



HAL
open science

Appropriation des Tic et performance des entreprises

Virginie Lethiais, Wided Smati

► **To cite this version:**

Virginie Lethiais, Wided Smati. Appropriation des Tic et performance des entreprises. 2009, pp.8.
hal-00460852

HAL Id: hal-00460852

<https://hal.science/hal-00460852>

Submitted on 2 Mar 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Entreprises & TIC

APPROPRIATION DES TIC ET PERFORMANCE DES ENTREPRISES.

(ENQUETE 2008)

VIRGINIE LETHIAIS, Telecom Bretagne, CREM, Marsouin.

WIDED SMATI, Telecom Bretagne, CREM, Marsouin.

L'utilisation des TIC (Technologies de l'information et de la Communication) se développe dans les entreprises pour assurer des tâches de plus en plus nombreuses : la communication, la recherche d'informations, la commercialisation des produits et services, le travail en groupe, la gestion de l'entreprise, la prospection, etc.

Les équipements en TIC ainsi que l'usage qui en est fait diffèrent d'une entreprise à une autre selon de nombreux critères.

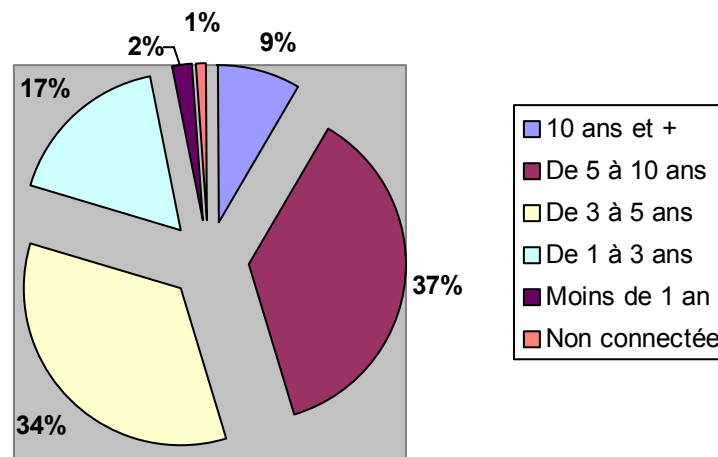
Nous nous intéressons ici l'appropriation des outils TIC par les entreprises et à son lien avec la performance de l'entreprise.

Les données utilisées sont issues de l'enquête Entreprises et TIC menée par Marsouin en 2008 auprès de 2000 PME bretonnes de 10 à 250 salariés, des secteurs de l'Industrie (hors agriculture), du commerce et des services.

De la connexion aux usages : un long processus d'apprentissage

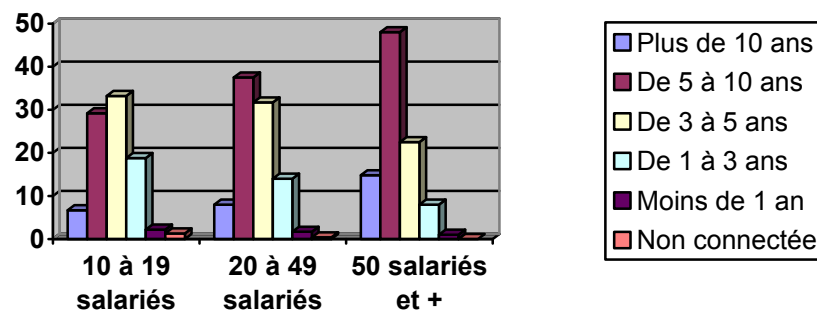
Si en 2008, 99% des entreprises sont connectées à Internet, ce processus d'adoption s'est étalé sur les 10 dernières années, comme le montre le graphique 1, se traduisant par une diversité des usages et des fréquences d'utilisation des différents outils très hétérogènes.

**Graphique 1 : Ancienneté de la connexion à Internet
 (% des entreprises)**



Ce processus d'adoption a été plus ou moins rapide en fonction des caractéristiques de l'entreprise. La taille de l'entreprise, en premier lieu, a joué sur le processus d'adoption, les plus grandes ayant adopté plus tôt que les plus petites, comme le montre le graphique 2.

Graphique 2 : Ancienneté de la connexion en fonction de la taille (% des entreprises)



On observe en effet, qu'alors que 63% des entreprises de 50 salariés et plus sont connectées à Internet depuis plus de 5 ans, cette statistique est ramenée à 45% dans le cas des entreprises de 20 à 49 salariés et à 36% lorsque l'on s'intéresse aux PME de moins de 20 salariés.

Ce processus de connexion à Internet a aussi été plus ou moins rapide en fonction de l'activité des entreprises. Les secteurs dans lesquels la connexion s'est fait plus lentement, tels que les hôtels-restaurants ou la construction, ont cependant rattrapé progressivement leur retard. La part des entreprises connectées est la plus faible dans le secteur des hôtels-restaurants et dans l'industrie agro-alimentaire avec des taux de connexion respectifs de 96,5% et 98,1%. L'ensemble des autres secteurs a atteint, en 2008, des taux de connexion de plus de 99%.

Le niveau de qualification des salariés a aussi impacté ce processus de connexion, 57% des entreprises dans lesquelles plus de la moitié des salariés ont un niveau d'étude supérieur au baccalauréat ayant adopté depuis plus de 5 ans, alors que ce pourcentage tombe à 27 pour les entreprises dans lesquelles moins de 10% des salariés ont ce même niveau de qualification.

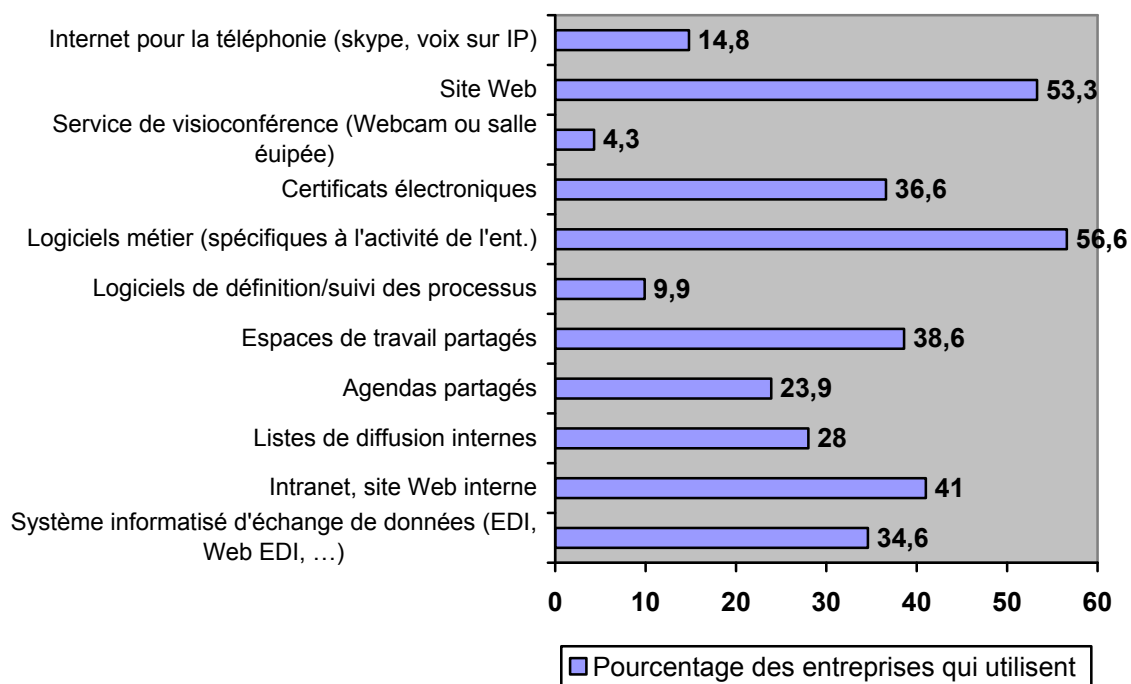
Deux autres facteurs, qui traduisent un besoin de communication interne à l'entreprise ou au groupe ont aussi contribué à accélérer ce processus de connexion à Internet : le fait que

l'entreprise soit multi sites et l'appartenante à un groupe. En effet, près de la moitié des entreprises multi sites sont connectées depuis plus de cinq ans (dont 12,5% depuis plus de 10 ans) alors que seulement 38% des entreprises mono site ont adopté Internet depuis plus de 5 ans (dont moins de 6% depuis plus de 10 ans). De même, 48,1% des entreprises appartenant à un groupe sont connectées depuis plus de 5 ans (dont 11,7% depuis plus de 10 ans), contre 39,3% pour les entreprises qui n'appartiennent pas à un groupe (dont 6,5% depuis plus de 10 ans).

Enfin, l'étendue du marché de l'entreprise apparaît aussi comme un facteur déterminant dans sa décision de connexion. En effet, alors que seulement 38,2% des entreprises non exportatrices sont connectées à Internet depuis plus de 5 ans (dont seulement 6,6% depuis plus de 10 ans), la connexion à Internet date de plus de 5 ans pour 59% des entreprises qui réalisent une part de leur chiffre d'affaire à l'export, et de plus de 10 ans pour 14,9% d'entre elles.

Ce processus d'adoption qui s'est étalé sur les dix dernières années, se traduit par une appropriation des différents outils Internet et plus généralement des différents outils TIC très hétérogène entre les entreprises, autant en ce qui concerne la variété des outils utilisés, qu'en terme d'utilisation de ces outils par le personnel de l'entreprise. Le graphique 3 fait apparaître les différents outils qui sont utilisés par les entreprises.

Graphique 3 : Utilisation des différents outils TIC par les entreprises (% des entreprises)

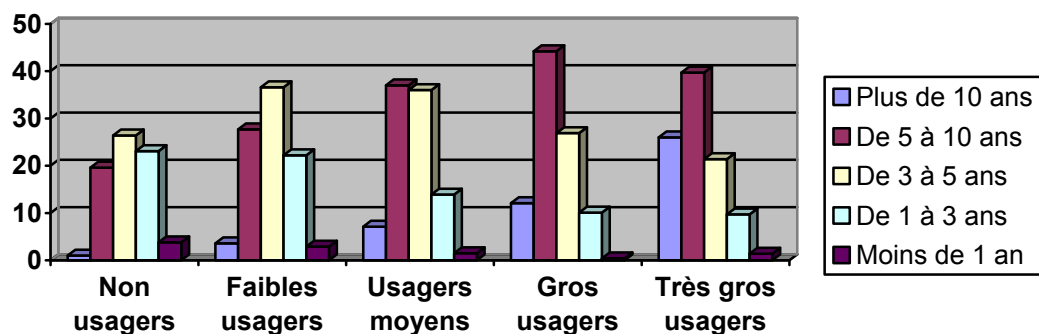


Afin de comprendre le lien entre le processus d'appropriation des TIC et certaines caractéristiques des entreprises (notamment en terme de performances), nous avons construit un indicateur de l'appropriation des TIC, qui mesure la diversité des usages. Pour chaque entreprise, nous avons fait la somme des outils TIC utilisés et nous avons ensuite regroupé les firmes en 5 catégories :

- Les non usagers : ce sont les entreprises qui sont connectées à Internet, mais n'ont aucun des usages présentés dans le graphique 3 ; elles représentent 11,2% des entreprises connectées à Internet.
- Les faibles usagers : elles ont un ou deux usages parmi les 11 identifiés dans le graphique 3 ; elles regroupent 30,7% des entreprises connectées à Internet.
- Les usagers moyens : elles utilisent 3 ou 4 outils TIC différents ; elles représentent 26,8% des entreprises connectées à Internet.
- Les gros usagers : elles utilisent entre 5 et 7 outils TIC différents ; elles représentent 23% des entreprises connectées à Internet.
- Les très gros usagers : elles déclarent au moins 8 usages parmi les 11 recensés ; elles représentent 8,2% des entreprises des entreprises connectées à Internet.

Le graphique 4 permet de montrer que la variété des usages des TIC croît avec l'ancienneté de la connexion à Internet, ce qui traduit un processus d'apprentissage de la part des entreprises, qui, une fois connectées à Internet s'approprient les différents outils TIC au fil du temps.

Graphique 4 : Ancienneté de la connexion à Internet et variété des usages des TIC (% des entreprises)



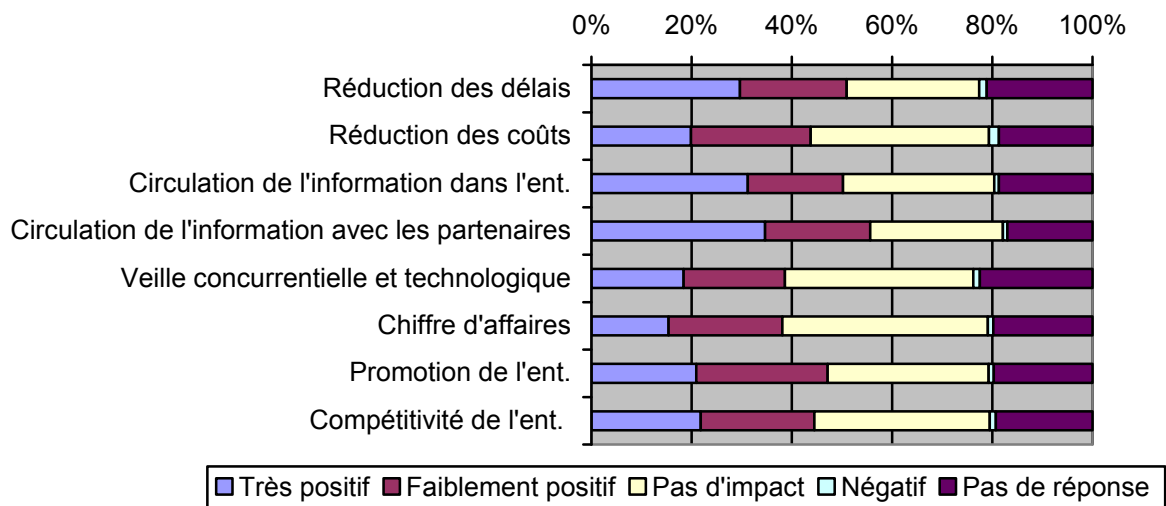
De même, les données permettent de mettre en évidence une relation croissante entre l'ancienneté de la connexion et la part du personnel qui utilise Internet, que ce soit le personnel administratif, le personnel commercial ou le reste du personnel. A titre d'exemple, alors qu'au sein de 64% des entreprises connectées depuis plus de dix ans, Internet est utilisé tous les jours ou presque par l'ensemble du personnel administratif, seulement 42% des entreprises connectées depuis moins d'un an voient l'ensemble de leur personnel administratif connecté quotidiennement. A l'inverse, moins d'un quart du personnel administratif utilise Internet tous les jours ou presque dans 34% des entreprises connectées depuis moins d'un an, et dans seulement 9% des entreprises connectées depuis plus de 10 ans. L'appropriation d'Internet semble donc se faire progressivement au sein du personnel.

Appropriation des TIC et performance des entreprises : un lien indiscutable

Nous avons, dans un premier temps, cherché à mesurer l'opinion des entreprises en ce qui concerne l'impact de leurs investissements dans les TIC sur leurs performances. Globalement, les entreprises s'accordent sur l'importance des investissements dans ces technologies. En effet, 21% d'entre elles estiment que l'investissement dans les TIC est indispensable pour conserver leur marché actuel, 27% qu'il est important, 28% qu'il est souhaitable et seulement 23% qu'il est sans importance.

En ce qui concerne l'impact de cet investissement, on observe dans le graphique 5 que la majorité des entreprises voient un impact positif (fortement ou faiblement) de cet investissement, d'une part, sur la circulation de l'information (avec les partenaires pour 55,6% et au sein de l'entreprise pour 50,2% d'entre elles) et, d'autre part, sur la réduction des délais (pour 50,9%). En revanche, une part non négligeable des entreprises jugent que cet investissement n'a pas d'effet sur le chiffre d'affaire (41%), sur la réduction des coûts (35,6%) et sur la compétitivité de l'entreprise (35%).

**Graphique 5 : Impact de l'investissement en TIC sur...
 (% des entreprises)**



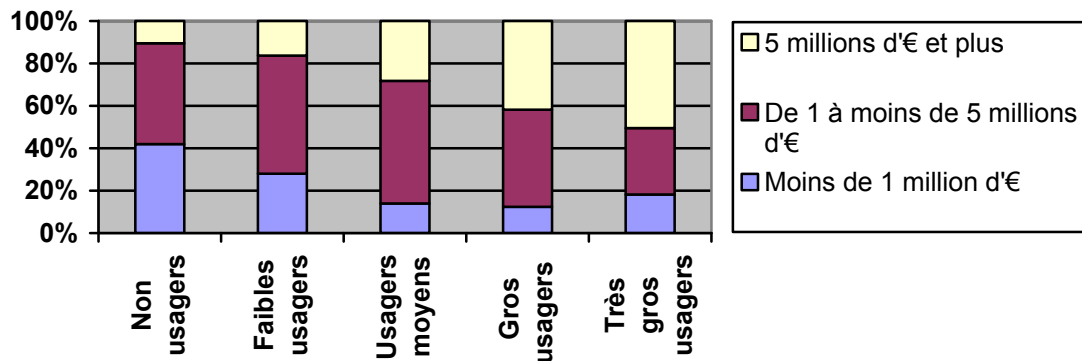
Nous avons ensuite cherché à déterminer le lien entre l'appropriation des TIC et la performance des entreprises.

L'appropriation des TIC sera mesurée dans un premier temps par la variable que nous avons construite, qui regroupe les firmes en cinq catégories en fonction de la variété des outils TIC qu'elle utilisent. Cette mesure nous a semblé objective, car elle reflète les outils effectivement utilisés par l'entreprise.

En ce qui concerne la performance des entreprises, les données objectives de résultat ou d'efficacité des entreprises sont généralement difficiles, voire impossibles à obtenir. Nous disposons, dans le questionnaire, du chiffre d'affaires des entreprises. Bien que cela ne représente pas une mesure de la performance des entreprises, c'est un indicateur de leur volume d'activité. La croissance du chiffre d'affaire 2007 par rapport à 2004 nous semble, en revanche, une meilleure mesure de la performance de l'entreprise.

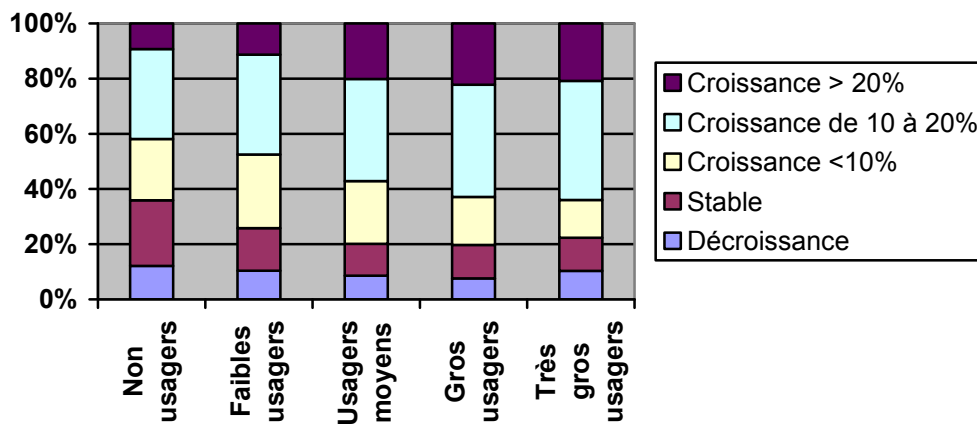
On montre qu'il existe un lien l'appropriation des TIC et, d'une part, le chiffre d'affaires et, d'autre part, la croissance du chiffre d'affaires (entre 2003 et 2007). Le graphique 6 fait apparaître une relation croissante entre l'appropriation des TIC et le chiffre d'affaires. Alors que, parmi les très gros usagers des TIC, 50,5% des entreprises ont un chiffre d'affaire supérieur ou égal à 5 millions d'euros, seulement 18,2% des non usagers déclarent un tel chiffre d'affaires.

**Graphique 6 : Chiffre d'affaires 2007 et appropriation des TIC
 (% des entreprises)**



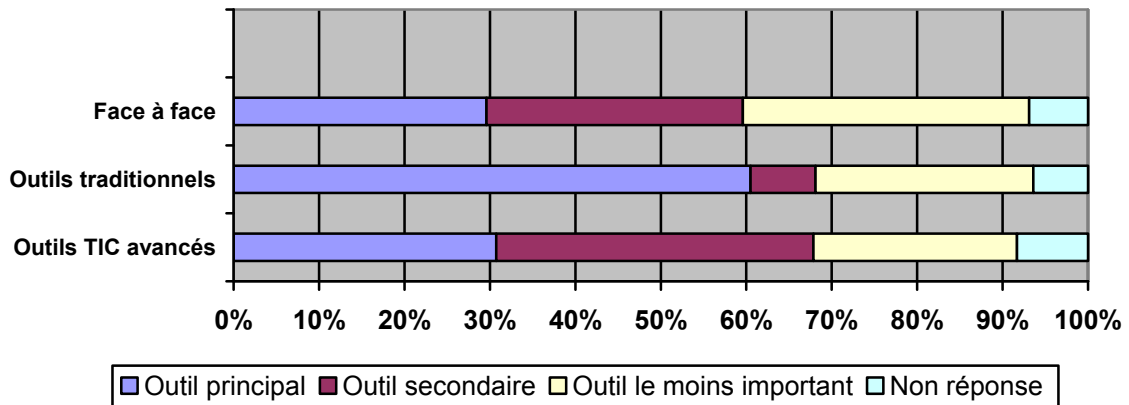
De la même manière, un chiffre d'affaires en croissance de plus de 10% est plus souvent associé à une forte appropriation des TIC, et inversement, comme le montre le graphique 7. A titre d'exemple, parmi les très gros usagers des TIC, 61,9% des entreprises déclarent que leur chiffre d'affaires a augmenté d'au moins 10% entre 2004 et 2007. Parmi les non usagers, seulement 41,9% des entreprises déclarent une croissance de leur chiffre d'affaire supérieure ou égale à 10%.

Graphique 7 : Croissance du chiffre d'affaires et appropriation des TIC (% des entreprises)



Une autre mesure de l'appropriation des TIC, qui s'appuie plus sur la perception des entreprises, est l'importance qu'elles attribuent aux outils TIC dans leur relation avec leur partenaire principal. Nous leur avons demandé de classer les outils TIC « avancés » (courrier électronique, visioconférence, outils de travail collaboratif, etc.), les outils de communication « traditionnels » (téléphone, courrier et fax) et le face-à-face par ordre d'importance. Les résultats sont présentés dans le graphique 8.

Graphique 8 : Importance des outils de communication dans les relations avec le partenaire principal (en pourcentage des entreprises)

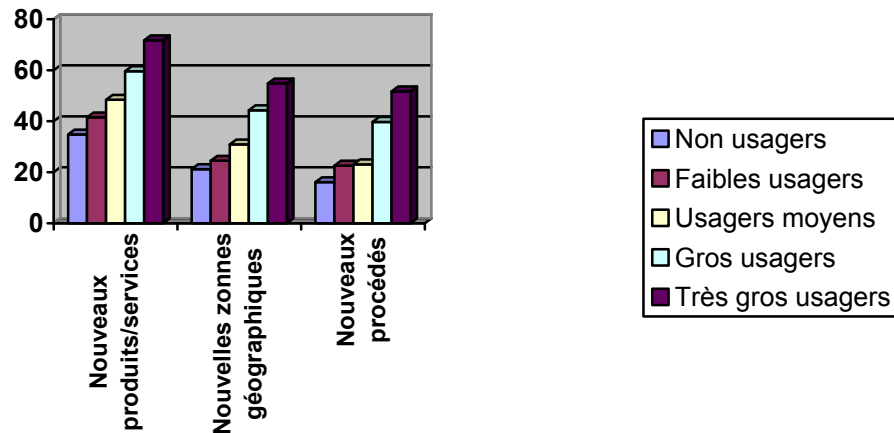


Les outils de communication traditionnels restent le mode d'échange principal pour 60% des entreprises, contre 30,7% pour les outils TIC « avancés » et 29,6% pour le face à face. En revanche, si on somme les entreprises ayant cité les outils TIC avancés comme outil principal ou secondaire, les outils TIC avancés deviennent aussi importants que les outils traditionnels.

Lorsque l'on croise cette variable avec le chiffre d'affaire, on obtient des résultats équivalents aux précédents. En effet, 44,4% des entreprises dont le chiffre d'affaires est égal à 5 millions d'euros ou plus ont déclaré les TIC avancés comme outil de communication principal, contre seulement 25,7% des entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1 million. En revanche, le lien entre l'importance des TIC et la croissance du chiffre d'affaires apparaît moins significatif.

Enfin, le fait que l'entreprise se soit positionnée sur de nouveaux produits ou services, sur de nouvelles zones géographiques ou qu'elle ait introduit de nouveaux procédés récemment (dans les 2 dernières années) ou qu'elle ait l'intention de le faire (dans les 2 prochaines années) nous a semblé caractériser une stratégie de recherche de croissance de la part de l'entreprise. Nous nous sommes donc interrogées sur l'existence d'un lien entre la mise en place de chacune de ces stratégies et l'appropriation des TIC par les entreprises. Le graphique 9 met en évidence ce lien. En effet, alors que, globalement, la part des entreprises s'étant positionnées sur de nouveaux produits ou services dans les deux dernières années ou ayant l'intention de le faire dans les deux prochaines d'années est de 49,1%, cette part varie entre 34,8% chez les non usagers des TIC et 71,7% chez les très gros usagers et croît avec niveau d'appropriation des TIC. On observe aussi une relation croissante entre le niveau d'appropriation des TIC et le positionnement sur de nouvelles zones géographiques d'une part et l'introduction de nouveaux procédés d'autre part (ces deux dernières années ou les deux prochaines).

Graphique 9 : Stratégies de croissance des entreprises et appropriation des TIC (% des entreprises)



Les mêmes résultats apparaissent lorsqu'on remplace la variable appropriation des TIC par la variable importance des TIC.

Conclusion

Nous avons montré en premier lieu que, si plus de 99% des entreprises de plus de 10 salariés sont connectées à Internet en 2008, ce taux d'adoption très proche des 100% cache des niveaux d'appropriation des TIC très divers. L'appropriation des outils nécessite en effet un processus d'apprentissage, qui conduit peu à peu, et plus ou moins rapidement, à une utilisation d'outils de plus en plus nombreux au sein de l'entreprise. Les entreprises plus récemment connectées ont donc un retard à rattraper sur celles qui se sont lancées les premières dans le processus.

En second lieu, nous avons fait apparaître un lien positif entre l'appropriation des TIC et, d'une part, le volume d'activité de l'entreprise et, d'autre part, la performance de l'entreprise, que nous avons mesurée par la croissance de son activité sur les 3 dernières années. Il nous est cependant impossible de déterminer si l'appropriation des outils TIC joue positivement sur l'activité de l'entreprise et sa croissance, ou si, à l'inverse, les entreprises caractérisées par des volumes d'activité importants et en croissance, ont eu tendance à se lancer plus tôt dans le processus d'appropriation des outils TIC. Une seule chose est sûre : l'un ne va pas sans l'autre et l'appropriation des TIC apparaît ici comme un outil d'accompagnement incontournable des stratégies mises en place par les firmes pour favoriser leur croissance.