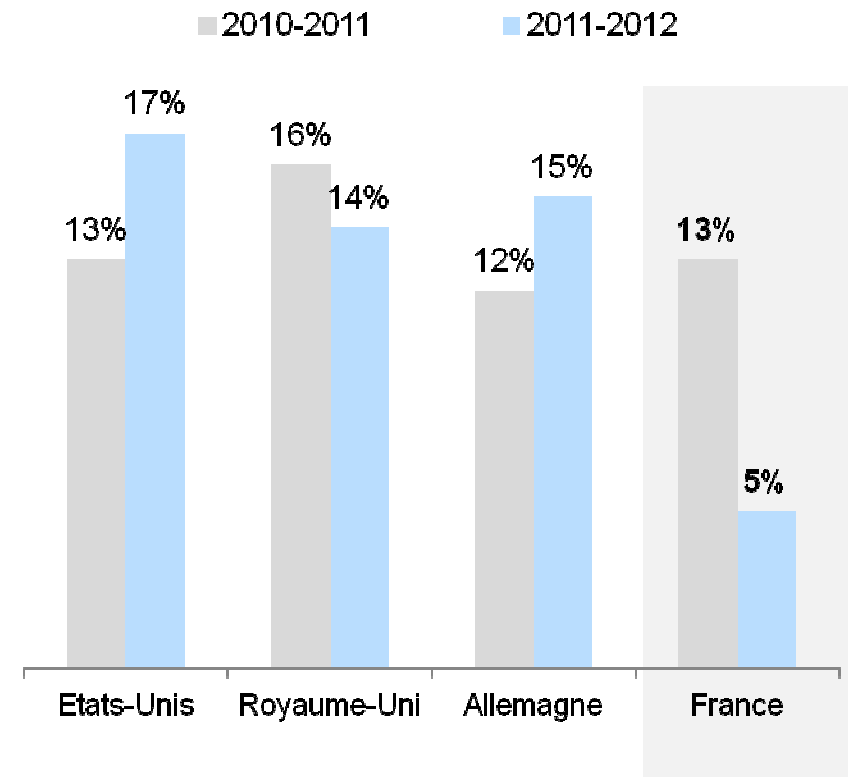
# UNE PERTE PROGRESSIVE D'INFLUENCE DE L'EUROPE SUR INTERNET, ET DE LA FRANCE EN PARTICULIER

## Top 200 sites mondiaux (en VU) par nationalité



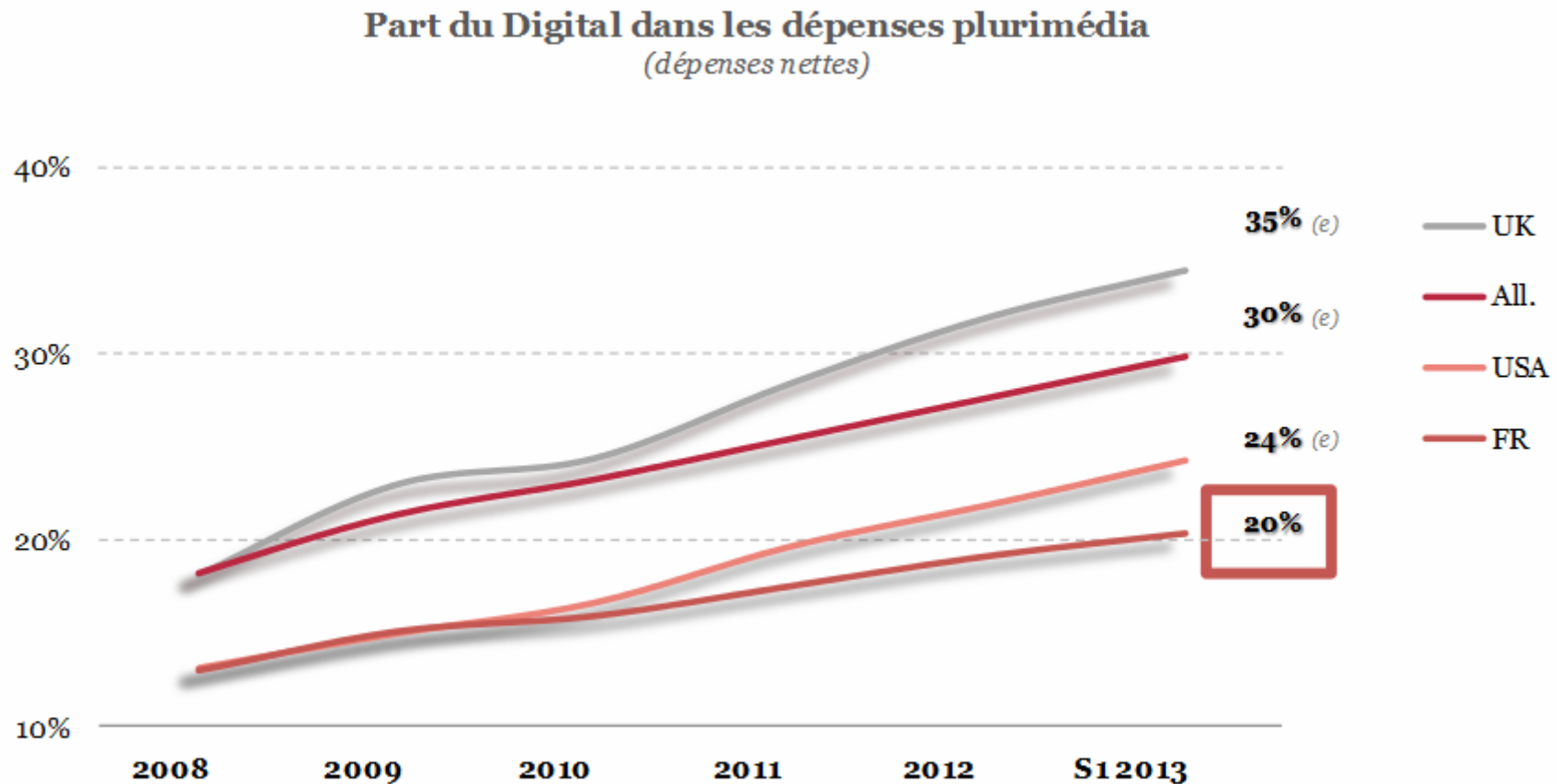
Source : Alexa

## Croissance de la publicité numérique 2010-2012



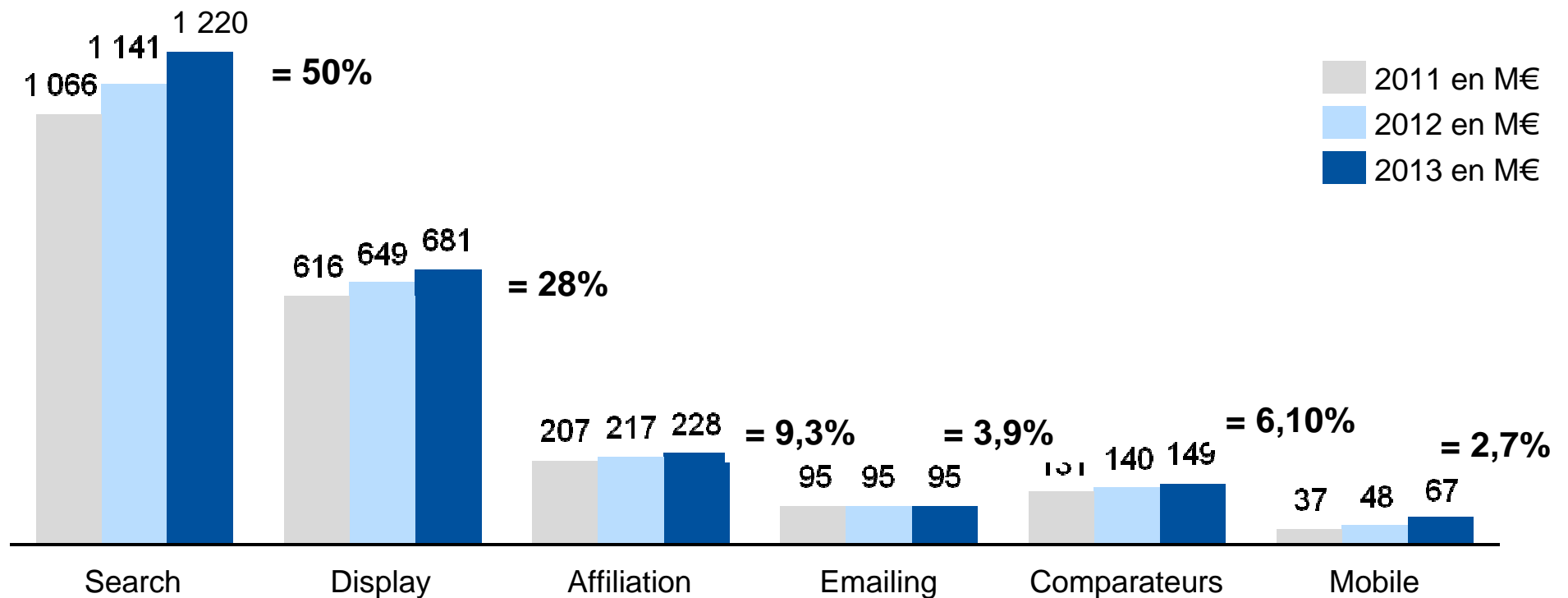
Source : SRI Capgemini, Observatoire de l'e-Pub  
Zénith Optimedia Advertising Expenditure Forecasts

# EN FRANCE, LE DIGITAL REPRÉSENTE 20% DES DÉPENSES PUBLICITAIRES DES ENTREPRISES AU S1 2013, DERRIÈRE LE UK, L'ALLEMAGNE ET LES US



Source : SRI, IREP, PWC Global Entertainment Outlook 2013-17

# EN FRANCE, LE MARCHÉ DE LA COMMUNICATION EN LIGNE REPRÉSENTE 2,4 MDS D'€ EN 2013 CONTRE 2,2 MDS D'€ EN 2012

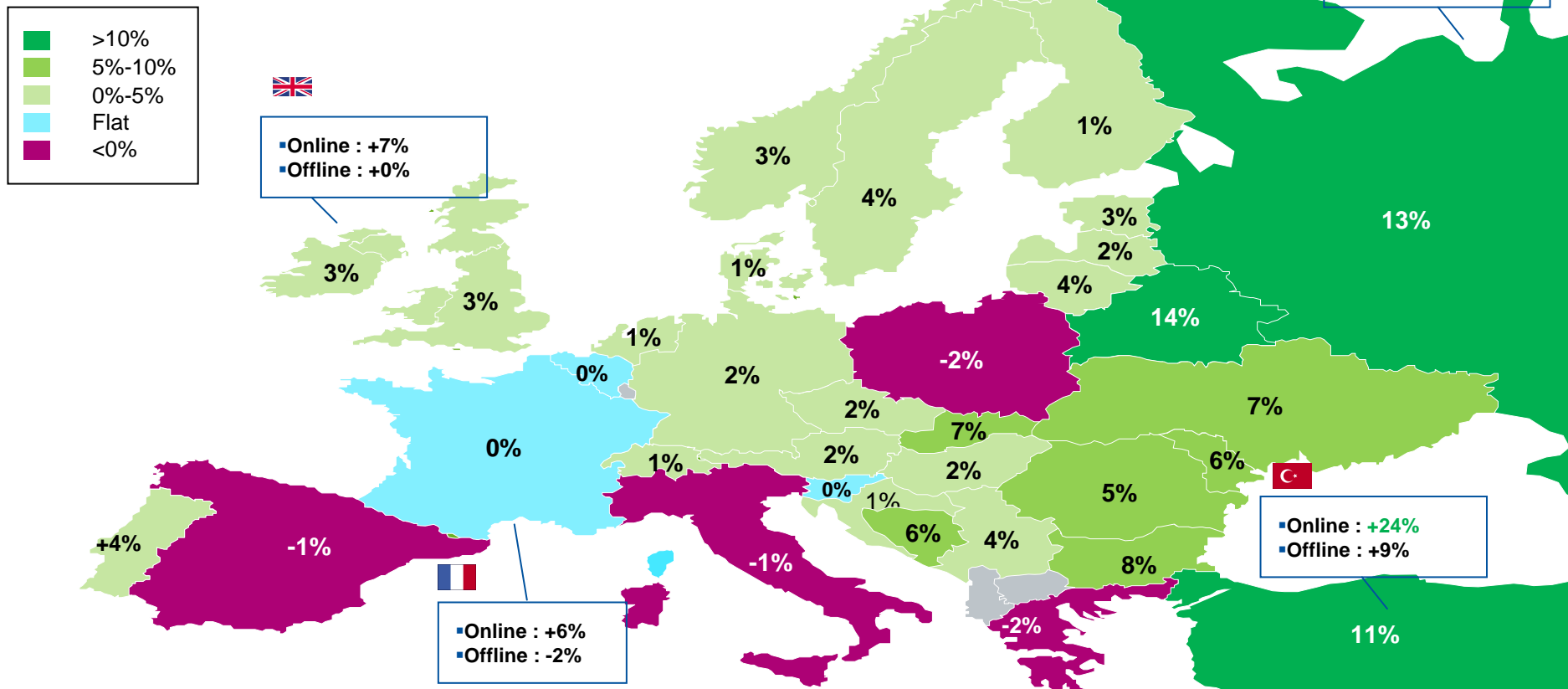


Source : SRI CapGemini, Observatoire de l'e-Pub, janvier 2013



# PERSPECTIVES DE CROISSANCE PUBLICITAIRE (ONLINE/OFFLINE) 2012- 2015: CROISSANCE DANS LES PAYS DU NORD VS STABILITÉ DANS LES PAYS DU SUD ET DE L'OUEST

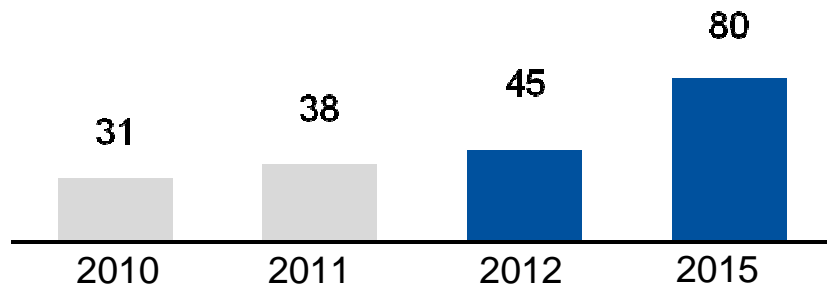
TCAM marché pub 2012-2015



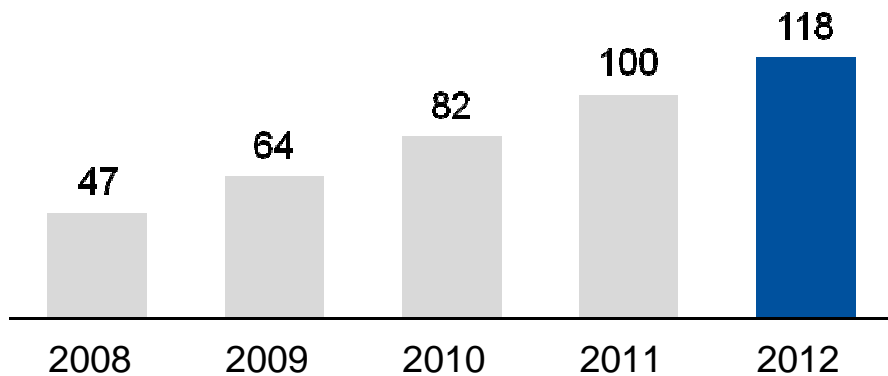
Source : ZénithOptimédia, décembre 2012. Périmètre offline (presse, TV, radio, cinéma, affichage) online (search, display, affiliation)

# FOCUS E-COMMERCE: RETARD DE LA FRANCE ET DE L'ALLEMAGNE VS LE UK

Marché E-commerce BtoC, France (Mds €)



Volume sites E-commerce actifs, France (en milliers)

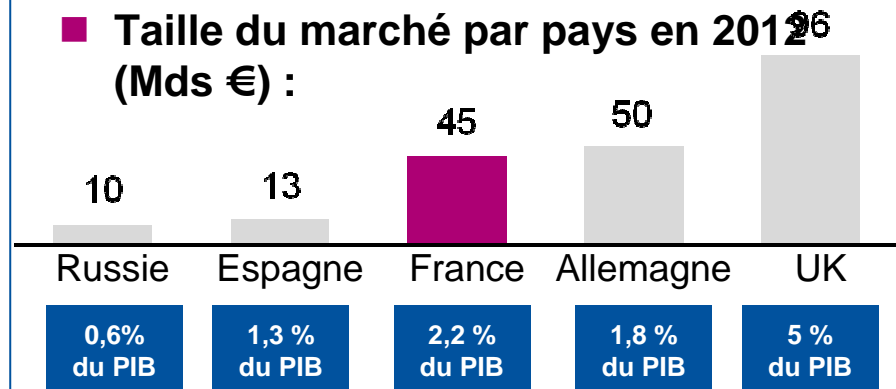


Source : FEVAD

## E-commerce en Europe

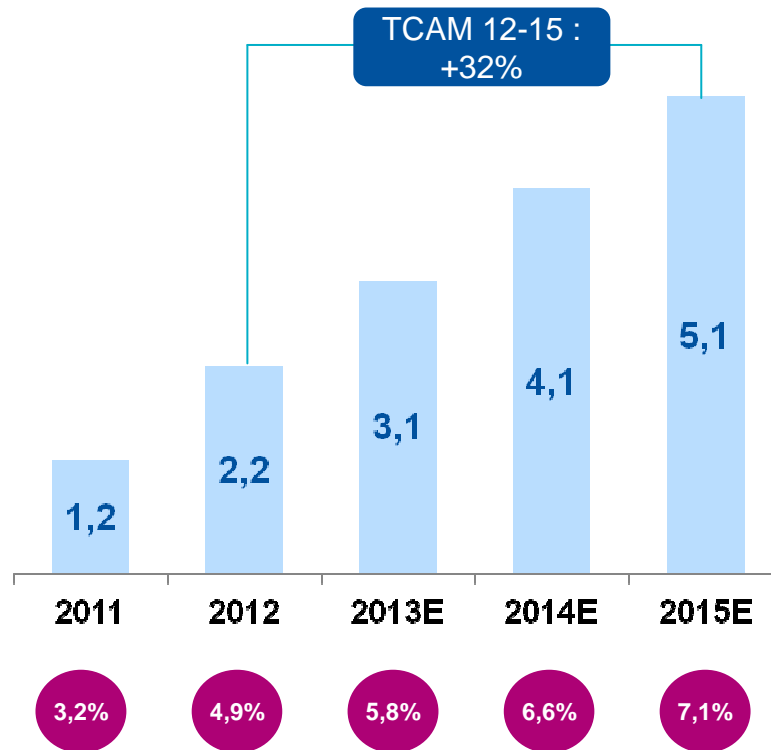
- 312 milliards € de chiffre d'affaires de l'e-commerce B-to-C en 2012
- 250 millions d'acheteurs en ligne pour 550 000 sites marchands
- 2 millions d'emplois directement et indirectement générés par le e-commerce

■ Taille du marché par pays en 2012 (Mds €) :



# FOCUS M-COMMERCE EN FRANCE: CROISSANCE ESTIMÉE DE 32% ENTRE 2012 ET 2015

## Marché du m-commerce en France (Mds €)



Poids du m-commerce\*

\* Poids du mobile sur les dépenses e-commerce tous supports

### ■ Le m-commerce en forte croissance...

- ~2,2Md€ d'achats sur mobile en 2012 (x2,6 vs 2011) vs 45 Mds€ sur le fixe (+19%);
- Le m-commerce continuera de croître pour représenter 7% des achats en ligne en 2015.

### ■ ... grâce au mobile-to-store et à l'explosion des usages tablettes

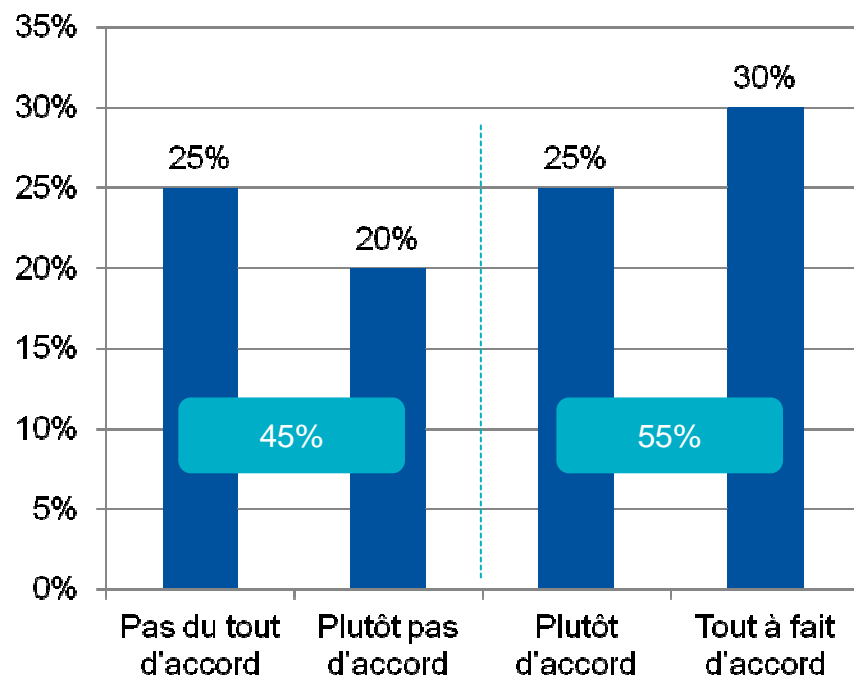
- 1,2 million de t-acheteurs dont 40% qui utilisent leur device pour préparer un achat offline;
- 9% des utilisateurs de smartphones ont acheté un produit/service depuis leur téléphone.

Source : Xerfi-Precepta \* Source Primaire FEVAD

# LA PRÉSENCE SUR INTERNET FAIT DE PLUS EN PLUS CONSENSUS AUPRÈS DES PATRONS DE TPE FRANÇAISES

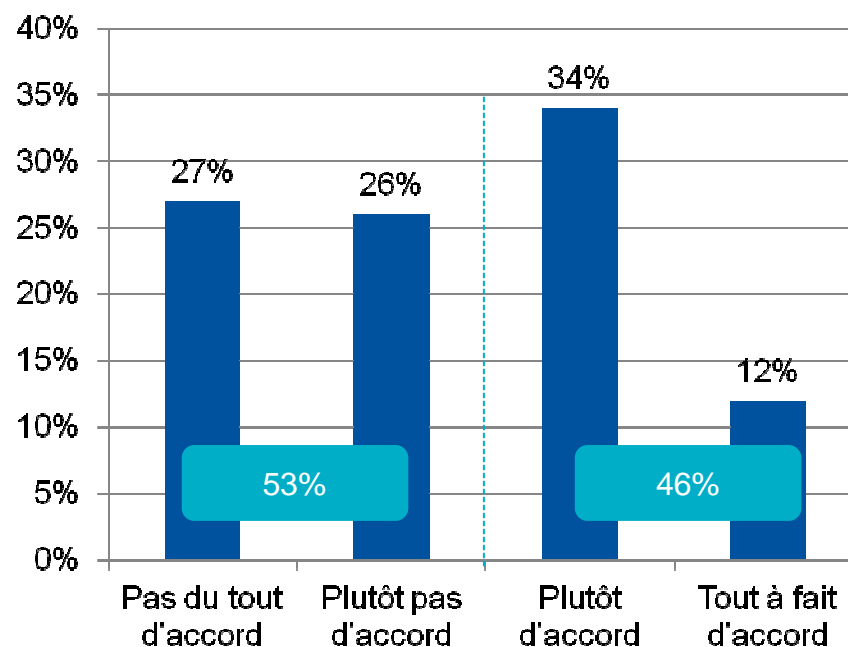
En 2013, 55% des patrons de TPE estiment indispensable d'avoir un site Internet vs 45% en 2012

Avoir un site Internet est indispensable pour une entreprise comme la mienne



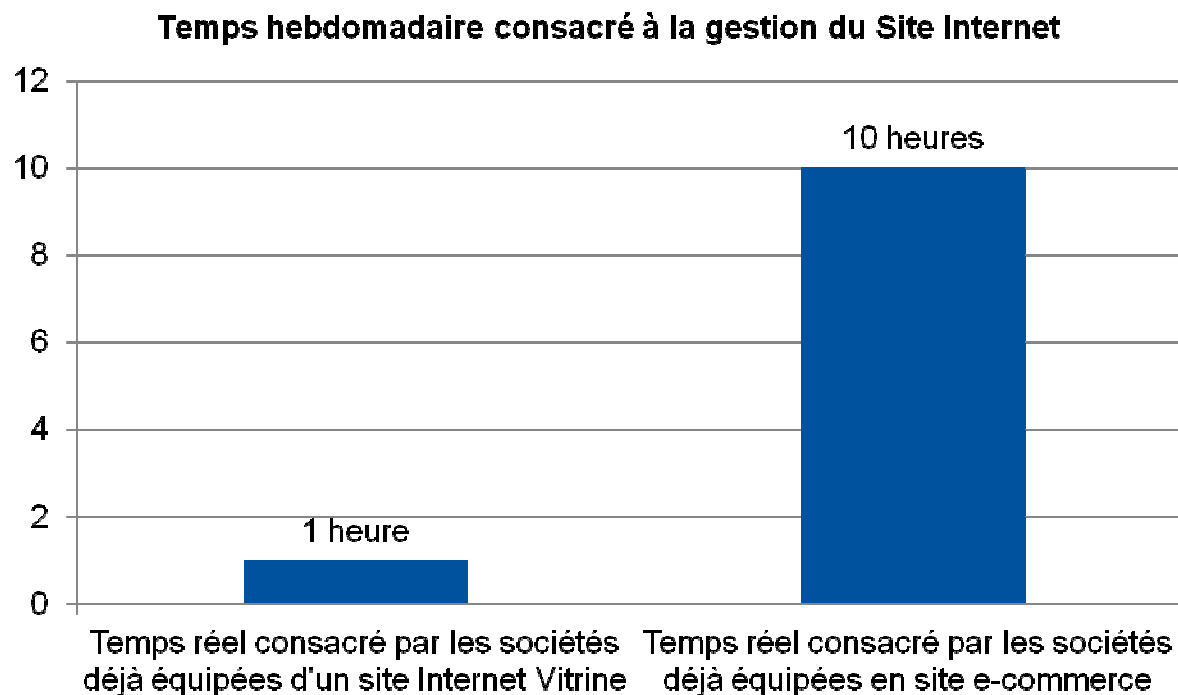
46% des patrons de TPE sont favorables à une présence sur les réseaux sociaux vs 42% en 2012

L'avenir pour les petites entreprises passe par une présence sur les réseaux sociaux



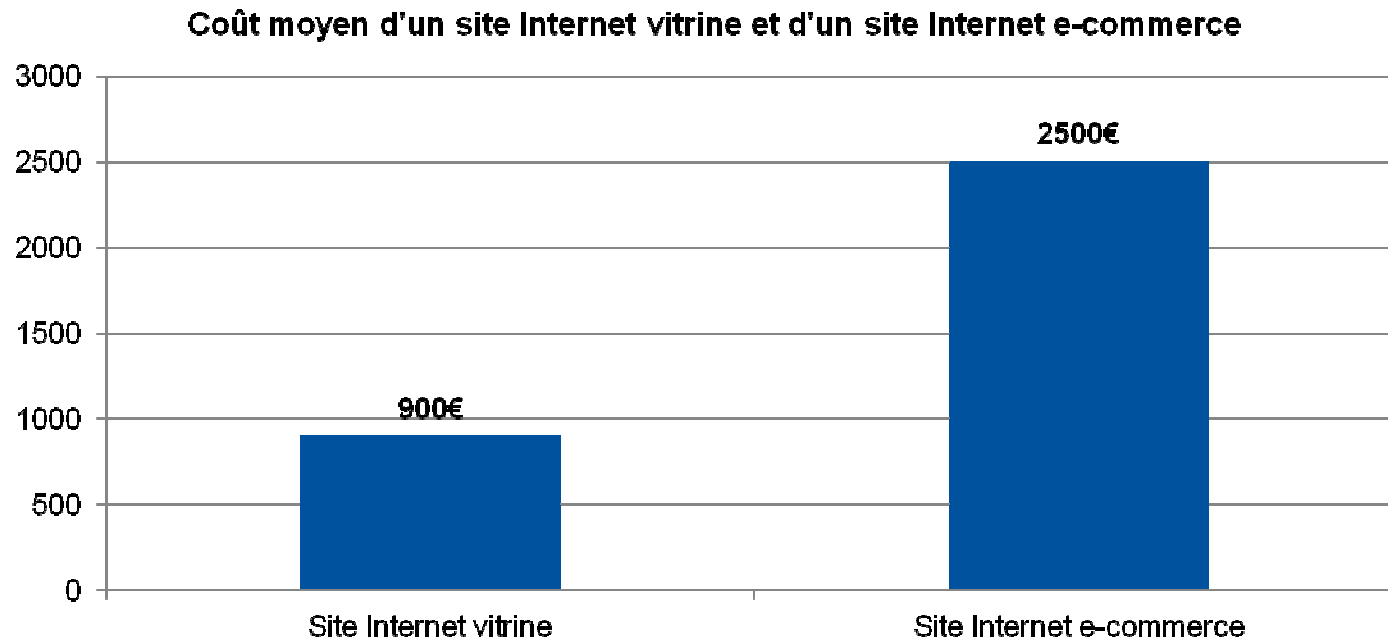
# MALGRÉ UN INVESTISSEMENT RÉEL EN TERMES DE TEMPS CONSACRÉ

Une TPE équipée d'un site Internet vitrine consacre en moyenne 1h par semaine pour sa gestion



# ET MALGRÉ UN COÛT RÉEL

Une TPE dépense en moyenne 900€/ an pour s'équiper d'un site Internet vitrine et 2500€/ an pour un site Internet e-commerce

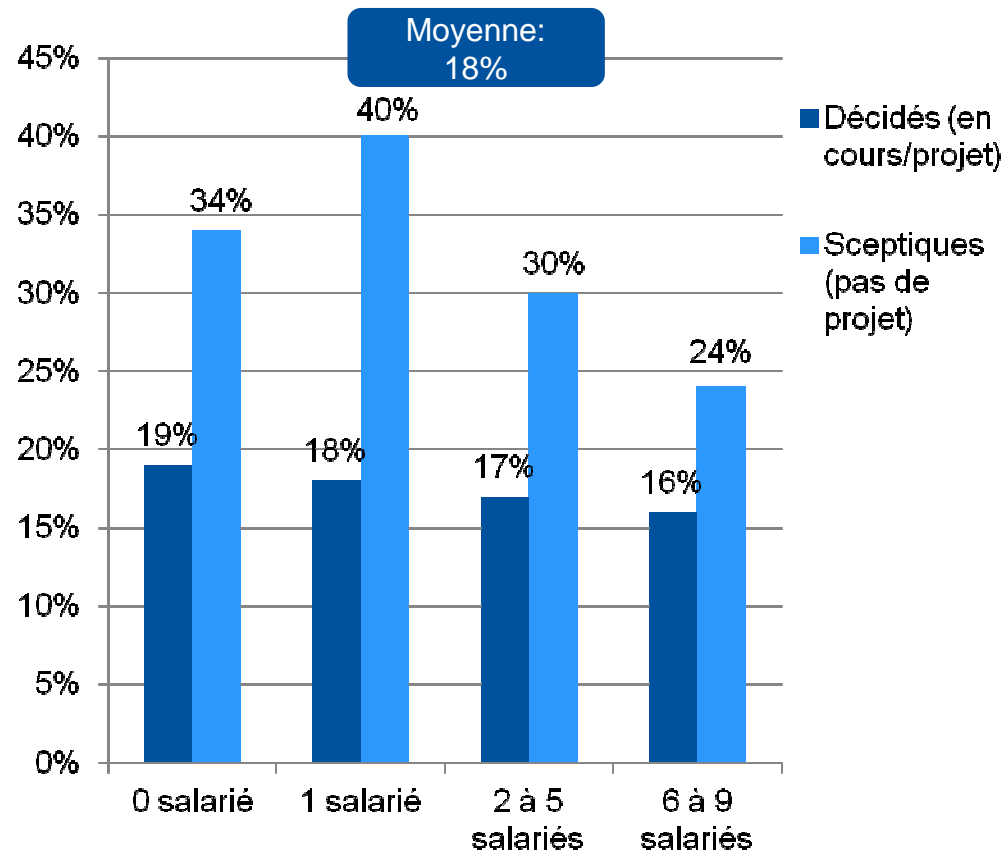
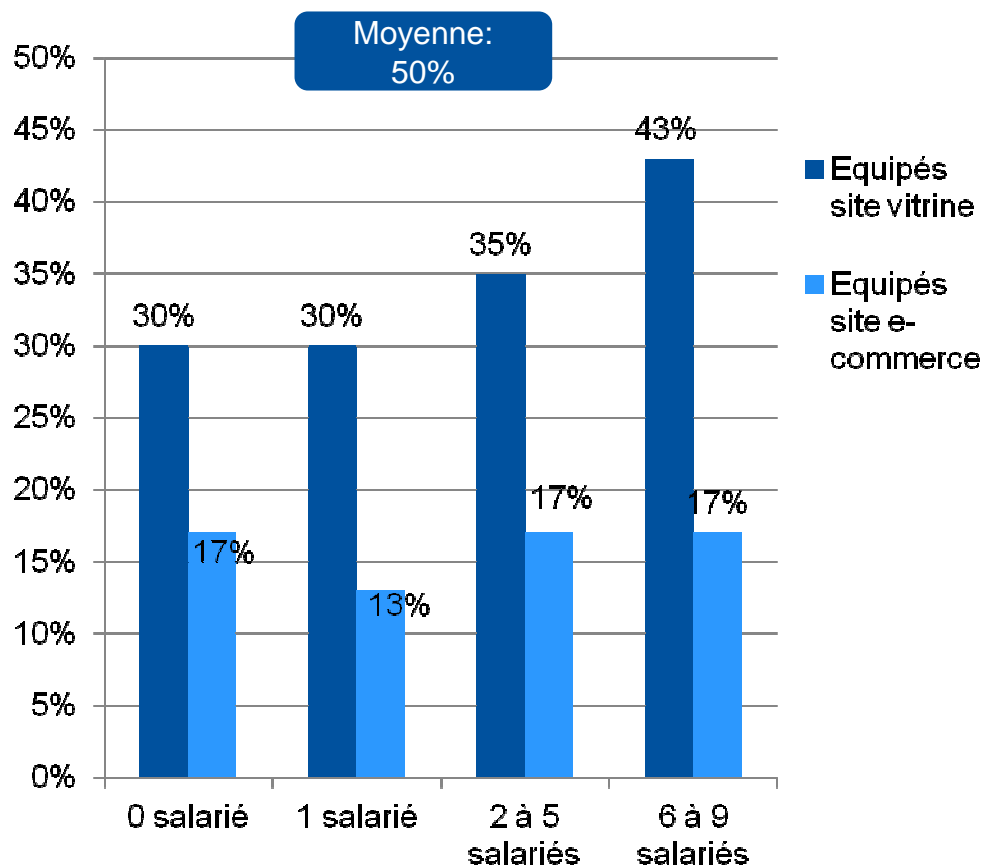


Source : Résultats de la consultation nationale « Les entreprises et Internet » - ADEN – Janvier 2012

# CONSEQUENCE: SEULES 50% DES 3,4 MILLIONS TPE FRANÇAISES SONT ÉQUIPÉES D'UN SITE INTERNET

Seulement 34% des patrons de TPE sont équipés d'un site Internet vitrine et 16% d'un site e-commerce

Et 18% des 1,7 millions de TPE non équipées ont le projet de s'équiper (soit plus de 300.000 TPE)

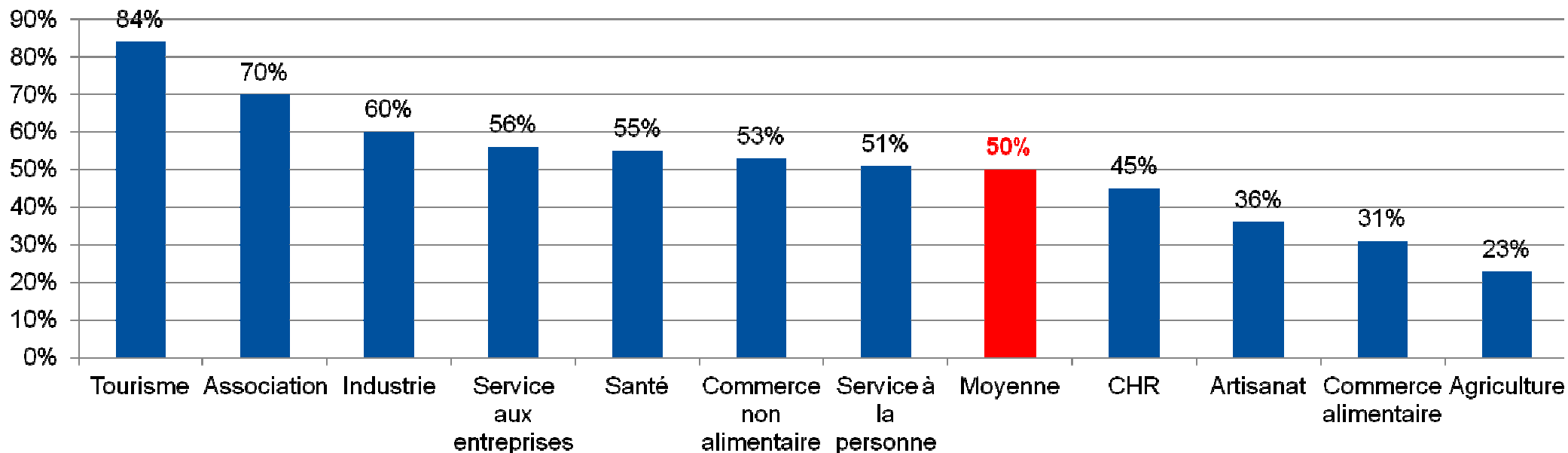


Source : Résultats de la consultation nationale « Les entreprises et Internet » - ADEN – Janvier 2012

# LA PRÉSENCE SUR INTERNET EST SENSIBLEMENT INÉGALE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ DE LA TPE

84% des TPE du secteur touristique sont équipées d'un site Internet contre 31% des TPE du commerce alimentaire

Taux d'équipement en sites Internet selon le secteur d'activité

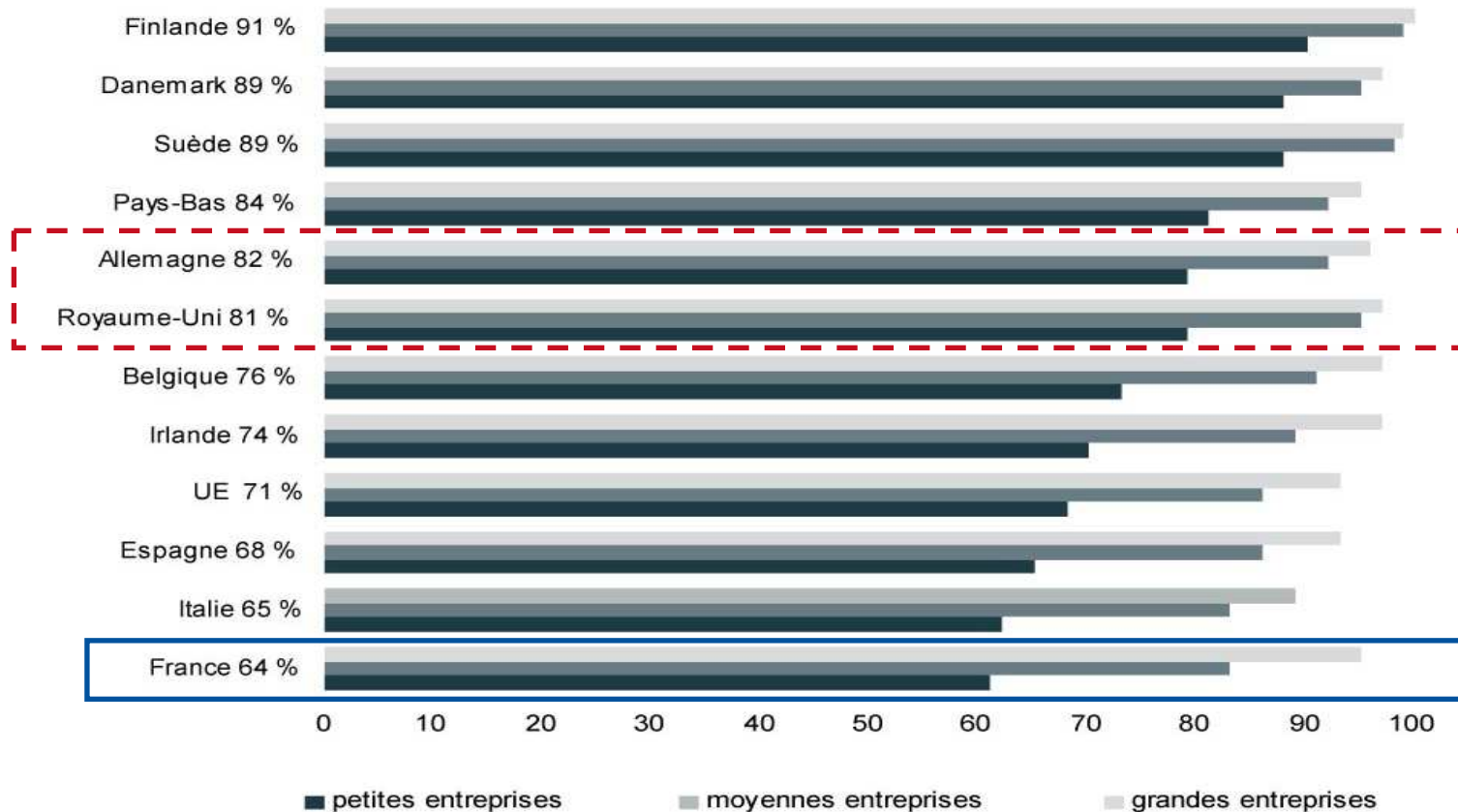


Source : Résultats de la consultation nationale « Les entreprises et Internet » - ADEN – Janvier 2012



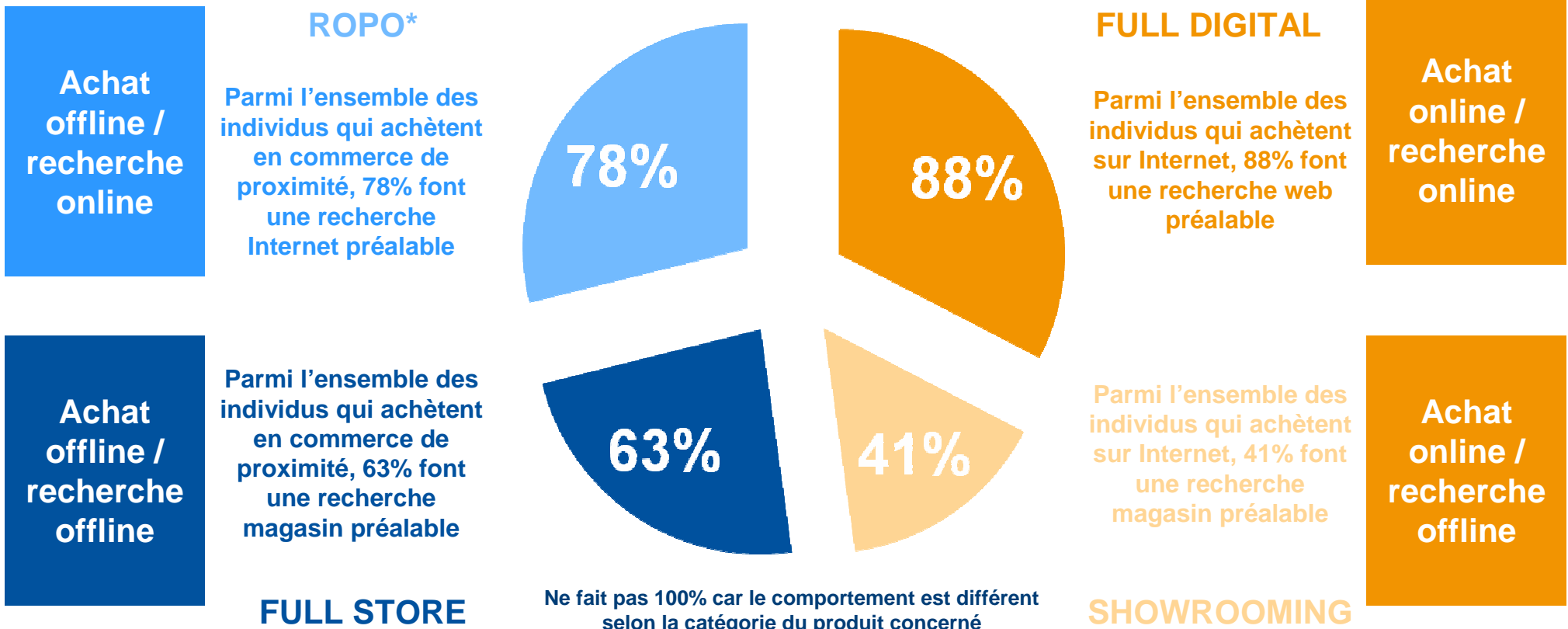
# LA FRANCE ACCUSE AUSSI UN NET RETARD SUR L'ÉQUIPEMENT DE SES PME PAR RAPPORT AUX AUTRES PAYS DE L'UE 27

En 2012, seulement 64% des PME françaises étaient équipées d'un site Internet contre 91% des PME finlandaises et 81% des PME anglaises.



# ALORS MÊME QUE 78% DES INDIVIDUS QUI ACHÈTENT EN COMMERCE DE PROXIMITÉ FONT UNE RECHERCHE INTERNET PRÉALABLE, L’AFFIRMATION DU CROSS-CANAL

3 modes de recherche d’information avant l’achat sur 4 intègrent la recherche web



\*ROPO: Research Online Purchase Offline

Source : Web to store, enjeux et opportunité pour le commerce physique à l’ère du digital – Mappy/ Novedia/ BVA – Septembre 2013

# **IL Y A URGENCE À AGIR POUR ACCROITRE LA NUMÉRISATION DES TPE/ PME**

---

- BEAUCOUP D'INITIATIVES PERTINENTES EXISTENT;**
- MAIS ELLES SONT EXCLUSIVEMENT LOCALES;**
- DONC EN DEÇÀ DES ENJEUX;**
- IL FAUT IMAGINER UN DISPOSITIF INDUSTRIALISÉ.**

**MERCI DE VOTRE ATTENTION !**