

# Etude Maturité digitale et usages du numérique dans les entreprises martiniquaises

11/04/2024

## RESULTATS DE L'ETUDE



### Contacts

**Salomé WILKOWSKY**  
**IDATE**  
06 38 30 86 77  
[s.wilkowsky@idate.fr](mailto:s.wilkowsky@idate.fr)

**Séverine GOASGUEN**  
**COHDA**  
06 74 95 82 52  
[s.goasguen@cohda.fr](mailto:s.goasguen@cohda.fr)

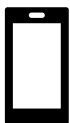


**Observatoire économique**

<b>1. Synthèse</b>	<b>n°3</b>
<b>2. Contexte</b>	<b>n°6</b>
<b>3. Résultats détaillés de l'enquête</b>	<b>n°12</b>
3.1. Protocole	n°13
3.2. Signalétique	n°16
3.3. Equipements	n°24
3.4. Transformation numérique des processus	n°33
3.5. Numérique et développement de l'entreprise	n°42
3.6. Contrastes avec certains résultats nationaux	n°48
<b>4. Analyse des entretiens</b>	<b>n°52</b>
4.1. Protocole	n°53
4.2. Enseignements et enjeux	n°56
<b>5. AFOM et comparaison avec les résultats de 2020</b>	<b>n°66</b>
5.1. AFOM	n°67
5.2. Comparaison avec les résultats de 2020	n°69
<b>5. Recommandations 2024</b>	<b>n°73</b>
<b>A propos de l'IDATE et COHDA</b>	<b>n°78</b>

# 01 | Synthèse





- **L'équipement numérique** des entreprises en Martinique a connu une certaine stabilité depuis 2020, avec une préférence marquée pour les smartphones et une augmentation notable de l'adoption des ordinateurs portables. Cependant, cette **tendance varie considérablement selon les secteurs d'activité**, les secteurs du Tourisme et des Autres services aux entreprises se démarquant par une forte augmentation de l'équipement numérique, tandis que les secteurs traditionnels (agro-transformation, commerce de détail, construction transports et entreposage) demeurent sous-équipés.



- Quant à **l'utilisation des logiciels et outils numériques de gestion**, comme la facturation et la comptabilité, elle a **légèrement progressé** depuis 2020, surtout chez les PME. Cependant, alors que les difficultés de **sécurité informatique et de protection de données** s'accroissent aujourd'hui, les entreprises martiniquaises ne se sont malgré tout **pas saisies de ces problématiques**. Le même constat a été réalisé en ce qui concerne les sujets d'actualité d'ampleur tels que l'intelligence artificielle.



- Cela pourrait s'expliquer par un autre résultat marquant de cette étude : les chefs d'entreprise martiniquaise estiment en majorité que le **manque de ressources financières et le manque de temps** sont les obstacles principaux au développement du numérique dans leur entreprise. Ces défis sont les mêmes que ceux d'ores et déjà identifiés en 2020, et ce malgré le bénéfice pour certaines entreprises des dispositifs financiers et d'offres d'accompagnement mis en place ces dernières années.



- Si la présence en ligne des entreprises martiniquaises a progressé depuis 2020, en particulier sur les réseaux sociaux et via des sites web marchands, ces usages restent limités puisque près **d'une entreprise sur trois n'est pas présente en ligne**, un chiffre révélateur d'une difficulté persistante pour les chefs d'entreprise à se saisir de ces outils.



- La question s'est alors posée de savoir quelles étaient les priorités numériques à court terme pour les entreprises. Bien que les réseaux sociaux et le développement de sites web soient en majorité désignés, près de la moitié des entreprises n'a pas su répondre à cette interrogation, mettant ainsi en lumière le **défi que constitue l'identification même des besoins numériques des professionnels**.

- Un éloignement de la culture numérique toujours d'actualité
- Un fossé de plus en plus évident lié à l'arrivée de sujets d'actualité tels que la cybersécurité et l'IA
- Des difficultés sociaux-économiques faisant obstacle au développement du numérique
- Un accès à l'accompagnement encore complexe (repères, visibilité, coordination et structuration, coût...)

- + Des dispositifs d'aides diversifiées et bien accueillis
- + Des acteurs publics et privés investis et proposant de nombreuses initiatives pour la transformation numérique
- + Des acteurs relais et sectoriels volontaires et mobilisables
- + Des outils tels que le smartphone, les réseaux sociaux et l'IA comme leviers de développement de l'entreprise

3 axes d'orientations et 9 pistes de recommandations en lien avec les analyses réalisées :

## Elargir l'horizon numérique

- 1 Encourager et continuer à aller vers les nouveaux canaux de diffusion essentiels
- 2 Acculturer aux sujets d'actualité d'ampleur
- 3 Aller vers la maîtrise des outils numériques

## Optimiser et structurer l'offre d'accompagnement

- 1 Diagnostiquer et orienter en amont
- 2 Présenter des parcours d'accompagnement clairs et structurés
- 3 Faciliter l'accès et le suivi aux offres d'accompagnement et aux aides

## Tirer parti de l'écosystème local

- 1 Mutualiser les ressources à disposition des entreprises
- 2 Prendre appui sur le marché de prestataires locaux existant
- 3 Impliquer les acteurs des branches et filières

# 02 | Contexte



1. Un **niveau d'engagement des entreprises martiniquaises** dans leur transformation numérique très hétérogène et pour certaines inexistant :
  - **3 entreprises sur 10 sans engagement :**
    - ✓ Non équipée en terminaux informatiques fixes ou mobiles, et a fortiori non connectées, ces structures ont souvent un CA et une capacité d'investissement très limités
    - ✓ Un profil largement circonscrit aux structures monopersonnelles, relevant de secteurs traditionnels : Agrotransformation, Commerce de détail, Construction, Tourisme (plus présents hors territoire Centre)...
  - **Une majorité d'entreprises avec un 1<sup>er</sup> niveau d'équipements et d'usages mais une sous-exploitation du numérique au regard de leur stratégie d'entreprise**
    - ✓ Une professionnalisation de la numérisation des process de gestion interne (administrative, financière) à accentuer en réponse à un % encore important de « papier », un usage de Word/Excel à optimiser, des logiciels spécifiques insuffisamment intégrés
    - ✓ Même si les réseaux sociaux et le Web marketing sont souvent le point focal des projets numériques dans les entreprises, le potentiel du Net est encore souvent sous-exploité tant en termes d'animation, de mise en visibilité, que de canal de vente
  - **Une dernière frange, beaucoup moins nombreuses, avec un engagement plus abouti dans le numérique**
    - ✓ Des ETI et grandes entreprises avec des actions transversales et une capacité de transformation en propre (RH et financière)
    - ✓ Des startups avec un modèle d'affaire construit sur les nouvelles formes de concurrence et l'accélération des cycles de maturité technologique accompagnant l'innovation digitale mais avec une capacité financière plus limitée



L'ÉTUDE DE 2020 FAISAIT RESSORTIR UNE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE HÉTÉROGÈNE DES ENTREPRISES MARTINIQUAISES (2/2)

2. Un **contexte insulaire spécifique** avec un faisceau de freins et un 1<sup>er</sup> niveau de leviers :

- Un manque de moyens des entreprises (financiers, humains)
- Un accès à l'accompagnement encore complexe (visibilité, coordination, coût...)
- Un portage politique à renforcer
- Des barrières culturelles
- Un écosystème encore insuffisamment exemplaire et prescripteur

- Les actions de sensibilisation/formation et de mise en réseau (Zétwal) partenariales
- L'intégration du numérique dans les actions « de démarche qualité »
- Le développement de lieux d'essaimage et d'innovation (tiers lieux, living labs, démonstrateurs)
- Les grands programmes d'appui et dispositifs de soutien aux filières
- L'intermédiation de tiers de confiance

3. Un 1<sup>er</sup> niveau de **préconisations** autour de 3 **axes d'orientations** et 8 pistes de préconisations en lien :

**1. « Aller vers » les plus éloignés du numérique**

**1.1 - Développer un accompagnement de proximité**

**1.2 - S'engager dans un programme de médiation numérique à destination des professionnels**

**2.1 - Poursuivre la coordination et la consolidation de l'offre (publique et privée)**

**2.2 - Lancer un plan de communication ambitieux multicanal (TV, radio, papier, online) autour de la transformation numérique**

**2.3 - Créer les conditions d'un investissement numérique innovant**

**3. Soutenir l'innovation autour de la transformation numérique**

**3.1 - Créer une plateforme de partage autour de la transformation numérique, déclinaison territoriale du modèle de France Num (Martinique Num ?)**

**3.2 - Lancer et pérenniser un AAP sur la transformation numérique des entreprises martiniquaises**

**3.3 - Mettre en place et soutenir l'ingénierie financière autour de projets d'envergure liant numérique et grandes mutations**



Si la crise sanitaire a largement influencé l'adoption et l'évolution des technologies numériques lorsque cela était rendu possible, elle a surtout souligné l'importance et l'indispensabilité de ces outils numériques pour la viabilité d'une entreprise.

En Martinique, il ressort de l'étude menée en 2020 pour la CCI Martinique que le développement du numérique et le développement du télétravail ont été au cœur des idées énoncées par les entrepreneurs martiniquais pour adapter l'économie par suite de la crise sanitaire. Cette constatation dépend bien sûr des secteurs : le développement du numérique apparaît fondamental dans les secteurs du commerce et du service. C'est un levier dans le secteur de l'industrie, mais n'est pas souligné par les entrepreneurs du secteur BTP.

**Les besoins en numérique des entreprises étaient significatifs durant la crise sanitaire et les nombreux confinements, et sont aujourd'hui toujours présents. La question est aujourd'hui de savoir si les entreprises ont pu identifier et répondre à ces besoins.**

Maintien des **opérations à distance** malgré les restrictions de déplacement et mesures de distanciation sociales

Renforcement de la **cybersécurité**

Besoins en **numérisation des processus internes** : gestion des ressources humaines, comptabilité, gestion des stocks...

Augmentation des besoins de **e-commerce** : besoins en développement des plateformes en ligne, de systèmes de paiement numériques sécurisés, de services de livraison ;

Augmentation des besoins de **télétravail** et de la demande en matière d'**outils** de visioconférence, de collaboration en ligne, de solutions de gestion de projet et de VPN ;

1

Évaluer la maturité digitale des entreprises martiniquaises et apprécier leur évolution depuis l'étude de 2020

- Appréciation du niveau d'avancement des entreprises martiniquaises en matière de maturité numérique : niveaux d'équipements, usages, connaissances...
- Evaluation des besoins et attentes des entrepreneurs martiniquais
- Evaluation des freins et difficultés rencontrées par eux
- Opportunités et difficultés liées aux contextes sanitaire et inflationniste

2

Émettre des recommandations pour permettre aux pouvoirs publics de mieux accompagner les entreprises dans leur transition numérique

- D'après les résultats de la première phase, émission d'axes d'orientation et de recommandations liées

UN DIAGNOSTIC ET UN PORTEFEUILLE DE RECOMMANDATIONS ALIMENTÉS PAR UNE COLLECTE D'INFORMATIONS OPTIMISÉE



## Enquête quantitative

500 entreprises

- Représentatives du tissu économique local
- Tris croisés par méta secteur, taille salariale, territoire



## Campagne d'entretiens qualitatifs

15 entretiens

- Acteurs de l'accompagnement (public/privé)
- Organisations socio-professionnelles et clusters
- Entreprises
- Représentants de la filière numérique



Une analyse intégrée des informations recueillies par les différents canaux pour un diagnostic complet et l'identification des enjeux



**3 axes d'orientation et 9 pistes de recommandation détaillées** avec des exemples d'actions concrètes à mettre en place, pour un accompagnement à la maturité digitale des entreprises adapté aux enjeux et besoins identifiés dans le diagnostic

# 03 Résultats détaillés de l'enquête



# 3.1 Résultats détaillés de l'enquête

## - Protocole



### 3.1 - Protocole

### 3.2 - Signalétique

### 3.3 - Equipements

### 3.4 - Transformation numérique des processus

### 3.5 - Numérique et développement de l'entreprise

### 3.6 - Contrastes avec certains résultats nationaux



**Entreprises martiniquaises**, résultats présentés au global et selon les variables de tris suivantes : Métasecteur, Territoires, Franchisés ou non, Taille salariale, TPE ou PME. Résultats en % redressés (bases répondants brutes, non redressées)



Collecte par **téléphone**, sur les plateaux téléphoniques internes à COHDA



**Fichier d'appels** transmis par la CCI Martinique



**Questionnaire** validé par la CCI Martinique



**Durée** d'interview : 14-15 minutes



**Sondage** réalisé du 15 janvier au 26 janvier 2024

## Un questionnaire en 4 parties :

Signalétique	Equipements
Transformation numérique des <i>process</i>	Avenir de l'entreprise

- Toutes les questions ont été triées par métasecteur, taille salariale, territoire et franchisé/non franchisé. Ces deux derniers tris croisés sont peu discriminants pour l'analyse.
- L'ensemble des résultats est arrondi au nombre entier le plus proche. Par conséquent, ce jeu des arrondis peut conduire à un léger écart en termes de sous-totaux.
- Un test statistique (test de Student) a été implémenté afin de faire apparaître les différences significatives d'une sous-population par rapport au résultat global. Lorsque des sous-populations ne sont pas précisées, c'est qu'elles ne font pas l'objet de différences significatives méritant d'être mises en avant.
- Les différences significativement significatives sont illustrées comme suit :

XX%	Significativement inférieur au total
XX%	Significativement supérieur au total

- Lorsqu'il y a un intérêt comparatif et afin d'analyser les évolutions depuis l'étude réalisée en 2020, les résultats de 2020 sont parfois cités en parallèle des résultats de 2024 et apparaissent en *italique*.



# 3.2 Résultats détaillés de l'enquête - Signalétique

3.1 - Protocole

3.2 - Signalétique

3.3 - Equipements

3.4 - Transformation numérique des processus

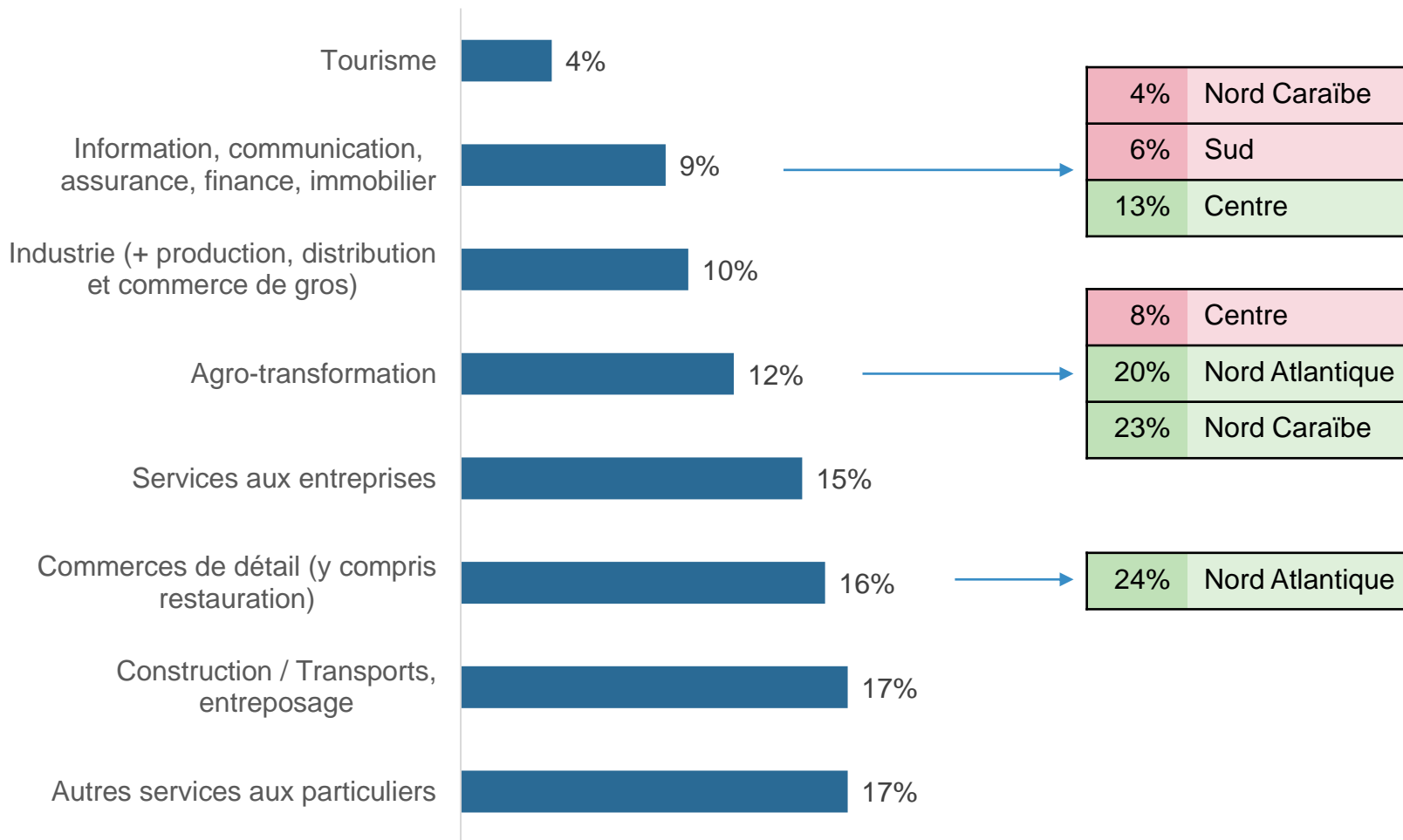
3.5 - Numérique et développement de l'entreprise

3.6 - Contrastes avec certains résultats nationaux



## Métasecteur

Base : ensemble des entreprises (100%)

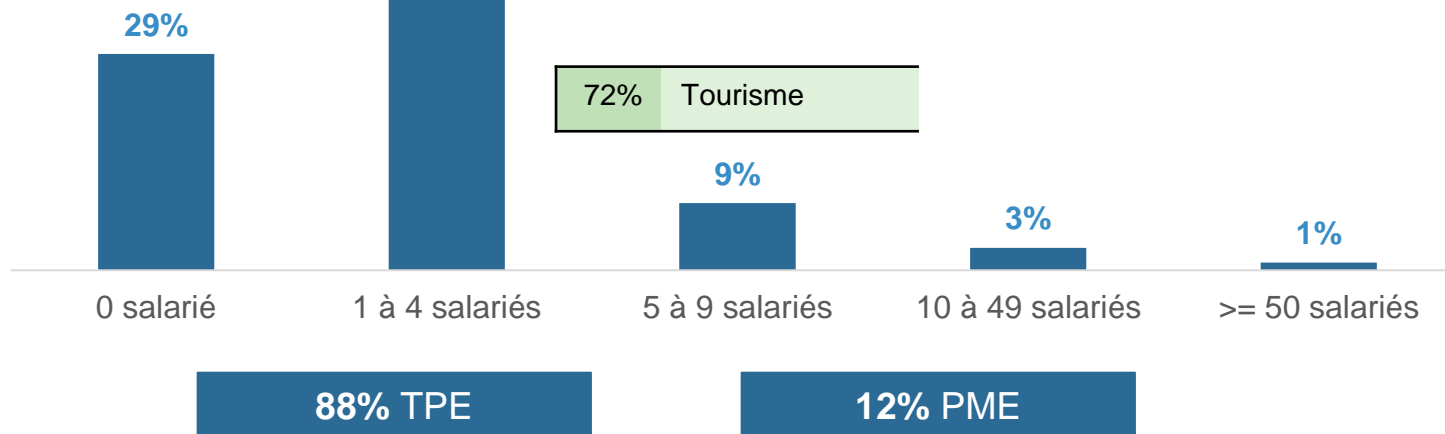


### Taille salariale

Base : ensemble des entreprises (100%)

20%	Tourisme
45%	Agro-transformation
72%	Commerce de détail

20%	Construction / Transports et entreposage
18%	Commerce de détail
45%	Agro-transformation



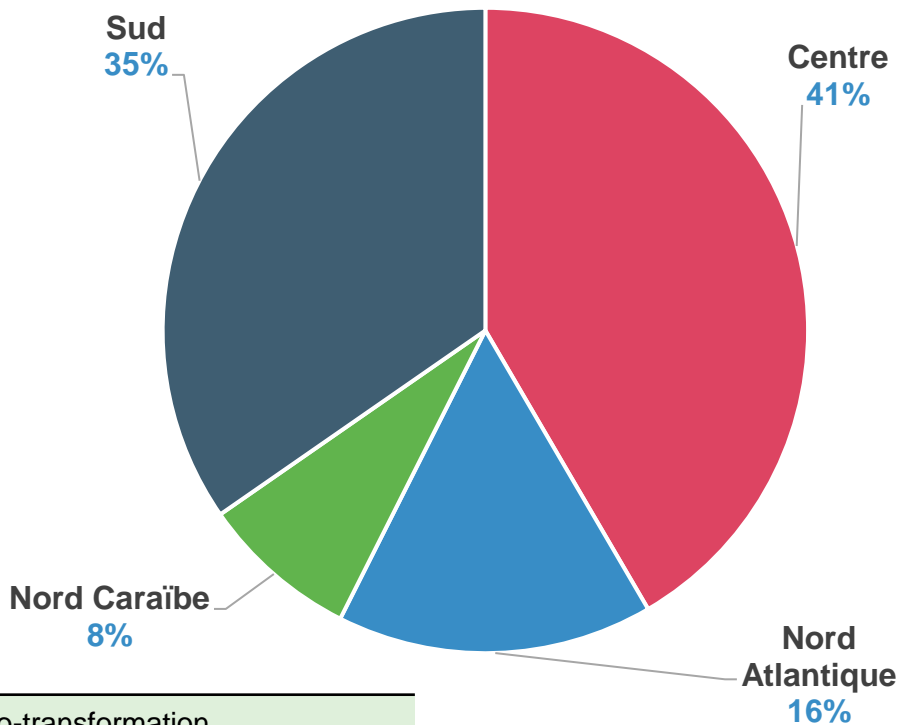
- Une majorité de très petites structures sans personnel salarié, en particulier dans l'agro-transformation
- A l'inverse, les secteurs du Commerce de détail et du Tourisme ont des entreprises de taille plus grande que la moyenne

### Territoire

Base : ensemble des entreprises (100%)

21%	PME
23%	Information, communication, etc.
48%	Tourisme

28%	Agro-transformation
31%	Tourisme
59%	Information, communication, assurance, finance, immobilier
55%	PME



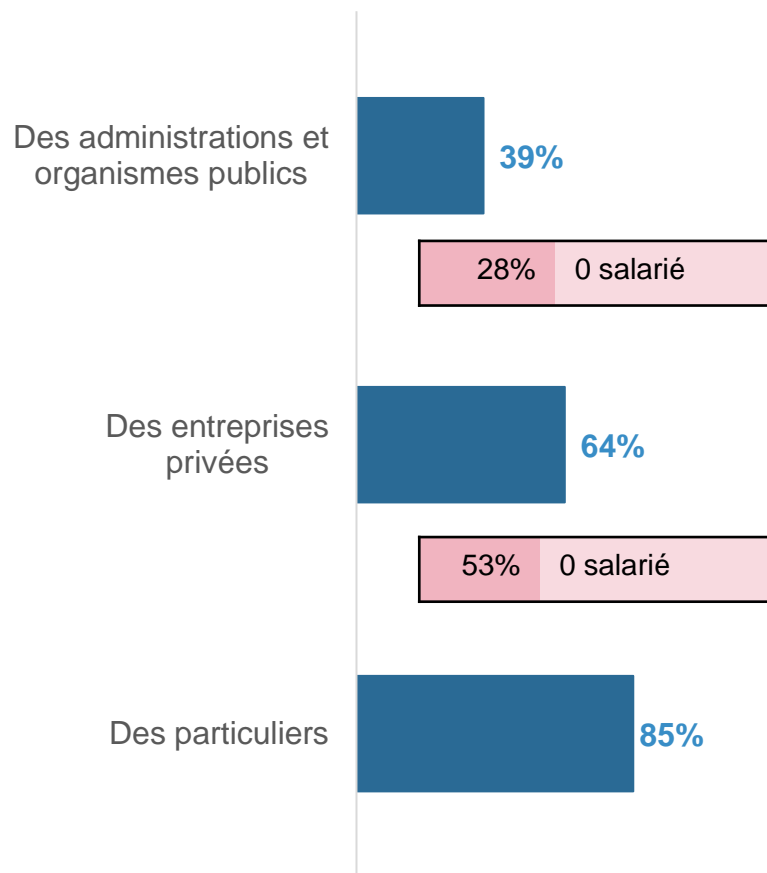
14%	Agro-transformation
-----	---------------------

27%	Agro-transformation
-----	---------------------

- Près d'une entreprise sur deux sur le Centre, avec le plus fort taux de PME

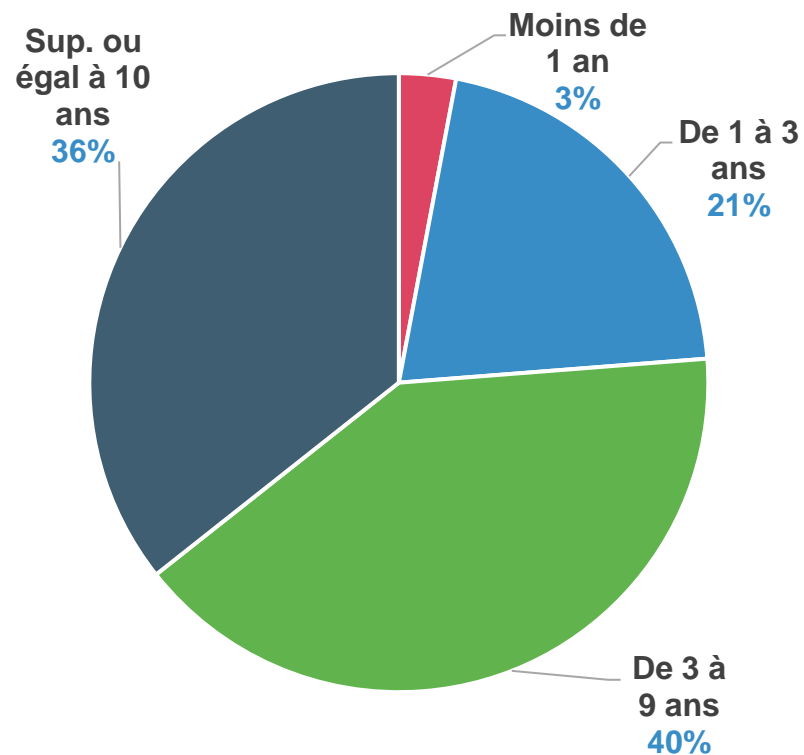
## Vos clients sont...?

Base : ensemble des entreprises (100%)



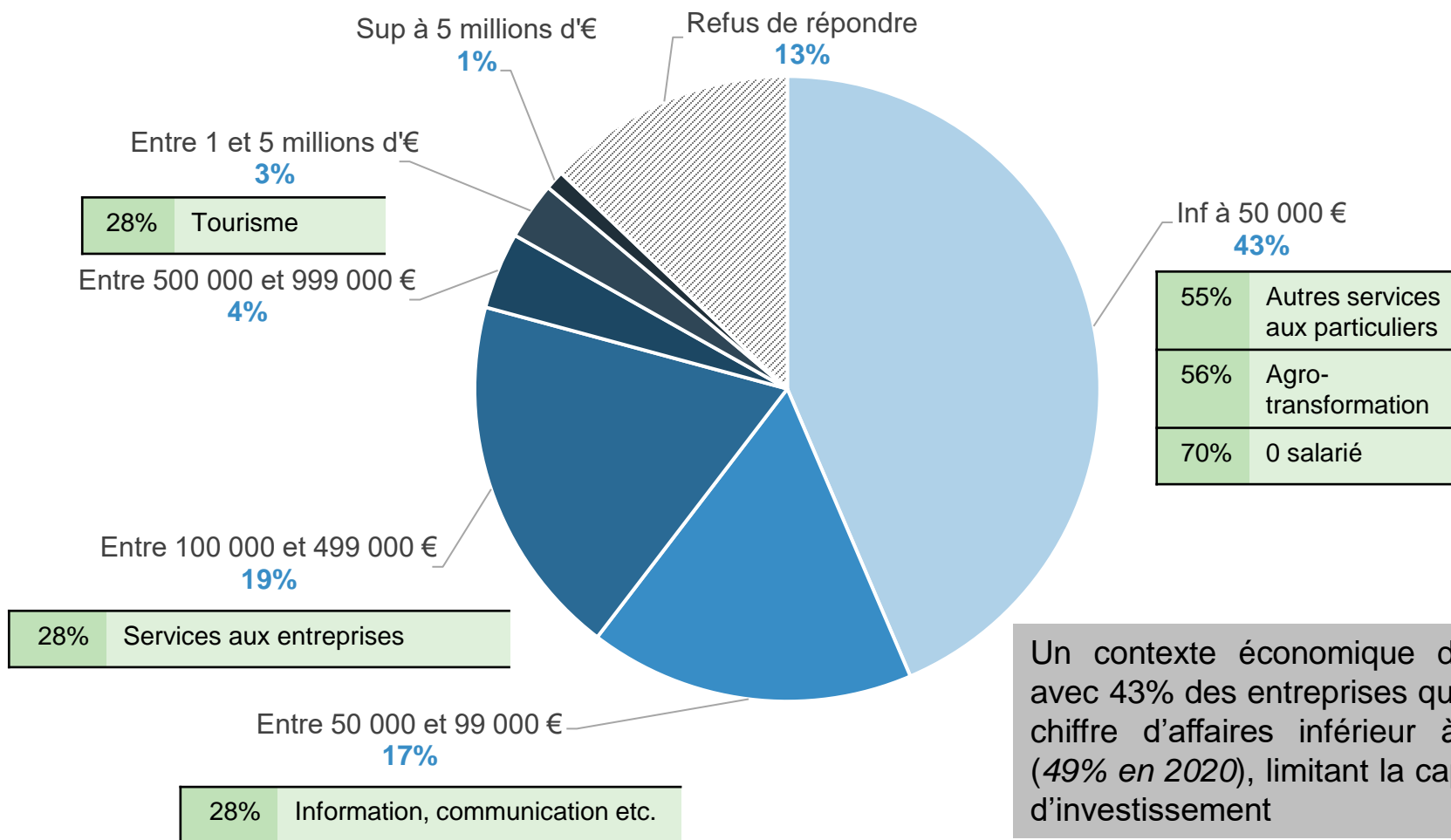
## Quel est l'âge de votre entreprise ?

Base : ensemble des entreprises (100%)



## Quel a été le chiffre d'affaires annuel HT en 2023 de votre entreprise ?

Base : ensemble des entreprises (100%)



## Quelle est la part de votre chiffre d'affaires 2023 hors Martinique ?

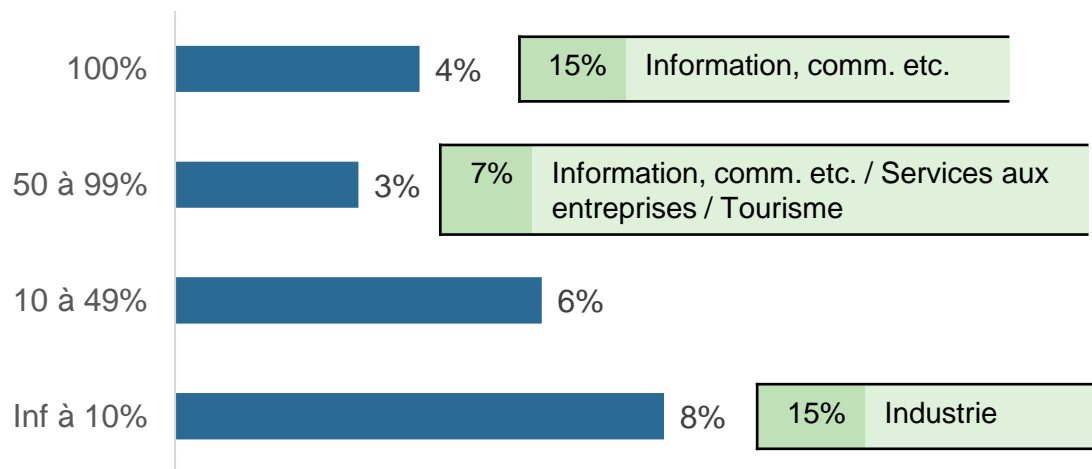
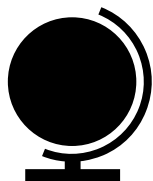
Base : ensemble des entreprises (100%)



**79%** des entreprises réalisent l'intégralité de leur CA en Martinique  
*86% en 2020*

92%	Agro-transformation
85%	Autres services aux particuliers
68%	PME

### Poids de l'export dans leur CA



L'export s'avère être un relai de croissance pour seulement 21% des entreprises, avec une légère amélioration par rapport aux résultats de 2020.



## Dans votre entreprise, l'informatique et le numérique sont gérés par ?

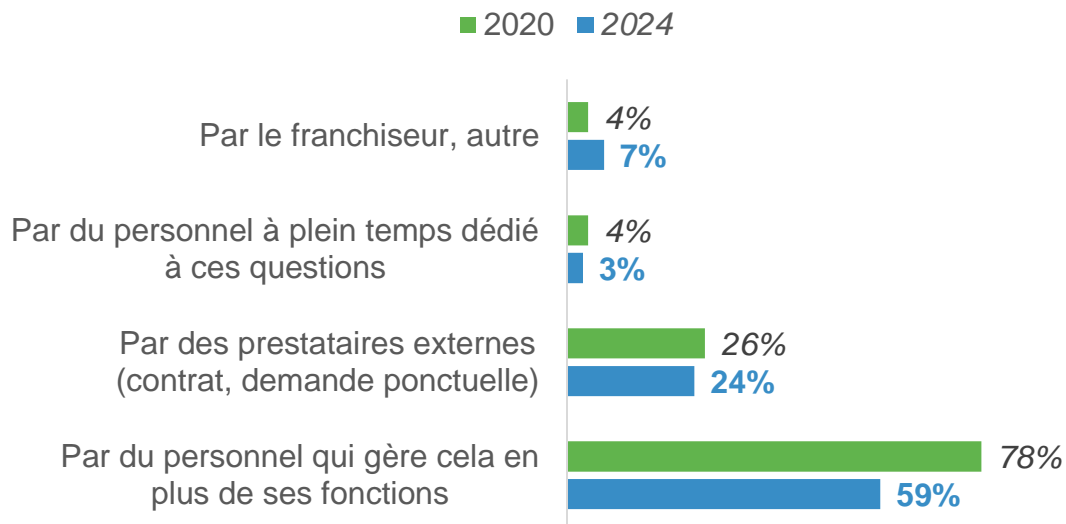
Base : ensemble des entreprises (100%)



**17%** des entreprises déclarent que **personne** ne gère l'informatique et le numérique dans l'entreprise  
13% en 2020

- Une absence ou une faible professionnalisation des ressources humaines en charge de l'informatique et le numérique, pour une très forte majorité d'entreprises
- Un constat qui semble s'être d'ailleurs aggravé depuis les résultats de 2020

### Pour les autres, gestion par :



# 3.3 Résultats détaillés de l'enquête - Equipements



**3.1 - Protocole**

**3.2 - Signalétique**

**3.3 - Equipements**










**3.4 - Transformation numérique des processus**

**3.5 - Numérique et développement de l'entreprise**

**3.6 - Contrastes avec certains résultats nationaux**










## Disposez-vous des équipements numériques suivants dans votre entreprise ?

Base : ensemble des entreprises (100%)

	Equipé	Equipé (2020)	En projet	En projet (2020)
 Téléphone fixe	35%	46%	5%	6%
 Téléphone mobile classique sans connexion à Internet	9%	11%	2%	3%
 Smartphone ou téléphone avec connexion à Internet	71%	61%	5%	7%
 Ordinateur fixe	33%	38%	7%	6%
 Ordinateur portable	63%	57%	10%	9%
 Tablette	30%	23%	11%	7%
 Terminal de paiement pour encaissement par CB	49%	43%	8%	9%
 Caisse connectée / caisse intelligente	12%	11%	7%	6%
 Scanner de code-barres	2%	10%	5%	3%

- Avec 71% de diffusion, le smartphone toujours en tête des équipements et en augmentation par rapport à 2020
- **3 équipements en moyenne** par entreprise
- Un **taux d'informatisation stable** depuis 2020 : 72% à l'époque contre 74% aujourd'hui

- Un ratio toujours du simple au double entre TPE et PME avec un déficit généralisé chez les 0 salariés
- Depuis 2020, une augmentation de l'adoption de l'ordinateur portable quelle que soit la taille
- Le smartphone est le seul équipement présent dans 71% des entreprises, quelle que soit la taille

	Total	0 salariés	De 1 à 4 salariés	De 5 à 9 salariés	De 10 à 49 salariés	>= 50 salariés	TPE	PME
 Téléphone fixe	35%	17%	35%	78%	100%	100%	33%	100%
 Téléphone mobile classique sans connexion à Internet	9%	7%	8%	13%	40%	64%	8%	46%
 Smartphone ou téléphone avec connexion à Internet	71%	66%	70%	91%	86%	88%	71%	86%
 Ordinateur fixe	33%	16%	31%	78%	93%	88%	31%	91%
 Ordinateur portable	63%	60%	58%	89%	83%	95%	62%	86%
 Tablette	30%	25%	26%	63%	45%	59%	29%	49%
 Terminal de paiement pour encaissement par CB	49%	32%	55%	60%	58%	62%	49%	59%
 Caisse connectée / caisse intelligente	12%	7%	10%	34%	20%	17%	11%	19%
 Scanner de code-barres	2%	1%	2%	6%	11%	9%	2%	11%
Nombre moyen d'équipements	3	2,3	3,0	5,1	5,4	5,8	3,0	5,5
Taux d'informatisation	74%	67%	73%	97%	100%	100%	73%	100%


## HARDWARE


- Un sous-équipement à titre professionnel dans l'agro-transformation et le secteur de la construction, du transport et de l'entreposage
- Par rapport à 2020, une forte hausse de l'équipement dans les secteurs du tourisme et des autres services aux entreprises

	Total	Agro-transformation	Autres services aux particuliers	Commerce de détail y compris restauration	Construction/ Transports/Entreposage	Industrie, production/distribution, commerce de gros	Information, communication, assurance, finance, immobilier	Autres services aux entreprises	Tourisme
Téléphone fixe	<b>35%</b>	27%	36%	44%	20%	37%	38%	42%	52%
Téléphone mobile classique sans connexion à Internet	<b>9%</b>	4%	11%	11%	3%	8%	9%	19%	3%
Smartphone ou téléphone avec connexion à Internet	<b>71%</b>	48%	79%	55%	75%	76%	80%	87%	69%
Ordinateur fixe	<b>33%</b>	20%	39%	20%	27%	40%	46%	45%	27%
Ordinateur portable	<b>63%</b>	49%	67%	52%	61%	72%	82%	64%	64%
Tablette	<b>30%</b>	20%	23%	23%	26%	29%	43%	46%	42%
Terminal de paiement pour encaissement par CB	<b>49%</b>	50%	54%	76%	34%	51%	21%	38	71%
Caisse connectée / caisse intelligente	<b>12%</b>	12%	14%	22%	2%	8%	6%	8%	37%
Nombre moyen d'équipements	<b>3</b>	2,3	3,3	3,0	2,5	3,2	3,3	3,5	3,7
Taux d'informatisation	<b>74%</b>								


## Dans votre entreprise, quels outils utilisez-vous pour ?


Base : entreprises informatisés (74%)

 <b>Votre facturation</b>	Total	2020
Uniquement des facturiers papier	<b>11%</b>	17%
Tableau type Word/Excel	<b>23%</b>	26%
Logiciel spécifique permettant de produire des factures électroniques	<b>69%</b>	59%

 <b>Votre fichier client</b>	Total	2020
Pas de fichier client	<b>32%</b>	32%
Application mobile dédiée	<b>8%</b>	-
CRM-logiciel de gestion de la relation client	<b>41%</b>	43%
Tableau type Word/Excel	<b>20%</b>	21%
Uniquement sur papier	<b>4%</b>	5%

- Très légère amélioration de l'informatisation pour la gestion courante depuis 2020

 <b>Vos bulletins de paie</b>	Total	2020
Non concerné/ pas de bulletins de paie	<b>37%</b>	42%
Autre	<b>3%</b>	39%
Supports papier uniquement	<b>1%</b>	2%
Un logiciel spécifique non intégré à celui de comptabilité	<b>3%</b>	9%
Un logiciel spécifique intégré à celui de comptabilité	<b>9%</b>	9%

 <b>Votre comptabilité</b>	Total	2020
Uniquement un livre comptable papier	<b>10%</b>	21%
Un tableur de type excel	<b>17%</b>	21%
Un logiciel spécifique non intégré au logiciel de facturation	<b>33%</b>	29%
Un logiciel spécifique intégré au logiciel de facturation	<b>43%</b>	32%

### Dans votre entreprise, quels outils utilisez-vous pour ?

Base : entreprises informatisés (74%)

Tourisme	26%
0 salariés	24%

Construction / Transports	8%
0 salariés	4%

Commerce de détail	61%
0 salariés	60%

Agro-transformation	51%
0 salariés	53%

Agro-transformation	14%
0 salariés	23%

Services aux entreprises	18%
0 salariés	14%

- Les PME significativement mieux pourvus que la moyenne
- Si en 2020, les secteurs du Tourisme et du Commerce de détail se distinguaient par leur sous-équipement en software, il semblerait que les résultats soient aujourd'hui davantage homogènes.

### LOGICIEL DE:

CRM (fichier client)

**41%** (43%)\*

69% PME

Lecture : « 69% des PME utilisent un fichier CRM »

PAIE\*\*

**12%** (18%)

50% PME

COMPTABILITE

**76%** (61%)

100% PME

86% Services aux entreprises

FACTURATION

**69%** (59%)

98% PME

TRAVAIL COLLABORATIF

**32%** (22%)

64% PME

46% Information, Communication, Assurance, Finance, Immobilier

GESTION STOCK

**31%** (28%)

50% Commerce de détail

44% Industrie

49% PME



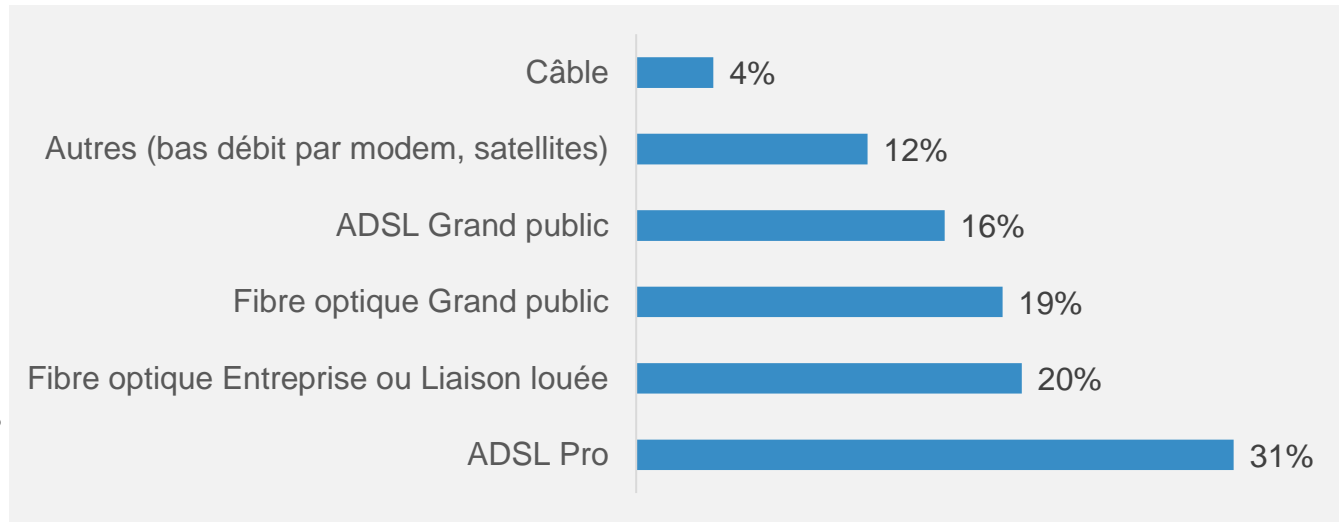
## De quels types de connexions Internet fixe disposez-vous, dans votre entreprise ?

Base : entreprises informatisées (74%) hors NSP

**83%** des entreprises informatisées disposent d'un accès Internet fixe (contre 65% en 2020)



Lesquelles disposent des connexions suivantes :



- Une amélioration significative en termes de connexion internet fixe
- Les connexions les plus courantes sont l'ADSL Pro et la fibre.

**18%** des entreprises informatisées ne disposent pas d'un accès Internet fixe (contre 35% en 2020)

2024    2020

24%	49%	0 salarié
0%	2%	PME

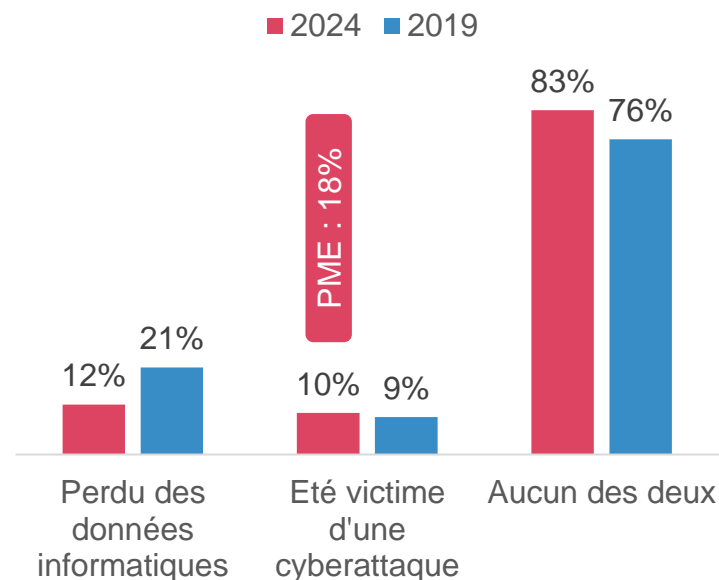
- 24% des entreprises de 0 salariés n'ont pas d'accès Internet fixe, ce qui est supérieur à la moyenne mais constitue une bonne évolution par rapport à 2020 (49%).

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)

### En matière de sécurité et de protection des données informatiques avez-vous... ?

### Avez-vous déjà... ?

	Total	2020	PME
Des mots de passe sur tous vos appareils	91%	90%	97%
Antivirus-spam	78%	82%	97%
Pare-feu-firewall	62%	67%	89%
Disques externes-soutports physiques de sauvegarde	50%	62%	60%
Sauvegarde externalisée automatique	45%	34%	76%
Sauvegarde sur un serveur sur site	33%	33%	65%
Charte informatique édictant des règles de sécurité	24%	21%	63%



- Une certaine maturité autour des questions liées à la sécurité et des résultats homogènes dans les différents secteurs, mais pas de progression significative depuis 2020.
- Une protection des données accrue dans les PME, qui pourrait s'expliquer par le fait les PME disposent de plus de moyens et un plus grand nombre a déjà été victime d'une cyberattaque.

**Avez-vous mis en place dans votre entreprise une démarche de mise en conformité RGPD applicable à toutes les entreprises détenant des données personnelles ?**

*Base : ensemble des entreprises (100%)*

	Oui c'est opérationnel	Oui c'est en cours	Je ne sais pas ce que c'est	Non
Agro-transformation	2%	7%	30%	61%
Autres services aux particuliers	19%	9%	28%	43%
Commerce de détail	21%	2%	28%	43%
Construction / Transports et entreposage	10%	2%	28%	49%
Industrie	12%	5%	37%	46%
Information, communication, assurance, finance, immobilier	39%	9%	5%	46%
Services aux entreprises	15%	13%	20%	53%
Tourisme	14%	7%	17%	63%
TPE	15%	7%	27%	51%
PME	39%	7%	19%	36%
Total	16%	7%	27%	51%
Total en 2020	11%	9%	18%	62%

- Une meilleure acculturation en lien avec le RGPD dans les secteurs de l'Information, communication etc. et dans les PME
- Une augmentation des réponses « Je ne sais pas ce que c'est » depuis 2020
- Acculturation et mise en conformité : un chantier à mener

# Résultats détaillés de l'enquête

## 3.4 - Transformation numérique des processus



3.1 - Protocole

3.2 - Signalétique

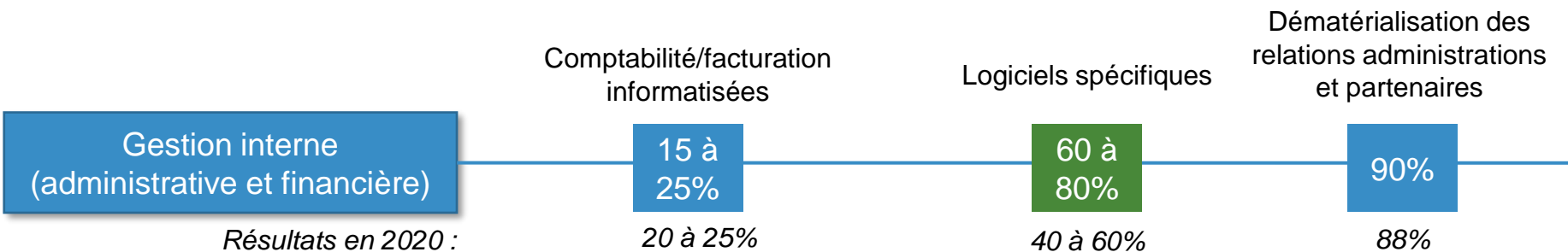
3.3 - Equipements

**3.4 - Transformation numérique des processus**

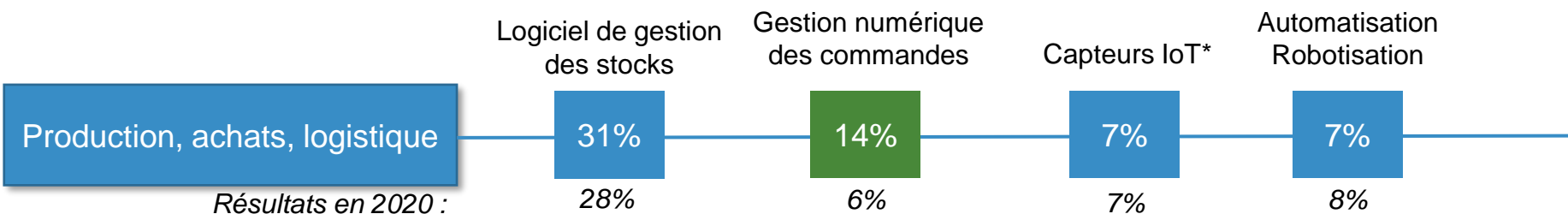
3.5 - Numérique et développement de l'entreprise

3.6 - Contrastes avec certains résultats nationaux

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)



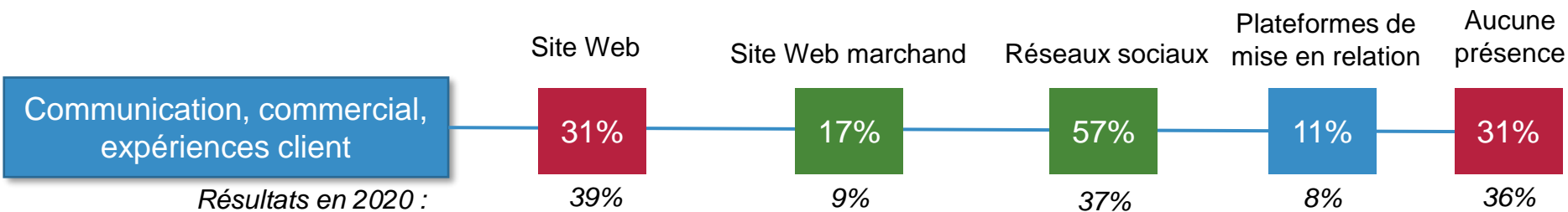
- 60 à 80% des entreprises martiniquaises disposent aujourd'hui de logiciels spécifiques dédiés à la gestion interne (administrative et financière) de l'entreprise, ce qui constitue une forte augmentation depuis 2020.



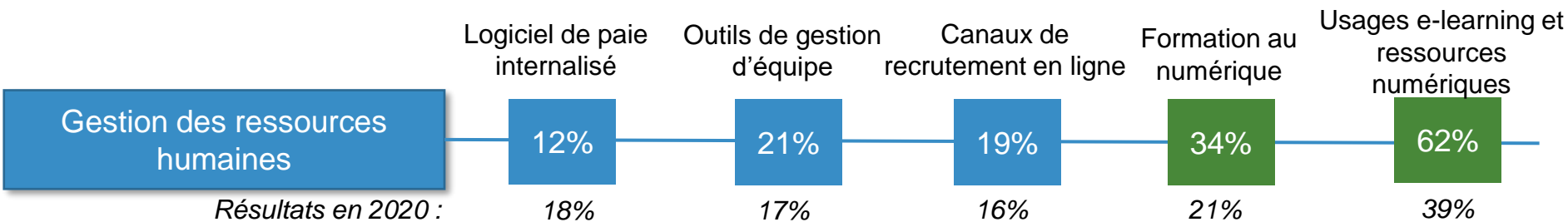
- 14% des entreprises martiniquaises gèrent aujourd'hui numériquement les commandes, contre 6% en 2020, ce qui constitue une augmentation notable
- Sans changement majeur depuis 2020, 31% des entreprises disposent d'un logiciel de gestion des stocks, et 7% de capteurs IoT ou d'automatisation / robotisation.

\*Capteurs « Internet des Objets » : dispositifs chargés de mesurer des paramètres spécifiques d'un environnement et de transmettre les données à un système centralisé.

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)



- Les entreprises martiniquaises sont aujourd'hui beaucoup plus présentes sur les réseaux sociaux, et disposent plus souvent d'un site web marchand, par rapport à 2020.
- De manière générale, leur présence sur Internet pour la communication, le commercial et l'expérience client s'est légèrement améliorée.



- Les entreprises martiniquaises se sont davantage formées au numérique (34% aujourd'hui contre 21% en 2020) et font un usage accru du e-learning et des ressources numériques (62% aujourd'hui contre 39% en 2020).

### Les relations de votre entreprise avec l'administration et vos partenaires sont-elles dématérialisées ?

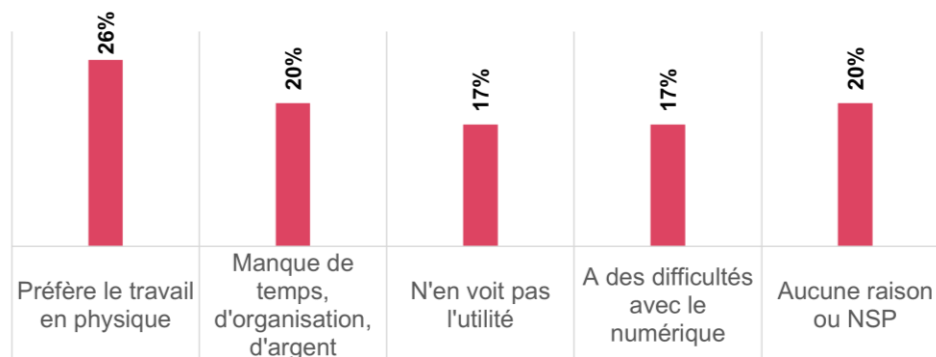
Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)

	Agro-transformation	Autres services aux particuliers	Commerce de détail	Construction / Transports et entreposage	Industrie	Information, communication, assurance, finance, immobilier	Services aux entreprises	Tourisme	TPE	PME	Total
<b>Oui</b>	<b>82%</b>	<b>92%</b>	<b>92%</b>	<b>83%</b>	<b>89%</b>	<b>98%</b>	<b>92%</b>	<b>98%</b>	<b>90%</b>	<b>95%</b>	<b>90%</b>
Oui en 2020	82%	82%	76%	90%	97%	100%	96%	84%	88%	94%	88%
<b>Non</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>17%</b>	<b>11%</b>	<b>2%</b>	<b>8%</b>	<b>2%</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>
Non en 2020	19%	18%	24%	10%	3%	-	5%	16%	12%	6%	12%

- Des résultats stables depuis 2020
- Les secteurs du Tourisme et de l'Information, communication etc. sont les plus engagés dans la dématérialisation des relations

### Pour quelles raisons vos relations ne sont-elles pas dématérialisées ?

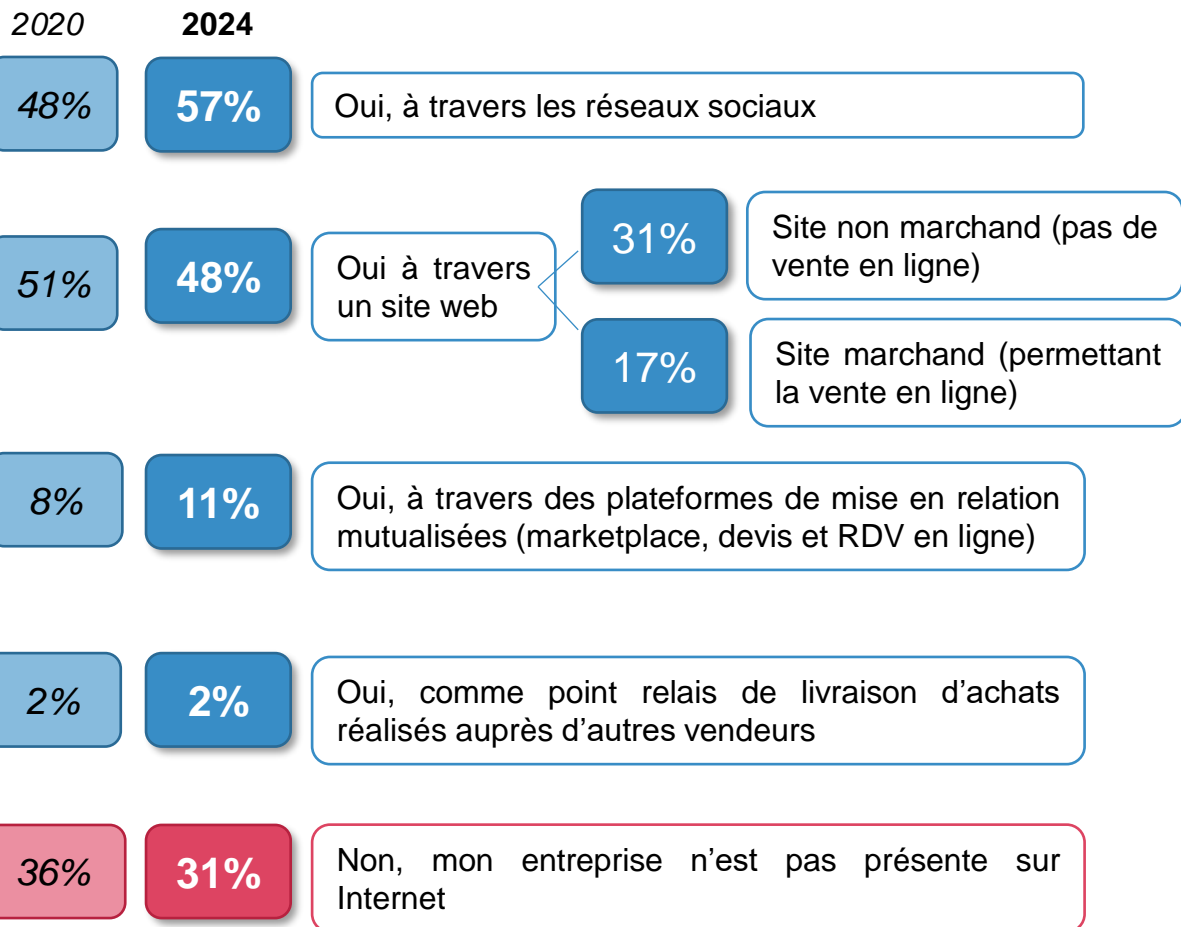
Base : entreprises dont les relations ne sont pas dématérialisées (10%)



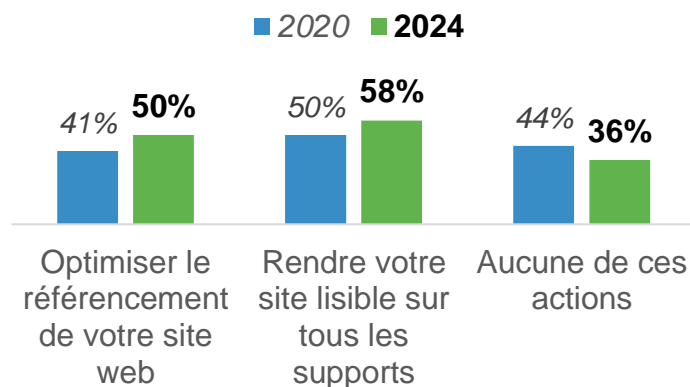
- Pour les entreprises dont les relations ne sont pas dématérialisées, les raisons sont très diverses.

### Votre entreprise est-elle présente sur Internet ?

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)



- Depuis 2020, une augmentation peu significative de la présence sur Internet, illustrant la difficulté des entreprises à se saisir de ces outils malgré l'importance de la visibilité en ligne aujourd'hui.
- En particulier, la présence sur les réseaux sociaux s'est accrue, ce qui pourrait s'expliquer par une accessibilité plus aisée par rapport aux autres solutions telles que les sites web ou les plateformes.
- Il ressort des résultats détaillés que les secteurs du Tourisme et des Autres services aux particuliers, ainsi que les PME, sont les plus présents sur Internet (moins de 15% de non-présence)



### Avez-vous mise en place des actions pour...



### Votre présence sur Internet s'accompagne-t-elle ?

Base : ensemble des entreprises présentes sur Internet (58%)

2020 2024

51%

52%

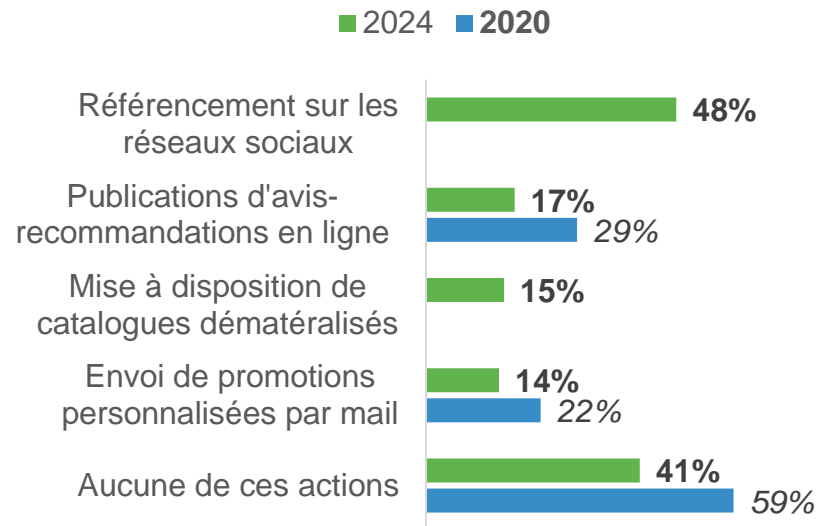
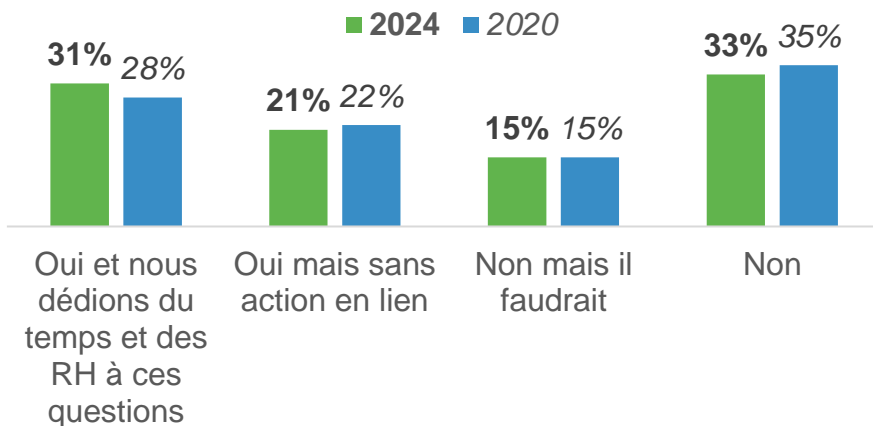
D'un **suivi de votre e-réputation** (retours clients via Internet)

2020 2024

48%

59%

D'au moins une action visant à **améliorer l'expérience client**

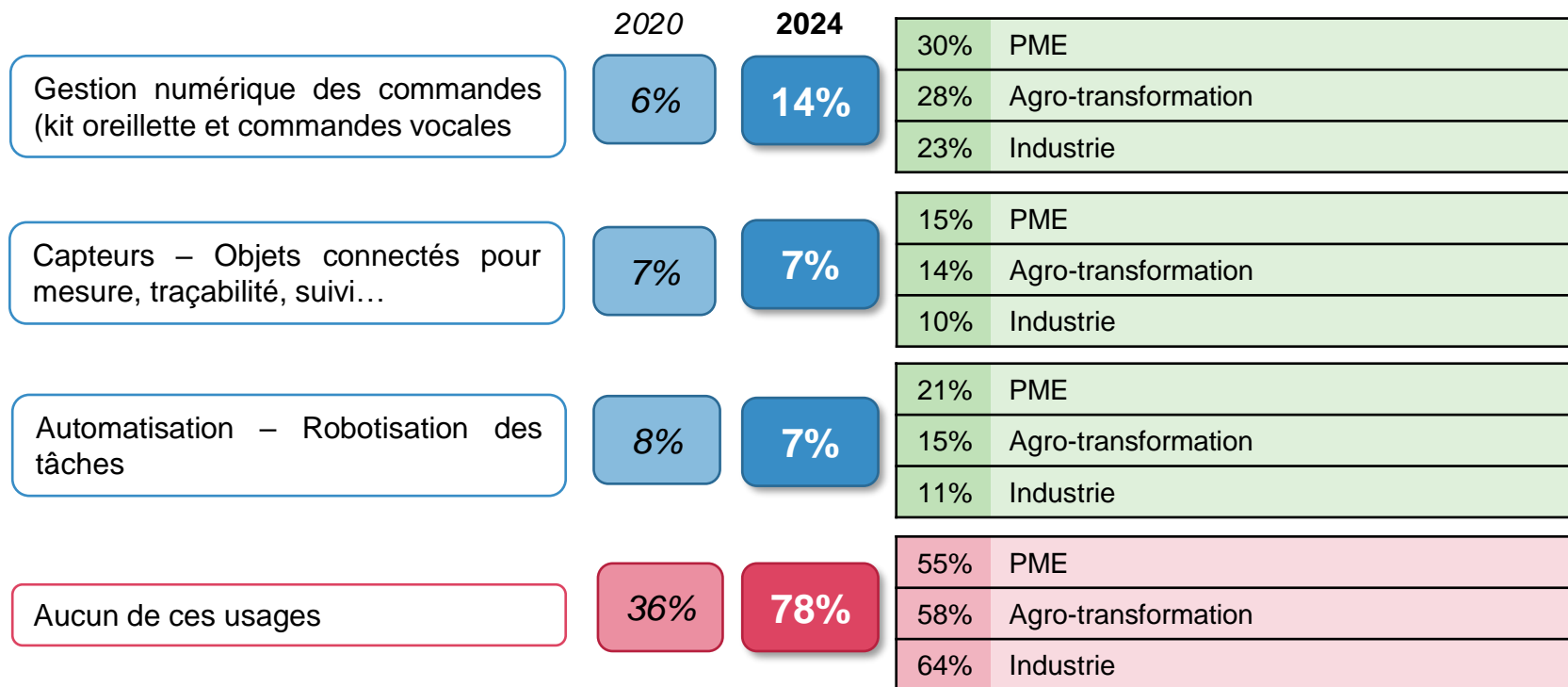


- 48% des entreprises ne suivent pas leur réputation en ligne (dont 15% ont conscience qu'il faudrait le faire). Depuis 2020, les entreprises ne se sont pas davantage saisies de cette question.
- Dans les secteurs de l'Industrie et de la Construction/Transports, c'est respectivement 74% et 63% des entreprises qui ne suivent pas leur e-réputation (voir les résultats détaillés Fichier Excel).

- Depuis 2020, une augmentation des entreprises mettant en place au moins une action visant à améliorer l'expérience client
- 48% des entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux pour l'amélioration de l'expérience client, tandis que les autres canaux numériques sont encore très peu exploités

### Quels sont vos usages du numérique dans l'approvisionnement et la production ?

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)



- Une digitalisation et des usages numériques très peu dédiés aux chainons de l'approvisionnement et la production, sans évolutions marquées depuis 2020
- Une forte augmentation des entreprises n'ayant aucun de ces usages. Une explication possible serait que les entreprises ont développé d'autres usages non disponibles dans les réponses, ou que les usages identifiés en 2020 n'ont finalement pas perduré.
- Les secteurs de l'Agro-transformation et du Tourisme, ainsi que de manière générale les PME, en avance sur ce terrain

### Dans votre entreprise pour vos RH, utilisez-vous ?

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone + avec salariés (62%)

Des outils numériques de gestion des équipes (agendas partagés, reporting)

2020

17%

2024

21%

45% PME  
38% Information, Communication, Assurance, Finance, Immobilier

Canaux de recrutement en ligne (réseaux sociaux, plateforme type LinkedIn)

16%

19%

48% PME

Aucun des deux

n/a

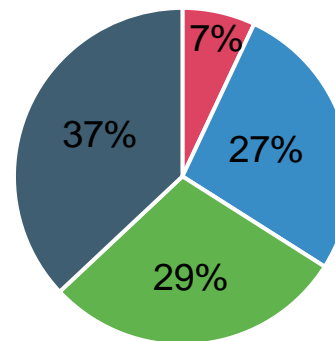
68%

36% PME

- Les outils numériques de gestion des équipes et les canaux de recrutement en ligne sont encore peu utilisés par les entreprises martiniquaises. Ils sont en revanche davantage utilisés dans les PME.

### Au cours des années passées, tout ou partie des employés de votre entreprise, y compris vous, ont-ils bénéficié de formation en informatique et/ou numérique ?

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone + avec salariés (62%)



- Oui mais c'est insuffisant
- Oui et cela répondait à nos besoins
- Non mais ce serait nécessaire
- Non pas d'utilité

**Dans votre entreprise pour la formation de vos employés et de vous-même tous sujets confondus, utilisez vous ?**

*Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone + avec salariés (62%)*

Des tutos, des ressources en ligne

**35%**

59% Information, Communication, Assurance, Finance, Immobilier

24% Commerces de détail & Construction/Transports et entreposage

Des formations en ligne e-learning

**28%**

59% PME

54% Information, Communication, Assurance, Finance, Immobilier

17% Commerces de détail

15% Industrie

Pas d'utilisation de support numérique dans ces process

**17%**

29% Agro-transformation

27% Industrie

6% Information, Communication, Assurance, Finance, Immobilier

Pas de formation

**39%**

58% Commerces de détail

20% Information, Communication, Assurance, Finance, Immobilier

- Pour les entreprises se formant eux et leurs employés, l'usage de ressources en ligne et du e-learning est encore limité. Les entreprises du secteur de l'Information, Communication, etc. et les PME se distinguent et utilisent davantage ces outils.

# Résultats détaillés de l'enquête

## 3.5 - Numérique et développement de l'entreprise



3.1 - Protocole

3.2 - Signalétique

3.3 - Equipements

3.4 - Transformation numérique des processus

**3.5 - Numérique et développement de l'entreprise**

3.6 - Contrastes avec certains résultats nationaux

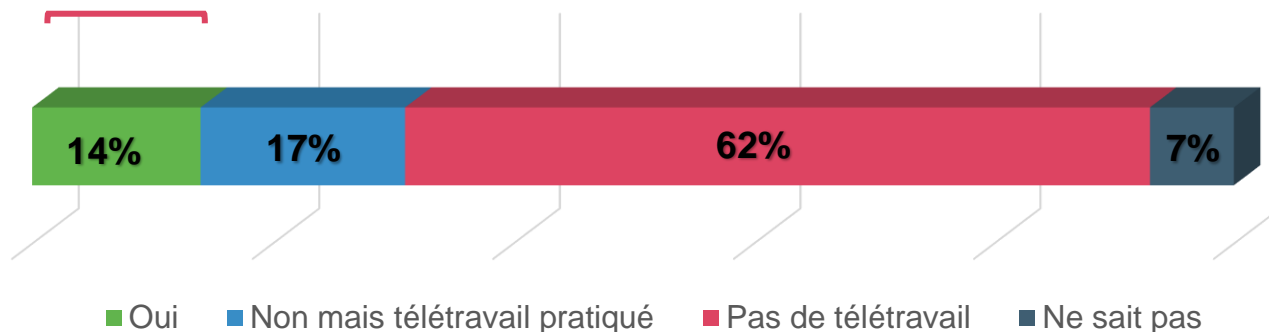
Depuis la crise sanitaire Covid-19, avez-vous mis en place des nouveaux outils numériques pour l'organisation du télétravail ?

Base : entreprises informatisées avec accès Internet fixe et/ou équipées d'un smartphone (81%)

Outils de visio-conférence : 11%

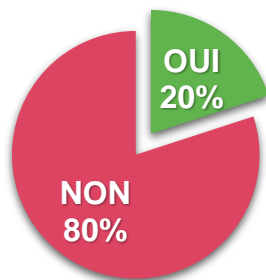
Outils de travail collaboratif : 9%

Autres outils : 4%



Est-ce que la crise sanitaire COVID-10 a accéléré la transformation numérique et digitale de votre entreprise ?

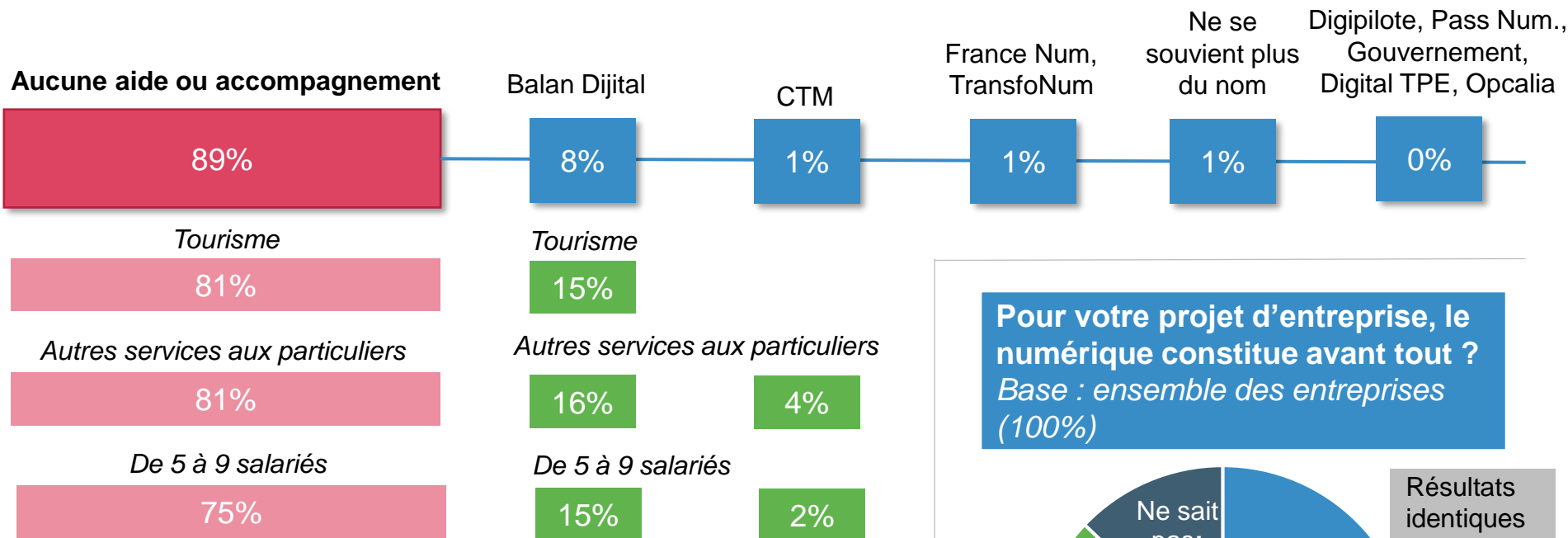
Base : ensemble des entreprises (100%)



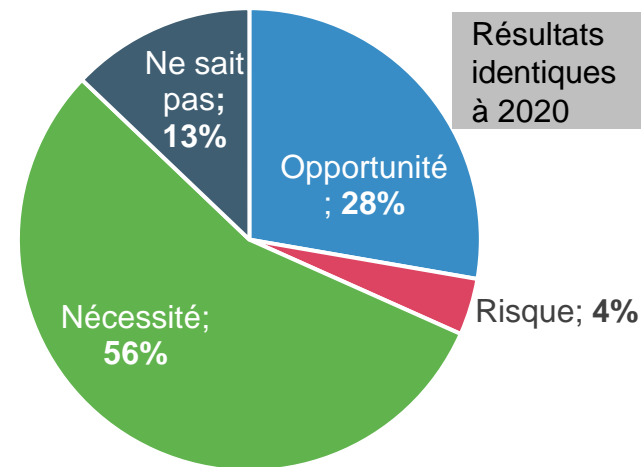
- Des nouveaux outils numériques pour l'organisation du télétravail sont davantage mis en place dans les secteurs de l'Information, communication, assurance, finance, immobilier et du Service aux entreprises (respectivement 26% et 30%)
- 31% des entreprises martiniquaises (informatisées ou équipées d'un smartphone) pratiquent le télétravail : l'informatisation d'une entreprise ne présume pas de son appétence pour le télétravail.

**Au cours des 3 dernières années, avez-vous bénéficié d'aides ou d'accompagnement à la transformation numérique de votre entreprise ?**

*Base : ensemble des entreprises (100%)*



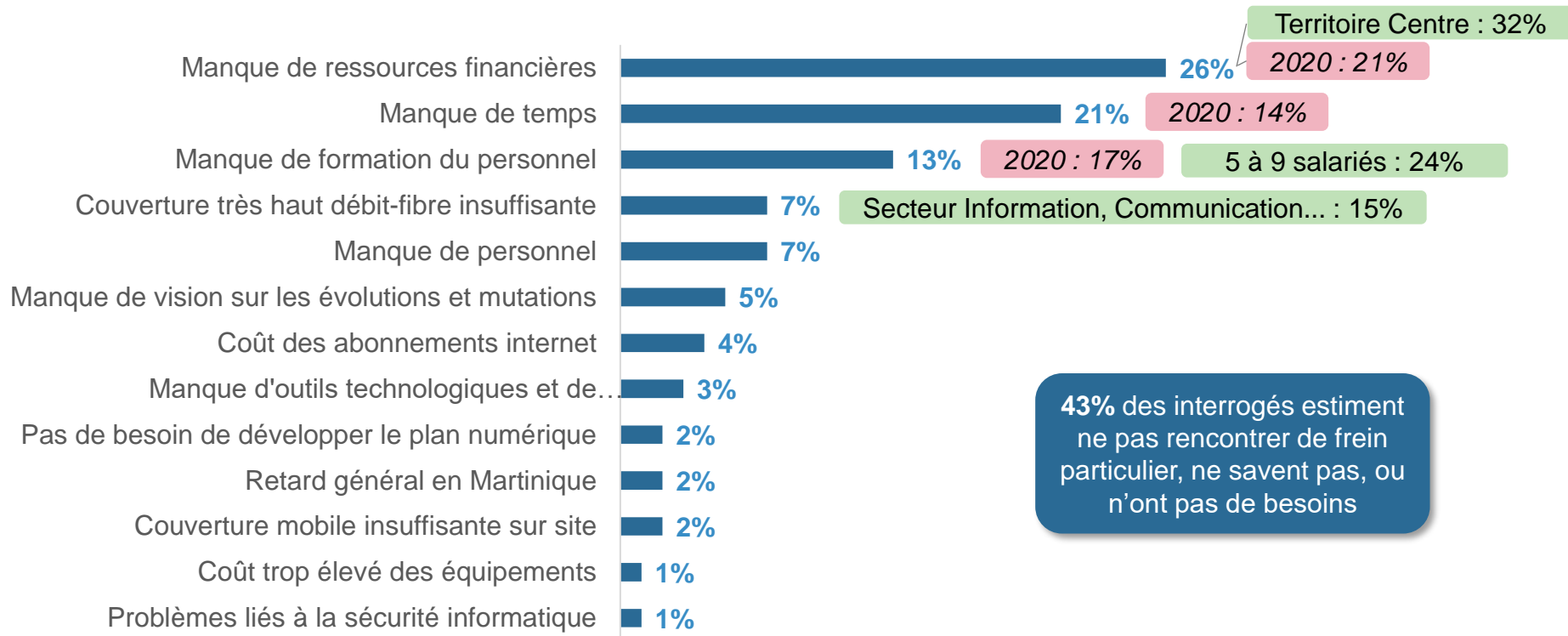
**Pour votre projet d'entreprise, le numérique constitue avant tout ?**  
*Base : ensemble des entreprises (100%)*



- Le secteur des Autres services aux particuliers et celui du Tourisme, ainsi que les entreprises de 5 à 9 salariés sont celles ayant le plus bénéficié de dispositifs.
- Une consommation des aides en cohérence avec les objectifs visés par celles-ci, notamment pour le Balan Dijital

### Quels sont les 3 freins principaux au développement du numérique dans votre entreprise ?

Base : ensemble des entreprises (100%)



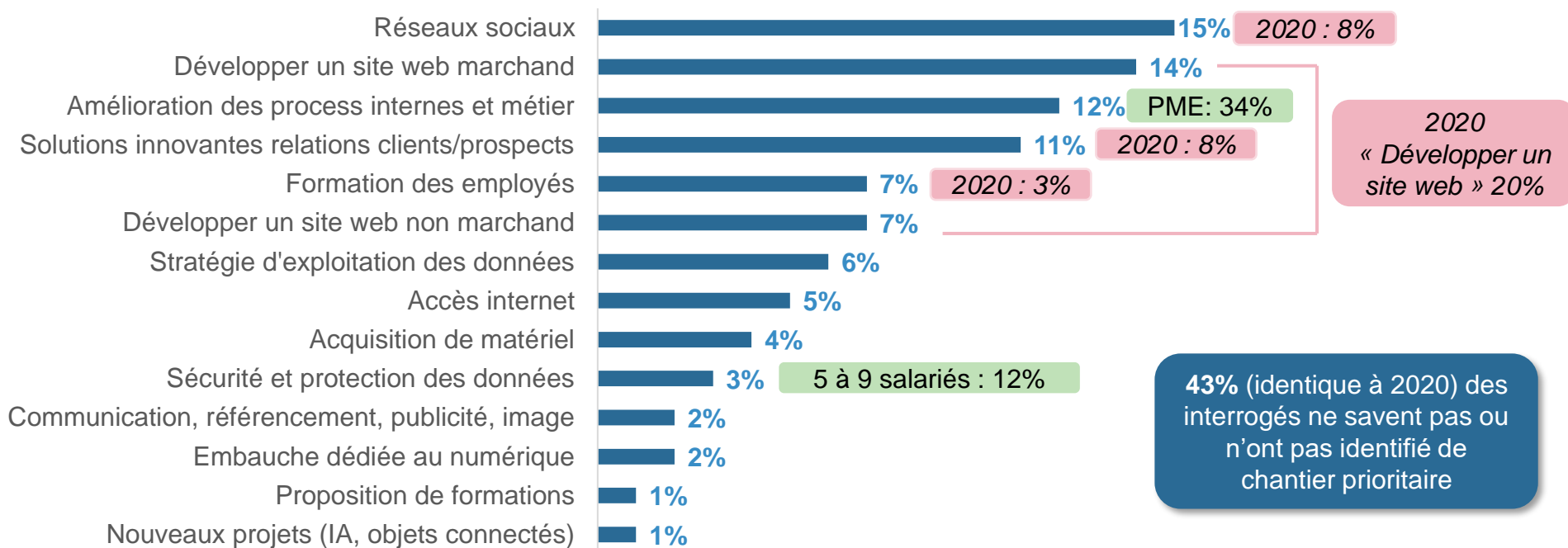
43% des interrogés estiment ne pas rencontrer de frein particulier, ne savent pas, ou n'ont pas de besoins

- Pour 43% des interrogés, la transformation numérique ne pâtit pas de freins spécifiques, mais une majorité identifie toujours un faisceau d'éléments freinant sa mise en œuvre, avec un top 3 de freins se démarquant particulièrement.
- En première position, le manque de ressources financières qui est identifié par 26% des interrogés, contre 21% en 2020. Il est important de souligner que le manque de temps est désormais en deuxième position des freins, en passant de 14% à 21% par rapport aux résultats de 2020.
- Le manque de formation du personnel reste dans le top 3, avec toutefois une baisse par rapport à 2020 (17% à 13% aujourd'hui).



### Quels sont les 2 chantiers prioritaires pour votre entreprise autour du numérique à court terme (2/3 ans) ?

Base : ensemble des entreprises (100%)



- 43% des entreprises ne savent pas ou n'ont pas identifié de chantier prioritaire, ce qui témoigne de difficultés pour diagnostiquer seules leurs besoins numériques.
- Pour les autres, leurs intérêts pour les réseaux sociaux et le développement de site web sont clairs et sont à noter pour le développement d'accompagnement.
- Pour les entreprises de 5 à 9 salariés et les PME, des écarts de résultats sont constatés par rapport aux moyennes : un besoin moindre en réseaux sociaux, mais des intérêts plus marqués pour l'amélioration des process internes et la sécurité des données

### Tri croisé « Freins principaux » x « Chantiers prioritaires »

Base : ensemble des entreprises (100%)

Lecture du schéma : parmi l'ensemble des entreprises qui ont cité comme frein « manque de ressources financières » :

- 25% ont cité la réponse « développer un site marchand » ;
- 20% ont cité la réponse « pas de chantier prioritaire, ne sait pas », etc.

Freins principaux :	Chantier prioritaire :	Pas de chantier prioritaire, NSP	Réseaux sociaux	Site marchand	Process internes et métiers	Formation des employés
Total		43%	15%	14%	12%	7%
Pas de freins/ne sait pas		64%	8%	11%	4%	1%
Pas de besoins spécifiques		71%	11%	4%	4%	2%
Manque de ressources financières		20%	14%	25%	20%	13%
Manque de temps		24%	24%	22%	16%	12%
Manque de formation du personnel		14%	19%	24%	21%	33%

- La majorité des entreprises n'identifiant pas de freins, n'identifient pas de chantier prioritaire.
- Les entreprises en manque de ressources financières, de temps et de formation du personnel identifient comme prioritaires les chantiers de site marchand, process internes et métiers et de formation des employés.

# 3.6 Résultats détaillés de l'enquête - Contrastes avec certains résultats nationaux

3.1 - Protocole

3.2 - Signalétique

3.3 - Equipements

3.4 - Transformation numérique des processus

3.5 - Numérique et développement de l'entreprise

**3.6 - Contrastes avec certains résultats  
nationaux**





### Visibilité en ligne

- Au moins une solution de visibilité en ligne
- Site internet
- Présence sur les réseaux sociaux

Martinique

➔ 69%

➔ 48%

➔ 57%

Résultats Baromètre France Num 2023

84%

67%

61%

- En ce qui concerne la présence sur les réseaux sociaux, les entreprises martiniquaises se rapprochent de la moyenne nationale.
- Mais leur moyenne est plus basse en matière de visibilité en ligne, et en particulier via un site internet.

### Logiciels

- **15 à 25%** des entreprises martiniquaises disposent de logiciels de comptabilité et de facturation informatisés.
- Les résultats du Baromètre France Num montre que **72%** des entreprises disposent d'un logiciel de gestion comptable et 69% d'un logiciel de facturation.



Priorités de chantier numérique	Martinique	Résultats Baromètre France Num 2023
▪ Acquérir ou améliorer l'équipement informatique	4%	22%
▪ Communiquer sur les réseaux sociaux	15%	17%
▪ Sécuriser les données et le site internet	3%	11%
▪ Avoir un site internet	20%	6%

▪ L'acquisition ou l'amélioration des équipements n'est pas une priorité principale pour les entreprises martiniquaises, ce qui contraste avec les résultats nationaux du Baromètre France Num. Ce décalage pourrait s'expliquer par le manque de ressources financières des entreprises martiniquaises, qui préfèrent alors investir dans d'autres priorités que le numérique.

▪ Le pourcentage d'entreprises martiniquaises pour lesquelles la communication sur les réseaux sociaux est une priorité se rapproche fortement des résultats nationaux, tandis que les entreprises martiniquaises se saisissent moins de la question de la sécurisation des données.

▪ Les entreprises martiniquaises expriment également le besoin de développer un site internet, révélateur d'un retard par rapport à la moyenne nationale qui ne considère plus ce besoin comme prioritaire car probablement déjà réalisé.

# CONTRASTES AVEC LE BAROMÈTRE FRANCE NUM 2023 ET UNE ENQUÊTE PÔLE EMPLOI

MISE EN PERSPECTIVE : SUJETS D'ACTUALITÉ



## Baromètre France Num

La cybersécurité et la protection des données, une menace dont la grande majorité des entreprises martiniquaises ne semblent pas encore avoir conscience, par opposition avec les résultats nationaux.

### Cybersécurité

#### Martinique

- Seul **1%** des entreprises martiniquaises interrogées estime que les problèmes liés à la sécurité informatique sont un frein au développement du numérique.
- La sécurité et la protection des données n'est un chantier prioritaire à court terme que pour **3%** des entreprises interrogées

#### Résultats Baromètre France Num 2023

- « *La crainte du piratage des données n'a jamais été aussi élevée : 1 dirigeant sur 2 en 2023 (proportion toujours en hausse) »*
- « *61% des TPE/PME ont une solution de cybersécurité, 48% une caméra de système de vidéosurveillance, 44% une solution cloud »*

### Intelligence artificielle

En Martinique, **1%** des entreprises considère l'IA comme un chantier prioritaire à court terme, tandis qu'il ressort des résultats nationaux du Baromètre que **5%** des entreprises ont une solution d'intelligence artificielle.

# 04 | Analyse des entretiens



# 4.1 | Analyse des entretiens - Protocole



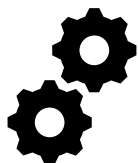
## 4.1 - Protocole

## 4.2 – Enseignements et enjeux



## Une campagne adressant plusieurs cibles:

Acteurs de l'accompagnement (public/privé)	Entreprises
Organisations socio-professionnelles et clusters	Représentants de la filière



- Moyens : **15** entretiens
- Protocole : visio-conférence du 14/02/2024 au 14/03/2024
- Objectifs : compléter l'analyse quantitative d'un éclairage qualitatif et sectorisé, depuis différents points de vue, pour une vision affinée de la maturité digitale des entreprises sur l'ensemble de la chaîne de valeur, en tenant compte de la crise sanitaire et afin de pouvoir comparer aux résultats de 2020.
- Des guides d'entretien structurés et adaptés selon le type d'acteur, abordant les thèmes suivants :
  - Appréciation de la maturité digitale des entreprises martiniquaises ;
  - Identification des freins à la transformation numérique ;
  - Panorama des offres d'accompagnement existantes et retours relatifs aux actions menées depuis 2020 ;
  - Leviers et priorités pour les prochaines années.



- Des entretiens avec des positions fortes exprimées par les interlocuteurs
- La prise en compte de différentes perspectives et de visions globales et sectorielles, par le biais d'échanges avec des organisations proches des entreprises et à l'écoute de leurs besoins.

Acteurs	Nombre d'entretiens
Représentant de la filière numérique	3
Acteur de l'accompagnement (public/privé)	8
Organisations socio-professionnelles et clusters	2
Entreprises	2

# 4.2 | Analyse des entretiens - Enseignements et enjeux



4.1 - Protocole

4.2 – Enseignements et enjeux

## Maturité digitale : Remarques générales & Evolutions depuis la crise sanitaire (1/2)

- Il semblerait que la crise sanitaire ait eu pour effet de démontrer l'intérêt et la nécessité de la digitalisation de l'entreprise. Cependant, il ressort des résultats quantitatifs que seul un chef d'entreprise sur cinq estime que la crise sanitaire COVID-10 a accéléré la transformation numérique et digital de son entreprise.
- La crise sanitaire, **un « rôle d'accélérateur »**
  - Ayant donné l'occasion pour les entreprises de se développer sur Internet, notamment par la création de site internet et de nouvelles présences sur les réseaux sociaux
  - Surtout valable pour les grandes entreprises, qui représentent une partie mineure des entreprises martiniquaises
  - Surtout valable pour certains secteurs plus réactifs que d'autres (ex : secteur du Tourisme)
- Des entreprises ayant et démontrant un **intérêt** pour les questions digitales :
  - Un intérêt particulier pour le développement sur les réseaux sociaux, moyen peu coûteux de se faire connaître et d'attirer de nouveaux clients.
  - Des outils numériques qui peuvent leur faire gagner du temps et de l'argent

*Ils nous ont dit...*

*« La démonstration de l'intérêt au digital des entreprises n'est plus à faire »*

*« Les gens ne sont pas réfractaires au développement digital mais ont besoin de réassurance, d'expertise, de formation et de médiation numérique »*

### Les enjeux identifiés :

- Poursuivre l'accompagnement des entreprises sur les nouveaux canaux de diffusion essentiels (dont les réseaux sociaux et les fiches Google My Business)



### Maturité digitale : Remarques générales & Evolutions depuis la crise sanitaire (2/2)

- **Une maturité digitale qui reste faible** : le secteur du numérique avance de plus en plus vite, distançant même les entreprises qui auraient fait les premiers pas pour se digitaliser
- Une montée en compétences du niveau 0 à 1 travaillée (sensibilisation et premiers pas numériques), un potentiel manque d'offres allant vers la formation pour la « *maîtrise des outils* »
- Une **motivation amoindrie par les difficultés sociaux-économiques**
- Le ressenti d'un **décalage important** entre les programmes nationaux et européens et les besoins réels en local en Martinique
  - Au national, une vision déjà centrée sur la cybersécurité, l'IA, l'automatisation...
  - En local, un besoin d'assurer la maîtrise des outils fondamentaux
  - Un décalage qu'il convient de prendre en compte dans la mise en œuvre des dispositifs d'accompagnement pour adapter les offres

*Ils nous ont dit...*

*« La maturité digitale des entreprises reste faible : c'est un secteur qui va trop vite et qui est difficile à suivre »*

*« Le tissu économique est en grande difficulté, la formation au numérique n'est pas leur priorité »*

*« Il existe un gap entre la connaissance des outils et leur maîtrise technique »*

#### Les enjeux identifiés :

- Aller au-delà de la sensibilisation et amener les entreprises vers le niveau supérieur de formation « *maîtrise de l'outil* »



## Freins à la maturité digitale (1/2)

### ▪ Freins financiers

- Les petites entreprises ont peu de budget et fonds propres à dédier aux projets numériques et s'en sortent par opportunité
- Une avance de fonds par l'entreprise pour certains dispositifs d'aide, certaines entreprises n'ont pas cette capacité
- Difficulté à obtenir des prêts bancaires pour l'avance des fonds
- Disponibilité des fonds longue et contraignante, pouvant mettre les entreprises en difficulté financière

*Ils nous ont dit...*

*« La priorité des entreprises aujourd'hui, c'est de payer leurs factures »*

### ▪ Freins techniques

- Une appréhension sur la mise en place technique de solutions digitales, liées au manque de ressources humaines internes

### ▪ Contraintes de temps et de ressources humaines

- Solutions digitales qui nécessitent des ressources humaines disponibles internes ou de faire appel à un prestataire
- Prendre du temps à la formation, c'est menacer la productivité de l'entreprise, en particulier pour les TPE
- Difficultés à identifier les priorités et absence de vision prospective



#### Les enjeux identifiés :

- Prendre en compte les différentes contraintes pour proposer des dispositifs

## Freins à la maturité digitale (2/2)

▪ **Frein administratif**

- Des dossiers administratifs difficiles à remplir
- Un frein administratif particulièrement fort pour les petites entreprises n'ayant pas accès à des facilitateurs ou monteurs de dossiers

▪ **Facteur confiance**

- Beaucoup de promesses dans la transformation digitale, qui n'a finalement pas toujours été à la hauteur des attentes des chefs d'entreprise
- Problématique de confiance envers les prestataires numériques ou les dispositifs d'aides et d'accompagnement

*Ils nous ont dit...*

*« Il y a un écart qui se creuse de plus en plus entre les grandes entreprises, et les petites entreprises qui n'ont pas la maturité, la motivation ni la structuration pour aller chercher des financements »*

*« Proposer aux entreprises des réponses et solutions. Une forme de mutualisation, les libèreraient de certains sujets dont ils n'ont pas le temps de se saisir »*

**Les enjeux identifiés :**

- Faciliter l'accès aux aides et accompagnements sur le plan administratif et financier
- Réinstaurer la confiance envers le numérique

### Rapports aux enjeux d'actualité numérique

#### ▪ Cybersécurité

- Un sujet d'importance aux yeux des structures...
- Mais pour lequel les entreprises martiniquaises ne se sentent pas directement concernées, du moins tant qu'elles ne sont pas confrontées à des cyberattaques

#### ▪ Protection des données

- Des obligations légales (RGPD) ayant poussé certaines entreprises à se saisir du sujet, bien que peu nombreuses

#### ▪ Intelligence artificielle

- Une curiosité mais pas une priorité : seules des PME se sont positionnées à ce sujet ;
- Un sujet flou, qui évolue trop rapidement pour pouvoir envisager de le suivre ;
- Un sujet abordé mais pas approfondi tant qu'il n'a pas encore d'applications concrètes identifiées.

#### ▪ Sobriété numérique

- Un non-sujet aujourd'hui, les entreprises ont d'abord besoin de se digitaliser ;
- La sobriété numérique n'aura de sens que lorsque les entreprises se seront vraiment digitalisées, et si elle est couplée à une économie et un gain financier tangible pour l'entreprise

*Ils nous ont dit...*

*« Il se crée une fracture supplémentaire autour de ces sujets d'actualité : le fossé s'agrandit »*

*« Quand bien même les entreprises savent que c'est important, ça passe évidemment au second plan dans leurs priorités »*

*« Il y a un vrai intérêt à se faire accompagner pour connaître et se former à ces sujets qui sont très vastes »*

#### Les enjeux identifiés :

- Sensibiliser et acculturer les entreprises aux défis à venir
- Démontrer l'intérêt réel de se pencher sur ces nouvelles questions par le biais d'ateliers avec des cas concrets d'application (notamment pour l'IA)





## Retour sur les dispositifs d'aides et d'accompagnement proposés sur le territoire (1/2)

- Des dispositifs de formation et de conseil à la digitalisation proposés par des acteurs privés locaux aux entreprises ayant une démarche volontaire
- Des **dispositifs diversifiés** proposés aux entreprises par les acteurs de l'accompagnement publics et privés : auto-diag, ateliers et formations collectives, évènements et animations, journées d'échanges à thèmes, information collective et actions de sensibilisation, living lab...
- **De nombreux retours sur le Balan Dijital**
  - Une très bonne communication et diffusion ;
  - Un dispositif facile d'accès : 100% en ligne, démarches administratives restreintes, pas de contraintes fiscales trop prononcées, un accompagnement ;
  - Des entreprises parfois perdues dans le montage du dossier, mais accompagnement possible par les organismes ;
  - Avance complète des fonds par l'entreprise très bloquant (cf. *Freins financiers*)
  - Ont été contraints d'investir dans du matériel informatique

*Ils nous ont dit...*

*« Il y a un décalage entre les dispositifs mis en place aujourd'hui, les besoins, et les évolutions de demain »*

*« Les entreprises sont financièrement affaiblies et ont une capacité d'investissement très limitées »*



### Les enjeux identifiés :

- Faciliter l'accès administratif aux dispositifs d'aide
- Prendre en compte les capacités d'investissements limitées des entreprises

### Retour sur les dispositifs d'aides et d'accompagnement proposés sur le territoire (2/2)

#### ■ De nombreux retours sur le Balan Dijital

- Orientation et accompagnement aux entreprises : une utilisation de l'aide libre ayant conduit les entreprises à renouveler le matériel informatique quand la mise en place de formations ou de processus d'acquisition client auraient été préférable
- Un manque de connaissance des prestataires locaux et de confiance, qui aurait nécessité de l'intermédiation
- Une utilisation des fonds n'ayant peut-être pas finalement créé d'effet de levier pour l'écosystème et sans promotion du tissu local

#### ■ Sélection préalable de prestataires pour l'utilisation d'aides

- Intéressant de proposer une liste de prestataires fiables et compétentes
- Parfois un manque de confiance envers les prestataires

*Ils nous ont dit...*

*« Financièrement, les subventions sont là : c'est davantage une question d'utilisation et d'intervention »*

*« Il faut réussir à savoir où le dirigeant veut aller et identifier les besoins qu'il n'avait pas perçus »*

#### Les enjeux identifiés :

- Diagnostiquer et orienter les entreprises en amont de l'offre
- Créer un parcours d'accompagnement avec un schéma clair structuré autour d'étapes, de ressources et d'accompagnants définis
- Valoriser et favoriser la confiance envers un marché de prestataires du numérique locaux



## Accompagnement

- De **bonnes initiatives** mises en place et une présence certaine des différentes structures
  - Un vaste catalogue d'offres d'aides et d'accompagnement, et d'organisation d'évènements ;
  - Un travail transverse qui atteint d'autres filières touchées (ex: tourisme) ou qui pourraient bénéficier du digital ;
- Des **organismes disponibles et volontaires** pour se faire relais des dispositifs d'aides, et qui souhaiteraient être davantage intégrés dans l'écosystème numérique
- Un **besoin d'identification et de visibilité**
  - L'entreprise peut se sentir perdue face aux différentes offres et structures les proposant : elle ne saura pas qui appeler ni dans quelles circonstances
  - Un besoin de communication, pas de lien privilégié avec les entreprises pour partager les informations

*Ils nous ont dit...*

*« Les projets sont intéressants mais ne sont pas suffisamment partagés au sein du tissu économique »*

*« On a aujourd'hui un mille-feuille de sujets, d'organismes, d'aides, d'accompagnements... »*

*« Il y a beaucoup de pierres déplacées par les uns et les autres : mais si tout le monde se coordonne pour les déplacer au même endroit, on pourrait construire un monument »*



### Les enjeux identifiés :

- Renforcer la structuration de la filière
- Valoriser un marché d'acteurs locaux pour la mise en place d'intermédiation ou de partenariats
- Impliquer davantage les acteurs relais à disposition

### Filière numérique

#### ▪ Zoom sur la filière numérique

- Manque de poids : besoin de fédération, de force de frappe
- Besoin de collaborations, de partenariats : agir sur la complémentarité des entités composant la filière
- Mettre en place une feuille de route et stratégie communes
- Des acteurs qui s'interrogent sur l'intérêt des jeunes professionnels envers le système associatif

*Ils nous ont dit...*

*« Il y aurait un grand intérêt à rédiger une feuille de route commune sur laquelle chacune des entités pourrait intervenir »*

#### ▪ Un **besoin de mutualisation des moyens et ressources**

- Pour les réponses à appels à projets
- Pour la mise à disposition de ressources humaines et techniques : outils numériques, expert-comptable, spécialistes protection des données ou cybersécurité, expert stratégie de l'innovation...

*« L'économie classique qui a un poids, comme le tourisme ou le BTP, n'identifie aujourd'hui pas la filière numérique comme adjuvant à leur propre développement »*

#### ▪ Une difficulté de la filière à **se faire identifier comme catalyseur** pour le développement de tous les secteurs

- Le digital est une nécessité pour tous les secteurs d'activité ;
- Réussir à faire identifier la filière numérique comme un support commun à tous

#### Les enjeux identifiés :

- Mutualiser les ressources (appui stratégique et logistique pour la mise en œuvre des projets)
- Faire identifier la filière numérique comme essentielle au développement des entreprises dans tous les secteurs



# 05 AFOM et comparaison avec les résultats de 2020



# 5.1 | AFOM



## 5.1 – AFOM

## 5.2 – Comparaison avec les résultats de 2020

### ATOUPS

- **Dispositifs d'aides diversifiés**, globalement bien accueillis et à bon taux d'utilisation
- Des **acteurs publics et privés investis** et au service de la transformation numérique des entreprises
- Une **filière numérique active** proposant de nombreuses initiatives
- Des **acteurs territoriaux et sectoriels volontaires** (clusters, organisation socio-professionnelles, organismes de conseil)

### FAIBLESSES

- Des petites entreprises avec des **dirigeants éloignés de la culture numérique**
- Des ressources financières et humaines toujours plus limitées par les **difficultés sociaux-économiques**
- Le numérique, **non-identifié comme levier stratégique** face aux difficultés quotidiennes des entreprises
- Une **filière sans repères clairs**
- Un **manque de visibilité et d'accessibilité des offres** et des acteurs de confiance

### OPPORTUNITES

- Le **smartphone**, un outil toujours plus utilisé et favorisant la transformation
- La **visibilité en ligne** et les réseaux sociaux pour un nouveau positionnement sur le marché
- **L'intelligence artificielle** comme levier de développement
- Un **écosystème de l'accompagnement, et des prestataires locaux, disponibles et mobilisables**

### MENACES

- Un **fossé** de plus en plus important entre grandes et petites entreprises, tout secteur confondu
- De nouveaux usages toujours plus poussés **augmentant l'éloignement**
- Des **sujets d'importance comme l'IA ou la cybersécurité ignorés** par les entreprises
- Une **difficulté à identifier les besoins en numérique** en entreprise

# 5.2

# Comparaison avec les résultats de 2020



5.1 – AFOM

5.2 – Comparaison avec les résultats de 2020



2020

### ATOUTS

- Une majorité d'entreprises sensibilisées avec un 1er niveau d'engagement dans le numérique
- Des acteurs publics et privés au service de la transformation numérique des entreprises
  - ✓ Un catalogue de services large et innovant (sensibilisation, formation, diagnostic, soutien financier, démonstrateur ...)
  - ✓ Des acteurs privés avec une offre commerciale qualitative
- Une filière numérique active et structurée
- Des relais territoriaux et sectoriels
  - ✓ Clusters sectoriels
  - ✓ Structures socio-professionnelles de fédération
- Des lieux/espaces d'innovation et de partage (tiers lieux, Technopole, Village by CA...)

### OPPORTUNITÉS

- Le smartphone, un outil « *Transformation Friendly* »
- Des programmes/dispositifs nationaux d'appui aux grandes mutations (PIA, FEDER/FEADER ...)
- La capitalisation sur des initiatives innovantes (Boutique connectée, réseau Zétwal ...)
- Un écosystème (acteurs, lieux, actions) de la médiation mobilisable

2024

### ATOUTS

- Des constats positifs similaires en 2020 et 2024 relatifs à l'écosystème (acteurs publics et privés, relais, sectoriels...)
- Des dispositifs mis en place depuis 2020 ayant servis aux entreprises

- Dispositifs d'aides diversifiés, globalement bien accueillis et à bon taux d'utilisation
- Des acteurs publics et privés investis et au service de la transformation numérique des entreprises, avec des offres variées
- Une filière numérique active proposant de nombreuses initiatives
- Des acteurs territoriaux et sectoriels volontaires (clusters, organisation socio-professionnelles, organismes de conseil)

### EVOLUTIONS

- Le smartphone, déjà perçu comme opportunité en 2020, se positionne à nouveau comme l'outil phare dans le développement des entreprises
- Les réseaux sociaux prennent désormais une place importante en termes d'opportunités pour les entreprises
- En 2024, l'intelligence artificielle se positionne désormais comme une réelle opportunité
- Tout comme en 2020, un des appuis majeurs de la maturité numérique des entreprises pourrait se trouver dans les acteurs de l'écosystème mobilisables,

### OPPORTUNITÉS

- Le smartphone, un outil toujours plus utilisé et favorisant la transformation
- Poursuivre la visibilité en ligne et les réseaux sociaux
- L'intelligence artificielle comme levier de développement
- Un écosystème de l'accompagnement, et des prestataires locaux disponibles et mobilisables

2020

### FAIBLESSES

- Une frange importante de petits professionnels sans usage ni culture numérique
- Des ressources financières/humaines contraintes dans un contexte économique difficile
- Des barrières culturelles
  - ✓ une culture de l'opacité, le sentiment d'une protection artificielle liée à la fiscalité
- Des grands donneurs d'ordre privés et acteurs publics insuffisamment prescripteurs en matière de numérique
- Un manque de visibilité et de coordination des offres d'accompagnement

### MENACES

- Une perte de confiance vis-à-vis du numérique
- Des barrières culturelles
- Une inadéquation croissante avec les attentes/besoins clients
- Des profils IT pénuriques
- Un déficit de formation des aidants
- Un marché de la formation trusté par les GAFAM (open class room et microsoft)

- Les faiblesses territoriales de la maturité numérique des entreprises sont **sensiblement les mêmes que celles identifiées en 2020.**
- **L'éloignement de la culture numérique** et les contraintes financières sont toujours les principaux obstacles à la maturité digitale.
- Si la **prescription en matière de numérique** par les acteurs publics et privés n'ont pas été particulièrement souligné en 2024, le **manque de visibilité et de coordination** des offres d'accompagnement est toujours fortement d'actualité. Ce manque de visibilité est aujourd'hui également mis en avant concernant la filière numérique, et les acteurs de confiance.

## EVOLUTIONS

- Les menaces ont évolué en 4 ans. Cela s'explique par **l'apparition de technologies innovantes et disruptives** qui accroît les inégalités face au numérique.
- Le **fossé s'agrandit** entre les entreprises de différentes tailles et disposant de différentes ressources mais également selon les secteurs d'activité.
- Il devient de plus en plus difficile pour les entreprises martiniquaises de se tenir à jour des nouveaux usages.
- La **difficulté pour un dirigeant d'identifier ses besoins** s'avère être également une menace majeure et nécessite d'être prise en compte pour les recommandations.

2024

### FAIBLESSES

- Des petites entreprises avec des **dirigeants éloignés de la culture numérique**
- Des ressources financières et humaines toujours plus limitées par les **difficultés sociaux-économiques**
- Le numérique, **non-identifié comme levier stratégique** face aux difficultés quotidiennes des entreprises
- Une **filière sans repères clairs**
- Un **manque de visibilité, d'accessibilité et de coordination des offres** et des acteurs de confiance

### MENACES

- Un **fossé** de plus en plus évident entre grandes et petites entreprises, tout secteur confondu
- De nouveaux usages toujours plus innovants **accroissant l'éloignement**
- Des **sujets d'importance comme l'IA ou la cybersécurité ignorés** par les entreprises
- Une **difficulté à identifier les besoins en numérique** en entreprise

ÉTAT DE L'AVANCEMENT VIS-À-VIS DES RECOMMANDATIONS DE 2020, SUR BASE DE L'ANALYSE DE L'ENQUÊTE ET DES ENTRETIENS

## 1. « Aller vers » les plus éloignés du numérique

- 1.1 - Développer un accompagnement de proximité
- 1.2 - S'engager dans un programme de médiation numérique à destination des professionnels



## 2. Changer l'échelle de l'accompagnement : « accélérer et massifier »

- 2.1 - Poursuivre la coordination et la consolidation de l'offre (publique et privée)
- 2.2 - Lancer un plan de communication ambitieux multicanal (TV, radio, papier, online) autour de la transformation numérique
- 2.3 - Créer les conditions d'un investissement numérique innovant

## 3. Soutenir l'innovation autour de la transformation numérique

- 3.1 - Créer une plateforme de partage autour de la transformation numérique, déclinaison territoriale du modèle de France Num (Martinique Num ?)
- 3.2 - Lancer et pérenniser un AAP sur la transformation numérique des entreprises martiniquaises
- 3.3 - Mettre en place et soutenir l'ingénierie financière autour de projets d'envergure liant numérique et grandes mutations

## Avancement



- Nombreuses offres d'accompagnement pour les professionnels, y compris de proximité
- Bons retours sur les offres en elles-mêmes, bien que perfectibles



- Consolidation et coordination de l'offre en cours à poursuivre
- Communications des offres mais visibilité globale à améliorer
- Subventions intermédiées mises en place mais mutualisation des coûts outils ou RH à établir



- Un axe de recommandations qui reste d'actualité
- De nouvelles recommandations 2024 tenant compte de cet état d'avancement

# 06 | Recommendations 2024



3 axes d'orientations et 9 pistes de recommandations en lien avec les analyses réalisées :

## Elargir l'horizon numérique

- 1 Encourager et continuer à aller vers les nouveaux canaux de diffusion essentiels
- 2 Acculturer aux sujets d'actualité d'ampleur
- 3 Aller vers la maîtrise des outils numériques

## Optimiser et structurer l'offre d'accompagnement

- 1 Diagnostiquer et orienter en amont
- 2 Présenter des parcours d'accompagnement clairs et structurés
- 3 Faciliter l'accès et le suivi aux offres d'accompagnement et aux aides

## Tirer parti de l'écosystème local

- 1 Mutualiser les ressources à disposition des entreprises
- 2 Prendre appui sur le marché de prestataires locaux existant
- 3 Impliquer les acteurs des branches et filières

## Elargir l'horizon numérique

### Constats :

Les smartphones et les réseaux sociaux sont les outils et canaux dont se saisissent déjà les entreprises martiniquaises, tant pour le business vers les consommateurs qu'entre professionnels.

Les entreprises ne se penchent pas sur les sujets d'actualité en numérique, dont l'IA, la cybersécurité, la protection des données personnelles, malgré les avantages et les menaces qu'ils représentent.

Il existe des offres diversifiées de sensibilisation et d'acculturation au numérique pour les chefs d'entreprise. Il est suggéré de passer à l'étape supérieure, afin d'aller vers une maîtrise des outils de base.

### Recommandations :

1

**Encourager et continuer à aller vers les nouveaux canaux de diffusion essentiels**

2

**Acculturer aux sujets d'actualité d'ampleur**

3

**Aller vers la maîtrise des outils numériques**

### Concrètement...

- Mettre en place des ateliers pour monter en compétences
- Réseaux sociaux B2C (acquisition client) : Facebook, Instagram, Tik Tok
- Réseaux sociaux B2B (partenariat et mutualisation) : Instagram, LinkedIn
- Fiches Google My Business & Référencement sur Internet

- Créer des événements de sensibilisation pour favoriser des échanges collectifs et les partages d'expériences sur les sujets d'actualité (cybersécurité, IA...)
- Faire des ateliers pour susciter l'intérêt pour les usages concrets de nouvelles technologies (ex : intelligence artificielle : rédiger une lettre, un post pour les réseaux, répondre aux avis...)

- Amener les entreprises prêtes du niveau 1 « Découverte et sensibilisation aux outils » au niveau 2 de formation « Maîtrise des outils essentiels »

## Optimiser et structurer l'offre d'accompagnement

### Constats :

Les dispositifs d'aide et d'accompagnement offerts en Martinique sont diversifiés et bien accueillis.

Les dispositifs sont par ailleurs proposés en mille-feuille, par des structures différentes et selon des critères différents. Le chef d'entreprise a parfois du mal à s'y retrouver.

L'accès aux dispositifs est souvent parsemé d'obstacles administratifs et financiers pouvant altérer la motivation et l'intérêt du dirigeant. L'absence de suivi peut également amoindrir la motivation.

### Recommandations :

1

**Diagnostiquer et orienter en amont**

2

**Présenter des parcours d'accompagnement clairs et structurés**

3

**Faciliter l'accès et le suivi aux offres d'accompagnement et aux aides**

### Concrètement...

- Faire du diagnostic numérique une condition d'accès à certains dispositifs d'aide financière
- A la suite du diagnostic, accompagner l'entreprise à identifier les priorités stratégiques à mettre en place
- Orienter en conséquence vers une offre adaptée

- Etablir une feuille de route commune aux entités de la filière avec domaines d'intervention répartis
- Mettre en place un guichet unique afin d'orienter les entreprises, avec classification par type d'offres / structures
- Créer un parcours d'accompagnement avec un schéma structuré autour d'étapes, de ressources et d'accompagnants définis.

- Pour les aides financières, réflexion à mener sur un système d'avance de trésorerie
- Effectuer des suivis de l'utilisation des aides et des accompagnements par les entreprises



## Tirer parti de l'écosystème local

### Constats :

Les entreprises martiniquaises n'ont souvent pas les moyens d'investir dans les ressources nécessaires au déploiement du numérique.

Les entreprises souhaitant acquérir de nouvelles compétences ou ressources méconnaissent les prestataires locaux et peuvent se montrer méfiants.

Le numérique est devenu une nécessité dans tous les secteurs d'activité et peut agir comme adjuvant au développement d'une entreprise. Il est ainsi essentiel de parvenir à toucher toutes les entreprises par le biais des acteurs des branches et des filières.

### Recommandations :

1

**Mutualiser les ressources à disposition des entreprises**

2

**Prendre appui sur le marché de prestataires locaux existant**

3

**Impliquer les acteurs des branches et des filières**

### Concrètement...

- Mise à disposition de ressources humaines pour appui stratégique et logistique (monteurs de projets, expert cybersécurité ou protection des données, expert stratégie, community manager...)
- Mise à disposition de ressources techniques (logiciels, matériels à usage rare)
- Réflexion à mener sur la mise en œuvre (acteur public, privé ?)

- Valoriser et favoriser la confiance envers des prestataires du numérique locaux : mise en place de partenariats, d'appel à projets, labellisation...
- Faire de l'intermédiation avec les acteurs de confiance identifiés pour l'accompagnement numérique

- S'appuyer sur les organisations professionnelles, les clusters, comme relais d'information sur les aides, accompagnements et autres sujets d'acculturation lié au numérique
- Intégrer ces organismes pour le montage d'offres d'aide et d'accompagnement et l'identification des besoins, la mise en place des projets, en tant que partenaires.





## Une expertise reconnue depuis plus de 40 ans

Créé 1977, l'IDATE est un cabinet de conseil indépendant expert du numérique. Nos consultants vous accompagnent sur des centaines de missions de conseil et des services de veille des marchés.

Notre objectif → décrypter les enjeux de l'économie numérique et éclairer vos décisions stratégiques.

### CONSULTING

La garantie d'un conseil indépendant et reconnu, basé sur l'expertise d'équipes spécialisées dans le suivi des marchés des télécoms, des médias et de l'Internet.



### MARKET INTELLIGENCE

Une vision à 360° du marché du numérique multisectoriel au travers de rapports & bases de données internationaux.

### Ils nous font confiance





### Une parfaite maîtrise

des études quantitatives ad hoc et barométriques auprès de publics BtoB et BtoC



### Un outil de production réactif, agile, multicanal

en capacité d'adresser de gros échantillon et de réaliser des enquêtes à l'international



### Des terrains d'enquêtes intégrés

sans recours à l'offshore ni à la sous-traitance, sous le contrôle et la maîtrise exclusive de COHDA



### Une équipe de télé-enquêteurs professionnels

des études quantitatives ad hoc et barométriques auprès de publics BtoB et BtoC



### La restitution de livrables opérationnels

et à forte valeur ajoutée, basés sur une expertise statistique et analytique reconnue



### Des process de production et de contrôle qualité

garants de la fiabilité et de la sécurité des données collectées

