

PME-PMI : LA DEMATERIALISATION, EN BONNE VOIE ?



Introduction

La dématérialisation des échanges interentreprises contribue à la rationalisation des procédures et à la réduction des coûts et le sujet est aujourd'hui au cœur des préoccupations de l'Administration et des grandes entreprises.

Cependant si ces mêmes organisations s'interrogent sur la place à leur réserver, peu d'études, enquêtes ou témoignages permettent de qualifier la position des PME-PMI, dont on ne conteste ni la réactivité, ni la capacité d'innovation, vis-à-vis de la dématérialisation et des évolutions des échanges commerciaux prochainement attendues.

Il a donc été jugé opportun de réaliser, en 2008, une étude auprès d'un échantillon de 200 petites et moyennes entreprises afin de mieux comprendre leur utilisation des moyens de paiement et leur degré d'intérêt et de maîtrise de la dématérialisation.

Au vu de l'intérêt des résultats, une étude plus large a été mise en place en 2009. C'est l'objet du présent rapport.

Etude PME-PMI 2009 – Objectifs et Méthodologie

- **Objectifs :**
- ***Perception et positionnement des PME-PMI vis à vis de la dématérialisation, au sens large : commande, facture, paiement, diversification des canaux de ventes notamment internet...***

- **Echantillon :**
- ***430 PME sélectionnées selon la méthode des quotas sur la base de 3 critères (localisation géographique, secteur d'activité, effectifs).***

- **Modalités pratiques :**
- ***Questionnaire téléphonique réalisé entre le 15 mai et le 30 juin 2009.***

- **Partenaires :**



Sommaire

- Objectif et réalisation
- Méthodologie
- Principaux enseignements
- Description du panel
- Organisation des achats
- Organisation des ventes
- Les facteurs de progression
- Nos constats
- Conclusion

1- METHODOLOGIE

1- METHODOLOGIE

Définition des PME

D'après l'INSEE, une PME est une « entreprise dont la taille, définie par un ensemble de critères, dont essentiellement le nombre de salariés ne dépasse pas certains seuils. [...] Eurostat et la plupart des pays européens emploient le seuil de 250 salariés. »

De même l'INSEE précise que « l'Union Européenne (UE) a, dès 1996, adopté une recommandation sur la définition des petites et moyennes entreprises. Actualisée en mai 2003, cette recommandation (n° 2003/361/CE) stipule, en ce qui concerne le seuil d'effectif [...] que les PME sont constituées des entreprises qui occupent moins de 250 personnes [...] ;

Source INSEE : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/liste-definitions.htm>

Définition du champ ICS

L'INSEE définit les champs ICS comme l'ensemble des secteurs marchands de l'industrie, de la construction, du commerce et des services. Ce champ [...] ne prend pas en compte notamment l'agriculture, les services financiers, l'administration, les activités associatives et la location de biens immobiliers.

L'INSEE dénombre 7 champs ICS :

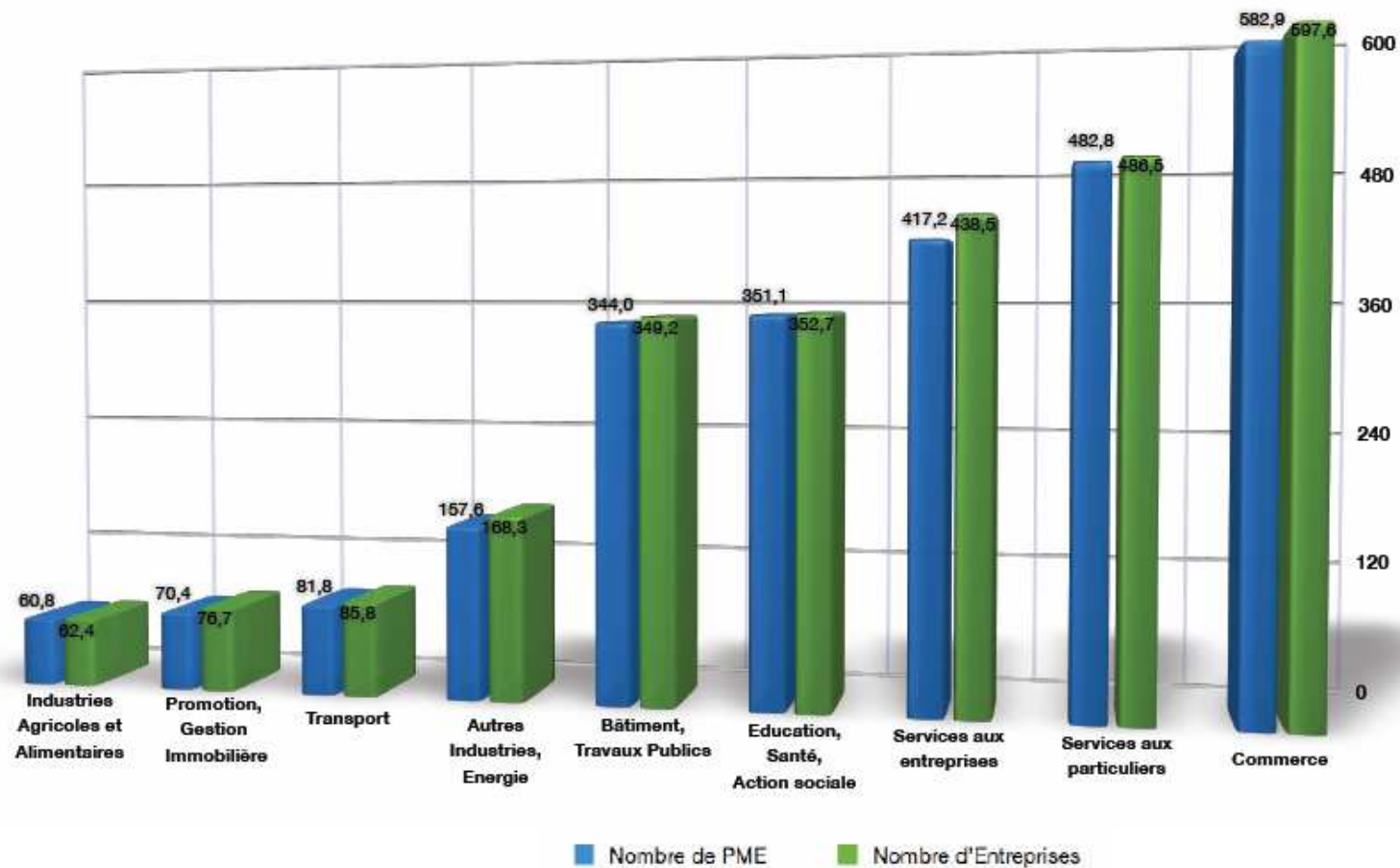
- Industrie agro-alimentaire
- Industries manufacturières, énergie
- Construction
- Transports
- Commerces
- Services (promotion/gestion immobilière, services aux entreprises et aux particuliers)
- Education, santé, action sociale

Source INSEE : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/liste-definitions.htm>

Le poids des PME dans le tissu économique

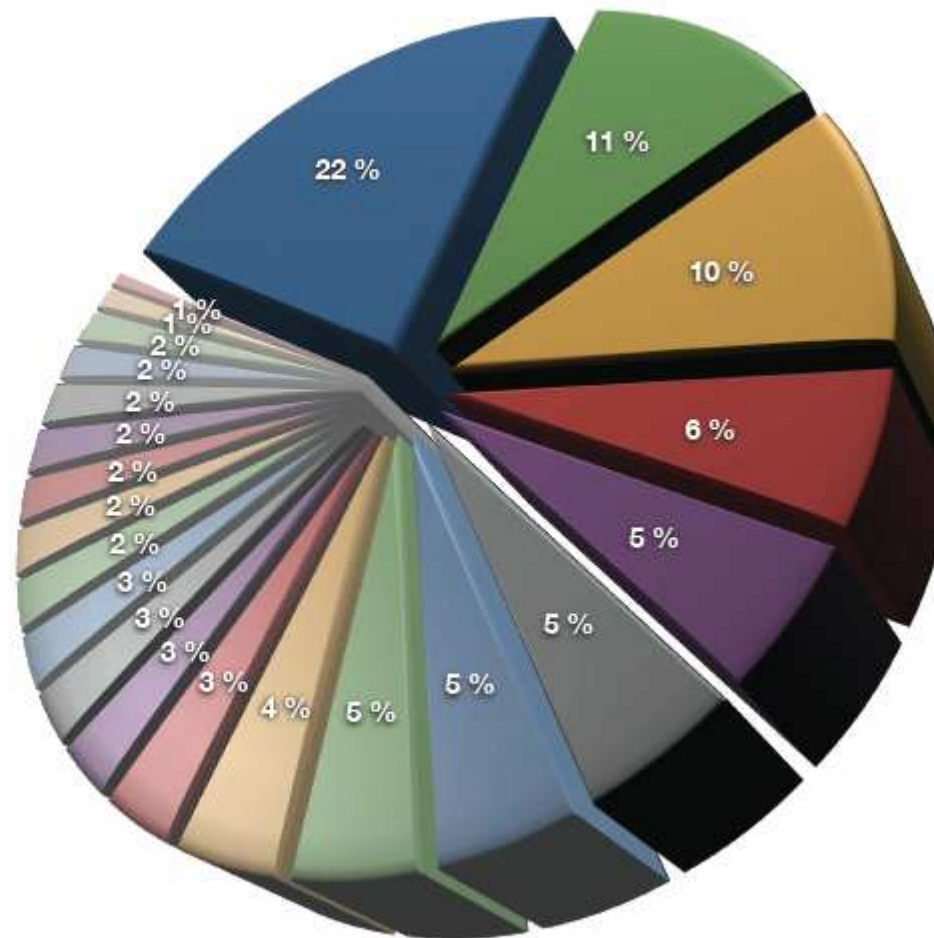
Il y a en France **2 548 000 PME-PMI** représentant près de **97,4%** du nombre total d'entreprises.

Source MINEFE : www.pme.gouv.fr Chiffres clés PME 2007 publiés en août 2008



Le poids des PME dans les économies régionales

	NOMBRE DE PME (EN MILLIERS)
FRANCE MÉTROPOLITAINE	2 548,34
ÎLE-DE-FRANCE	661,02
RHÔNE-ALPES	282,70
PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR	263,52
AQUITAINE	142,37
LANGUEDOC-ROUSSILLON	128,08
MIDI-PYRÉNÉES	126,93
PAYS DE LA LOIRE	120,81
BRETAGNE	120,66
NORD-PAS-DE-CALAIS	110,89
CENTRE	85,38
LORRAINE	70,78
POITOU-CHARENTES	66,69
ALSACE	65,33
BOURGOGNE	60,64
HAUTE-NORMANDIE	55,42
AUVERGNE	54,10
PICARDIE	53,07
BASSE-NORMANDIE	51,37
CHAMPAGNE-ARDENNE	42,52
FRANCHE-COMPTÉ	39,85
LIMOUSIN	27,73
CORSE	18,60



- Ile-de-France
- Alsace
- Aquitaine
- Auvergne
- Provence-Alpes-Côte-d'Azur
- Haute-Normandie
- Midi-Pyrénées
- Basse-Normandie
- Languedoc-Roussillon
- Picardie
- Bretagne
- Franche-Comté
- Pays de la Loire
- Champagne-Ardenne
- Centre
- Corse
- Nord-Pas-de-Calais
- Limousin
- Poitou-Charentes
- Lorraine
- Rhône-Alpes
- Bourgogne

Constitution de l'échantillon (1/4)

L'échantillon a été constitué pour être représentatif de la population des PME en France, à partir de la méthode des quotas sur la base des critères suivants :

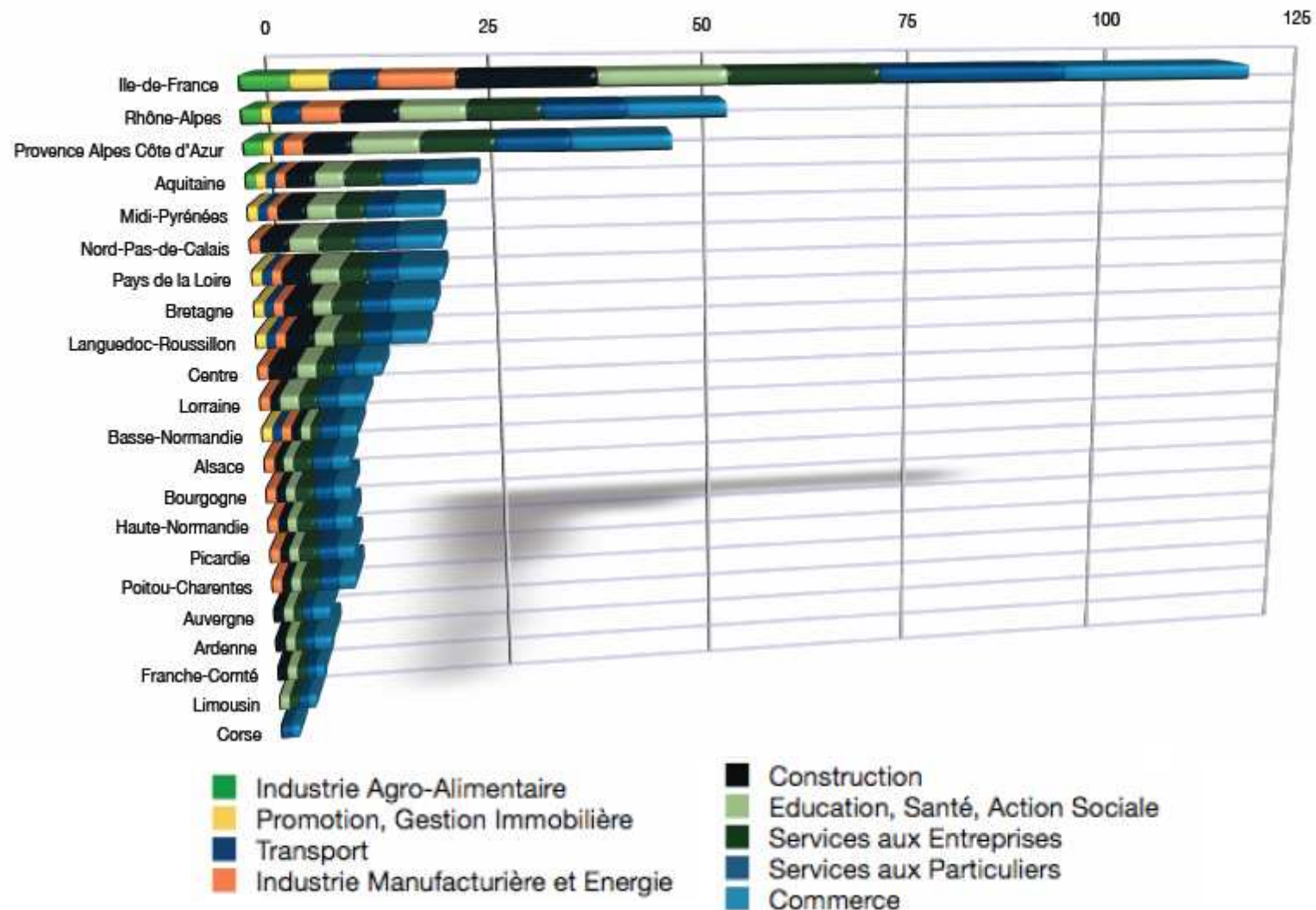
- la *localisation géographique* (les régions),
- le *secteur d'activité* (sur la base du champ ICS),
- les *effectifs* (3 classes d'effectifs : 1à9, 10à49, 50à249).

Ainsi, l'échantillon représentatif des PME-PMI est constitué pour cette étude, de 430 entreprises.

La taille de l'échantillon permet d'avoir une marge d'erreur inférieure ou égale à 4%.

Constitution de l'échantillon

Origine sectorielle et géographique



Questionnaire:

37 questions structurées en 5 thématiques successives :

- L'équipement général de l'entreprise :
 - Dématérialisation au sens large,
 - Utilisation d'internet,

- L'organisation des achats de l'entreprise :
 - Modalités d'organisation des achats,
 - Modalités de passation des commandes,
 - Principaux moyens de paiement utilisés en règlement des dépenses en général et selon la catégorie d'achats,

- L'organisation des ventes :
 - Segmentation clientèles,
 - Modalités de finalisation des ventes,
 - Principaux moyens de paiements reçus en encaissement
 - Facteurs jugés important en matière de moyens de paiement,
 - Délais de paiement.

- La perception de la carte d'achat

- La perception des évolutions :
 - La dématérialisation
 - Le SEPA
 - La perception de l'économie numérique.

Réalisation des interviews

- Sélection aléatoire des entreprises sur la base de données Kompass
- Entretien téléphoniques d'environ 20 minutes :
 - réalisés par des étudiants de l'EDHEC sans connaissance particulière de la monétique ;
 - entre le 15 mai et le 30 juin 2009 ;
 - pendant les jours travaillés et les horaires de bureau (9h;19h)
 - sans rendez-vous préalable ;
 - auprès du dirigeant ou d'un décisionnaire.
- Chaque entretien abandonné était recommencé auprès d'une autre entreprise, de sorte que les résultats comportent peu de non réponse.

Table des quotas(1/2)

	INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE			INDUSTRIE MANUFACTURIERE ET ENERGIE			CONSTRUCTION			COMMERCE			TRANSPORT		
	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249
ALSACE				1			1			2					
AQUITAINE	1			1			2	1		5	1		1		
AUVERGNE							1			2					
BOURGOGNE				1			1			2					
BRETAGNE				1			2	1		4	1		1		
CENTRE				1			2	1		3					
ARDENNE							1			2					
CORSE										1					
FRANCHE-COMTÉ							1			1					
ILE-DE-FRANCE	4	1		6	2		9	4	2	18	3	1	3	2	
LANGUEDOC-				1			2	1		4			1		
LIMOUSIN										1					
LORRAINE				1			1			3					
MIDI-PYRÉNÉES				1			2	1		4	1		1		
NORD-PAS-DE-CALAIS				1			2	1		4	1				
BASSE-NORMANDIE				1			1			2			1		
HAUTE-NORMANDIE				1			1			2					
PAYS DE LA LOIRE				1			2	1		4	1		1		
PICARDIE				1			1			2					
POITOU-CHARENTES				1			1			2					
PROVENCE ALPES	2			2			4	1		9	2		1		
RHÔNE-ALPES	2			3	1		4	2		9	2		2	1	
TOTAL	9	1	0	25	3	0	41	14	2	86	12	1	12	3	0
	10			28			57			99			15		

Table des quotas (2/2)

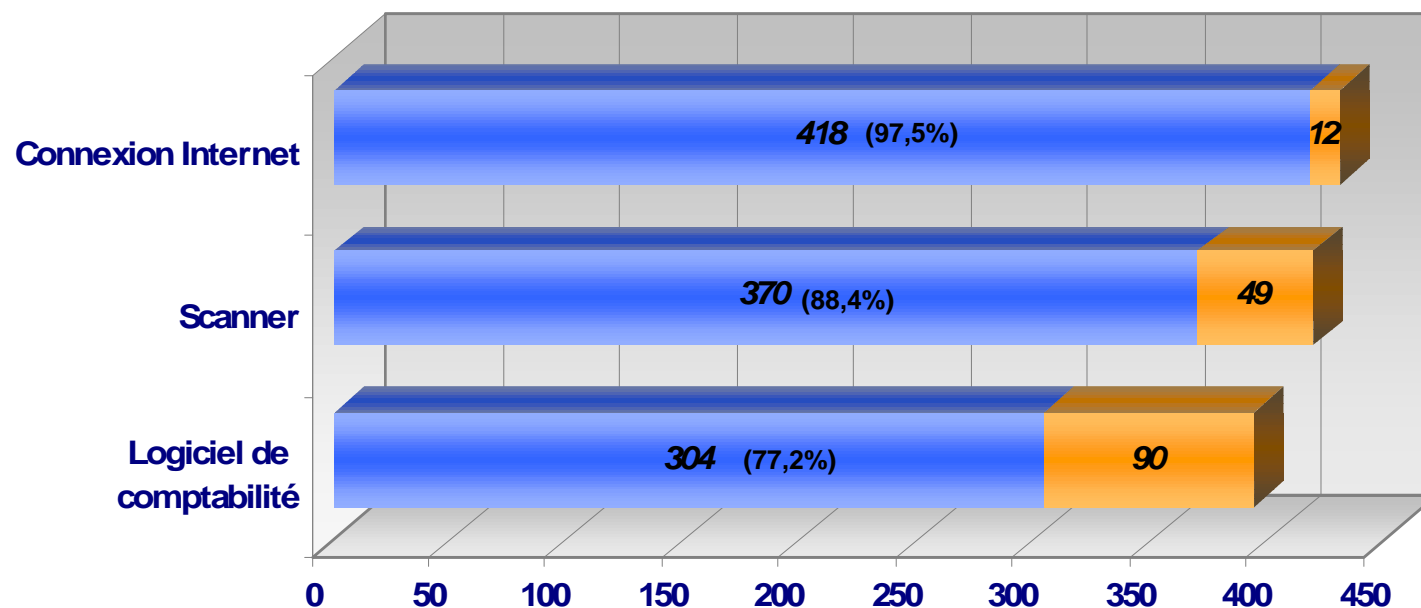
	PROMOTION, GESTION IMMOBILIÈRE			SERVICES AUX ENTREPRISES			SERVICES AUX PARTICULIERS			EDUCATION, SANTÉ, ACTION SOCIALE			TOTAL
	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249	1 à 9	10 à 49	50 à 249	
ALSACE				2			2			1			9
AQUITAINE	1			4			4			3			24
AUVERGNE				1			1			1			6
BOURGOGNE				2			2			1			9
BRETAGNE	1			3			3			2			19
CENTRE				2			2			2			13
ARDENNE				1			1			1			6
CORSE							1						2
FRANCHE-COMTÉ				1			1			1			5
ILE-DE-FRANCE	3	1		15	2		15	5	1	12	2		111
LANGUEDOC-	1			3			3			2			18
LIMOUSIN				1			1			1			4
LORRAINE				2			2			2			11
MIDI-PYRÉNÉES	1			3			3			3			20
NORD-PAS-DE-CALAIS				3	1		3	1		3			20
BASSE-NORMANDIE	1			1			2			1			10
HAUTE-NORMANDIE				2			2			1			9
PAYS DE LA LOIRE	1			3			3			3			20
PICARDIE				2			2			1			9
POITOU-CHARENTES				2			2			1			9
PROVENCE ALPES	1			7	1		6	2		6	1		45
RHÔNE-ALPES	1			7	1		7	2		6	1		51
TOTAL	11	1	0	67	5	0	68	10	1	54	4	0	430
		12			72			79			58		

2 - Principaux enseignements

2.1 Description du panel

en terme d'équipement général

Équipement informatique général



■ Nombre d'entreprises qui déclarent disposer de l'équipement désigné
■ Nombre d'entreprises qui déclarent ne pas disposer de l'équipement désigné

Libellé des questions :

Q.1 Votre entreprise dispose-t-elle d'un accès à Internet ? (Base 430 entreprises ; 0 non réponses)

Q.10 Votre entreprise dispose-t-elle d'un logiciel de comptabilité autre qu'Excel ? (Base 430 entreprises ; 33 non réponses)

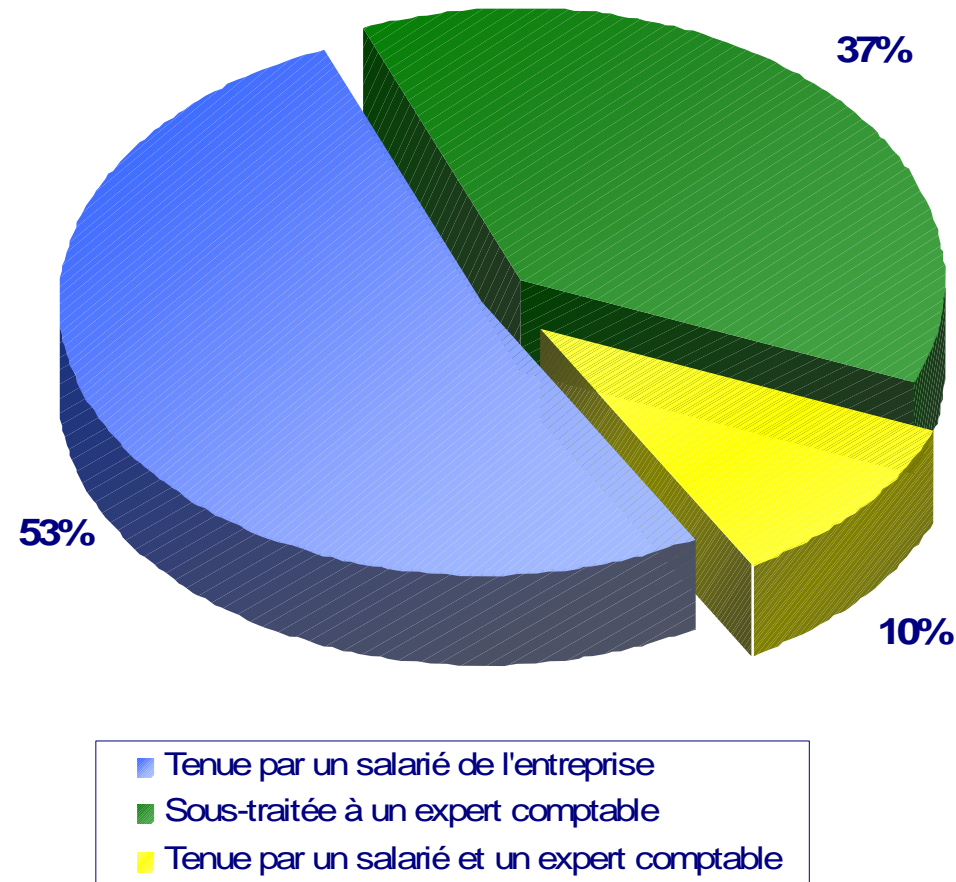
Q.11 Votre entreprise dispose-t-elle d'un scanner ? (Base : 430 entreprises ; 9 non réponses)

☛ Des équipements standard

- 97,2% des PME interrogées déclarent disposer d'une connexion internet, ce qui confirme la tendance de généralisation de cet outil de travail déjà constatée (97,5% en N-1)
- De même, la grande majorité des PME sondée est équipée d'un scanner : 85,8% (86.2% en N-1)
- Par ailleurs, le traitement informatique de la comptabilité d'entreprise est moins souvent intégré : 71,3% des entreprises disposent d'un logiciel de comptabilité

Tenue de la comptabilité

37% des entreprises externalisent totalement la tenue de leur comptabilité et 47% recourent à un expert comptable (contre 43,2% en 2008) ce qui n'est vraisemblablement pas sans incidence sur leur perception de la dématérialisation.



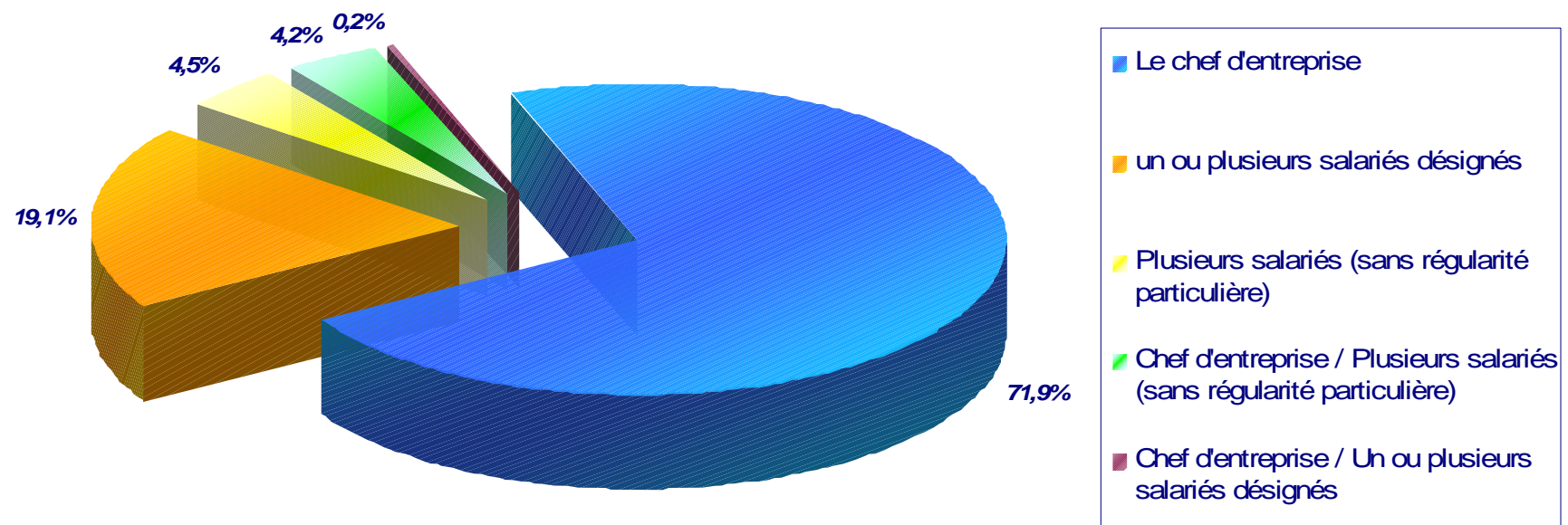
Libellé de la question : Comment est tenue la comptabilité de votre entreprise ?

Base : 430 PME dont 8 non-réponses

2-2 ORGANISATION DES ACHATS

☛ Le chef d'entreprise définit généralement la politique d'achat des PME

- Le chef d'entreprise est très présent dans la définition de la politique d'achat des PME.
- Pour 71,9% des PME interrogées, c'est exclusivement lui qui définit la politique d'achat. Et il intervient dans sa définition pour 75,8% des PME



Libellé de la question : Qui définit la politique d'achat de l'entreprise (le chef d'entreprise, un ou plusieurs salariés désignés, plusieurs salariés sans régularité particulière) ?

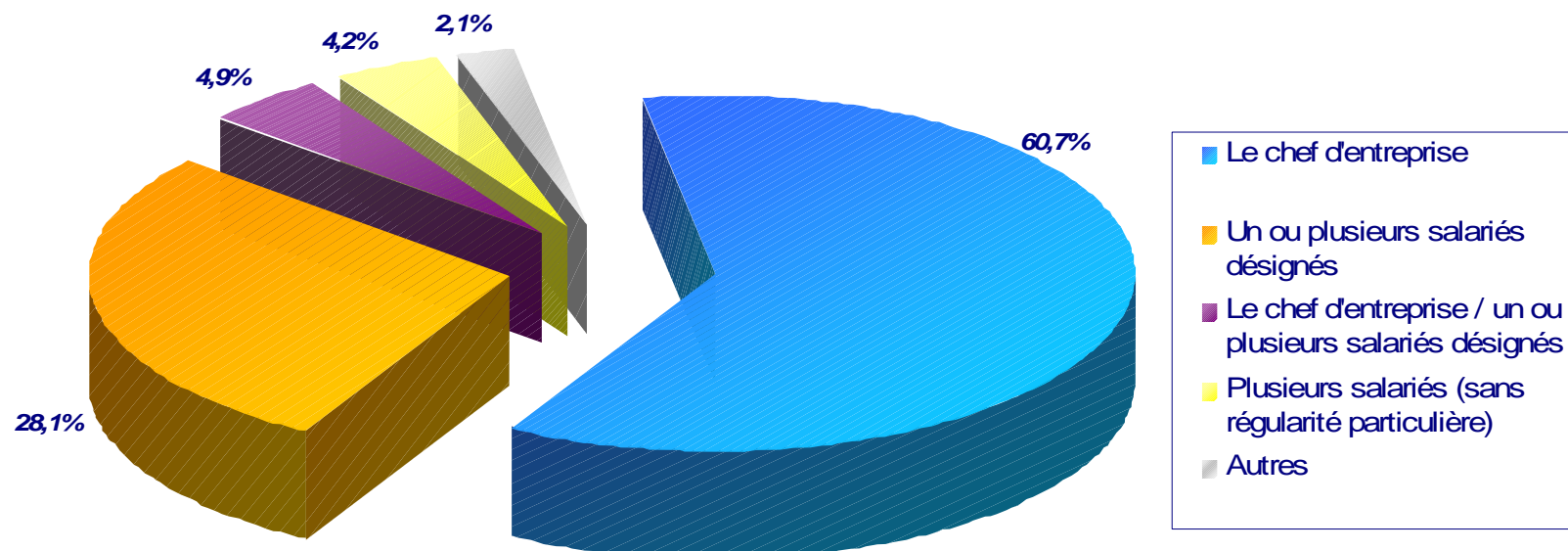
Base : 430 PME (dont 6 non-réponses)

☛ Le chef d'entreprise est un peu moins présent sur l'organisation des approvisionnements

La culture de délégation est également très faible, en ce qui concerne l'approvisionnement des PME

Pour 6 PME sur 10, c'est le chef d'entreprise qui se charge exclusivement de l'approvisionnement

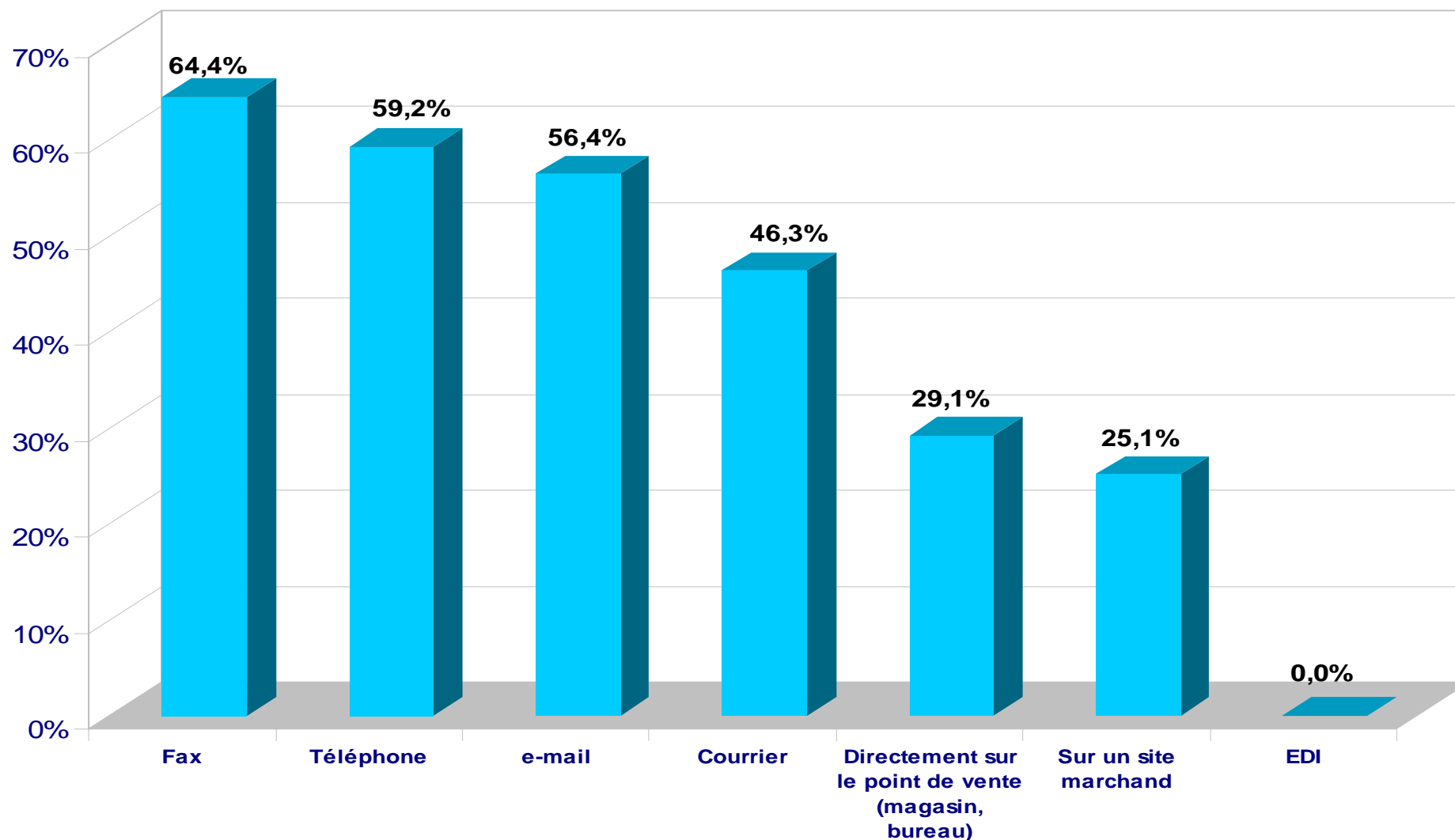
Pour 65,6% des PME, il intervient, seul ou avec d'autres salariés sur le processus d'approvisionnement



Libellé de la question : Qui organise l'approvisionnement pour le compte de l'entreprise (le chef d'entreprise, un ou plusieurs salariés désignés, plusieurs salariés sans régularité particulière) ?

Base : 430 PME (dont 0 non-réponses)

Les supports de commande traditionnels sont très ancrés



Libellé de la question : Selon quelles modalités, les commandes sont-elles passées ? (directement au PDV, par téléphone, par fax, par courrier, par e-mail, sur un site Internet marchand). Plusieurs réponses possibles. **Base** : 430 PME (dont 5 non-réponses)

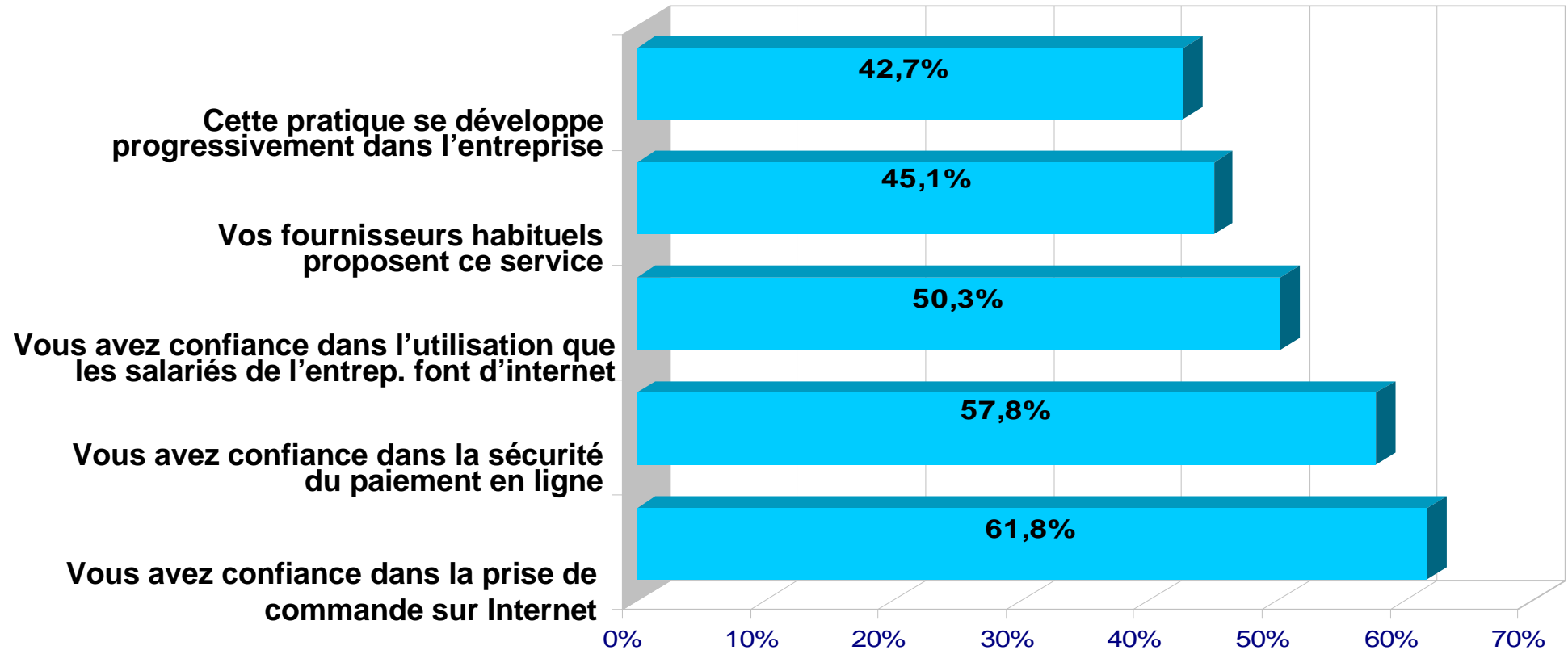
Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

☛ **Les supports de la commande sont généralement multiples**

La majorité des PME interrogées passent leurs commandes selon des canaux multiples (moins de 25% d'entre elles déclarent passer par un unique canal).

De même moins de 8% des PME interrogées déclarent utiliser l'ensemble des canaux proposés (Fax, téléphone, email, courrier, point de vente, site marchand, autre).

La commande en ligne se fait en confiance mais n'est pas perçue en progression

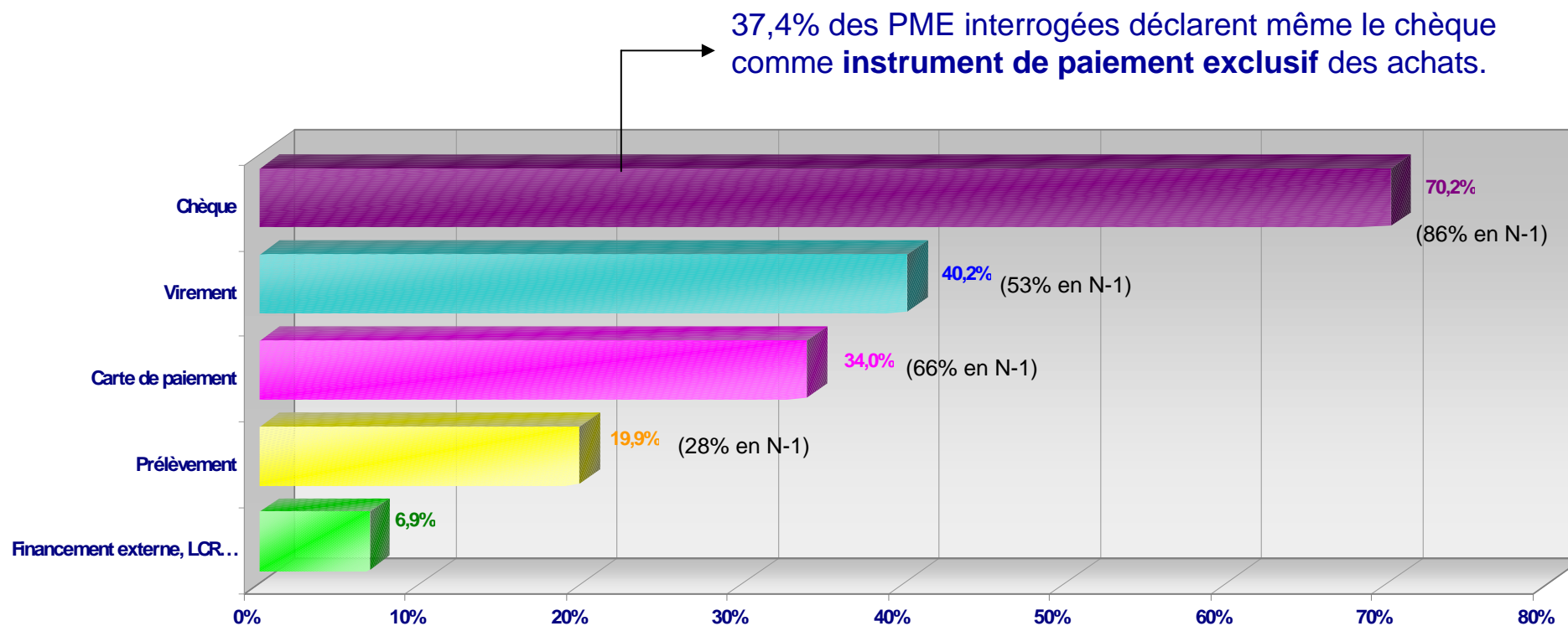


- A partir des chiffres cumulés, on constate que la pratique de l'achat en ligne est ressentie en progression par 42,7% des PME alors que seulement 25,1% y recourent. (cf slide 25)
- La confiance dans la commande en ligne et le paiement en ligne sont un ressenti fort mais il apparaît que 75,1% des entreprises ne semblent pas distinguer ces 2 phases du processus (elles répondent de manière identique aux 2 items).

Libellé de la question : Que pensez-vous de la commande en ligne ? (plusieurs réponses possibles)

Base : 430 PME (dont 85 non-réponses)

Le chèque est cité comme un instrument de paiement utilisé par 70,2% des PME.



Même si l'échantillon de référence a varié par rapport à N-1 (Industrie intégrée dans l'échantillon), le chèque semble avoir perdu des parts de marché par rapport à N-1 (86%). Ce constat est toutefois vrai pour chacun des moyens de paiement cité. Il apparaît aussi que contrairement à N-1, les PME déclarent plus souvent un instrument de paiement unique : c'est le cas pour 63,6% des PME interrogées. Effet crise ?

Libellé de la question : Quels sont les principaux moyens de paiement des achats de l'entreprise ?

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

Base : 430 PME (dont 7 non-réponses).

☛ Il existe des différences importantes pour l'utilisation des instruments de paiement selon les secteurs d'activité.

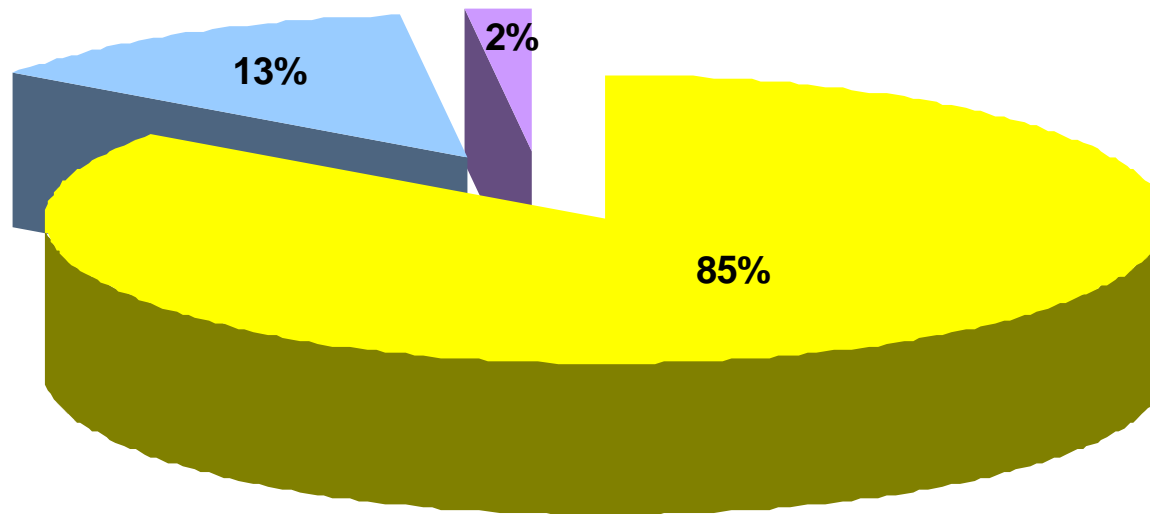
- L'industrie démontre une bonne diversification des instruments de paiement. Mais d'autres secteurs restent particulièrement ancrés sur l'utilisation du chèque (Education, santé et action sociale, Construction).
- Le virement est plutôt mieux implanté sur les secteurs de l'Industrie et du Transport tandis qu'il est moins utilisé dans les Services.
- Bien que le Commerce soit le secteur le plus familiarisé à l'acceptation de la carte, seulement 17,6% des PME de ce secteur déclarent l'utiliser en règlement de leurs achats (contre 34% de l'ensemble de l'échantillon).

(% cumulés)	Chèque	Virement	Carte bancaire
Industrie Agro-Alimentaire	88,9%	100%	77,8%
Industrie manufacturière et énergie	60,7%	60,7%	50,0%
Construction	79,4%	51,0%	17,6%
Commerce	60,7%	44,6%	17,9%
Transport	66,7%	73,3%	26,7%
Promotion et Gestion immobilière	80,0%	40,0%	40,0%
Services aux entreprises	70,4%	31,0%	39,4%
Services aux particuliers	64,2%	18,5%	44,4%
Education, Santé, Action sociale	72,5%	29,4%	39,2%
% de référence	70,2%	40,2%	34%

Libellé de la question : Quels sont les principaux moyens de paiement des achats de l'entreprise ? Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document interdites quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

Base : 430 PME (dont 7 non-réponses).

66% des PME dotent le chef d'entreprise ou certains collaborateurs d'une carte



- La carte est adossée à un compte de l'entreprise
- La carte est adossée au compte personnel du chef d'entreprise ou d'un collaborateur
- Carte personnelle et professionnelle

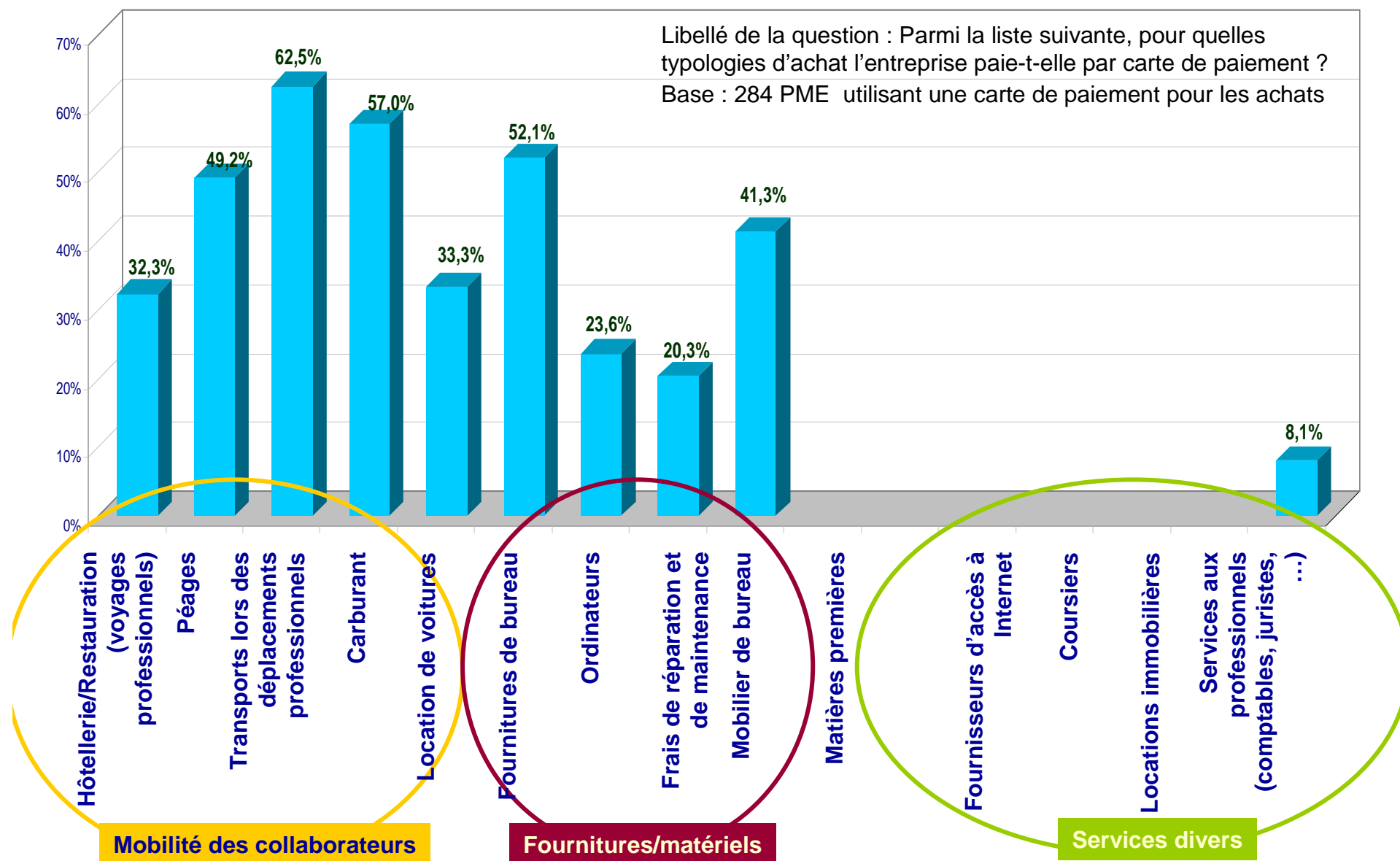
Libellés des questions :

Votre entreprise dispose-t-elle d'une carte de paiement pour régler certains types d'achats ? (Oui, Non)

Si oui, sur quel type de compte est adossée cette (ces) carte(s) ?

Base : 284 PME utilisant une carte de paiement pour régler certains achats (dont 0 non-réponses)

Les typologies d'achats payés par carte.

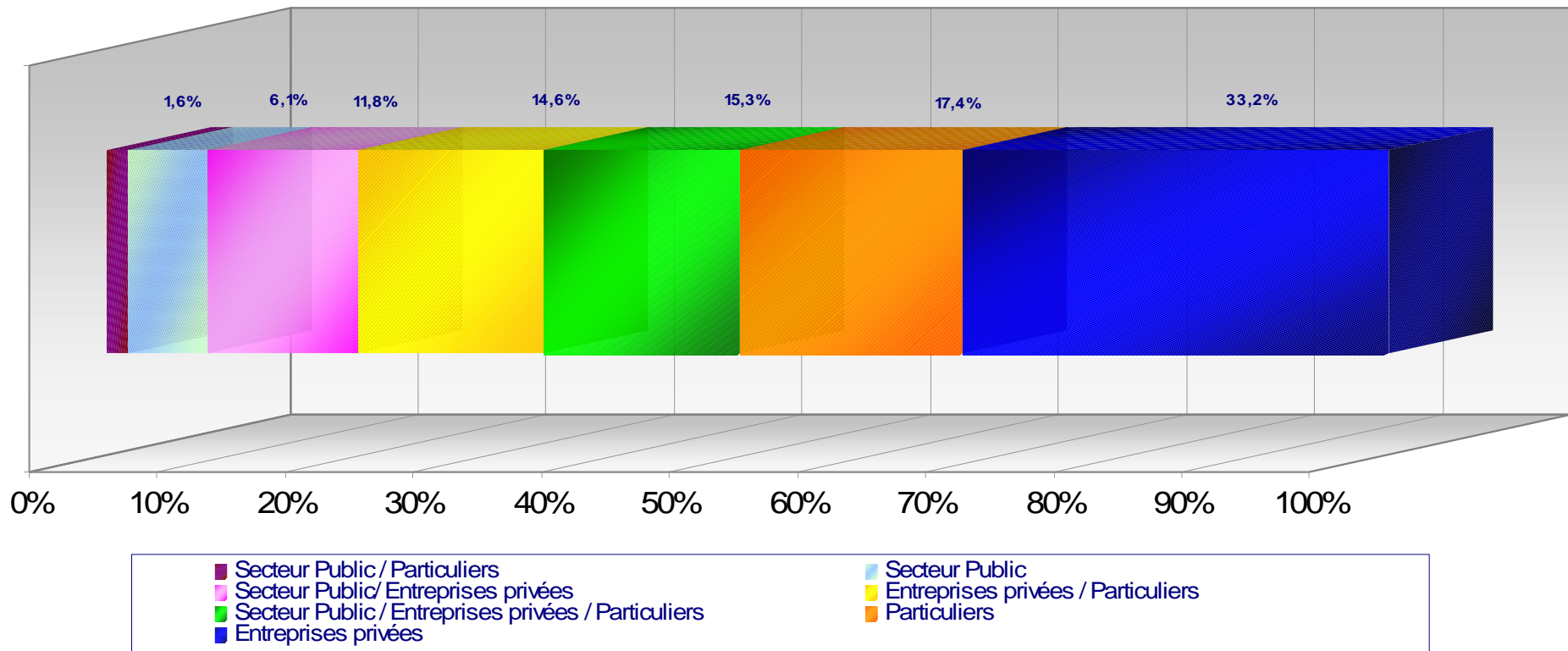


2-3 ORGANISATION DES VENTES

2-3 ORGANISATION DES VENTES

Segmentation de la clientèle - Sectorielle

- 56,7% des PME interrogées ont une cible clientèle unique parmi les 3 secteurs proposés (Secteur public, entreprises privées ou particuliers). Parmi elles, 1/3 des PME interrogées se positionnent exclusivement sur le marché des entreprises privées. Seulement 6% sont positionnées exclusivement sur le secteur public
- Les relations de vente B2B concernent 74,8% des PME interrogées tandis que les relations de ventes B2C concernent 48,9% d'entre elles.

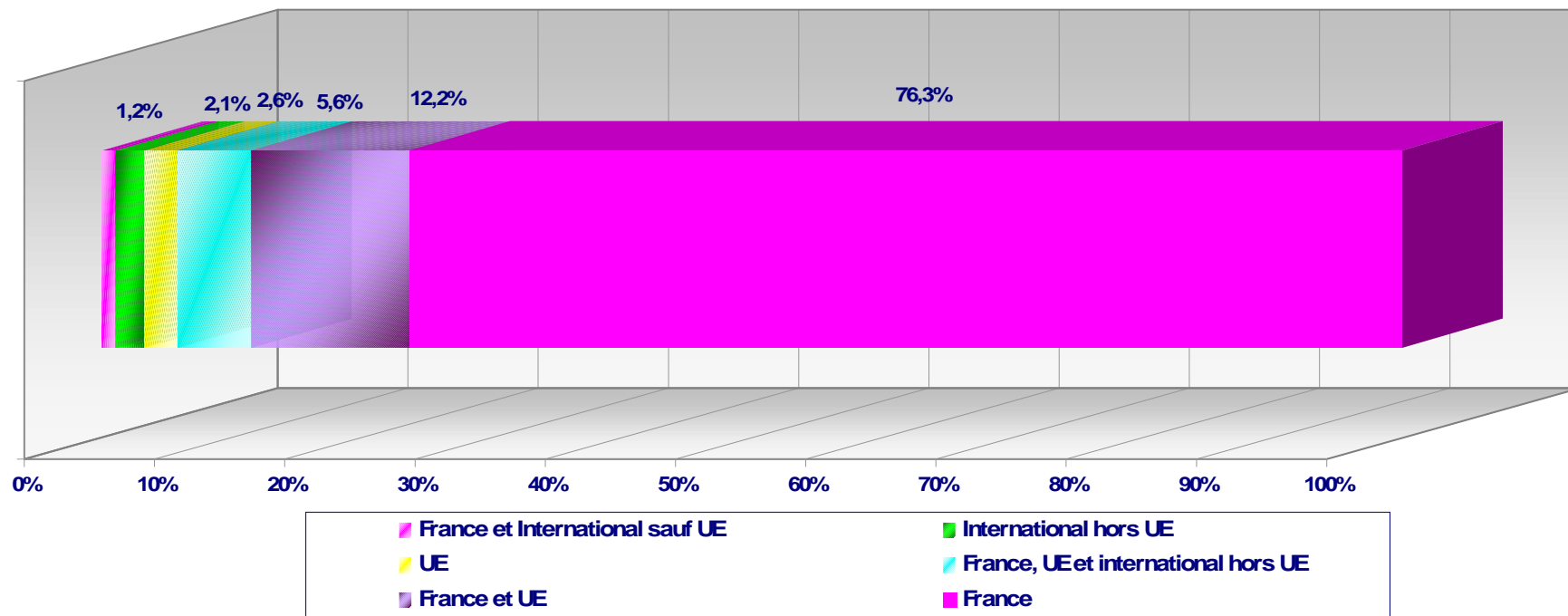


Libellé de la question : Quelle est la segmentation clientèle de votre Entreprise ?

Base : 430PME (dont 5 non-réponses).

Segmentation de la clientèle - Géographique

- La grande majorité des PME (76,3%) concrétisent leurs ventes exclusivement en France.
- Le deuxième débouché principal hors France est l'Union Européenne
- Moins de 4% (cumulé) des entreprises interrogées exercent hors de l'UE.



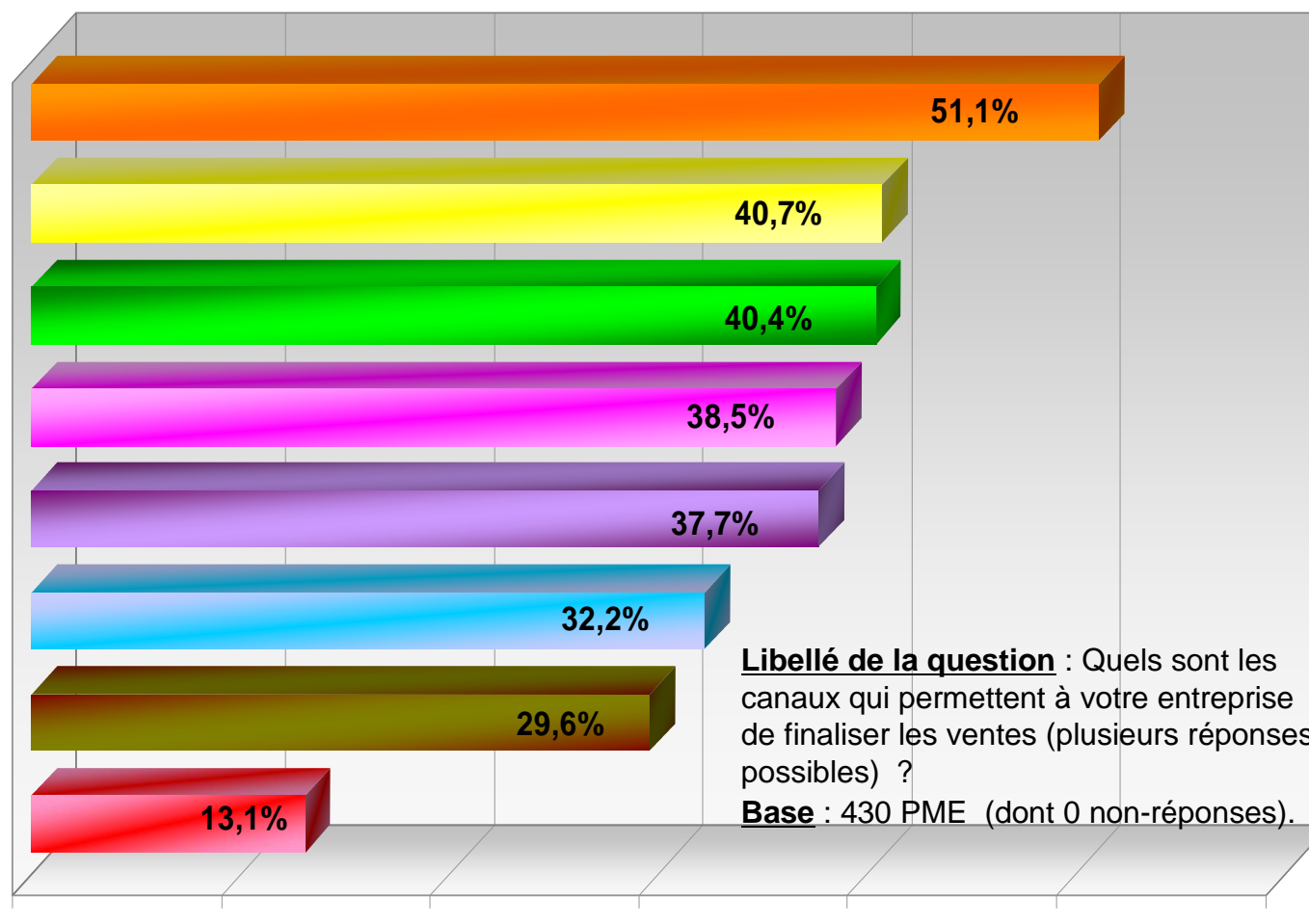
Libellé de la question : Quelle est la segmentation géographique de la clientèle de votre entreprise ?

Base : 430 PME (dont 4 non-réponses).

Les canaux de ventes sont diversifiés mais restent traditionnels

Plus de 75% des PME ont recours à plusieurs canaux, notamment les canaux traditionnels (téléphone, proximité, fax).

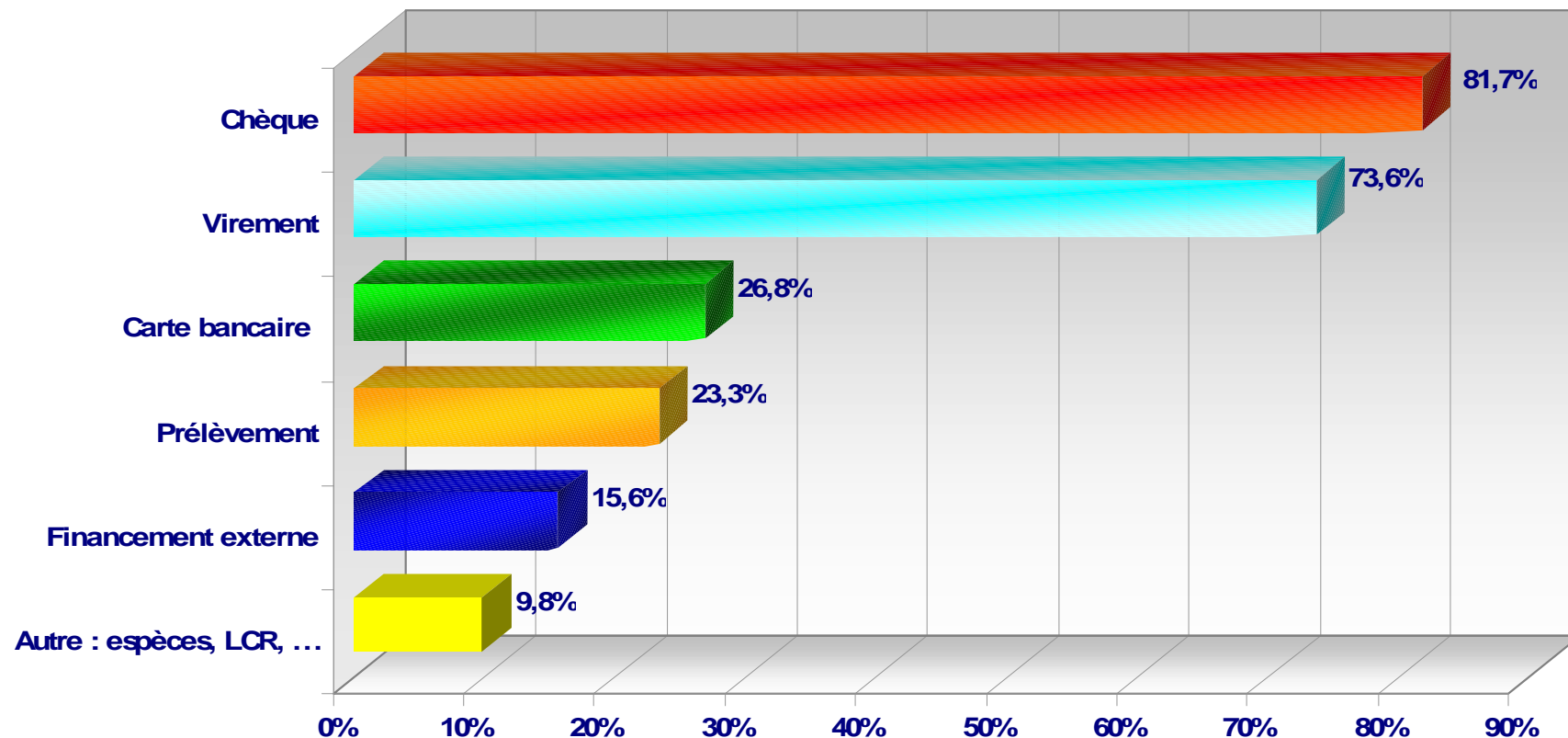
Le canal Internet permet de concrétiser les ventes pour 13% des PME.



Modalités d'encaissement des ventes

(Chiffres cumulés par moyen de paiement)

- Le chèque et le virement sont les moyens de paiement les plus répandus : ils sont respectivement proposés en règlement des ventes par 81,7% et 73,6% des PME
- Pour 26,8% des PME, la carte est un instrument d'encaissement.



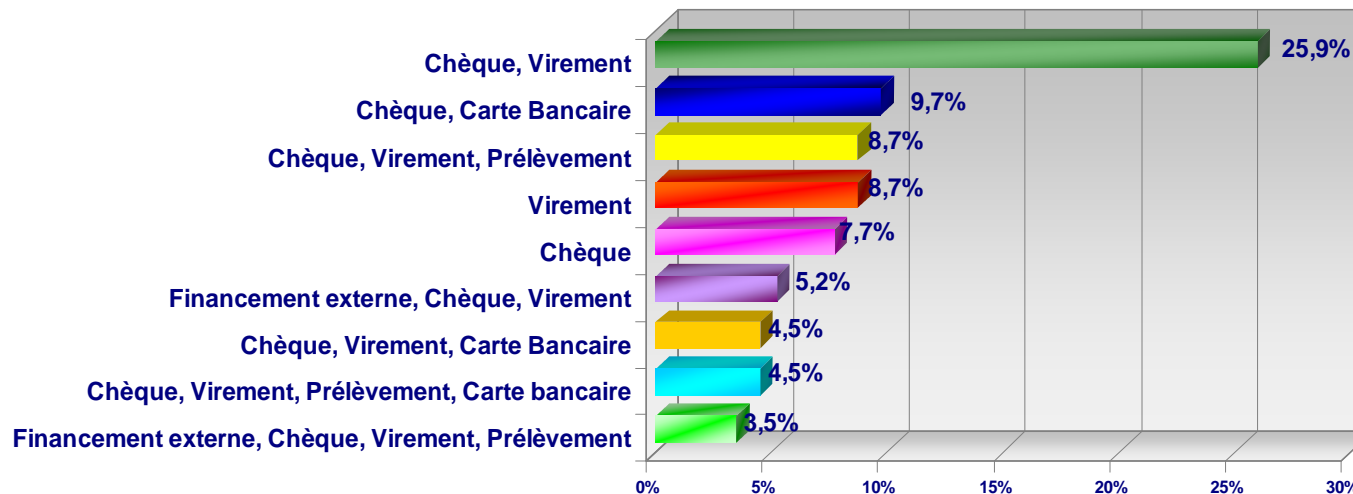
Libellé de la question : Quels sont les moyens d'encaissement/de financement de votre entreprise ?

Base : 430 PME (dont 28 non-réponses).

Modalités d'encaissement des ventes

Chiffres ventilés par groupes de moyens de paiement proposés

- 83,6% des PME interrogées acceptent plusieurs instruments de paiement.



Les 9 réponses les plus fréquentes permettent de classer les modalités d'encaissement de 78,6% des PME interrogées.

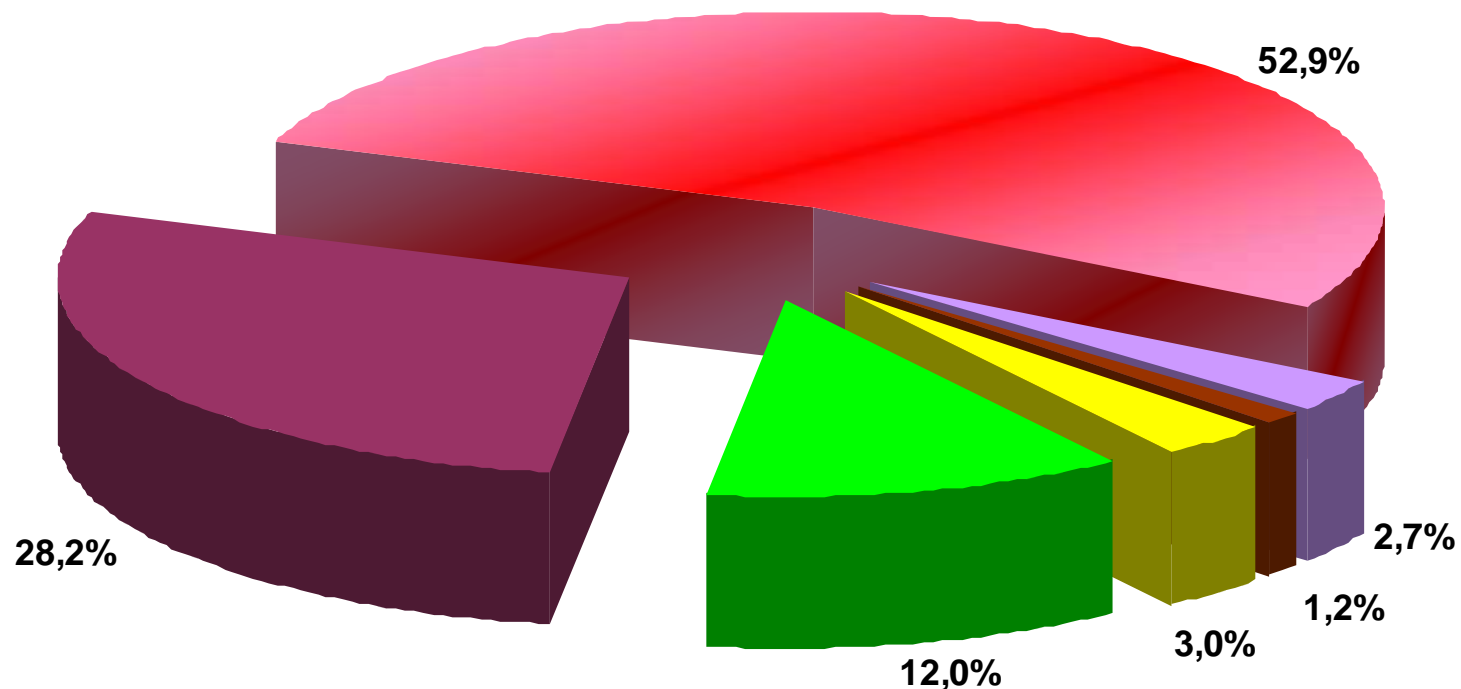
- De manière générale 87,9% des PME qui acceptent les chèques acceptent aussi un instrument de paiement dématérialisé (carte, prélèvement, virement) :
 - 73,3% des PME qui acceptent les chèques acceptent aussi le virement.
 - 27% des PME qui acceptent le chèque acceptent aussi la carte.
- Les PME qui acceptent les paiements par carte acceptent aussi pour 86,1% d'entre elles le paiement par chèque

Libellé de la question : Quels sont les moyens d'encaissement/de financement de votre entreprise ?

Base : 430 PME (dont 28 non-réponses).

Pour 52,9% des PME interrogées, le chèque est le principal moyen d'encaissement

Toutefois la carte et le virement concurrencent efficacement le chèque puisque 40,2% des PME déclarent l'un ou l'autre, comme principal instrument d'encaissement.

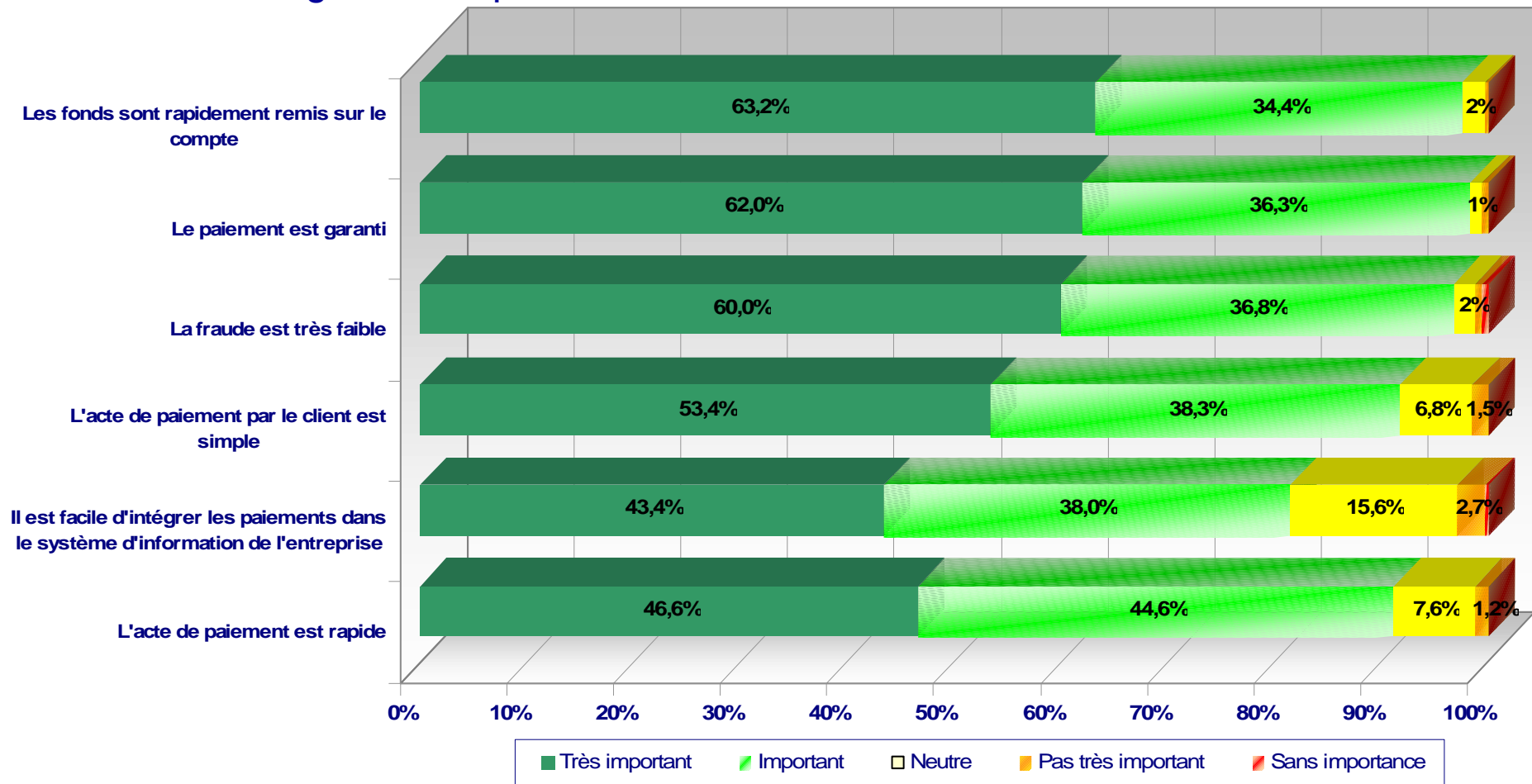


■ Financement externe ■ Prélèvement ■ Carte Bancaire ■ Virement ■ Chèque ■ Autre (LCR, espèces,...)

Libellé de la question : Parmi les instruments cités, quel est le principal moyen d'encaissement pour les ventes de votre entreprise ? **Base :** 430 PME (dont 29 non-réponses).

☛ Critères d'importance associés aux différents moyens d'encaissement acceptés

Pour 93,8% des PME, il est important ou très important qu'un moyen d'encaissement soit de nature à garantir le paiement.

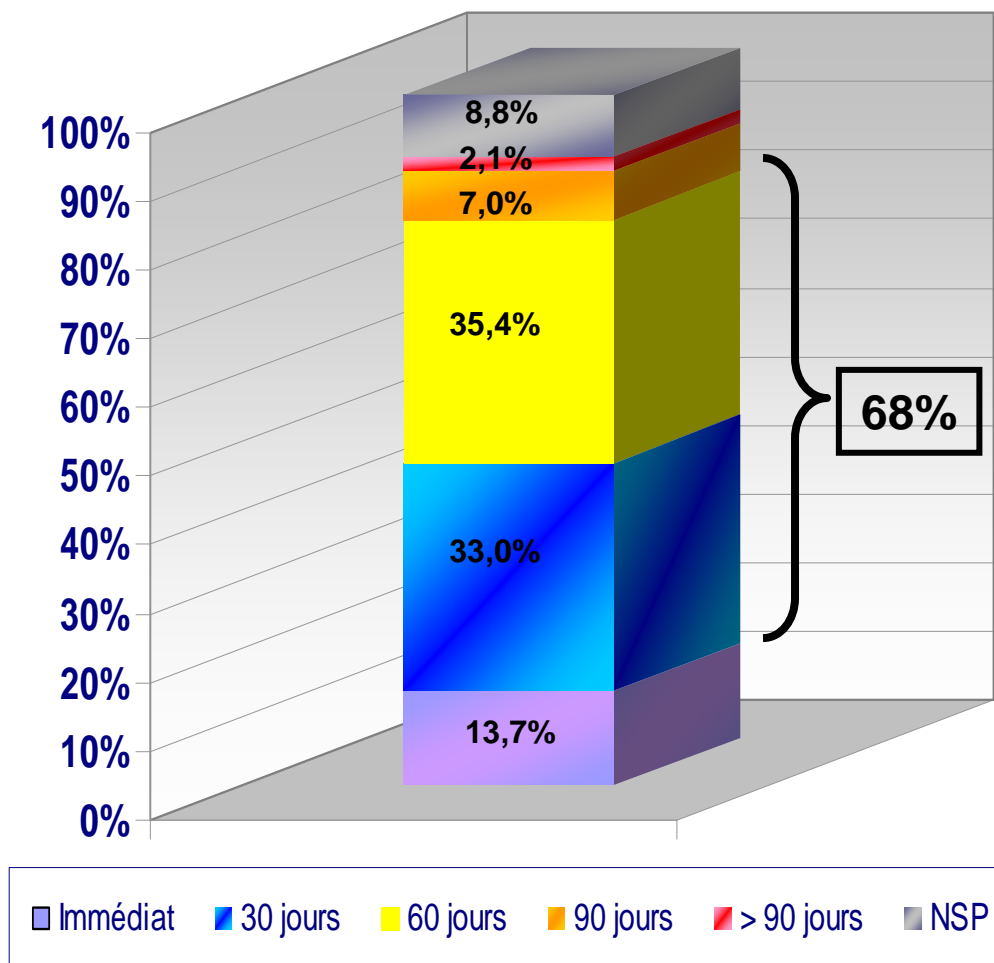


Libellé de la question : Je vais vous proposer une liste de qualités que doit avoir un moyen d'encaissement. Pour chaque proposition, merci de me dire si celle-ci est Très Importante, Importante, Neutre, Pas très importante, Sans importance).

Base : 430 PME (dont 20 non-réponses)

Production, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

Malgré la LME, la crise a eu des effets négatifs sur les délais d'encaissement



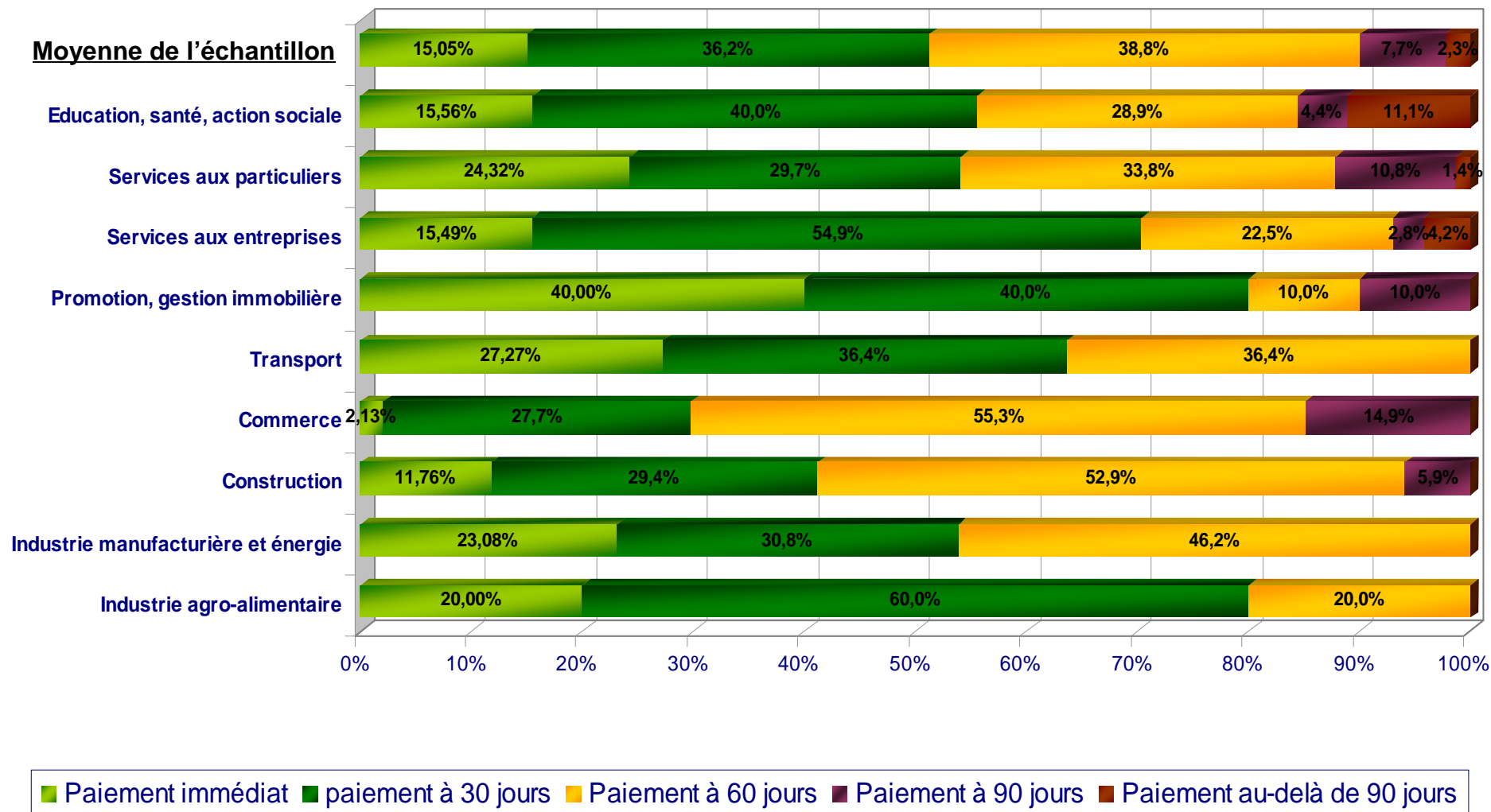
68% des PME interrogées déclarent un délai moyen d'encaissement compris entre 30 et 60 jours contre 71% en N-1

On constate que les paiements à 30 jours représentent 33,0% (contre 44% en 2008) tandis que la proportion des paiements à 60 jours (35,4% en 2009) a significativement progressé (23% en 2008)

Ces résultats ne vont pas dans le sens escompté par la LME. Mais ils reflètent vraisemblablement les difficultés conjoncturelles.

Libellé de la question : Quel est le délai de paiement moyen des clients de votre entreprise? **Base :** 430 PME (dont 38 non-réponses).

Les délais de paiement déclarés sont variables selon les ICS



Libellé de la question : Quel est le délai de paiement moyen des clients de votre entreprise ? **Base :** 430 PME (dont 38 non-réponses)

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

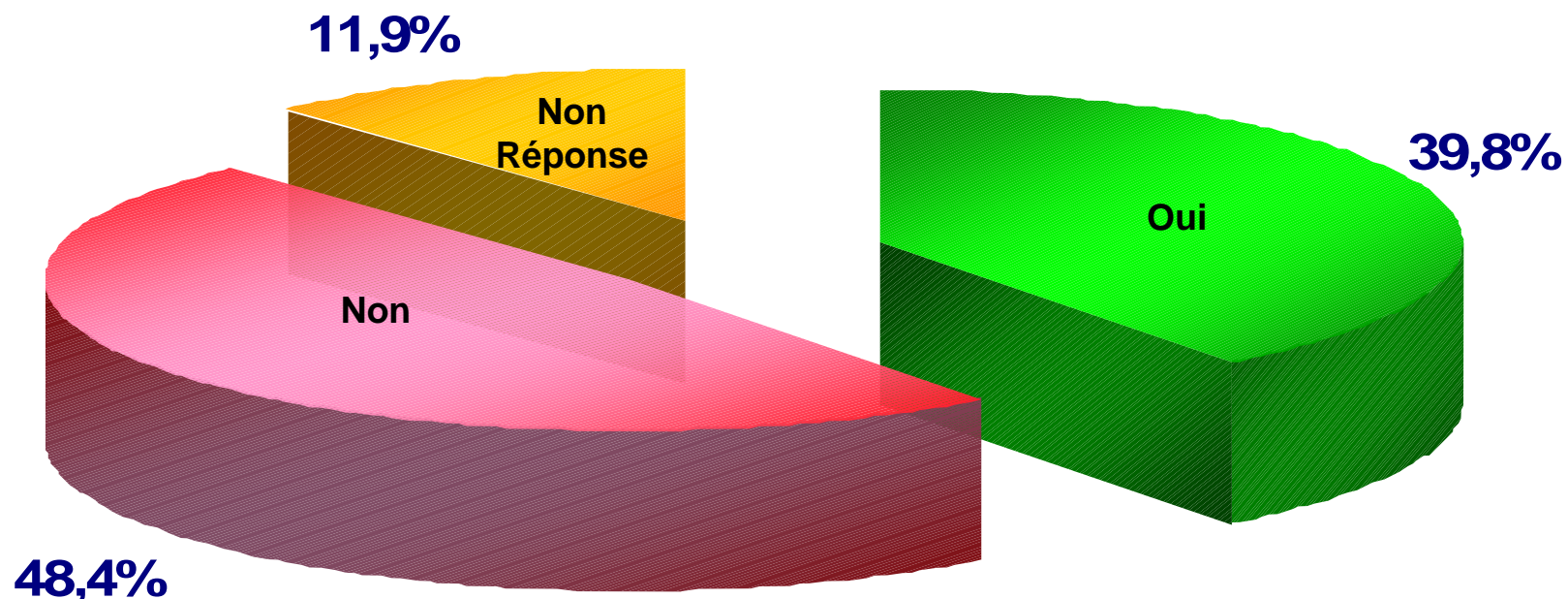
3 – Les facteurs de progression

3.1 - Premier facteur de progression :

La dématérialisation des documents de l'entreprise.

☛ 48,4% des PME ne dématérialise aucun document

- Par rapport à 2008, la part de PME qui recourent à la dématérialisation reste stable (39,8% des PME déclarent recourir à la dématérialisation en 2009 contre 40,5% en 2008).
- En revanche, pour les autres entreprises, la réponse est moins nuancée dans la mesure où la part des non réponses a significativement diminué (11,9% de PME ne se prononcent pas en 2009 contre 31,5 en 2008)

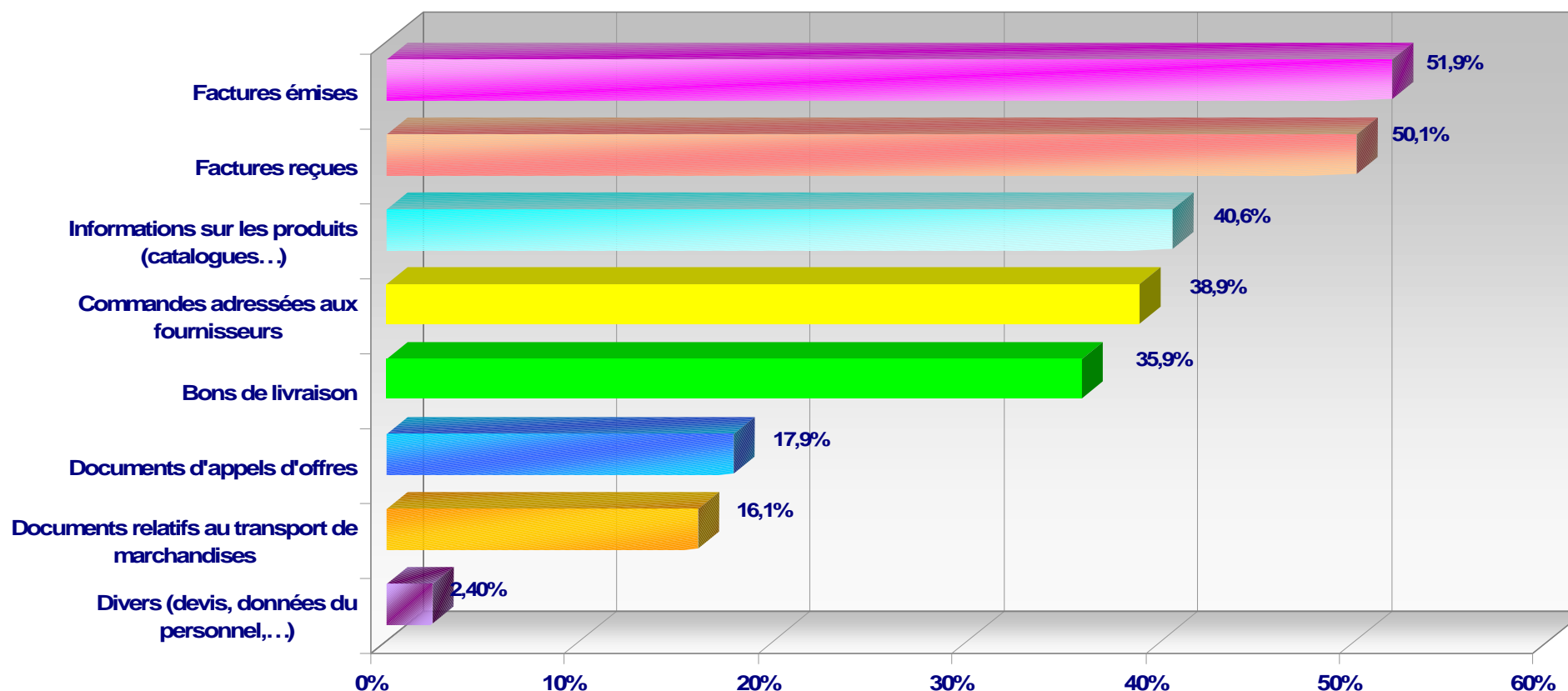


Libellé de la question : Votre entreprise dématérialise-t-elle certains documents ?(Oui/Non)

Base : 430 PME

☛ Et lorsqu'elles dématérialisent,...

33% des PME expriment aller de manière diversifiée vers la dématérialisation des documents. Il s'agit le plus souvent de la facture (21% de l'ensemble des PME déclarent dématérialiser la facture émise et/ou la facture reçue), mais par rapport à 2008, la dématérialisation s'étend à d'autres types de documents.



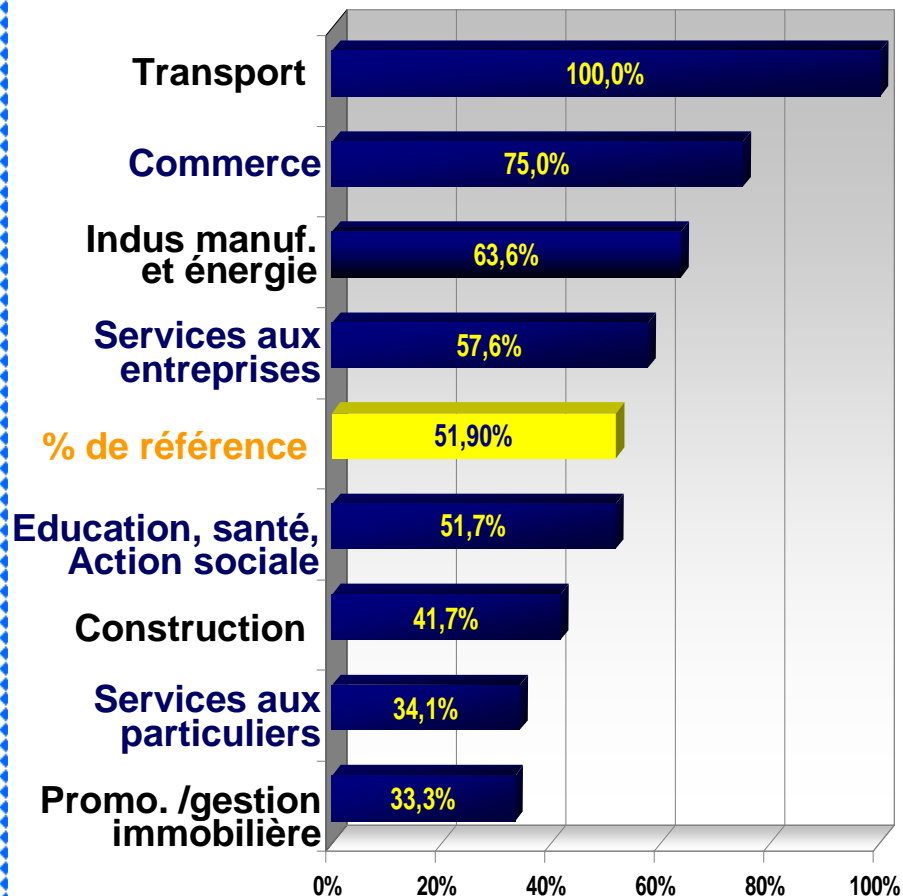
Libellé de la question : Quels documents votre entreprise dématérialise-t-elle ? (plusieurs réponses possibles)

Base : 171 PME ayant déclaré dématérialiser certains documents (dont 3 non-réponses)

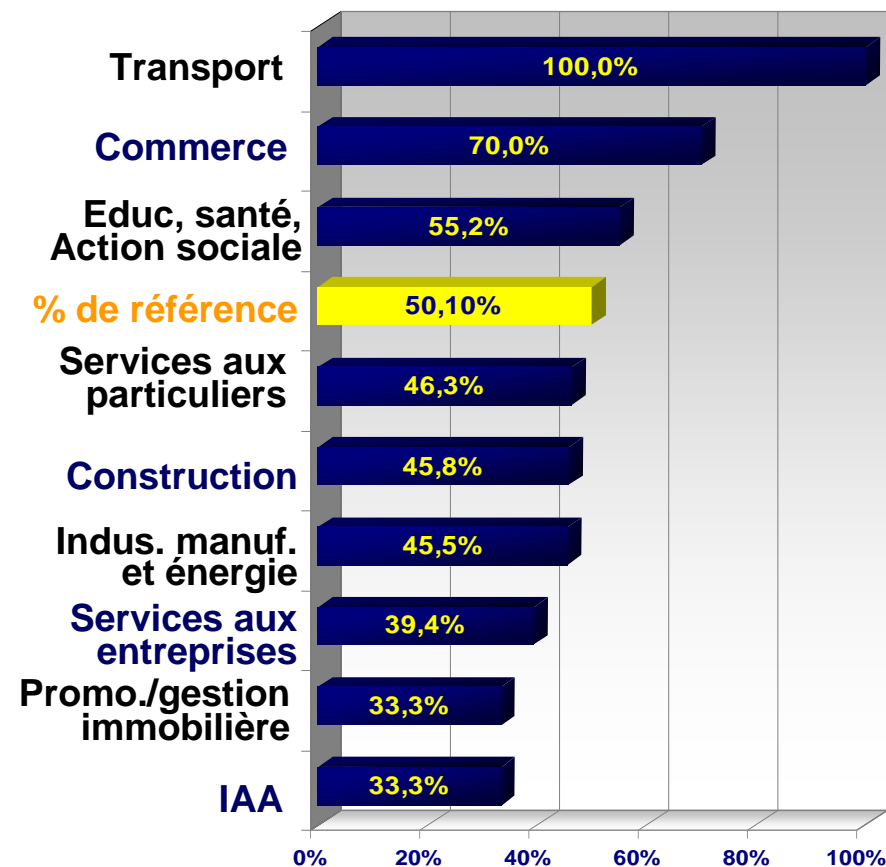
Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

La dématérialisation de la facture est différente selon les secteurs d'activités

Facture émise



Facture reçue

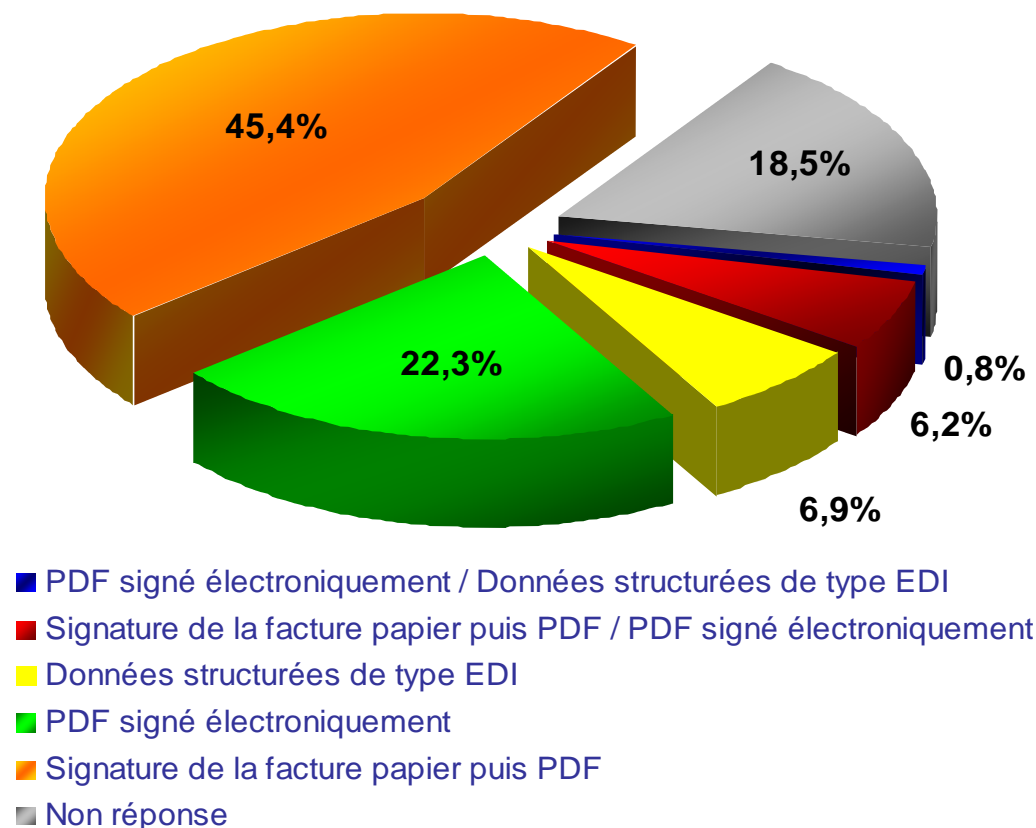


Libellé de la question : Quels documents votre entreprise dématérialise-t-elle ? (plusieurs réponses possibles)

Base : 171 PME ayant déclaré dématérialiser certains documents (dont 3 non-réponses)

L'échange de factures dématérialisées s'inscrit dans une quête de simplicité

Les modalités de dématérialisation des factures :



75% des PME qui dématérialisent des factures recourent exclusivement ou non à du PDF.

51,6% des PME interrogées qui dématérialisent des documents signent la facture papier avant de la mettre sous PDF.

45,4% des PME interrogées utilisent exclusivement ce mode de dématérialisation des factures.

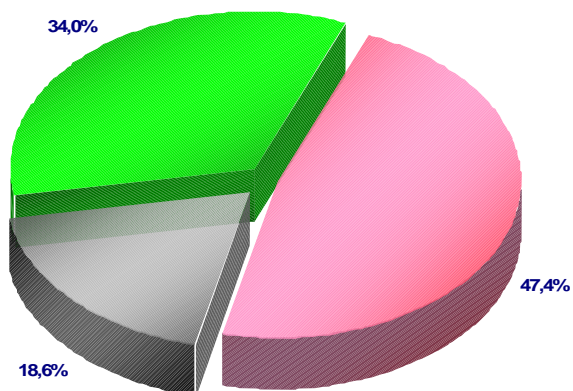
23,1% des PME interrogées recourent également à la signature électronique sur des PDF et pour 22,3% d'entre elles, c'est le seul mode de dématérialisation des factures pratiqué.

Libellé de la question : Selon quelle(s) modalité(s) traitez-vous les factures dématérialisées

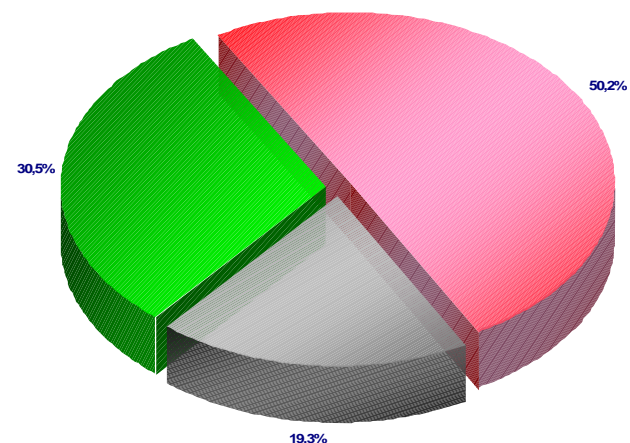
Base : 130 PME ayant déclaré dématérialiser des factures (dont 24 non-réponses)

☛ Les PME ne comprennent pas bien l'intérêt de la dématérialisation des factures

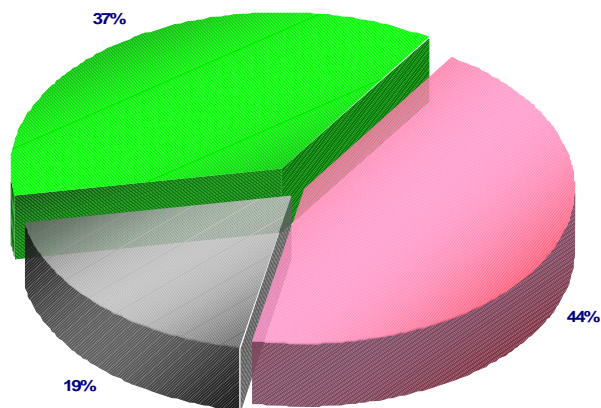
L'entreprise dispose d'un équipement suffisant pour dématérialiser les factures



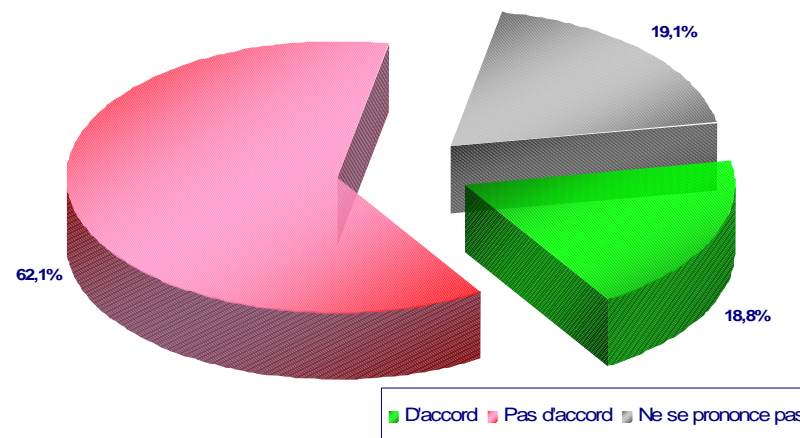
La dématérialisation des factures offre des avantages à vos clients



La dématérialisation des factures permet à l'entreprise de réduire les coûts de traitement des factures



La dématérialisation des factures n'a de sens que si les paiements sont dématérialisés aussi



■ D'accord ■ Pas d'accord ■ Ne se prononce pas

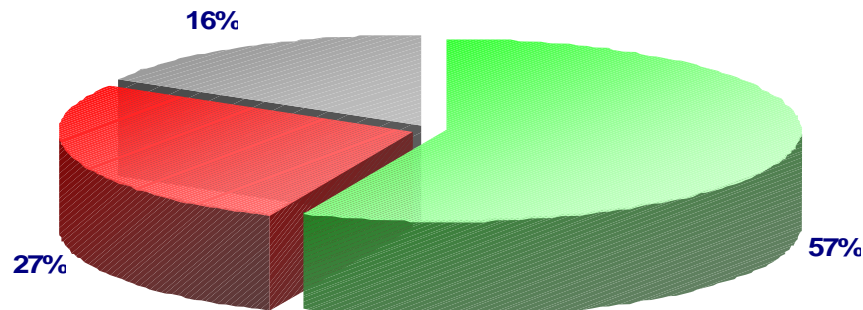
Libellé de la question : Comment l'entreprise perçoit-elle la dématérialisation. Pour chaque item cité, merci de m'indiquer si vous êtes d'accord.

de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

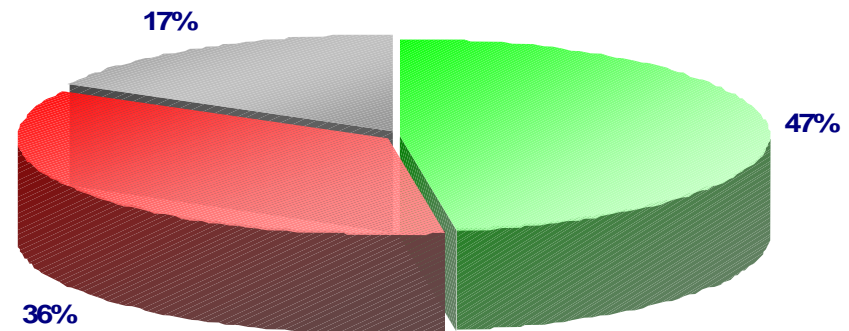
Base : 130 PME ayant déclaré dématérialiser des factures (dont 24 non-réponses)

La perception de la dématérialisation est meilleure pour les PME qui y recourent

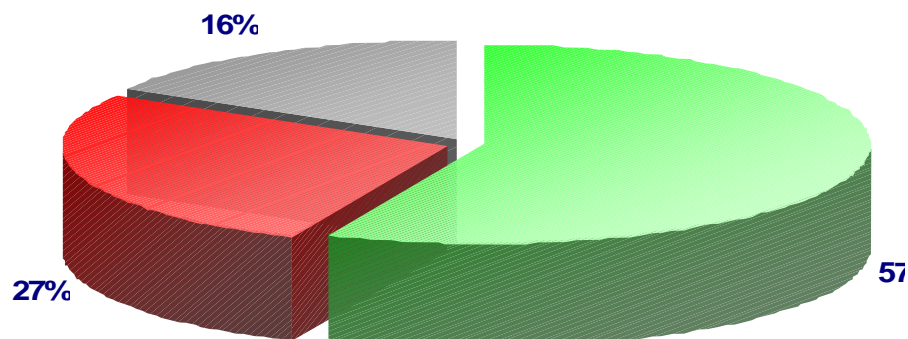
L'entreprise dispose d'un équipement suffisant



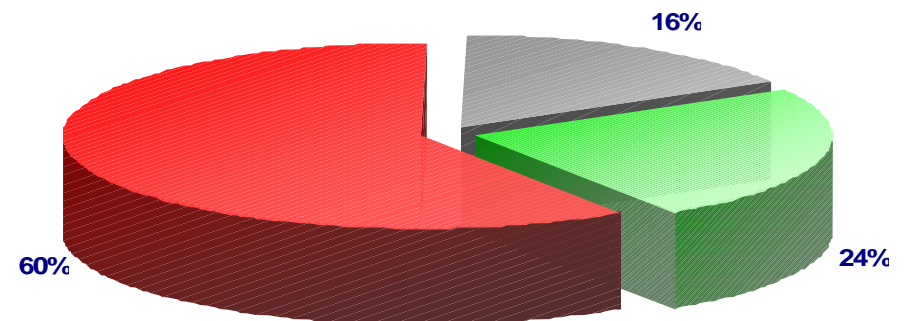
La dématérialisation des factures offres des avantages à vos clients



La dématérialisation des factures permet à l'entreprise de réduire les coûts de traitement des factures



La dématérialisation des factures n'a de sens que si les paiements sont dématérialisés aussi



Libellé de la question : Comment l'entreprise perçoit elle la dématérialisation. Pour chaque item cité, merci de m'indiquer si vous êtes d'accord.

Base : 430 PME

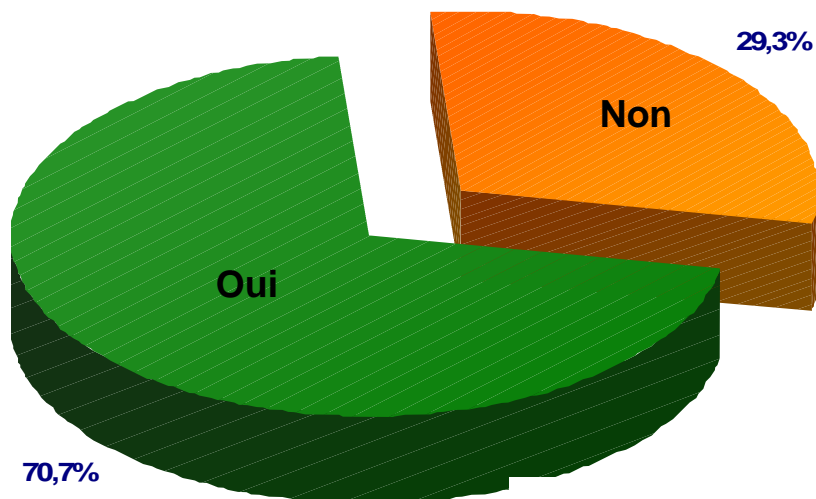
3.2 - Deuxième facteur de progression :

3.2 - Deuxième facteur de progression :

Le levier internet

Le levier internet

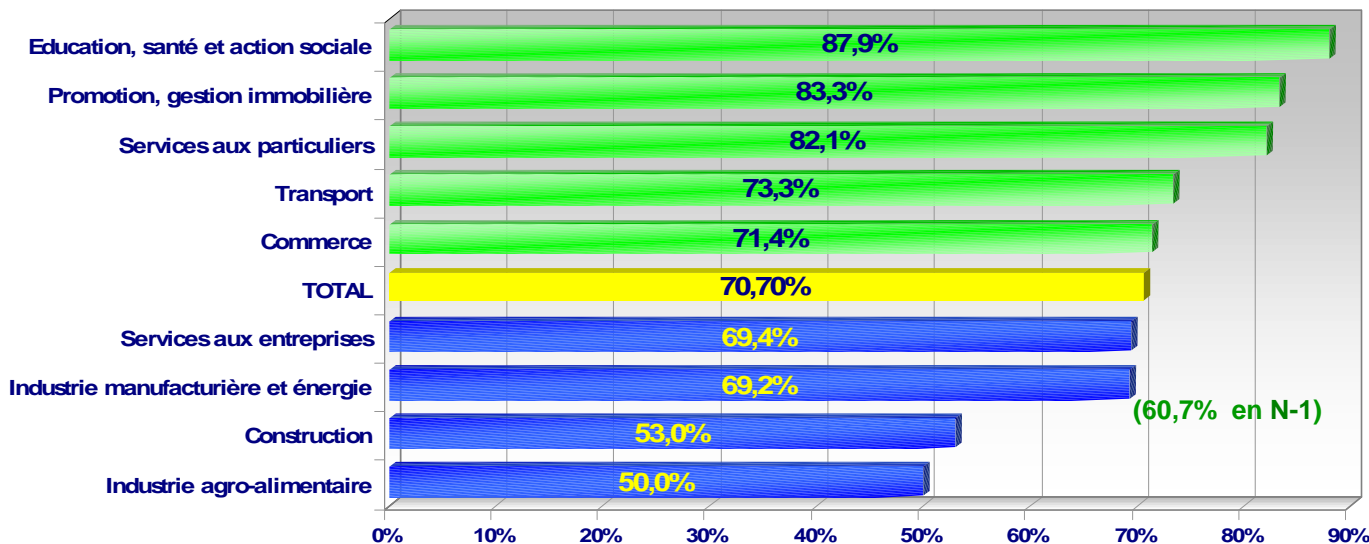
70,7% des PME disposent d'un site Internet.



Ce résultat est stable par rapport à celui obtenu en N-1 (70,5%).

En revanche, l'analyse sectorielle montre des différences significatives d'équipement selon les secteurs d'activité.

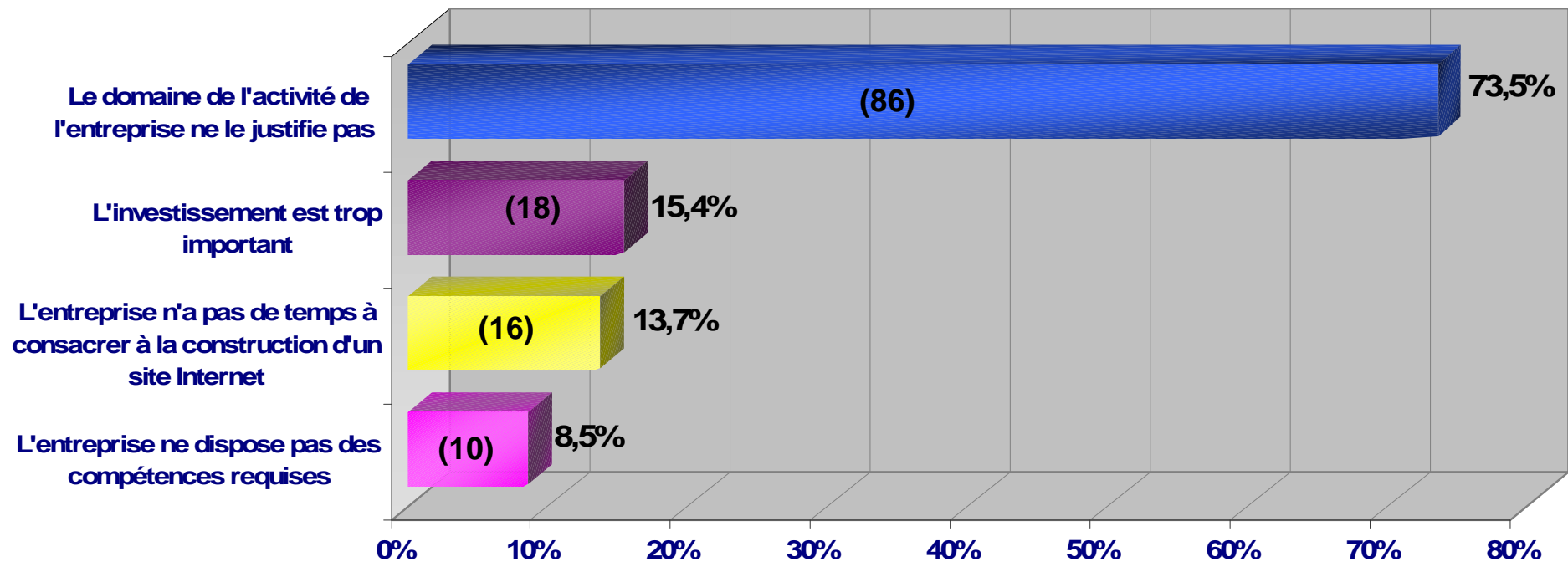
Les segments B2C sont mieux équipés que les segments ICS qui ciblent plus spécifiquement le B2B.



Libellé de la question : Votre entreprise dispose-t-elle de son propre site Web ? (Oui ; Non)

Base : 430 PME dont 8 non-réponses

73,5% des PME, ne disposant pas d'un site Internet, invoquent que leur domaine d'activité ne le justifie pas

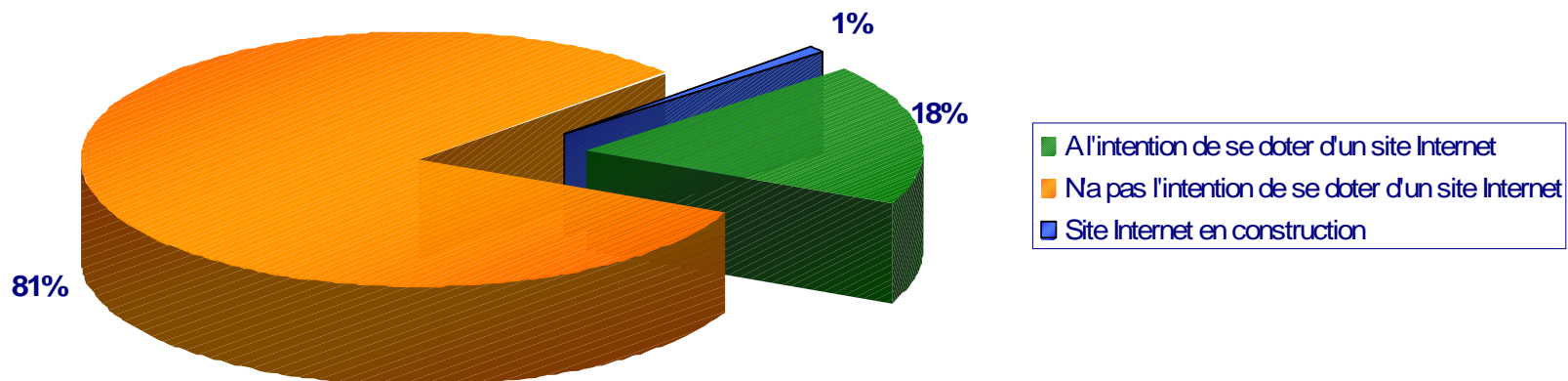


Libellé de la question : Pourquoi votre entreprise ne dispose pas de site Internet ?

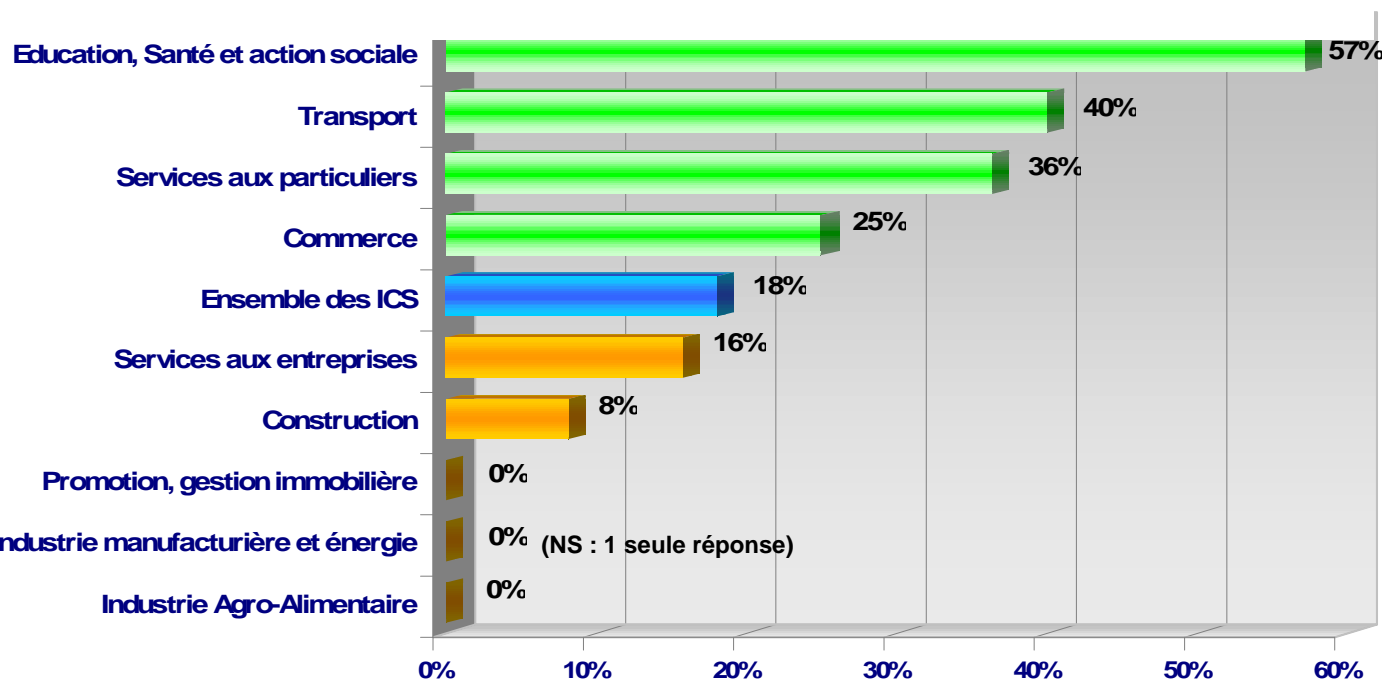
Base : 125 entreprises ayant déclaré ne pas disposer d'un site Internet

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

81 % des PME ne disposant pas de site Internet n'ont pas l'intention de s'en doter



L'analyse sectorielle montre des différences significatives selon les secteurs d'activité : 57% des PME de l'éducation, santé et action sociale ont l'intention de se doter d'un site internet.

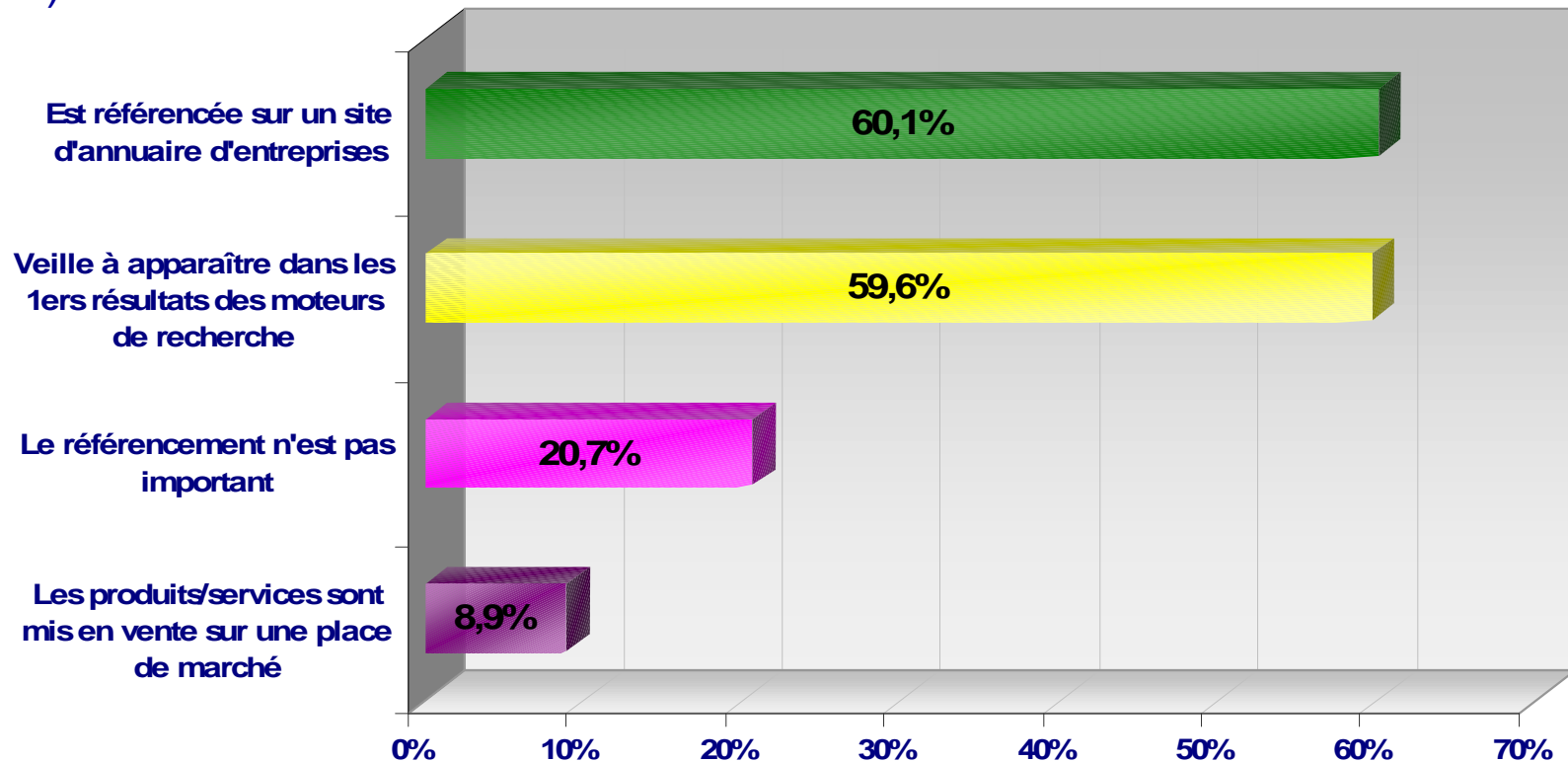


Libellé de la question : Votre entreprise a-t-elle l'intention de se doter d'un site Internet ?

Base : 125 PME ayant déclaré ne pas disposer d'un site Internet (dont 21 non réponses)

La présence d'une PME sur la toile obéit à des priorités différentes

- Un tiers (29,5% de non réponses) des entreprises interrogées et disposant d'un site Internet n'est pas attentive à son positionnement d'image en ligne.
- Pour les autres, les stratégies de référencement sont différentes mais une large majorité de PME privilégie le référencement sur un site d'annuaires d'entreprises (60,1%) et/ou son référencement dans les principaux moteurs de recherche (59,6%)

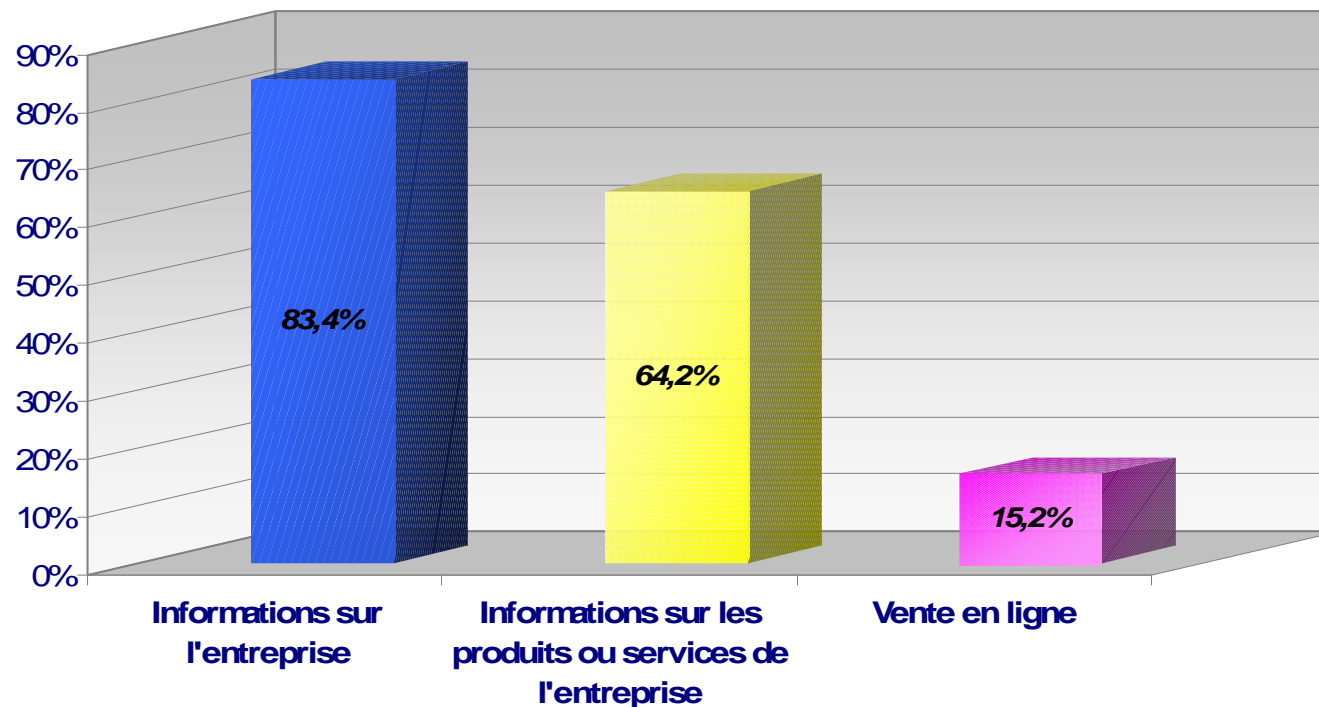


Libellé de la question : Par quels moyens l'entreprise améliore-t-elle le référencement de son activité sur Internet (plusieurs réponses possibles)

Base : 302 entreprises ayant déclaré disposer d'un site Internet (dont 89 non réponses)

☛ Des sites internet 'vitrine' (1/2)

Seuls 10,2% de l'ensemble des PME interrogées proposent la vente en ligne.
Sur la sous-population des entreprises disposant d'un site Internet, **15.2%** seulement proposent de la vente en ligne.

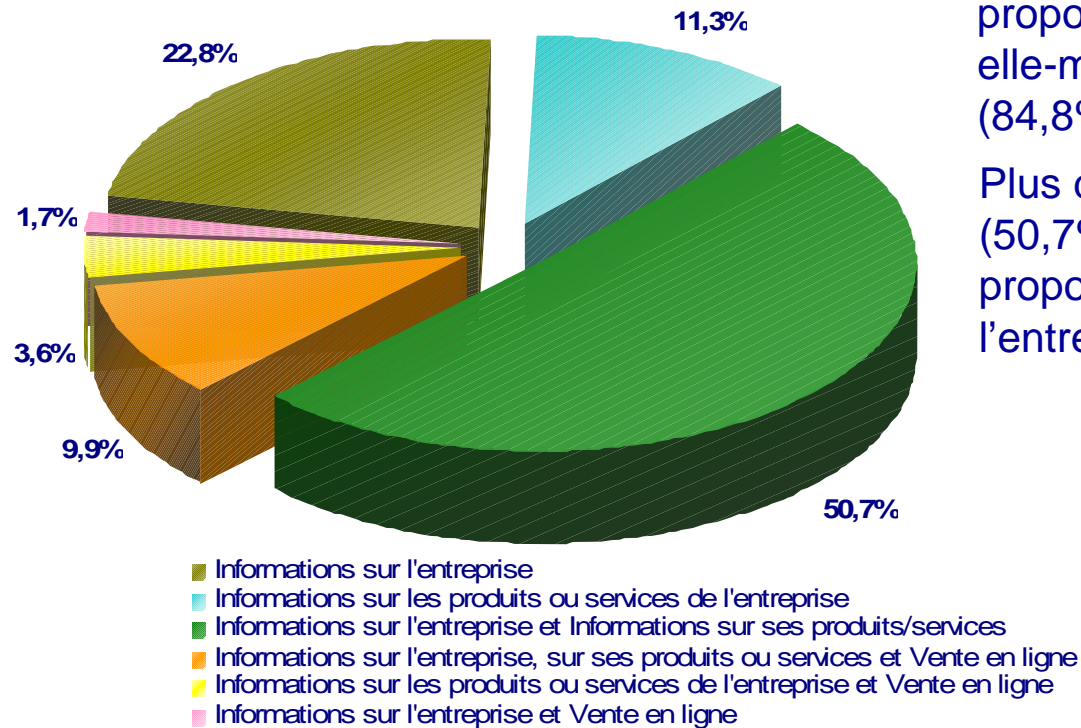


Libellé de la question : Quels services l'entreprise propose-t-elle sur son site Web ? (plusieurs réponses possibles)

Base : 302 entreprises ayant déclaré disposer d'un site Internet (dont 0 non réponses)

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

☛ Des sites internet 'vitrine' (2/2)



Parmi les entreprises interrogées disposant d'un site Internet, près d'une sur trois ne propose sur le site que des informations sur elle-même et/ ou sur ses produits et services (84,8%).

Plus de la moitié des entreprises sondées (50,7%) disposant d'un site internet proposent à la fois des informations sur l'entreprise et sur les produits et services.

En revanche, lorsque l'entreprise propose la vente en ligne, cela s'accompagne :

- d'informations sur l'entreprise ou ses produits et services dans 34,8% des cas
- d'informations sur l'entreprise et ses produits/services dans 65,2% des cas.

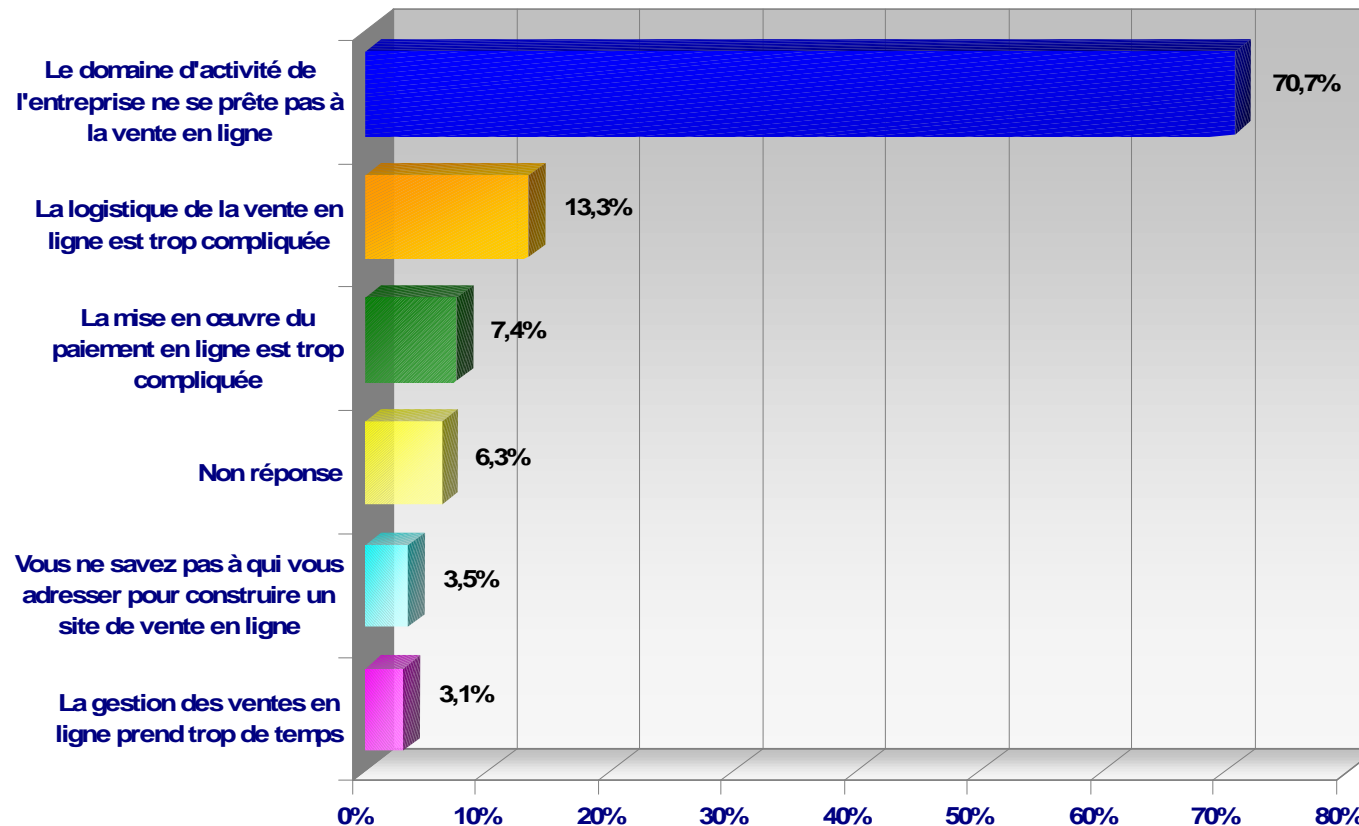
Libellé de la question : Quels services l'entreprise propose-t-elle sur son site Web ? (plusieurs réponses possibles)

Base : 302 entreprises ayant déclaré disposer d'un site Internet (dont 0 non réponses)

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

☛ Des sites internet évolutifs vers la vente en ligne ? (1/4)

70,7% des PME interrogées disent ne pas proposer la vente en ligne car le domaine d'activité de l'entreprise ne se prête pas à la vente en ligne. Les autres principaux motifs invoqués sont la complexité de la logistique liée à la vente en ligne (13.5%) et la complexité de mise en œuvre du paiement en ligne (7.4%).

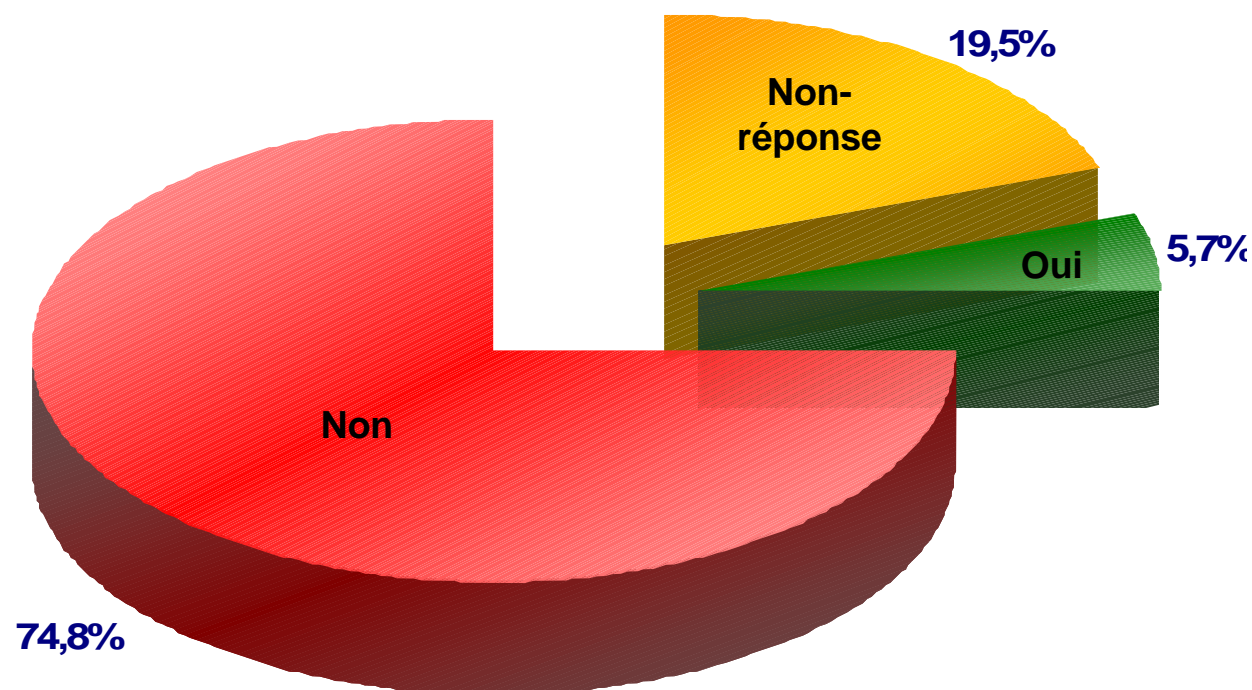


Libellé de la question : Pour quelles raisons l'entreprise ne propose-t-elle pas la vente en ligne ? (Plusieurs réponses possibles)
Base : 256 PME ayant déclaré disposer d'un site internet mais ne proposant pas la vente en ligne (dont 16 non-réponses)

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support, sans l'accord de l'APECA

☛ Des sites internet évolutifs vers la vente en ligne ? (2/4)

Parmi les entreprises disposant d'un site Internet et ne proposant pas la vente en ligne, 74,8% n'ont pas l'intention de la mettre en œuvre.



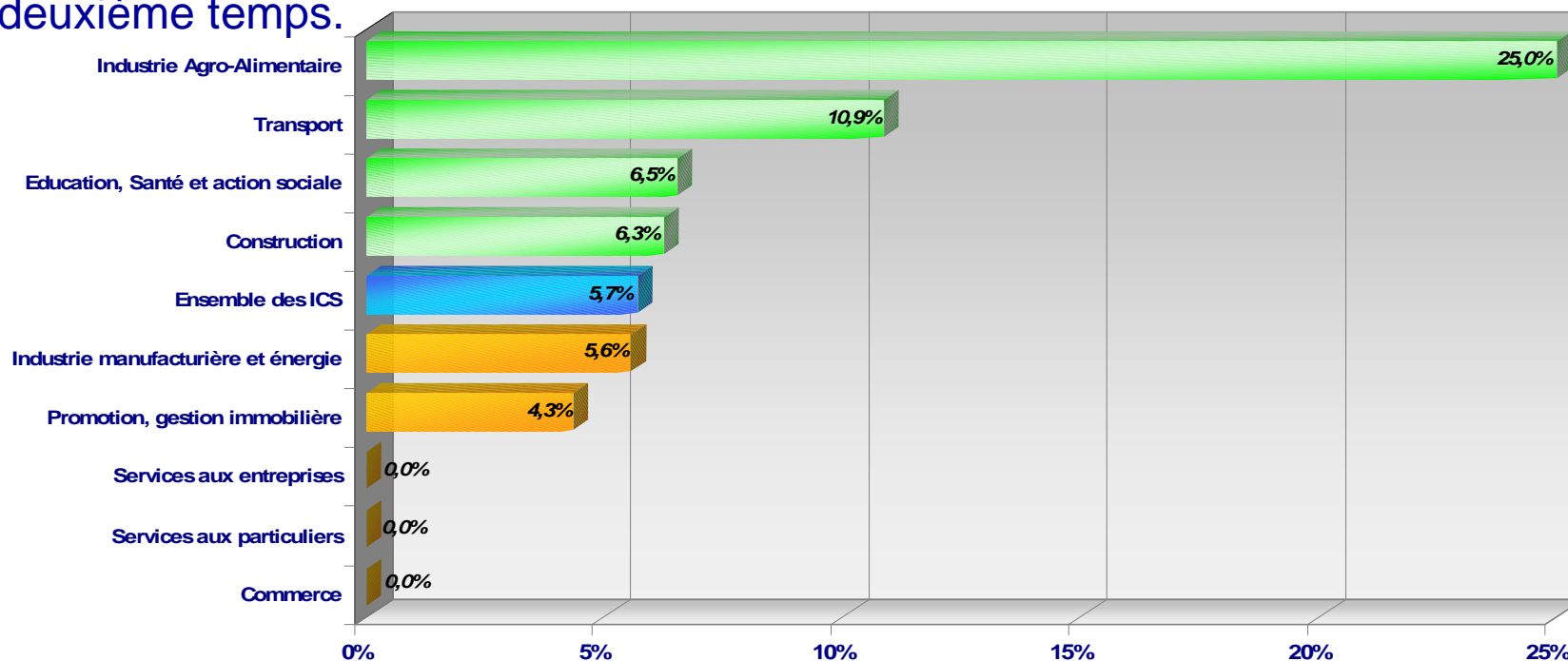
Libellé de la question : Votre entreprise a-t-elle l'intention de mettre en œuvre la vente en ligne ?

Base : 256 PME ayant déclaré disposer d'un site Internet mais ne proposant pas la vente en ligne (dont 48 non-réponses)

☛ Des sites internet évolutifs vers la vente en ligne (3/4): Des différences sectorielles marquées

Les secteurs qui souhaitent plus que les autres faire évoluer leur sites Internet vers de la vente en ligne se découpent en 2 catégories :

- Les secteurs qui sont également plus sensibles à la construction d'un site Internet quand ils n'en ont pas déjà un : Transport et Education/Santé/Action Sociale (dans ce cas, la vente en ligne semble être la finalité de construction du site)
- Les secteurs qui sont peu sensibles à la construction d'un site Internet (IAA et construction) qui néanmoins intègrent la vente dans leur préoccupation mais dans un deuxième temps.



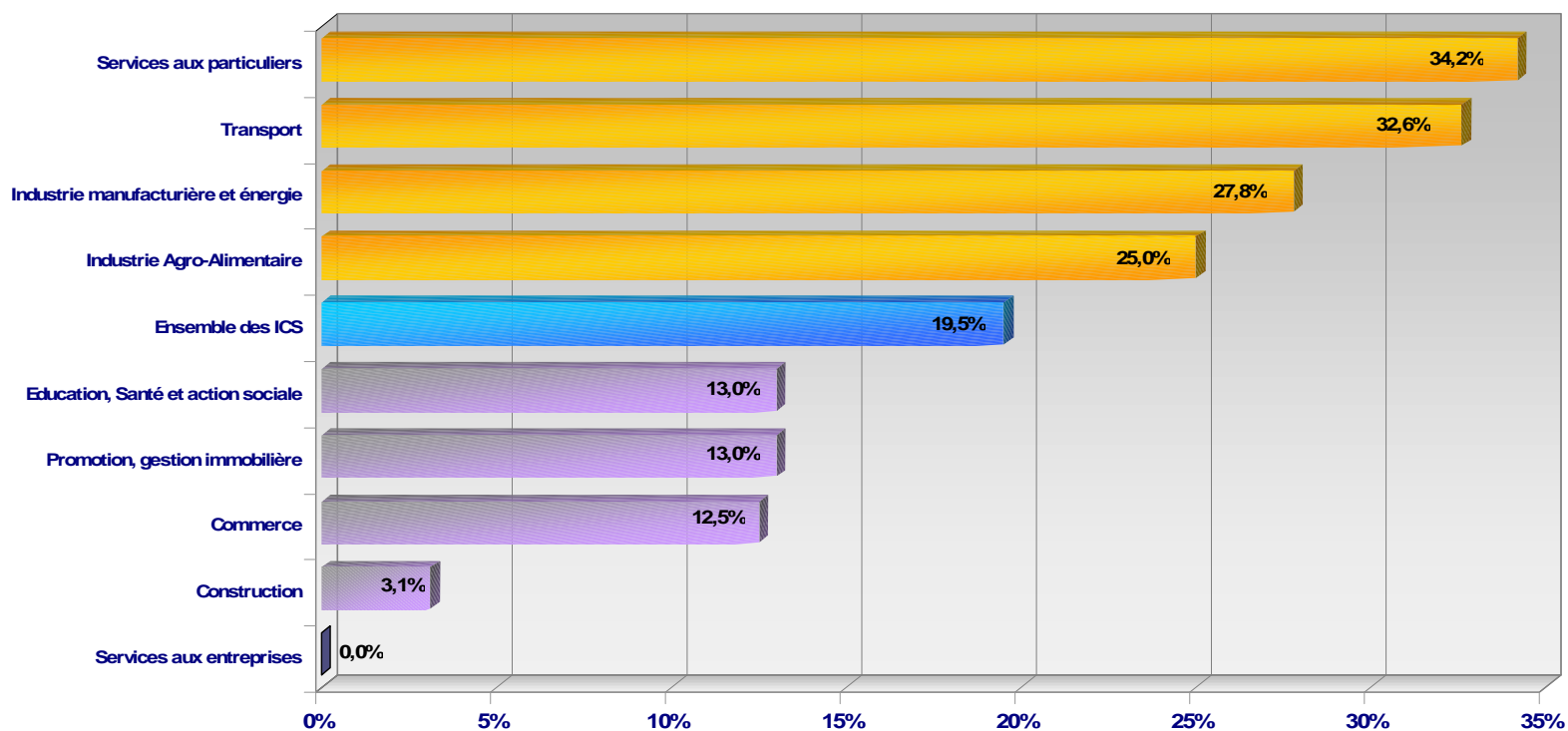
Libellé de la question : Votre entreprise a-t-elle l'intention de mettre en œuvre la vente en ligne ?

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support, sans l'accord de l'APECA

Base : 256 PME ayant déclaré disposer d'un site internet mais ne proposant pas la vente en ligne (dont 48 non-réponses)

☛ Des sites internet évolutifs vers la vente en ligne (4/4): Une part d'indécision importante

La transition entre la construction du site et la mise en œuvre de vente en ligne est une étape importante : il apparaît que 19,6% des PME interrogées sont indécises quant à la mise en œuvre de la vente en ligne. 4 secteurs d'activité sont particulièrement frappés par cette indécision (Services aux particuliers, Transport, Industrie manufacturière et énergie, Industrie agro-alimentaire).

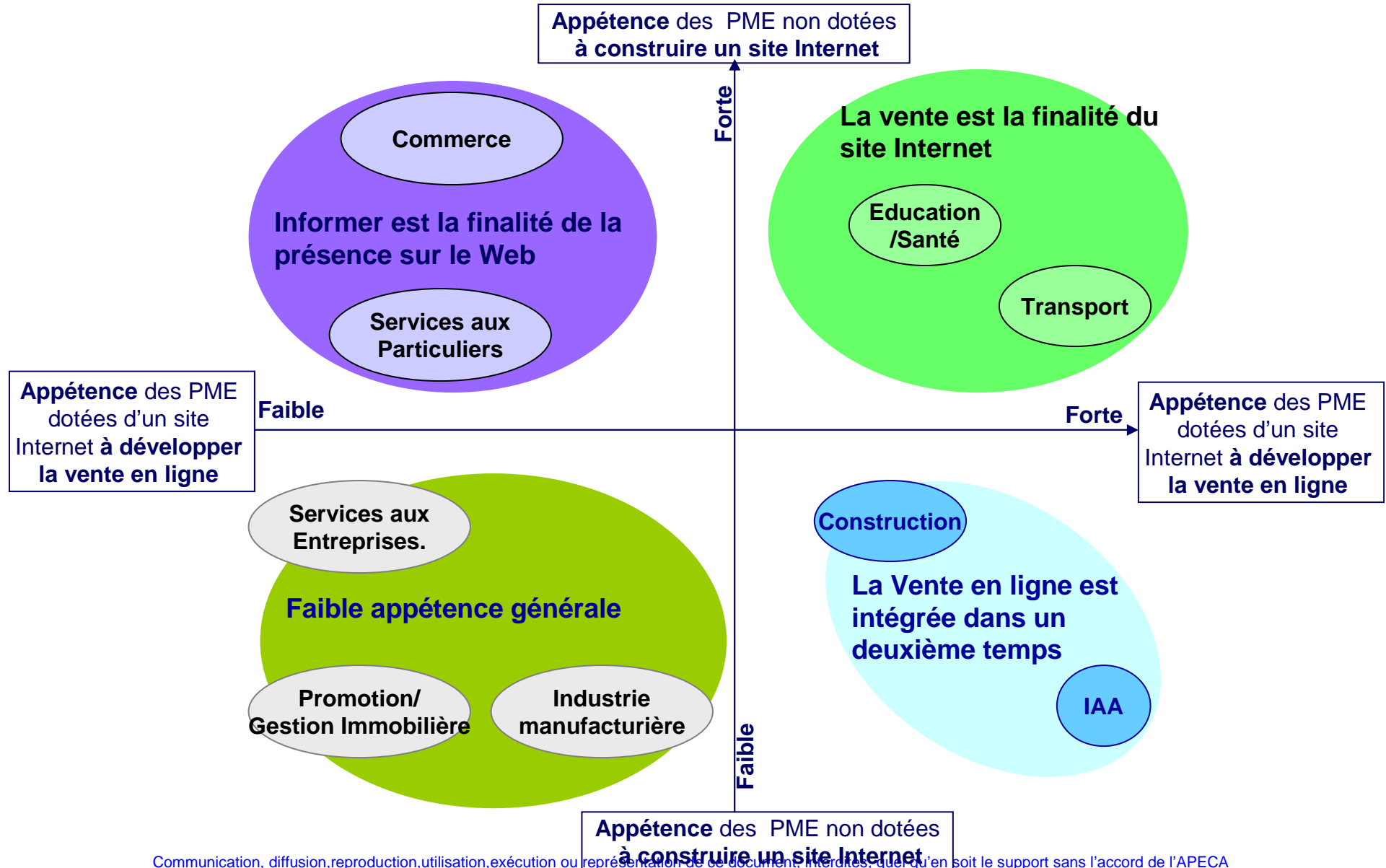


Libellé de la question : Votre entreprise a-t-elle l'intention de mettre en œuvre la vente en ligne ?

Communication, diffusion, reproduction, utilisation, exécution ou représentation de ce document, interdites, quel qu'en soit le support sans l'accord de l'APECA

Base : 256 PME ayant déclaré disposer d'un site Internet mais ne proposant pas la vente en ligne (dont 48 non-réponses)

Les stratégies des PME sur Internet sont différentes selon le secteur d'activité.

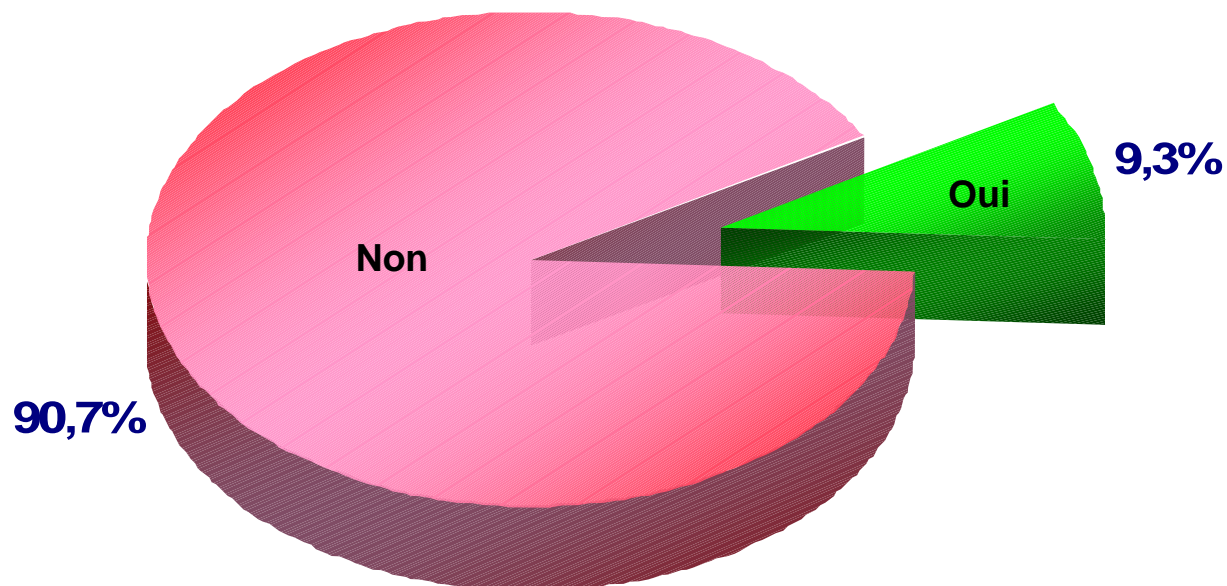


3.3 - Troisième facteur de progression :

Les instruments de paiement alternatifs au chèque

- Le SEPA
- La carte d'achat
- les moyens de paiement sur Internet

☛ Les PME interrogées ne connaissent pas le SEPA



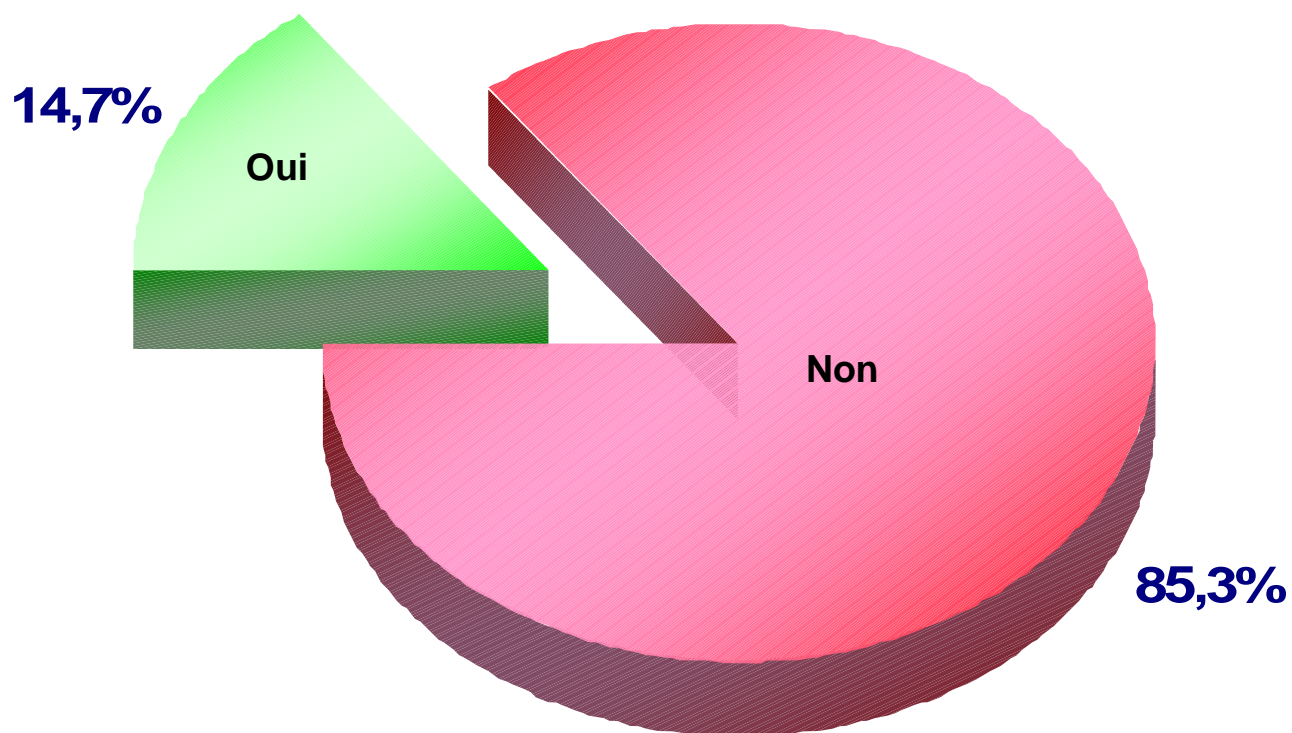
Il n'y a pas de lien entre la connaissance du SEPA et la répartition géographique de la clientèle. Cela traduit bien l'état d'avancement de l'information aux entreprises au moment où a été passé le questionnaire (été 2009) : information de masse, sans adaptation spécifique aux différents publics concernés. Néanmoins légère progression par rapport à 2008.

Libellé de la question : Avez-vous entendu parler du SEPA (Oui/Non)

Base : 430 PME

☛ Les PME ne connaissent pas la carte d'achat

Seulement 14,7% des PME interrogées déclarent savoir de quoi il s'agit

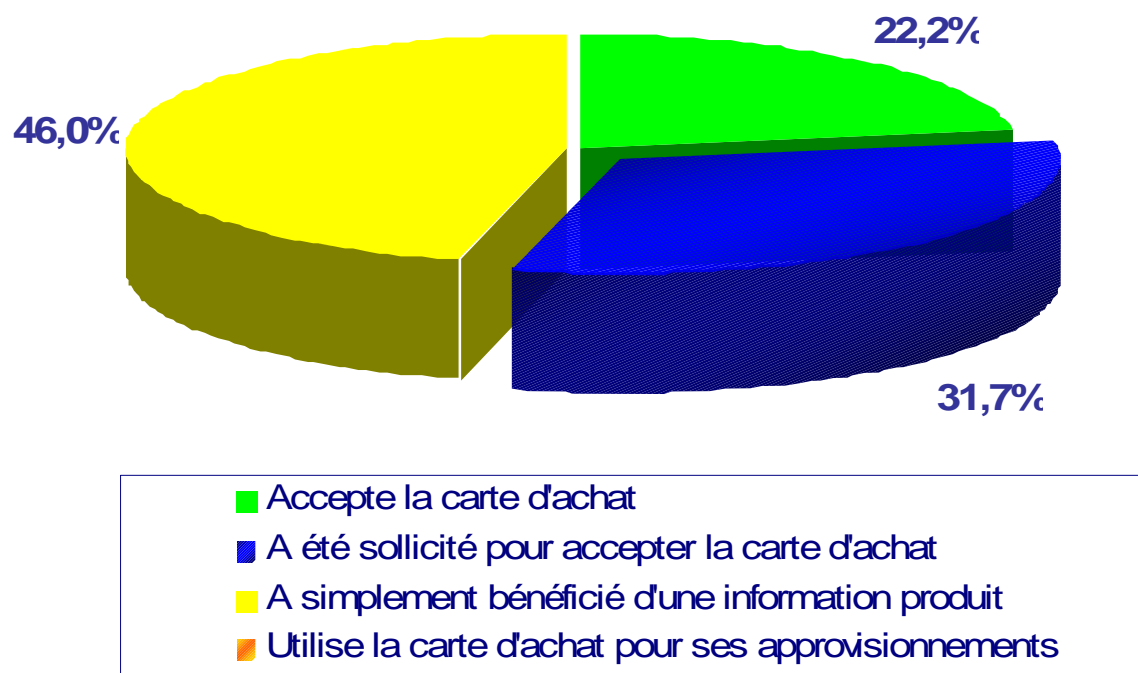


Libellé de la question : Connaissez-vous la carte d'achat (Oui/Non) ?

Base : 430 PME (dont 0 non-réponses).

☛ Les sources de la connaissance du produit

Parmi les PME sondées qui connaissent la carte d'achat une sur 5 (22%) l'accepte en règlement des achats et aucune ne l'utilise pour ses propres approvisionnements.



Libellé de la question : Votre entreprise : Accepte la carte d'achat/a été sollicitée pour accepter la carte d'achat/a simplement bénéficié d'une information sur le produit/utilise la carte d'achat pour ses approvisionnements ?

Base : 63 PME ayant déclaré connaître la carte d'achat (dont 0 non-réponses).

☛ **Les facteurs incitatifs au produit...**

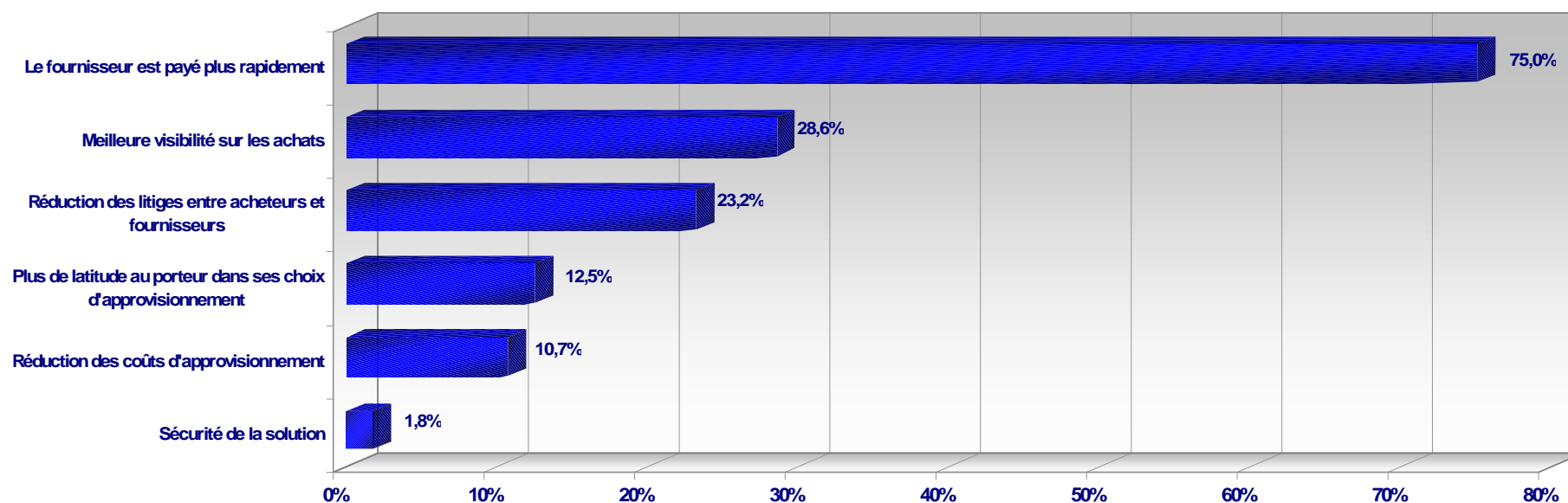
- ***La segmentation de la clientèle de l'entreprise ne constitue pas un facteur différenciant dans la connaissance de la carte d'achat par les PME.***
- ***En revanche, la dématérialisation des documents pourrait constituer un levier de progression :***

Le fait de dématérialiser certains documents par les PME et la connaissance de la carte d'achat sont liés :

- *20% des entreprises qui pratique la dématérialisation des factures selon une des formes proposées connaissent la carte d'achat (contre 14,70% pour l'ensemble de l'échantillon. En particulier, 53,8% des PME qui dématérialisent les factures sur la base d'un PDF assorti d'une signature papier ou électronique, connaissent la carte d'achat.*
- *21,1% des PME qui dématérialisent certains documents connaissent également la carte d'achat contre 16,1% pour la moyenne de l'échantillon total).*

☛ Les avantages de la carte d'achat

Le principal argument en faveur de la carte d'achat réside dans le paiement plus rapide du fournisseur pour 75% des entreprises qui la connaissent.



Libellé de la question : Selon vous, quels sont les principaux avantages de la carte d'achat ?

Base : 63 PME ayant déclaré connaître la carte d'achat (dont 0 non-réponses).

☛ Les freins identifiés au déploiement de la carte d'achat

Les PME ne connaissent pas suffisamment la carte d'achat pour l'implémenter. D'autres freins sont également cités comme la complexité de mise en œuvre et les coûts.

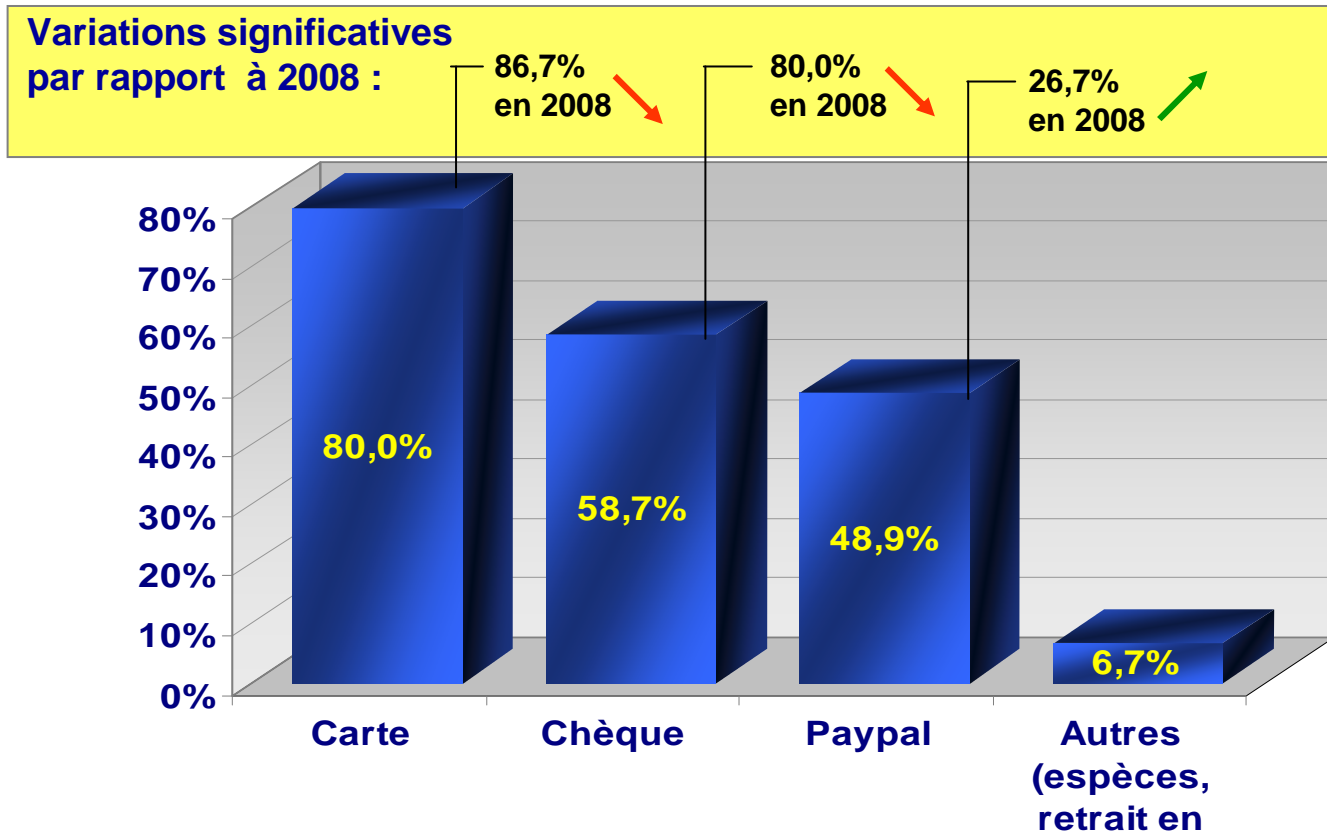
Le manque d'information, la méconnaissance, 2 entreprises estiment même que les banques ne proposent pas forcément la carte d'achat.	7
Complicé à mettre en place : la carte d'achat est plutôt Réservée aux grandes entreprises.	6
Contraintes d'ordre financier : notamment liées à l'investissement de départ. Mais les commissions sont également évoquées.	5
Les clients de l'entreprise n'utilisent pas la carte d'achat Peu d'entreprises l'utilisent.	3
Manque de confiance de la part des chefs d'entreprise / La fraude / doute sur la traçabilité	3
Il n'y a pas de frein à la mise en place de la carte achat	2
	26

Libellé de la question : Selon vous, quel est le principal frein au déploiement de la carte d'achat (réponse libre) ?

Base : 63 PME ayant déclaré connaître la carte d'achat (dont 0 non-réponses).

Les moyens de paiement proposés en ligne se modifient

Les moyens de paiement proposés de manière classique pour la vente en ligne sont la carte (80% des PME interrogées) et le chèque (58,7% des PME interrogées).

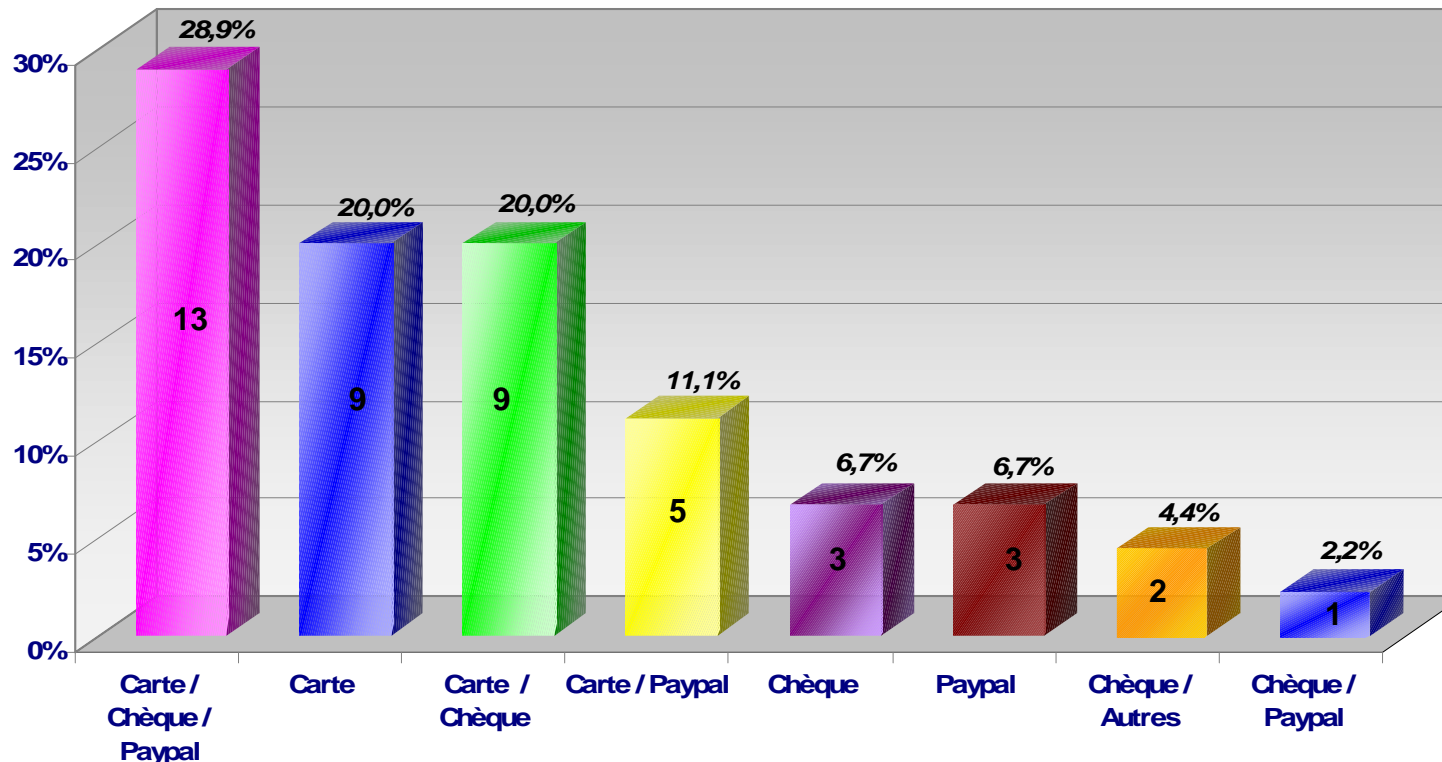


La diminution des parts de marché du chèque semble profiter d'avantage au développement de Paypal qu'à celui de la carte.

Libellé de la question : Quels modes de paiement sont proposés sur le site de votre entreprise en ligne ? (Chèque, Carte, Paypal, Autre-Préciser) – Plusieurs réponses possibles. **Base :** 46 PME ayant déclaré proposer la vente en ligne (dont 1 non-réponses)

☛ Les moyens de paiement proposés en ligne

La carte est fortement concurrencée par les instruments de paiement alternatifs.



- Parmi les entreprises qui ont un système de vente en ligne, 28,9% permettent de payer par carte, Paypal ou chèque.
- 20% des PME qui vendent en ligne n'offre que la carte comme moyen de paiement.
- Autant de PME qui vendent en ligne n'offrent que le chèque et/ou Paypal comme moyen de paiement (et pas la carte).
- Cette analyse est vraie pour l'ensemble des secteurs d'activité : il n'y a pas de différence sectorielle.

Libellé de la question : Quels modes de paiement sont proposés sur le site de vente en ligne ?

Base : 46 PME ayant déclaré proposer la vente en ligne (dont 1 non-réponses)

4. Nos constats

1er constat : Le positionnement des PME sur Internet est-il efficace ?

Les PME se positionnent essentiellement sur Internet dans le souci d'y être visibles, sans pour autant y développer des logiques de ventes. Il y a toutefois des éléments de progression possibles sur les modalités pertinentes à mettre en place pour assurer une visibilité du site : en effet 30% des PME disposant d'un site Internet ne sont pas attentives au positionnement de leur image en ligne.

Les logiques d'équipement (site Internet et vente en ligne) sont très différentes selon les secteurs d'activité.

Il semble que l'équipement en site internet par les PME atteigne une limite dans la mesure où 81% des PME qui n'en disposent pas aujourd'hui, n'ont pas l'intention de s'en doter.

2ème constat : Avec le levier Internet y a-t-il une modification des zones de confiance ?

Les PME ne perçoivent pas de progression de la commande en ligne alors qu'elles se déclarent en confiance avec ce mode de passation de commande.

Par ailleurs, elles assimilent deux domaines de responsabilités différents : la responsabilité du fournisseur dans l'acte de commande et la responsabilité de l'établissement financier.

(cf slide 26)

3ème constat : Les instruments de paiement sont-ils en profonde évolution ?

Le chèque reste l'instrument de paiement majeur utilisé par les PME, à l'achat ou à la vente.

En 2009, on constate toutefois des évolutions sur les encaissements en ligne : Si le chèque perd rapidement des parts de marché, les instruments de paiement récents comme Paypal se développent plus rapidement que les instruments de paiement plus traditionnels (la carte par exemple).

(cf side 68)

Le SEPA a par ailleurs vocation à simplifier le paiement pan-européen mais se positionne dans des calendriers éloignés : les apports concrets de ce projet sont très éloignés des préoccupations des PME, qui n'en ont (pour la plupart) jamais entendu parler.

4^{ème} constat : Y-a-t-il interaction entre dématérialisation des factures et dématérialisation des paiements ?

62,1% des PME ne le pensent pas. Cela traduit une approche de la dématérialisation par la recherche de praticité et de simplicité des relations partenariales, plus que par le souci de rationaliser les processus d'entreprise et les rendre plus efficaces.

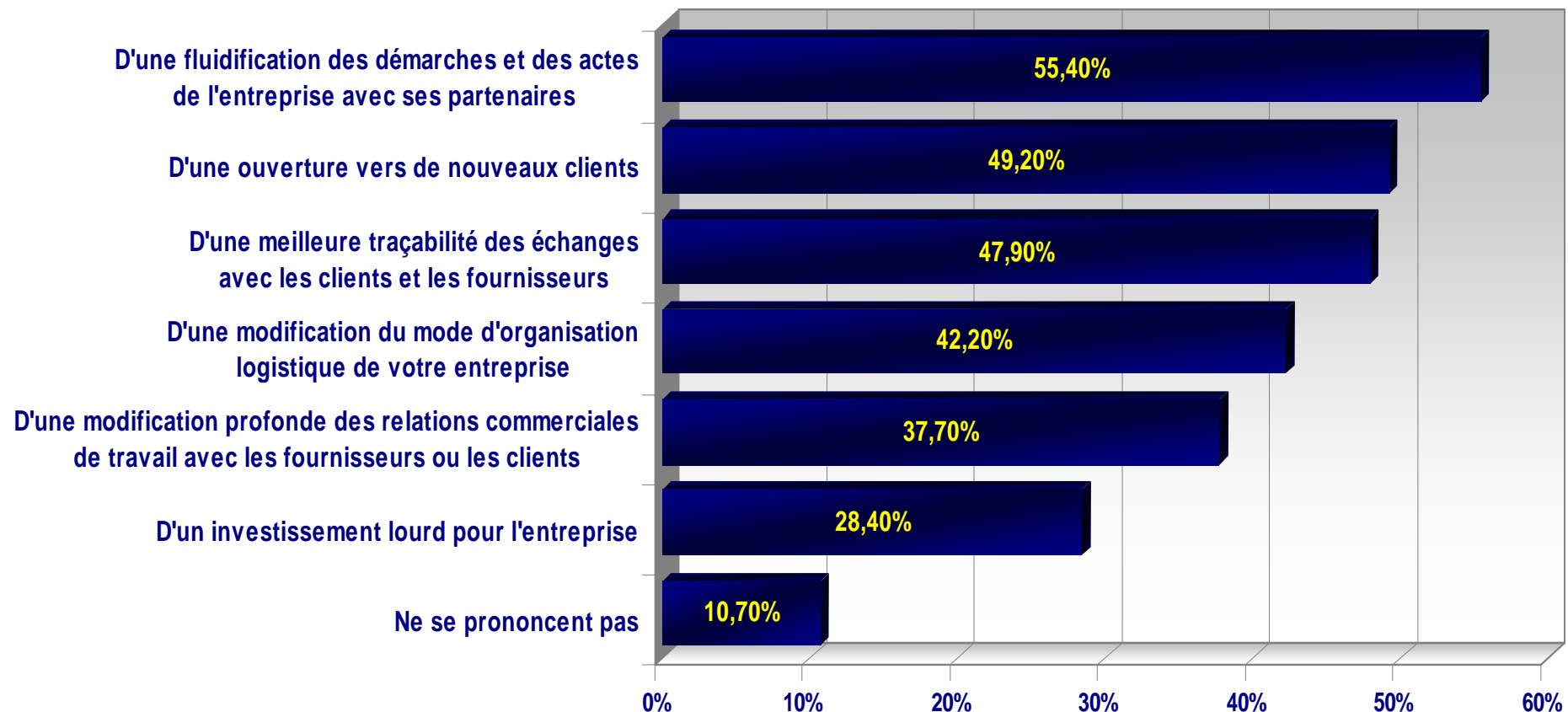
Cette analyse renforce le constat de simplicité que les PME mettent en œuvre dans la dématérialisation des factures en recourant notamment à du PDF signé et sans forcément à s'inscrire dans les modalités définies par l'Administration fiscale.

La mise en œuvre de la dématérialisation de la facture sur la base d'un document signé et mis sous PDF est économique pour les PME mais il met en cause le modèle économique de la dématérialisation et met en péril le positionnement des offreurs de solution.

5. Conclusion

L'Économie Numérique est perçue comme une opportunité de simplification.

Quelles seront les retombées opérationnelles pour les PME ?



Libellé de la question : En ce qui concerne l'évolution du numérique au sens large, pensez-vous que les outils proposés dans ce cadre vont plutôt dans le sens...(plusieurs réponses possibles) **Base** : 430 PME

PME-PMI : LA DEMATERIALISATION EN BONNE VOIE ?

L'Économie Numérique est perçue comme une opportunité de simplification mais l'analyse des PME est aussi très mitigée.

Comment concilier une politique économique en faveur de la rationalisation des processus, fondée sur des initiatives sectorielles (dématérialisation des appels d'offres par exemple) et

la familiarisation des PME avec les enjeux sous-jacents (réduction des coûts notamment) ?

Concilier les deux permettrait-il un déploiement opérationnel réussi et compris de la dématérialisation ?

L'engagement de l'APECA

- **Suivre les évolutions de la dématérialisation dans les PME** au fil du temps et permettre au marché de se développer harmonieusement
- **Alerter les pouvoirs publics pour les sensibiliser** aux décalages essentiels entre les évolutions des réglementations et les pratiques constatées sur le terrain
- **Proposer aux prestataires de dématérialisation une démarche concertée**, les invitant à se mobiliser:
 - ☛ **lettre ouverte aux pouvoirs publics** proposant des ajustements, permettant ainsi un déploiement adapté de la dématérialisation des factures
- **Apporter des éléments de clarification** sur les différents sujets évoqués : dématérialisation des process, facilitation de mise en place nouveaux outils, SEPA
- ☛ **Aller au plus près des utilisateurs, recueillir l'expression de leurs besoins est pour nous l'occasion d'organiser une concertation efficace auprès des offreurs de solutions**

PME-PMI : LA DEMATERIALISATION, EN BONNE VOIE ?

Rapport de l'étude 2009

disponible sur demande, en téléchargement, auprès de l'APECA

Prix public: 40 € TTC

Nous contacter:

APECA

(Association des Professionnels Européens de la Carte d'Achat)

15 rue de la Banque 75002 Paris

01 47 03 99 08