

L'évaluation du rapport des TPE de l'artisanat aux TIC. Le cas de la Bretagne.

Jocelyne Trémen-bert, Nicolas Jullien

RÉSUMÉ."

Cette enquête montre que l'équipement professionnel de ces entreprises est très dépendant des compétences techniques en informatique (de l'artisan). Il reste d'important progrès à faire pour augmenter la productivité de ces entreprises, d'abord autour de la gestion de l'information interne (comptabilité, facturation, gestion de projet, prospection commerciale). Cela pourrait sans doute être fait pour un coût assez faible, et avec des retours sur investissements rapides.

MOTS CLEFS : NTIC, ARTISANAT, CHAMBRE DE MÉTIER, ENQUÊTE STATISTIQUE.

ABSTRACT

It shows that the professional equipment of such firms is very dependent of the technical skills of the craftsman. Important progress still can be done to increase the productivity of such firms, regarding firstly internal information management (accountability, billing, project management, commercial prospect management). This should be done at low cost and generate quick return on investments.

KEYWORDS: ICT, CRAFTSMAN, SURVEY.

1. INTRODUCTION.

Les chambres de métiers et de l'artisanat de Bretagne souhaitaient disposer d'un état de l'équipement et de l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les entreprises artisanales. 2.500 entreprises ont été interrogées en juin 2006 par la société Polygone (téléphone, avec une représentativité de l'échantillon en terme de secteur et de taille, selon la méthode des quotas).

Le questionnaire portait sur l'équipement personnel et professionnel en TIC, les usages des artisans ainsi que les usages de leurs salariés, en particulier avec divers partenaires (clients, fournisseurs, administration, comptable). M@rsouin en a analysé les résultats. C'est cette analyse qui est proposée ici. Elle n'engage en rien les chambres de métiers.

2. CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES ARTISANALES.

D'après les fichiers tenus par les différentes chambres, on dénombrait au moment de l'enquête environ 44700 entreprises artisanales.

Secteurs	*Insee Fichier Saint						
	Sirene	2006	Brieuc	Dinan	dept29	dept35	dept56
Alimentation	16%	16%	14%	14%	17%	14%	17%
Production métaux	5%	5%	4%	7%	5%	5%	5%
Production bois	4%	4%	3%	4%	3%	4%	4%
Autres productions	7%	7%	7%	5%	7%	7%	8%
Bâtiment	40%	42%	45%	46%	41%	41%	42%
Services & autres activités	28%	26%	27%	24%	27%	29%	24%

*« L'artisanat et le commerce en Bretagne en 2004 » - Flash d'Octant n°101 de Juillet 2004 (Source fichier Sirene au 01/01/2004).

Répartition par secteur détaillé

Alimentation (autre que viandes et poissons)	8%
Alimentation (viandes et poissons)	7%
Production (travail des métaux)	5%
Production (bois et ameublement)	4%
Production (autres)	7%
Bâtiment (Maçonnerie)	8%
Bâtiment (Couverture, plomberie, chauffage)	8%
Bâtiment (Menuiserie, serrurerie)	7%
Bâtiment (Installation d'électricité)	4%
Bâtiment (Aménagement, finition)	10%
Bâtiment (Terrassement, travaux divers)	5%
Services (Transport)	3%

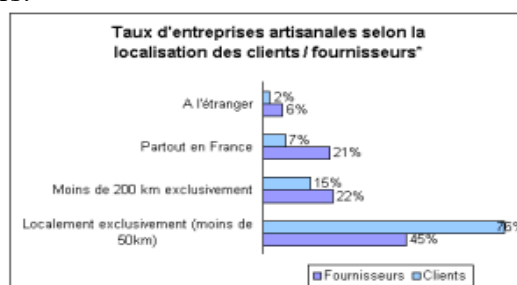
Services (Réparation)	10%
Services (Blanchisserie, teinturerie)	9%
Services (Autres)	5%

Une entreprise sur deux est située en zone rurale (la répartition en terme de secteurs est relativement identique entre ces deux zones).

La moitié des entreprises n'ont aucun salarié (46%), l'autre moitié se partage également en deux : 26% ont 1 à 2 salariés, 27% ont 3 salariés et plus. 28% des entreprises datent de moins de 3 ans, 27% de 3 à moins de 10 ans, 45% de 10 ans et plus.

L'artisan « à la tête de l'entreprise » (même si on sait que certaines entreprises sont co-gérées) est souvent un homme (4 fois sur 5). 14% des artisans ont moins de 35 ans, 31% de 35-44 ans, 34% de 45-54 ans et 22% 55 ans et plus.

Les clients sont très souvent locaux. Dans une moindre mesure, c'est aussi le cas des fournisseurs.



* pas de fournisseurs : 6%

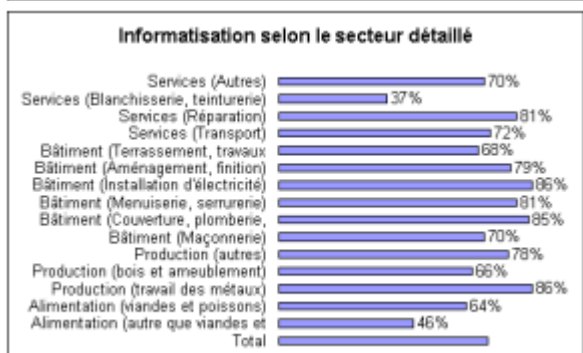
62% des entreprises artisanales travaillent exclusivement pour des particuliers, 32% pour des TPE / professions libérales / PME / administrations / collectivités et 6% pour des grandes entreprises.

3. 29 % D'ENTREPRISES ARTISANALES NON INFORMATISÉES.

3.1 Caractéristiques générales de ces entreprises.

Les entreprises « non informatisées » sont celles dans lesquelles il n'y a pas d'ordinateur et pour lesquelles l'artisan n'utilise pas la machine existant à son domicile, quand il y en a une.

Cette non-informatisation dépend fortement du secteur, de la taille de l'entreprise (informatisation croissante avec la taille), de la présence d'ordinateur au domicile, de l'origine des connaissances, et de la possibilité d'avoir de l'aide. Dans une moindre mesure du sexe, de l'âge, de l'entourage, du type de clientèle, de la localisation des fournisseurs, de la zone d'implantation (rural/urbain).



Notons que les intentions des artisans d'informatiser leur entreprise ne sont pas flagrantes, avec 24% qui ont une intention positive (7% seulement dans l'année qui suit), 6% d'indécis et 70% qui n'en voient pas l'intérêt (48% ne s'informatiseront certainement pas).

3.2 Typologie des entreprises artisanales non informatisées.

Grâce à des techniques d'analyse des données, ont pu distinguer 5 profils-types, ou « classes ». Les facteurs les plus discriminants sont l'âge de l'artisan, l'équipement en autres technologies numériques comme l'appareil photo numérique, le fait que l'entourage ait (ou non) une pratique de l'informatique, le fait que l'artisan ait (ou non) une connaissance de l'informatique. Par contre, ni le secteur, la localisation des fournisseurs et clients, le type de clientèle, la zone

d'implantation (rural/urbain) ni l'intégration dans un réseau professionnel ne ressortent.

- **Classe 1 (39%) : « les vrais réfractaires ».**

On y trouve les entreprises (et donc les artisans) pour qui l'informatique « n'existe pas ». Les artisans n'ont « certainement pas l'intention d'introduire l'informatique dans l'entreprise », du coup ils n'attendent rien (ni aide, ni formation) des Chambres. Ils constatent qu'ils ont « l'habitude de gérer leur entreprise sans ordinateur » et estiment qu'il est inutile dans leur activité d'être visible sur Internet.

On pourrait même dire que ce sont des réfractaires technologiques : la plupart (en tous cas, plus que la moyenne) n'ont ni téléphone mobile professionnel, ni appareil photo numérique.

Cette méconnaissance de l'intérêt de l'informatique pour leur entreprise vient probablement d'une méconnaissance de l'informatique tout court : les personnes n'ayant aucune connaissance en informatique, pas d'ordinateur au domicile, pas d'aide en matière d'informatique sont sur-représentées dans cette classe.

Il s'agit plutôt d'artisans installés (entreprise ancienne (10 ans et plus) sur-représentée) et relativement âgés (tranche d'âge 55/65 ans sur-représentée). Même s'il n'y a pas de distinction sectorielle forte, on peut noter que les activités suivies de chantiers (bâtiment, sans doute, mais aussi bien garagiste, sûrement dans les services...) et de la production sont sur-représentées dans cette classe.

- **Classe 2 (34%) : « les isolés ».**

Cette classe regroupe des individus moins « opposés » à l'informatique (ils ne citent pas plus que les autres « l'habitude de gérer sans » comme raison de leur non informatisation), mais qui n'ont pas de projet d'informatisation et n'attendent rien (ni formation, ni aide) pour développer un projet.

Là encore, la méconnaissance de l'objet informatique (personne / très peu de personnes dans l'entourage utilisent un ordinateur) explique probablement cette absence d'intérêt pour cet outil.

L'activité production est sur-représentée et l'activité « suivi de chantier » sous-représentée dans cette classe.

- **Classes 3 (13%), 4 (3%) et 5 (11%) : « ceux qui pourraient franchir le cap ».**

Il n'y a finalement qu'un gros quart des artisans-entreprises (27%) non utilisateurs qui envisagent, à plus ou moins long terme, une informatisation. Souvent ils voient une utilité à être visible sur Internet dans leur activité. Ces personnes sont plus proches de la technologie numérique et plus en attente d'accompagnement - formation de la part des Chambres ou de l'entourage. L'intention de suivre une formation est sur-représentée dans ces classes.

Ce sont des artisans plus jeunes (moins de 45 ans).

- Classe 3 : aucune attente (13%).

Il peut sembler étonnant que ces entreprises ne soient pas informatisées. C'est sans doute dû en partie au fait que les entreprises sont plutôt jeunes (entreprises de moins de 3 ans sur-représentées) et que l'informatique ne fait pas partie des investissements prioritaires.

Cela explique que ces entreprises-artisans n'attendent rien en terme d'accompagnement (d'autant plus que beaucoup disent disposer d'une aide possible parmi l'entourage).

Sans doute que les actions des Chambres en direction de ce public devraient se focaliser sur les économies qu'ils pourraient réaliser en investissant dans l'informatique.

Ce sont des personnes plutôt jeunes (artisans de moins de 45 ans), familières des technologies numériques (appareil photo numérique et mobile professionnel) et informatique (compétences en informatique acquises souvent grâce à de la formation, initiale ou non).

- Classe 4 : formation à la création et à la mise à jour de site (3%).

Cette classe d'entreprises - artisans est sans doute celle qui est la plus proche de l'informatique.

L'entrée informatique semble être l'entrée Web, puisqu'ils sont en attente de formation à la création et à la mise à jour de site. Ils pourraient sans doute aussi bénéficier d'une présentation des avantages à informatiser la gestion (devis, facture, gestion) de leur entreprise.

Les artisans sont jeunes (sur-représentation des 35-44 ans), disent avoir des compétences en informatique (acquises souvent grâce à de la formation, initiale ou non), il y a souvent un ordinateur au domicile de l'artisan (pour les enfants ? Pour des utilisations privées ?).

- Classe 5 : accompagnement personnalisé (11%).

La dernière classe est en attente d'accompagnement personnalisé.

Ce sont sans doute des individus moins proches de l'informatique, en terme de connaissances (la formation à l'informatique ne ressort pas), et moins bien entourés (l'informatique à domicile ou l'aide possible parmi l'entourage ne ressortent pas). Ils semblent attendre des Chambres une action de démystification de l'informatique, de formation à l'outil et d'explication de son intérêt pour leur entreprise.

Elle est constituée d'artisans jeunes (catégorie des 18-35 ans sur-représentée), utilisant des appareils numériques (appareil photo numérique), plutôt dans les activités de production.

4. 27 % D'ENTREPRISES ARTISANALES INFORMATISÉES ET NON CONNECTÉES À INTERNET.

4.1 Caractéristiques générales.

Ces entreprises ont bien un ordinateur (ou plusieurs), mais il n'y pas de connexion à Internet dans l'entreprise ou d'usage d'Internet à domicile à des fins professionnelles. Les entreprises du bâtiment sont sur-représentées dans cette catégorie.

Répartition par secteur	Total	Ordinateur pas Internet	et Non informatisés	Internet
Alimentation	16%	13%	24%	12%
Production	16%	11%	12%	21%
Bâtiment	42%	54%	31%	42%
Services	27%	22%	34%	26%

Ce sont aussi des entreprises qui sont, plus que la moyenne, équipées en fax et appareil photo numérique.

Autres technologies	Total	Ordinateur pas Internet	et Non informatisés	Internet
Appareil photo numérique	44%	39%	19%	64%
Fax/téléphone fax	70%	72%	43%	88%

L'ordinateur semble être essentiellement un outil de traitement administratif, ou plutôt d'édition de documents (facturation, devis, comptabilité). Facturation et devis sont dans plus de 3 cas sur 4 les tâches à l'origine de l'informatisation dès la création. Par contre, ce n'est pas un outil de gestion d'information sur l'activité de l'entreprise (fichier client, état des stocks suivi de chantier). Bref, l'utilisation reste très basique.

Activités informatisées

Facturation	82%
Devis	71%
Comptabilité	61%
Fichier clients	35%
Etat des stocks	27%
Paie	12%
Suivi de chantiers, de la production	11%
Production	10%

Vis-à-vis d'Internet, l'intérêt est assez faible : seulement 12 % semblent avoir une réelle intention de se connecter (« Oui, dans les 6 mois »), alors que près des trois quarts n'en n'ont pas l'intention (« Non » ou « ne sait pas »). On retrouve les mêmes proportions pour ce qui concerne le fait de suivre une formation.

Il ne semble pas que les difficultés de maîtrise soient à l'origine de ce désintérêt, puisque cela ne concerne que 9% des individus de ce groupe (5% déclarent des difficultés pour maîtriser Internet et 4% ont eu une mauvaise expérience). Même si les difficultés à maîtriser l'outil sont sûrement sous-estimées, c'est plutôt le manque de perspective qui explique la non-connexion

(46% disent avoir « l'habitude de gérer sans Internet »).

4.2 Une typologie des informatisés non connectés.

Il est difficile d'extraire plus d'informations sur cette catégorie d'artisans. Si l'on cherche à les distinguer par une analyse typologique, on obtient quatre classes.

- **Classe 1 (43%) : l'informatique installée.**

Ce sont des entreprises anciennes, informatisées depuis longtemps et bien installées (les grands effectifs y sont sur-représentés). L'artisan est plutôt âgé (45 ans et plus) et n'a pas de connaissances en informatique. (Il faudrait vérifier que c'est lui qui utilise l'informatique. Ce n'est pas sûr). La clientèle est plutôt locale.

Il y a une sur-représentation, dans cette classe, des entreprises du bâtiment.

- **Classe 2 (29%) : les entreprises qui débutent.**

Typiquement, on y trouve des entreprises récentes, avec des artisans jeunes, sans salariés, bref des entreprises qui débutent et qui s'adressent plutôt à une clientèle de particuliers locale.

Les artisans sont plus expérimentés en informatique que ceux de la classe précédente (souvent informatique à domicile, avec des connaissances en informatique provenant de formation ou de l'entourage).

Sans doute que ces artisans n'ont pas vu l'intérêt d'Internet dans leurs relations avec leurs clients, et n'ont pas assez d'échanges avec les administrations pour passer par le Web ?

Là aussi, il y a une sur-représentation des entreprises du bâtiment.

- **Classe 3 (7%) : les entreprises étendues.**

Il n'y a pas d'usage ou d'équipement qui distingueraient cette classe.

Notons juste une sur-représentation des entreprises artisanales possédant au moins l'une des caractéristiques suivantes :

- clientèle d'entreprises,
- clientèle sur la France entière,
- grands effectifs.

Considérant ces points, il semble étonnant que ces entreprises ne soient pas connectées (au moins pour l'échange de courriels).

Dans cette classe, il y a une sur-représentation des entreprises de production.

- **Classe 4 (21%) : les entreprises de service.**

Dans cette classe, on trouve les entreprises sans doute les moins équipées en technologies (pas de fax, de téléphones mobiles, d'appareils photo numériques). Ce sont, plus souvent que la moyenne, des entreprises dirigées par des femmes, avec des connaissances en informatique (souvent acquises auprès d'une personne de l'entourage).

Si elles ont des fournisseurs sur toute la France, elles ont plutôt des clients « particuliers », sans que leur localisation ressorte.

Il semble difficile, pour cette classe d'identifier des déterminants expliquant le non-usage d'Internet, ou les usages possibles.

Dans cette classe, il y a une sur-représentation des entreprises du secteur des services.

5. 44% D'ENTREPRISES CONNECTÉES À INTERNET.

Les entreprises « connectées à Internet » sont des entreprises dans lesquelles existe un accès à Internet ou pour lesquelles l'artisan dispose d'une connexion à son domicile et l'utilise à des fins professionnelles.

Cela représente 1120 entreprises (44% de l'échantillon), ou encore 62% des entreprises « informatisées ». Le lien entre ordinateur et connexion est relativement faible, plus faible

par exemple que pour les PME (100% des entreprises de plus de 10 salariés ont un ordinateur, et 91% ont une connexion à Internet).

5.1 Les facteurs de la connexion.

Les secteurs, les artisans ne sont pas uniformes quant à la connexion. Si l'on s'intéresse aux entreprises informatisées (connectées ou non), certaines caractéristiques sont corrélées avec la probabilité de rencontrer une connexion :

- le secteur ressort fortement, entre la production (autres) ou les services (réparation) où 80 % des entreprises informatisées ont une connexion et les services (blanchisserie, teinturerie) où ce taux est de seulement 30%, en passant, par exemple par le bâtiment (aménagement, finitions) avec un taux de 50 % ;
- la taille est corrélée positivement avec le taux de connexion, mais aussi l'éloignement des partenaires (fournisseurs et clients), ou la « taille » des clients (des particuliers aux grandes entreprises) ;
- là encore, on constate que le fait que l'artisan n'a pas de connaissances en informatique, joue défavorablement sur la probabilité d'avoir une connexion dans l'entreprise (sachant que l'entreprise est informatisée).

Par contre, la probabilité de connexion, n'est pas liée à l'ancienneté de l'entreprise, ni à l'âge de l'artisan, à l'emploi d'apprentis et à l'entourage, ni à la zone d'implantation ou au département.

Lorsque cette connexion existe, elle est plutôt informée, puisqu'un peu plus de 8 connexions sur 10 sont des connexions permanentes (notamment par ADSL) et que seulement 2 % des répondants connectés disent ne pas connaître leur type de connexion.

Aussi, 35 % déjà sont des connexions qui se font à travers un abonnement (au moins) « bi-play » : téléphone illimité + accès Internet illimité.

Dans 4 cas sur 10 seulement, tous les ordinateurs (quand il y en a plusieurs) sont connectés à Internet. Dans un cas sur 3, il n'y a que certains ordinateurs connectés pour des questions de sécurité.

22 % des connectés possèdent un certificat électronique (9 % de l'ensemble), souvent associé à une signature électronique (authentification et la sécurisation électronique lors d'échanges numériques).

5.2 Les usages.

Sans surprise, le courrier électronique est l'usage le plus répandu : utilisé à 87 % dont 91 % de façon hebdomadaire (et même 61 % quotidiennement). 87 % des connectés disent aussi aller sur des sites Web (dont 53 % quotidiennement) pour rechercher des informations (produits, fournisseurs, salons ...) ou, dans une moindre mesure faire de la veille économique. Le moteur de recherche fait partie des outils classiques de l'artisan puisque seulement 2 % ne s'en servent jamais (ce qui signifierait d'ailleurs que plus de 87 % des connectés fréquentent les sites Web...)

Si l'on s'intéresse maintenant aux relations avec les partenaires, nous séparerons les relations « administratives » (administrations, comptables, banquiers) des relations d'affaire (fournisseurs et clients).

Avec l'administration : les échanges se font plutôt à travers les comptables et le courrier, mais 8% de l'ensemble des interrogés (donc 18% des connectés) utilisent (aussi) le courrier électronique. Si l'on s'intéresse aux internautes, 44% consultent les sites administratifs, 35% téléchargent des formulaires, 23% les renvoient de manière électronique et 17%, donc à peu près autant que ceux qui utilisent le courrier électronique, payent en ligne (exemple : le télé-règlement de la TVA).

Avec les experts comptables : les échanges se font essentiellement sur place et par téléphone, seulement 8 % des artisans/18 % des connectés utilisent le courrier électronique et 1% (2% des connectés) utilisent des outils de travail collaboratif (fichiers communs, accès privé sur un site...) Il serait intéressant d'étudier l'équipe-

ment et les usages des experts comptables pour savoir si ceux-ci freinent l'usage des TIC par les artisans ou sont moteurs.

Enfin, 66 % des connectés consultent des comptes et/ou réalisent des opérations bancaires.

Dans les relations commerciales, l'éloignement est positivement corrélé avec l'usage d'Internet.

Concernant les fournisseurs, les échanges se font d'abord sur place et par téléphone, seulement 12 % des répondants (27% des connectés) utilisent le courrier électronique et 2 % (4 %) à travers le site des fournisseurs lors des commandes notamment.

C'est un peu la même chose avec les clients : les échanges se font d'abord sur place et par téléphone, seulement 8 % (18 %) par courrier électronique. 34% des internautes [15% du total des entreprises] envoient leurs devis par courrier électronique (48% [34%] pour les entreprises travaillant avec des grandes entreprises contre 26 % [9%] pour celles travaillant exclusivement avec les particuliers)

Enfin 19 % des connectés utilisent des sites d'appels d'offres (il faudrait ramener ce chiffre aux seules entreprises répondant à des appels d'offres pour avoir une mesure véritable de l'habitude prise de consulter ces sites).

Globalement, l'impact d'Internet sur la vie commerciale des entreprises artisanales semble limité : seulement un artisan sur 3 estime qu'Internet a déjà modifié les relations et modes de fonctionnement de son entreprise avec ses partenaires, quels qu'ils soient.

Peut-être parce que seulement 45 % des internautes précisent leur adresse électronique sur les cartes de visite / plaquettes commerciales et seulement 31 % sur les pages jaunes.

5.3 La présence sur le Web.

La présence sur le Web, en dehors de la simple inscription dans les pages jaunes, est jugée indispensable par seulement 8% des artisans, un plus par 40% et inutile par 52%. Elle se mani-

feste sous différentes natures, combinées ou non : 3% de la totalité des entreprises artisanales ont choisi l'option « En savoir + » des pages jaunes, 3% sont présents sur un site partagé (par exemples : celui du groupement d'entreprises, de la franchise ...), 8% sont présents via un ou des annuaires professionnels de chambres de métiers, de CCI..., 11% ont un site « propre ». Il est à noter que ces sites sont récents (60% ont moins de 3 ans et même 20% ont moins d'un an).

Les facteurs les plus déterminants dans la propulsion à être équipé d'un site propre sont le secteur, la taille, la localisation des fournisseurs et au type de clientèle. Ainsi, par exemple, on observe des taux supérieurs à la moyenne (11%) de plus de 10 points pour :

- le secteur de la production (autres [31%] et bois et ameublement [21%]),
- les entreprises avec 3 salariés ou plus [21%],
- les entreprises dont les fournisseurs sont à l'étranger [33%],
- les entreprises dont la clientèle est composée de grandes entreprises [23%].

Une entreprise sur deux a fait appel à un prestataire extérieur pour développer son site, plus rares sont les recours à un proche (une sur 10) ou à un partenaire du type entreprise du réseau, du groupe ou de la franchise (6%). Et seulement une sur trois l'a développé elle-même.

Un site sur 4 peut être qualifié d'« interactif », donnant la possibilité de devis et/ou commande et/ou paiement en ligne. À travers les sites, les artisans exposent leurs références et leurs activités (85%), tentent d'augmenter la clientèle (65%), de développer des activités commerciales en ligne (35%) et enfin font comme les autres (20%).

Enfin, 28% des entreprises ayant déjà passé le cap de l'équipement en accès Internet déclarent une intention positive d'équipement en site (mais seulement 9% dans les 6 mois).

5.4 Typologies des usages.

Il est possible de répartir les entreprises artisanales connectées selon les usages Internet développés en 3 classes. Les classes se distinguent essentiellement par la variété et surtout l'intensité des usages développés autour d'Internet. Cette intensité est d'ailleurs très liée à l'intensité d'usage de l'artisan qui souligne le rôle moteur de cette personne pour cette activité là aussi. Notons finalement que malgré le fait que les artisans disent ne pas voir d'impact fort des TIC sur leur activité (à part pour l'organisation interne où ils sont une faible majorité (55 %) à y voir un impact).

● Classe 1 (43 %) : les « avancés ».

Pour ces entreprises/artisans, Internet est intégré au fonctionnement de tous les jours. Les échanges de courriel, la consultation de sites et les recherches sont « quotidiens » au sein de l'entreprise. Les usages d'Internet concernent aussi la veille économique, la recherche d'informations sur l'environnement, la gestion des comptes bancaires. Ces entreprises précisent généralement leur adresse de courrier électronique sur leurs supports de communication.

Cet usage régulier est le fait des collaborateurs (quand il y en a) et de l'artisan, qui a des usages à des fins professionnelles « quotidiens ».

C'est dans cette classe que se retrouvent les (rares) artisans/entreprises qui ont des usages TIC avancés avec les partenaires : notamment, on y trouve les entreprises qui consultent des sites d'appel d'offres, envoient des devis de façon électronique.

Souvent, elles ont mis en place un fichier client.

C'est aussi dans cette classe que l'on retrouve, sans surprise, les possesseurs de site propre et de certificat électronique.

Ces entreprises sont très bien équipées, elles ont très souvent une connexion permanente, des appareils photos numériques et des logiciels de retouche de photo. Elles sont équipées d'antivirus (mis à jour). C'est dans cette classe que l'on retrouve les entreprises équipées de pare feux, celles où tous les postes sont connectés à Inter-

net et la majorité ou la totalité des salariés équipés.

L'informatisation est souvent ancienne dans la vie de l'entreprise (« depuis la création »), le matériel est renouvelé (dernier achat récent) et la connexion à Internet ancienne (sur-représentation des entreprises ayant une connexion depuis plus de 5 ans).

Quand il y a un second, celui-ci a des usages.

Plus discriminant, l'artisan à la tête de l'entreprise a des connaissances en informatique (plutôt issues d'une formation ou de l'entourage que d'un apprentissage autodidacte).

On y retrouve (sans surprise) les entreprises dont clients et/ou fournisseurs sont répartis France entière, et sont des organisations (entreprise, administration) plutôt que des particuliers, les entreprises localisées dans les aires urbaines, celles de grande taille (3 salariés et plus).

Le secteur de la Production est sur-représenté dans cette classe (mais c'est le seul secteur qui ressorte).

- **Classe 2 (44%). Ceux pour qui Internet n'est pas rentré dans les habitudes.**

L'usage d'Internet pour ces entreprises artisanales reste secondaire dans les modes d'accès et d'échange d'informations : les échanges de courriels, la consultation de sites et les recherches sur le Web se font à une fréquence plutôt hebdomadaire, au sein de l'entreprise comme pour l'artisan (usage de l'artisan à des fins professionnelles plutôt « hebdomadaire » ou « mensuel »).

Internet n'est pas le canal de gestion des comptes bancaires et ne sert pas à faire de la veille.

Les échanges via ce canal avec les fournisseurs ou les clients (et à fortiori pas de devis envoyés de façon électronique), comme avec l'administration ou le comptable sont peu ou pas développés. Souvent l'adresse électronique n'est pas précisée sur les cartes de visite ou les autres supports de communication.

Ces entreprises sont plutôt d'informatisation récente, avec peu d'ordinateurs (et en tout cas très peu connectés), et, plus souvent que la moyenne, une connexion non permanente. Elles ont peu d'outils (pas de logiciel de photo, pas de pare feux par exemple).

Dans ces entreprises, très fréquemment l'artisan n'a pas de connaissances en informatique.

On y retrouve les petites entreprises (0 salarié), avec des fournisseurs ou/et des clients locaux, souvent une clientèle de particuliers.

Les entreprises du secteur du Bâtiment et celles situées en zone rurale sont sur-représentées dans cette classe.

- **Classes 3 (13%). Ceux qui n'ont pas d'usage d'Internet.**

Ces entreprises sont connectées à Internet mais les usages sont quasiment inexistantes, aussi bien au sein de l'entreprise que pour l'artisan.

Ces entreprises ont le même profil que celles de la classe précédente (pas de connaissances en informatique de l'artisan, entreprises plutôt rurales, clients et fournisseurs locaux, connexion non permanente – pas d'antivirus – pas d'appareil photo). Elles se distinguent donc plutôt par leur degré d'investissement encore plus faible dans l'informatique, tant au niveau de l'équipement (par exemple, c'est dans cette classe qu'on trouve les entreprises dont le dernier achat d'ordinateur date d'il y a plus de 5 ans), que des usages.

LES BULLETINS RÉCENTS.

Année 2007.

2-2007. Le Borgne et al. Évaluation des usages du Dossier Patient Partagé au sein d'un réseau d'addictions. Analyse sociologique versus analyse des « logs files ». Application au réseau ADDICA, Champagne-Ardenne.

1-2007. Trellu H. Création des réseaux de santé et usages du dossier médical partagé.

Année 2006.

13-2006. Jullien N., Trémenbert J. Les PME bretonnes : leur équipement en technologies numériques, leurs usages et leurs attentes.

- 12-2006. Thierry D. Modalités de circulation de l'information sur un territoire régional.
- 11-2006. Pénard T., Suire R. Le rôle des Interactions Sociales dans les modèles économiques de l'Internet.
- 10-2006. Petr C., Guéguen N. Beginner Research on Tourism and the Tourist: Beware of Words and Caricatures!
- 9-2006. Dang Nguyen G., Mével O. Nouvelle et ancienne économie : vers une intégration réussie ?
- 8-2006. Jullien N., Zimmermann J.-B. Free/Libre/Open Source Software (FLOSS) : lessons for intellectual property rights management in a knowledge-based economy.
- 7-2006. Demazière D., Horn F., Jullien N. How free software developers work. The mobilization of "distant communities".
- 6-2006. Pénard T., Poussing N. Usage d'Internet et capital social.
- 5-2006. Masclet D., Pénard T. Pourquoi évaluer son partenaire lors d'une transaction à la eBay ? une approche expérimentale
- 4-2006. Dang Nguyen G., Genthon C. Les perspectives du secteur TIC en Europe.
- 3-2006. Boutet A., Tréllu H. Appréhender les territoires de la réalité et de la virtualité à travers la création d'un site de « quartier » : l'exemple de « Couleur quartier » à Kérourien (Brest).