

*Barometru Corsica numerica*

.....

# Baromètre Corse numérique

.....

# 2019

.....

# Sommaire

## Éditorial

P.4

## 1. Individus

P.6

- En Corse 85 % des adultes utilisent Internet et 73 % d'entre eux se connectent tous les jours P.7
- 15 % des adultes n'utilisent pas Internet ou s'en tiennent à distance P.15
- « Focus Jeunes » - 90 % des 12-17 ans se connectent tous les jours P.16
- Synthèse Individus adultes P.20

## 2. Entreprises

P.22

- Équipements et infrastructures numériques P.23
- Organisation du travail et compétences internes P.26
- Usages d'Internet P.28
- Présence en ligne P.29
- Le numérique dans la stratégie de l'entreprise P.33
- Synthèse Entreprises P.34

## 3. Entreprises numériques (filère numérique)

P.36

- Des entreprises orientées vers la maintenance et les applications internet P.37
- Une filière encore très largement centrée sur le marché insulaire P.38
- Une filière polarisée entre des entreprises sans grandes perspectives de croissance et d'autres mieux armées pour se développer P.40
- Synthèse Entreprises numériques P.44

## 4. Conclusion

P.46

## 5. Annexes

P.48

- Méthodologie P.48
- Sources P.50



# Editorial

Signore, Signori,

Sò felice di presentà u Barometru 2019 di l'usi numerichi in Corsica.

St'opera piglia u so postu in un periudu specificu. Di fatti hè statu elaboratu in cor'di a crisa sanitaria di u Covid-19 è à mezu andà di u nostru Schema Direttore d'Assestu Numericu. Per via di issu cuntestu senza precedente, si schjarisce in modu particulare. U confinamentu culligatu à a crisa sanitaria hà messu in risaltu l'impurtanza cruciale di l'arnesi numerichi è di i ritali pè assicurà a cuntinuità di e rilazione suciale, private o prufessiunale ch'elle sianu.

Issa crisa sanitaria è i dati isciuti da issu barometru danu forza ancu di più à a mo vulintà di cuntinuà l'impegnu di a Cullettività di Corsica pè un sviluppu numericu eticu è sceltu in cuscenza, micca fattu per forza. Un sviluppu numericu inclusivu, da permette à ogni corsu, à ogni impresa, à ogni istituzione publica o privata di spannassi è di emancipassi, senza lacà à nimu per istrada.

M'hà culpitu issu barometru : attraversu e trè inchieste (individui, imprese è imprese di u numericu) dimostra a necessità di amplificà a nostra pulitica d'inclusioni è di mediazione numerica. Ci tocca à cumbatte isse forme d'"illetrunismu" tantu ind'è l'individui chè in l'imprese, chì toccanu sin'à quasi 15% di a nostra pupulazione. Ci tocca à sustene di più l'imprese è permetteli di fà soiu u numericu cum'è un puntellu per durà o trasfurmassi, di pettu à a crisa ch'elle patenu. Sò da veru troppu numerose à alluntanassi da u numericu per mancanza di accumpagnamentu o di sustegnu.

Issu studiu apre dinù pruspette cù un livellu d'appropriazione chì piglia forza, sottu à forme di più in più diverse, l'affaccata di gruppi "ultracunnettati", di nuvatori è di cumunità amparaghjole. Ci vole à capitalizà issa energia in tornu à un'intelligenza cullettiva di trasfurmazione. Per quessa ci hà da vulè à rinfurzà e sinergie, e sulidarità, à adunisce, à federà in tornu à un'ambizione spartuta è chì porta à mubilizassi. Hè in issu spiritu ch'e aghju mossu l'andatura « Ambizione digitale », da apre pruspette in giru à un'ambizione nuvella, à u livellu di l'infrastrutture altu è altissimu flussu cum'è à quellu di i servizii è di l'usi.

Attraversu issu barometru aghju vulsutu una visione imparziale di u livellu di l'usi numerichi in a sucetà isulana. Porghje un arnese di pilutera di prima trinca, una guida pè e nostre pulitiche publiche, ma ancu per schjarisce i travagli in traccia di fassi nantu à l'orientazione strategiche di a Corsica in quantu à u digitale, tantu à u livellu di u SDTAN di Corsica chè di i prugrammi cuntrattualizati europei o Statu - CdC chì sò in appruntera.

.....  
**Gilles Simeoni**  
**Présidente di u cunsigliu esecutivu**  
**di Corsica**  
.....

Mesdames, Messieurs,

Je suis heureux d'introduire le Baromètre 2019 des usages numériques en Corse.

Il s'inscrit dans un moment particulier. En effet, il a été rédigé en pleine crise sanitaire du Covid-19 et à mi-parcours de l'élaboration de notre Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique. Ce contexte inédit amène un éclairage particulier. Le confinement lié à la crise sanitaire a mis en évidence la prégnance des outils numériques et des réseaux pour assurer la continuité des relations sociales, qu'elles soient liées à la vie privée ou à la vie professionnelle.

Cette crise sanitaire comme les résultats de ce baromètre renforcent ma volonté de poursuivre les efforts de la Collectivité de Corse en faveur d'un développement numérique éthique choisi et assumé plutôt que subi. Un développement numérique inclusif qui permette à chaque Corse, à chaque entreprise, à chaque institution publique ou privée de s'épanouir et de s'émanciper, sans laisser personne sur le bord du chemin.

Ce baromètre m'interpelle : il met en évidence pour les trois enquêtes réalisées (individus, entreprises et entreprises de la filière numérique) la nécessité d'amplifier notre politique d'inclusion et de médiation numérique. Nous devons lutter contre ces formes d'illectronisme qui touchent autant les individus que les entreprises pour atteindre près de 15% de notre population. Nous devons davantage soutenir les entreprises pour qu'elles s'approprient le numérique comme un levier de leur survie, mais aussi de leur transformation, au regard de la crise qui les frappe. Elles sont en effet trop nombreuses à s'éloigner du numérique faute d'accompagnement et de soutien.

Cette étude ouvre aussi des perspectives avec un niveau d'appropriation qui se renforce et se diversifie, l'émergence de groupes « hyperconnectés », d'innovateurs et de commu-

nautés apprenantes. Il faut capitaliser cette énergie autour d'une intelligence collective transformatrice. Pour cela il faudra renforcer les synergies, les solidarités, réunir, unir et fédérer autour d'une ambition partagée et mobilisatrice. C'est dans cet esprit que j'ai lancé la démarche « Ambizione Digitale » afin d'ouvrir des perspectives autour d'une ambition nouvelle, tant au niveau des infrastructures haut débit et très haut débit que des services et des usages.

Avec ce baromètre, j'ai voulu disposer d'une vision objective du niveau des usages numériques au sein de la société insulaire. Il offre un outil de pilotage précieux qui guidera nos politiques publiques, mais aussi qui éclairera les travaux en cours portant sur les orientations stratégiques de la Corse en matière numérique, tant au niveau du SDTAN de Corse, que des programmes contractualisés européens ou Etat-Région en cours d'élaboration.

.....  
**Gilles Simeoni**  
**Président du Conseil exécutif de Corse**  
.....



# Individus

**P.7** En Corse 85% des adultes utilisent Internet et 73% d'entre eux se connectent tous les jours

**P.15** 15% des adultes n'utilisent pas Internet ou s'en tiennent à distance

**P.16** 90% des 12-17 ans se connectent tous les jours

**P.20** Synthèse Individus adultes

## En Corse 85% des adultes utilisent Internet et 73% d'entre eux se connectent tous les jours

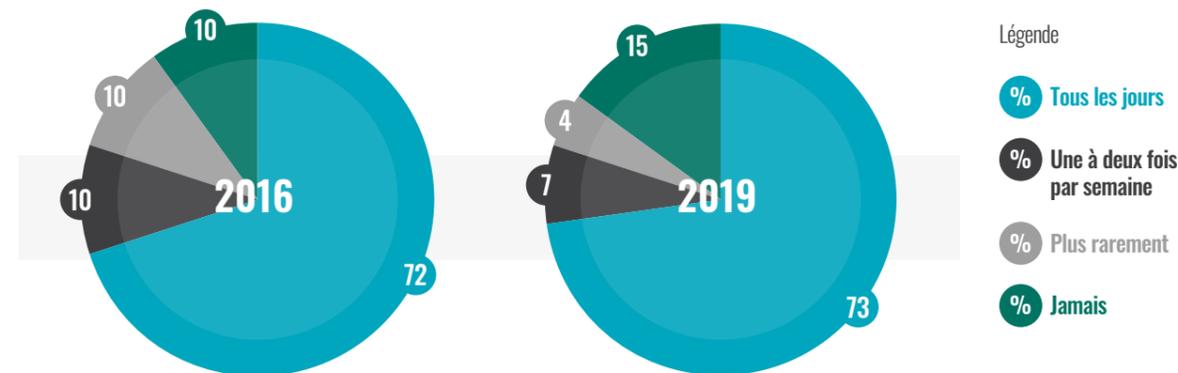
2019 marque un coup d'arrêt de la progression continue du nombre de personnes connectées : 85% des personnes interrogées en 2019 déclarent utiliser Internet, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile : elles étaient 90% en 2016<sup>1</sup>.

Toutefois, la proportion de personnes qui se connectent tous les jours progresse d'un point pour atteindre 73%.

La proportion de personnes qui se connectent plusieurs fois par semaine passe de 10% à 7%, alors que, symétriquement, celle des personnes qui se connectent plus rarement passe de 10% à 4%.

Pour les individus qui déclarent ne jamais utiliser Internet, une progression de 5 points depuis 2016 est observable : elle passe de 10% à 15% en 2019. Les multiples raisons pour lesquelles certains se tiennent à l'écart d'Internet seront étudiées plus loin.

### Fréquence d'utilisation d'Internet



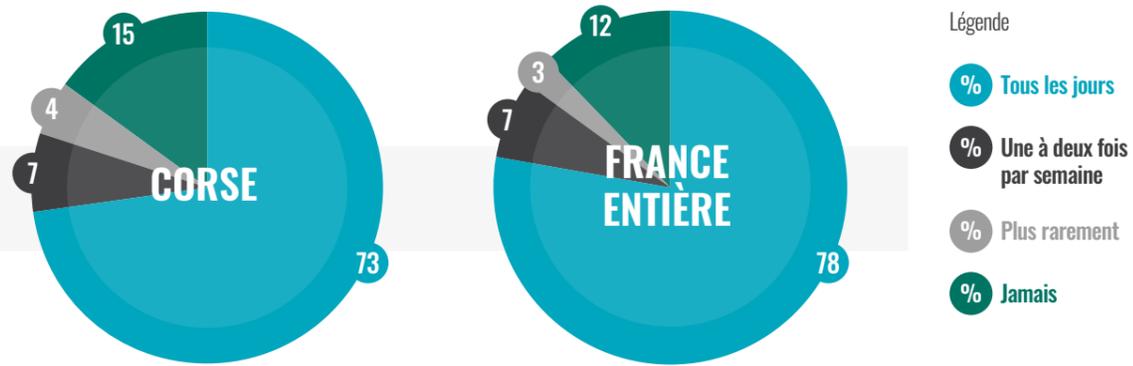
Si cette augmentation du poids des non-internautes dans la population peut résulter de changements dans la formulation des questions, elle rejoint une tendance nationale pointée par le Baromètre du Numérique France 2019 réalisé par le Crédoc pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'Agence du Numérique<sup>2</sup>.

En 2019, sur la France entière, après une progression continue, la proportion de personnes qui se connectent à Internet a reculé d'un point et même de deux points pour celles qui se connectent tous les jours.

1. A noter toutefois qu'en 2016, les questionnaires étant adressés aux ménages, les résultats se réfèrent à ces derniers et non aux individus (Cf. Annexe. Méthodologie).

2. Cf. Annexe. Sources.

Fréquence d'utilisation Corse et France entière



«L'augmentation constante du nombre d'individus connectés à Internet depuis le milieu des années 2000 (soit une progression de 37 points entre 2005 et 2018) s'est arrêtée. Sans évoquer à ce stade l'amorce d'un déclin de la connectivité des Français, un maximum semble cependant être atteint dans la population» souligne le Crédoc.

Cet écart tient, pour l'essentiel, à la démographie de la Corse où la part des moins de 20 ans est inférieure à celle de la France entière et celle des 40-80 ans plus importante, avec une surreprésentation des retraités. Cette enquête confirme une fois de plus que les usages numériques restent fortement corrélés avec l'âge.

Actuellement, en Corse, la proportion de personnes qui se connectent à Internet est de 85%, contre 88% pour la France entière. L'écart est de 5% pour les personnes qui se connectent tous les jours (73% en Corse, 78% sur la France entière). Il est de 3% pour les non-internautes (respectivement 15% en Corse et 12% sur la France entière).

Par ailleurs, le niveau de diplôme influence aussi les écarts avec les moyennes observées dans la France entière. En Corse, la part de non-diplômés est plus élevée qu'au niveau national, y compris chez les jeunes.

Des usages numériques qui varient selon l'âge et le niveau de diplôme

L'âge et le niveau de diplôme demeurent les facteurs les plus significatifs pour quantifier la fréquence d'utilisation d'Internet, en 2019 comme en 2016. La proportion de personnes qui se connectent tous les jours dépasse 92%

chez les 18-59 ans et plafonne autour de 31% chez les plus de 60 ans. En Corse, ceux qui ne se connectent jamais font majoritairement partie des classes d'âge les plus avancées : 38% des 60-69 ans et 43% des 70 ans et plus. La proportion de personnes qui se connectent tous les jours progresse avec le niveau de diplôme : autour de 20% chez les non-diplômés, autour de 45% chez les titulaires d'un BEPC ou de CAP-BEP, au-delà de 90% à partir du baccalauréat.

En revanche, la fréquence quotidienne de connexion est supérieure à 80% dans toutes

les catégories socio-professionnelles, à l'exception des retraités (33%).

Fréquence d'utilisation selon l'âge



Légende : % Tous les jours, % Une à deux fois par semaine, % Plus rarement, % Jamais

En Corse, 83% des adultes disposent d'un smartphone

Le niveau d'équipement numérique des foyers insulaires (ordinateur fixe, portable, tablette, smartphone), qui avait progressé en 2014 et 2016, a continué d'augmenter au cours des trois dernières années.

Le smartphone s'est imposé comme l'équipement privilégié pour se connecter à Internet : 83% des Corses disposent personnellement d'un smartphone, c'est six points de plus que la moyenne nationale (77%).

Le taux d'équipement est très proche des 100% pour les 18-59 ans, il baisse à 60% chez les 60-69 ans et passe sous la barre des 50% chez les 70 ans et plus.

La non-utilisation d'un smartphone est principalement justifiée par le sentiment «de ne pas maîtriser ces outils» (tout particulièrement chez les 60-69 ans et les plus de 70 ans), loin devant les motifs économiques (11%).

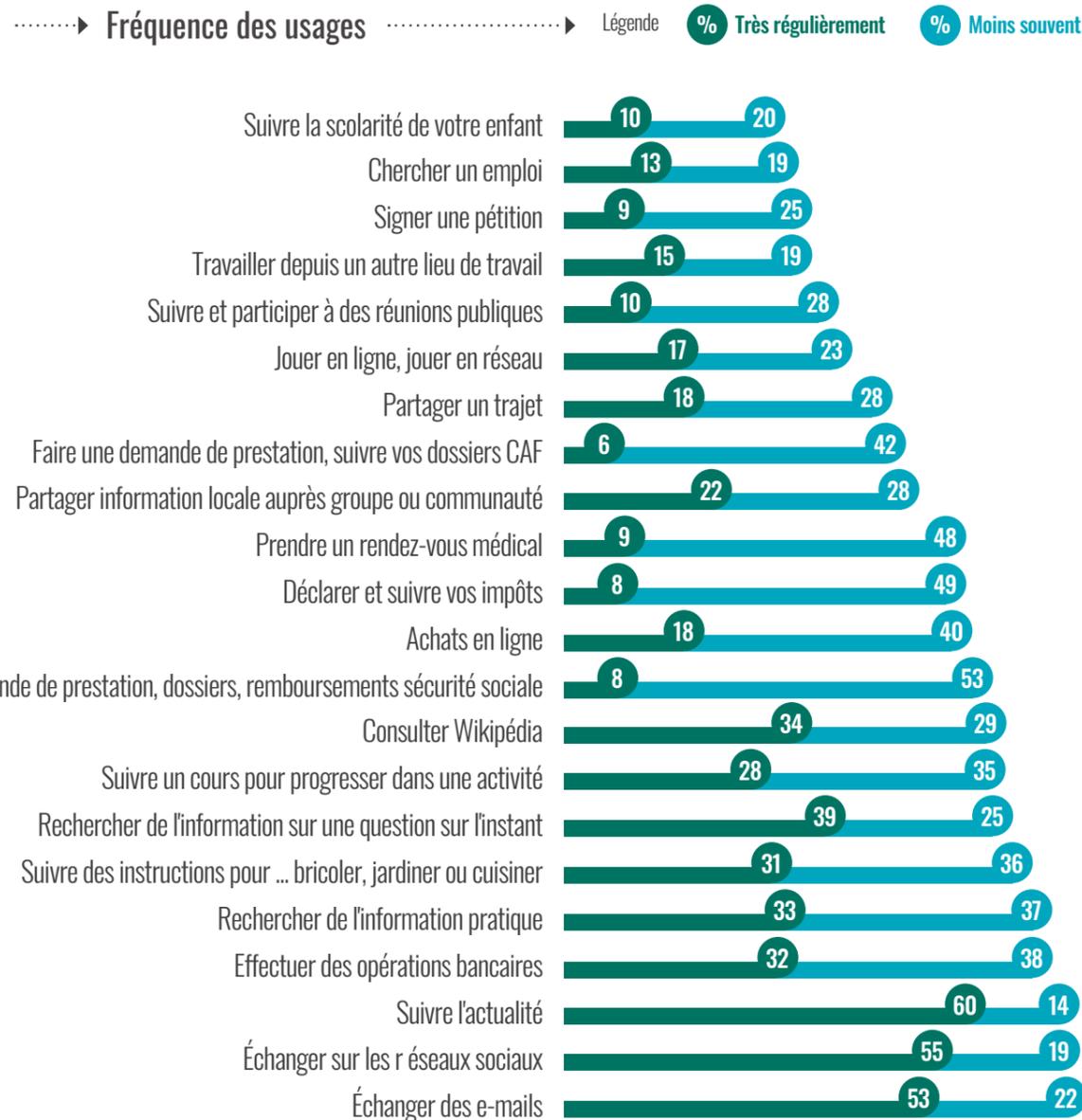
Courrier électronique, réseaux sociaux, suivi de l'actualité et opérations bancaires en tête des usages

En 2016, le Baromètre avait mis en relief une progression significative de l'usage des réseaux sociaux ainsi que du courrier électronique.

L'édition 2019 du Baromètre offre un nouvel éclairage sur les usages numériques au travers d'une liste de 22 services et applications numériques. Il met l'accent sur les usages qui contribuent au « pouvoir d'agir » : ceux de la vie courante, les démarches administratives, mais aussi les usages qui relèvent de l'apprentissage ou encore de la participation à la vie publique.

Parmi les 22 usages évalués, 13 sont pratiqués « très régulièrement » ou « souvent » par une majorité des personnes connectées.

Trois d'entre eux (*échanger des e-mails, échanger sur les réseaux sociaux, suivre l'actualité*) sont pratiqués « très régulièrement », c'est-à-dire tous les jours ou au moins une fois par semaine, par une majorité des personnes connectées.



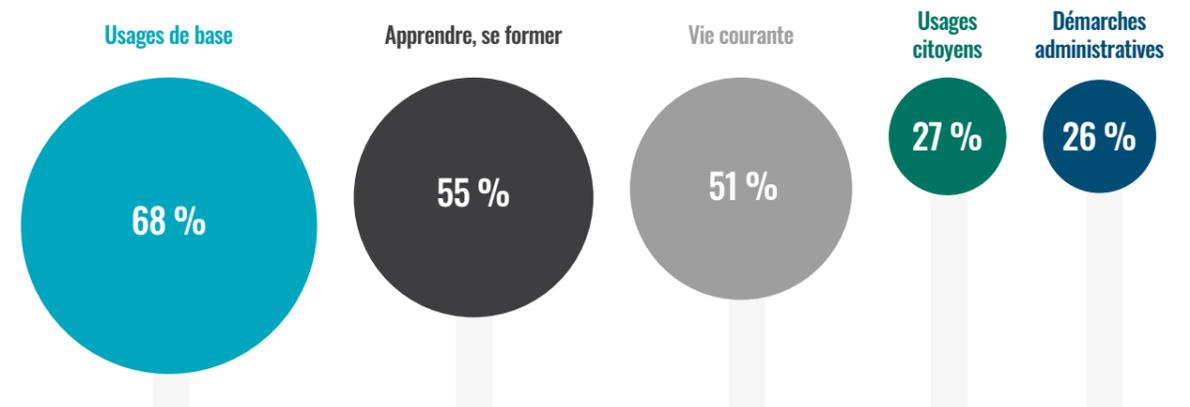
## Cinq familles d'usages, dont trois régulièrement pratiquées

L'analyse fine des usages pratiqués régulièrement (\*), distingue 5 grandes familles d'usages.

(\* Par « régulièrement », on entend tous les jours ou presque, au moins une fois par semaine, au moins une fois par mois.

- 1 Les usages de base :** *échanger des e-mails, échanger sur les réseaux sociaux, suivre l'actualité.* Ils sont pratiqués régulièrement par 68 % des personnes interrogées.
- 2 Les usages d'apprentissage et d'autoformation :** *consulter Wikipédia, suivre des instructions pour bricoler, jardiner ou cuisiner, rechercher de l'information sur une question qui se pose.* Ils concernent 55 % de ceux qui utilisent régulièrement Internet.
- 3 Les usages liés à la vie courante :** *acheter en ligne, rechercher de l'information pratique, effectuer des opérations bancaires.* Ils sont pratiqués régulièrement par 51 % des personnes connectées.
- 4 Les usages dits citoyens :** *suivre et participer à des réunions publiques, signer une pétition, partager de l'information locale auprès d'un groupe ou d'une communauté.* Avec 26 % de pratiquants réguliers, ils arrivent en quatrième position.
- 5 Pour les usages administratifs :** *déclarer et suivre ses impôts, faire une demande de prestation, suivre ses dossiers CAF, suivre ses dossiers et ses remboursements de sécurité sociale.* Seulement 26 % des personnes connectées y ont recours régulièrement.

### Répartition cumulée des usages



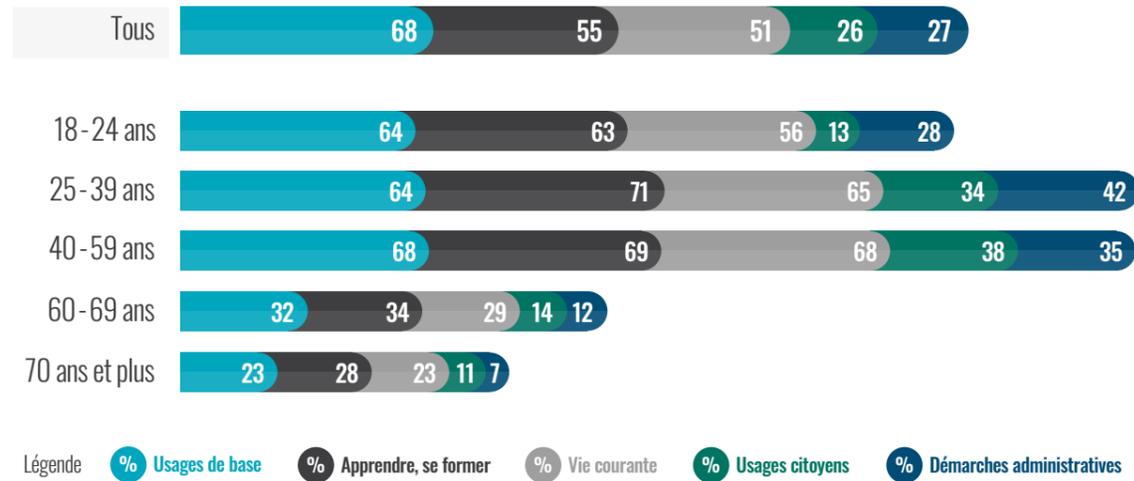
Pour ces cinq familles d'usages, les écarts se creusent quand on prend en compte l'âge des individus.

Les usages des 25-39 ans et 40-59 ans sont les plus diversifiés. Ces deux classes d'âge devancent les 18-24 ans dans toutes les familles

d'usages, y compris les usages de base.

Comme dans toutes les enquêtes, les pratiques numériques des 60-69 ans et des 70 ans et plus sont en net retrait sur les trois autres classes d'âge.

5 familles d'usages et tranches d'âge



## En Corse, un adulte connecté sur deux se juge autonome dans ses usages numériques

L'édition 2019 du Baromètre a introduit une série de questions afin de mieux appréhender les difficultés liées aux usages numériques.

48% des personnes connectées affichent une certaine autonomie et déclarent *ne pas rencontrer de difficultés particulières* (35%) ou *se débrouiller seules quand elles rencontrent des difficultés pratiques* (13%). En cas de difficultés, 19% cherchent de l'aide auprès de leurs proches, 3% auprès de collègues de travail, 4% se tournent vers des vendeurs de matériel

informatique et seulement 2% vers une structure spécialisée dans l'accompagnement (espace public numérique, maison de services au public, etc.).

La proportion d'utilisateurs qui se disent autonomes décroît régulièrement avec l'âge : elle passe de 78% chez les 18-24 ans à 61% chez les 25-39 ans, 57% chez les 40-59 ans, 22% chez les 60-69 ans. Plus le niveau de diplôme est élevé, plus les individus interrogés affirment *se débrouiller seuls ou ne pas avoir de problème*.

En revanche, la tendance à *demandeur de l'aide auprès de l'entourage ou des collègues* croît avec l'âge. Elle passe de 10% chez les 18-24 ans à 29% chez les plus de 40 ans, 31% chez les 40-59 ans, 28% parmi les plus de 60 ans.

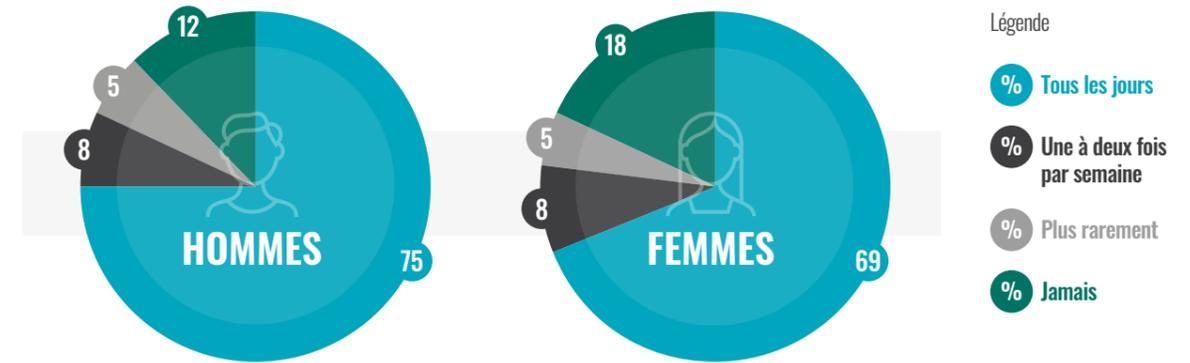
## Les femmes se déclarent moins à l'aise que les hommes

21% d'entre elles se tournent vers l'entourage immédiat (17% chez les hommes). Par ailleurs les femmes sont moins nombreuses (81%) à utiliser Internet que les hommes (87%).

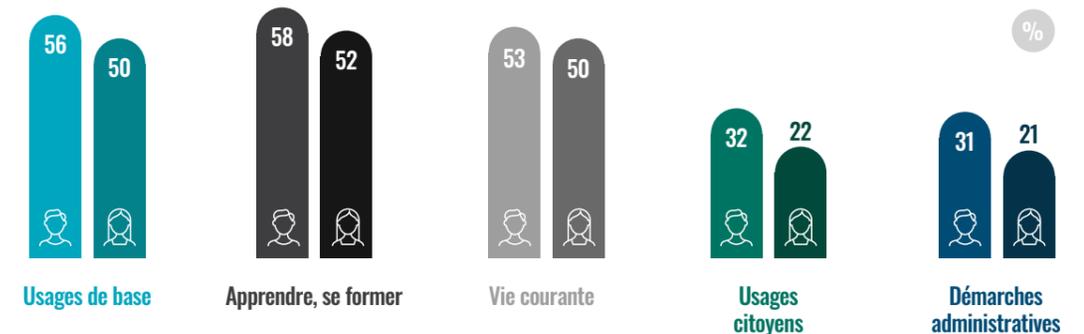
Ces écarts de «compétences perçues» selon le genre ne sont pas spécifiques à la Corse : dans les enquêtes du Credoc, comme dans l'enquête ANR-Capacity de 2017<sup>3</sup>, les femmes ont tendance à se considérer un peu moins compétentes que les hommes dans l'usage du numérique<sup>4</sup>.

Pour les femmes, le baromètre 2019 met en évidence le fait qu'elles sont moins nombreuses (40%) que les hommes (56%) à se déclarer autonomes face aux outils numériques. Elles ont plus recours (30%) que les hommes (25%) à une aide extérieure.

Fréquence de connexion hommes - femmes



5 familles d'usages et genre



Ce baromètre révèle, par ailleurs, que certains usages sont plus «générés» que d'autres.

3. Cf. Annexe. Sources.

4. Lors du débat sur le projet de loi République Numérique, la Délégation aux droits des femmes voyait dans cette moindre confiance des femmes dans leurs compétences numériques le principal facteur de la faible proportion de filles optant pour les enseignements et les filières informatiques, ainsi que leur sous-représentation dans les métiers et emplois numériques.

Pour les cinq familles d'usage, l'écart entre hommes et femmes<sup>5</sup> varie de trois points pour les usages de la vie courante à dix points pour les démarches administratives et les usages liés à la vie publique.

Les femmes sont également moins nombreuses que les hommes à *échanger sur les réseaux sociaux* (huit points d'écart) ou à *échanger des emails* (onze points d'écart).

## Des lieux d'accompagnement au numérique connus, mais pas nécessairement fréquentés

En cas de difficultés pour utiliser les outils numériques, 22 % des interrogés recherchent de l'aide auprès de leurs proches ou auprès de collègues de travail.

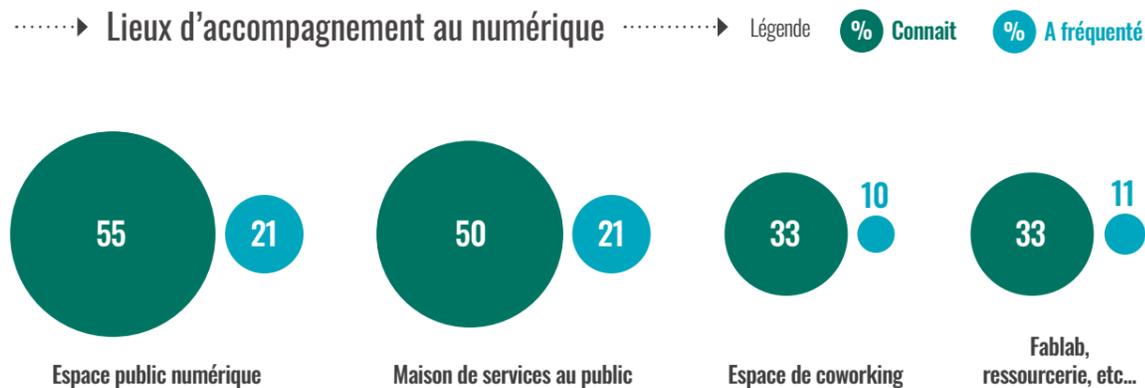
Seulement 2 % des personnes connectées se tournent vers une structure spécialisée dans l'accompagnement numérique (espace public numérique, maison de services au public-MSAP, etc.).

Ce baromètre a mesuré la notoriété et la fréquentation des différents lieux de médiation numérique implantés en Corse.

Les Espaces publics numériques (EPN) arrivent au premier rang en termes de notoriété (55 %) et de fréquentation (21 %). **Ils attirent surtout les 18-24 ans : 75 % d'entre eux les connaissent et 47 % les ont déjà fréquentés.**

Les MSAP, de création plus récente, moins nombreuses, sont moins connues que les EPN, mais enregistrent le même taux de fréquentation (21 %).

Les espaces de *co-working* et les lieux type *fablab* ou *ressourcerie* sont connus à 33 % en moyenne (légèrement plus en milieu urbain), mais faiblement fréquentés (respectivement 10 % et 11 %).



5. La surreprésentation des femmes dans les classes d'âge les plus élevées pourrait expliquer pour une large part ces écarts, tant dans les usages que dans les « compétences perçues ».

## 15 % des adultes n'utilisent pas Internet ou s'en tiennent à distance

En Corse, le pourcentage de personnes qui déclarent ne jamais utiliser Internet a augmenté de cinq points depuis 2016. Il atteint 15 % en 2019. Cette fraction de la population qui ne se connecte jamais est relativement âgée : sur les 81 % de non-internautes ayant plus de 60 ans, 38 % ont entre 60 et 69 ans et 43 % ont 70 ans et plus. Les non ou peu diplômés y sont sur-représentés. C'est également le cas des femmes : 63 % des non-internautes corses sont des femmes (alors qu'elles ne représentent qu'un peu plus de 50 % de la population).

Cette proportion de non-connectés (15 %) est supérieure à la moyenne France entière, qui s'établit à 12 % selon le Credoc. En Corse, la première raison invoquée par les non-internautes pour ne pas utiliser Internet est liée au sentiment de *ne pas ou de ne plus être ca-*

*pable de maîtriser les outils* (38%). Ce sentiment est largement partagé par les non-internautes les plus âgés, hommes et femmes confondus.

En matière d'accompagnement des usages, 12 % des femmes et 18 % des 60-69 ans font valoir que *quelqu'un d'autre s'occupe de ça*.

Les freins financiers (*équipement ou abonnement trop chers*) sont plus rarement mis en avant (9 %).

Il apparaît qu'environ un quart des non-connectés (24 %) ont déjà utilisé Internet dans le passé. La plupart d'entre eux (que l'on pourrait qualifier « d'abandonnistes » comme dans l'enquête ANR Capacity<sup>6</sup>) ont cessé d'utiliser Internet depuis plus de 5 ans.

## Des non-internautes majoritairement décomplexés

On pourrait s'attendre à ce que les personnes qui n'utilisent jamais (ou plus) Internet ressentent un sentiment d'infériorité ou une forme de frustration du fait d'être déconnectées, dans une société où Internet a pris une place prépondérante. Ce baromètre 2019 révèle que ce n'est pas toujours le cas.

13 % des non-internautes interrogés ont jugé « tout à fait vrai » qu'ils étaient *plus heureux sans Internet que s'ils étaient connectés* (38 % « assez vrai »). 10 % jugent « tout à fait vrai » qu'il leur arrive d'être *fier(e) de ne pas utiliser Internet* (39 % « assez vrai »).

16 % reconnaissent toutefois *se sentir déconnectés de certaines conversations* et 14 % *n'avoir pas accès à toutes les informations dont ils auraient besoin*. 10 % reconnaissent qu'ils *ratent de bonnes affaires qui existent exclusivement sur Internet*. Mais une infime minorité (1 %) avoue ressentir *un malaise à ne pas utiliser Internet*.

6. Cf. Annexe. Sources.

## 90 % des 12-17 ans se connectent tous les jours

En Corse, 90 % des 12-17 ans se connectent tous les jours, quel que soit le mode ou le lieu de connexion (89 % sur la France entière). Cette pratique quotidienne atteint 100 % chez les 15-17 ans contre 80 % seulement chez les 12-14 ans.

Le rythme de connexion est moins intense chez les jeunes filles âgées de 12 à 17 ans :

82 % se connectent tous les jours contre 98 % des garçons.

Les 12-17 ans ont désormais un accès individualisé et itinérant à Internet : 91 % d'entre eux sont équipés d'un smartphone (100 % chez les 15-17 ans et 83 % chez les 12-14 ans). 100 % des garçons disposent d'un smartphone ; c'est le cas pour seulement 82 % des filles.

## L'entretien de liens sociaux existants, première activité juvénile connectée

En Corse, 90 % des 12-17 ans utilisent leur smartphone pour naviguer sur Internet (100 % chez les 15-17 ans). Le smartphone leur sert aussi pour communiquer avec une sélection de proches, souvent en mode d'échange instantané (86 %) ou pour envoyer des SMS

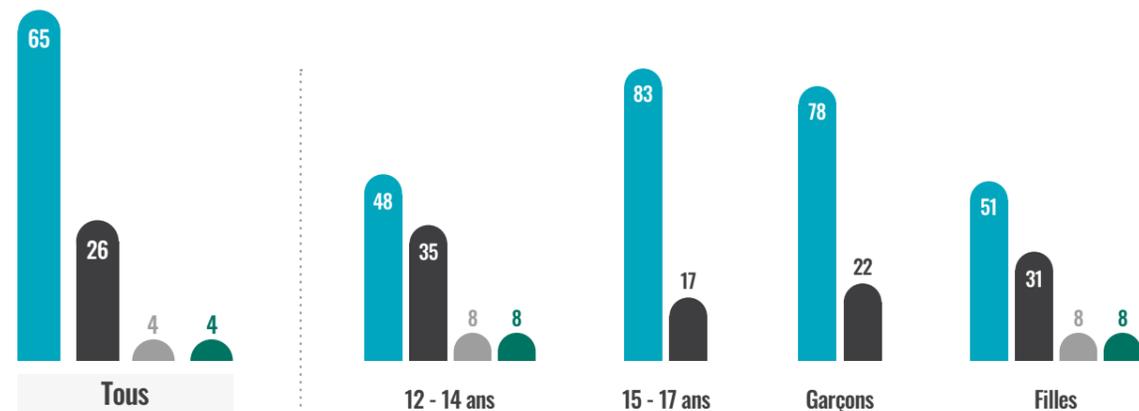
(85%). Ce sont souvent les mêmes applications de type WhatsApp qui leur permettent de rédiger des messages instantanés ou de téléphoner.

Entretenir son réseau d'amis et de relations implique pour les 12-17 ans l'utilisation régulière des réseaux sociaux. Si 65 % des adolescents en Corse échangent « tous les jours ou presque » sur les réseaux sociaux, cette pratique ne concerne toutefois que 48 % des 12-14 ans, contre 83 % des 15-17 ans. Il faut noter également un écart important entre filles et garçons.

### → Réseaux sociaux

Légende

- % Tous les jours ou presque
- % Au moins une fois par semaine
- % Au moins une fois par mois
- % Moins souvent



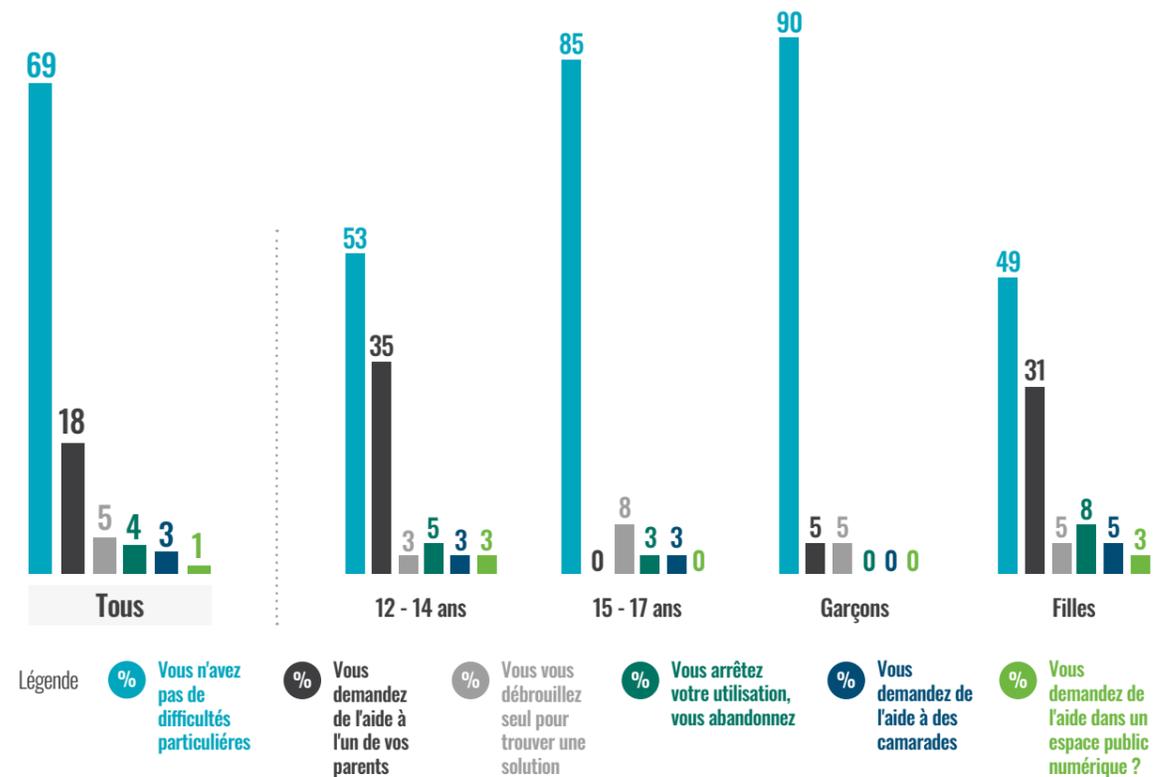
## Les trois-quarts des 12-17 ans se considèrent autonomes dans l'utilisation du numérique

Vis-à-vis de l'utilisation du numérique, 69 % des 12-17 ans déclarent *ne pas rencontrer de difficultés particulières* et 5 % *se débrouiller seuls*.

Au total, ce sont donc 74 % des 12-17 ans qui se considèrent autonomes vis-à-vis des usages numériques. 18 % demandent de l'aide à leurs parents en cas de difficultés et 3 % à des camarades. Les 12-14 ans se jugent moins autonomes que leurs aînés : 53 % n'ont pas de difficultés particulières et 3 % se débrouillent seuls. 35 % se tournent vers les parents.

Les jeunes filles sont moins nombreuses à déclarer ne pas rencontrer de difficultés particulières (49 %). Face à une difficulté, 31 % d'entre elles se tournent vers leurs parents pour demander de l'aide, soit six fois plus que les garçons (5 %).

### → Attitudes face aux difficultés rencontrées dans l'utilisation



Les écarts entre compétences réelles et compétences perçues se retrouvent ici. Différentes enquêtes internationales (portant notamment sur la France) ont établi que les filles affichaient des performances en littératie

numérique équivalentes, voire légèrement supérieures, à celles des garçons<sup>7</sup>.

7. Enquête internationale ILCIS : les filles plus performantes en littératie numérique que les garçons (Cf. Annexe. Sources).

## Des usages numériques très fréquents et massivement pratiqués

Les usages comme l'écoute de la musique (88%), la consultation de vidéos (91%), le suivi de l'actualité (91%), les échanges sur les réseaux sociaux (91%) sont pratiqués « tous

les jours » ou « au moins une fois par semaine » par près de 90% des 12-17 ans.

D'autres usages, comme la consultation de cartes pour préparer un trajet (63% des 12-17 ans), l'échange d'emails (54%), la consultation de tutoriels pour bricoler, jardiner ou cuisiner (35%) ou le fait de travailler depuis un autre lieu que le collège ou le lycée (41%) sont nettement plus pratiqués par les 15-17 ans que par les 12-14 ans.

### Usages très fréquents



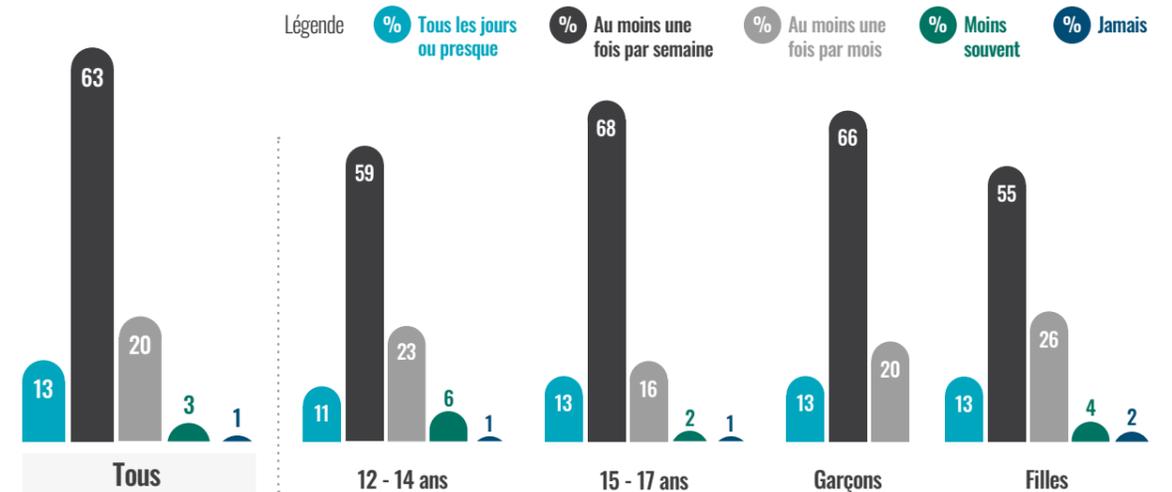
## Des usages qui se développent dans le cadre de la scolarité

Dans le Baromètre 2019, six questions portaient sur les usages numériques liés à la scolarité : échanger avec les professeurs, être informé (emploi du temps, cahier de texte numérique, devoirs, contrôles), accéder à des contenus pédagogiques (manuels, cours, vidéos), consulter Wikipédia, consulter un tuto-

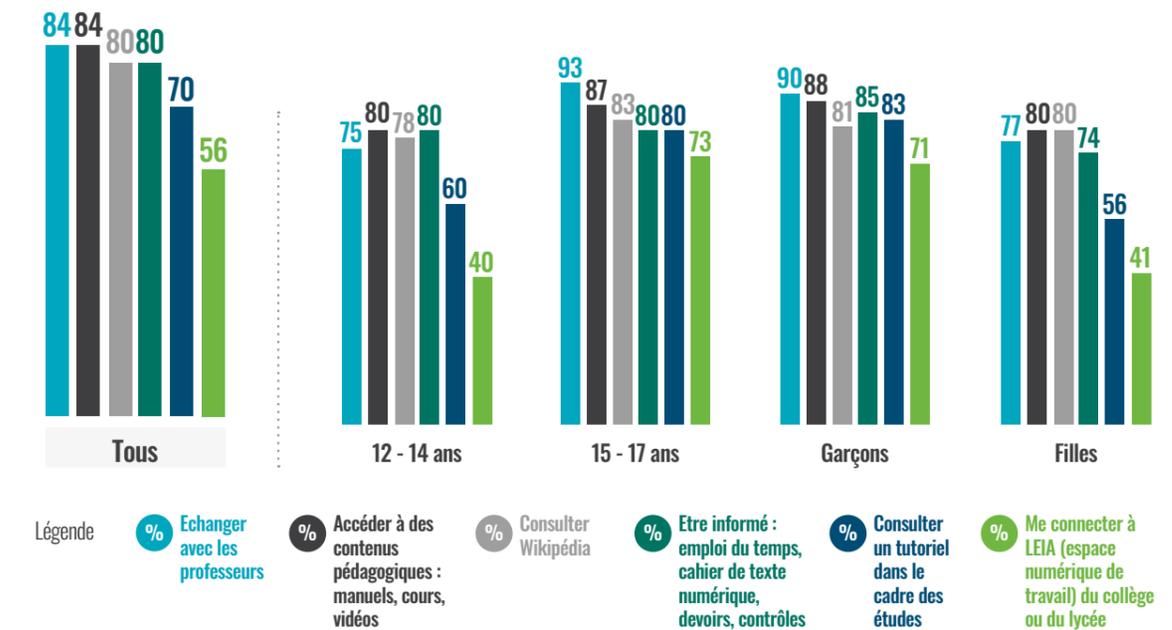
riel dans le cadre des études, se connecter à LEIA (espace numérique de travail du collège ou du lycée).

En moyenne, les usages scolaires sont pratiqués « quotidiennement » par 13% des élèves, « au moins une fois par semaine » par 63% d'entre eux et par 20% « au moins une fois par mois » seulement.

### Fréquence des usages scolaires



### Usages scolaires quotidiens ou hebdomadaires



En s'intéressant plus spécifiquement aux usages pratiqués fréquemment (« tous les jours et au moins une fois par semaine »), cette enquête ne relève pas d'écart significatif entre ceux qui s'appuient sur les ressources et infrastructures de l'institution (*être informé : emploi du temps, cahier de texte numérique, devoirs, contrôles ; accéder à des contenus pédagogiques : manuels, cours, vi-*

*déos ; se connecter à LEIA*) et ceux qui s'appuient sur des ressources extérieures (*consulter Wikipédia ; consulter un tutoriel dans le cadre des études*). Il faut noter qu'un certain nombre d'usages prescrits par les établissements ou les enseignants se réalisent en dehors ou à côté de l'espace numérique de travail LEIA (utilisé à 56 % tous les jours ou au moins une fois par semaine).

## ..... Synthèse Individus adultes .....

**L'édition 2016 du Baromètre numérique de la Corse relevait une proportion de la population connectée en hausse**, largement tirée par la banalisation du téléphone mobile, ainsi qu'une progression du niveau d'équipement numérique des foyers insulaires. Elle pointait l'existence d'une fracture à la fois générationnelle et sociale.

**L'édition 2019 met en lumière une situation plus contrastée.** Ainsi, la progression continue du nombre d'utilisateurs d'Internet en Corse marque un coup d'arrêt. Cela se traduit par un tassement du même type que celui observé sur la France entière, même s'il est un peu plus marqué.

En Corse, 15 % de la population se tient désormais à l'écart des usages numériques, dont 81 % ont plus de 60 ans. Certains considèrent que « *ce n'est pas de leur époque* », « *que c'est trop compliqué* ». D'autres estiment qu'ils peuvent s'en passer. Une minorité compte sur ses proches pour faire les démarches ou les achats à leur place. Enfin, certains ont déjà utilisé Internet mais pour diverses raisons s'en sont éloignés.

**Comme au niveau national, l'utilisation d'Internet est très variable selon les classes d'âge** (les 15-17 ans se connectent à 100 % ;

« l'illectronisme<sup>8</sup> » commence dès 60 ans) et selon les niveaux de diplôme (20 % seulement des non-diplômés se connectent contre 90 % des titulaires du baccalauréat et au-delà). En matière numérique, les femmes sont moins actives et se sentent moins compétentes. Elles sont aussi plus nombreuses parmi les non-connectés.

Le présent Baromètre 2019 nuance et complète, grâce au renouvellement du questionnaire, les conclusions de l'enquête 2016. **Les usages des personnes connectées (85 % de la population) apparaissent désormais plus diversifiés.**

Pour les personnes connectées, il convient de noter la prééminence (68 %) des usages de base (*échanger des e-mails, échanger sur les réseaux sociaux, suivre l'actualité*) et le niveau élevé (55 %) du recours au numérique pour apprendre et se former. Les usages liés à la vie courante (*acheter en ligne, rechercher de l'information pratique, effectuer des opérations bancaires*) concernent pour leur part

8. Selon l'Insee, l'illectronisme, ou illettrisme numérique, concerne 17 % de la population : 15 % de non-usagers et 2 % d'usagers n'ayant aucune compétence dans les quatre domaines que sont la recherche d'information, la communication, l'utilisation de logiciels et la résolution de problèmes.

la moitié de ces utilisateurs. Un quart seulement des personnes connectées recourent au numérique pour effectuer les trois principales démarches administratives (*déclarer et suivre ses impôts, faire une demande de prestation, suivre ses dossiers CAF, suivre ses dossiers et ses remboursements de sécurité sociale*).

**Le sentiment d'autonomie vis-à-vis de l'outil numérique concerne la moitié des personnes connectées interrogées**, même s'il décroît en fonction de l'avancée en âge et croît avec le niveau de diplôme. De ce fait, les besoins de formation exprimés et la fréquentation des lieux de médiation numérique (qui sont pourtant connus du public) restent faibles.

Il faut noter que le recours à l'auto-formation de façon ponctuelle via Internet (*consulter Wikipédia, suivre un cours pour progresser dans une activité, suivre des instructions pour bricoler, jardiner ou cuisiner*) est pratiqué à 64 % (et de façon régulière pour 54 % des connectés).

Ainsi, ce baromètre 2019 permet d'établir une segmentation des répondants autour de **quatre profils-types**.

**1** « **Les hyperconnectés** », qui se distinguent par l'intensité et la diversité de leurs pratiques numériques. Ils représentent 44 % des personnes connectées et 37 % de l'ensemble des adultes. Ils se sentent très à l'aise avec Internet. Ils n'ont pas de difficultés particulières. Ils ne sont pas inquiets face aux démarches administratives. Ce groupe associe deux catégories d'utilisateurs d'Internet : les 18-29 ans vivant seuls ou en couple et sans enfant, qui représentent 19 % des personnes connectées ; les 25-39 ans qui se distinguent par la présence d'enfants au foyer (25 % des personnes connectées) et une large représentation des artisans, commerçants, chefs d'entreprise,

cadres et professions intellectuelles supérieures, ainsi que des ouvriers.

**2** « **Les pragmatiques** » (33 % des connectés). Ils entretiennent un rapport plus strictement utilitaire avec le numérique. Les 40-59 ans et les employés y sont plus nombreux. Face aux difficultés qu'ils rencontrent quand ils utilisent des outils informatiques et numériques, ils se débrouillent seuls pour trouver une solution. Mais ils seraient prêts à suivre une formation gratuite pour utiliser ces outils de manière plus autonome. Leurs pratiques se concentrent sur les usages de base (*échanger des e-mails, échanger sur les réseaux sociaux, suivre l'actualité*) et de vie courante (*acheter en ligne, rechercher de l'information pratique, effectuer des opérations bancaires*).

**3** **Les « éloignés du numérique »** (23 % des connectés). Plus âgés et plutôt moins diplômés, ils ont tendance à abandonner face aux difficultés. Ils sont inquiets face aux démarches administratives en ligne.

**4** **Les « non-internautes »** (15 % de l'échantillon). Non-usagers, parfois « abandonnistes », ils se trouvent parmi les personnes les plus âgées, mais pas uniquement. S'ils reconnaissent leur manque de maîtrise du numérique et regrettent de se priver de certains de ses avantages, ils affirment toutefois ne pas en pâtir et certains en retirent même quelque fierté.

# Entreprises

## Équipement et infrastructures numériques

P.23

## Organisation du travail et compétences internes

P.26

## Usages d'internet

P.28

## Présence en ligne

P.29

## Le numérique dans la stratégie de l'entreprise

P.33

## Synthèse Entreprises

P.34

## Équipements et infrastructures numériques

En 2019, l'équipement numérique de base d'une entreprise se compose des éléments suivants : ordinateurs (fixes et portables), connexion internet, outils de col-

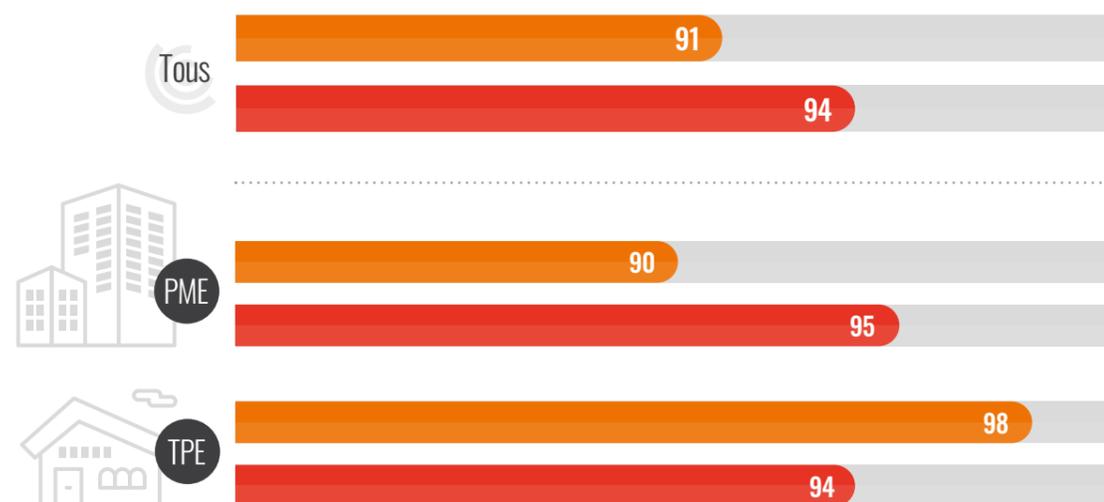
laboration (extranet et intranet), outillage logiciel (bureautique, messagerie, comptabilité, agenda), site web.

## 94 % des entreprises disposent d'une connexion Internet

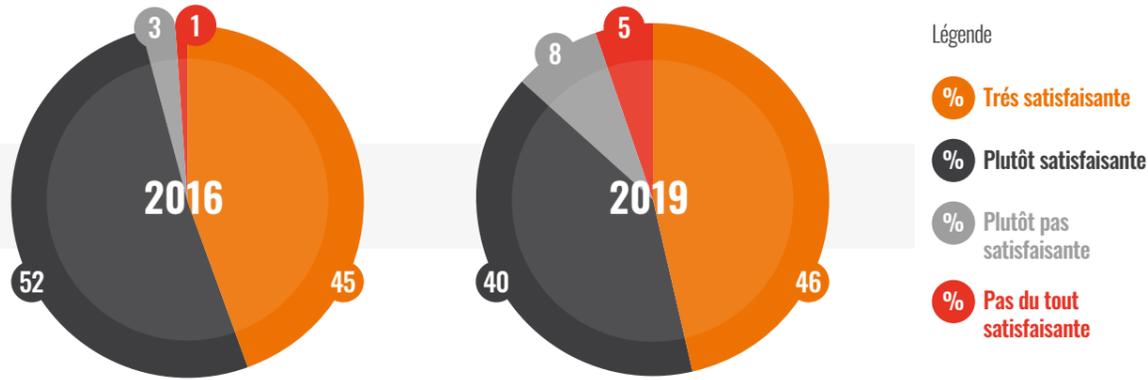
Le baromètre 2019 fait apparaître que 94 % des entreprises en Corse disposent d'une connexion Internet (contre 91 % en 2016) et que l'écart entre TPE et PME constaté en 2016 est désormais résorbé. Le chiffre est assez homogène pour l'ensemble des secteurs d'activité (à quelques faibles variations près).

Ce taux de connexion à Internet reste cependant en retrait sur celui des entreprises au niveau national. Pour l'année 2018, la quasi-totalité des sociétés françaises de plus de 10 personnes dispose d'un accès à Internet et ce depuis de nombreuses années. C'était déjà le cas pour 96 % d'entre elles en 2011, date à laquelle sont disponibles les premières données comparables avec les données actuelles. Pour autant ce décalage peut s'expliquer par le fait qu'en Corse la grande majorité des entreprises compte moins de 10 salariés

.....> Connexion Internet ..... Légende % 2016 % 2019



► Avis sur la qualité de connexion



Le niveau de satisfaction vis-à-vis de la qualité de la connexion déjà élevé en 2016, se maintient sensiblement au même niveau : 46%

des répondants la jugent « très satisfaisante » (en légère hausse) et 40% « satisfaisante » (en baisse de quelques points).

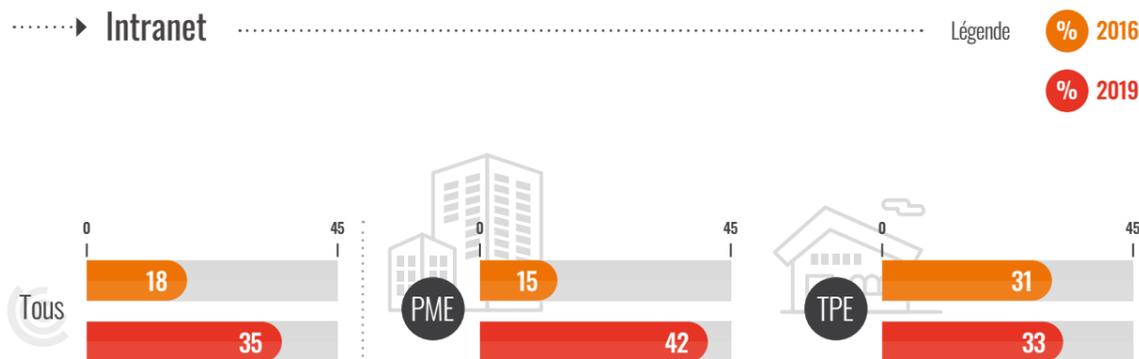
40% des entreprises disposent d'un serveur interne et 35% d'un intranet

La proportion d'entreprises équipées d'un serveur interne a légèrement progressé depuis 2016, passant de 38 à 40%. Cette progression s'observe principalement dans les TPE.

La mise en place d'un extranet accessible aux clients de l'entreprise est stable, autour de 20%. Il faut noter en revanche un doublement de la proportion d'entreprises ayant mis en place un intranet (plate-forme web de partage d'information interne à l'entreprise) : le chiffre passe de 18 à 35%.

L'utilisation de données ou de logiciels hébergés chez des prestataires sur le cloud progresse sensiblement, aussi bien dans les TPE que dans les PME : il s'établit à 12%, contre 8% en 2016.

► Intranet

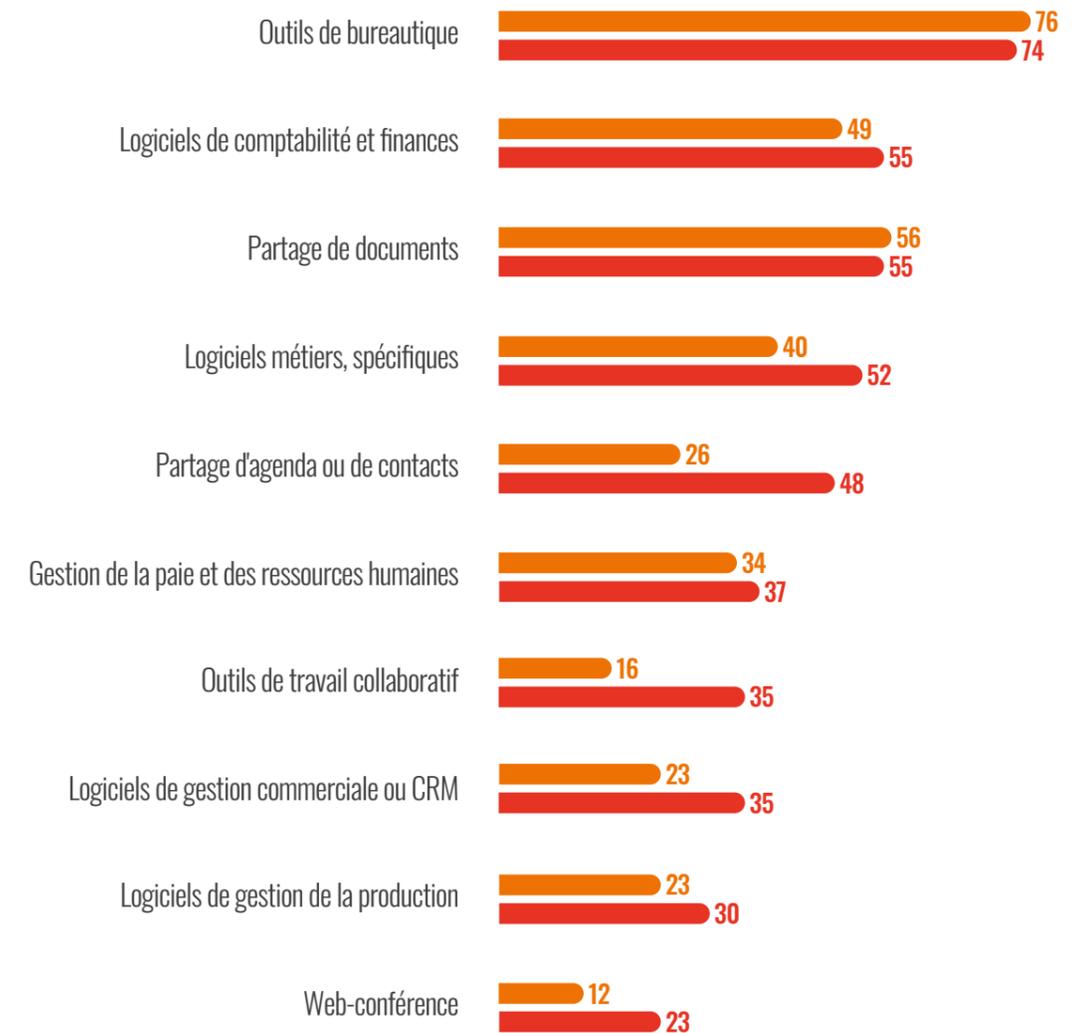


L'équipement en logiciels progresse

Alors que l'équipement en logiciels pour les fonctions de base (bureautique, comptabilité, partage de documents, gestion de la paie) reste stable ou progresse légèrement, on observe un doublement ou un quasi-doublement de l'équipement en logiciels de partage et de collaboration : outils collaboratifs (en progression de 16 à 35%), partage d'agenda (en progression de 26% à 48%), webconférence (en progression de 12% à 23%).

Alors que l'équipement en logiciels pour les fonctions de base (bureautique, comptabilité, partage de documents, gestion de la paie) reste stable ou progresse légèrement, on observe un doublement ou un quasi-doublement de l'équipement en logiciels de partage et de collaboration : outils collaboratifs (en progression de 16 à 35%), partage d'agenda (en progression de 26% à 48%), webconférence (en progression de 12% à 23%).

► Equipements en logiciels 2016 et 2019



Cette enquête 2019 enregistre aussi une progression des logiciels plus spécialisés : logiciels métier (qui passent de 40 à 52%) et logiciels de gestion commerciale (qui passent de 23 à 35%).

giciels de gestion commerciale (qui passent de 23 à 35%).

# Organisation du travail et compétences internes

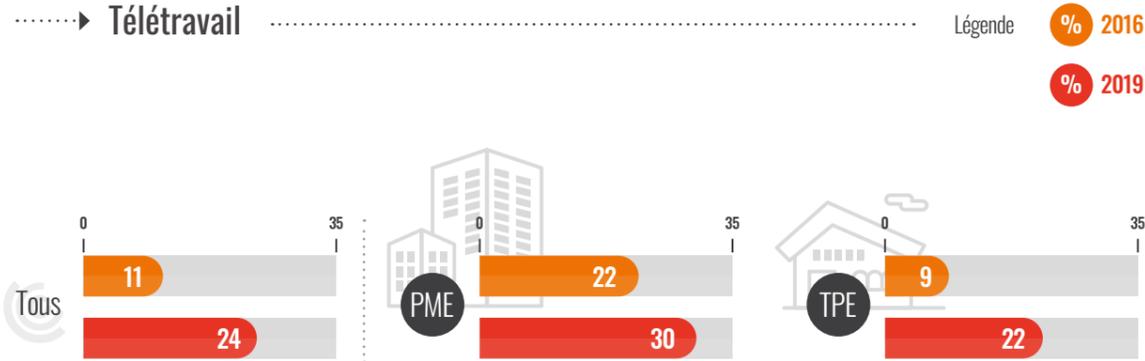
La dématérialisation n'est pas sans conséquence sur l'organisation du travail, de plus en plus nomade et flexible. En effet, grâce aux ordinateurs portables, aux smartphones ou encore à la communication via Internet sous toutes ses formes (messagerie, télé- ou visio-conférence, *cloud computing*, etc.), le travail en dehors des murs de l'entreprise prend une place croissante.

30% des entreprises interrogées déclarent fournir à leur personnel des appareils portables à usage professionnel permettant une connexion mobile à Internet.

Les salariés sont amenés à travailler à distance dans 24% des entreprises interrogées.

Cette proportion a plus que doublé depuis 2016 (elle était de 11%). Les diverses formes de travail à distance (à domicile, en déplacement ou chez des clients ou partenaires) ont nettement plus progressé dans les TPE (de 9% à 22%) que dans les PME (où elle passe de 22% à 30%).

## Télétravail



## Un quart des entreprises font appel à des prestataires

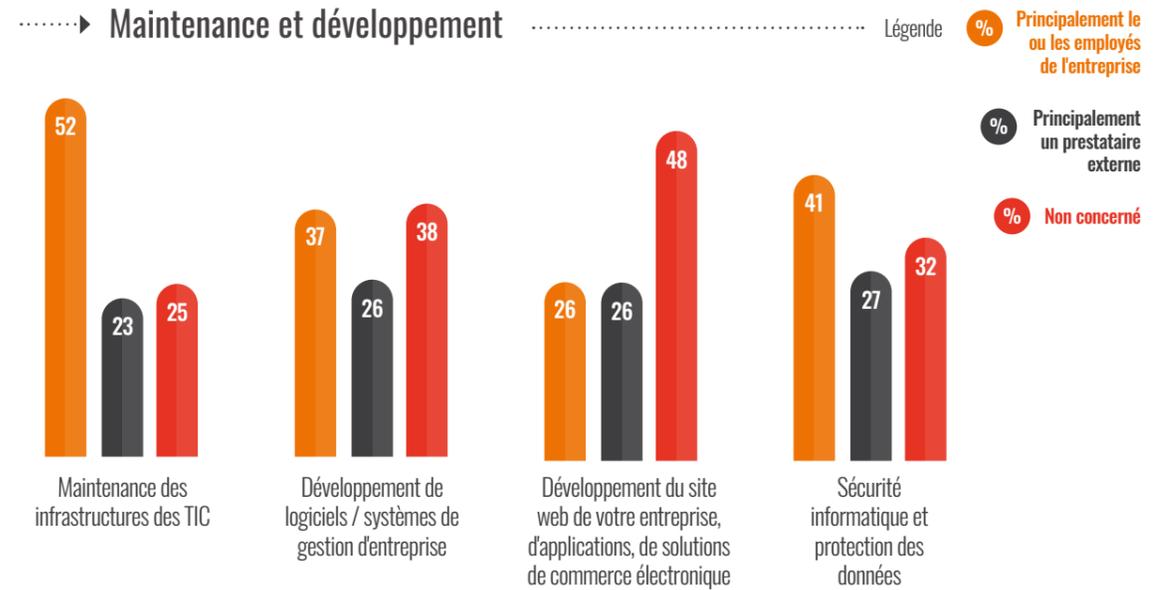
En 2016, 23% des entreprises interrogées déclaraient disposer d'au moins une personne à plein temps spécifiquement en charge de l'informatique et/ou des télécoms<sup>9</sup> et 29% re-

courir régulièrement aux services d'un prestataire informatique spécialisé.

L'enquête 2019 permet de mieux cerner les fonctions pour lesquelles les entreprises « se débrouillent » par elles-mêmes et celles pour lesquelles elles recourent à un prestataire.

<sup>9</sup> C'est une proportion élevée si on la rapporte à celle de toutes les entreprises françaises de plus de 10 salariés qui déclaraient employer des « spécialistes informatiques » en 2018.

## Maintenance et développement



Une moitié des entreprises déclare prendre en charge elles-mêmes les fonctions support relatives à l'infrastructure (52%) ou le développement des outils de commerce électronique (48%). Ces fonctions sont assurées par les employés de la société et très souvent par le chef d'entreprise lui-même. Elles demandent des compétences de base en informatique et peuvent donc être réalisées par des personnes dont ce n'est pas la principale responsabilité.

26% font appel à des prestataires, pour l'essentiel établis en Corse, pour le développement de logiciels de gestion. Le même ordre de grandeur se retrouve en ce qui concerne le développement de sites web et de solutions de commerce électronique (26%), la sécurité informatique et la protection des données (27%).

Le recours aux prestataires est nettement moins fréquent dans les TPE que dans les PME

## La formation des salariés au numérique : le parent pauvre

Le Baromètre 2019 met en évidence une baisse significative depuis 2016 des formations des salariés de l'entreprise à l'informatique et à Internet, qui passent de 36% à 15%. En revanche, la proportion d'entreprises qui forment leurs salariés régulièrement, bien que très faible (autour de 3%), reste stable.

La bureautique, l'utilisation d'applications « métier », la maintenance informatique restent en tête des formations dans les (trop) rares entreprises qui veillent à la formation de leurs salariés. La gestion et l'animation de sites web sont les moins proposées.

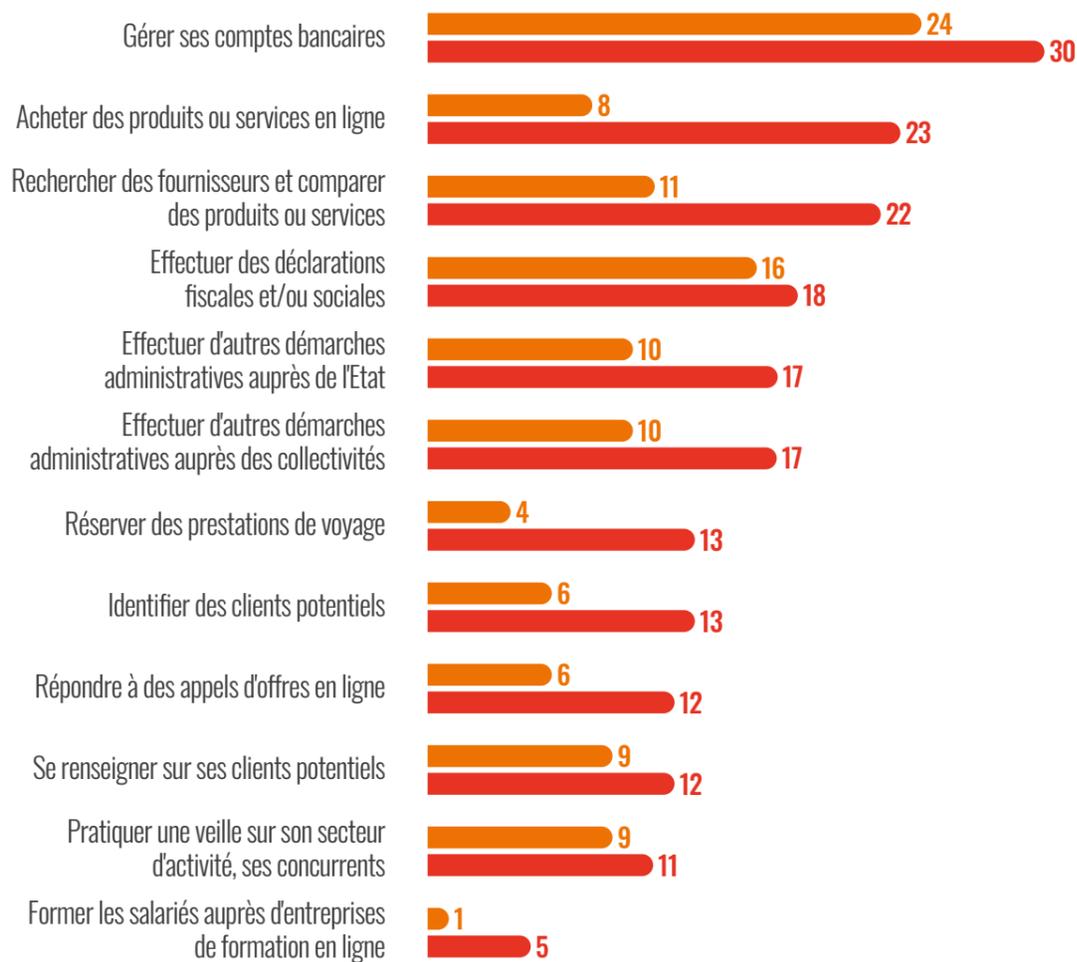
# Usages d'internet

Entre 2016 et 2019 on peut observer une nette progression des usages pratiqués « souvent » dans la série des 12 principaux usages identifiés. La progression est nettement marquée en ce qui concerne l'achat de produits et de services (qui passe de 8 % à 23 %), la recherche

de fournisseurs (qui double, de 11 % à 22 %), les démarches administratives auprès des collectivités (qui passent de 10 % à 17 %), la réservation de prestations de voyages (qui passe de 4 à 13 %).

## Evolution des usages

Légende ● % 2016 ● % 2019



La gestion des comptes bancaires est entrée dans les usages pour 30 % des entreprises (24 % en 2016), aussi bien dans les TPE que les PME. Pour autant, cette augmentation du

taux d'usages pour les services administratifs ou bancaires s'explique par la dématérialisation des procédures et donc relève d'une forme d'usage contraint.

L'utilisation d'Internet pour réaliser des transactions (achats en ligne : 23 %, prestations de voyages : 13 %), pour les déclarations fiscales ou sociales (18 %), pour effectuer des démarches administratives auprès de l'État (17 %), auprès des collectivités (17 %), pour

préparer des démarches commerciales (se renseigner sur ses clients : 12 %, identifier des clients potentiels : 13 %) est plus fréquente dans les PME que dans les TPE. Toutefois, l'écart entre PME et TPE tend à se réduire.

# Présence en ligne

Pour les chefs d'entreprises, le problème consiste souvent à trouver un compromis entre les moyens financiers ou humains à mobiliser pour assurer leur présence en ligne et les bénéfices escomptés. 47 % des entre-

prises interrogées disposent de leur propre site Internet. 20 % des entreprises se préoccupent de leur référencement en achetant de la publicité sur Internet.

## 47 % des entreprises disposent d'un site Internet en propre

En trois ans on constate en Corse une progression de 32 % à 47 % d'entreprises qui possèdent un site Internet, soit 62 % des PME et 42 % des TPE.

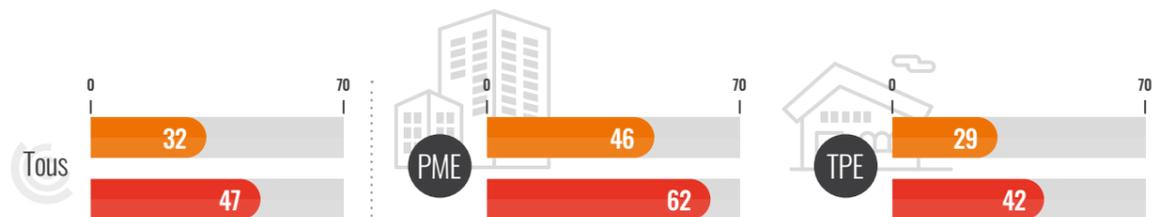
Cette proportion varie selon les secteurs d'activité (39 % dans les services de santé, 56 % dans les activités de commerce).

La proportion d'entreprises (47 %) qui possèdent un site Internet est en hausse mais reste nettement inférieure à la moyenne nationale. Celle-ci était de 67 % en 2018 pour les entreprises de 10 salariés selon l'Insee, de 69 % en 2019 (84 % dans les PME) selon l'Afnic<sup>10</sup>.

En 2019, 11 % des entreprises ont un projet de création d'un site web, elles étaient 31 % en 2016. Est-ce à dire que celles qui avaient déclaré ce projet dans le baromètre 2016 l'ont depuis mis en œuvre ?

## Site Internet

Légende ● % 2016 ● % 2019



10. En 2019, l'Association française pour le nommage Internet en coopération a interrogé 3000 entreprises de la France entière, dont 87 % ayant moins de dix salariés.

## Des sites majoritairement destinés à faire connaître l'entreprise

Au niveau national selon l'Afnic, 92% des entreprises interrogées envisagent Internet comme « indispensable ou utile à leur activité » (63% pour pouvoir présenter leur activité, 48% pour pouvoir être trouvées facilement et 40% pour communiquer avec leurs clients et prospects). 26% d'entre elles indiquent vendre des produits et des services sur leur site web.

En Corse, les fonctionnalités proposées par les sites des entreprises insulaires qui en disposent sont destinées en premier lieu à présenter leur activité : présentation de l'entreprise (83%) et du catalogue des produits et services (70%).

40% des sites intègrent des fonctionnalités orientées vers la vente en ligne : commande en ligne (43%), paiement en ligne (43%), suivi des commandes (39%), accès à un espace clients personnalisé (37%). En outre, 64% des entreprises dotées d'un site disposent d'un outil de mesure de fréquentation.



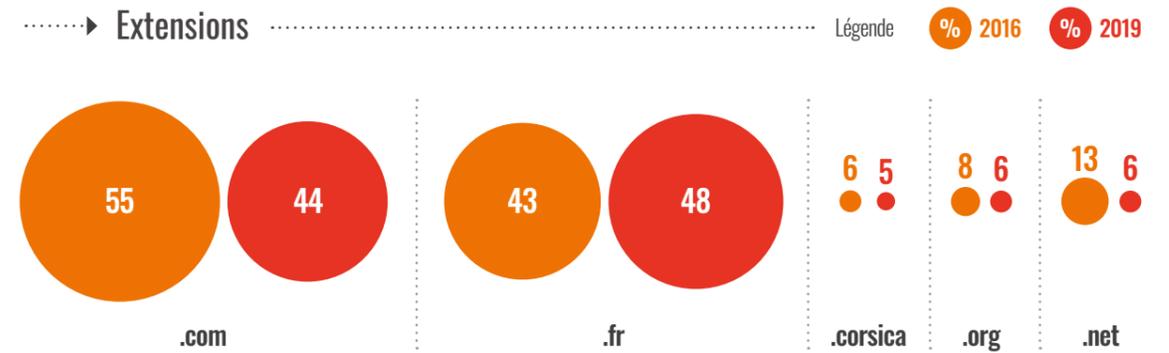
## 38% disposent d'un nom de domaine spécifique

Les entreprises corses sont de plus en plus attentives aux problématiques de gestion de leur identité sur Internet, privilégiant l'exploitation de leur propre nom de domaine pour gagner en visibilité. En 2019, la proportion d'en-

treprises dotées d'un site web qui disposent d'un nom de domaine spécifique a triplé en trois ans, passant de 13% à 38%.

Les extensions les plus utilisées sont le .com (en recul : il passe de 55% à 44%) alors que l'extension .fr progresse (43% en 2016, 48% en 2019).

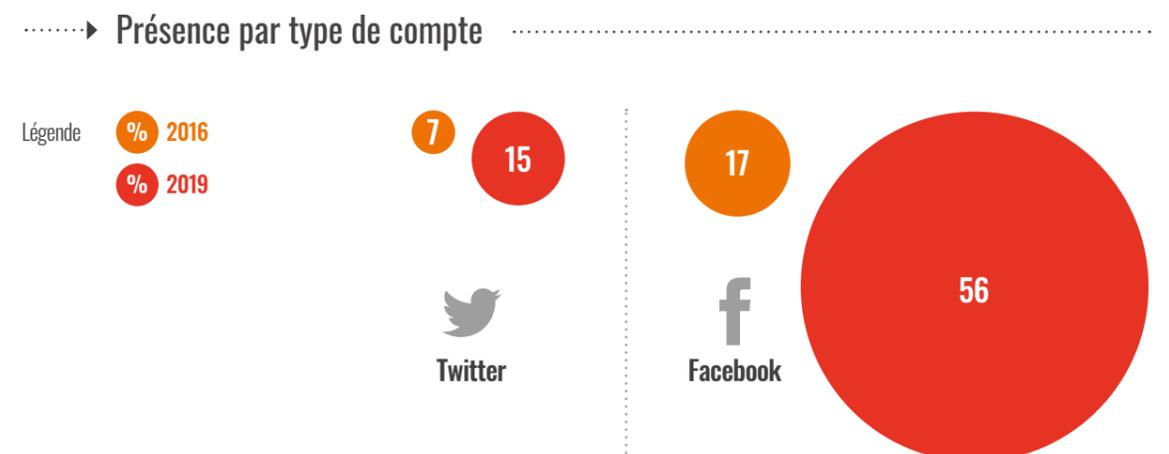
Parmi les entreprises (peu nombreuses) qui envisagent d'acquérir un nom de domaine spécifique, 70% envisagent d'opter pour le .corsica.



## Plus d'une entreprise sur deux s'affiche sur les réseaux sociaux

En Corse, la présence des entreprises sur Facebook et Twitter a considérablement progressé en trois ans.

56% d'entre elles disposent d'un compte sur Facebook (17% en 2016) et 15% d'un compte Twitter (7% en 2016).



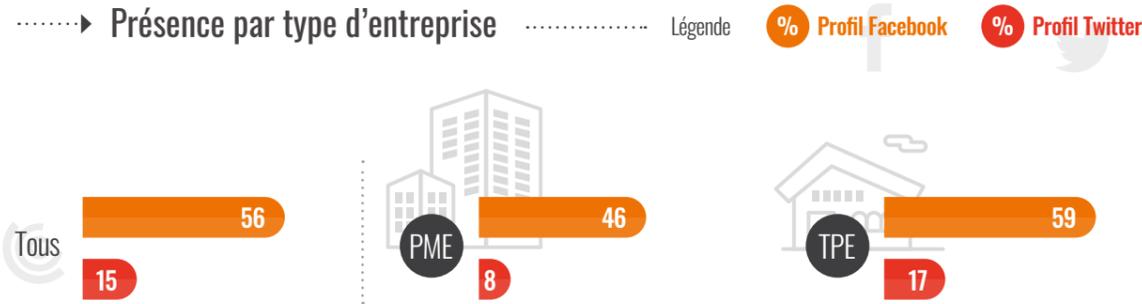
Les TPE sont plus nombreuses que les PME à se doter d'un profil Facebook ou d'un profil Twitter.

Alors que l'ouverture d'un site requiert un investissement (humain et financier), l'ouverture d'un compte sur les réseaux sociaux est plus facile : elle apparaît comme gratuite et offre une interaction directe avec les clients ou avec leur marché proche ou plus lointain.

Cette préférence accordée par les TPE aux réseaux sociaux n'est pas propre à la Corse. Toujours selon l'enquête de l'Afnic conduite sur la France entière, les microentreprises privilégient les réseaux sociaux pour leur présence en ligne (se faire connaître, présenter leur activité) alors que les PME concentrent leurs efforts sur leur site web.

Le développement des TPE (et a fortiori des PME) ne peut cependant dépendre de leur seule présence sur les réseaux sociaux. Un site web, même sommaire dans un premier temps, permet avec les fonctionnalités qui lui sont associées (un nom de domaine et des adresses de courrier électronique en propre) de construire dans la durée une identité stable et de se doter progressivement d'une vraie stratégie web-marketing (newsletter, catalogue en ligne, modules d'e-commerce, ciblage).

Présence par type d'entreprise



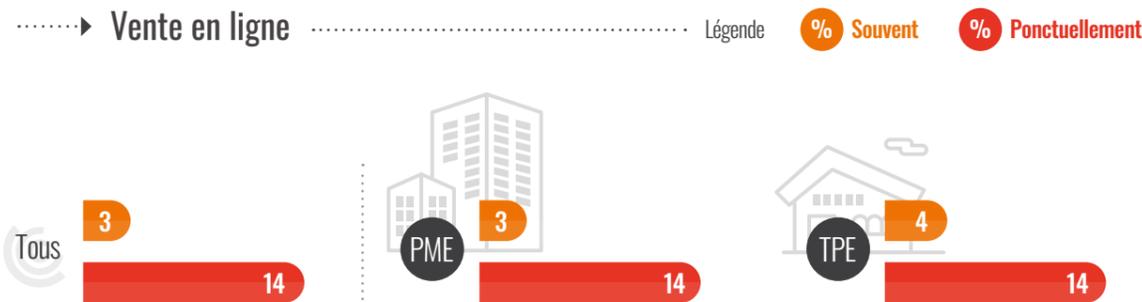
17% pratiquent une forme de vente en ligne

Au niveau national en 2017, selon l'Insee, 19% des sociétés de 10 personnes ou plus déclarent avoir recours aux ventes dématérialisées. Cette part stagnait depuis trois ans.

En 2019, en Corse, 17% des entreprises déclarent utiliser Internet pour vendre en ligne (3% « souvent » et 14% « ponctuellement »).

En 2019, en Corse, 17% des entreprises déclarent utiliser Internet pour vendre en ligne (3% « souvent » et 14% « ponctuellement »).

Vente en ligne



Parmi les entreprises qui déclarent pratiquer la vente en ligne, « souvent » ou « ponctuellement », le canal privilégié reste le site de leur entreprise.

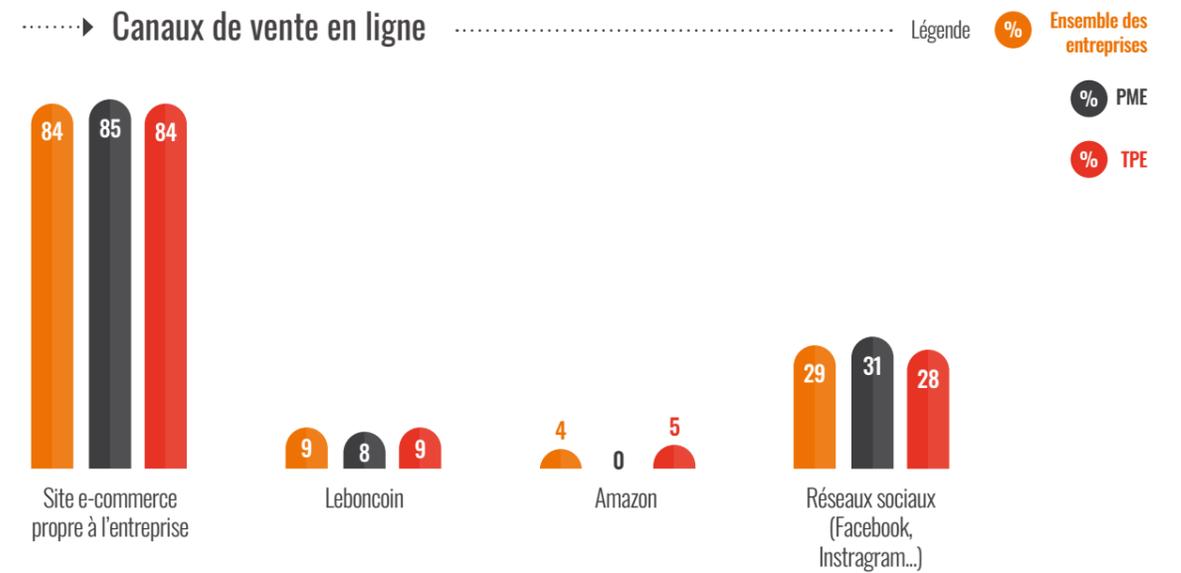
29% d'entre elles mentionnent les réseaux sociaux comme canal de vente en ligne, ainsi que LeBonCoin (9%) et Amazon (4%).

Si 17% des entreprises seulement déclarent pratiquer la vente en ligne, rappelons que parmi celles, plus nombreuses (47%), qui disposent d'un site en propre, 40% proposent des fonctionnalités orientées vers cet objectif : commande et paiement en ligne, suivi des commandes, accès à un espace clients personnalisé.

Le recours à la vente en ligne apparaît cependant marginal : près de la moitié des entreprises concernées ignorent la part exacte de cette activité dans leur chiffre d'affaires.

Le recours à la vente en ligne apparaît cependant marginal : près de la moitié des entreprises concernées ignorent la part exacte de cette activité dans leur chiffre d'affaires.

Canaux de vente en ligne



Le numérique dans la stratégie de l'entreprise

Ce baromètre 2019 permet de faire émerger trois profils d'entreprise au travers notamment des réponses à la question « Diriez-vous que le numérique et Internet sont un élément essentiel, important ou secondaire pour l'activité de votre entreprise ? ».

18% des entreprises interrogées jugent le numérique « essentiel », leur part a presque doublé depuis 2016.

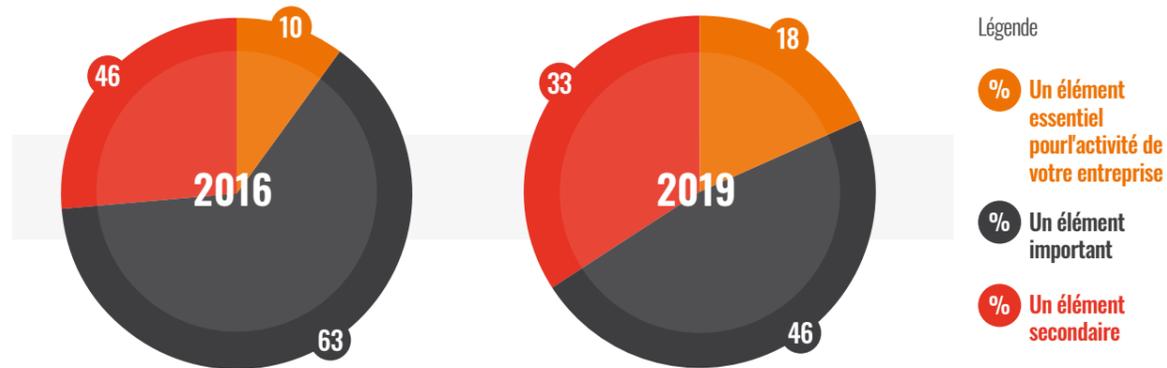
46% le jugent « important », leur poids relatif a baissé. En fait, une partie de celles qui le

jugeaient important en 2016 le jugent désormais essentiel.

La part des entreprises qui le jugent « secondaire » a légèrement progressé en trois ans, passant de 26 % à 33 %.

En 2019, parmi les entreprises qui jugent le numérique « essentiel », on rencontre autant de PME (20 %) que de TPE (18%). En revanche, parmi celles qui le jugent « secondaire », les TPE sont plus nombreuses (39 %) que les PME (16%).

### Importance du numérique



## Synthèse Entreprises

L'édition 2016 du Baromètre dressait un tableau assez sombre des usages numériques au sein des entreprises insulaires et de la place du numérique dans leurs stratégies de développement. Il enregistrait notamment une baisse significative (8 % entre 2014 et 2016) de la proportion d'entreprises disposant de sites web. Il s'interrogeait sur le recul marqué de deux fonctionnalités (*commande en ligne* et *paiement en ligne*) sur les sites web d'entreprise, des fonctionnalités qui semblaient pourtant bien installées en 2014.

Le Baromètre 2016 pointait également un recul de l'enthousiasme des entrepreneurs vis-à-vis du numérique. Il s'interrogeait, tant pour le numérique que pour l'e-commerce

comme vecteur d'élargissement de la clientèle, sur les causes de ce manque d'appétit : migration vers les réseaux sociaux, offre de site e-commerce peu adaptée, fin d'un dispositif de soutien public, manque de ressources pour mettre à jour et suivre la fréquentation ?

En 2019, les entreprises insulaires restent caractérisées par un moindre recours aux outils numériques qu'à l'échelle nationale. Elles sont moins nombreuses à posséder un site Internet (47 % contre 67 %). Ceci tient pour une très large part au poids important des TPE dans le système productif insulaire, comme au faible poids des entreprises de taille intermédiaire (ETI), deux fois inférieur à la moyenne nationale.

En Corse, l'équipement en logiciels et les usages numériques restent orientés majoritairement vers des fonctions de base : bureautique, comptabilité, partage de documents, gestion de la paie. La majorité des entreprises assurent le nécessaire, sans plus

L'édition 2019 marque cependant une inflexion positive par rapport à 2016.

- L'équipement en logiciels pour les outils de partage et de collaboration des entreprises a pratiquement doublé, alors que progresse le recours à des logiciels plus spécialisés.
- Près de 40 % des sites d'entreprise intègrent des fonctionnalités orientées vers la vente en ligne (commande en ligne ou paiement en ligne, suivi des commandes). Les pratiques de vente en ligne se développent, même si elles restent trop ponctuelles.
- Le télétravail, s'il demeure minoritaire, a plus que doublé depuis 2016 (de 11 % à 24 %).

D'autre part, ce baromètre 2019 permet de dresser trois profils-types parmi les entreprises dans leur rapport au numérique.

- 1 **Un profil d'entreprises « en transformation »** (environ 18 %, soit 8 points de plus qu'en 2016) qui misent clairement sur le numérique pour assurer leur développement et étendre leurs parts de marché. Ce sont aussi bien des TPE que des PME. Elles jugent le numérique « essentiel » pour leur activité (à 18 %) et elles forment leurs salariés à l'informatique et à Internet (à 15 %). Mieux organisées, plus ambitieuses, elles sont engagées dans une démarche de transformation numérique : elles s'appuient, pour leur fonctionnement

de base comme pour le développement de nouveaux outils, sur des prestataires, agences web et conseils en technologie, pour l'essentiel établis en Corse.

- 2 **Un deuxième profil d'entreprises « en attente »**. Il regroupe les 46 % d'entreprises qui jugent le numérique « important » pour leur activité mais qui restent cependant moins volontaristes dans leurs ambitions numériques.

- 3 **La troisième catégorie, les entreprises « en retrait »**, rassemble les 33 % d'entreprises qui jugent le numérique « secondaire » pour leur activité. Les TPE sont plus nombreuses que les PME dans ce cas, leur manque d'intérêt étant peut-être lié à leur faible niveau de ressources.

# Entreprises numériques (filiale numérique)

**Des entreprises orientées vers la maintenance et les applications Internet**

**Une filière encore très largement centrée sur le marché insulaire**

**Une filière polarisée entre des entreprises sans grandes perspectives de croissance et d'autres mieux armées pour se développer**

**Synthèse Entreprises numériques**

En 2012, l'Agence de développement économique de la Corse (ADEC) avait réalisé via le cabinet INNO TSD une étude de la filière numérique en Corse. Cette filière représentait environ 2% de l'emploi salarié. Les 150 à 200 entreprises, pesant 850 emplois, étaient constituées à hauteur de 94% par des TPE (moins de 10 salariés) et 49% d'entre elles n'avaient aucun salarié. L'étude pointait deux freins majeurs au développement de cette filière : la taille sous-critique des entreprises et un positionnement essentiellement tourné vers le marché local.

Selon l'Insee, les emplois dans les entreprises de la filière numérique représentaient en 2016 1,4% de l'emploi total de la Corse.

L'enquête 2019 apporte un nouvel éclairage sur la filière numérique insulaire. Ce secteur d'activité n'a pas surmonté les fragilités observées en 2012 : un tissu économique composé en grande majorité de TPE tournées essentiellement vers un marché insulaire peu stimulant.

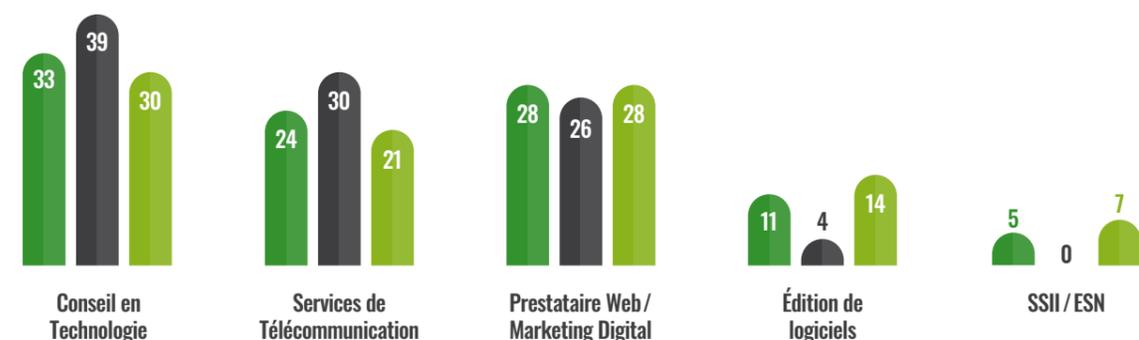
## Des entreprises orientées vers la maintenance et les applications Internet

En 2012 la filière numérique insulaire était caractérisée par deux activités principales : les services informatiques et télécommunications (32%) et le développement web (21%).

En 2019, 33% des entreprises numériques basées en Corse décrivent leur activité comme

conseil en technologie, 28% comme prestataire webmarketing et marketing digital et 24% comme fournisseur de services dans le domaine des télécommunications. Probablement en raison de leur taille modeste, seules 5% s'affichent comme « entreprise de services numériques » (ESN), une dé-

Domaines d'activité ..... Légende % Tous % Sans salarié % Avec salariés



nomination qui tend à se substituer à celle plus datée de SSII. 11 % se positionnent dans l'édition de logiciels (en région Pays de la Loire, selon l'OCRN<sup>11</sup>, ce secteur compte pour 27 %).

En 2019, 40 % des entreprises de la filière numérique sont orientées vers des prestations

de maintenance, assistance, administration et gestion des infrastructures informatiques. Les prestations liées aux applications Internet arrivent au second rang : conception-réalisation d'applications Internet (30 %) ou d'applications plus spécialisées (26 %), communication globale et marketing (23 %), hébergement (17 %).

Segment d'activité dans la filière

Légende %



## Une filière encore très largement centrée sur le marché insulaire

Comme le révélait en 2012 l'étude de l'ADEC, le positionnement de la filière numérique insulaire reste en 2019 majoritairement tourné vers le marché intérieur. 86 % des entreprises interrogées indiquent que leurs clients sont localisés en Corse, 10 % qu'elles en ont en Provence-Alpes-Côte d'Azur, 3 % seulement dans d'autres régions françaises et 1 % à l'international.

98 % d'entre elles déclarent prospecter essentiellement leurs clients en Corse. 34 % dé-

clarent cependant prospecter en Provence-Alpes-Côte d'Azur et 24 % dans les autres régions.

- 19 % des entreprises estiment n'avoir pas de concurrents.
- 58 % pointent l'existence de concurrents potentiels en Corse.
- 24 % pointent l'existence de concurrents sur le continent.

11. Observatoire Régional des Compétences Numériques, cf. Annexe. Sources.

L'exposition à la concurrence provenant de compétiteurs hors de Corse varie selon la taille des entreprises.

22 % des entreprises sans salarié qui assurent des prestations assez basiques auprès de clients situés dans un rayon géographique proche, et qui bénéficient probablement de relations interpersonnelles, estiment n'avoir

pas de concurrents ou se sentent exposées principalement à la concurrence de compétiteurs en Corse (78 %). 33 % des entreprises ayant plusieurs salariés, assurant des prestations plus sophistiquées, se sentent plus exposées à la concurrence d'entreprises de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ou d'autres régions françaises.

Localisation des concurrents

Légende % Régionale (Corse) % Nationale % Pas de concurrence

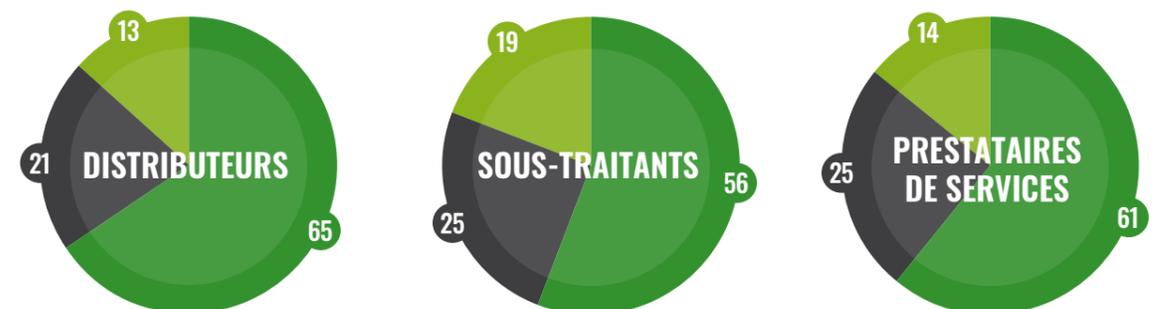


## Une diversification des partenariats vers Provence-Alpes-Côte d'Azur et d'autres régions françaises

Il convient de noter cependant une plus grande diversité géographique des partenaires (distributeurs, sous-traitants et prestataires de services) des entreprises interrogées : 21 % d'entre elles déclarent travailler avec des distributeurs de Provence-Alpes-Côte d'Azur (et 13 % d'autres régions), 25 % avec des sous-traitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur (19 % d'autres régions) et 25 % avec des prestataires de services de Provence-Alpes-Côte d'Azur (14 % d'autres régions).

Localisation des partenaires

Légende % Corse % PACA % Autres régions de France



Sous cet angle, un certain décloisonnement de la filière numérique corse s'observe au travers des interactions techniques ou commerciales qui tendent à s'affirmer avec des partenaires issus d'autres régions françaises, principalement du pourtour méditerranéen.

## Les entreprises de services et du commerce, premiers marchés de la filière

Comme c'était le cas en 2012, le poids de la commande publique dans l'activité des entreprises numériques est significatif. En 2019, 64% des entreprises mentionnent des administrations parmi leurs clients. Toutefois l'enquête 2019 met en évidence une part de la clientèle privée qui augmente, dans le secteur des services en premier lieu (78%), puis du commerce (75%) et du tourisme (44%).

## Une filière polarisée entre des entreprises sans grandes perspectives de croissance et d'autres mieux armées pour se développer

### Seule une entreprise sur cinq a connu une hausse de son chiffre d'affaires depuis deux ans

Interrogées sur l'évolution de leur chiffre d'affaires depuis deux ans<sup>12</sup>, seules 20% des entreprises numériques font état d'un chiffre d'affaires en hausse, 44% annoncent un chiffre d'affaires stable, 19% un chiffre d'affaires en diminution (dont 39% des structures sans salarié), 17% ne sachant pas ou ne souhaitant pas répondre.

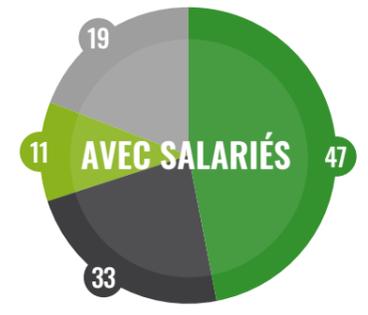
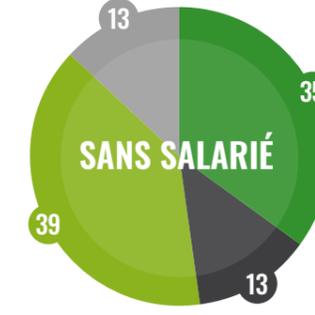
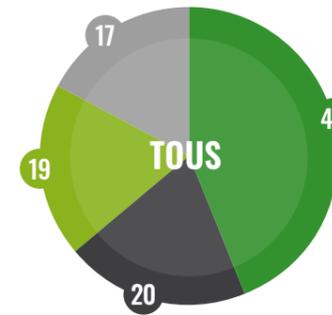
Cette polarisation entre un petit groupe d'entreprises qui voient leur activité se développer et celles qui se contentent d'exister et de persévérer se vérifie quand on les questionne sur leurs perspectives de croissance : 44% des entreprises s'attendaient à terminer l'année 2019 avec un chiffre d'affaires stable, 18% prévoyaient une progression de leur activité et 14% une diminution.

Seuls 13% des répondants déclarent avoir une visibilité à trois ans sur leur marché. La grande majorité se contente d'une visibilité à douze mois (64%) ou à six mois (21%). Seulement 15% des entreprises envisagent d'investir dans les prochaines années.

12. Dans le même temps le PIB de la Corse a progressé de 4% sur 2017 et 2018. Un CA stable traduit alors une moindre performance que le reste de l'économie insulaire.

### Evolution du CA depuis deux ans

Légende : % Stable (vert clair), % En hausse (vert foncé), % En diminution (gris), % Sans réponse (noir)



## Des perspectives modestes en matière de recrutement et de développement

Avec des perspectives de croissance modestes et une faible visibilité sur l'avenir, seules 5% d'entre elles avaient recruté un collaborateur en 2019 et 6% envisageaient lors de l'enquête de recruter dans les 12 mois suivants.

## La recherche de nouveaux clients et la qualité des produits en tête des objectifs

Interrogées sur leurs principaux objectifs de marché, 76% des entreprises mettent au tout premier plan la recherche de nouveaux

Seulement 16% des entreprises de la filière numérique ont financé des actions de formation.

Pour faire face à des pics d'activité ou à des demandes spécifiques des clients, le recours à des travailleurs indépendants concerne 20% des entreprises numériques.

Interrogées sur les secteurs qu'elles aimeraient renforcer, lucides au regard de leurs perspectives de croissance, 57% des entreprises répondent « aucun ». Toutefois 21% envisagent de renforcer leur capacité en matière de développement logiciel. 20% privilégieraient la production et 14% le management, y compris le marketing et la communication.

clients. Viennent ensuite des objectifs directement liés à la sécurisation de leur base de clients, en optimisant la qualité des prestations et des produits (72%). Suivent des objectifs plus directement assignables à un élargissement de la clientèle : faire évoluer les modes de distribution (61%), étendre la gamme de produits (58%) ou élargir les savoir-faire (58%).

Conscientes probablement qu'il est difficile de couvrir une large gamme de prestations,

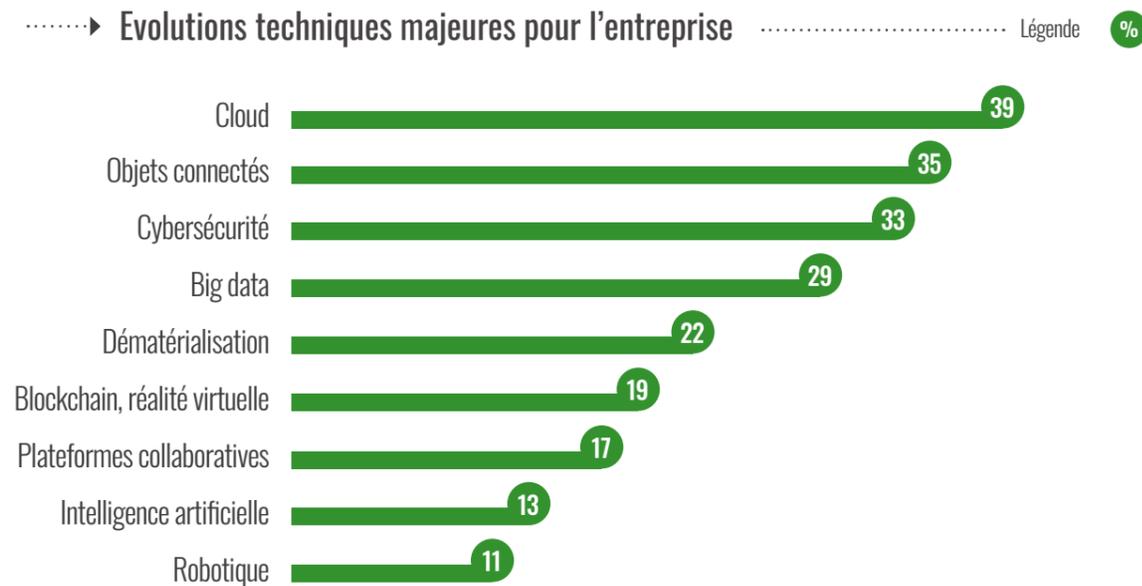
ou de leurs difficultés, compte tenu de leurs ressources, à satisfaire un plus grand nombre de clients, 56 % envisagent de se recentrer sur quelques produits et 33 % de se recentrer sur quelques clients.



## Le cloud, en tête des enjeux technologiques

entreprises de la filière plébiscitent l'activité dans le nuage (*cloud computing*), devant les objets connectés (35%), la cybersécurité (33%) et le big data (29%).

S'agissant des évolutions technologiques majeures pour l'avenir de l'entreprise, 39% des



## Des besoins d'accompagnement et de partage d'expériences

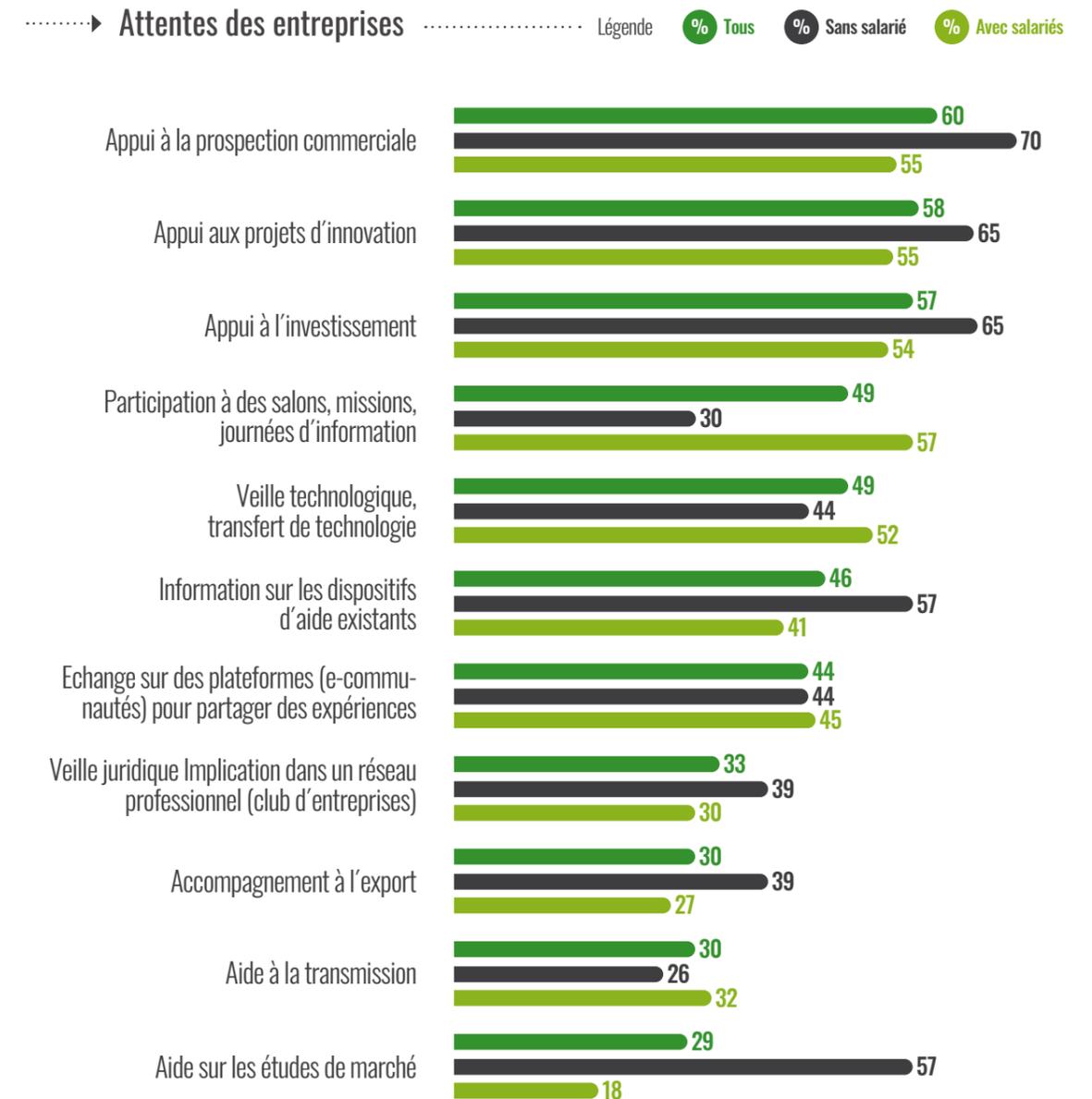
34 % des entreprises de la filière se jugent prêtes pour ces évolutions technologiques : les entreprises avec salariés sont plus nombreuses (37 %) à partager ce jugement que les entreprises sans salarié (26 %).

Interrogées sur leurs besoins prioritaires, actuels ou à venir, 60 % des entreprises de la fi-

lière mentionnent l'appui à la prospection commerciale, pratiquement au même niveau que l'appui aux projets d'innovation (58 %) et l'appui à l'investissement (57 %).

La collaboration inter-entreprises intéresse une entreprise sur trois : implication dans un réseau d'entreprises (33 %) et échange sur des plateformes pour partager des expériences (30 %).

46 % expriment des attentes en matière d'information sur les dispositifs d'aide existants.



## ..... Synthèse Entreprises numériques .....

La structuration d'une filière numérique figure à l'agenda des collectivités corses depuis de nombreuses années : axe 3.1 du POE FEDER, Stratégie Régionale de l'Innovation (SRI), Feuille de route de l'ADEC 2010-2014, Stratégie de spécialisation intelligente, Schéma régional de développement.

Cette ambition prenait en compte, notamment, l'existence de plusieurs formations initiales ouvrant sur des métiers relevant de l'informatique (formations post-baccalauréat au sein de l'Université, au sein des lycées, ainsi qu'à l'Afpa) et sur l'intégration des TIC dans la carte de formation de l'Université de Corse. Cependant un certain nombre d'initiatives et de programmes annoncés n'ont pas vu le jour ou ont tourné court.

L'étude ADEC de 2012 avait mis en relief la faiblesse de la filière numérique en Corse. Le présent Baromètre tend à confirmer le diagnostic.

La filière numérique corse cumule cinq handicaps :

- 1 Elle est composée très majoritairement de très petites sociétés, de petites équipes ;
- 2 Elle reste principalement (à 86 %) tournée vers le marché insulaire ;
- 3 Sa clientèle est composée pour l'essentiel de TPE et de PME, aux budgets informatiques serrés. De fait, seule une entreprise insulaire sur quatre fait appel à des prestataires ;
- 4 Elle ne bénéficie pas, comme c'est le cas dans la plupart des régions françaises, d'un ou de plusieurs acteurs de

taille suffisante ou fortement spécialisé (éditeur de logiciels, entreprise de services numériques, start-up en forte croissance, etc.) qui puisse jouer un rôle d'entraînement ;

- 5 Elle éprouve une certaine difficulté à « faire écosystème ». En concurrence sur un marché étroit, parfois auprès des mêmes clients, les entreprises numériques corses ne sont pas engagées dans une dynamique de coopération. De surcroît elles ne bénéficient d'aucune labellisation.

Le Baromètre 2019 met en relief l'existence d'une majorité d'entreprises numériques sans grandes perspectives de croissance (63 % d'entre elles ont vu leurs chiffres d'affaires stagner ou régresser les deux années précédentes).

Il existe en revanche un groupe de tête d'entreprises mieux armées pour développer leur activité propre et concourir au développement de l'ensemble du tissu économique insulaire. Elles détiennent plusieurs des leviers nécessaires à leur développement.

- Chiffre d'affaires en hausse (20%) ;
- Visibilité sur leur activité à trois ans (13%) ;
- Diversification des clients (10 % en Provence Alpes Côte d'Azur, 3 % dans les autres régions françaises) ;
- Diversification géographique des partenaires (distributeurs, sous-traitants et prestataires de services) ;

- Financement d'actions de formation (16%) ;
- Projet d'investissements dans les prochaines années (15%).

En Corse, la filière numérique a tant bien que mal accompagné le système productif insulaire dans l'appropriation des technologies web et de l'e-commerce. Dans ce domaine le développement d'une infrastructure de *cloud computing* à partir de la Corse pourrait stimuler le marché à la fois de l'offre et de la demande.

Les acteurs publics pourraient encourager l'émergence de cette offre de *cloud territorial* et sa mise à disposition auprès de la filière numérique insulaire afin qu'elle puisse accompagner la transition numérique de l'ensemble des entreprises. Il conviendra de veiller à ce que les prestataires numériques en Corse puissent acquérir et disposer des compétences nécessaires pour conseiller les entreprises clientes dans le choix d'un fournisseur, pour faire migrer les applications existantes et mettre en place des outils de suivi et d'automatisation.

On a noté que le poids de la commande publique dans l'activité de la filière reste significatif. En intégrant des approches de type plateforme (à base d'interopérabilité et d'interfaces de programmation), la commande publique pourrait stimuler la montée en compétences des prestataires numériques corses.

Enfin, si les tentatives antérieures de susciter des clubs d'entreprises ont tourné court, l'enquête 2019 révèle des attentes de coopération au sein de la filière, notamment en matière de partage d'expériences.

# Conclusion

Dans le Baromètre numérique 2016, la Collectivité de Corse rappelait son objectif « (...) d'assurer de façon permanente la construction d'un Internet ambitieux, au service du développement de la Corse, dans l'intérêt de tous ses habitants ». Plus récemment, le Président de la Collectivité de Corse, lançant la démarche « smart-isula », support de l'écriture d'un nouveau Schéma Directeur Territorial d'Aménagement Numérique de Corse, exprimait le souhait « que la Corse soit un territoire inclusif qui saura s'adapter dans un monde connecté pour développer de nouvelles solidarités et relever les nouveaux défis de notre siècle ».

Le présent Baromètre, réalisé au dernier trimestre de l'année 2019, se situe au moment du lancement de la démarche stratégique de la Corse en matière numérique et avant la crise sanitaire du premier semestre 2020. Il offre une image contrastée du numérique en Corse.

Parmi les trois populations étudiées (individus, entreprises, filière numérique) se distinguent différents niveaux de maturité et de prise de conscience. Dans chacune des trois populations, on voit émerger un « groupe de tête », pleinement engagé dans la transition numérique alors qu'un autre, à l'inverse, s'en tient à l'écart. Entre les deux, plus ou moins contraint, « on fait avec » le numérique.

Ainsi, pour 37 % des individus adultes (44 % de l'ensemble des Corses connectés), le numérique tient ses promesses et fait partie de leur vie quotidienne. Ils tirent parti du numérique pour entretenir et élargir leur réseau de relations, pour étendre leur capacité d'agir, se faire entendre et apprendre. Bien qu'ils utilisent massivement les services des géants du web et des grands acteurs nationaux, ils représentent un public potentiel pour le développement d'une offre numérique endogène. Du côté des entreprises, le groupe de tête plus étroit (18 %), constitué aussi bien de TPE que de PME, mise clairement sur le numérique pour assurer son développement et étendre ses parts de marché. Ces entreprises s'appuient pour leur fonctionnement de base comme pour le développement de nouveaux outils sur des prestataires, agences web et conseils en technologie, pour l'essentiel établis en Corse.

Enfin, en ce qui concerne la filière numérique, le groupe de tête est d'un poids équivalent (moins du cinquième des entreprises) si l'on considère celles qui détiennent l'ensemble des leviers nécessaires à leur développement : bonne santé économique et capacité d'investissement, visibilité sur leur marché, diversification géographique des clients et partenaires.

La Corse peut-elle accepter qu'une partie de sa population ne bénéficie pas des atouts du numérique, voire y renonce, au risque de se marginaliser, socialement et culturellement ? Il convient de s'interroger sur l'illectronisme qui pénalise 15 % des individus, même si cette prise de distance avec le numérique est parfois tranquillement assumée. Comment épau-

ler les 20 % d'individus qui utilisent Internet mais rencontrent des difficultés face aux outils informatiques ? Comment s'adresser aux entreprises qui jugent « secondaire » le recours au numérique et à Internet (elles représentent 33 % des entreprises interrogées, dont près de 40 % des TPE) ? Comment redonner des perspectives aux entreprises de la filière numérique et notamment à celles (19 %) qui font état d'un chiffre d'affaires en baisse ?

Les institutions publiques pourraient s'impliquer davantage encore dans une politique d'inclusion numérique en s'appuyant sur les initiatives de terrain, au travers d'un maillage territorial de lieux hybrides de médiation et d'un accompagnement au numérique prolongé tout au long de la vie, de la maternelle à la retraite.

Elles pourraient encourager l'émergence de ces communautés de « geeks » - développeurs, militants de l'open source, makers, activistes du numérique, contributeurs actifs à Wikipedia ou OpenstreetMap - qui constituent souvent le « terreau » qui permet de promouvoir des usages plus collaboratifs, de stimuler la filière numérique et d'élever le « niveau d'exigence numérique » de la population.

Il conviendrait également d'accompagner la filière numérique en Corse afin qu'elle s'organise en écosystème pour susciter une dynamique vertueuse de stimulation de l'offre par la demande et inversement.

Cette offre de la filière pourrait contribuer à démontrer que les usages numériques ne se résument pas aux réseaux sociaux et aux seules plateformes des géants du web, en façonnant de nouveaux services à partir des initiatives et des besoins issus des territoires.

En période de confinement, des outils numériques ont amplifié les ressorts d'entraide et de solidarité au sein de la société insulaire. La mobilisation des collectivités, associations, entreprises et collectifs citoyens a tiré parti du numérique. Des plateformes réalisées par des Corses pour les Corses ont vu le jour

pour mettre en relation ceux qui avaient besoin d'aide et ceux qui pouvaient aider. Des applications numériques ont accéléré le passage au e-commerce ou permis la mise en place de circuits courts. Le réseau de makers Uniti, des fablabs, des entreprises technologiques ainsi que des particuliers se sont mobilisés pour concevoir, fabriquer, financer ces nouveaux outils et services.

Ce baromètre 2019 n'incite ni à l'optimisme, ni au pessimisme, mais il appelle à être beaucoup plus combatif pour que la société insulaire puisse accéder à un développement numérique choisi plutôt que subi. C'est toute l'ambition du projet collectif qui se dessine autour de « smart-isula »<sup>13</sup> pour faire de la Corse un territoire connecté, inclusif et en transition.

13. Cf. [www.smart-isula.corsica](http://www.smart-isula.corsica)

# Annexes

## Méthodologie

La Collectivité de Corse a confié au groupement Items International / Groupe MV2 la nouvelle étude du niveau d'appropriation des TIC en Corse en vue de l'élaboration du baromètre Corse Numérique 2019.

Cette édition se distingue des précédentes sur trois points. L'enquête est centrée non plus sur les ménages, mais sur les individus, afin de favoriser les comparaisons interrégionales. Elle comporte en outre un focus sur les jeunes

âgés de 12 à 17 ans. Autre nouveauté : une première enquête consacrée spécifiquement aux entreprises corses exerçant une activité dans le domaine de l'informatique, des télécommunications et d'Internet.

Les taux de réponse ont été conformes aux attentes puisque, pour la totalité des échantillons, les entretiens effectués ont atteint le volume requis. Les redressements éventuellement effectués fournissent des résultats représentatifs, avec une marge d'erreur qui évolue en fonction de la taille de l'échantillon (Cf. tableau ci-dessous).

Cibles de l'étude	Taille de l'échantillon	Valeur autour de 50 %	Valeurs autour de 60 % ou de 40 %	Valeurs autour de 70 % ou de 30 %	Valeurs autour de 80 % ou de 20 %	Valeurs autour de 90 % ou de 10 %
Individus	1020	+/- 3,1	+/- 3,0	+/- 2,8	+/- 2,5	+/- 1,8
Jeunes 12-17 ans	80	+/- 11,0	+/- 10,7	+/- 10,0	+/- 8,8	+/- 6,6
Entreprises	320	+/- 5,5	+/- 5,4	+/- 5,0	+/- 4,4	+/- 3,3
Filière TIC	80	+/- 11,0	+/- 10,7	+/- 10,0	+/- 8,8	+/- 6,6

Par ailleurs, le choix a été fait de distinguer les entreprises de la filière numérique des autres secteurs d'activité, compte tenu de l'effet d'entraînement potentiel de ces entreprises sur les autres pour la transition numérique.

Au total, les cibles choisies, individus et entreprises, complétées par le regard sur les jeunes d'une part, sur la filière numérique de l'autre, permettront aux décideurs de proposer des mesures pour que se dessine une stratégie numérique ambitieuse au service de tous.

Reste à formuler le souhait que des initiatives semblables continuent d'être mises en œuvre dans d'autres régions, un apport qui s'est peu à peu relâché.

L'enquête a été conduite entre octobre et décembre 2019, avant la période de crise sanitaire et de confinement.

## Caractéristiques des répondants

### INDIVIDUS + DE 18 ANS

- Mode de recueil : Téléphone (fixe et mobile)
- Taille de l'échantillon : 1020 interviews parmi les 266 555 habitants de 18 ans et + selon le dernier recensement Insee (2015).

Les individus ayant répondu à l'enquête sont représentatifs de la population corse selon la méthode des quotas par département, territoire, sexe, tranche d'âge et CSP.

Le basculement de l'interrogation des ménages vers celui des individus a permis une investigation plus poussée sur les usages numériques en Corse, ce qui limite toutefois la portée des comparaisons avec les enquêtes menées en 2014 et 2016.

### INDIVIDUS 12-17 ANS

- Mode de recueil : Téléphone (fixe et mobile)
- Taille de l'échantillon : 80 interviews parmi les 20 380 habitants de 12 à 17 ans selon le dernier recensement.

Les individus ayant répondu à l'enquête sont représentatifs de la population corse selon la méthode des quotas par département, territoire, sexe, tranche d'âge et CSP de la personne référente du ménage où vit l'interviewé.

### ENTREPRISES

- Mode de recueil : Téléphone.
- Taille de l'échantillon : 320 interviews à partir du fichier MV2 2016 actualisé selon la méthode des quotas par département, typologie (PME/TPE), territoire et secteur d'activité. A la différence de 2016, les

acteurs de la filière touristique n'ont pas fait l'objet d'un questionnaire spécifique ; ils comptent pour environ 10% de l'ensemble des entreprises interrogées ici.

En vue de mieux prendre la mesure de la maturité numérique des entreprises basées en Corse, le présent baromètre numérique a renouvelé une partie du questionnaire et introduit plusieurs nouveaux indicateurs.

### ENTREPRISES NUMÉRIQUES

- Mode de recueil : Par téléphone.
- Taille de l'échantillon : 80 interviews.

Le fichier de départ était constitué de 266 références récupérées manuellement à partir du site de l'Espace Numérique Entreprises de Corse. Après dédoublement, 251 adresses ont été conservées par téléphone/numéro de SIREN et nom, dont 166 munies de coordonnées téléphoniques.

30% de l'échantillon concerne des structures fonctionnant avec une seule personne qui porte l'activité (auto-entrepreneur, travailleur indépendant ou profession libérale), donc avec une raison sociale sans aucun salarié.

## Segmentation des individus « connectés »

La typologie présentée en conclusion de la partie « Individus » s'appuie dans un premier temps sur une analyse des correspondances multiples (ACM), qui vise à étudier la proximité des individus en fonction de leur réponses aux "variables actives" (deux individus sont proches si leurs réponses aux questions sont proches).

Dans un deuxième temps, une classification ascendante hiérarchique (CAH) permet

de regrouper les internautes en quatre profils en fonction de leur ressemblance sur les variables actives. Enfin, on décrit ces profils en s'appuyant sur un ensemble de questions complémentaires, appelées « variables illustratives ».

Les variables utilisées pour la construction de cette typologie sont notamment l'équipement numérique, le niveau d'aisance général ressenti face aux outils numériques, la fréquence des usages effectifs, les perspectives d'évolution.

## ∴ Sources<sup>14</sup>

**Collectivité de Corse**, « Baromètre numérique Corse », 2016.

**Collectivité de Corse**, « Baromètre numérique Corse », 2014.

<https://data.corse.fr/explore/?refine.theme=TIC&sort=modified>

## Usages numériques des individus

**Conseil National du Numérique**,

« L'accessibilité numérique, entre nécessité et opportunité », Paris, février 2020.

[https://cnnumerique.fr/publication\\_rapport\\_accessibilite\\_numerique](https://cnnumerique.fr/publication_rapport_accessibilite_numerique)

**CREDOC, ARCEP, CGE & Agence du Numérique**,

« Baromètre du numérique 2019. Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française », Paris, 2019.

<https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-2019>

**Groupement d'intérêt scientifique (GIS)**

**M@rsouin**, Fondation Internet Nouvelle Génération (FING) & World Internet Project, « Enquête ANR Capacity sur les usages numériques des Français », *Premiers résultats*, 9 mars 2017.

<https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/enquete-capacity-world-internet-project/>

**Groupement d'intérêt scientifique (GIS) M@rsouin**,

Région Bretagne, avec le concours de l'Agence du Numérique, de France Très Haut Débit, du Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET) et de la région Bourgogne-Franche-Comté, « Enquête CAPUNI sur l'évolution des usages du numérique en Bretagne », juin 2019.

<https://www.marsouin.org/mot303.html>

**IEA** (Association Internationale pour l'Évaluation du rendement scolaire), « Rapport d'enquête internationale ICILS (International Computer and Information Literacy Study) », 2018.

**Institut national de la statistique et des enquêtes économiques** (Insee), « L'économie et la société à l'ère du numérique », *Insee Références*, novembre 2019.

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/4238635>

## Entreprises

**Association française pour le nommage en coopération (Afnic)**, « La présence en ligne chez les TPE/PME », *Étude Réussir avec le web*, décembre 2019.

[https://www.afnic.fr/fr/l-afnic-en-bref/actualites/actualites-generales/11749/show/resultats-de-l-etude-afnic-reussir-avec-le-web-sur-la-presence-en-ligne-des-tpe-pme.html?pk\\_campaign=newletter](https://www.afnic.fr/fr/l-afnic-en-bref/actualites/actualites-generales/11749/show/resultats-de-l-etude-afnic-reussir-avec-le-web-sur-la-presence-en-ligne-des-tpe-pme.html?pk_campaign=newletter)

**DARES-Ministère du travail**, « Quels sont les salariés concernés par le télétravail ? », *Analyse*, novembre 2019.

**Digital Wallonia.be & Agence du numérique Belgique**, « Baromètre 2018 de maturité numérique des entreprises wallonnes », 2018.

**Insee**, « Équipements et usages dans les établissements scolaires », « Accès à Internet et présence sur le Web des entreprises », « Accès à Internet et présence sur le Web des entreprises selon leur taille », « Accès à Internet et présence sur le Web des entreprises selon le secteur d'activité », « Nouveaux outils et technologies de travail dans les entreprises », « Spécialistes et compétences informatiques dans les entreprises », In *L'économie et la société à l'ère du numérique*, cf supra.

**Insee**, « Les TIC et le commerce électronique dans les entreprises en 2018 », *Insee Résultats*, avril 2019.

## Filière numérique

**Agence de développement économique de la Corse (ADEC) - INNO TSD**, « Étude sur la filière numérique de Corse », 2012.

**Commission européenne - DESI** (Digital Economy & Society Index), « Indices relatifs à l'économie et à la société numériques », *Rapport par pays : France*, 2019.

**Insee** : « Démographie des entreprises des TCSI », « Activité économique des entreprises des TCSI », « Emploi salarié dans les TCSI », « Emploi dans les TCSI en régions », in

*L'économie et la société à l'ère du numérique*, cf supra.

**Observatoire Régional des Compétences Numériques** (Région Pays de la Loire),

« Enquêtes et baromètres », 2018, 2019.

<https://orc.fr/>

**SYNTEC numérique e& KPMG**, « Panorama de la transformation des Entreprises de Services Numériques (ESN) », 2ème édition, Paris, 2019.

14. Les adresses Internet associées renvoient aux documents de référence disponibles en date du 15 avril 2020

# Mentions légales

---

**Rapport de la Collectivité de Corse sur l'étude du niveau d'appropriation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Corse dans le cadre de l'élaboration du "Baromètre Corse numérique".**

---

**Direction :** Hervé Rannou

**Édition :** Items International

**Conception graphique :** Mathieu Drouet

**Rédaction :** Françoise Massif-Folléa, Pierre Orsatelli, Maurice Ronāi avec le concours de la Direction de l'aménagement et de la transformation numérique de la Collectivité de Corse

---

Les données brutes, support de ce baromètre sont disponibles sous Licence Ouverte sur la plateforme <https://www.data.corsica>

---

Ce document est disponible en téléchargement sur le site <https://www.numerique.corsica> sous Licence Creative Commons BY NC ND (attribution / pas d'utilisation commerciale / pas de modification).

