

ÉCHANTILLON

700 INTERVIEWS

Commerces français de 1 à 4999 salariés

Représentatif du secteur du commerce
en France.

Une enquête par téléphone (CATI),
menée du 17 avril au 21 mai 2023



SECTEUR D'ACTIVITÉ



100% Commerce

dont :

- **58%** Commerce de détail
- **29%** Commerce de gros
- **13%** Commerce et réparation d'automobiles/motocycles

TAILLE DE L'ENTREPRISE



73%

1-19
salariés



11%

20-99
salariés



4%

100-249
salariés



12%

250-4999
salariés



FONCTION DU RÉPONDANT

PDG/Directeur Général/gérant

51%

Associé/Co-gérant

30%

Directeur/responsable marketing

8%

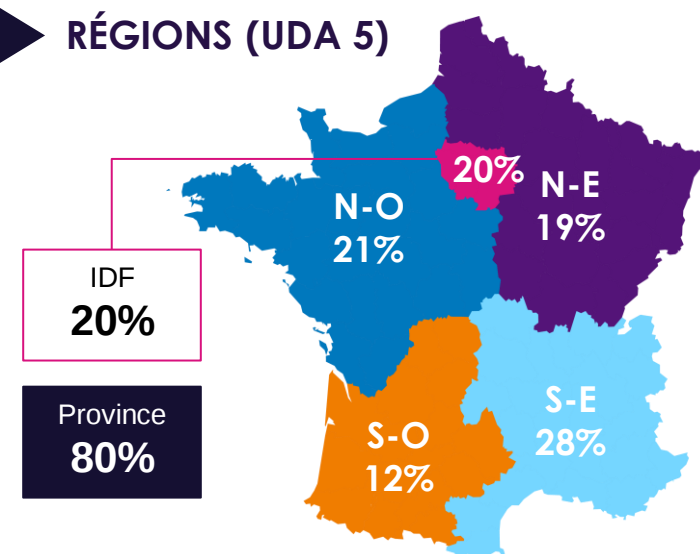
Directeur/responsable commercial

4%

CDO (Chief Digital Officer)

8%

RÉGIONS (UDA 5)



ÉCHANTILLON



514 INTERVIEWS

Commerces français
de 1 à 20 salariés

Représentatif du secteur du commerce
en France.

Une enquête par téléphone (CATI),
menée du 17 avril au 21 mai 2023



SECTEUR D'ACTIVITÉ

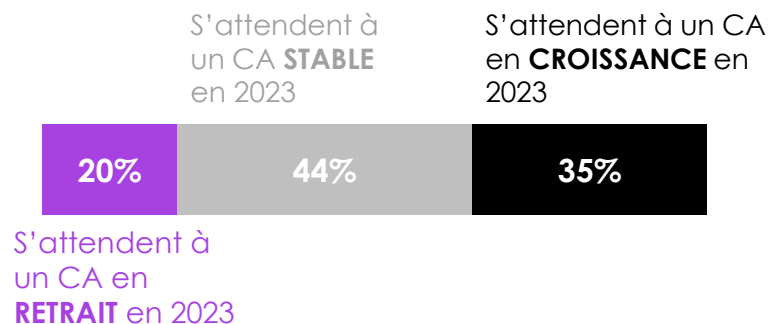


-20 salariés Commerce

dont :

- **60%** Commerce de détail
- **26%** Commerce de gros
- **13%** Commerce et réparation d'automobiles/motocycles

ATTENTE CHIFFRE D'AFFAIRES 2023



FONCTION DU RÉPONDANT

PDG/Directeur Général/gérant



Associé/Co-gérant



Directeur/responsable marketing



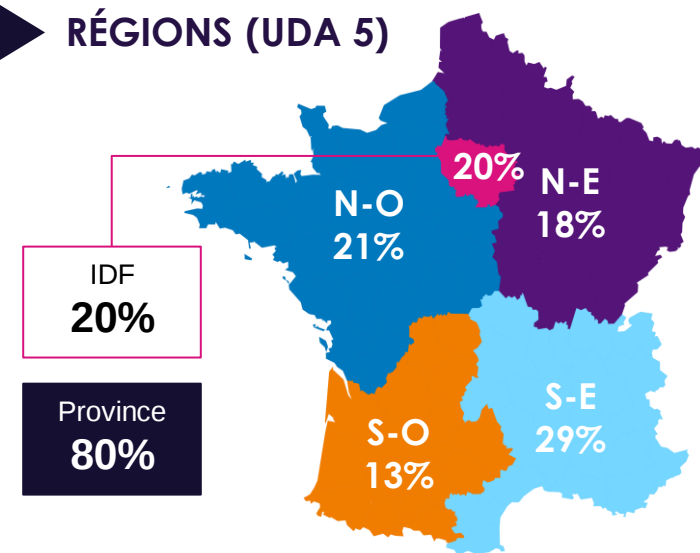
Directeur/responsable commercial



CDO (Chief Digital Officer)



RÉGIONS (UDA 5)



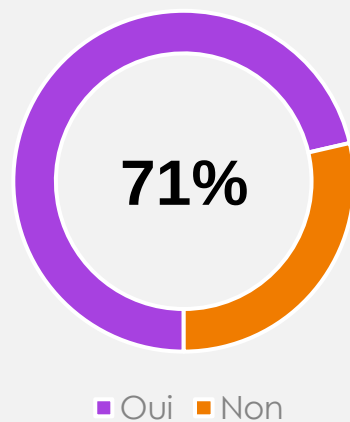
DATE DE CRÉATION & STATUT

DATE DE CRÉATION DE L'ENTREPRISE



ST « moins d'un an » : 2%

ÉTABLISSEMENT UNIQUE ?



ENT1. Votre entreprise a-t-elle été créée...

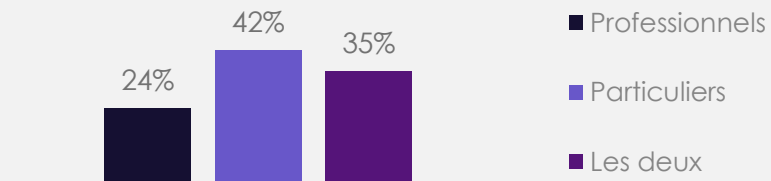
Base : 700

ENT2. Votre entreprise est-elle un établissement unique ? (Entreprise ne comportant pas d'autre établissement ou filiale)

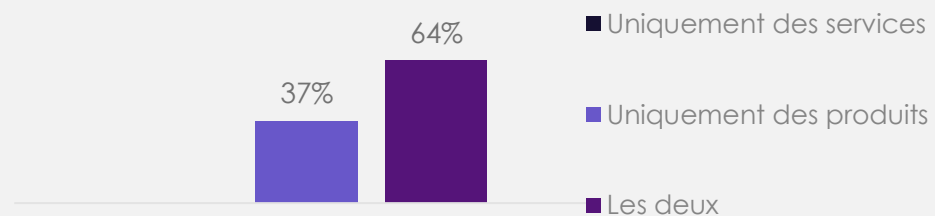
Base : 700

CLIENTÈLE ET OFFRE

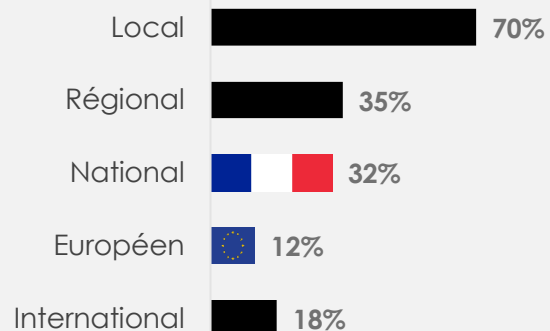
CIBLE



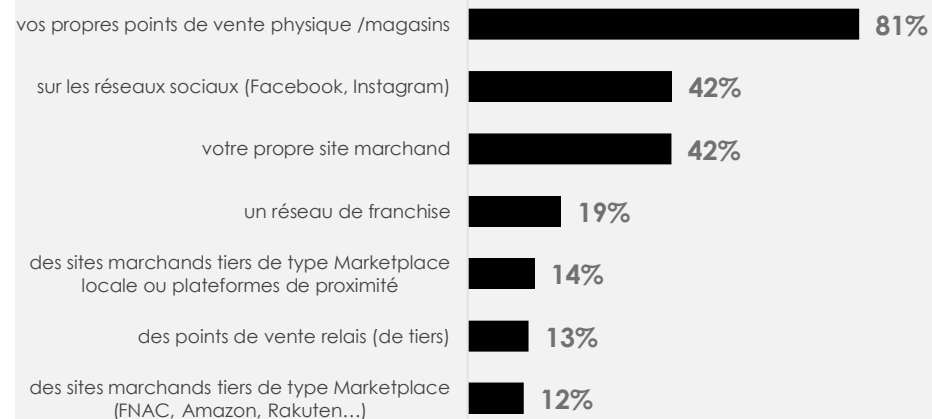
SERVICES OU PRODUITS



PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION



MOYENS DE COMMERCIALISATION



ENT3. L'activité de votre entreprise vise-t-elle plutôt...

Base : 700

ENT4. Votre entreprise s'adresse à une clientèle...

Base : 700

ENT 5. Que propose votre entreprise ?

Base : 700

ENT 5BIS. Parmi les moyens suivants, lesquels utilisez-vous pour commercialiser vos produits ou services ?

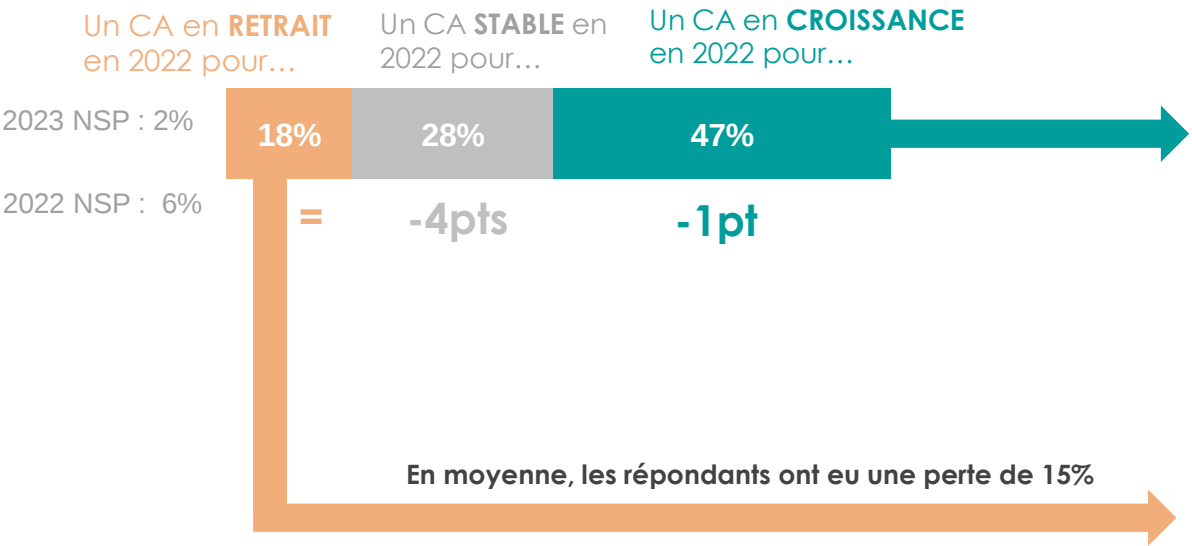
Base : 700

Des commerçants optimistes

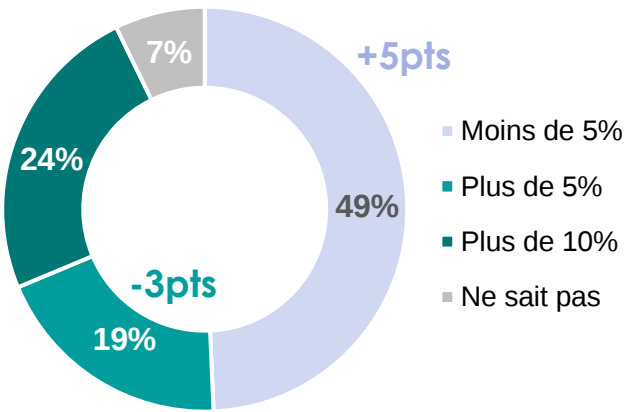
vers une croissance plus inclusive

UNE STABILISATION QUI S’AFFIRME DAVANTAGE...

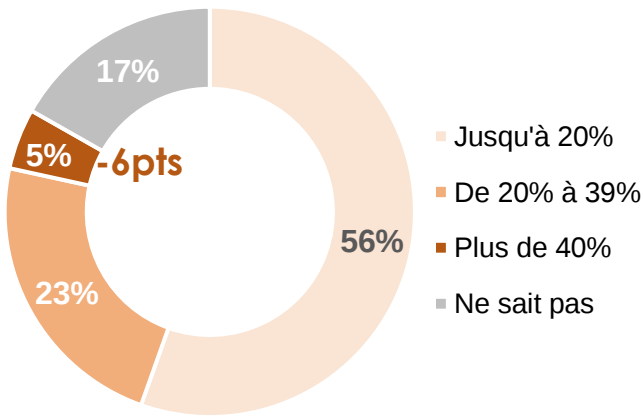
CHIFFRE D’AFFAIRES SUR 2022



TAUX DE CROISSANCE SUR 2022



TAUX DE DECROISSANCE SUR 2022

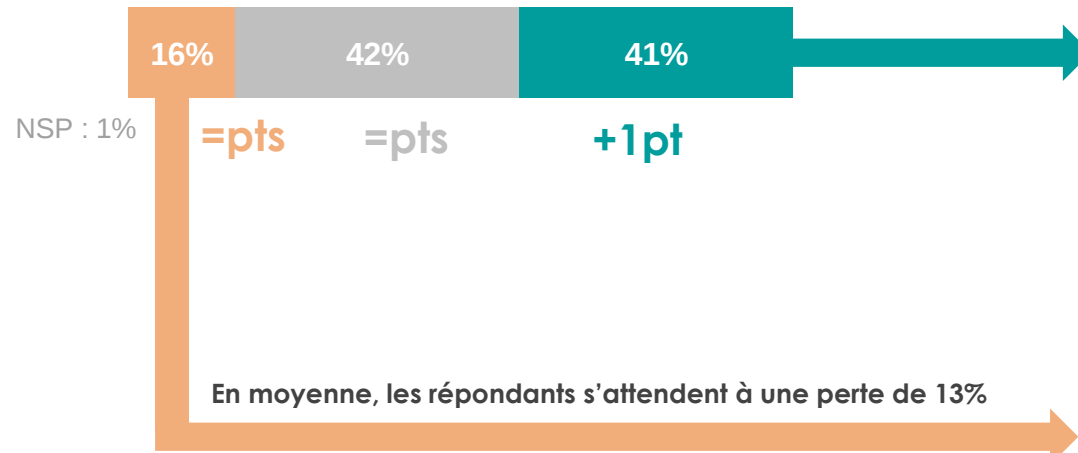


ENT6. Sur l'année 2022, le chiffre d'affaires de votre entreprise était il ...
Base ensemble : 700
ENT6TER. Et quel était votre taux de croissance ?
Base en croissance : 326
ENT6QUAT. Et quel était votre taux de perte ?
Base en décroissance : 123

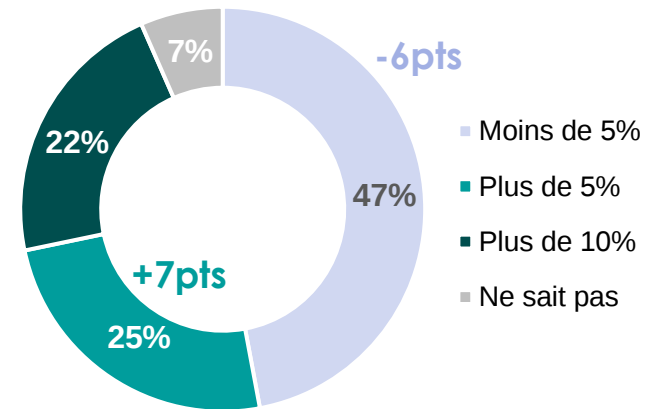
...ET QUI SE CONSOLIDE, UN OPTIMISME DE CROISSANCE...

ATTENTE CHIFFRE D'AFFAIRES 2023

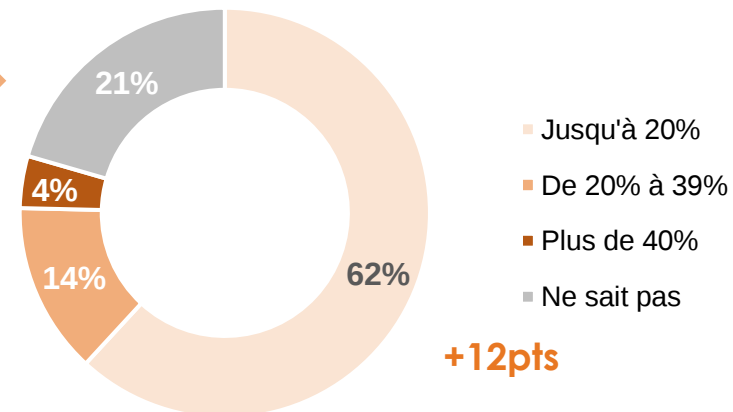
S'attendent à un CA en **RETRAIT** en 2023 S'attendent à un CA **STABLE** en 2023 S'attendent à un CA en **CROISSANCE** en 2023



TAUX DE CROISSANCE 2023



TAUX DE DECROISSANCE 2023



ENT7. Et en 2023, vous attendez-vous à ce que le chiffre d'affaires de votre entreprise soit...

Base ensemble 700

ENT7BIS. Et quel devrait-être votre taux de croissance en 2023 ?

Base en croissance : 282

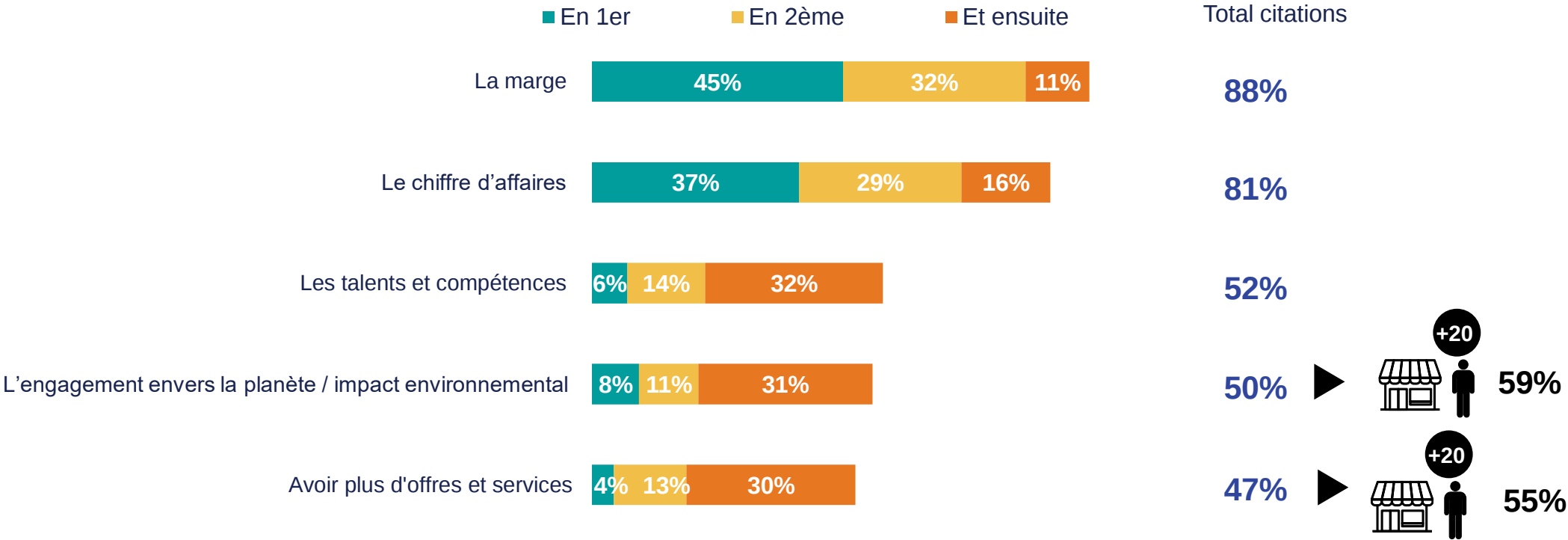
ENT7TER. Et quel devrait-être votre taux de perte en 2023 ?

Base en décroissance : 114

...AVEC LES COMPÉTENCES ET TALENTS QUI SONT DES NOUVELLES VALEURS ÉMERGENTES

Nouvelle question

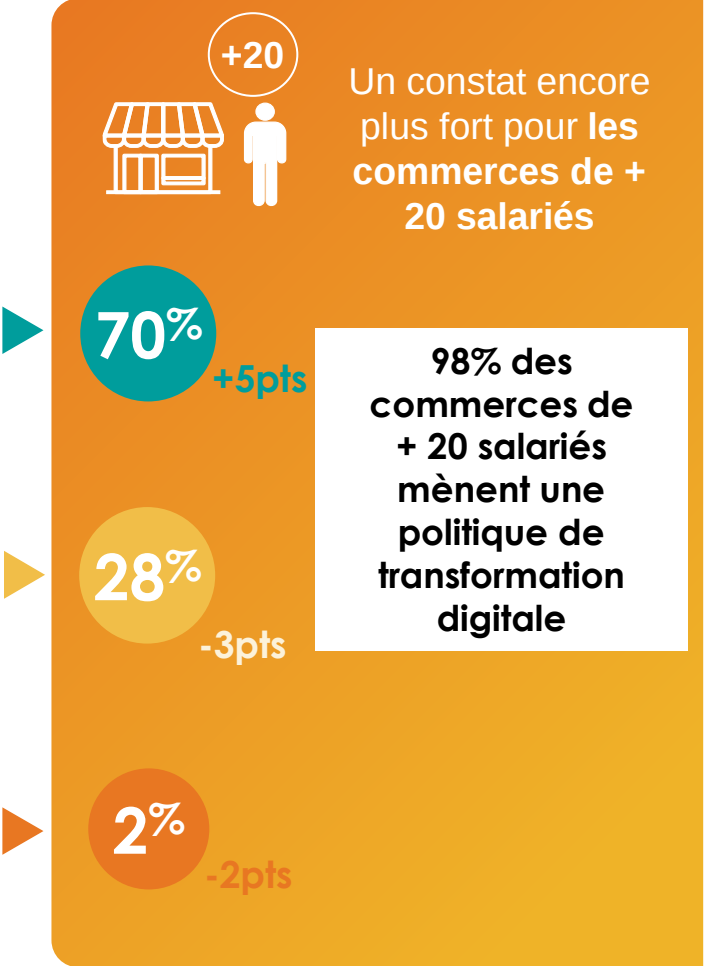
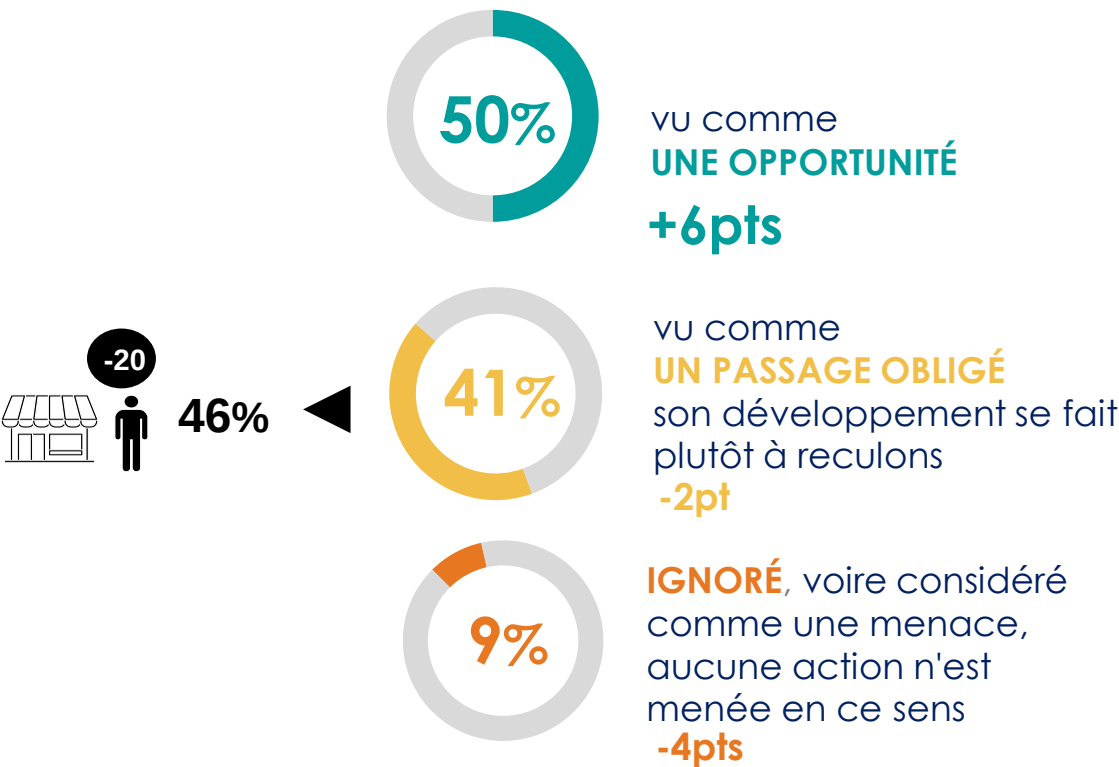
L'ÉLÉMENT LE PLUS IMPORTANT POUR LA CROISSANCE



CROIS1. Quel est l'élément le plus important pour vous lorsqu'on parle de croissance de votre entreprise ?
Base ensemble 700

UNE MATURITÉ DIGITALE BIEN ANCRÉE CHEZ LA MAJORITÉ DES COMMERÇANTS

RÉCEPTION ENVERS LA TRANSFORMATION DIGITALE

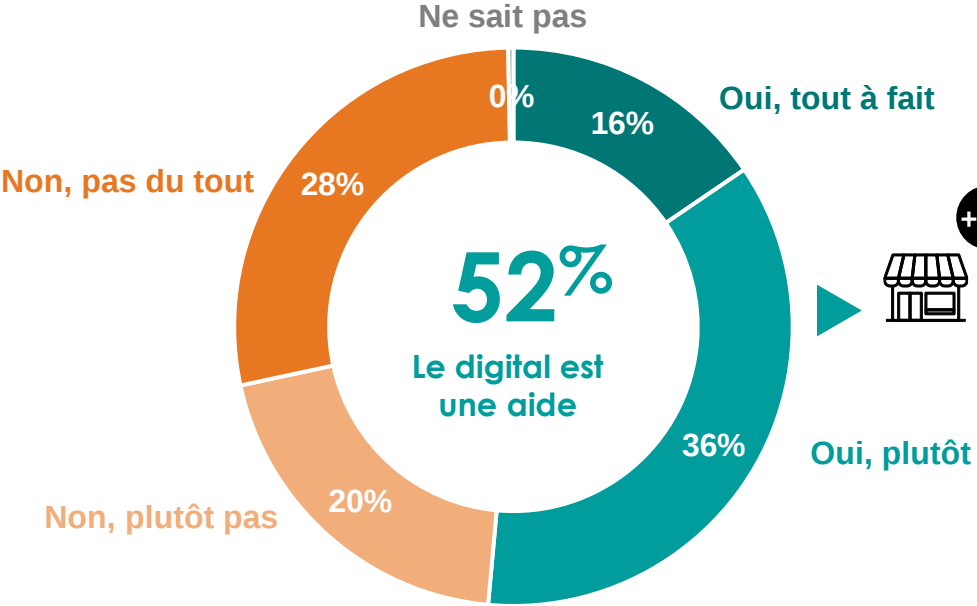


A1. En ce qui concerne la transformation digitale, quelle attitude parmi les suivantes serait la plus proche de celle du / des dirigeant(s) de votre entreprise ?
Base ensemble: 700

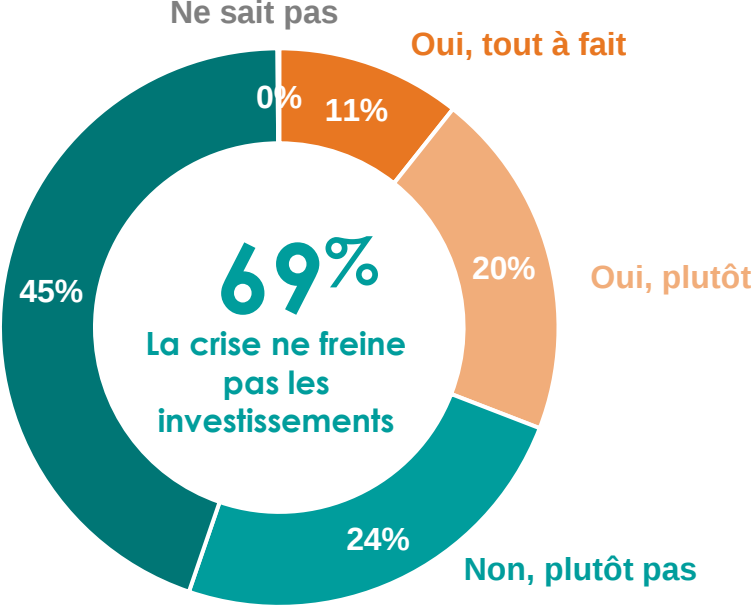
CONSIDÉRÉ COMME UN ALLIÉ POUR LA MOITIÉ DES COMMERCES

Nouvelle question

LE DIGITAL UNE AIDE POUR LUTTER CONTRE LA CRISE ACTUELLE



LA CRISE ACTUELLE FREINE LES INVESTISSEMENTS DANS LE DIGITAL

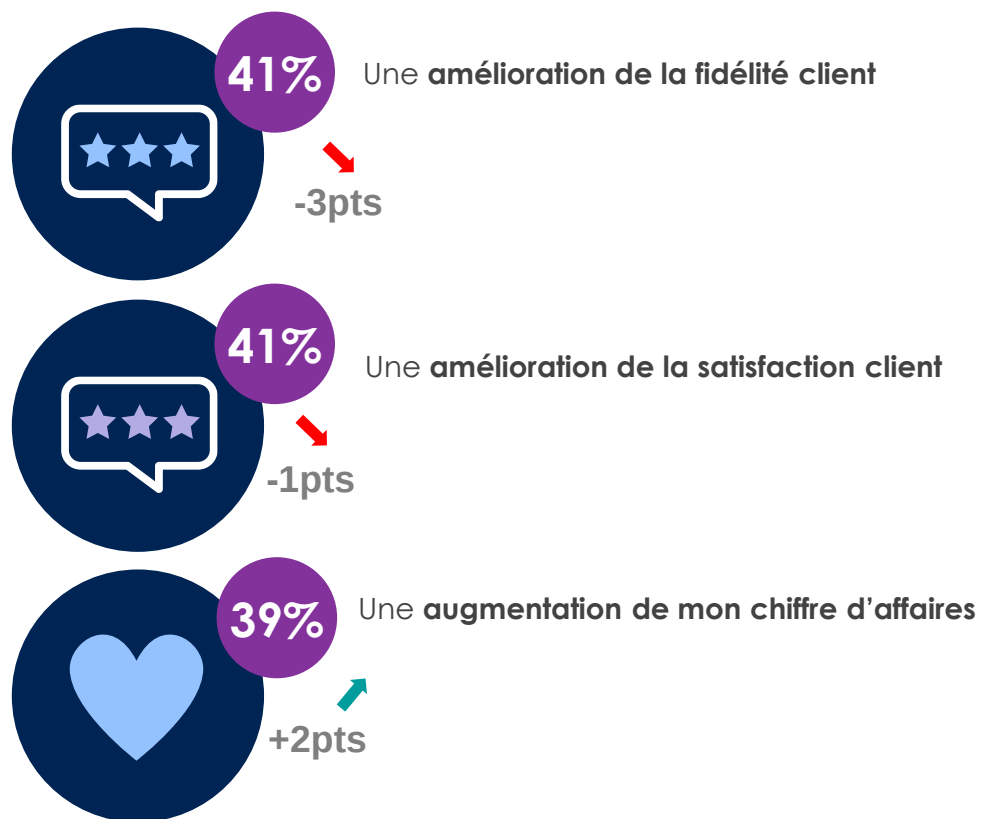


RSE1TER. Le digital peut-il être une aide pour lutter contre la crise actuelle ? exemple : Accès à de nouveaux clients / Dispositifs aidant à la maîtrise de l'énergie / développement des circuits courts... / Base ensemble : 700

Q1TER. La crise actuelle freine-t-elle vos investissements dans le digital... ? / Base ensemble : 700

DES BÉNÉFICES BUSINESS DIGITAL EN BAISSE

Un constat encore plus fort pour
les entreprises de + 20 salariés



47%
-12pts

45%
-12pts

50%
+3pts

TPE	PME	ETI*
38%	48%	46%
40%	41%	48%
34%	46%	52%

A7. Quels sont selon vous les bénéfices BUSINESS de la transformation digitale pour votre entreprise ?

Base ensemble : 700

* Base faible

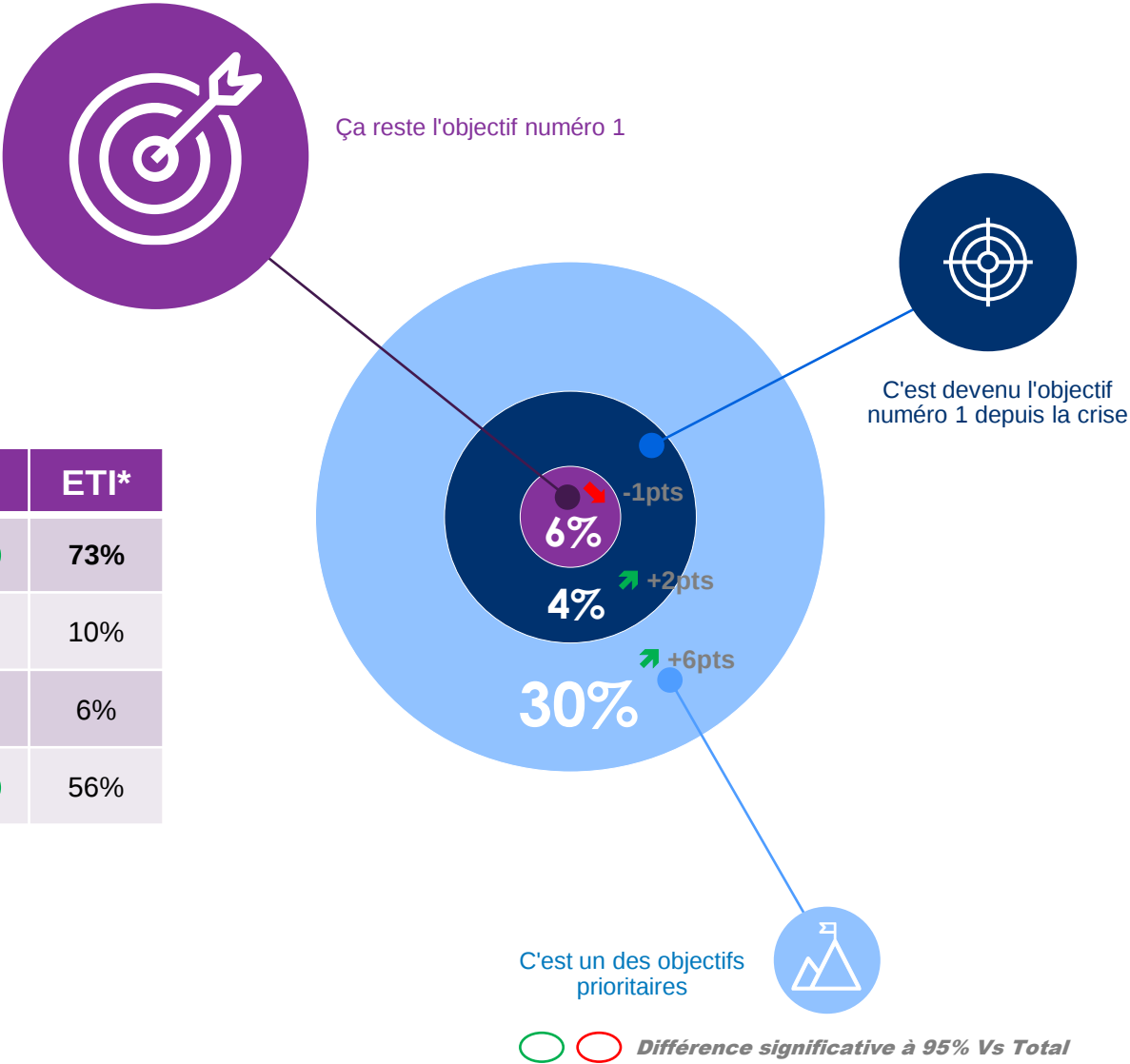
L'IMPORTANCE ACCORDÉE À LA TRANSFORMATION DIGITALE EN PROGRESSION

➡ +6pts

40% considèrent la transformation digitale comme un objectif

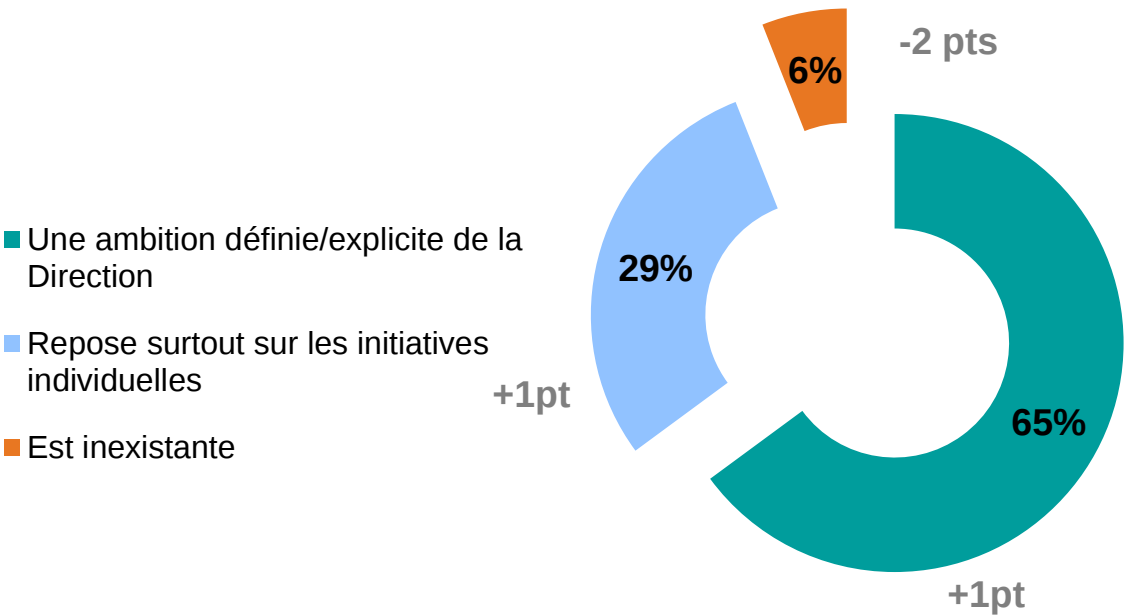
	TPE	PME	ETI*
Considère la transformation digitale comme un objectif	31%	48%	73%
Ça reste l'objectif numéro 1	5%	6%	10%
C'est devenu l'objectif numéro 1 depuis la crise du coronavirus	4%	2%	6%
C'est un des objectifs prioritaires	23%	40%	56%

A5. Quelle priorité est accordée à la transformation digitale dans votre entreprise ?
Base ensemble : 700 // * Base faible



PRÈS DES DEUX TIERS DES ENTREPRISES DE +20 SALARIÉS SOUTIENNENT LA TRANSFORMATION DIGITALE

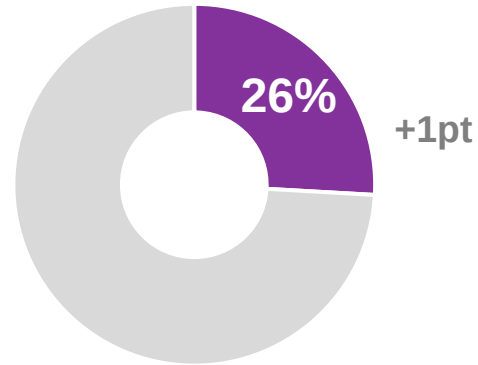
ENTREPRISES + DE 20 SALARIÉS



	PME	ETI*
Une ambition définie/explicite de la Direction	62%	69%
Repose surtout sur les initiatives individuelles	31%	27%
Est inexistante	7%	4%

A2. Au sein de votre entreprise, vous diriez que la transformation digitale...
* Base faible

LES COMMERCE FRANÇAIS POURSUIVENT LEUR TRANSITION D'INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES TRADITIONNELS VERS LE DIGITAL



ont transféré une partie de leurs investissements publicitaires dans les médias et supports traditionnels (TV, Radio, presse papier, prospectus) vers les outils et solutions digitales



À hauteur de + de 30% pour **16% d'entre elles**  +4pts

Un constat encore plus fort pour **les entreprises de + 20 salariés**

42%  - 4 pts

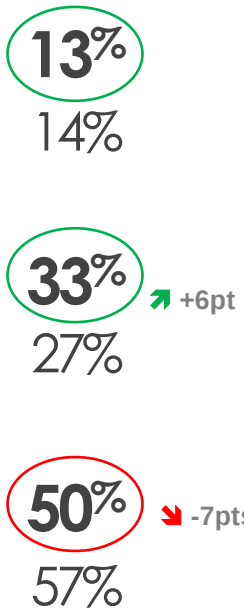
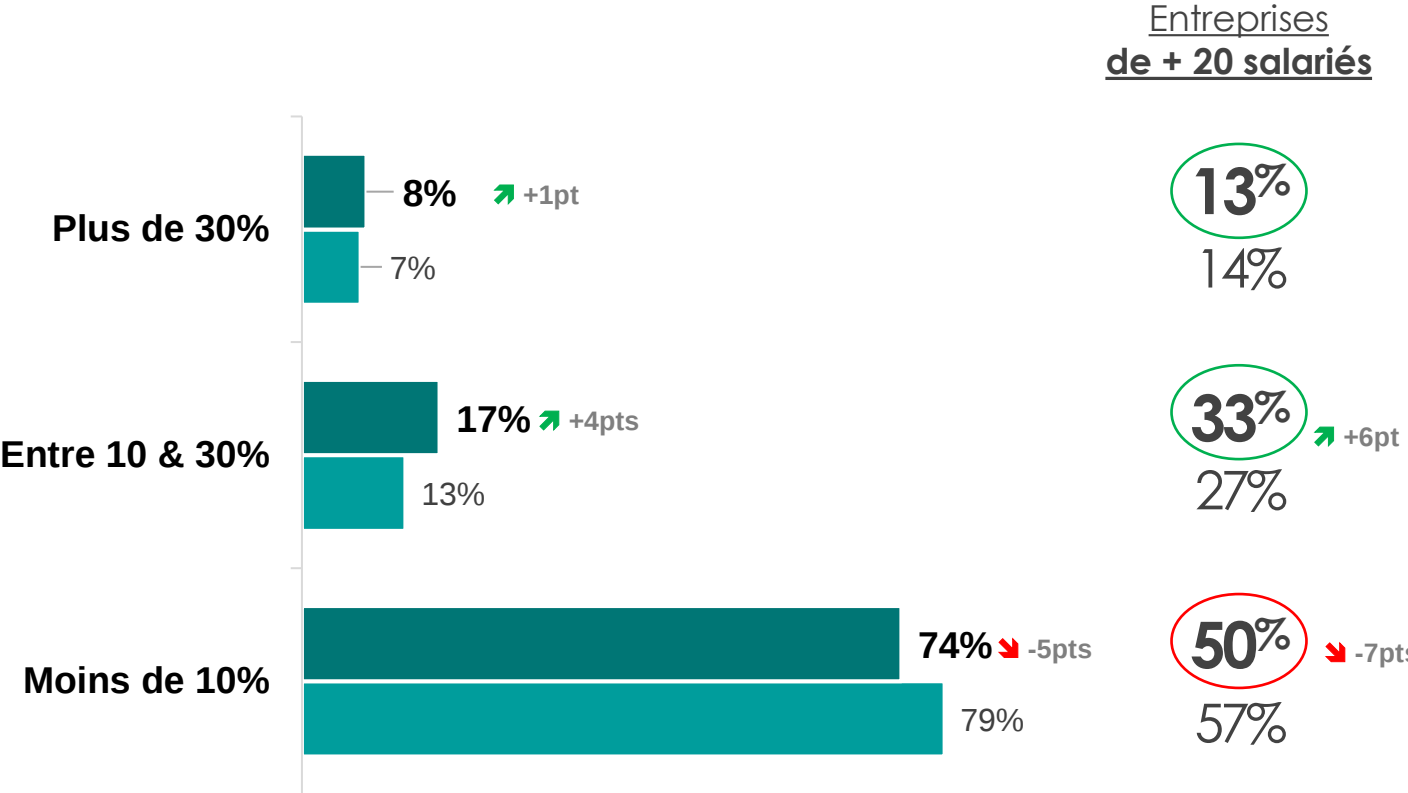
A9QUAT. En 2021, avez-vous transféré une partie de vos investissements publicitaires dans les médias et supports traditionnels (TV, Radio, presse papier, prospectus) vers les outils et solutions digitales ?

Base ensemble : 700 // Base 20 salariés et plus: 186

A9_A. Quelle part de vos investissements a été transférée ?

Base ensemble : 700 // Base 20 salariés et plus: 186

AU GLOBAL, LE NUMÉRIQUE PREND PLUS DE PLACE DANS LES INVESTISSEMENTS EN COMMUNICATION/MÉDIA PLUS PARTICULIÈREMENT AUPRÈS DES COMMERCE DE +20 SALARIÉS



	TPE	PME	ETI*
Plus de 30%	6%	16%	6%
Entre 10 & 30%	10%	18%	50%
Moins de 10%	83%	64%	40%

A9QUINT. Quelle est la part du numérique dans vos investissements en communication/média ?
Base ensemble : 700 // Base 20 salariés et plus: 186 // Base TPE : 467 // Base PME : 185 // Base ETI : 48*
* Base faible

Des investissements en hausse

dans les outils

LES RÉSEAUX SOCIAUX ET SITE VITRINE POUR ACCROÎTRE SA VISIBILITÉ

VISIBILITÉ DE L'ENTREPRISE



CIB7. Pour rendre visible son activité sur Internet, votre entreprise possède-t-elle... ?
Base ensemble : 700

DIVERSIFICATION DES CANAUX DE VENTE ET FORTE HAUSSE DE LEUR PROPRE SITE MARCHAND



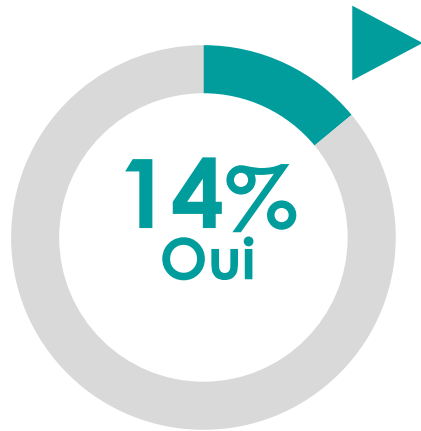
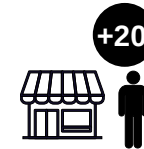
ENT 5BIS. Parmi les moyens suivants, lesquels utilisez-vous pour commercialiser vos produits ou services ?
Base ensemble : 700

OMNISCANALITÉ, DES AVANTAGES SUBSTANTIELS QUI PERDURENT NOTAMMENT POUR LES ENTREPRISES DE PLUS DE 20 SALARIÉS

Question changée vs 2022

MISE EN PLACE D' ACTIONS
OMNISCANAL

BÉNÉFICES CONSTATÉS APRÈS MISE EN PLACE D' ACTIONS
OMNISCANALES



93%		La sauvegarde de l'activité 48% les deux, en magasin et online	99%		66% les deux, en magasin et online
92%		Le maintien de la relation client malgré la crise 48% les deux, en magasin et online	94%		57% les deux, en magasin et online
91%		Le maintien de l'activité malgré la crise 47% les deux, en magasin et online	96%		63% les deux, en magasin et online

BEN1. Quel(s) bénéfice(s) votre entreprise a-t-elle tiré à la suite de la mise en place d'actions omniscanales ?
Base a mis en place des actions dans le cadre d'une stratégie omniscanales : 100

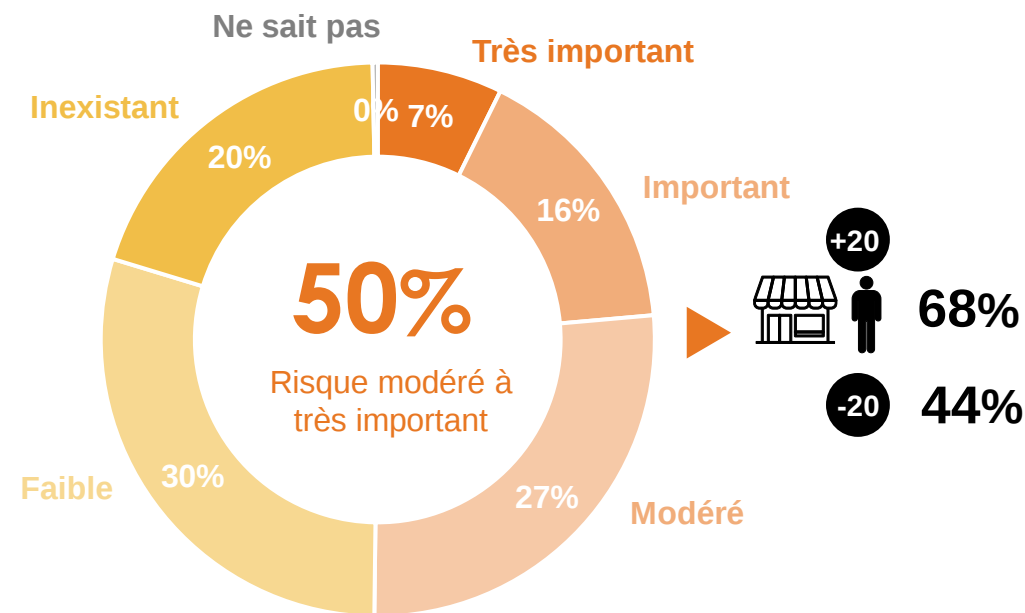
Une maturité digitale qui progresse

Risques et leviers bien identifiés

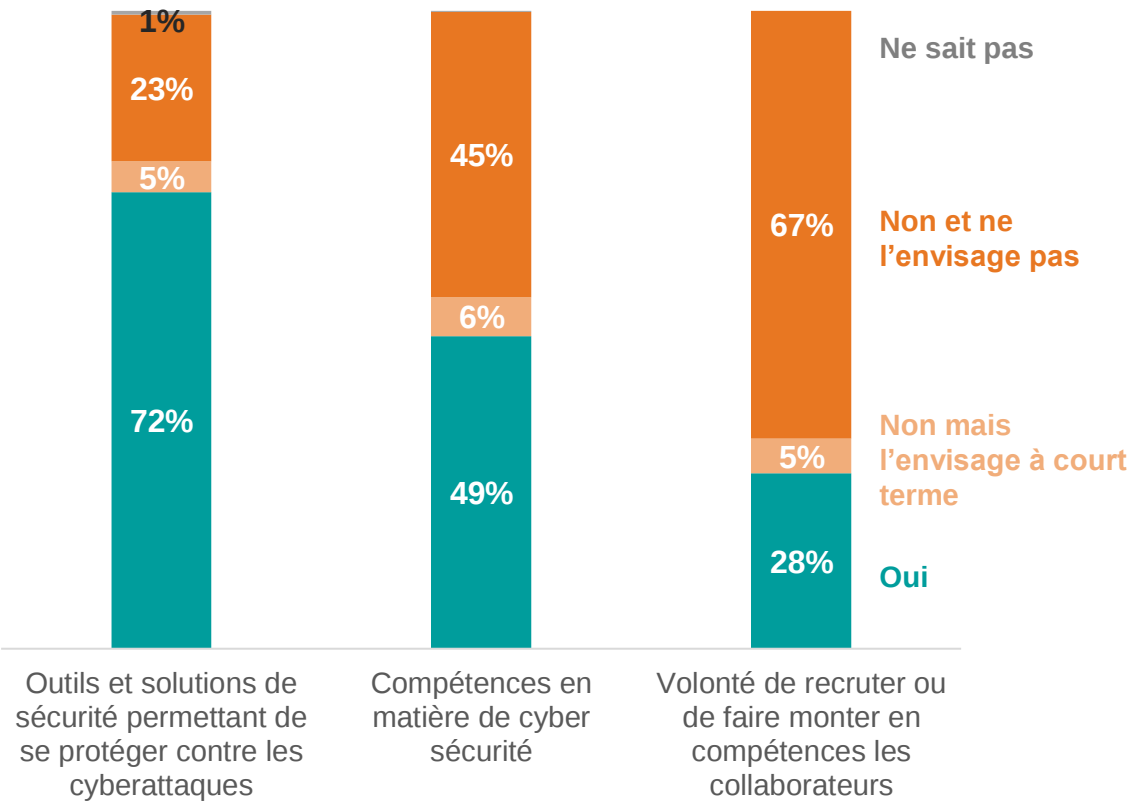
DES COMMERÇANTS QUI S'ÉQUIPENT FACE AUX ASSAULTS NUMÉRIQUES AVEC UNE CYBERMENACE GRANDISSANTE

Nouvelle question

LE RISQUE DE CYBER MENACE SUR VOTRE ENTREPRISE



L'ENTREPRISE DISPOSE



CYBER1. Actuellement le risque de cyber menace sur votre entreprise est-il ... ? / Base ensemble : 700
CYBER2. Actuellement, votre entreprise dispose-t-elle ? / Base ensemble : 700

UNE MONTÉE EN PUISSANCE PROGRESSIVE DE L'IA

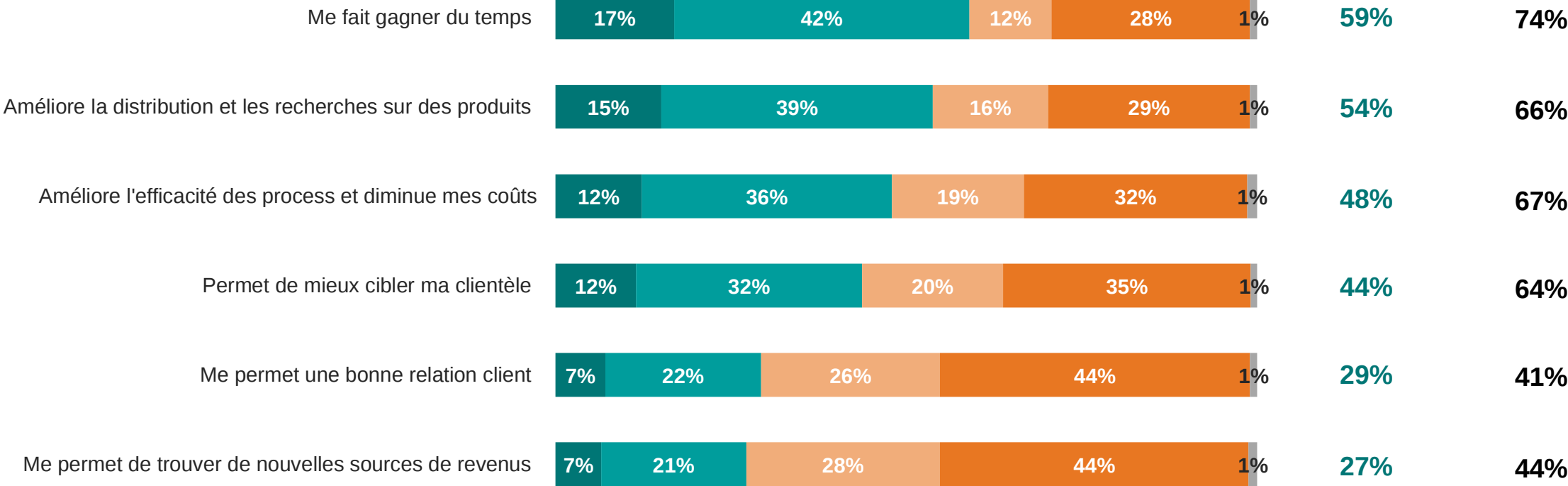
Nouvelle question



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (IA) ...

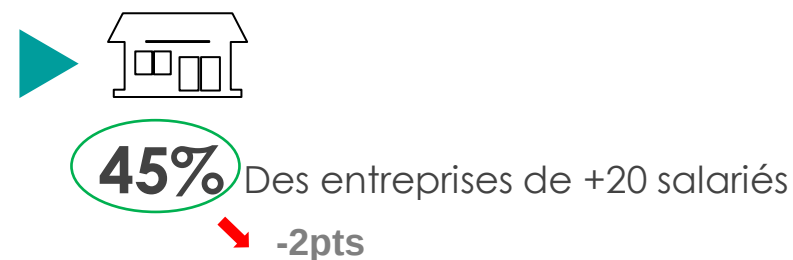
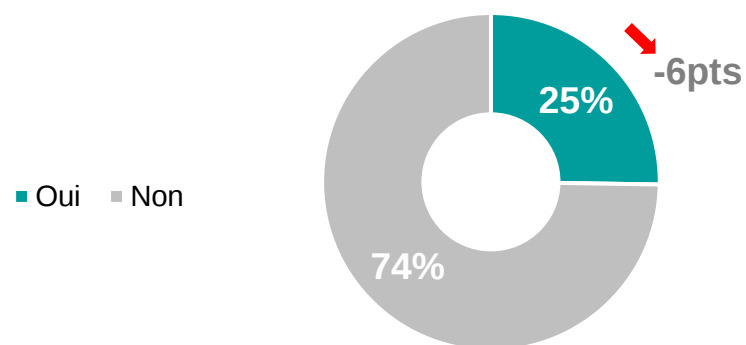
■ Tout-à-fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord
■ Pas du tout d'accord ■ NSP / Ne connaît pas

ST D'accord



IA1. Je vais vous citer un certain nombre de phrases sur l'Intelligence Artificielle (IA), pour chacune vous me direz si vous êtes ... ?
Base ensemble: 700

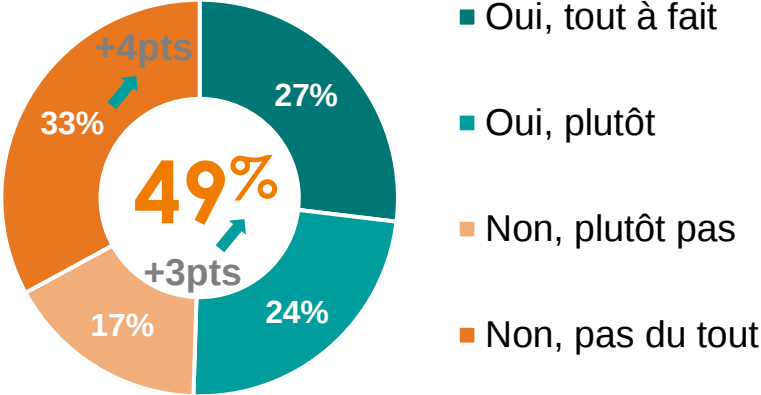
DES ACTIONS MODÉRÉES ET EN BAISSSE POUR LE TRAFIC EN LIGNE



	TPE	PME	ETI
Oui	18%	35%	51%
Non	82%	65%	49%

PHY3. Avez-vous des actions en magasin pour accroître votre trafic et les ventes sur le site Internet (Collecte d'emails, publicité pour des promotions sur le site...) Base entreprises qui ont un point de vente physique : 581 répondants // TPE : 387 // PME : 155 // ETI : 39*

UNE OPINION PARTAGÉE QUANT À LA COMPLÉMENTARITÉ DES VENTES EN LIGNES ET DES VENTES PHYSIQUES



- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

.. des commerces qui ont un point de vente physique **considèrent** les ventes en ligne comme non concurrentes des ventes physiques

Un constat encore plus fort



► **59%** +10pts

Total Non

► **30%** +3pts

Non, pas du tout

PHY4. Considérez-vous les ventes en ligne comme un concurrent des ventes physiques ?
base entreprises qui ont un point de vente physique : 581 répondants

PAS DE BESOIN DE CANAUX DIGITAUX POUR CERTAINS

ST Cité

36% +20pts

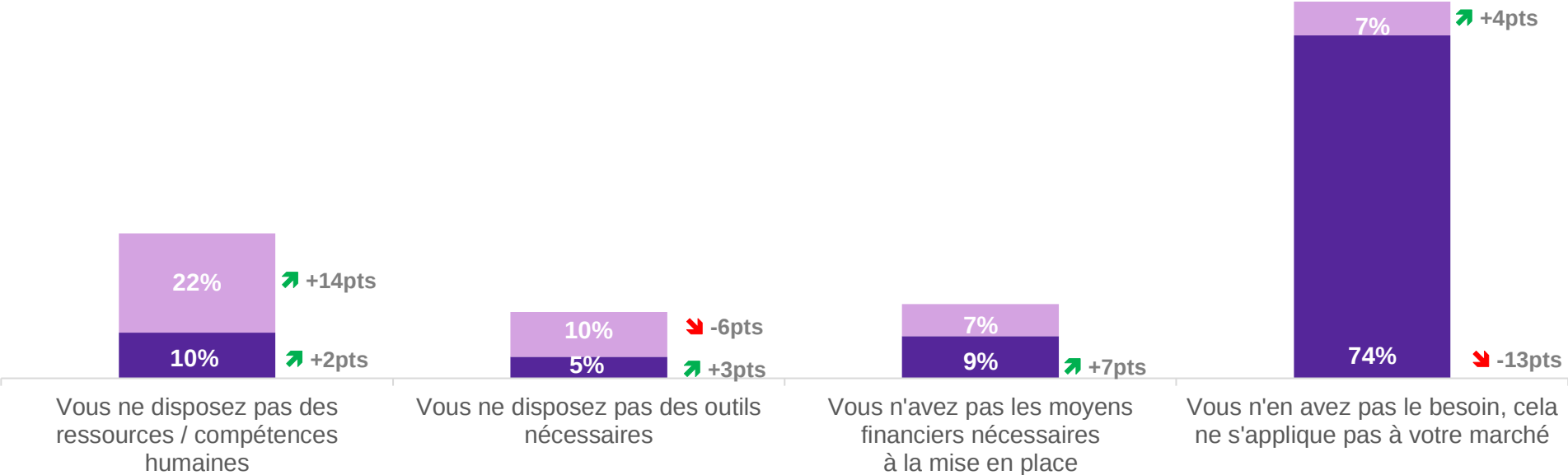
23% +1pts

20% -2pts

83% -7pts

■ En 2ème

■ En 1er



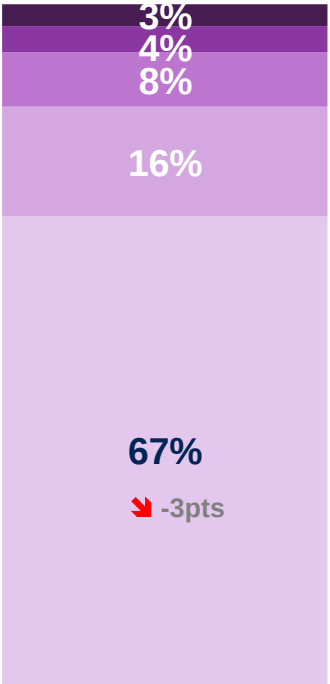
NUM1BIS. Pour quelle(s) raison(s) n'utilisez-vous pas Internet pour vendre vos produits ou services ?
Base pas de canaux digitaux : 200

VENTE EN LIGNE QUI CONNAIT UNE DIMINUTION

ST Plus de 25%

- Plus de 50%
- Entre 25% et 50%
- Entre 15% et moins de 25%
- Entre 5% et moins de 15%
- Entre 0 et moins de 5%

8% ↘ -1pt

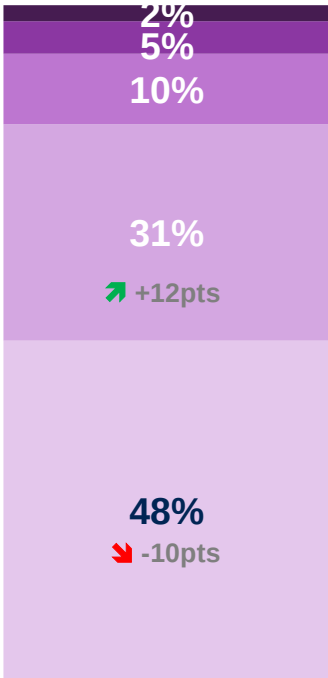


90%

NSP : 2%



8% ↘ -3pts



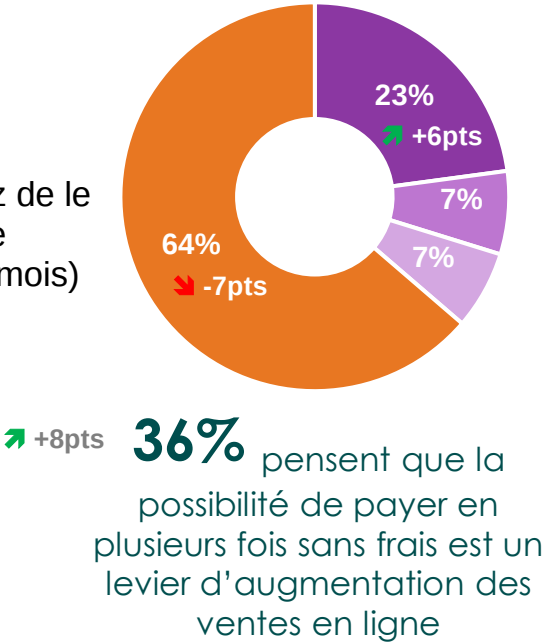
90% ↗ +3pts

NSP : 4%

A8TER. Quel pourcentage représentent les ventes en ligne dans le chiffre d'affaires de votre entreprise ?
Base ensemble : 454 // Base 20 salariés et plus: 147

LE RECOURS AU PAIEMENT ÉCHELONNÉ SANS FRAIS CONSTITUE UN LEVIER POUR LES ENTREPRISES

- Oui et vous le proposez
- Oui, mais vous ne le proposez pas encore
- Oui, et vous envisagez de le proposer à court terme (dans les 6 prochains mois)
- Non



	TPE	PME	ETI*
Oui et vous le proposez	20%	25%	34%
Oui, mais vous ne le proposez pas encore	4%	12%	9%
Oui, et vous envisagez de le proposer à court terme (dans les 6 prochains mois)	6%	8%	3%
Non	70%	56%	51%

ST Oui	30%	45%	46%
St Non proposé	81%	76%	63%

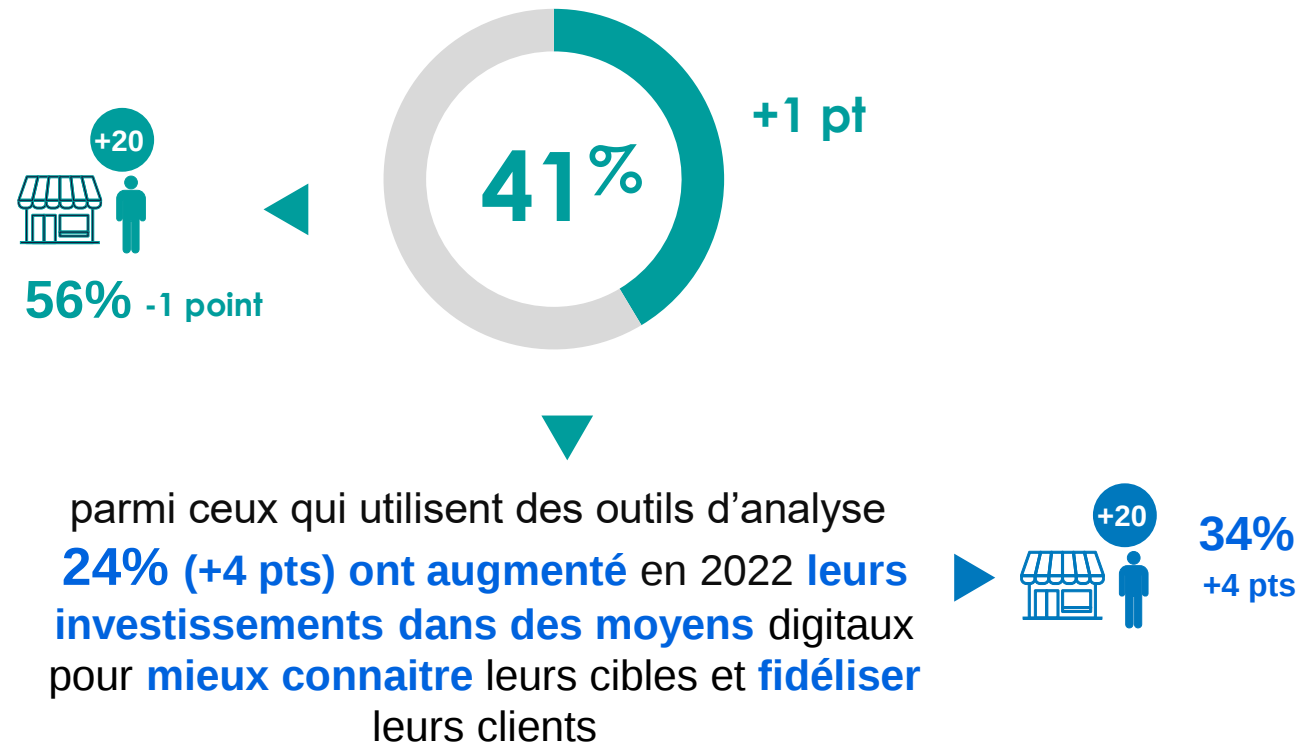
A15. Pensez-vous que la possibilité offerte à vos clients de payer en plusieurs fois sans frais soit un levier permettant d'augmenter les ventes en ligne ?
Base Canaux digitaux

La connaissance client

en croissance

LA CONNAISSANCE CLIENT AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS

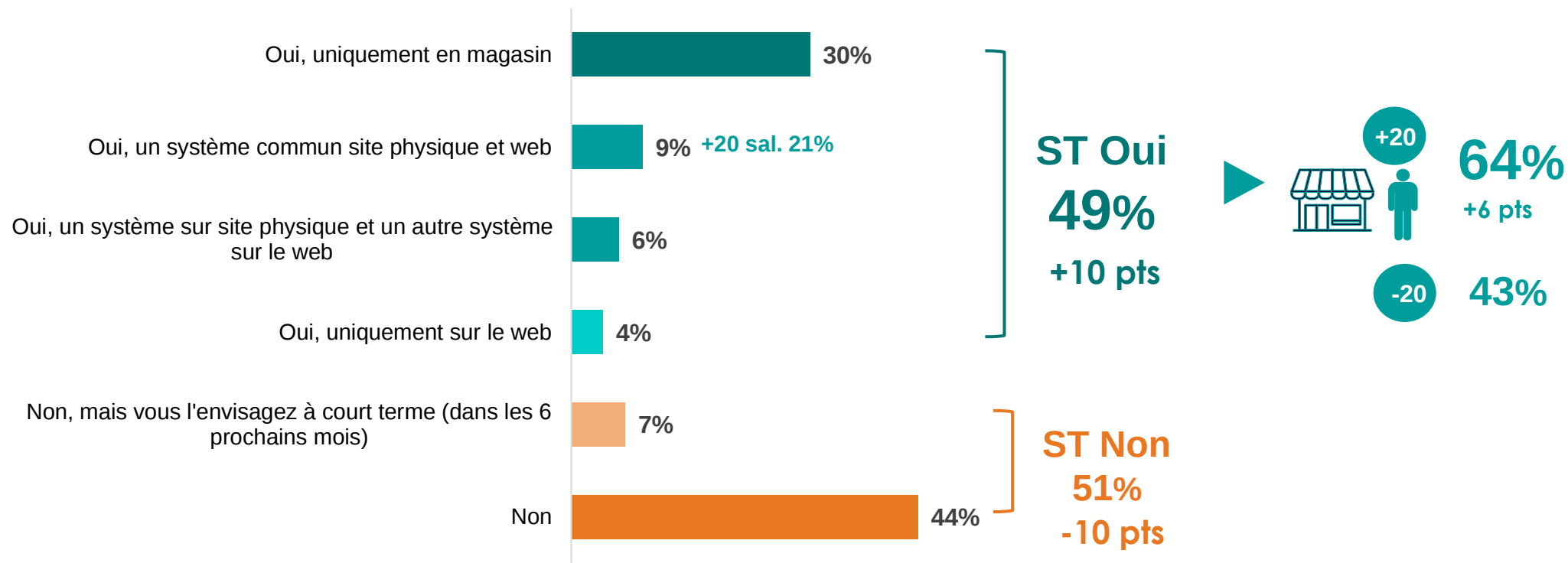
UTILISATION DES OUTILS D'ANALYSES POUR MIEUX CONNAÎTRE LES CLIENTS



NUM9. Utilisez-vous les outils d'analyse (comme par ex Google ou Salesforce ...) pour mieux connaître vos clients ?
Base ensemble : 700

UN INVESTISSEMENT DANS LES OUTILS DE FIDÉLISATION, CONSERVANT UN FORT POTENTIEL

MISE EN PLACE D'UN SYSTÈME DE FIDÉLISATION



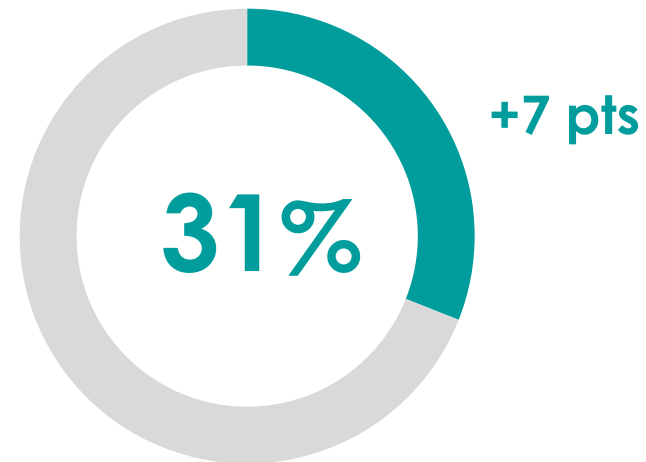
NUM12. Avez-vous mis en place un système de fidélisation de vos clients ?
Base ensemble : 700

Une forte hausse des

besoins d'accompagnement

UN BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT EN HAUSSE POUR MENER À BIEN SA TRANSFORMATION DIGITALE

BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT POUR MENER À BIEN VOTRE TRANSFORMATION DIGITALE

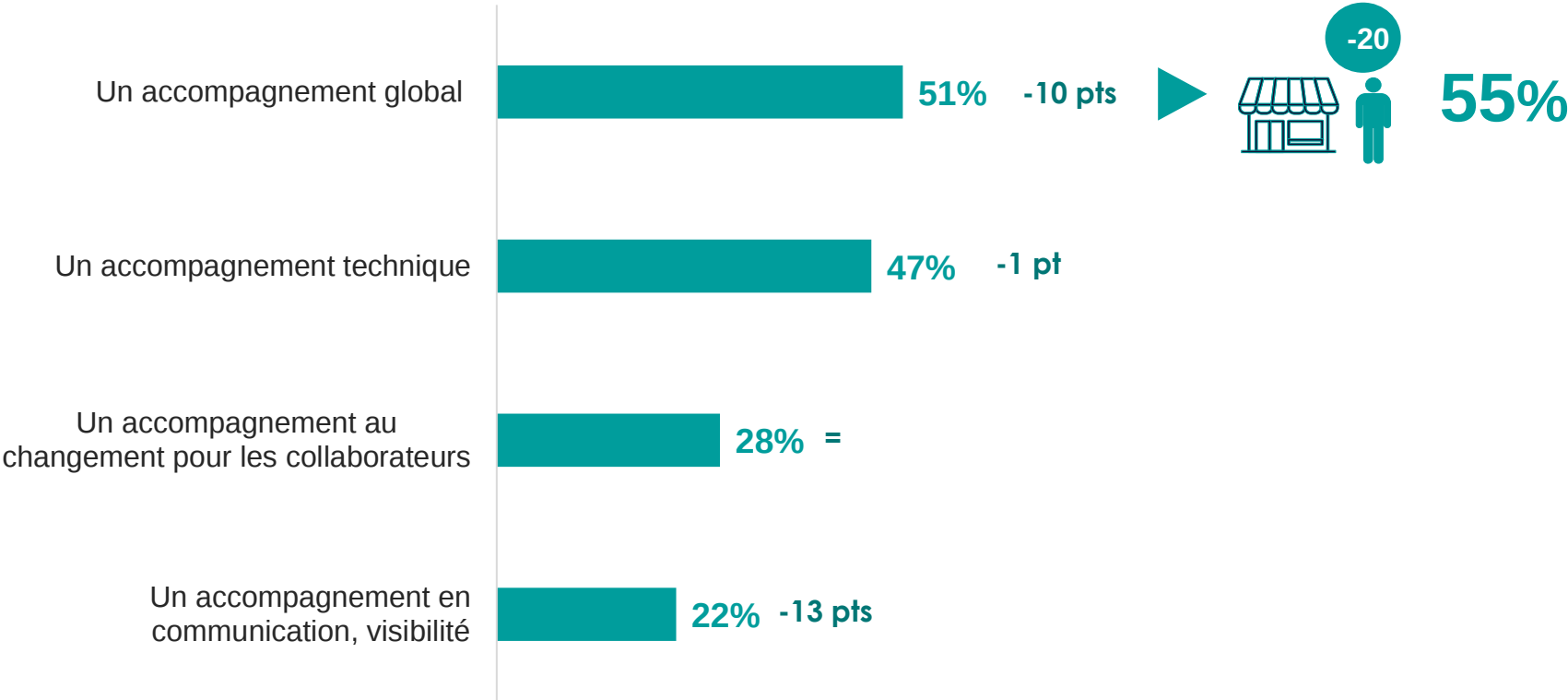


B2NEW. Estimez-vous avoir besoin d'accompagnement pour mener à bien votre transformation digitale ?

Base ensemble : 700

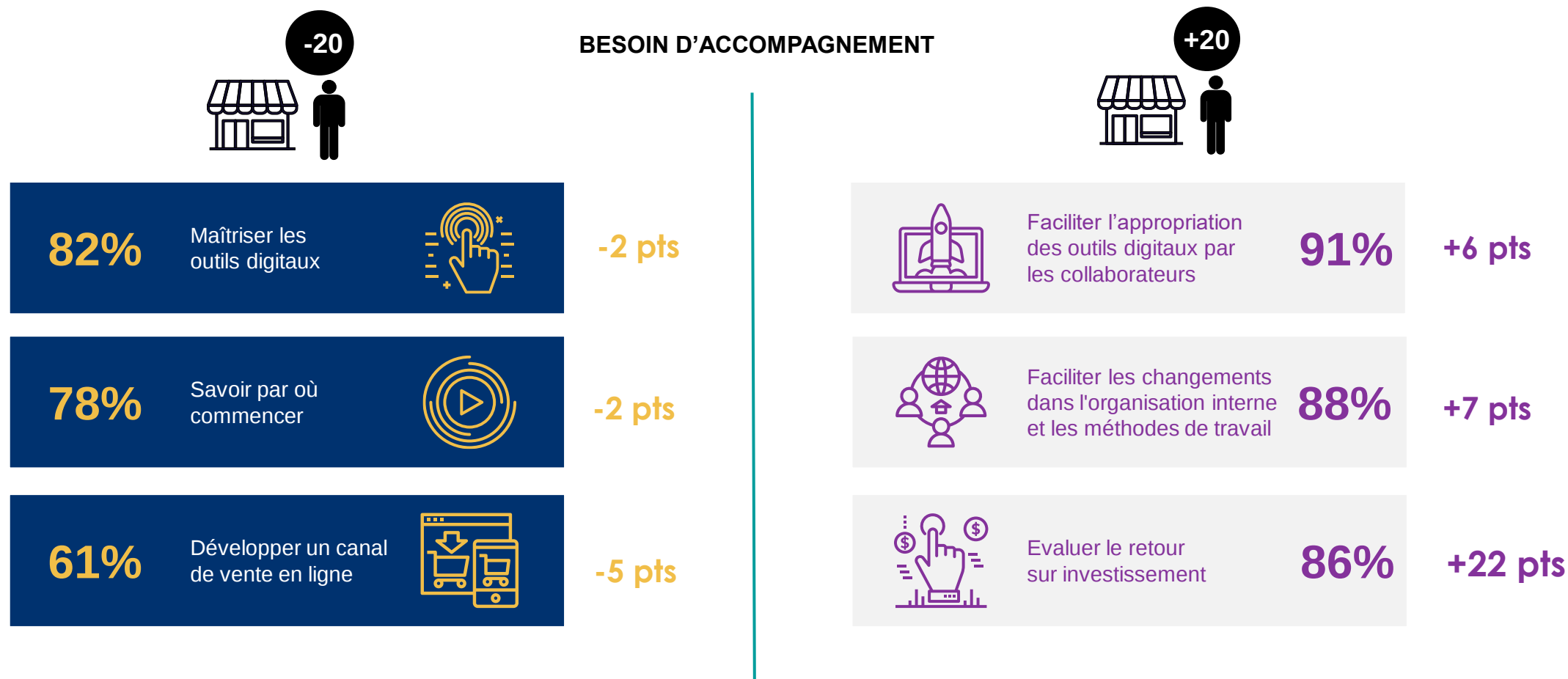
LE SOUTIEN GLOBAL ET TECHNIQUE, UNE APPROCHE HOLISTIQUE NÉCESSAIRE POUR SOUTENIR LES ENTREPRISES

TYPES D'ACCOMPAGNEMENTS POUR SOUTENIR LA TRANSFORMATION DIGITALE



B2TER. De quels types d'accompagnements avez-vous besoin pour soutenir votre transformation digitale ?
Base un accompagnement nécessaire : 201

UN BESOIN D'ÉVALUATION, RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT QUI EXPLOSE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS DE PLUS DE 20 SALARIÉS

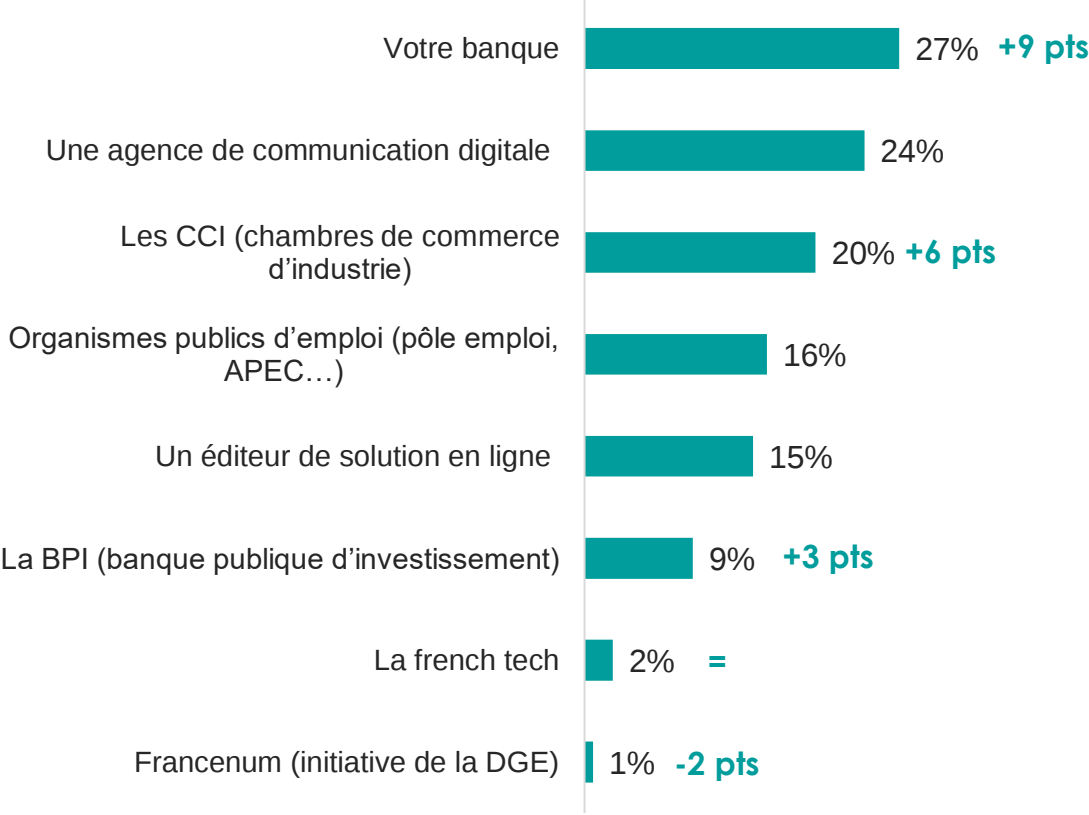


B2. Par rapport à la transformation digitale de votre entreprise, estimez-vous qu'un accompagnement soit nécessaire...
Base a besoin d'un accompagnement : Plus de 20 salariés : 58 / Moins de 20 salariés : 160

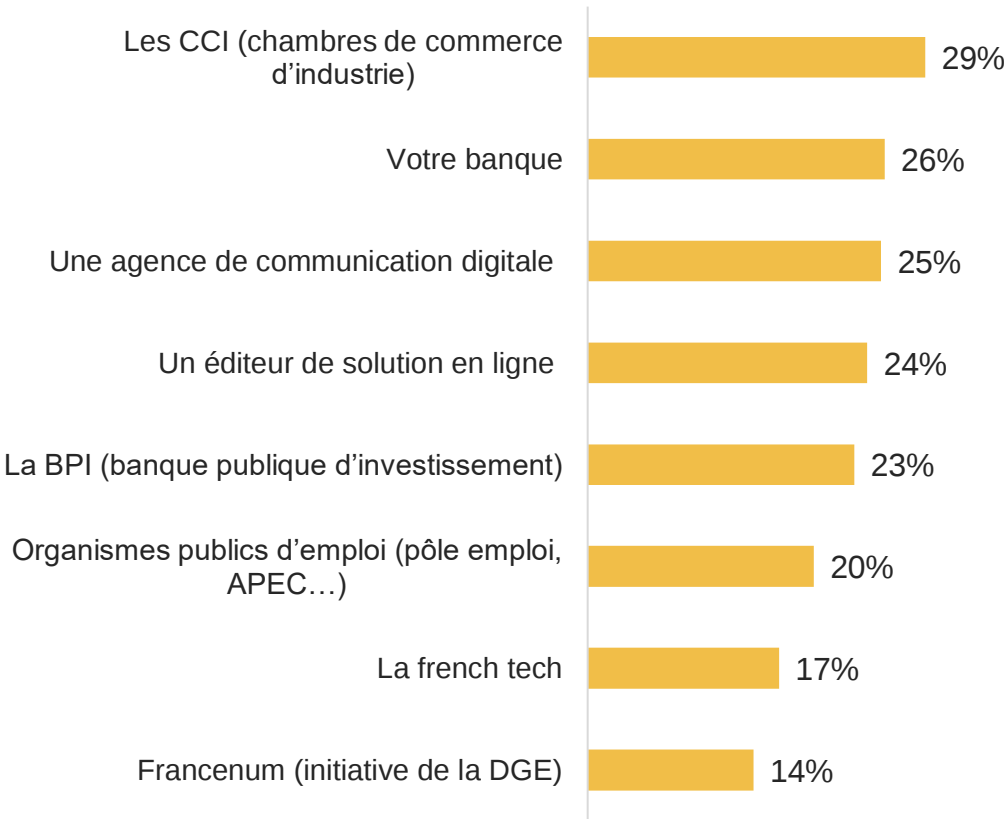
LE TIERCÉ GAGNANT POUR L'ACCOMPAGNEMENT : BANQUE, CCI ET AGENCES DE COMMUNICATION

Nouvelle question

ORGANISMES SOLLICITÉS



POSSIBILITÉ DE SOLLICITER DES ORGANISMES POUR LE CHOIX DE PRESTATAIRES

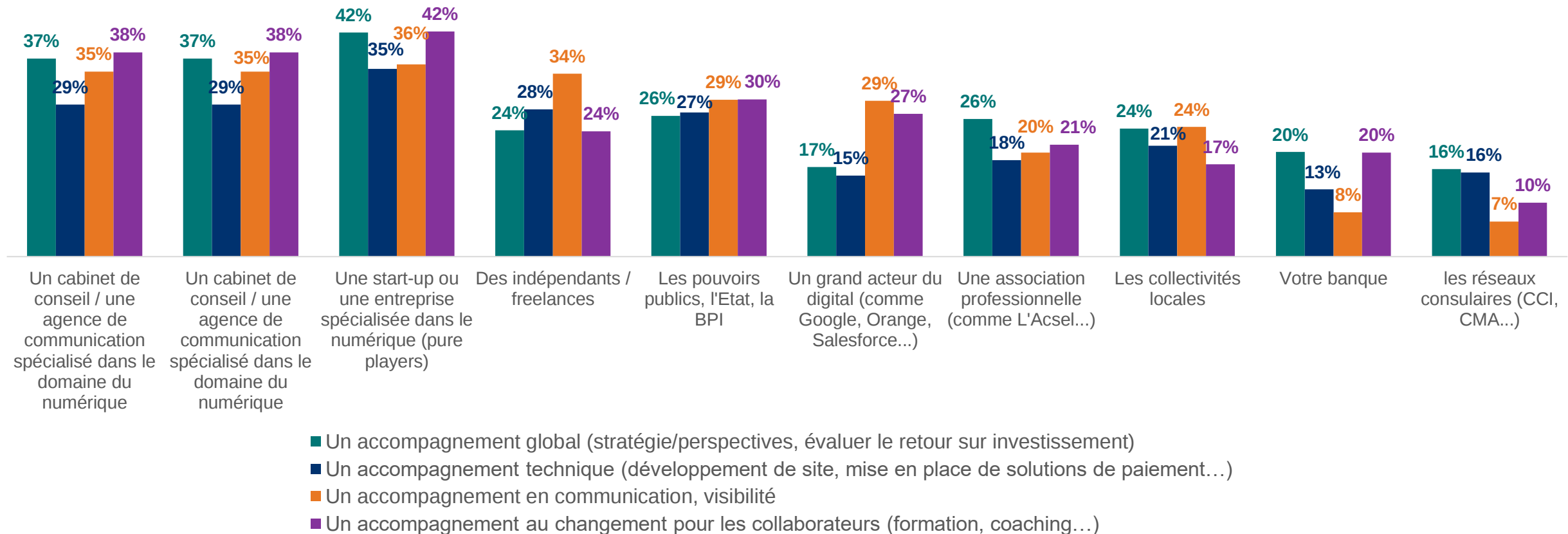


B6BIS. Avez-vous utilisé les services de ces organismes ? / Base ensemble : 700

B6TER. Seriez-vous prêt à solliciter les organismes suivants pour vous aider à choisir vos prestataires dans le cadre de votre transformation digitale ?

Base n'a pas fait appel à l'organisme (différente pour chaque organisme)

LES STARTUP ET CABINETS DE CONSEILS LES ACTEURS LES PLUS LÉGITIMES POUR UN ACCOMPAGNEMENT

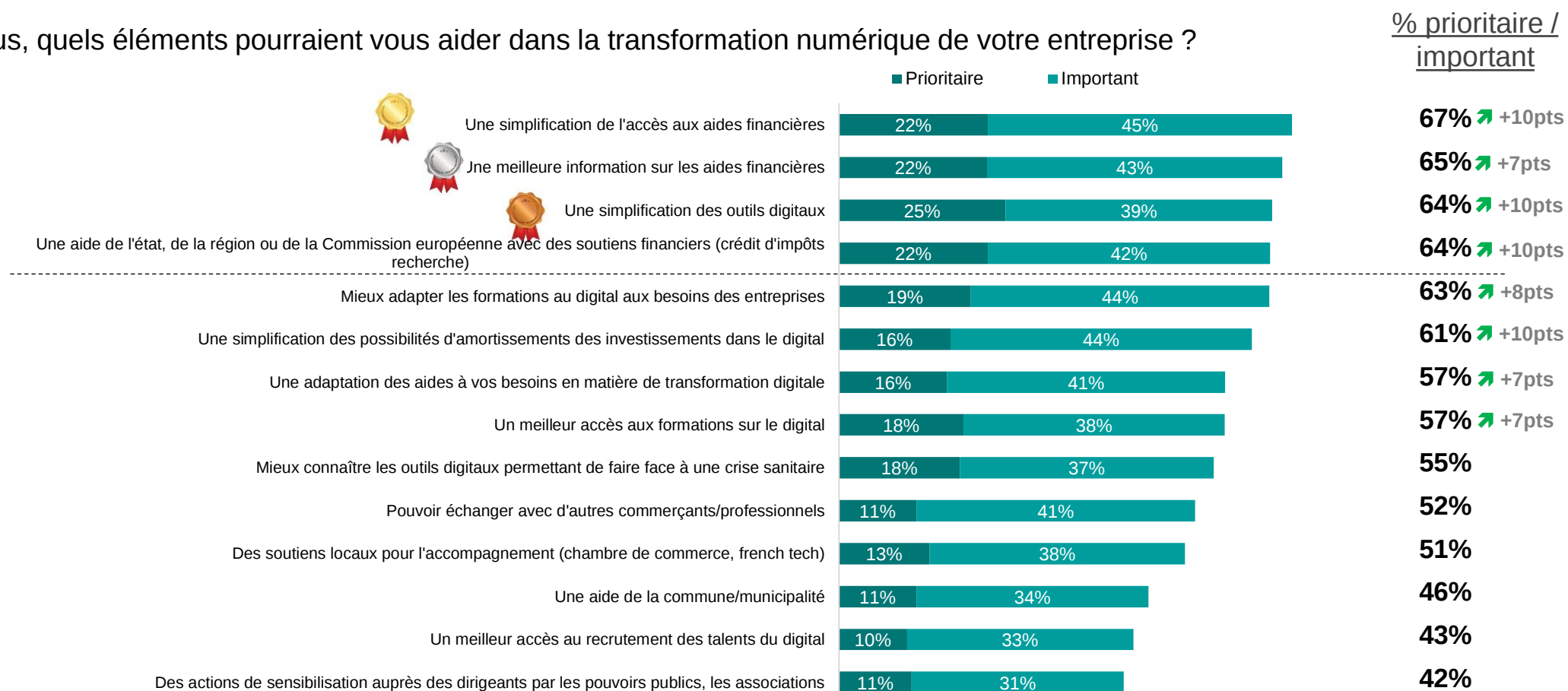


B3. Selon vous, quel(s) prestataire(s) ou partenaire(s) pourrai(en)t répondre aux besoins d'accompagnements de votre entreprise dans sa transformation digitale ?

Base a besoin de l'accompagnement cité: 94*

UNE HAUSSE SOUTENUE : LA SIMPLIFICATION D'OUTILS ET D'ACCÈS AUX AIDES FINANCIÈRES SONT LES LEVIERS ESSENTIELS POUR LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Selon vous, quels éléments pourraient vous aider dans la transformation numérique de votre entreprise ?



B4. Selon vous, dans quelle mesure ces leviers pourraient vous aider dans la transformation numérique de votre entreprise ?

Base ensemble : 700

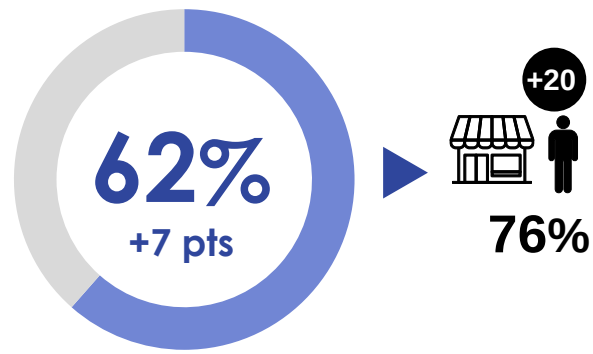
Compétences et recrutement : **Des investissements en hausse :**

les jeunes au cœur des priorité

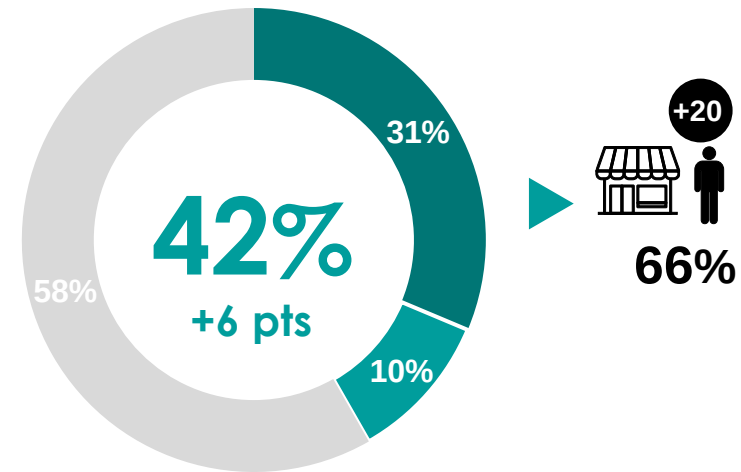


DES COMMERCES QUI DISPOSENT DE COMPÉTENCES TOUT EN ACCÉLÉRANT LEUR DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUE

MISE EN PLACE DES FORMATIONS POUR ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS DANS LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



Des commerces **disposent des compétences en interne** pour accompagner la montée en puissance des pratiques liées au numérique



■ Oui ■ Non, mais vous l'envisagez à court terme ■ Non

B1. Votre entreprise dispose-t-elle des compétences en interne pour accompagner la montée en puissance des pratiques liées au numérique ?

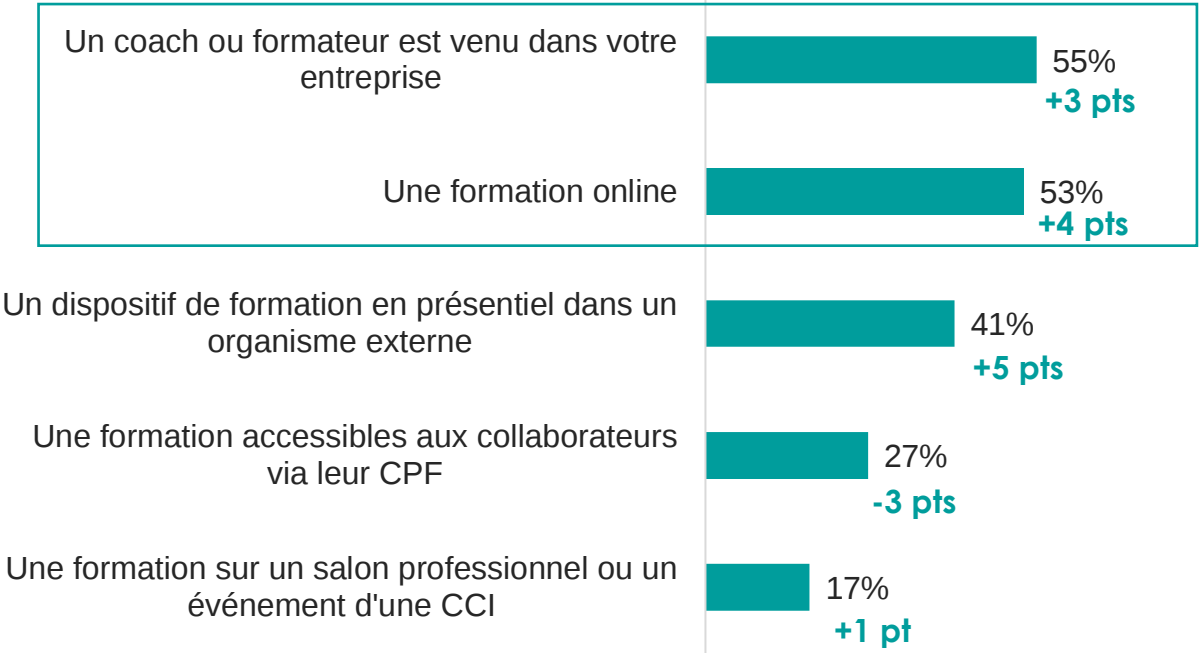
Base ensemble : 700

B7. Au sein de votre entreprise, avez-vous déjà mis en place des formations pour accompagner vos collaborateurs dans la transformation digitale ?

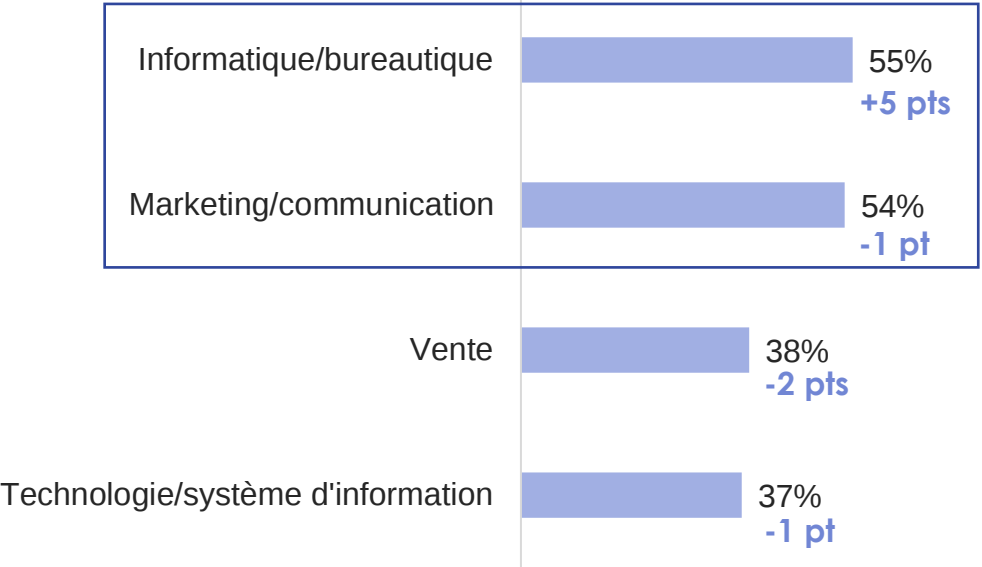
Base ensemble : 700

UN INVESTISSEMENT DANS LES TALENTS

TYPE DE FORMATION



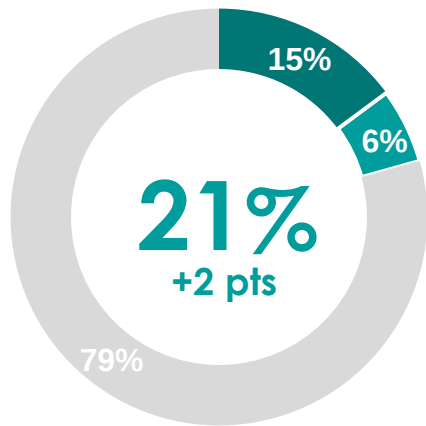
TYPE DE COMPÉTENCE DÉVELOPPÉE



B7BIS. Quel(s) type(s) de formation(s) étai(en)t-ce ?
Base a mis en place une/des formation(s) : 218
B7QUATNEW. Pour développer quels types de compétences ?
Base a mis en place une/des formation(s) : 218

LE RECRUTEMENT DE PROFILS TECHNIQUES EN HAUSSE...

RECRUTEMENTS DE PROFILS SPÉCIFIQUES POUR MENER À BIEN LA TRANSFORMATION DIGITALE



■ Oui ■ Non, mais vous l'envisagez à court terme ■ Non



41% ont recruté ou envisagent de recruter (-1 pt)

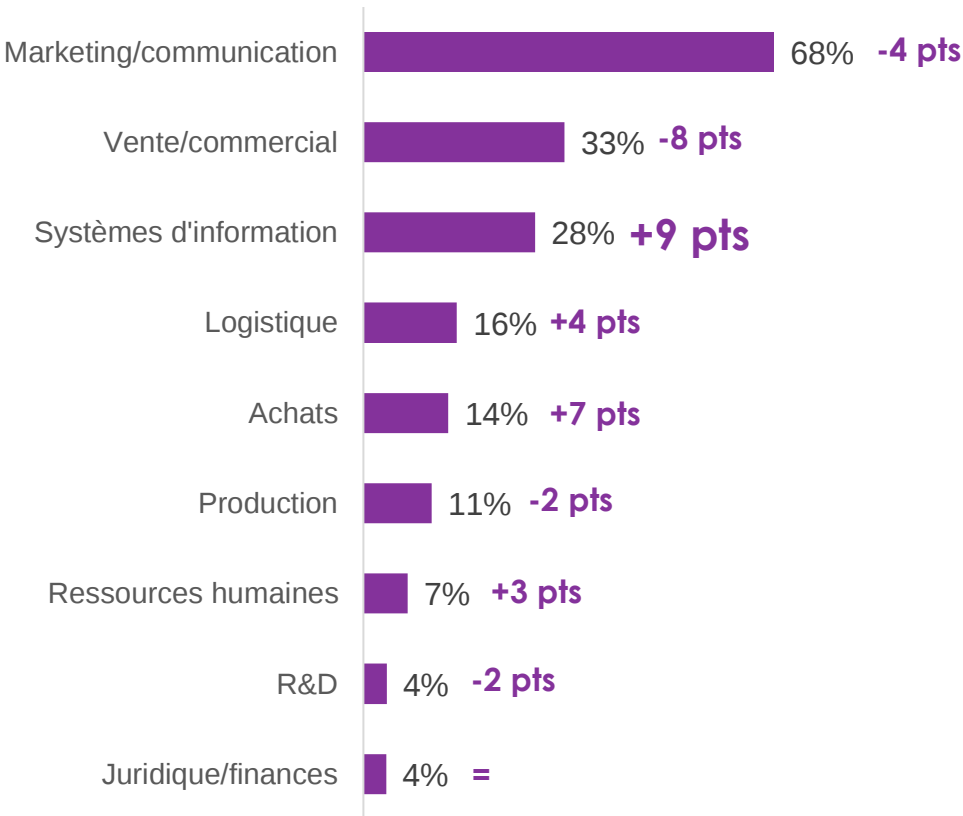
A9REC. Avez-vous effectué des recrutements de profils spécifiques pour mener à bien votre transformation digitale ?

Base ensemble : 700

A9BIS. Pour quelle(s) fonction(s) ?

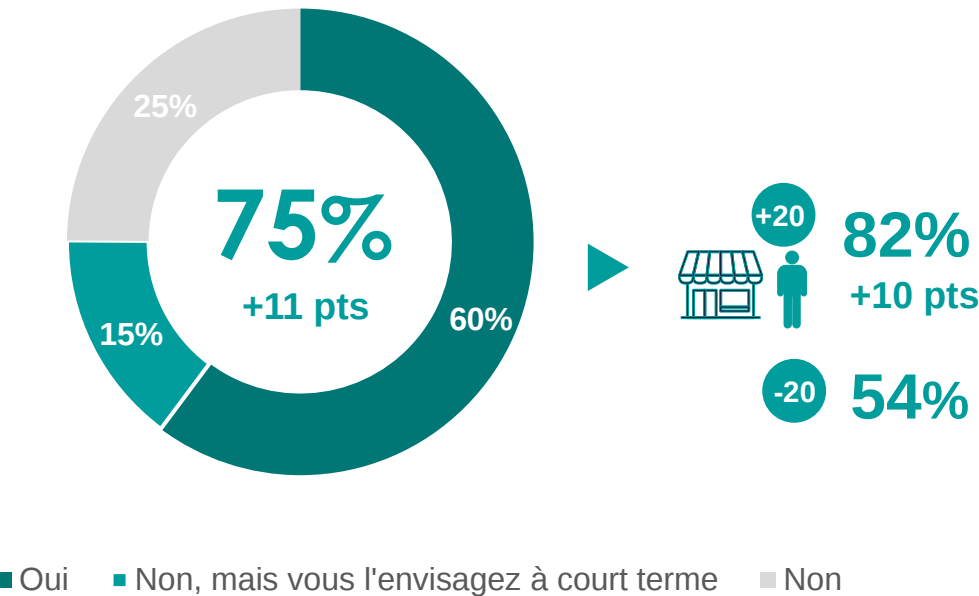
Base a recruté des profils spécifiques : 100

POUR QUELLES FONCTIONS

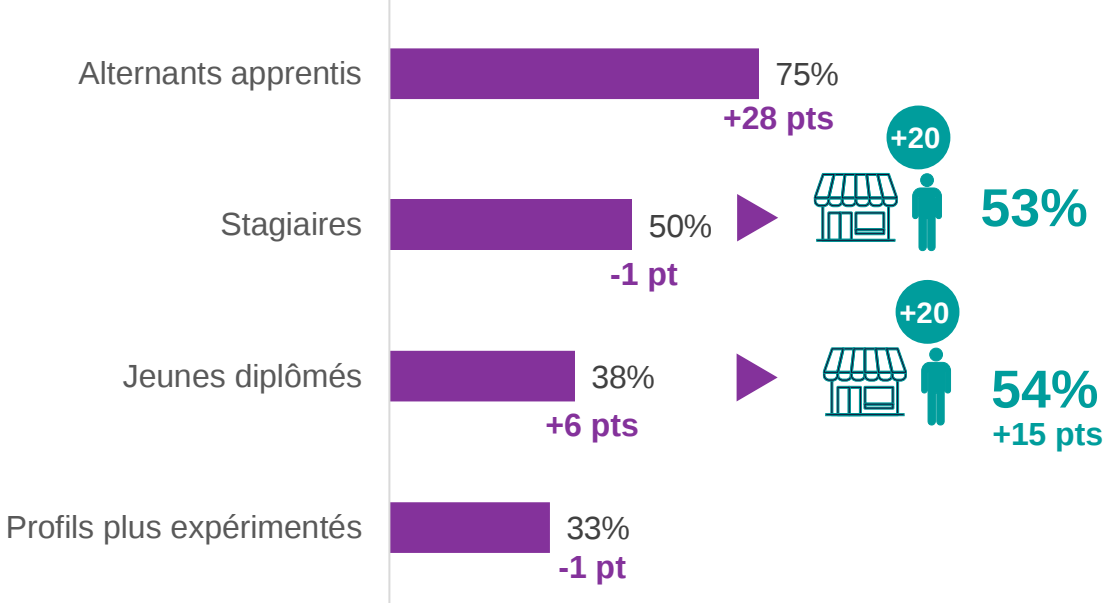


...AVEC DES JEUNES TALENTS, LES ENTREPRISES CHERCHENT-ELLES DES PÉPITES POUR FAÇONNER L'AVENIR...

RECRUTEMENT DES STAGIAIRES, ALTERNANTS, APPRENTIS OU JEUNES DIPLÔMÉS

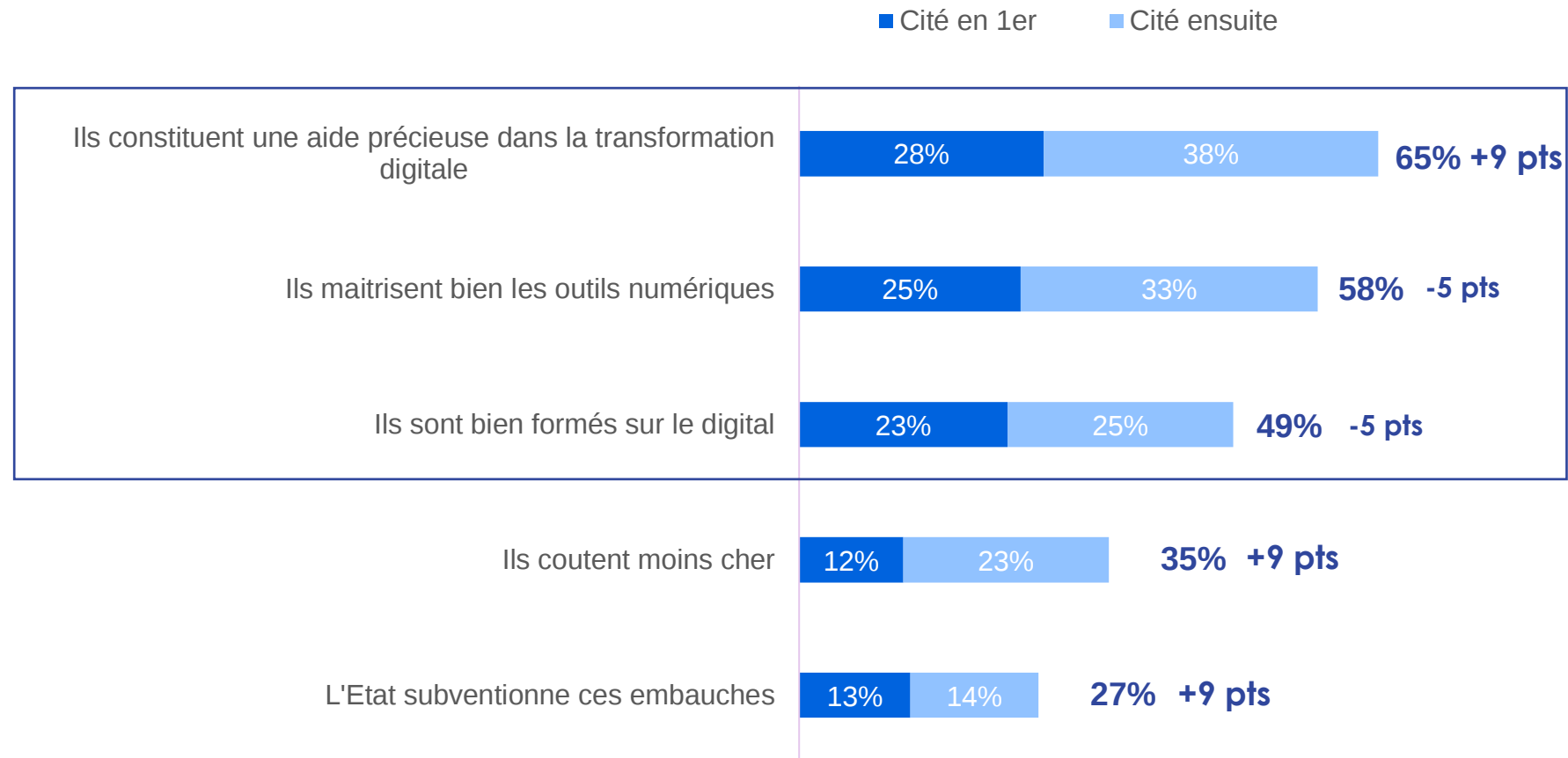


PROFILS RECRUTÉS OU ENVISAGE DE RECRUTER À COURT TERME



REC1. Avez-vous recruté ou envisagez-vous de recruter des stagiaires, alternants, apprentis ou jeunes diplômés ?
Base a recruté des profils spécifiques ou l'envisage : 140
REC2. Quel(s) profil(s) avez-vous recruté ou envisagez-vous de recruter à court terme ?
Base a recruté des jeunes ou l'envisage : 103

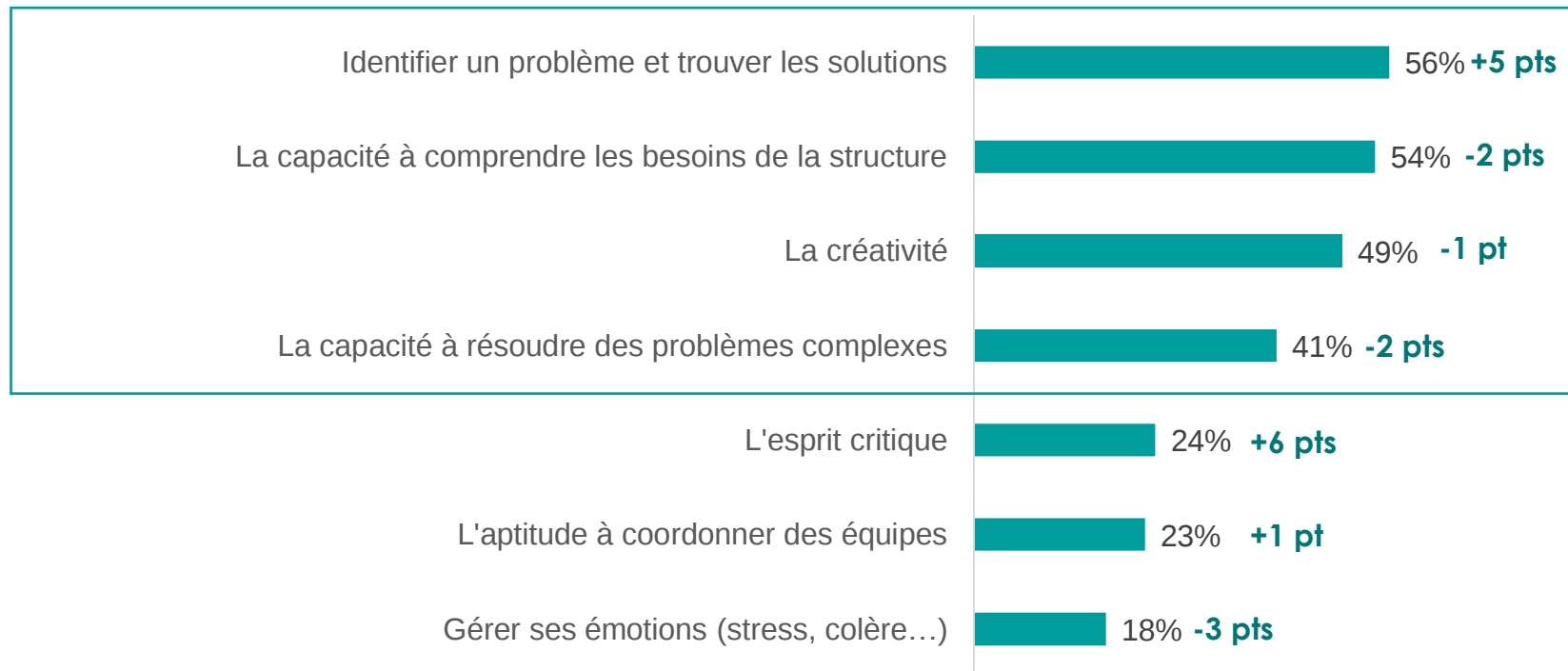
...DES TALENTS EN DEVENIR, DAVANTAGE POUR LEUR EXPERTISE DU NUMÉRIQUE, QUE POUR LEURS COÛTS MODÉRÉS...



REC3. Pour quelle(s) raison(s) ?
Base a recruté des jeunes ou l'envisage : 103

...ET DES ATTENTES AXÉES SUR LEUR AGILITÉ

LES QUALITÉS À DÉVELOPPER PRIORITAIREMENT CHEZ LES JEUNES



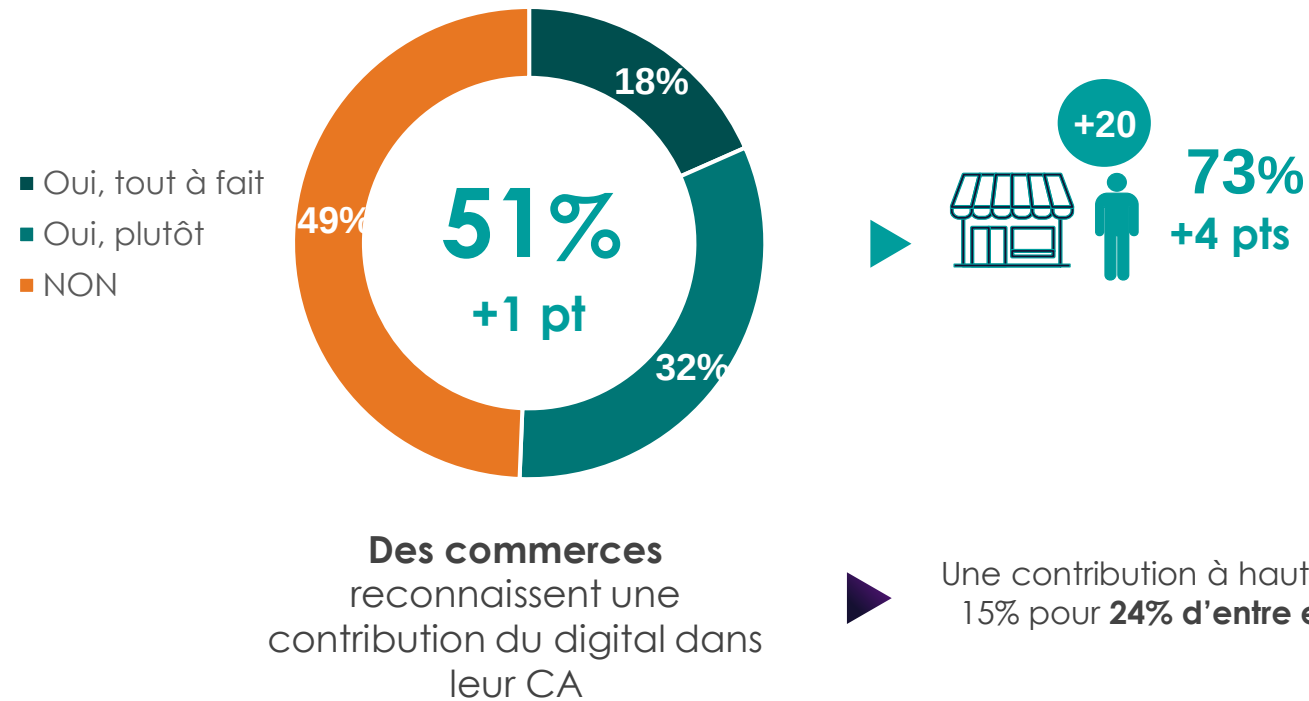
REC4. Quelles sont, selon-vous les qualités à développer prioritairement chez les jeunes souhaitant s'intégrer à l'entreprise ?
Base ensemble : 700

Les marges d'amélioration

un potentiel à exploiter

LE DIGITAL MÉCONNU POUR LA MOITIÉ DES COMMERÇANTS QUI NE RECONNAISSENT PAS SA CONTRIBUTION...

CONTRIBUTION DU DIGITAL AU CHIFFRE D'AFFAIRES



A9. Diriez-vous que le digital contribue au chiffre d'affaires de votre entreprise ?

Base ensemble : 700

A8BIS. Et selon vous, le digital y contribue ...

Base reconnaît une contribution du digital au CA : 282

... ET UN REcul SIGNIFICATIF DU COMMERCE LOCAL POUR DYNAMISER

DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE LOCAL



PHY8. Le digital permet-il de développer le commerce local ?
Base point de vente physique : 581

DES DEMANDES DE FINANCEMENT MODESTES, MAIS DES ATTENTES QUI PROGRESSED EN TERMES D'AIDES

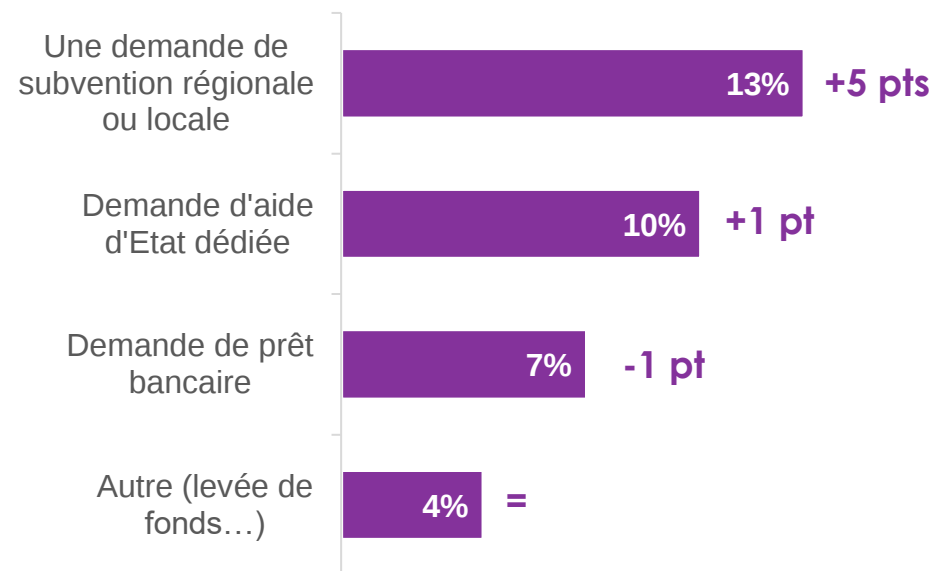
APPEL À UN FINANCEMENT EXTERNE POUR SOUTENIR LA TRANSFORMATION DIGITALE

4%

-2 pts

ont fait appel aux financements, des demandes souvent satisfaites

PENSEZ-VOUS Y AVOIR RECOURS AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS ?



18% envisagent d'y recourir dans les 12 prochains mois

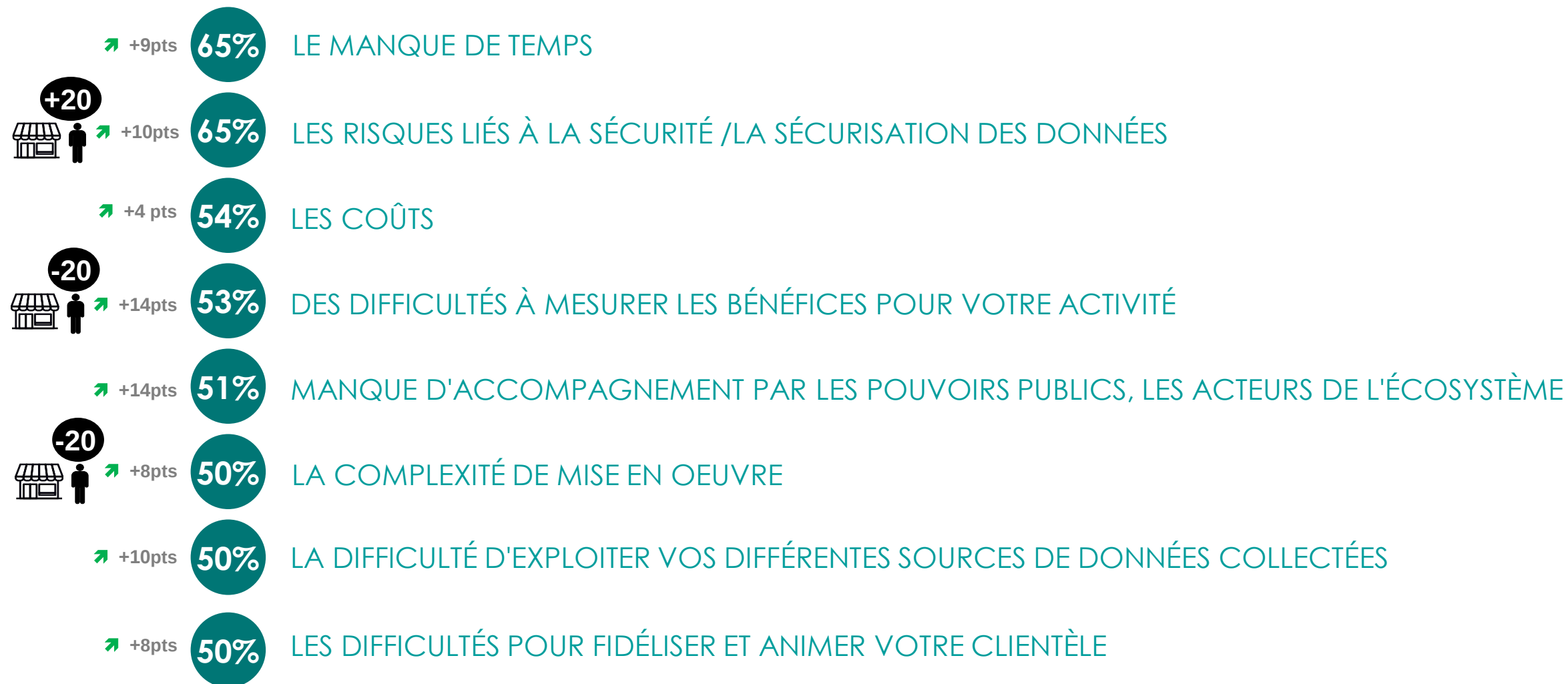
B5NEW. Au cours de l'année passée, avez-vous fait une demande de financement pour soutenir votre transformation digitale (hormis toutes mesures gouvernementales pour faire face à la crise sanitaire) ?

Base ensemble : 700

B5CINQ. Pensez-vous y avoir recours au cours des 12 prochains mois ?

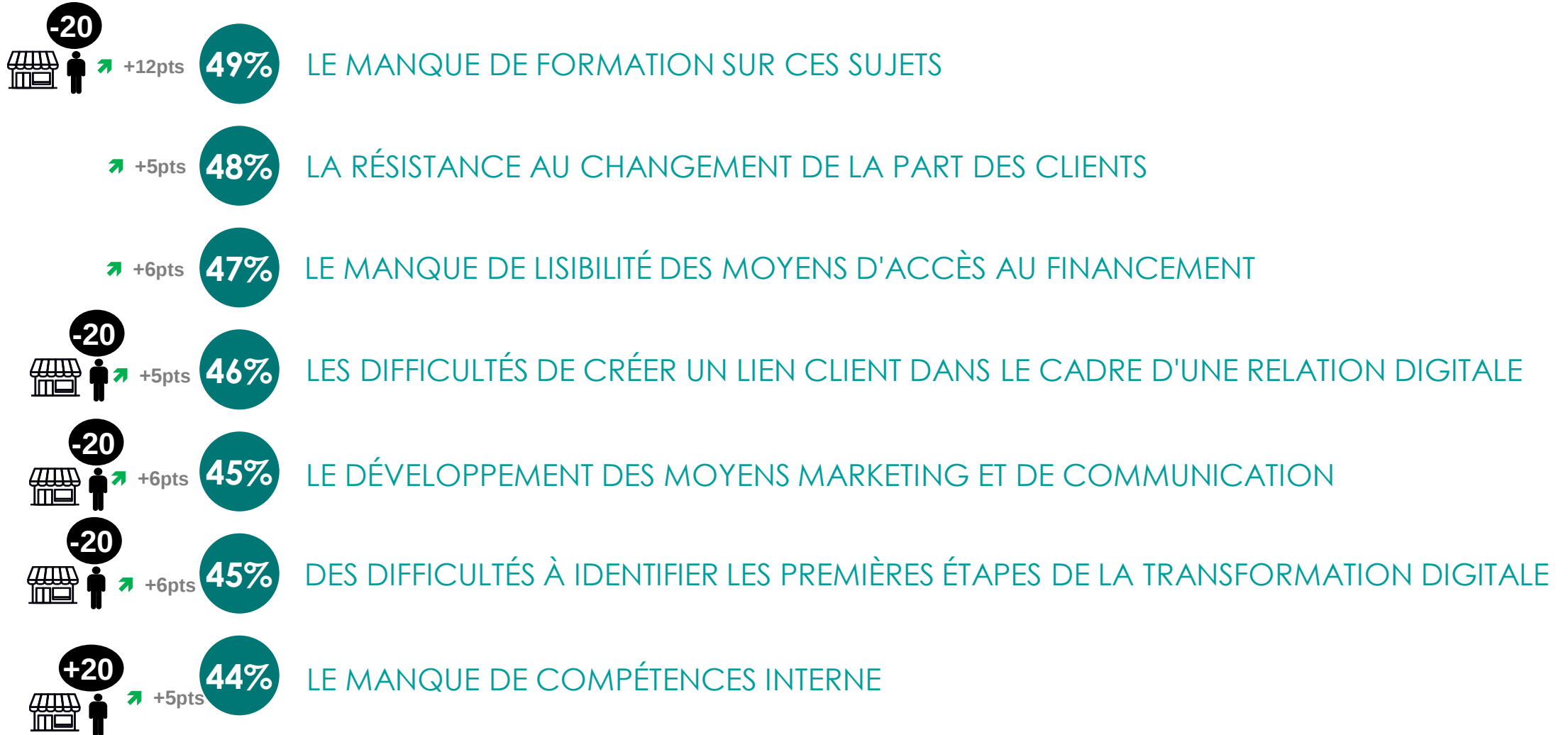
Base n'a pas formulé de demande de financement ou a formulé une demande non satisfaite : 672

DES OBSTACLES QUI SE RENFORCENT: LE MANQUE DE TEMPS, LA SÉCURITÉ DES DONNÉES ET LES COÛTS



A10. Dans quelle mesure les freins suivants font obstacle à la transformation numérique de votre entreprise : activité ? Base ensemble : 700 / Base -20 salariés : 513 / Base +20 salariés : 187

LES OBSTACLES PLUS SECONDAIRES, MAIS RÉVÉLATEURS D'UNE CERTAINE RÉSISTANCE AU PROGRÈS.(1/2)



A10. Dans quelle mesure les freins suivants font obstacle à la transformation numérique de votre entreprise : activité ? Base ensemble : 700 / Base -20 salariés : 513 / Base +20 salariés : 187

LES OBSTACLES PLUS SECONDAIRES, MAIS RÉVÉLATEURS D'UNE CERTAINE RÉSISTANCE AU PROGRÈS.(2/2)



A10. Dans quelle mesure les freins suivants font obstacle à la transformation numérique de votre entreprise : activité ? Base ensemble : 700 / Base -20 salariés : 513 / Base +20 salariés : 187



Un essor continu et des bénéfices reconnus

- ❑ **Des commerçants optimistes, une maturité ancrée et de nouvelles valeurs émergentes pour la croissance.**
- ❑ **Des outils d'entreprise largement déployés :**
 - **Des réseaux sociaux (73%) ou site vitrine (72%)** afin d'accroître sa visibilité et diversifier ses canaux de vente.
 - **Des outils de protections contre la cybermenace (72%) des commerçants** et qui suscitent des préoccupations grandissantes (50%) des entreprises.
 - **Une augmentation graduelle de l'intelligence artificielle** qui gagne en puissance.
 - **Des démarches RSE qui se consolident** en quête vers un commerce responsable.
- ❑ **Un maintien d'attention accordée à la connaissance client (41% utilisent des outils de connaissance client avec un investissement encore plus grandissant) (+10 pts).**
- ❑ **Un besoin d'accompagnement global et technique** en hausse pour mener à bien sa transformation.
- ❑ **Des jeunes talents plus fortement prisés pour façonner l'avenir à travers leur expertise numérique et leur agilité...**
- ❑ **Le digital continue à être considéré comme un allié contre la crise** pour plus de la moitié des commerçants français, toujours un moteur, un optimisme en croissance.
- ❑ **En définitive, des marges d'amélioration sur la contribution du digital au chiffre d'affaires pour près de la moitié des commerces avec un recul du commerce local (-7pts).**

FOCUS RÉGIONS





Ile-de-France



38% pensent que l'Intelligence Artificielle leur permet de trouver de nouvelles sources de revenus (**27%** moyenne nationale)



57% d'entre elles reconnaissent une contribution du digital dans leur CA (**51%** moyenne nationale)



68% d'entre elles proposent en partie ou en totalité une offre éco-responsable ou prévoient de le faire à court terme (**62%** moyenne nationale)



25% d'entre elles ont effectué ou envisagent à court terme des recrutements de profils spécifiques pour mener à bien leur transformation digitale (**21%** moyenne nationale)

55% d'entre elles pensent que le digital permet le développement du commerce local (**50%** moyenne nationale)

37% attendent une croissance pour 2023 (**41%** moyenne nationale)



Nord-Ouest



32% pensent que l'Intelligence Artificielle leur permet de trouver de nouvelles sources de revenus (**27%** moyenne nationale)

64% d'entre elles proposent en partie ou en totalité une offre éco-responsable ou prévoient de le faire à court terme (**62%** moyenne nationale)

51% d'entre elles reconnaissent une contribution du digital dans leur CA (**51%** moyenne nationale)

50% d'entre elles pensent que le digital permet le développement du commerce local (**50%** moyenne nationale)

41% attendent une croissance pour 2023 (**41%** moyenne nationale)

17% d'entre elles ont effectué ou envisagent à court terme des recrutements de profils spécifiques pour mener à bien leur transformation digitale (**21%** moyenne nationale)



Nord-Est



47% attendent une croissance pour 2023 (**41%** moyenne nationale)

67% d'entre elles proposent en partie ou en totalité une offre éco-responsable ou prévoient de le faire à court terme (**62%** moyenne nationale)

55% d'entre elles pensent que le digital permet le développement du commerce local (**50%** moyenne nationale)

24% d'entre elles ont effectué ou envisagent à court terme des recrutements de profils spécifiques pour mener à bien leur transformation digitale (**21%** moyenne nationale)

52% d'entre elles reconnaissent une contribution du digital dans leur CA (**51%** moyenne nationale)

24% pensent que l'Intelligence Artificielle leur permet de trouver de nouvelles sources de revenus (**27%** moyenne nationale)





Sud-Ouest



49% d'entre elles pensent que le digital permet le développement du commerce local (**50%** moyenne nationale)

39% attendent une croissance pour 2023 (**41%** moyenne nationale)



55% d'entre elles proposent en partie ou en totalité une offre éco-responsable ou prévoient de le faire à court terme (**62%** moyenne nationale)



15% d'entre elles ont effectué ou envisagent à court terme des recrutements de profils spécifiques pour mener à bien leur transformation digitale (**21%** moyenne nationale)



39% d'entre elles reconnaissent une contribution du digital dans leur CA (**51%** moyenne nationale)



15% pensent que l'Intelligence Artificielle leur permet de trouver de nouvelles sources de revenus (**27%** moyenne nationale)



Sud-Est



21% d'entre elles ont effectué ou envisagent à court terme des recrutements de profils spécifiques pour mener à bien leur transformation digitale (**21%** moyenne nationale)

40% attendent une croissance pour 2023 (**41%** moyenne nationale)

50% d'entre elles reconnaissent une contribution du digital dans leur CA (**51%** moyenne nationale)

24% pensent que l'Intelligence Artificielle leur permet de trouver de nouvelles sources de revenus (**27%** moyenne nationale)



57% d'entre elles proposent en partie ou en totalité une offre éco-responsable ou prévoient de le faire à court terme (**62%** moyenne nationale)



43% d'entre elles pensent que le digital permet le développement du commerce local (**50%** moyenne nationale)