Pour la majorité des TPE et PME, le numérique n'est pas encore un levier pour générer des profits

Le numérique doit encore faire ses preuves pour la plupart des TPE et PME. Seulement 39 % d'entre elles estiment qu'il leur permet de générer des profits, tandis que 19 % jugent que le numérique fait perdre plus de temps qu'il n'en fait gagner.

Temps de lecture : minute

---

26 septembre 2023

Pour le numérique, la bataille n'est pas encore gagnée auprès de toutes les TPE et PME. En effet, si les trois quarts d'entre elles restent convaincues des bénéfices du numérique, elles sont un peu moins nombreuses que l'année dernière, observe France Num, dispositif de la Direction générale des entreprises (DGE), une part importante jugeant difficile de générer des profits grâce à lui. Ainsi, en 2023, 76 % des dirigeants considèrent le numérique comme *«un bénéfice réel»* pour leur entreprise, contre 81 % en 2022, révèle ce troisième baromètre annuel de France Num consacré à la transformation numérique des TPE/PME (entreprises de moins de 250 salariés).

Seulement 39 % (+2 points) d'entre elles, en particulier, estiment que le numérique leur permet de générer des profits et 19 % (stable) que le numérique fait perdre plus de temps qu'il n'en fait gagner. *«La transition numérique (...) est un tremplin pour nos TPE/PME, un vecteur de croissance (...)»*, a réagi Olivia Grégoire, la ministre des PME. *«Nous continuerons de les encourager sur cette voie»*, a-t-elle poursuivi, observant *«qu'évidemment, il n'y a pas un seul modèle pour tous»*.

L'IA encore très peu utilisée

Par ailleurs la capacité à capter la clientèle via internet varie fortement d'un secteur à l'autre : si la moitié (51 %, +8 points) des TPE/PME ont au moins 5 % de leurs clients qui viennent d'internet, cette proportion s'élève à 79 % pour le secteur Hébergement/Restauration et à 68 % pour le secteur Services à la personne. Quelque utilité qu'elles en tirent, les TPE/PME sont massivement présentes en ligne : 84 % (-2 points) ont au moins une solution de visibilité (67 % un site internet, 61 % au moins un compte de réseau social), et 26 % ont acheté des mots-clés pour apparaître en tête des résultats de recherche. Près de la moitié (48 %, +4 points, et +12 points par rapport à 2020) expriment cependant des craintes relatives à la cybersécurité.

Les entreprises sont encore peu nombreuses à utiliser les solutions d'intelligence artificielle (5 %), mais ce chiffre double pour les services à la personne. En revanche, elles semblent porter un intérêt plus vif aux solutions d'analyse de données : 11 % y ont recours et même 16 % de celles opérant dans le secteur du commerce. Enfin, 42 % mettent déjà en oeuvre des actions en faveur de la sobriété numérique tandis que 15 % prévoient de le faire dans les 12 mois. France Num a accompagné quelque 200 000 TPE/PME depuis 2020 dans l'intégration du numérique à leur gestion quotidienne. 9 453 entreprises ont répondu à cette enquête.

À lire aussi

TPE/PME : Pourquoi et comment monter en compétence sur le numérique ?

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Maddyness avec AFP