



BAROMÈTRE 2016

# Étude sur le niveau d'appropriation des TIC en Corse

Ménages / Collectivités locales / Entreprises / Tourisme / Éducation



Collectivité Territoriale de  
**CORSE**  
Cullettività Territoriale di  
**CORSICA**

Je suis heureux de vous présenter l'édition 2016 du baromètre Corse Numérique, après les éditions 2009, 2011 et 2014. Il rend compte des transformations profondes qu'amène le Numérique dans la société insulaire. Les lecteurs y trouveront les marqueurs de la poursuite des efforts de l'ensemble des citoyens, entreprises, collectivités pour prendre toute leur place dans l'ère digitale. Ce baromètre Corse Numérique 2016 offre un ensemble de données et d'indicateurs sur les tendances observées dans les ménages, les collectivités locales, les entreprises, le monde éducatif.

En 2014 les indicateurs de pénétration des équipements numériques étaient dans la moyenne nationale, et parfois la dépassaient, alors que les usages restaient légèrement en retrait. Comme si l'engouement technologique masquait les quelques retards dans les niveaux d'usages.

Les chiffres de 2016 confirment la poursuite du mouvement engagé en 2014, ils dévoilent aussi un appétit nouveau pour des usages plus innovants. Quelques ombres assombrissent ce tableau, notamment le recul constaté des sites d'e-commerce des très petites entreprises insulaires hors du secteur touristique, et celui des sites Internet publics des petites collectivités.

Le baromètre 2016 permet de mesurer les progrès accomplis, nos forces et nos faiblesses. S'il fallait en extraire les points-clés, je les formulerais ainsi :

Globalement, en matière de Numérique la Corse avance et se situe dans les mouvements constatés au niveau national et européen. L'engouement pour les technologies reste particulièrement fort si l'on se réfère au niveau d'équipement de l'ensemble de la société.

Toutefois force est de constater qu'en dessous de certains seuils (taille de l'entreprise, taille de la collectivité, nombre de personnes dans le foyer, catégorie socio-professionnelle), le Numérique est parfois plus subi que maîtrisé.

Par ailleurs, les primo-adoptants (early adopters) restent trop isolés pour permettre l'ancrage d'une culture de l'innovation dans la société insulaire.

A côté de cela, la fracture numérique s'accroît. Elle touche de plus en plus les CSP-, nos TPE ou nos petites communes. Elle appelle, pour la combattre, la mise en œuvre de nouvelles solidarités, de nouveaux modes d'accompagnement, afin d'éviter la marginalisation d'une partie de notre société vis à vis des usages numériques.

Ainsi notre action publique en faveur du Numérique doit s'amplifier. Nous devons mener une politique de médiation et d'accompagnement inclusive. Aux côtés de notre réseau de la médiation numérique, le tissu entrepreneurial de nos sociétés de services informatiques aura un rôle moteur à jouer afin que chacune des composantes de notre société puisse s'épanouir et s'émanciper dans l'ère digitale.

**Jean-Christophe Angelini**  
Président de l'ADEC

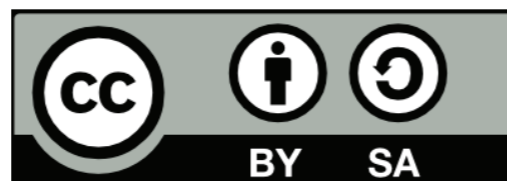
**Rapport de la Collectivité Territoriale de Corse sur l'état des lieux du niveau d'appropriation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Corse dans les foyers, les entreprises, les collectivités, ainsi que dans les secteurs du tourisme et de l'éducation.**

La Collectivité Territoriale de Corse s'est engagée fermement en faveur de l'aménagement numérique de son territoire. Cette politique est guidée par la volonté d'ancrer la Corse dans la société de la connaissance et du savoir.

Pour assurer la réussite de sa politique CORSE NUMÉRIQUE, la Collectivité Territoriale de Corse s'est dotée de moyens nécessaires à l'observation, l'évaluation, la prospective et la veille dans le domaine du numérique.

Les données complètes qui ont fourni le support de ce baromètre sont disponibles sur la plateforme <http://data.corse.fr/>.

**Direction** : Hervé Rannou  
**Édition** : Items International (items.fr)  
**Conception graphique** : Péricard Conseil  
**Impression** : A COMPLETER  
**Rédaction** : Françoise Massit-Folléa, Pierre Orsatelli, Jézabel Roullée



Cette œuvre est mise à disposition sous la licence Paternité - Partage à l'identique 2.0 France (CC BY-SA 2.0)

## SOMMAIRE

- Edito..... 3
- Chiffres-clefs 2016..... 4
- **Ménages**..... 10
- **Collectivités**..... 18
- **Entreprises** (Hors secteur touristique) **22**
- **Entreprises touristiques**..... 26
- **Éducation**..... 30
- **Synthèse générale**..... 34
- Méthodologie..... 35
- Caractéristiques des répondants..... 36
- Sources statistiques complémentaires 37
- Glossaire..... 38



# Chiffres clés

## MÉNAGES

Le niveau d'équipement numérique des foyers insulaires a encore progressé depuis 2 ans et les internautes corses ont de plus en plus tendance à accéder à l'internet via leur téléphone mobile pour devenir progressivement des «mobinautes».

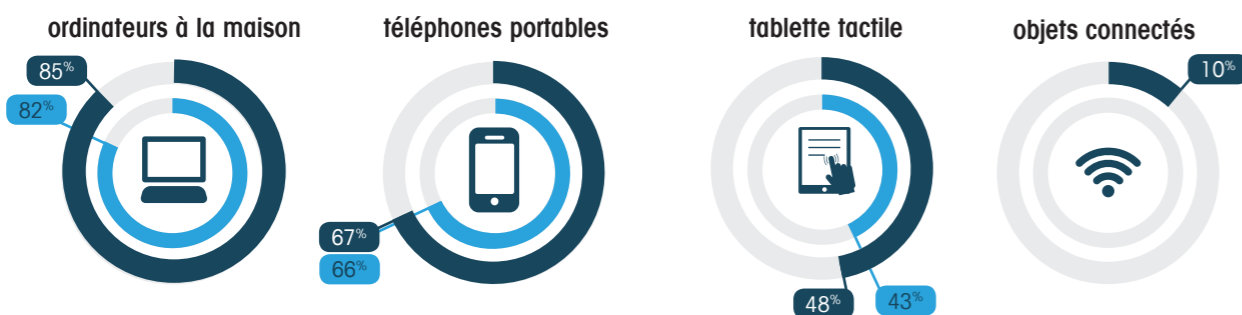
En matière d'équipements numériques, les chiffres sont désormais supérieurs à la moyenne nationale. On notera en particulier que 95% des ménages insulaires sont équipés d'un téléphone mobile, dont 79% de smartphones (+10 points depuis 2014 et +21 points par rapport à la moyenne française).

Il faut noter que les usages avancés, encore peu nombreux, sont sollicités par les Catégories Socio-Professionnelles supérieures (CSP+ : cadres,

chefs d'entreprise) : 88% des cadres, professions libérales et intellectuelles supérieures contre 36% des ouvriers déclarent effectuer des démarches administratives en ligne ; les mêmes CSP+ sont 25% à faire des achats en ligne 2 à 3 fois par semaine, alors que la moyenne des enquêtés en Corse, pour une fréquence identique, s'établit à 11%.

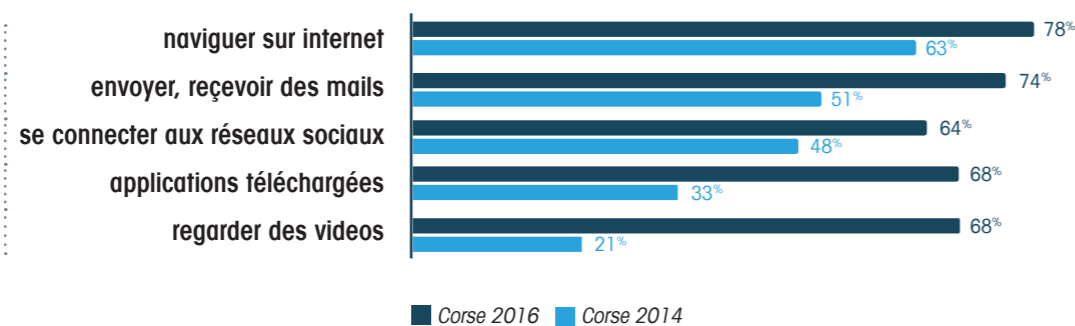
Ainsi, une fracture numérique d'origine sociale est aujourd'hui observable en Corse. Elle ne l'était pas dans les baromètres précédents. Il est donc nécessaire de se préoccuper encore davantage de l'accompagnement des publics, afin de favoriser une appropriation généralisée et responsable des pratiques numériques.

## Equipements



## Usages mobiles

Progression des usages du téléphone mobile (%)



## COLLECTIVITÉS

L'ensemble des collectivités de Corse possède désormais au moins un ordinateur et une connexion Internet.

Pour la téléphonie mobile, le niveau d'équipement se heurte aux réalités des zones blanches (71% mentionnent ce handicap) et aux contraintes budgétaires, notamment pour les petites communes.

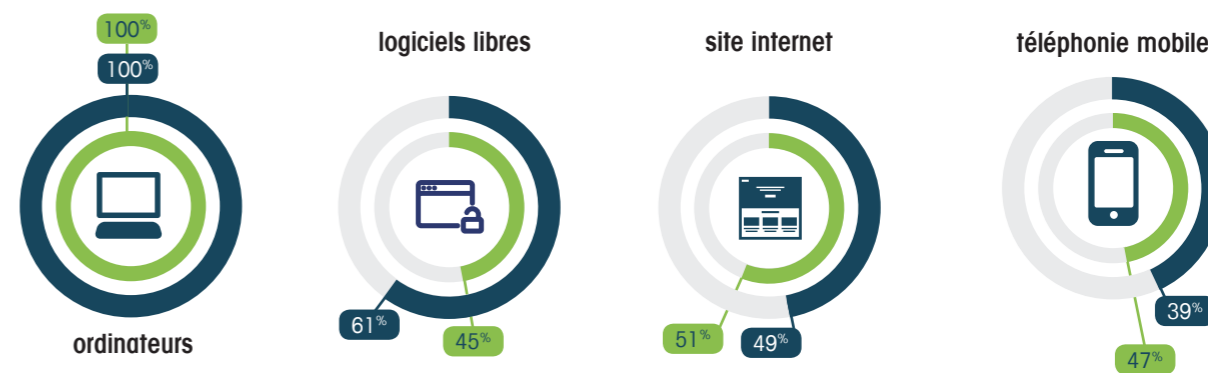
Dans ce contexte contraint les tablettes numériques font leur apparition avec 16% de collectivités équipées, et jusqu'à 35% pour les collectivités de + 500 habitants.

Si la présence de sites internet est encore modeste (51% des collectivités en sont pourvues), elles sont plus nombreuses à prévoir d'en créer un (56% en 2016 contre 44% en 2014).

Enfin l'attention portée par les collectivités insulaires à la formation numérique des personnels est en progression soutenue (22% des collectivités s'inscrivent dans ce mouvement, elles n'étaient que 12% en 2014.).

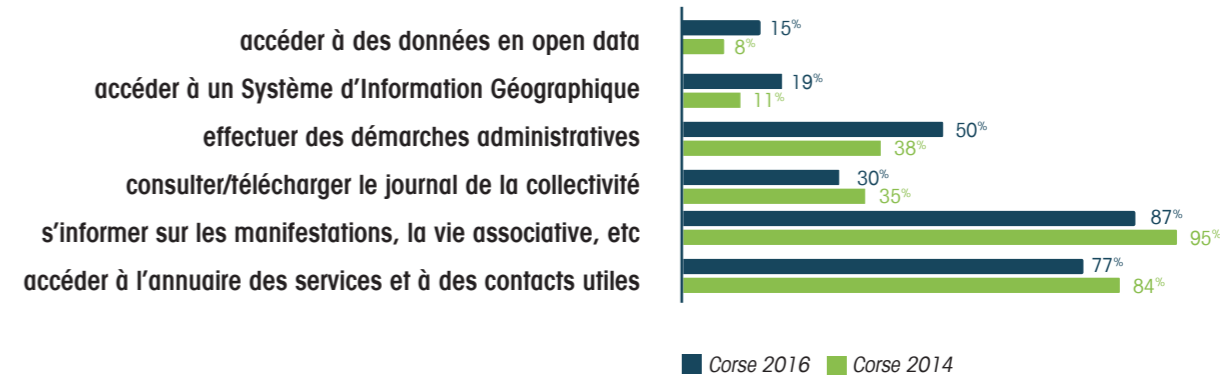
Toutefois le niveau d'appropriation du numérique apparaît en dessous des attentes, comme l'indique un scepticisme croissant vis-à-vis des avantages du numérique.

## Equipements



## Usages

Contenus des sites Internet des collectivités (%)



## ENTREPRISES (HORS TOURISME)

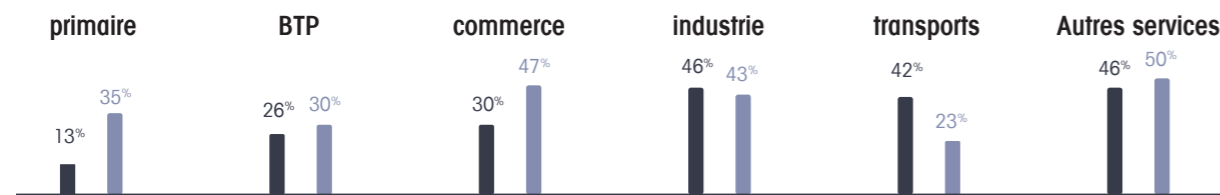
En 2016, l'existence de sites web d'entreprise en Corse (présents pour 32% des entreprises) connaît une baisse significative (-8 points). Cependant, selon les secteurs d'activité, les variations sont importantes;

On constate en effet une très forte diminution pour le secteur agricole et le commerce mais une forte progression pour les transports. La baisse est encore plus importante pour les TPE insulaires (-9) que pour les PME (-4). Outre le fait que les TPE, majoritaires en Corse, sont globalement moins présentes sur le web (29%, contre 46% des PME), cette baisse nécessite un complément d'analyse car elle peut avoir de multiples causes : une migration vers les réseaux sociaux, une offre de site e-commerce peu adaptée, la fin d'un dispositif de soutien public, le manque de ressources pour mettre à jour et suivre la fréquentation.

Une autre tendance vient noircir ce constat, avec le recul marqué de deux fonctionnalités que l'on pouvait considérer comme installées : « commande en ligne » (passées de 53% en 2014 à 31% en 2016) et « paiement en ligne » (en chute de 19 points en deux ans).

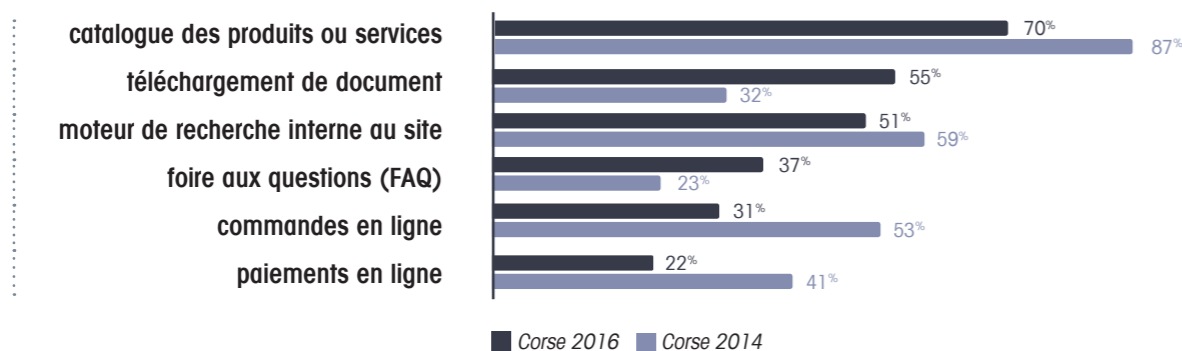
Des projets d'innovation numérique émergent, mais la tendance est loin d'être affirmée. D'autant que l'enthousiasme des entrepreneurs corses vis à vis du numérique est en recul : ils ne sont plus que 76% (contre 81% en 2014) à considérer que les TIC contribuent au développement de leur activité. Cela mérite une attention soutenue afin de remédier à cette perte de confiance génératrice de fracture numérique, mais aussi, potentiellement, de perte de compétitivité.

### Equipements ↗



### Usages →

Fonctionnalités des sites Internet (%)



## ENTREPRISES TOURISTIQUES

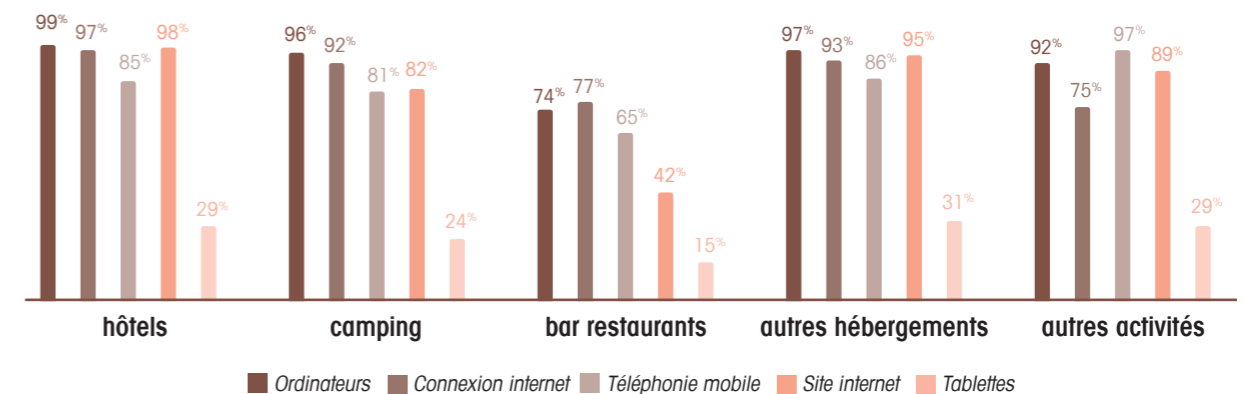
Le niveau moyen des équipements des entreprises touristiques insulaires (hors Offices de Tourisme) dépasse largement celui de l'ensemble des entreprises de Corse.

On constate chez elles la même tendance à se servir de plus en plus du téléphone mobile pour envoyer les mails (+15 points, à 83%) et pour naviguer sur internet (+15 points, à 82%). En ce qui concerne la présence de sites internet, les prestataires touristiques qui accusaient un retard en 2014 enregistrent une forte progression : 94%, soit +12 points, pour les campings et 57%, soit +15 points, pour les bars-restaurants.

Les sites internet des entreprises touristiques sont désormais plus interactifs et prennent mieux en compte les attentes des utilisateurs. En effet l'accès aux données en temps réel fait un bond et les possibilités de paiement en ligne progressent de 10 points (à 38%).

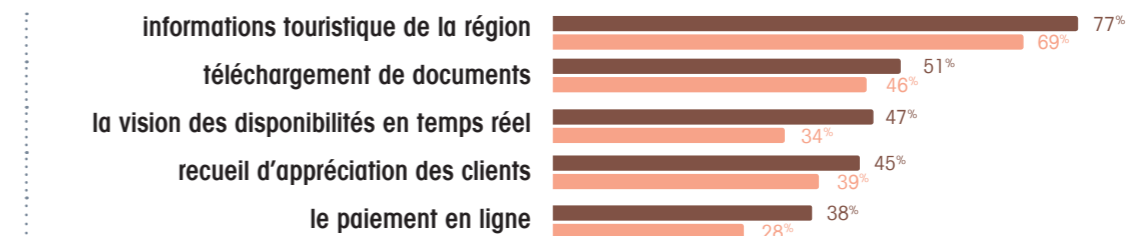
L'actualité en ligne (69%) ou encore la presse spécialisée (49%) sont les moyens les plus plébiscités pour se tenir informé des nouveautés en matière d'usages des TIC. On note que seulement 29% des répondants déclarent ne jamais s'y intéresser, un chiffre en baisse de 10 points par rapport à 2014.

### Equipements ↗



### Usages →

Fonctionnalités des sites Internet (%)



## EDUCATION

Dans les écoles (maternelles et élémentaires) et les collèges, le nombre d'élèves par ordinateur a augmenté en 2016 ; la Corse est désormais moins bien placée que la moyenne nationale. A l'inverse, dans les lycées, le retard de 2014 a été comblé.

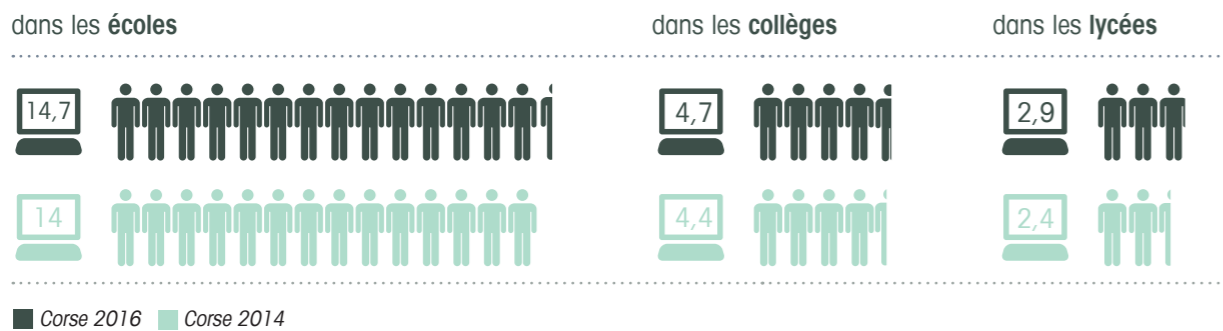
Désormais 96% des établissements scolaires sont connectés en haut débit (+ 5 points), avec 100% des lycées grâce au réseau mis en place par la CTC. 59% des établissements disposent d'un réseau wifi (+ 11 points), mais seulement 36% des collèges.

L'usage du vidéoprojecteur (passé de 78% à 81%) reste dominant. Mais le recours au tableau numérique interactif a progressé, de 58% à 63%.

Les usages des TIC sont plébiscités, tant pour l'organisation administrative qu'en matière pédagogique. On remarque cependant que les membres de la communauté éducative sont un peu plus nombreux qu'en 2014 à en considérer les contraintes. De ce fait ils sont plus nombreux à se former (57%, soit une progression de 11 points).

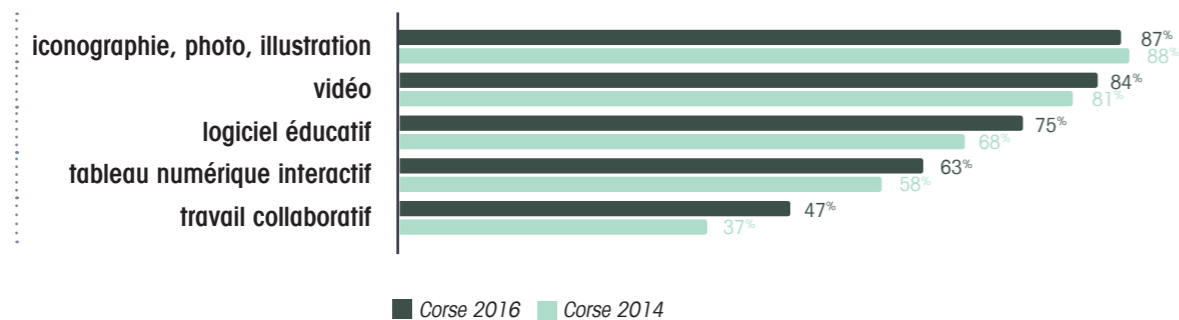
### Equipements ↗

Nombre d'élèves par ordinateurs



### Usages ↗

Usages des TIC en classe (%)

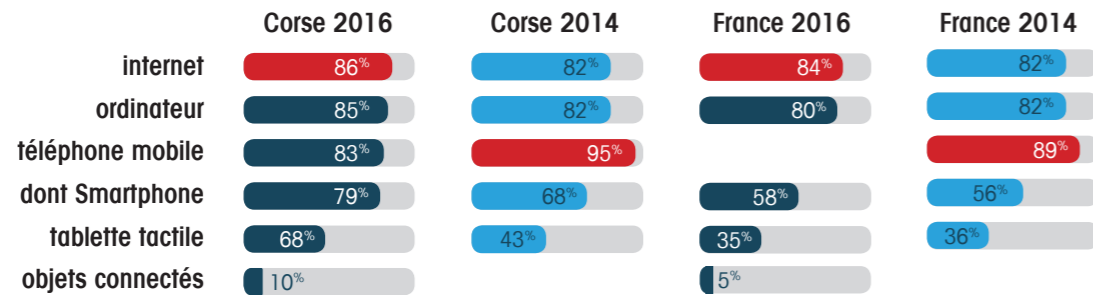


# Appropriation des TIC par les ménages

## UN TAUX D'ÉQUIPEMENT QUI PROGRESSE ENCORE

### Vers une diversification des équipements numériques

Équipements numériques des foyers Corse (comparaisons%)



■ Année 2016 ■ Année 2014 ■ Taux d'équipement significativement supérieur

Le niveau d'équipement numérique des foyers insulaires a encore progressé depuis 2 ans. Contrairement à 2014, où le niveau d'équipement des foyers insulaires était soit supérieur, soit égal à la moyenne nationale, il est désormais supérieur pour l'ensemble des équipements.

La connexion internet à domicile, en hausse de 4 points, dépasse encore les chiffres, mesurés en 2015, de Rhône-Alpes (76%), et aussi de Bretagne (78%). Les foyers des artisans-commerçants et des cadres sont à 98%, bien au-dessus de la moyenne.

98 % des ménages insulaires sont équipés d'un téléphone mobile, dont 79% de smartphones (+10), un chiffre bien supérieur à la moyenne nationale. On peut corréler cette progression avec celle de la navigation internet sur smartphone (+15 en Corse, +12 pour la France entière). En Corse, comme en Rhône-Alpes, comme pour l'ensemble de la France, la moyenne recouvre toutefois de forts écarts selon les tranches d'âge, les plus jeunes étant toujours les plus équipés en Smartphones. En Corse, 98% des 15-29 ans sont équipés d'un Smartphone ; pour la France entière, ce sont à 80% des individus de moins de 40 ans.

**98%** des ménages insulaires sont équipés d'un téléphone mobile

Ces chiffres correspondent à une tendance dominante en France, en Europe et dans le monde : la percée des smartphones s'accompagne d'une stagnation, voire une baisse, des achats de PC. Par contre l'équipement en tablettes a doublé en 3 ans.

L'utilité première d'un smartphone n'est plus l'appel téléphonique : l'appareil est devenu un terminal de navigation, de communication écrite et visuelle, de jeu, de géolocalisation, de justification d'achat, d'organisation calendaire, etc. Selon Médiamétrie, 2015 a été la première année où le téléphone mobile a été plus utilisé que l'ordinateur pour naviguer sur Internet.

Pour ce qui est des équipements numériques, on ne relève aucune différence notable selon les types de territoire : urbain, rural ou péri-urbain. Mais il en va autrement pour la répartition des répondants par catégorie socio-professionnelle. Les ordinateurs portables, par exemple, sont plus présents chez les artisans et commerçants (91%) et chez les lycéens et apprentis (82%).

Les objets connectés ont conquis 10% des ménages en Corse, avec un pic pour les 45-60 ans (17%).

Pour une moyenne de 79% de foyers corses équipés d'un smartphone, les chiffres sont de 94% chez les artisans, commerçants, chefs d'entreprise et 96% chez les cadres, professions libérales, intellectuels du supérieur).

Pour les 48% de foyers corses possédant une tablette numérique, le taux de pénétration des tablettes est fortement corrélé aux catégories socio-professionnelles, les CSP+ étant le mieux équipées :

Taux de pénétration des tablettes selon les CSP (%)



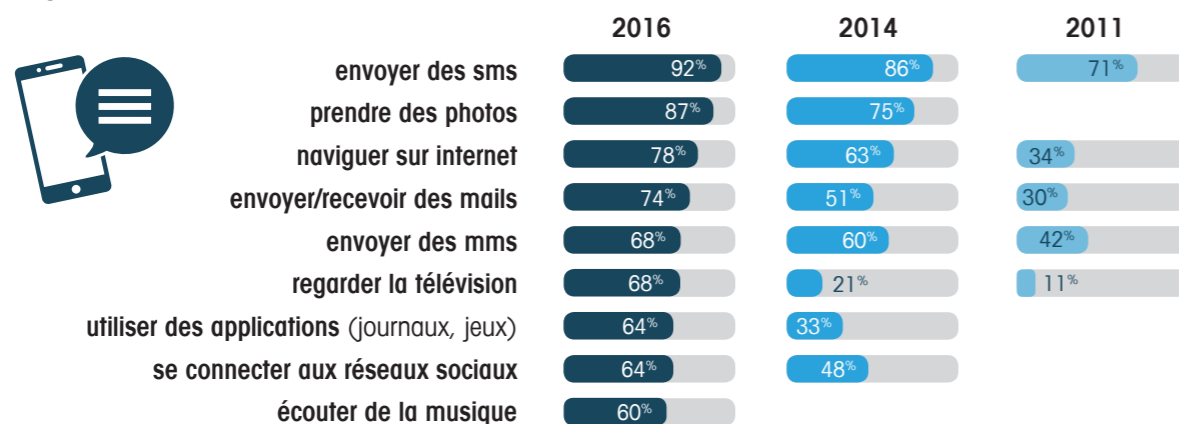
## UNE PERCÉE DES USAGES DU TÉLÉPHONE MOBILE

### Les usages du téléphone mobile

En 2016, en ce qui concerne plusieurs usages du téléphone mobile, l'enquête révèle un bond conséquent des réseaux sociaux (+16) et la relève des mails (+15), de la photo (+12) ainsi

qu'un doublement des usages d'applications mobiles (+31) et de la consommation de vidéo (+47) ce qui place les ménages insulaires au-dessus de la moyenne nationale.

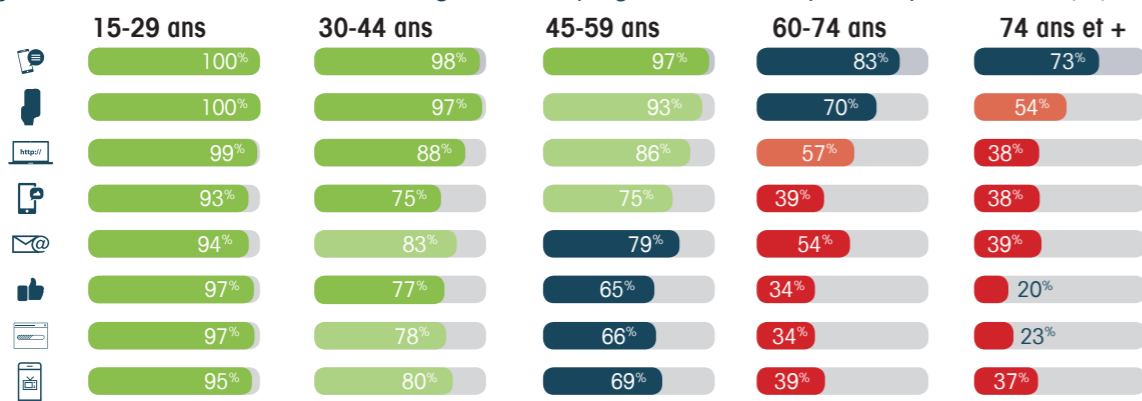
Les usages du téléphone mobile (%)



Les usages les plus intenses restent ceux des jeunes de 15 à 29 ans. Ils regardent beaucoup plus des vidéos sur smartphone qu'il y a 2 ans (+66), et utilisent davantage les mails. Cependant les usages se généralisent, quelle que soit la

tranche d'âge. En effet, ceux qui étaient les plus éloignés des usages en 2014 (les plus de 60 ans) restent en dessous de la moyenne générale de la Corse, mais avec des taux de progression non négligeables (cf tableau ci-dessous).

Les jeunes tous « mobinautes » ; des usages en forte progression, même pour les plus anciens (%)



■ Utilisation significativement plus élevée que la moyenne ■ Utilisation significativement inférieure que la moyenne

envoyer des SMS 
 prendre des photos 
 naviguer sur internet 
 envoyer des MMS 
 envoyer / recevoir des mails 
 se connecter aux réseaux sociaux 
 utiliser des applications téléchargées (journaux, jeux) 
 regarder la télévision

## LES USAGES D'INTERNET EN HAUSSE AU SEIN DES MÉNAGES EN CORSE

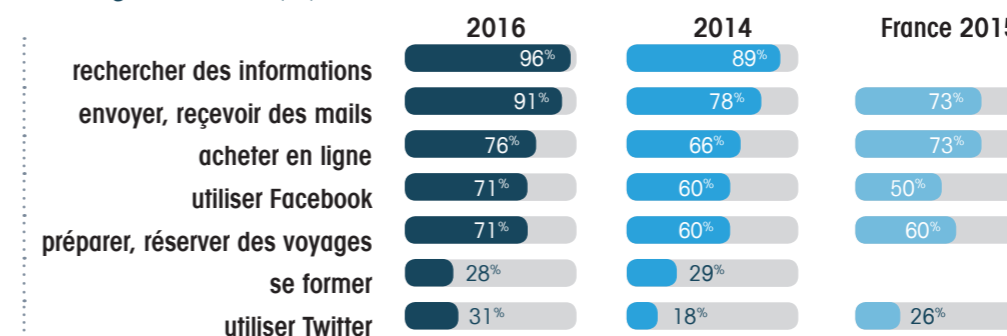
### Les principales utilisations d'internet

Les types d'usages du téléphone mobile dans les foyers corses, comme les équipements, sont tous en forte hausse (sauf une très légère baisse pour la formation). Cela est conforme à une tendance générale France entière, qui recouvre une nette progression de la consultation d'actualités sur les sites web (+10 points par rapport à 2012) et de l'inscription sur les réseaux sociaux (56% des Français ont un compte),

d'une part, et d'autre part la montée en puissance des nouveaux acteurs du voyage, tels que les plateformes Airbnb ou BlaBlaCar.

Il faut aussi noter que des usages peu fréquents en Corse en 2014 ont fortement progressé : on compte +13 points pour l'usage de Twitter et le recours au cloud computing de façon quotidienne concerne 20% des répondants.

Les usages d'internet (%)



**69%** des répondants ne sont pas présents sur le réseau Twitter

**24%** des internautes corses n'ont jamais effectué d'achats en ligne

### L'accès à internet

Le haut débit par ligne téléphonique est le type de connexion le plus répandu, que l'on soit en zone urbaine, périurbaine ou rurale. La fibre est présente dans 7% des foyers urbains, sachant que pour l'heure elle se déploie essentiellement sur les communes de Bastia et d'Ajaccio. Les foyers corses se connectent de plus en plus à internet depuis leur domicile (à 87%) et de façon quotidienne

(quel que soit le support). Ils étaient 68% à se connecter tous les jours en 2014, ils sont 72% en 2016. Le taux de connexion le plus élevé demeure celui des étudiants et apprentis (95%).

La durée d'usage, en Corse comme ailleurs, est très corrélée à l'âge du répondant : plus on est jeune, plus on passe du temps sur internet.



## Les réseaux sociaux

Les ménages Corse sont aussi nombreux qu'en 2014 à ne pas posséder de compte sur les réseaux sociaux professionnels, comme Viadeo ou LinkedIn (91%).

En revanche l'usage de Twitter a progressé de 5 points. Et l'usage d'un compte Facebook a bondi de 13 points. Ce sont les jeunes, à 96%, et les 30-44 ans, à 82%, qui l'utilisent le plus (pour la France entière on compte 94% des 18/24 ans et 30% des 60/69 ans).

Les applications photos, comme Flickr ou Picasa sont ignorées par les ménages corses. C'est Instagram qui est utilisé (à 32%) ainsi que Snapchat (à 17%), et bien plus largement par les jeunes (59% sont adeptes d'Instagram, 42% de Snapchat).

**73%** ont un profil Facebook

**23%** ont un profil Twitter

**9%** ont un profil LinkedIn/Viadeo

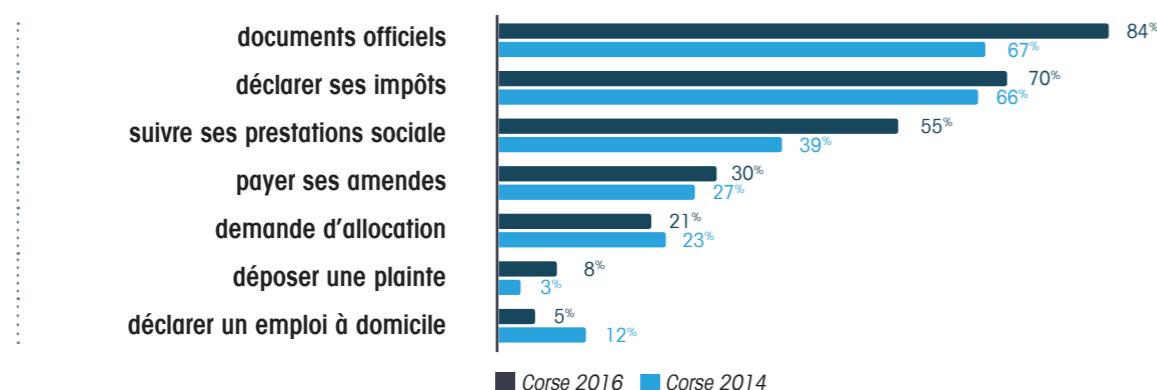
| 52% des Français de plus de 12 ans (62% des internautes) sont inscrits sur au moins un réseau social en 2016 |                             |                             |                             |                             |                               |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| <b>80%</b><br>des 12-17 ans  | <b>90%</b><br>des 18-24 ans | <b>80%</b><br>des 25-39 ans | <b>40%</b><br>des 40-59 ans | <b>25%</b><br>des 60-69 ans | <b>10%</b><br>des 70 ans et + |

## L'e-administration

En Corse, 57% des internautes utilisent internet pour effectuer des démarches administratives alors que la moyenne nationale est de 62%. Ils étaient 43% en 2014, pour une moyenne nationale de 50%. L'écart s'est donc légèrement réduit.

Il n'y a pas non plus ici de différence notable entre les territoires ruraux, urbains ou périurbains. A 68%, les administrés demandent des documents officiels en ligne, à 66% ils déclarent ou paient leurs impôts sur internet.

Démarches en ligne (%)



## Nota

Dans l'ensemble de la population française, 62% des individus ont accompli en 2016 des démarches administratives et fiscales en ligne. C'est 9 points de plus qu'en 2015. Ce chiffre va encore augmenter, en proportion du caractère progressivement obligatoire de l'échange numérique dans les relations avec l'administration. Toutefois 54% des bas revenus (contre 77% des hauts revenus) y ont recours. L'inégalité va du simple au double entre non-diplômés et diplômés du supérieur. Et 15% des adultes se disent encore incapables de l'assumer, quand 19% souhaitent être accompagnés (en présentiel ou en ligne) pour y parvenir.

En Corse, 88% des cadres et seulement 36% des ouvriers déclarent effectuer des démarches administratives et fiscales en ligne : **la disparité aux**

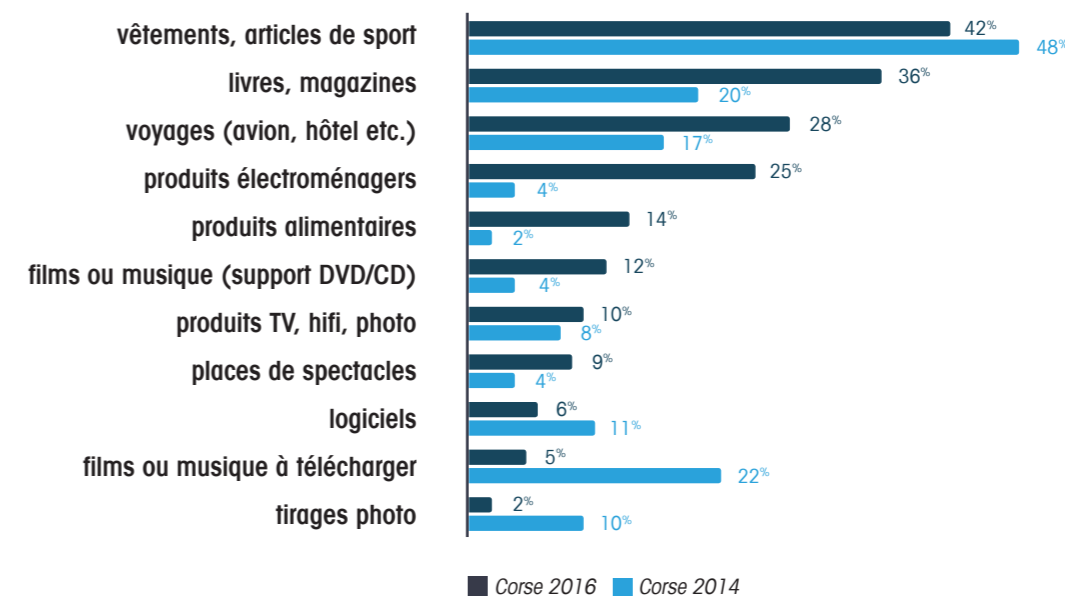
**nouvelles formes d'accès aux services publics est donc très forte.**

## Les achats en ligne

Au total, 76% des internautes corses (+9 points sur 2014) ont effectué des achats en ligne en 2016 (au moins un dans les douze derniers mois). Ce chiffre est supérieur à la moyenne France entière (73%) et dépasse de 13 points la moyenne de l'Union européenne. En Corse, ce sont les 15/29 ans qui y ont le plus recours (83%).

On constate également des différences selon les catégories socio-professionnelles : les CSP+ sont 25% à y recourir 2 à 3 fois par semaine (alors que la moyenne en Corse est à 11% pour cette fréquence d'achat en ligne). En revanche les employés, ouvriers et retraités sont tous en dessous de 5% en fréquence quotidienne.

Produits et services en ligne achetés (%)





## Des inflexions dans la fracture numérique

**La fracture numérique reste faible selon les territoires.** On a vérifié en 2016 que la typologie territoriale n'a pas plus d'influence qu'en 2014, même pour les 14% de foyers qui ne sont pas équipés d'une connexion internet à domicile.

**Elle est un peu moins forte selon les classes d'âge.** On a constaté un peu moins de disparités qu'en 2014 dans l'équipement en smartphones et tablettes en fonction de l'âge. Les 60/74 ans ne disposent encore qu'à 59% de smartphones (20 points en dessous de la moyenne insulaire) mais leur nombre a nettement augmenté depuis 2014. La diversification des usages reste sensible mais les plus âgés développent progressivement leurs pratiques numériques.

**Mais elle est plus nette en fonction des CSP.** Certes les usages les plus variés et les plus intenses restent le fait des populations les plus jeunes. Mais les disparités les plus fortes entre les équipements (smartphones et tablettes) ou pour le recours aux démarches administratives et fiscales en ligne proviennent des différences entre les CSP.

En Corse, on a vu que les enquêtés qui déclarent effectuer des démarches administratives et fiscales en ligne sont à 88% des cadres et à 36% seulement des ouvriers - un comble pour l'égalité d'accès aux services publics.

Autre exemple : 80% des répondants ne disposent pas d'un dispositif de contrôle parental (74% en 2014), alors qu'ils sont plus de la moitié à avoir des enfants (55%), mais ce taux baisse à 59% chez les artisans, commerçants et chefs d'entreprise - signe d'une meilleure maîtrise des outils.

**Une évolution plutôt positive des différences d'usages selon les sexes.** En Corse, sur

l'échantillon des 1001 répondants de l'enquête « ménages », les femmes représentent, comme en 2014, 517 (52%) des personnes interrogées. Pour les foyers d'une personne, ce sont des hommes qui ont majoritairement répondu au questionnaire, à 59% (contrairement à 2014). A l'inverse, pour les ménages constitués de 2 ou 3 personnes, ce sont les femmes qui ont majoritairement répondu (respectivement à 56% et 52%). Les femmes sont toujours surreprésentées parmi les répondants dans la tranche d'âge des 45-59 ans (63%) et les hommes sont un peu moins surreprésentés qu'en 2014 chez les 15-29 ans (59% vs 78%). 47% des enquêtés sont en couple avec enfants et 44% sont sans enfants.

Si en 2014, les hommes étaient plus avancés en terme d'usage du téléphone mobile pour naviguer sur internet ou envoyer des emails, ce n'est plus le cas en 2016 : les chiffres sont quasi identiques pour les femmes. Et ces dernières utilisent de façon plus significative que les hommes (60% vs 40%) leur téléphone mobile pour prendre des photos, à raison de 2 à 3 fois par semaine.

57% des femmes n'écoutent jamais de musique sur leur téléphone mobile et 56% d'entre elles n'utilisent jamais des applications sur smartphone.

Les hommes utilisent toujours plus l'ordinateur à la maison (54,8% en 2014, 54% en 2016) que les femmes ; et ils utilisent aussi plus fréquemment internet à l'extérieur du domicile (58%), à titre personnel ou professionnel, en y consacrant au moins 3h de temps (pour 54% d'entre eux) par semaine.

En revanche hommes et femmes possèdent désormais à part égale un compte Facebook : les chiffres 2014 étaient respectivement de 64,7% et 53,8%.

Concernant les achats en ligne au cours des 12 derniers mois, les femmes achètent dorénavant autant que les hommes. Elles se distinguent sur le type d'achats : en 2014 elles achetaient plus que les hommes des vêtements et articles de sport (à 57,7%), en 2016 elles privilégient deux types de produits culturels : les films ou la musique sur support (à 62%) ou des places de spectacle ou de cinéma (à 64%).

Si les femmes sont aussi à l'aise que les hommes dans l'utilisation d'un ordinateur (92% vs 91%), elles le sont un peu moins dans celle d'internet (89% vs 92%) ou d'une tablette (82% vs 84%), et leur sentiment d'être en sécurité lorsqu'elles naviguent sur internet est légèrement inférieur (69% vs 71%) mais l'écart est moins important qu'en 2014.

**Une meilleure appropriation générale mais un sentiment d'insécurité persistant.** L'ensemble des répondants sont moins nombreux à ne pas se sentir à l'aise avec internet : 17% des personnes interrogées en 2014 exprimaient des difficultés face au numérique, elles ne sont plus que 9% en 2016.

Ce progrès dans la maîtrise du numérique est confirmé par les chiffres qui rendent compte des usages de l'e-administration et les achats en ligne.

Cependant, 70% des répondants en 2016 disent se sentir en sécurité quand ils utilisent internet, alors qu'ils étaient 79% en 2014. La conscience des risques semble donc augmenter en fonction de la progression des pratiques numériques.

### Synthèse

La Corse connaît une progression aussi bien en terme d'équipements, que d'usages. Quel que soit l'équipement, les ménages insulaires se situent au-dessus de la moyenne nationale. Pour les plus récents comme les objets connectés, la nouveauté joue à plein avec un taux d'équipement qui représente le double de celui du continent. Ceci s'accompagne chez les ménages, qu'ils habitent en territoire urbain, périurbain ou rural, d'usages plus fréquents et plus diversifiés. Cet essor est aussi largement lié aux pratiques en mobilité.

En Corse comme ailleurs, les pratiques numériques sont plus marquées chez les jeunes. Mais ce n'est pas le seul facteur explicatif des progressions constatées : les pratiques étendues sont fortement corrélées au niveau de diplôme ou à la catégorie socio-professionnelle.

Bien sûr l'ancienneté comme l'intensité des pratiques entraînent une appétence supplémentaire pour de nouveaux usages. Mais les évolutions récentes montrent que les disparités se creusent au profit des catégories socio-professionnelles les plus favorisées. Dans le même temps, on constate que la confiance dans internet a tendance à décroître à mesure que les usages se généralisent.

<sup>3</sup> Fédération E-commerce et Vente à Distance, enquête de janvier 2015 ([www.fevad.com](http://www.fevad.com))

# Appropriation des TIC par les collectivités

## DES COLLECTIVITÉS ÉQUIPÉES, MAIS DES SITUATIONS CONTRASTÉES

### Un niveau d'équipement stable

Chaque collectivité locale de Corse dispose toujours d'un équipement informatique minimal avec ordinateur et connexion internet qui restent à 100%. Mais le taux pour les autres équipements régresse depuis 2014 que ce soit pour les sites Internet ou pour la téléphonie mobile. Dans ce second cas, certaines communes ne s'équipent pas car elles se heurtent aux réalités physiques créatrices de zones blanches et aux contraintes budgétaires.

A noter que dans ce contexte contraint, les tablettes numériques font leur apparition avec 16% de collectivités équipées, et jusqu'à 35% pour les collectivités de + 500 habitants.

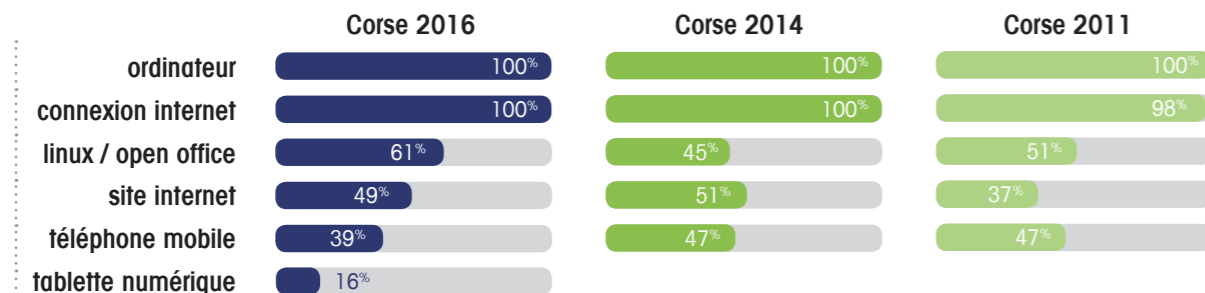
Les difficultés des communes dans l'aménagement numérique de leur territoire apparaissent désormais de façon marquée, 71% d'entre elles

**16%** des collectivités sont désormais équipées d'une tablette numérique

- (contre 49% en 2014) se disent préoccupées :
- par des zones d'ombre pour la téléphonie mobile (c'est le cas pour 80% des communes de moins de 100 habitants) et le haut débit mobile (56% des communes),
  - par les zones mal desservies ou non desservies par ADSL (pour 59% des communes, et 76% de celles de + 500 habitants),
  - par la mauvaise réception de la TNT (23%).

Conjugée à la régression rencontrée pour les sites Internet, il apparaît que les petites communes ne sont plus en capacité de suivre un effort d'équipement important.

Niveau d'équipement des collectivités (comparaisons%)



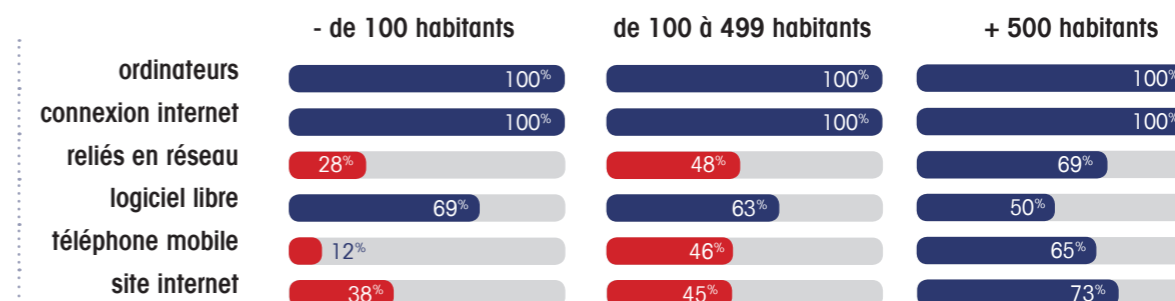
On note cependant que le recours aux logiciels libres, qui avait régressé entre 2011 et 2014 (de 51 à 45% d'usage), est reparti à la hausse avec 61% de communes utilisatrices. Alors que les collectivités de petite taille étaient plus rétives en 2014, ce sont elles qui sont désormais les plus utilisatrices, ce qui peut s'expliquer par un souci d'économie budgétaire. C'est d'ailleurs probablement cette même contrainte financière qui limite le recours à une maintenance de qualité et entraîne une baisse de l'équipement en sites internet.

Toutes collectivités confondues, 30%, soit 61% de celles qui ont un site Internet, disposent d'un nom de domaine spécifique. Si le « .fr » reste largement majoritaire (76%), devant le « .com » (32%), le « .corsica » fait son apparition dans 14% des cas - sachant, comme le montrent ces pourcentages, que des collectivités ont fait le choix d'avoir plusieurs extensions. On remarque

que parmi celles qui ne disposent pas pour le moment de nom de domaine spécifique, 14% prévoient d'en acquérir un, exclusivement en « .corsica ».

Quant aux 51% de collectivités dépourvues de site internet, elles sont moins nombreuses qu'en 2014 à ne pas prévoir d'en créer (44% en 2016 contre 56% en 2014). 11% ont un site en cours de développement et 16% ont le projet d'en créer un dans l'année à venir. Et parmi celles qui en ont déjà un, une majorité (54%) l'ont fait réaliser par un prestataire extérieur basé en Corse. On note que parmi ces dernières l'usage des logiciels libres est significativement moindre que la moyenne, avec seulement 42% de collectivités utilisatrices, contre 62% pour l'ensemble des collectivités. Réciproquement, les collectivités qui ont développé leur site en interne ou par le biais d'un bénévole utilisent à 76% des logiciels libres.

Niveau d'équipements selon la taille des communes (comparaisons%)



■ Taux d'équipement significativement inférieur à la moyenne

## DES FONCTIONNALITÉS QUI PROGRESSED LENTEMENT

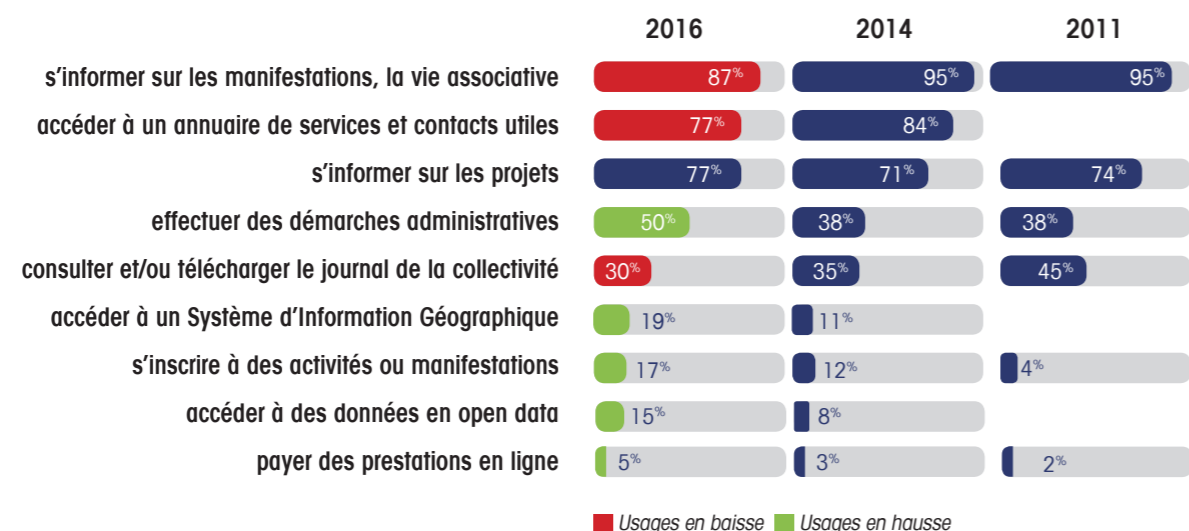
### Contenus des sites Internet des collectivités

Pour les collectivités équipées d'un site Internet, les fonctionnalités évoluent progressivement. Lorsque les usages de départ étaient limités, l'amélioration est sensible.



**49%** des collectivités disposent d'un site Internet

Contenus proposés par les sites internet des collectivités (%)



Il est clair que les usages à base d'informations descendantes (consultation de contenus statiques) régressent, tandis que les usages qui sollicitent la participation des publics progressent lentement.

Il en va de même pour la présence sur les réseaux sociaux : les collectivités étaient 13% en 2014 à posséder un compte ; en 2016 elles ne sont encore que 16% sur Facebook et 7% sur Twitter. L'appropriation du numérique par les collectivités locales reste cependant insuffisante : l'enquête révèle un sous-équipement problématique des communes pour l'organisation du travail et les relations avec les partenaires et usagers.

Au niveau de la gestion informatique, une seule collectivité déclare disposer d'un schéma directeur.

Les SIG progressent en revanche à 19% (contre 11% en 2014) ; l'usage des plateformes de gestion de marchés publics aussi, passant de 25% en 2014 à 36% en 2016 ; de même pour le cadastre qui passe de 65 à 73%, la paie, qui passe de 80 à 85% ou la gestion budgétaire, qui passe de 94 à 98%. Enfin, il faut noter que l'opendata reste très marginal en Corse, 2% seulement des collectivités ont entamé une démarche d'ouverture des données publiques et sont équipées d'une

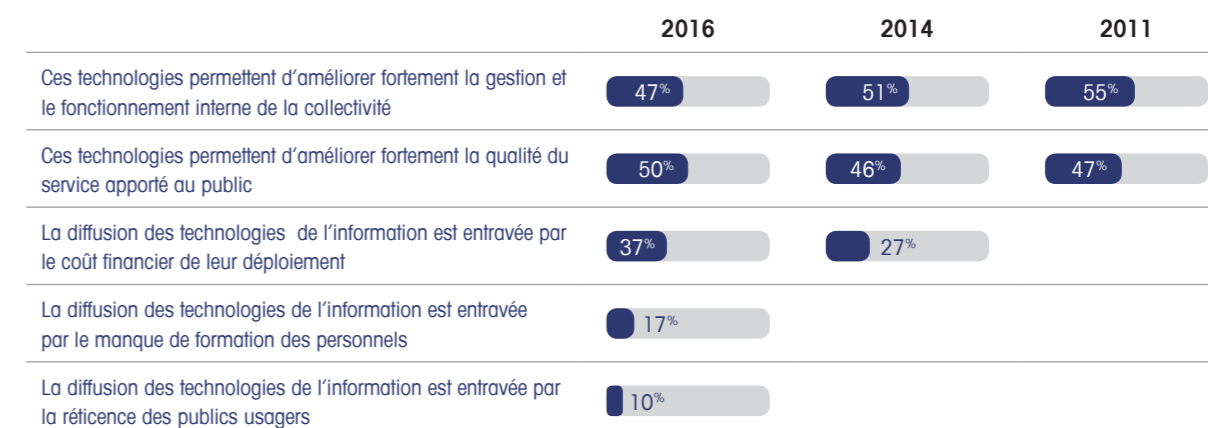
plateforme opendata. On remarque que 31% des communes ont l'intention de développer de nouveaux services numériques alors que 38% « ne savent pas » si elles vont le faire. Celles qui ont des projets les destinent de préférence à l'amélioration des relations avec leurs administrés (à 24%), ou à leurs besoins propres (18%).

Dans le domaine des services numériques il ressort que, si progression il y a dans les collectivités locales, celle-ci reste lente et fastidieuse. Sans un développement plus soutenu des usages et des services aux citoyens, le service public risque peu à peu de se dégrader. Pourtant la question du Numérique devrait revenir au cœur des préoccupations des collectivités. Cela réclame de plus en plus de compétences et de ressources.

La prise de conscience du rôle du numérique et de la formation est encore insuffisante. Toutefois 22% de l'ensemble des collectivités corses proposent à leurs agents et/ou à leurs élus des formations aux TIC et à Internet (elles n'étaient que 12% en 2014), avec une réelle prise de conscience des petites communes (18% se disent désormais concernées, contre seulement 2% en 2014)

Atouts du numérique : des perceptions contrastées

Collectivités TOUT A FAIT D'ACCORD avec les propositions suivantes concernant les TIC (%)



Nous notons en 2014 qu'avec l'approfondissement des usages, une fois les premiers enthousiasmes dépassés et les gains de productivité obtenus, les utilisateurs sont moins unanimes qu'en 2011. Nous pouvons dire que cette tendance au scepticisme relatif aux avantages comparatifs du numérique se confirme : alors que seulement 10% des collectivités sondées l'imputent aux réticences supposées des citoyens, elles sont 37% à mettre en avant des problèmes budgétaires (contre 27% en 2014) On a le sentiment que l'intention est là mais que les moyens font défaut.

Enfin, en 2016, 52% des collectivités insulaires sont tout à fait d'accord pour dire que « les technologies numériques ont un impact positif dans la circulation de l'information, l'organisation du travail et la réduction des délais ». Cette baisse de 11 points par rapport à 2014 laisse perplexe et porte à penser que les collectivités subissent le développement numérique sans pouvoir se l'approprier pleinement.

Synthèse

Le niveau d'équipements se maintient à un niveau satisfaisant déjà atteint en 2014, mais il continue de se heurter aux réalités physiques créatrices de zones blanches, aux contraintes budgétaires et aux difficultés d'assurer une maintenance régulière.

Cette appréciation générale s'accompagne de disparités fortes liées à la taille des collectivités. Les plus petites d'entre elles se trouvent financièrement et techniquement démunies pour faire face à une complexité et des exigences croissantes.

Une évolution semble se dessiner avec des services numériques moins plébiscités pour l'amélioration de l'organisation interne, mais désormais majoritairement appréciés comme un outil efficace au service de la qualité de service aux administrés. On note ainsi des progrès dans les usages des fonctionnalités permettant d'y contribuer, avec une attention plus soutenue à la formation des personnels.

Il y a dans ces constats matière à réflexion qui ouvre vers une action collective d'envergure en direction des collectivités, tout particulièrement celles, les plus nombreuses, de taille réduite.

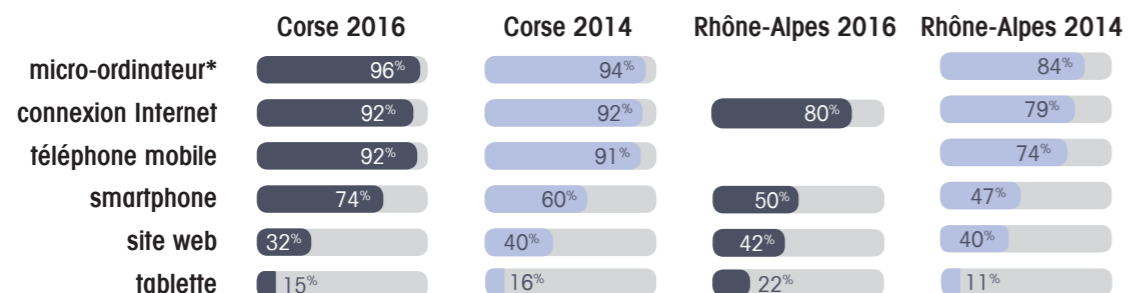


# Appropriation des TIC par les entreprises (TPE/PME) hors secteur touristique

## UN NIVEAU D'ÉQUIPEMENTS STABLE

### Niveau de pratiques par secteur d'activité

Niveau d'équipement (hors secteur touristique) (comparaisons%)



\* dont 44% sont des ordinateurs portables, un chiffre en baisse de 12 points, qui correspond sans aucun doute à la progression générale du smartphone aux dépens du PC constatée aux niveaux national et international.

En matière de téléphonie mobile et d'équipement en micro-ordinateurs, les entreprises corses se rapprochent des 100% et, pour les connexions internet, restent au niveau de 2014.

En moyenne, en Corse, on compte 1,8 téléphones mobiles classiques par entreprise contre 2,6 en 2014. Ceci s'explique probablement par la percée du smartphone qui a fait comme parmi les ménages un bond conséquent (+ 14 points) puisque désormais 74% des entreprises insulaires en disposent.

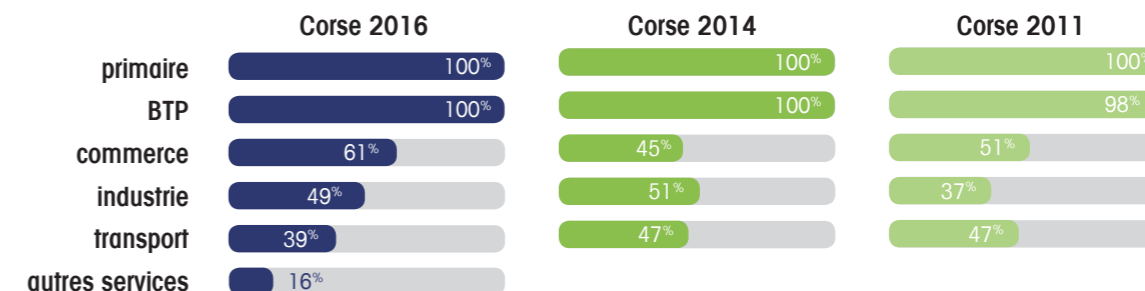
En 2016, l'existence de sites web d'entreprise (32%) connaît en Corse une baisse significative (-8 points) alors que la moyenne France entière s'élève à 67%. La baisse est encore plus significative pour les TPE insulaires (-9) que pour les PME (-4). Outre le fait que les TPE, majoritaires en Corse, sont globalement moins présentes sur le web (29%, contre 46% des PME), cette baisse

est très préoccupante lorsque l'on connaît l'omniprésence d'internet et ses effets sur la compétitivité des entreprises.

Toutefois ces chiffres doivent être modulés selon les secteurs d'activité : très forte baisse pour le secteur agricole et le commerce ; forte progression pour les transports ; quasi stabilité à la hausse pour l'industrie (+ 3 points) ou à la baisse pour le BTP (- 4 points).

La modulation vaut aussi selon que l'on considère des TPE ou des PME ; les premières sont moins bien équipées quand les secondes le sont à un niveau plus élevé : 98% des PME disposent de connexions internet contre 90% pour les TPE, 46% ont des sites internet contre 29% pour les TPE ; pour les tablettes la différence est moins importante avec un taux d'équipement de 18% pour les PME contre 15% pour les TPE.

### Nombre de sites web par secteurs d'activités

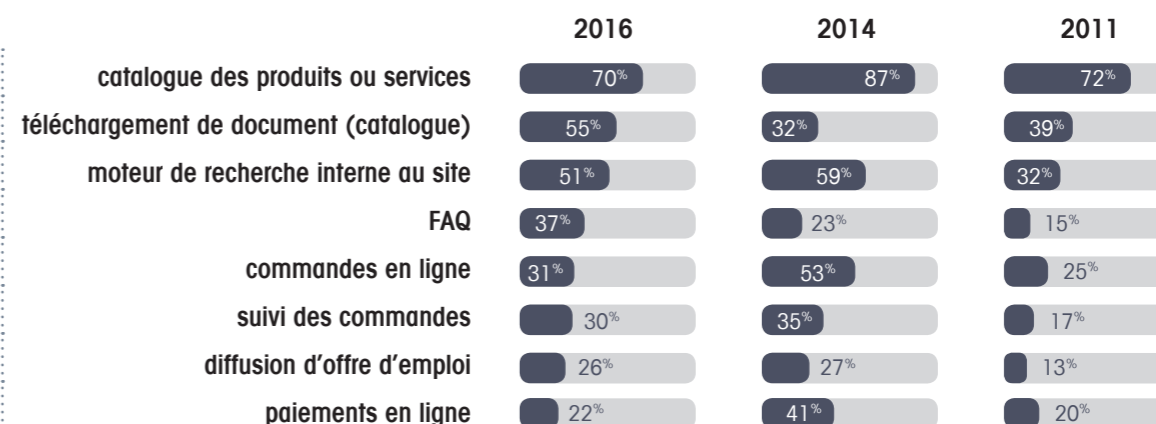


On relève que 39% des entreprises ont un projet de création de site à court terme. En 2014, 19% avaient soit un site en cours de réalisation, soit un projet de site pour l'année suivante. Si, en 2014, 49% des sites étaient développés en

interne, ce n'est plus le cas que pour 30% d'entre eux. Désormais dans 59% des cas (contre 46% en 2014) ils sont réalisés par des prestataires extérieurs insulaires et seulement, dans 11% des cas, par des prestataires en dehors de Corse.

## DES VARIATIONS D'USAGES PRONONCÉES

### Fonctionnalités des sites internet (%)



On note une baisse importante, par rapport à 2014, de la fonctionnalité « commandes en ligne » qui rejoint un niveau en phase avec les années antérieures. Cela ne fait que renforcer les inquiétudes soulevées plus haut.

Les entreprises qui disposent d'un site internet investissent peu pour optimiser leur référencement ou acheter des espaces publicitaires. Seules 44% d'entre elles y consacrent des ressources

(elles étaient 49% en 2014). Mais les budgets sont en hausse : 76% de celles qui y consacrent des moyens dépensent moins de 1000 € par an en 2014, elles ne sont désormais plus que 31% tandis que les 16% qui y consacraient entre 1000 et 3000 € en 2014 sont désormais 28%. Et les 8% de 2014 qui y consacrent plus de 3000 € sont désormais 41%. Par ailleurs, plus de la moitié (52%) disposent désormais d'un outil de suivi de la fréquentation.

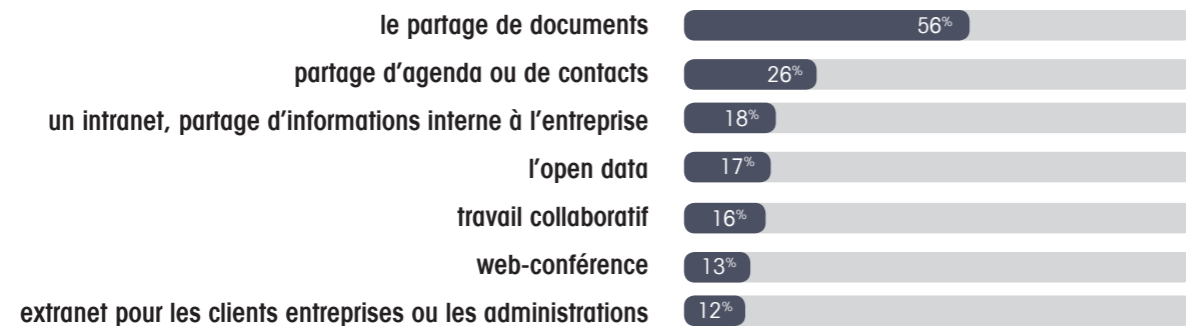
Quant à leur présence en ligne, 40% des entreprises disposant d'un site Internet ont acquis un nom de domaine spécifique. Si le « .com » est majoritaire (55%) devant le « .fr » (48%), le « .corsica » fait son apparition dans 8% des cas sachant que, comme le montrent ces pourcentages, les entreprises font souvent le choix d'avoir plusieurs extensions. Parmi celles qui ne disposent pas pour le moment d'un nom de domaine spécifique, seules 5% prévoient d'en acquérir un, mais dans 4 cas sur 5 il sera en « .corsica ».

Si le processus commercial en ligne accuse une baisse, en revanche les entreprises insulaires dotées d'un site internet sont plus sensibles au besoin d'améliorer leur fonctionnement. Ainsi elles

ont adopté des outils numériques à usage interne (non mesurés en 2014) aux premiers rangs desquels le partage de documents (56%), le partage d'agenda ou de contacts (26%), un intranet, plate-forme web de partage d'informations interne à l'entreprise (18%), l'open data (17%) le travail collaboratif (16%), la web-conférence (13%), un extranet pour les clients entreprises ou les administrations (12%).

Elles assurent une présence accrue sur les réseaux sociaux : 42% des entreprises insulaires ayant un site disposent également d'une page Facebook (soit 8 points de plus qu'en 2014) et 17% ont un compte Twitter. A noter : 2% des entreprises n'ayant pas de site internet ont un compte Twitter.

Adoption d'outils numériques à usage interne (%)



**42%** des entreprises ayant un site disposent d'une page Facebook



**17%** des entreprises ayant un site disposent d'un compte twitter

**NOTA**

En 2015, 36% des entreprises européennes étaient présentes sur au moins un réseau social (Facebook, LinkedIn, Viadeo, Google +, etc.), ce qui leur permet notamment de développer leur image, de recueillir l'avis de leurs clients ou encore de recruter. Les entreprises françaises ont encore peu recours à ces outils (28%), ce qui les classe au 23e rang dans l'UE pour cet usage

En Corse, 44% des entreprises déclarent se connecter aux réseaux sociaux au titre de l'entreprise (très souvent : 6% ; souvent 24% ; parfois : 14%).

La réticence face au télétravail perdure : seulement 12% des entreprises avaient des pratiques de télétravail en 2014 ; l'enquête 2016 en a dénombré 11%.

En 2016, les entreprises corses qui se disent intéressées à mettre en œuvre des innovations bâties sur le numérique les destinent aux secteurs suivants :

Si l'on constate un rapport positif à l'innovation, pour autant le passage à l'acte devra être confirmé.



**Synthèse**

Les entreprises insulaires poursuivent leurs efforts d'équipement. Conformément à la tendance générale, les usages mobiles sont largement portés par les équipements en smartphones. Pour autant les pratiques de télétravail restent marginales. Avec des différences persistantes entre TPE et PME, les premières sont moins bien équipées, plus friandes d'usages agiles sans investissements supplémentaires quand les secondes sont mieux équipées, plus en avance sur des usages qui nécessitent des investissements.

La présence accrue sur les réseaux sociaux et les efforts en matière de référencement sont des éléments positifs, mais qui ne permettent pas de compenser la baisse du nombre de sites web et d'outils de commande en ligne. Avec un nombre élevé de projets, les sites sont désormais en majorité créés par un réseau de prestataires insulaires disponibles pour accompagner la progression des investissements TIC.

Autre point qui peut donner matière à réflexion : les entreprises ne sont plus que 76% (contre 81% en 2014) à considérer que les TIC contribuent au développement de leur activité. Bien qu'un pas considérable ait été franchi depuis 2011, où elles n'étaient que 40%, il semble qu'elles rencontrent des difficultés à utiliser le numérique afin de mener de pair l'amélioration de leur fonctionnement et le développement de leur clientèle

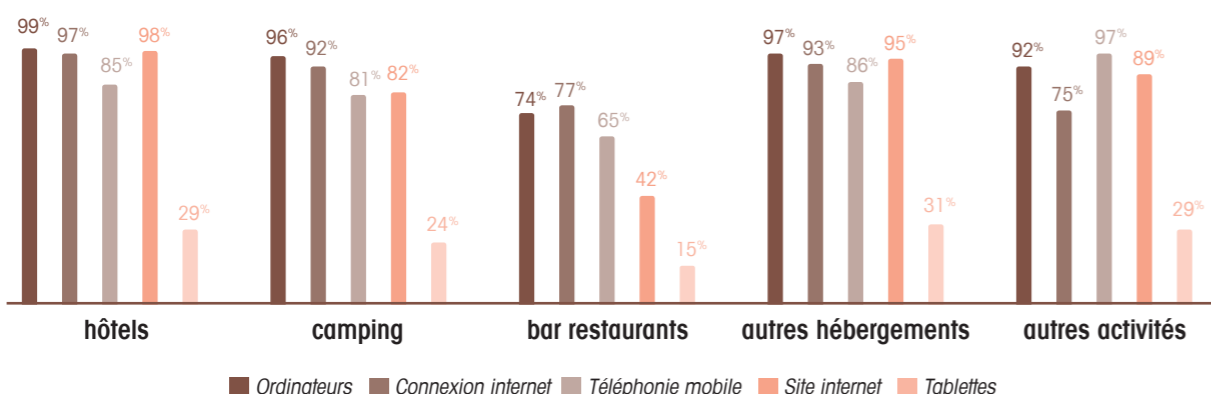
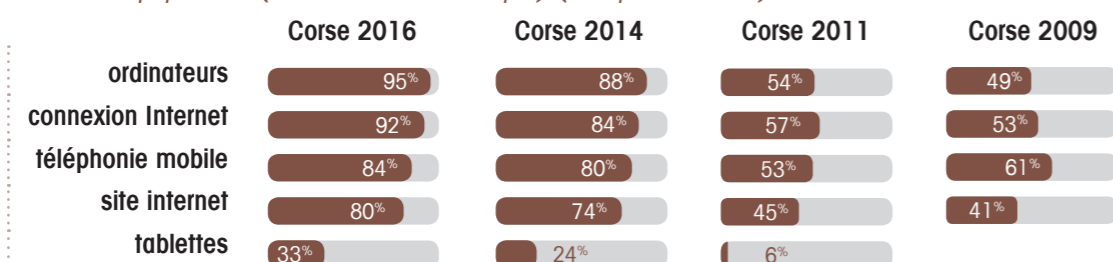
# Appropriation des TIC par les TPE PME du secteur touristique (objets touristiques)

## UN NIVEAU D'ÉQUIPEMENT EN FORTE PROGRESSION

Le niveau moyen des équipements des entreprises touristiques insulaires (hors Offices de Tourisme) dépasse largement celui de l'ensemble des entreprises en Corse.

De façon globale l'équipement des entreprises touristiques continue de progresser, toutefois des différences sont notables selon le type d'activité.

Niveau d'équipement (hors secteur touristique) (comparaisons%)



## La connexion internet s'est généralisée

Quelque soit le type d'établissements, la connexion à internet s'est généralisée, avec un bond conséquent pour les bars-restaurants qui poursuivent leurs efforts en 2016 (92%, soit +17 points) et dépassent même de 2 points la moyenne corse (90%). En revanche, les prestataires "autres activités" sont à 80%, soit 12 points en dessous de cette moyenne insulaire.

C'est le haut débit par ligne téléphonique (ADSL) qui reste majoritaire (88%). Quant à la satisfaction de chacun sur la qualité de connexion, elle a augmenté de 5 points pour atteindre 69%. A noter que la moitié des campings seraient prêts à augmenter leur débit si des efforts de modernisation du réseau.

## Les sites internet en hausse

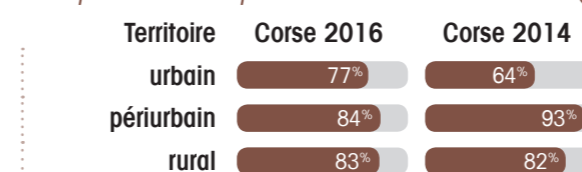
On note une légère baisse des sites internet chez les hôteliers (-1 point) et autres hébergeurs (-6 points). A contrario, les prestataires touristiques qui accusaient un retard en 2014 (campings et bars-restaurants) enregistrent une forte progression : 94%, soit +12 points pour les campings et 57%, soit +15 points pour les bars-restaurants. Ils choisissent toujours autant des sites dédiés (95% en 2011 et 2016).

La disparité territoriale relevée en 2014 n'est plus significative. Il y a même une tendance à la baisse pour les entreprises en zone péri-urbaine (-9 points), qui les met désormais à égalité avec les

entreprises touristiques localisées en zone rurale. On repère cependant en 2016 un signal négatif : sur les 20% d'établissements qui n'ont toujours pas de site Internet, plus de la moitié (57%) justifient cette absence par le manque d'intérêt alors qu'en 2014 ils l'expliquaient par leur présence sur d'autres sites.

La seconde raison invoquée, proche en 2014 (26%) de celle de 2016 (24%), est le facteur budgétaire. Ces deux motifs mettent en évidence le manque d'information des chefs d'entreprises touristiques en la matière et une offre commerciale en Corse souvent décalée.

Entreprises touristiques dotées d'un site internet (%)



## LES USAGES CONTINUENT À SE DÉVELOPPER

### wifi, internet et téléphonie mobile

82% des entreprises acceptent de mettre à disposition de leurs clients, leur propre connexion internet. Les hôtels (à 99%), autres hébergements (à 91%) et bars-restaurants (à 87%) la proposent d'ailleurs désormais à titre gratuit.

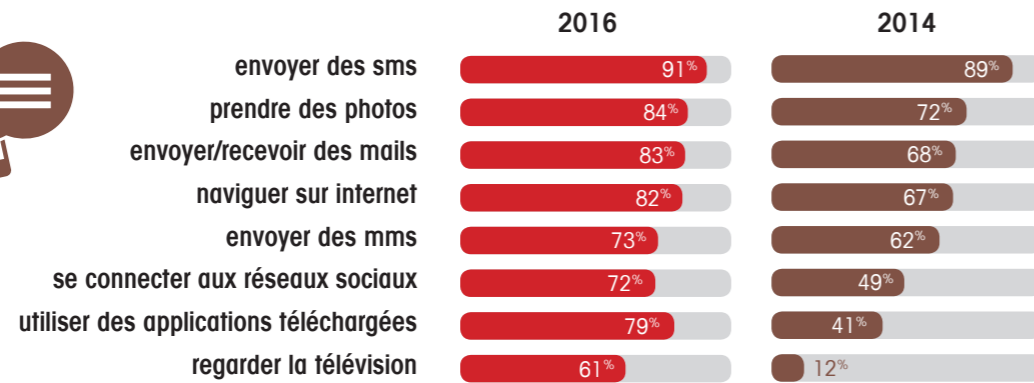
Les entreprises touristiques sont seulement 30% à déclarer avoir l'intention d'utiliser l'internet mobile sur PC portable, tablette ou smartphone dans l'année à venir. Elles n'en voient pas l'intérêt et se débrouillent sans (à 68%), ou en n'ont pas l'usage à titre professionnel (à 15%).

 **82%** des établissements proposent une offre d'accès de la clientèle à Internet

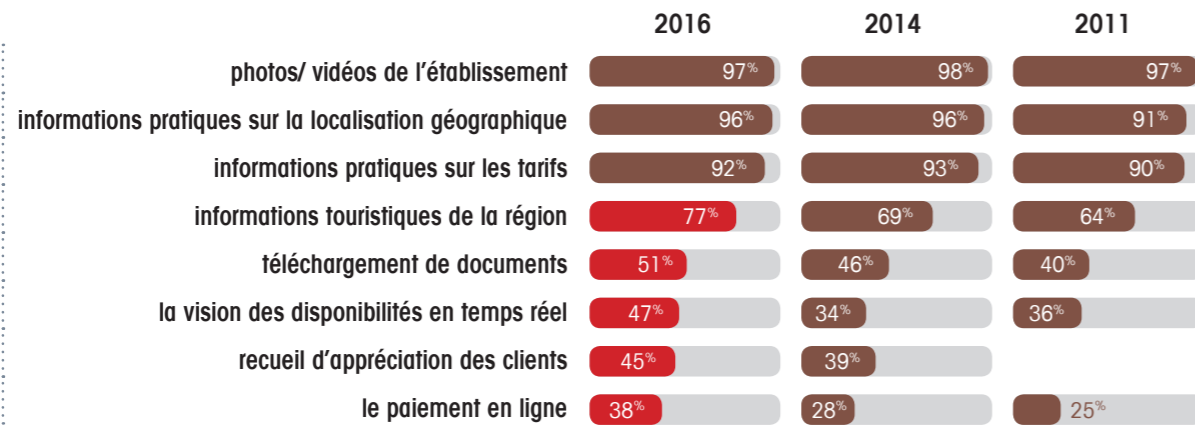
On constate, pour les entreprises touristiques insulaires, la même tendance que pour les ménages et les autres entreprises à se servir de plus en plus du téléphone mobile pour envoyer les mails (+15 points, à 83%) et pour naviguer sur internet (+15 points, à 82%). On notait en 2014 une très forte progression de ces usages depuis 2011, elle se poursuit en 2016.



Les usages du téléphone mobile (%) ■ Usages en hausse



Fonctionnalités des sites internet des entreprises touristiques ■ Usages en hausse



Pour les établissements disposant d'un site internet, les figures montrent que les fonctions plébiscitées en 2016 sont les mêmes qu'en 2014, mais sans réelle progression ni enrichissement. Inversement, les fonctionnalités peu utilisées en 2014 sont plus présentes, sans toutefois bouleverser l'ordre des priorités.

97% des entreprises touristiques en Corse publient des photos ou des vidéos en ligne. Elles ont su s'adapter aux pratiques des voyageurs, dont 73% utilisent des sources online pour choisir leur destination et 86% pour réserver.

Les sites internet des entreprises touristiques sont désormais plus dynamiques au sens qu'ils prennent mieux en compte les capacités d'action des utilisateurs. En effet la vision des données en temps réel progresse de 13 points (à 47%) en 2016 et les possibilités de paiement en ligne progressent de 10 points (à 38%).

L'acte d'achat final en ligne a progressé, bien qu'il reste à un niveau assez bas. Le recours aux centrales de réservation apparaît majoritairement utilisé.

### Le multilinguisme sur les sites internet

59% (+4 points) des sites d'hébergement touristique offrent des accès en langue étrangère. L'anglais est présent à 97%, mais l'italien (51%, soit -14 points) et l'allemand (36%, soit -8 points) sont en perte de vitesse. La présence de la langue corse, quoiqu'encore peu usitée, progresse de 5 points (à 8%).

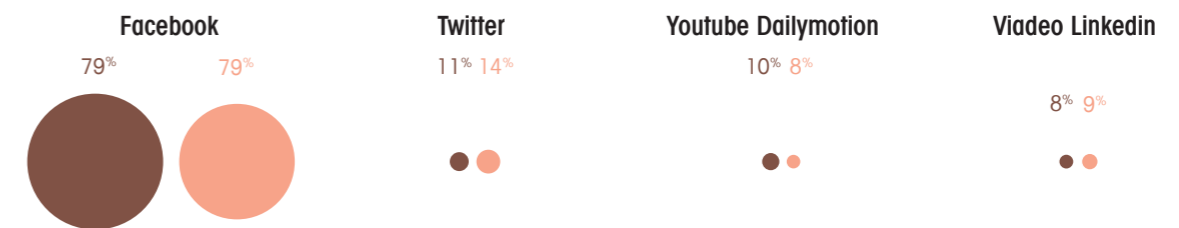
### La valorisation des sites internet

La moitié des entreprises touristiques insulaires utilisent la newsletter (51%, soit +7 points) pour promouvoir leur activité. Viennent ensuite le mailing-client (48%, soit +7 points), puis l'achat de mots-clefs qui progresse de 4 points (à 20%) - c'est peu, comparativement à d'autres régions, par exemple l'Aquitaine, où l'achat de mots-clefs est utilisé à 49%.

En Corse le recours au marketing viral a doublé en 2 ans pour atteindre 15% des répondants. En Aquitaine, Facebook est utilisé à cette fin dans les mêmes proportions. Une politique commerciale plus déterminée ne peut être que bénéfique. Les entreprises du secteur sont toutefois plus actives qu'en 2014 sur le net. Elles surveillent les commentaires des clients postés sur internet (à 82%, soit +7 points) et n'hésitent pas à y répondre (à 59%, soit +11 points,)

### Présence sur les réseaux sociaux en 2016

Comparaison en% avec 2014 ■ 2016 ■ 2014



Si l'adoption d'un compte Facebook a crû de 11 points, et la présence sur Youtube et Dailymotion de 2 points, les opportunités de contacts via les

réseaux sociaux sont très peu exploitées. Il y a là de fortes marges de progression pour fidéliser la clientèle existante et conquérir de nouveaux clients.

### Perception des atouts du numérique

42% (soit +4 points) des entrepreneurs touristiques déclarent que les TIC sont essentielles pour le développement de leur activité. L'actualité en ligne (69%) ou encore la presse spécialisée (49%) sont les moyens les plus plébiscités

cités pour se tenir informé des nouveautés en matière d'usages des TIC. Seulement 29% des répondants déclarent ne jamais s'y intéresser, un chiffre encourageant, en baisse de 10 points.

### Synthèse

Les entreprises touristiques poursuivent leurs efforts d'équipement. En 2016, 92% d'entre elles (+17 points en 2 ans) proposent une connexion internet. Les bars-restaurants et les campings, les moins avancés en 2014, ont pratiquement rejoint le niveau d'équipements et d'usages des autres prestataires. L'offre de sites internet s'établit désormais à 80% (contre 38% pour l'ensemble des entreprises insulaires), bien que des différences persistent d'un type d'établissement à un autre. Les usages du téléphone mobile ont particulièrement augmenté et les entreprises touristiques sont de plus en plus actives et réactives sur les réseaux sociaux, avec une présence en ligne plus marquée et des actions de suivi plus nombreuses en regard des commentaires des clients. 42% (soit +4 points) des entrepreneurs touristiques déclarent que les TIC sont essentielles au développement de leur activité. Ce chiffre encore modeste semble en décalage avec les progrès accomplis tant en matière d'équipements que d'usages. Les entreprises touristiques se sentiraient-elles contraintes par le numérique plutôt qu'actrices de son développement ?

# Appropriation des TIC par l'éducation

Si 100% des établissements d'éducation disposent désormais d'une connexion internet, 96% disposent d'une connexion haut débit. La fibre optique, qui en 2014 ne représentait que 4% des modes d'accès à Internet, en représente aujourd'hui 46%, dont 29% via le réseau mis en place par la Collectivité territoriale de Corse.

De façon plus détaillée, 95% des écoles et 16% des collèges disposent d'une connexion internet haut débit asymétrique par ligne téléphonique. Les 22 collèges sont raccordés à la fibre optique et les 18 autres au réseau mise en place par la CTC, ce même réseau qu'utilisent les 22 lycées.

## LES ÉQUIPEMENTS : UNE CROISSANCE PEU HOMOGÈNE

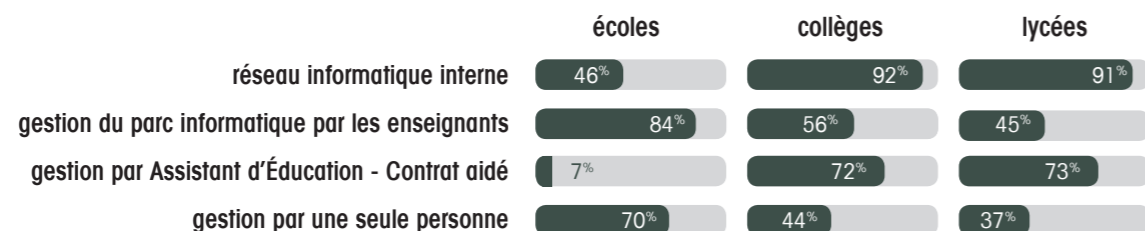
### L'informatique dans les établissements

En 2014, les trois-quarts des établissements déclaraient être dotés d'un réseau informatique ; ils ne sont plus que 69% (-6 points) en 2016 ; dans 77% des cas le réseau couvre l'intégralité de l'établissement. 54% des écoles (élémentaire-maternelle) n'en sont pas dotées.

(45% dans les lycées, 56% dans les collèges et 84% dans les écoles). Cette mission est externalisée en tout ou partie dans seulement 28% des cas. Mais dans plus de la majorité des établissements (56%), elle incombe à une seule personne. Cela est d'autant plus significatif dans les écoles qui confient le plus souvent à un enseignant leur parc informatique, alors que la majorité des collèges et lycées ont à leur disposition un personnel dédié en contrat aidé ou un assistant d'éducation.

La gestion du parc informatique demeure majoritairement de la responsabilité des enseignants. Comme en 2014, dans plus de 2 cas sur 3 (68%), le personnel enseignant est impliqué dans la gestion des équipements informatiques

Gestion du parc informatique selon le type d'établissement ? (%)



### Moins d'ordinateurs dans les établissements

Le nombre d'ordinateurs à usage administratif reste stable, à 7,4 ordinateurs par établissement. Mais ce chiffre recouvre de profondes disparités (de 1 ordinateur pour les écoles à 12 pour les collèges et 17 pour les lycées).

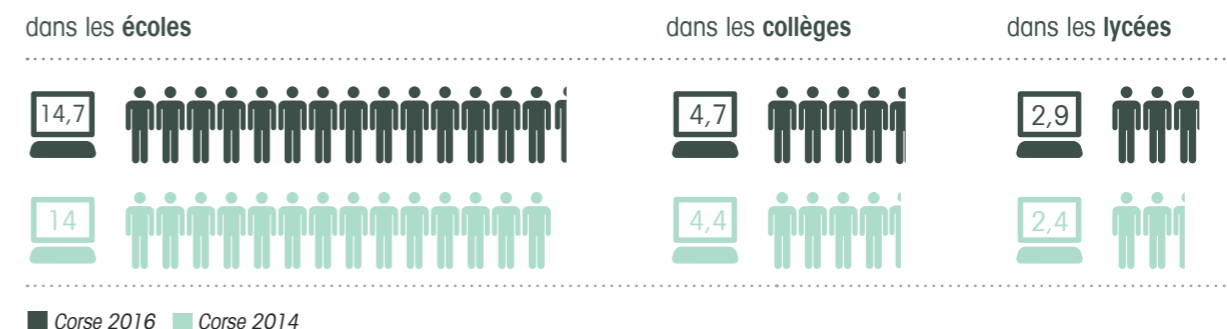
1 ordinateur pour 15 écoliers, contre 12 pour la France entière.

La Corse, qui était au-dessus de la moyenne nationale en 2014, tombe en dessous en 2016.

Elle ne progresse que pour les lycées, désormais au même niveau que la moyenne nationale. Ceci s'explique entre autres par l'arrivée de la tablette numérique dont l'usage est désormais proposé aux élèves dans la moitié des établissements.

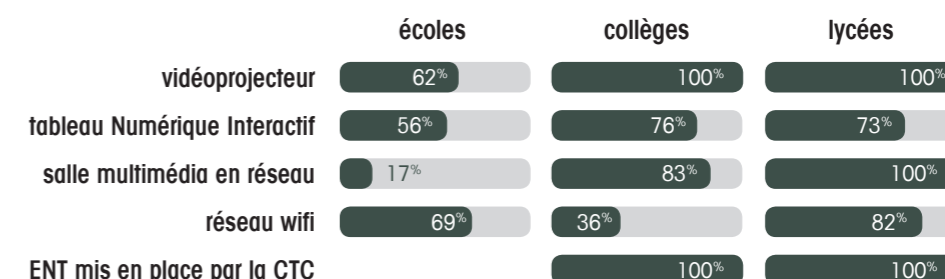
La disponibilité des ordinateurs pour les élèves accuse une baisse. On compte 4,7 collégiens pour un ordinateur, contre 4,4 pour la France entière. Il en va de même dans le primaire avec

Nombre d'élèves par ordinateurs



### Une croissance des équipements numériques à usage pédagogique

Equipements TICE (%)



On a vu que 7 ordinateurs à usage pédagogique sont installés en moyenne dans les écoles, 93 dans les collèges et 269 dans les lycées.

Au total 65% des établissements d'éducation de Corse sont équipés d'un Tableau Numérique Interactif. Son utilisation décroît dans les lycées (73%) et collèges (76%) au lieu de 81% en 2014 pour l'ensemble lycées + collèges).

L'outil traditionnel vidéo-projecteur reste le plus utilisé dans l'ensemble des établissements: 81% des établissements en sont équipés, dont 62% des écoles, mais comme en 2014 toujours 100% des lycées et collèges.

Pour les écoles, l'usage est en très forte progression à 56% en 2016, après avoir stagné à 38% en 2011 et 2014.

Les salles multimédia en réseau, présentes dans tous les lycées, poursuivent leur progression dans les collèges (+ 10 points à 83%), mais régressent dans les écoles (- 8 points à 17%). 54% des établissements d'éducation disposent d'un ENT en 2016 (ils étaient 45% en 2014) ;

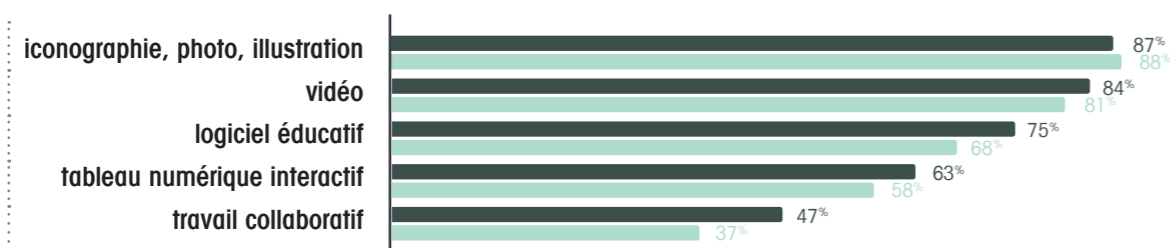
désormais 80% des lycées et 88% des collèges en sont équipés, contre 74% de l'ensemble collèges + lycées deux ans auparavant. **Pour la totalité des collèges et lycées utilisateurs, l'accès s'opère via le portail inter-établissements Leia mis en place par la CTC.**

## DES USAGES ENCORE À CONSOLIDER

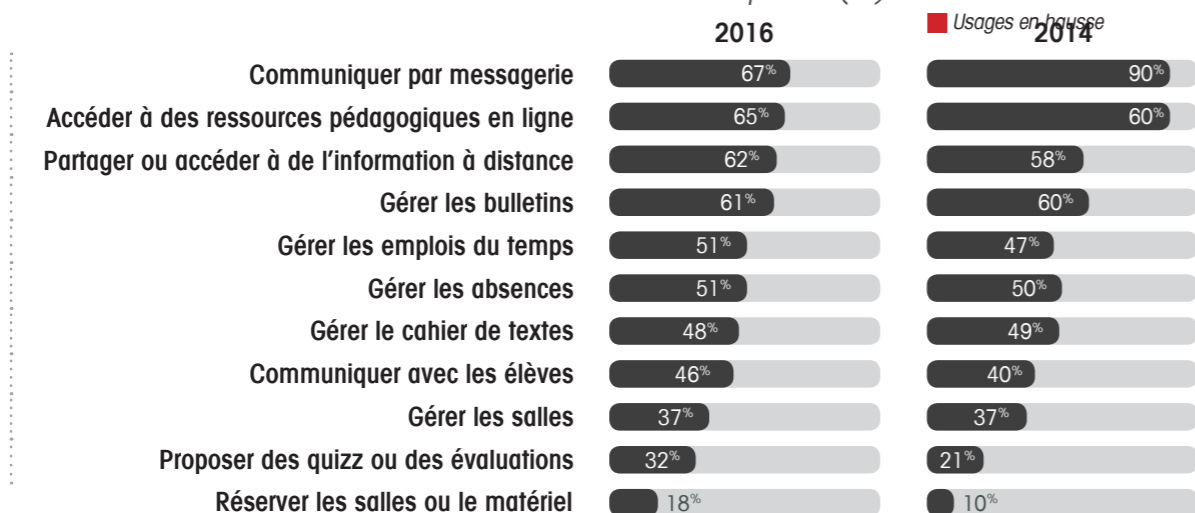
Les établissements disposent désormais d'un plus grand nombre d'équipements, qui entraînent une nette progression vers des usages pédagogiques nouveaux. Concernant l'usage des TIC en classe ou au sein de l'établissement, le constat de développement des pratiques numériques

est identique, à l'exception de la messagerie utilisée en interne, qui perd 23 points (de 90% en 2014 à 67% en 2016). Notre hypothèse est que l'utilisation croissante des SMS ou des réseaux sociaux explique en partie la perte d'intérêt pour ce mode de communication.

Usages des TIC en classe (%) ■ Corse 2016 ■ Corse 2014



Dans le fonctionnement de l'établissement les TIC sont utilisées pour... (%)



Toutefois certains outils peinent à voir leur usage progresser, que ce soit les outils d'apprentissage en ligne utilisés par seulement 30% des établissements, les plateformes de travail collaboratif utilisées par moins d'un quart des établissements (24%), les plateformes de soutien sco-

laire (22%), les abonnements à des ressources numériques qui régressent (de 23% des établissements en 2014 à 19% en 2016) ou même la plateforme de cours en ligne qui ne concerne que 8% des établissements

## UNE PERCEPTION DE PLUS EN PLUS POSITIVE DES TICE

En 2016, on note que 80% des enseignants utilisent les TIC pour préparer leurs cours (+8 points par rapport à 2014) et 60% directement en cours avec leurs élèves. 64% des enseignants se forment aux TICE (+9 par rapport à 2014). Les enseignants sont désormais des utilisateurs convaincus et leur envie de se former s'accroît en proportion.

40% des enseignants pensent que leurs élèves maîtrisent suffisamment les outils numériques (chiffre identique à 2014). Mais au total 90% d'entre eux (+4 points) considèrent que les élèves ne sont pas suffisamment sensibilisés aux enjeux numériques (économiques, juridiques, culturels). Plus précisément, leurs réponses sont les suivantes : élèves suffisamment formés 10%, un peu 62%, pas du tout 28% (contre respectivement 14%, 52% et 33% en 2014). Au niveau des lycées, la totalité des répondants considère que leurs élèves maîtrisent les outils TIC, mais lorsqu'il s'agit des enjeux du numérique (respect du droit d'auteur, protection de la vie privée, entre autres) le chiffre chute à 9% (il était de 20% en 2014 pour l'ensemble collèges + lycées).

Ceci se retrouve dans leur appréciation générale qui montre qu'au sein de la communauté éducative les TIC sont, avec le temps, jugées de plus en plus positivement : 87% des sondés considèrent qu'elles apportent des bénéfices au fonctionnement de l'établissement (contre 84,5% en 2014) et, en matière de pédagogie, les opinions favorables atteignent 88% (+1 point).

Ces variations peuvent s'expliquer paradoxalement par une meilleure connaissance de l'écosystème numérique : plus on en voit les risques, plus l'école a conscience de devoir en préserver les élèves et plus la formation des enseignants, comme des élèves, s'avère nécessaire au-delà de la simple maîtrise des outils

Ces avantages ne vont pas sans difficultés, même si ces dernières sont jugées moins prégnantes que par le passé : 48% des sondés considèrent que les TIC sont source de contraintes dans le fonctionnement de l'établissement (ils étaient 54% en 2014). Cependant, pour la pédagogie, des difficultés sont ressenties dans 36% des établissements, contre 33% en 2014.

## Synthèse

Dans le secteur de l'éducation, le numérique prend une place croissante et les services associés ont investi tous les domaines d'activité (administration, pédagogie, relations avec les partenaires). 4 enseignants sur 5 utilisent désormais les TICE pour préparer leurs cours, 3 sur 5 les utilisent directement avec leurs élèves et ils sont de plus en plus nombreux à faire l'effort de se former.

Toutefois, si la volonté existe du côté des enseignants et responsables d'établissements, elle est susceptible de buter sur le niveau d'équipement. En effet, plus l'établissement est de taille réduite, plus le recours aux TICE dépend de quelques bonnes volontés et achoppe sur des contraintes de matériel et de maintenance.

Malgré la contrainte budgétaire, l'effort de mobilisation et de rationalisation doit être poursuivi afin de répondre aux attentes et de s'assurer de l'efficience de chaque euro investi, à l'instar du portail inter-établissements Leia qui a su trouver son public.



# Synthèse générale

## La Corse poursuit sur sa lancée.

Depuis 2014, elle renforce ses équipements et conforte l'essor de ses usages numériques. Quand on la compare, elle affiche des niveaux d'équipements et d'usages qui la placent largement au-dessus des moyennes d'autres régions européennes. Et cette avancée dans l'ère numérique se constate quel que soit le type de territoire insulaire (campagne, ville, ou périphérie urbaine).

## La Corse s'inscrit dans des tendances générales en France et en Europe.

C'est le cas concernant les équipements : la baisse des achats de PC, la progression des tablettes ou la percée fulgurante des smartphones. Ils sont depuis quelques mois le premier moyen d'accès à Internet : même si ce sont les plus jeunes qui en sont majoritairement dotés, et qui tirent la diversification des usages, le mouvement est une lame de fond, en Corse comme ailleurs, en particulier pour les ménages et les entreprises touristiques.

En Corse, les ménages adoptent aussi désormais tablettes et objets connectés. Les collectivités et les entreprises insulaires quant à elles sont un peu plus en retrait, malgré certains signaux favorables à l'innovation comme la pénétration croissante des logiciels-métiers dans les collectivités ou la disparition progressive des sites web statiques.

Ce bouleversement des supports et des usages entraîne quelques régressions, comme la baisse des sites web ou des opérations en ligne pour les entreprises. L'avenir dira s'il s'agit d'un mouve-

ment général de migration vers d'autres modes de visibilité ou de stratégies commerciales, notamment celles qui privilégient des approches virales sur les réseaux sociaux.

## La Corse voit persister et évoluer la fracture numérique.

Mais ces évolutions s'accompagnent de disparités croissantes : l'essor d'une partie de la population très bien équipée atteint des niveaux équivalents, voire supérieurs, à ce qui se constate ailleurs, quand, dans le même temps, d'autres catégories de population butent sur des difficultés sources de fractures nouvelles :

- entre les habitants selon leurs catégories socio-professionnelles, et plus seulement selon les âges ;
- entre entreprises moyennes, qui ont acquis une certaine maîtrise, et très petites entreprises qui subissent le numérique et renoncent parfois, au moins dans certains secteurs d'activités ;
- entre grandes collectivités et petites collectivités, ces dernières ayant moins les moyens de faire face à la complexité croissante des réseaux, des technologies, des usages, pour répondre de façon efficace et innovante aux besoins, comme aux attentes de leurs concitoyens.

Ces éléments de fracture émergents dessinent volens nolens un Internet à deux vitesses, susceptible d'engendrer un sentiment de promesses non tenues. Alors que pour la Corse on pourrait en attendre du rayonnement économique et culturel, une participation de plain pied à la société de l'information, de la désintermédiation, de nouveaux emplois, de nouvelles activités, une valorisation des ressources locales et l'accès à de nouvelles ressources.

L'avantage comparatif est donc contrasté. Et cela d'autant plus que la conscience des apports bénéfiques du numérique s'accompagne d'une interrogation croissante sur les risques qu'il engendre pour les équilibres anciens en matière de vie privée, de sécurité économique ou de richesse culturelle. Ce questionnement se pose de manière

générale, mais il pourrait en Corse comme ailleurs faire l'objet d'analyses complémentaires (focus group) et d'une mobilisation des autorités publiques. L'objectif est bien 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.

## Méthodologie

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

Cette quatrième édition intègre et distingue dans le chapitre Education les données relatives aux écoles (non prises en compte en 2009 et 2011).

Les échantillons proposés sont représentatifs des populations interrogées. Les taux de réponse ont été conformes, voire supérieurs aux attentes.

Pour la totalité des échantillons, les entretiens effectués ont égalé, voire dépassé la taille minimale requise de l'échantillon. Les redressements

éventuellement effectués donnent aux résultats la pleine représentativité de la réalité avec une marge d'erreur qui évolue en fonction de la taille de l'échantillon.

Le choix a été fait de distinguer le secteur touristique des autres secteurs économiques, compte tenu du poids de ce dernier dans l'économie insulaire. Au global, cette dissociation permet de mieux appréhender la réalité des entreprises et de leurs stratégies numériques.

Tout au long du document les comparaisons proposées avec d'autres régions proviennent principalement du réseau SOURIR, facteur de sérieux quant aux chiffres proposés et aux analyses qui les sous-tendent.

| Cibles de l'étude     | Taille échantillon | Valeurs 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% |
|-----------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Collectivités locales | 150                | 8,00%                 | 7,80%                           | 7,30%                           | 6,40%                           | 4,80%                           |
| Education             | 220                | 6,60%                 | 6,50%                           | 6,10%                           | 5,30%                           | 4,00%                           |
| Entreprises           | 330                | 5,40%                 | 5,30%                           | 4,90%                           | 4,30%                           | 3,20%                           |
| Objets touristiques   | 620                | 3,90%                 | 3,90%                           | 3,60%                           | 3,10%                           | 2,40%                           |
| Ménages               | 1000               | 3,10%                 | 3,00%                           | 2,80%                           | 2,50%                           | 1,90%                           |

## Caractéristiques des répondants

### Ménages

**Mode de recueil** : Téléphone (fixe majoritairement)

**Taille de l'échantillon** : 1000 interviews depuis un fichier contacts de 10 000 ménages. Les ménages ayant répondu à l'enquête sont représentatifs de la population corse selon la méthode des quotas. 33% des répondants sont en couple avec des enfants. 48% sont classés comme inactifs.

### Collectivités territoriales

**Mode de recueil** : Questionnaire électronique suite à sollicitation par courriel.

**Taille de l'échantillon** : fixée à 100 à partir d'un fichier fourni par la CTC et revu par MV2 comprenant 360 communes, 22 EPCI, 19 intercommunalités, soit 401 collectivités locales (les deux conseils généraux et la CTC ont été sortis de l'échantillon). 104 réponses ont été obtenues. La répartition selon la taille et le département d'appartenance des communes est respectée. Dans 80% des cas les réponses ont été apportées par les maires eux-mêmes ou les présidents des EPCI / intercommunalités.

### Entreprises

**Mode de recueil** : Téléphone.

**Taille de l'échantillon** : 397 interviews (objectif initial à 330 interviews) à partir d'un fichier initial de 20 515 TPE/PME fourni par l'ADEC en juillet 2014 et complété par MV2. Les entreprises du secteur touristique font l'objet d'une enquête spécifique.

### Entreprises touristiques

**Mode de recueil** : Compte tenu des caractéristiques de la population et de la période d'enquête, il a été décidé de conjuguer questionnaires en ligne pour les prestataires disposant d'un courriel et interviews téléphoniques complémentaires.

**Taille de l'échantillon** : Le fichier de départ était constitué de 2 100 prestataires touristiques, recensés de façon exhaustive par l'ADEC. Les 604 répondants constituent un très bon échantillon. Au travers des différents modes de recueil, on aura réussi à toucher aussi bien des acteurs qui utilisent les TIC que des acteurs qui ne les utilisent pas. Les répondants sont au nombre de 604, répartis entre la Corse du Sud (379) et la Haute-Corse (225).

### Education

**Mode de recueil** : Questionnaire électronique suite à sollicitation par courriel.

**Taille de l'échantillon** : fixée à 99 à partir d'un fichier fourni par la CTC, mais le nombre de répondants s'élève à 147, ce qui témoigne des fortes attentes du secteur "éducation". On dénombre 256 écoles et 57 collèges/lycées en Corse. Les établissements des 147 répondants se répartissent entre 111 écoles et 36 Collèges/lycées. 85 sont situés en Haute-Corse et 62 en Corse du Sud. 85% des répondants sont les chefs d'établissement pour les écoles et 72% pour les collèges et lycées.

## Sources

### Statistiques nationales et européennes

- Conseil général de l'économie (CGE) et Autorité des régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) / CREDOC : Baromètre du numérique, éditions 2015 et 2016.
- Ministère de l'Education nationale, Les collèges connectés, Note DEPP n°2, janvier 2016
- Ministère de l'Education nationale, Repères et références statistiques, RERS 2016.
- MENESR-DEPP/MENESR-DNE, enquête sur les TICE dans les établissements publics des premier et second degrés, dans "L'état de l'École 2016. Coûts, activités, résultats", décembre 2016
- Eurostat : Enquête communautaire sur les TIC, 2015.
- Commission européenne : The Digital Economy & Society Index (DESI), 2016.
- Cabinet Gartner : Ventes 2015 de PC et de mobiles en France, 2016.
- Enquête TRIP ADVISOR réalisée entre le 21 Juin et le 8 Juillet 2016 auprès de 36 444 participants de 33 pays différents.

### Statistiques régionales

- Région Bretagne : Usages du numérique en Bretagne, édition 2016.
- Région Rhône-Alpes : Baromètre de la société de l'information, juin 2015.
- Réseau Sourir : Les équipements numériques. Comparaison Entreprises, Bretagne (2015), Auvergne, Rhône-Alpes, Wallonie, in Lettre M@souin, janvier 2016.
- Wallonie numérique : Premier Baromètre de maturité numérique des entreprises wallonnes, 2016.
- Fondation Villes Internet : Baromètre du développement local des services publics numériques, première édition, février 2016.

## Glossaire

**ADEC** Agence Développement Economique Corse

**ADSL** Asymmetric Digital Subscriber Line. Mode de connexion au réseau plus rapide qu'avec un modem ordinaire. Il utilise la ligne téléphonique.

**Application** Solutions logicielles développées pour un téléphone mobile classique ou un smartphone ou une tablette tactile. Elles sont pour la plupart distribuées depuis des plateformes de téléchargement telles que l'App Store, le Google Play, ou encore le Windows Phone Store.

**Back Office** Ensemble des activités de supports, de contrôle, d'administration d'une entreprise.

**Cloud** (computing) (Informatique en nuages) Système utilisant les capacités de mémoire et de calcul d'ordinateurs et de serveurs répartis dans le monde entier et reliés par un réseau, tel Internet. L'utilisateur fait appel à des applications et des données dont il ignore la localisation.

**e-commerce** (Commerce électronique) Ce terme regroupe l'échange de biens, de services et d'informations entre les réseaux informatiques, notamment via Internet pour des clients entreprises ou particuliers.

**ENT** (Espace Numérique de Travail) ensemble intégré de services numériques, choisi, organisé et mis à disposition de la communauté éducative par l'établissement scolaire.

**Extranet** site Internet à caractère commercial et à accès sécurisé, utilisé par les entreprises pour s'interconnecter avec leurs partenaires, fournisseurs ou clients.

**Fibre** (optique) : fil en verre ou en plastique très fin qui sert dans la transmission de données et de lumière. Elle offre un débit d'informations nettement supérieur à celui des câbles coaxiaux en cuivre. Elle permet donc la création d'un réseau « large bande » par lequel

transitent aussi bien la télévision, le téléphone, la visioconférence que les données informatiques.

**FTTH** (fiber to the home) : la fibre optique arrivant jusqu'au domicile, qui permet d'accéder à l'internet à très haut débit.

**Intercommunalité** désigne le regroupement de communes dans une structure légale (le plus souvent un EPCI) en vue de coopérer dans un ou plusieurs domaines.

**Intranet** réseau informatique privé et fermé qui utilise les protocoles de communication et les technologies de l'Internet.

**LMS** (learning management system) ou learning support system (LSS) : un système logiciel web développé pour accompagner toute personne impliquée dans un processus d'apprentissage dans sa gestion de parcours pédagogiques

**Logiciel libre** logiciel qui répond aux principes de liberté d'utilisation, de modification et de distribution. Il doit être soumis à une licence libre.

**Mobinaute** un usager qui se connecte à internet à partir d'un dispositif mobile (smartphone, tablette, objet connecté).

**MMS** (Multimedia Messaging Service) : « service de messagerie multimédia », un système d'émission et de réception de messages multimédias pour la téléphonie mobile.

**Objets connectés** Le terme désigne tout objet de la vie courante possédant la capacité de se connecter à Internet et d'interagir en temps réel avec l'utilisateur, en exécutant des applications via un smartphone ou une tablette numérique. Par exemple les montres connectées, prisées des sportifs amateurs, sont de véritables ordinateurs miniaturisés, qui intègrent des capteurs de mouvements, de proximité et pour certaines un GPS

ou un lecteur optique de rythme cardiaque. Le secteur de la domotique (commande à distance de volets roulants, de chauffage ou d'équipements électroménagers) est aussi en pleine expansion.

**Open data** en français, ouverture des données. L'expression caractérise la démarche visant à rendre les données numériques issues des administrations publiques accessibles et utilisables par tous. Il existe alors quatre classes de réutilisation des données ouvertes :

- la consultation : accès direct – ou via une visualisation – à une donnée ;
- l'application : face visible de l'Open Data par le grand public ;
- la médiation : représentation des données brutes ;
- la réutilisation spécialisée : continent inconnu de l'Open Data mais porteur de gains réels.

**OTSI** Office de Tourisme et Syndicat d'Initiative

**Plateforme collaborative** ensemble d'outils de travail collaboratif accessibles en ligne.

**Réseau informatique** liaison entre des postes de travail pour leur permettre de communiquer et de partager des périphériques et des applications. Lorsque le réseau est local, et concerne par exemple un bâtiment, il est nommé Local Area Network (LAN). Lorsqu'il est étendu au niveau d'une ville ou d'un pays, il est nommé Wide Area Network (WAN). Internet est un réseau de réseaux, c'est-à-dire qu'il interconnecte des réseaux et leur permet de communiquer selon un protocole commun.

**Réseaux sociaux** site web qui permet aux internautes de se créer une page personnelle afin de partager et d'échanger des informations et des photos avec leur communauté d'amis et leur réseau de connaissances (exemple : Facebook)

**SIG** (Système d'Information Géographique) système de traitement et de représentation établi à partir de diverses sources, qui permet de rassembler, organiser, gérer, analyser, combiner, élaborer et présenter des données numériques localisées géographiquement.

**Smartphone** (téléphone intelligent) : téléphone mobile disposant aussi des fonctions d'un assistant numérique personnel. La saisie des données se fait par le biais d'un écran tactile ou d'un clavier.

**SMS** (Short Message Service) appelé également "texto" ou "mini message", il permet de transmettre de courts messages textuels entre téléphones mobiles.

**Tablette tactile** un ordinateur portable ultraplât qui se présente sous la forme d'un écran tactile sans clavier et qui offre à peu près les mêmes fonctionnalités qu'un ordinateur.

**Télétravail** travail à distance réalisé hors du lieu de travail, rendu possible par l'utilisation des TIC et d'Internet.

**TIC** Technologies de l'Information et de la Communication

**TICE** Technologies de l'Information et de la Communication dans l'Enseignement

**Travail collaboratif** ensemble des technologies et des méthodes de travail associées qui permettent le partage de l'information sur un support numérique à un groupe engagé dans un travail collaboratif et/ou coopératif.

**TPE-PME** L'appellation Très Petites Entreprises (TPE) s'applique aux entreprises de moins de 10 salariés. Une Petite et Moyenne Entreprise (PME) comprend entre 10 et 250 salariés. Dans le cadre du baromètre Corse numérique et afin de tenir compte de la spécificité de l'économie insulaire, les PME sont comptabilisées à compter d'un seuil de 5 salariés.

**Zone blanche** zone du territoire qui n'est pas desservie par un réseau de communication donné (téléphonie, internet)

**Wifi** Technique de transmission radio-électrique sans fil qui permet l'accès d'ordinateurs au réseau Internet ou à un réseau Intranet avec un débit élevé.





<http://numerique.corse.fr>



Hôtel de la Collectivité Territoriale de Corse

22, cours Grandval - BP 215 - 20187 Ajaccio cedex 1

Tél. : 04 95 51 64 64 - Fax : 04 95 51 64 60

courriel : [info@ct-corse.fr](mailto:info@ct-corse.fr)

