

# ENQUÊTE SUR LE NUMÉRIQUE USAGES ET BESOINS



## RÉSULTATS

Février - Mars 2018

  
CORREZE  
LE DÉPARTEMENT

# GRAND PUBLIC

Panel : 894 personnes

## IDENTIFICATION

### Sexe



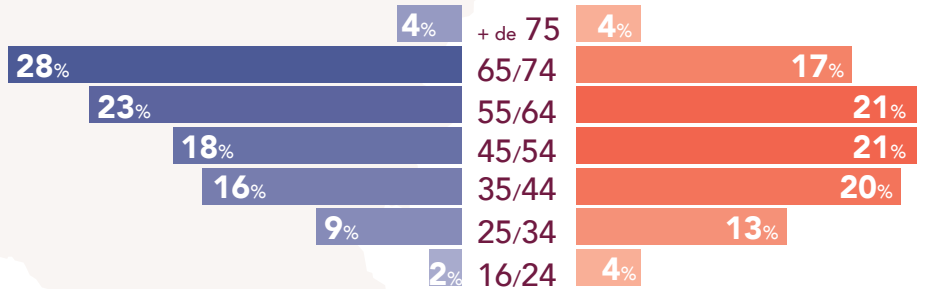
56%



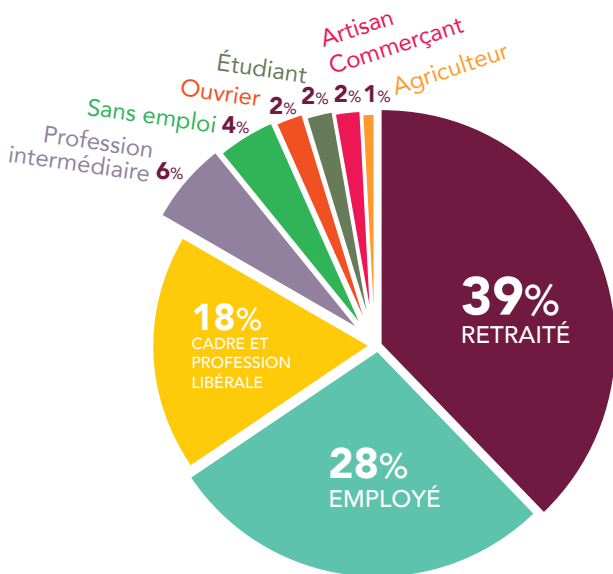
44%



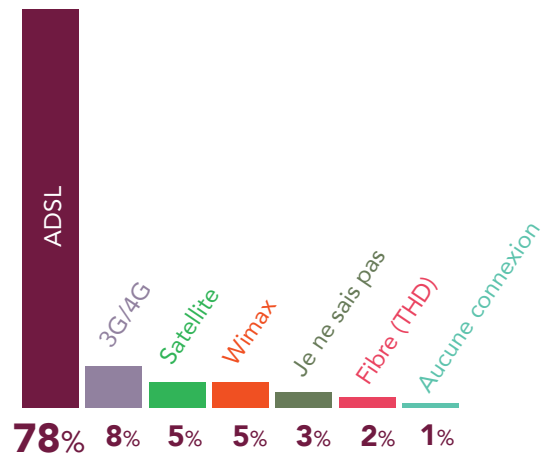
### ÂGE



### Catégories socioprofessionnelles



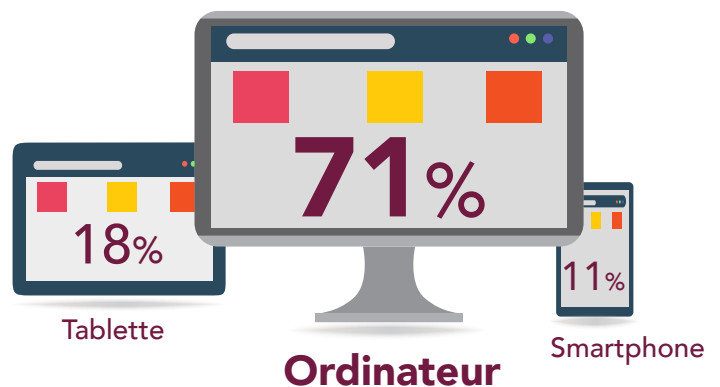
### Principal mode d'accès à internet



**78%**

des corréziens jugent que la **vitesse** de leur **connexion** est **insuffisante**

### Matériel utilisé pour se connecter



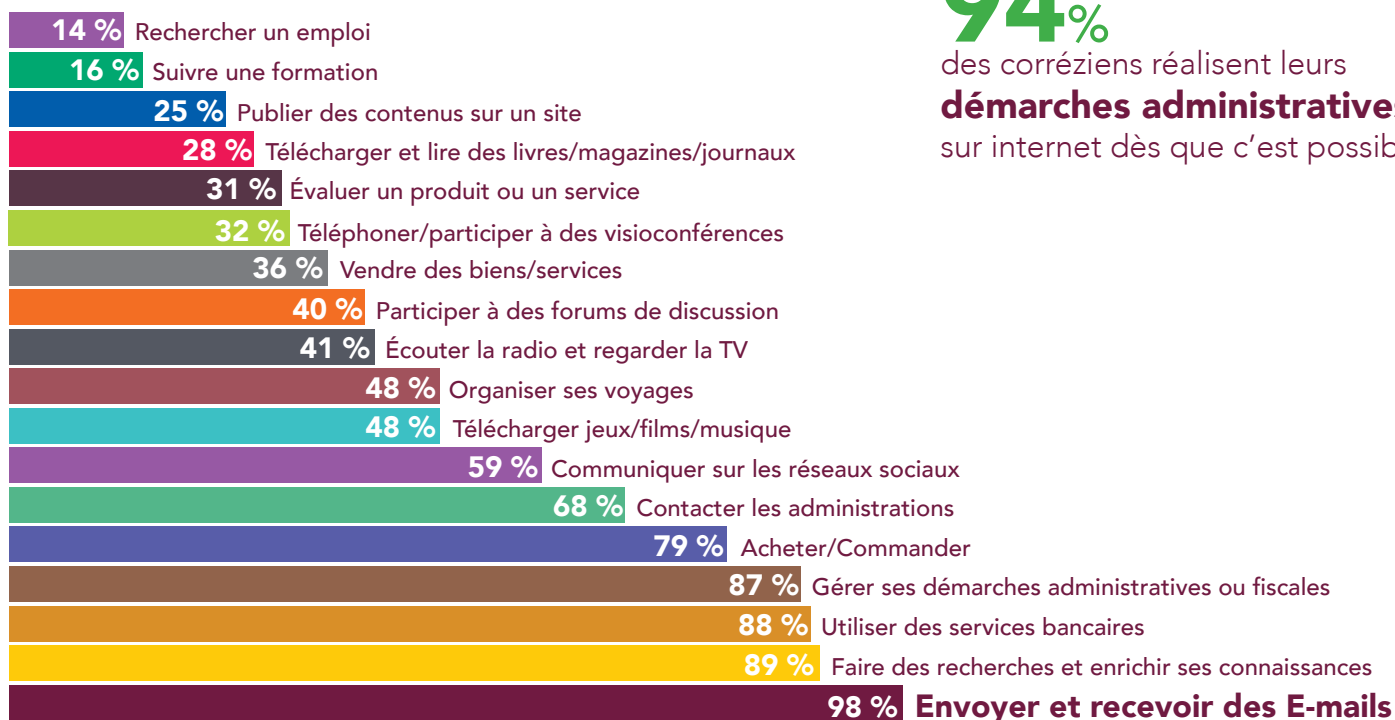
# USAGES D'INTERNET

**97%**

des corréziens **utilisent** internet **chaque jour**

Les **thèmes de recherches** sur internet concernent principalement : la préparation d'achat (73%), les loisirs (70%), les biens et services (66%).

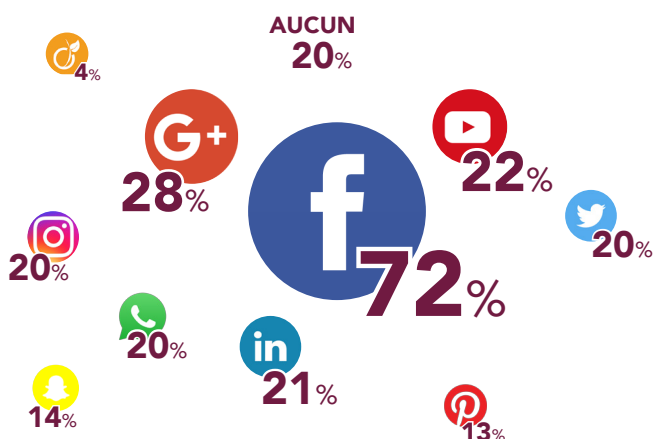
## Activités sur internet



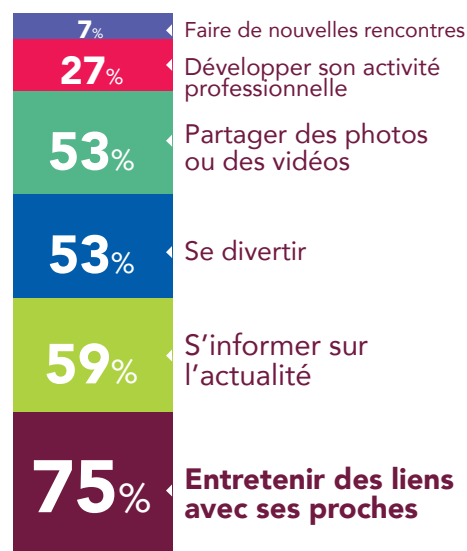
**94%**

des corréziens réalisent leurs **démarches administratives** sur internet dès que c'est possible

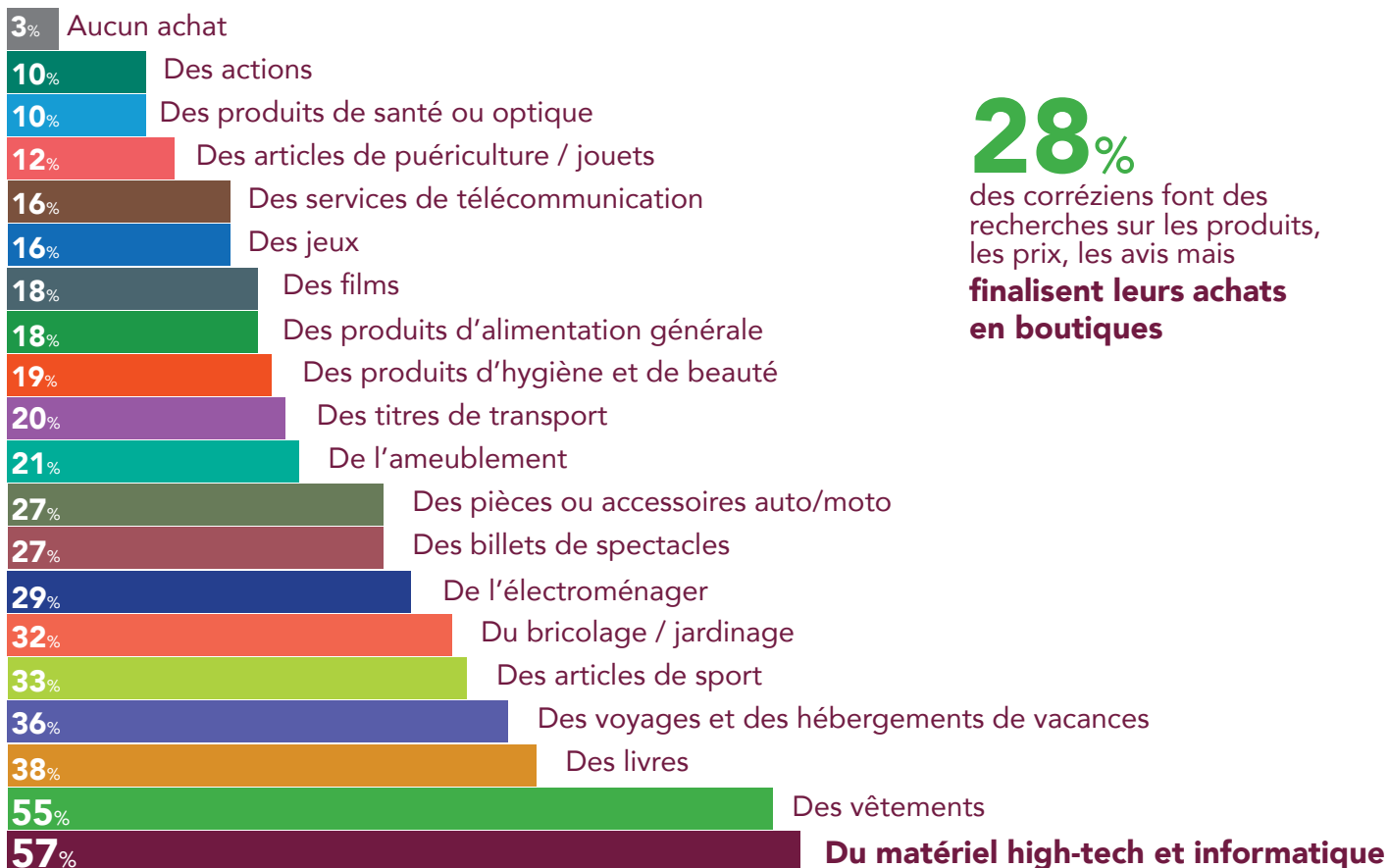
## Réseaux sociaux utilisés



## Activités sur les réseaux sociaux



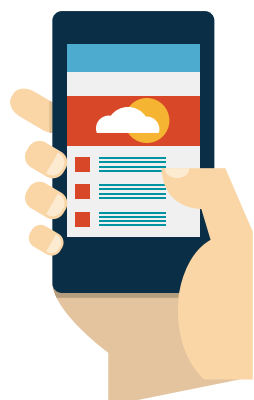
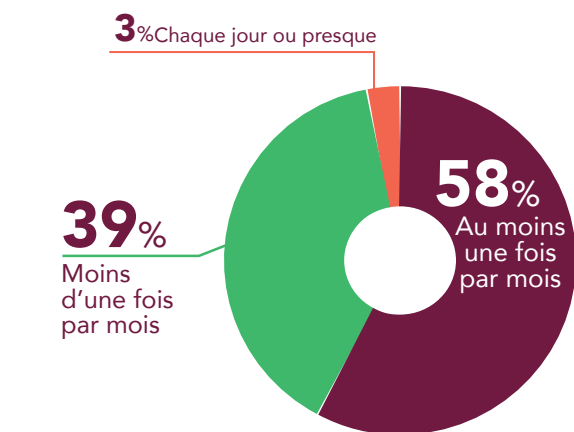
## Types d'achats effectués sur internet



**28%**

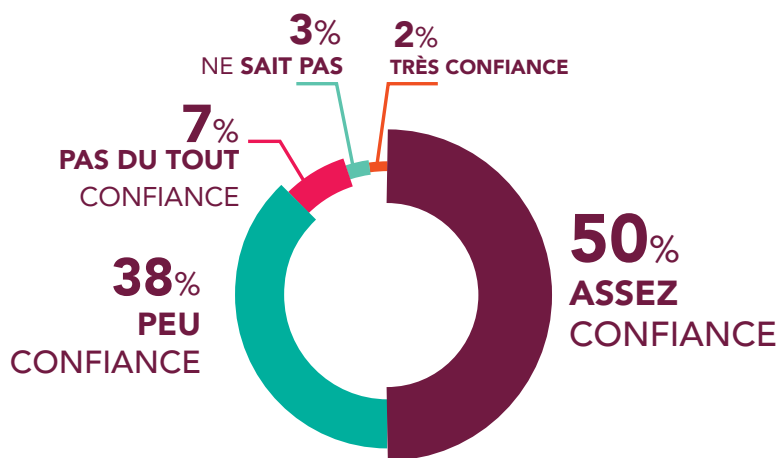
des corréziens font des recherches sur les produits, les prix, les avis mais **finalisent leurs achats en boutiques**

## Fréquence d'achat sur internet



Les **applications les plus utilisées** sur smartphone ou tablette sont la messagerie (80%), le suivi des comptes bancaires et la météo (68%)

## Confiance dans les avis des internautes



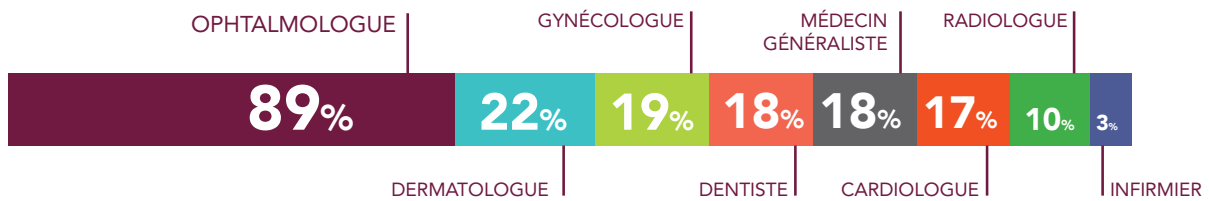
## Soins médicaux



**32%** des corréziens **accèdent difficilement aux soins médicaux**



### Professionnels difficiles d'accès

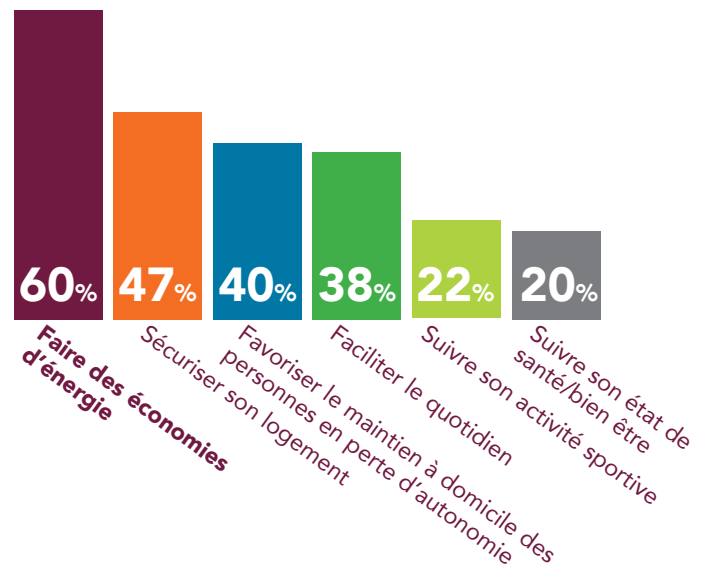


## Domotique et objets connectés : pour quels services ?

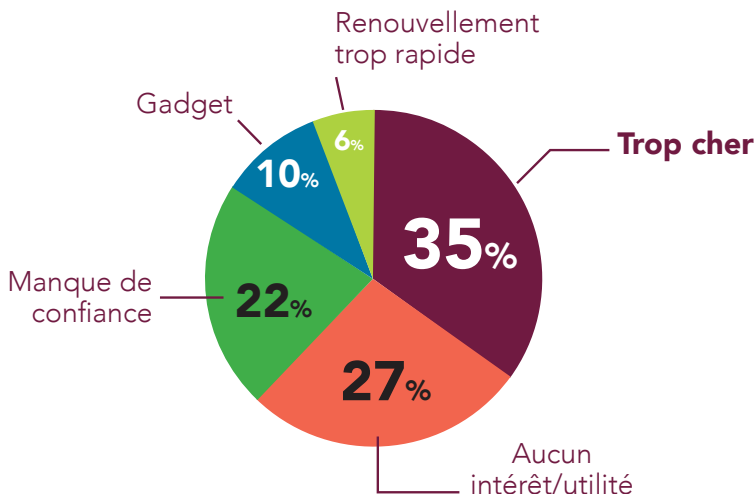
**77%** des corréziens **n'ont pas introduit la domotique dans leur quotidien**

Mais

**30%** d'entre eux **envisagent de le faire**



## Freins à l'usage de la domotique et des objets connectés



# BESOINS ET ATTENTES

## Le numérique : pour quoi faire ?



## Synthèse

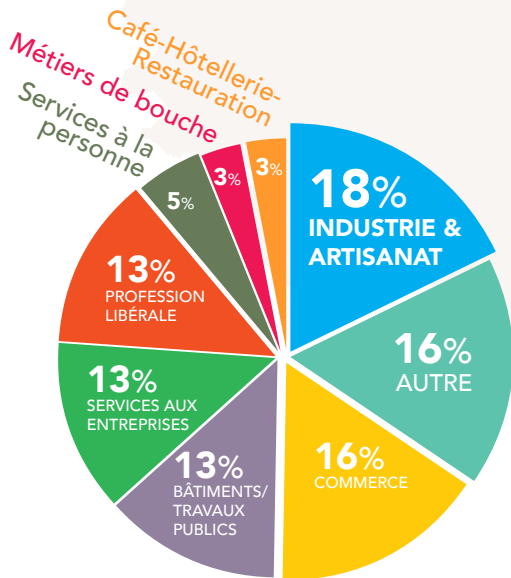
- Les corréziens utilisent quotidiennement Internet et jugent leur vitesse de connexion insuffisante.
- Ils achètent sur Internet au moins 1 fois par mois, principalement du matériel high-tech/informatique et des vêtements et ils ont confiance dans les avis des internautes.
- Ils accèdent difficilement aux soins médicaux des spécialistes comme les ophtalmologues et dermatologues .
- La domotique n'est pas encore utilisée dans les foyers mais elle est envisagée principalement pour faire des économies d'énergie ou sécuriser le logement.
- Les corréziens réalisent leurs démarches administratives en ligne dès que c'est possible et ils souhaitent que ces démarches soient facilitées.

# ENTREPRISES

Panel : 120

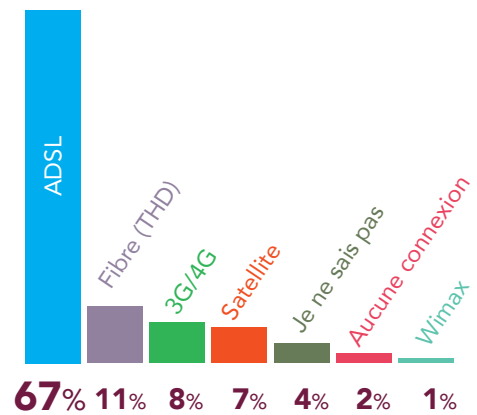
## IDENTIFICATION

### Secteurs d'activité

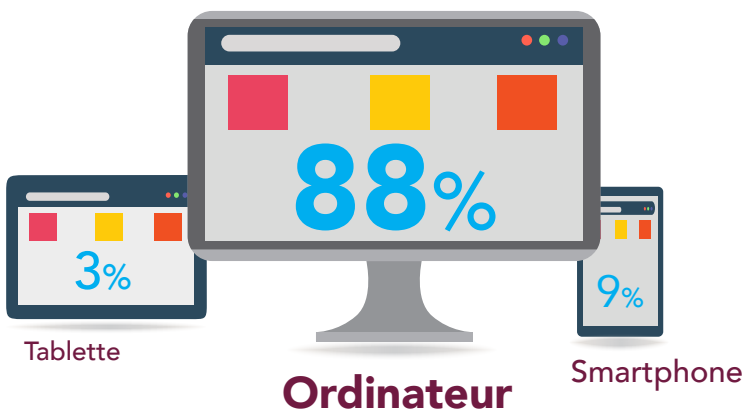


**78%**  
des entreprises répondantes  
ont **moins de 5 salariés**

### Principal mode d'accès à internet



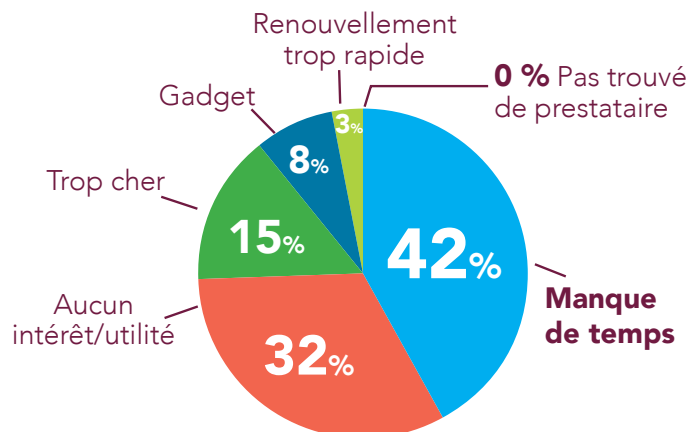
### Matériel utilisé pour se connecter



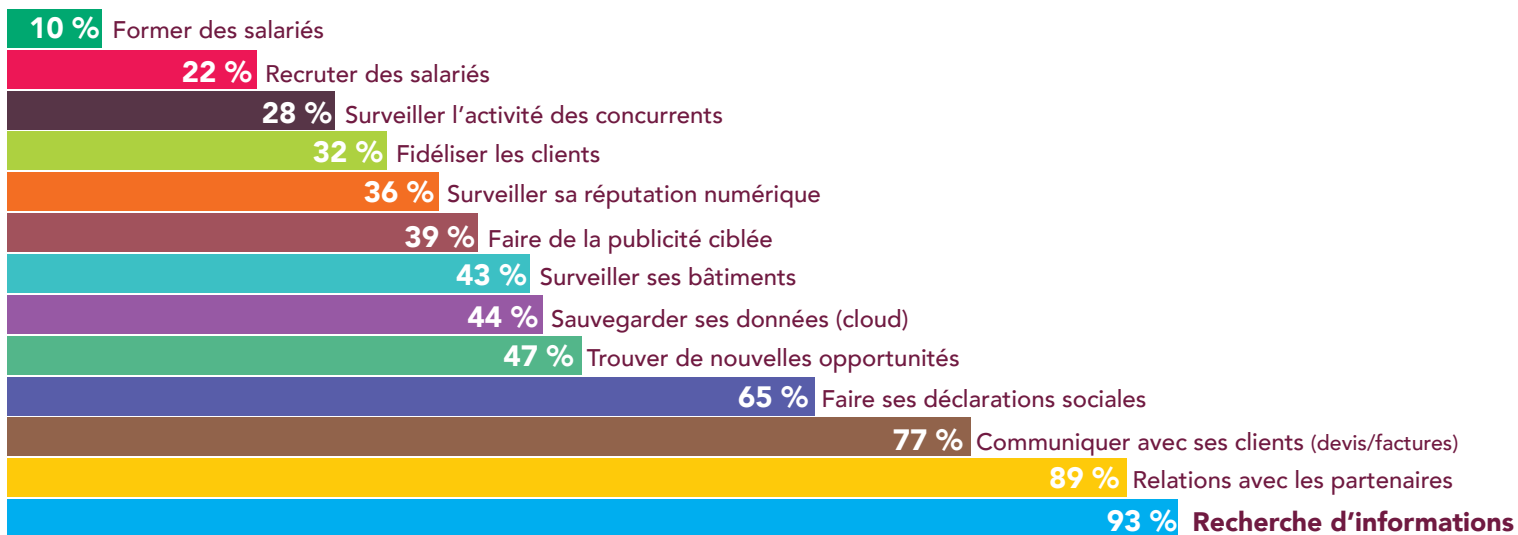
**64%**  
des entreprises jugent que la  
**vitesse** de leur **connexion**  
est **insuffisante**

**63%** et **58%**  
des entreprises ont un **site internet**  
des entreprises **analysent** les **statistiques de fréquentation** de leur site

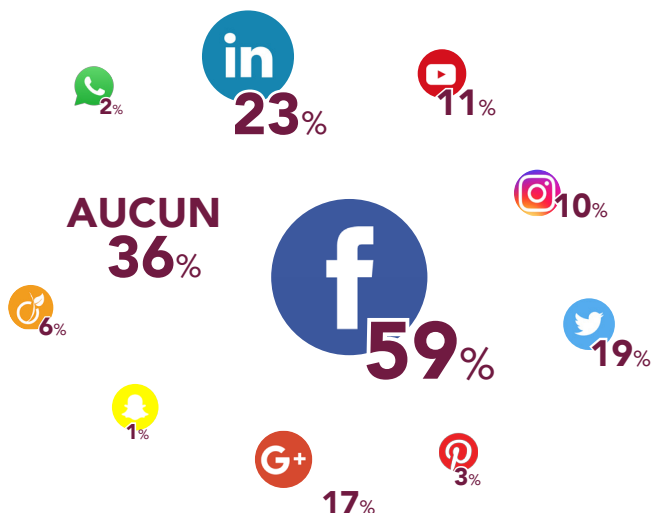
## Freins à la création d'un site web



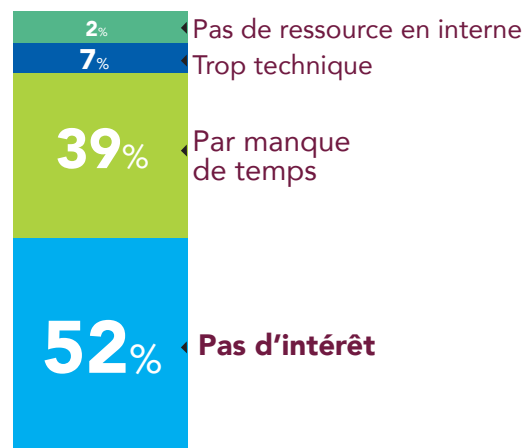
## Activités sur internet



## Réseaux sociaux utilisés



## Absence sur les réseaux sociaux : les raisons

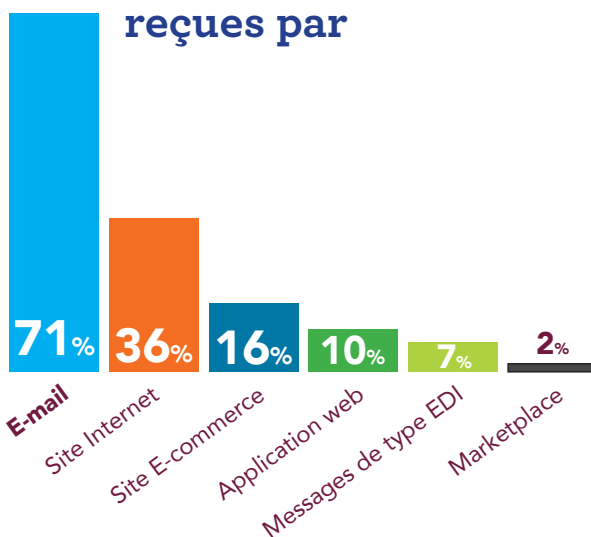




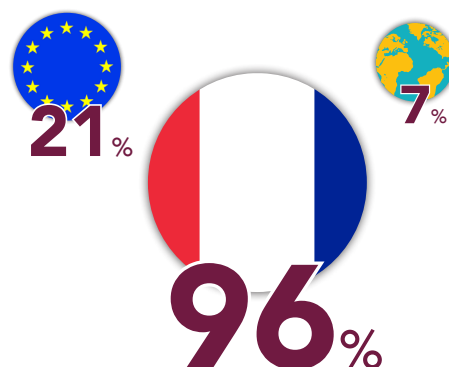
# E-COMMERCE

**71%**  
des entreprises  
**reçoivent** des  
**commandes**  
via **internet**

## Commandes reçues par



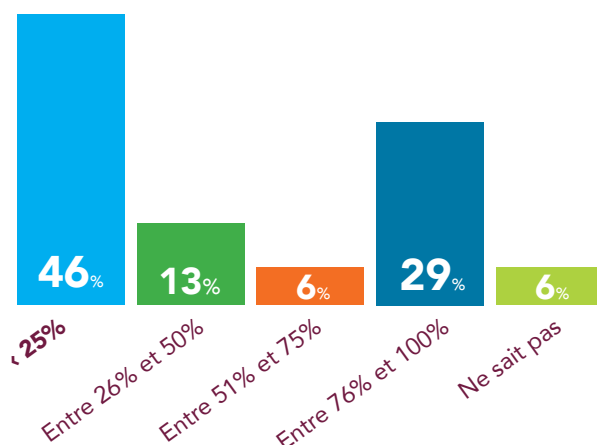
## Origine des commandes



## Publics acheteurs



## Part des ventes en ligne (en % du chiffre d'affaire)



**90%**

des entreprises **passent**  
des **commandes en ligne**



## Moyens utilisés pour commander en ligne

**9%**  
Messages de type EDI

**15%**  
Application web

**25%**  
Marketplace

**50%**  
Site E-commerce de fournisseurs

**66%**  
E-mail

**80%**  
Site Internet de fournisseurs

**61%**  
des entreprises  
**n'ont pas de politique**  
**de sécurité numérique**



## Ressources humaines

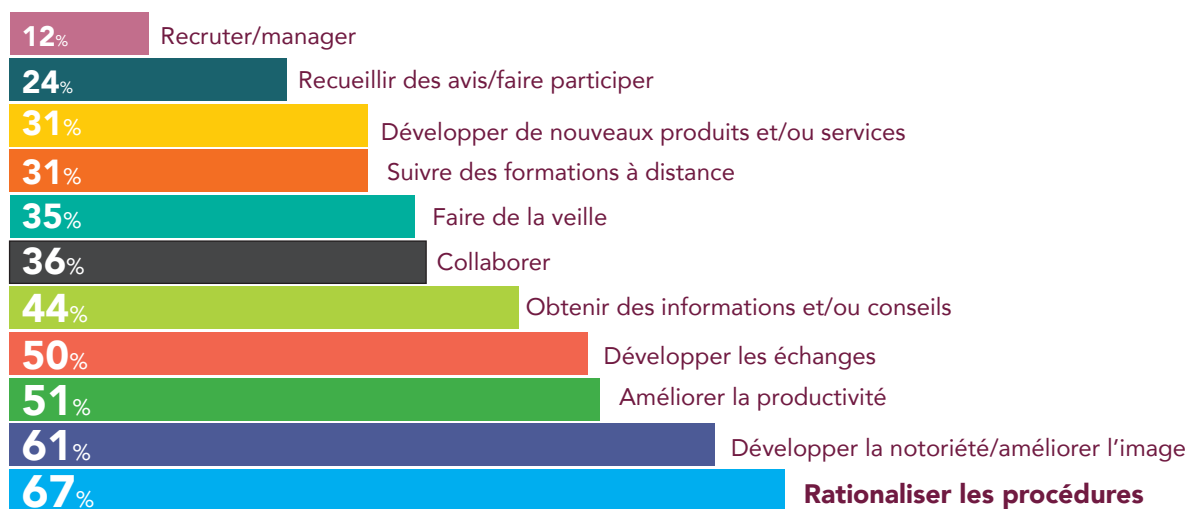
**87%**  
des entreprises **n'emploient pas de personne qualifiée** pour le numérique

**80%**  
des entreprises **n'envisagent pas de former leurs salariés** au numérique

**90%**  
des entreprises **n'envisagent pas de recruter de personnel spécialisé** dans le numérique

## BESOINS ET ATTENTES

### Le numérique : pour quoi faire ?



**55%**  
des entreprises **n'ont pas besoin d'information** sur le numérique

MAIS

**59%**  
des entreprises **souhaitent participer à des échanges** sur le numérique

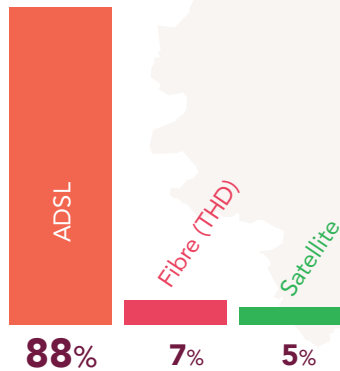
### Synthèse

- Les entreprises jugent leur vitesse de connexion insuffisante
- 1/3 des entreprises n'a aucune présence sur le web (ni site, ni réseau social)
- Les entreprises reçoivent des commandes par internet via leur e-mail provenant essentiellement de France
- Elles n'ont, pour la plupart, aucune politique de sécurité
- Elles n'emploient pas d'agent qualifié dans le numérique, n'envisagent ni de former ni de recruter
- Elles souhaitent utiliser le numérique pour rationaliser leurs procédures et développer leur notoriété

# COLLECTIVITÉS ET EPCI

Panel : 41

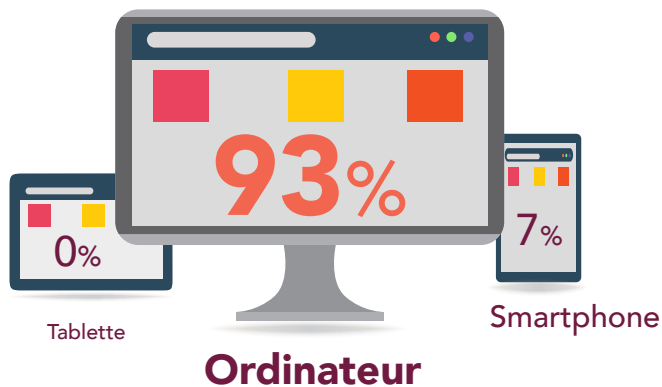
## Principal mode d'accès à internet



**53%**

des collectivités jugent que la **vitesse** de leur **connexion** est **insuffisante**

## Matériel utilisé pour se connecter



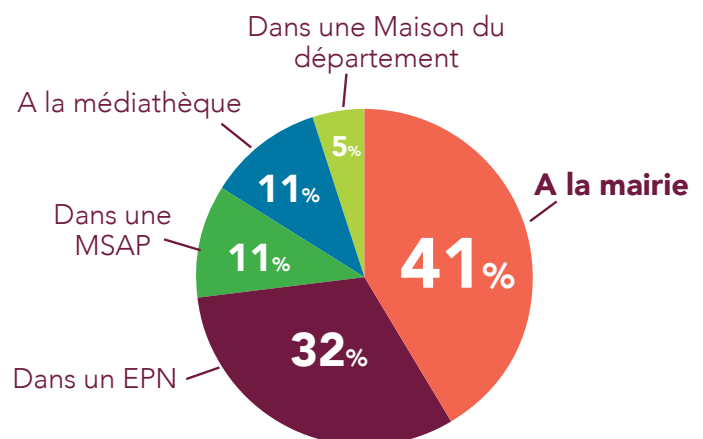
**85%**

des collectivités **n'ont pas** de **politique de sécurité numérique**

## Localisation des lieux d'accès public à internet

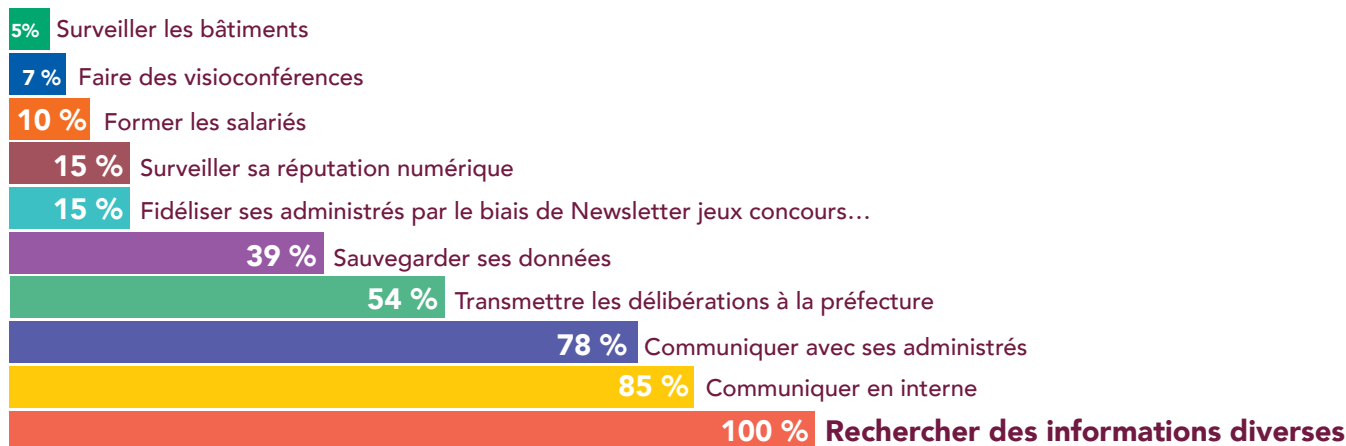
**46%**

des collectivités du panel possèdent un **lieu d'accès public à internet**



# USAGES D'INTERNET

## Activités sur internet

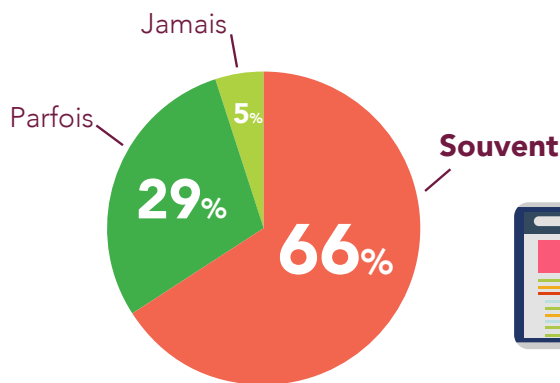


**100%**  
des collectivités **disposent**  
d'une **adresse de**  
**messagerie électronique**

MAIS

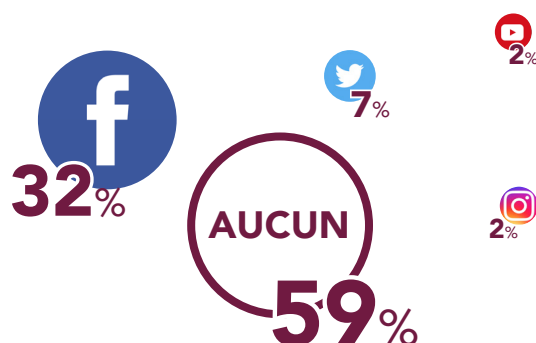
**18%**  
des collectivités **utilisent la**  
**terminaison «@mairie19.fr»**

## Fréquence des échanges via internet entre les collectivités et leurs administrés



**92%**  
de ces échanges sont **gérés**  
**par le secrétariat** qui met  
en moyenne une **journée**  
pour répondre

## Réseaux sociaux utilisés



# 71%

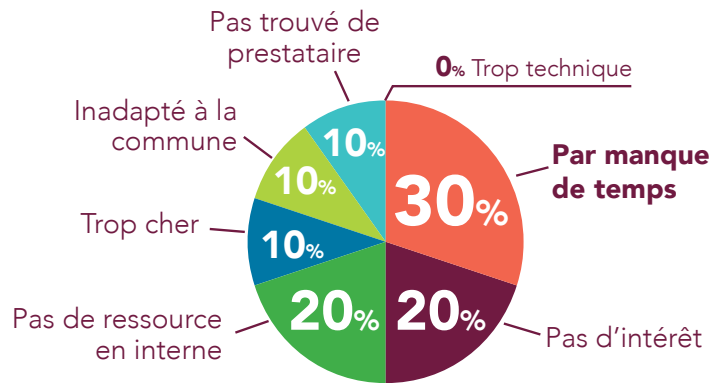
des collectivités **disposent**  
d'un **site internet**

**Mais**

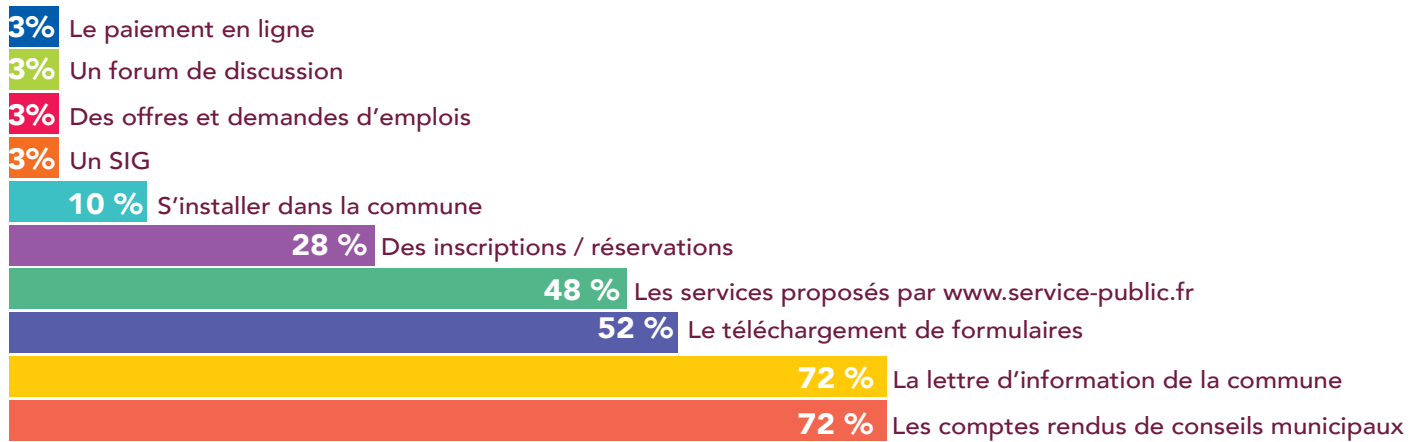
# 48%

des collectivités n'**analysent pas** les **statistiques de fréquentation** de leur site

## Frein à la création d'un site internet



## Informations et services en ligne proposés aux administrés



## Ressources humaines

# 74%

des collectivités  
**n'envisagent pas de former leurs agents**  
au **numérique**

# 88%

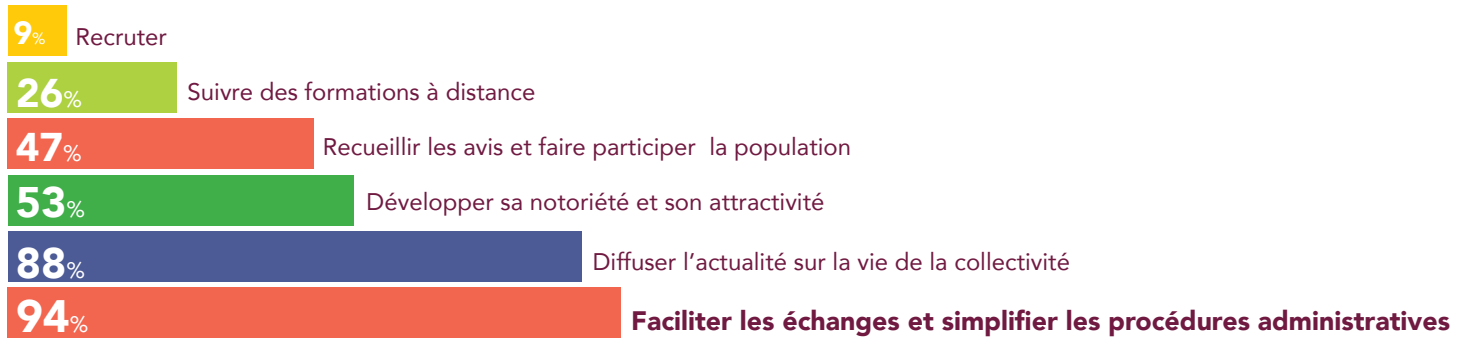
des collectivités  
**n'emploient pas de personne qualifiée**  
dans le numérique

# Aucune

collectivité **envisage de recruter du personnel spécialisé**  
dans le numérique

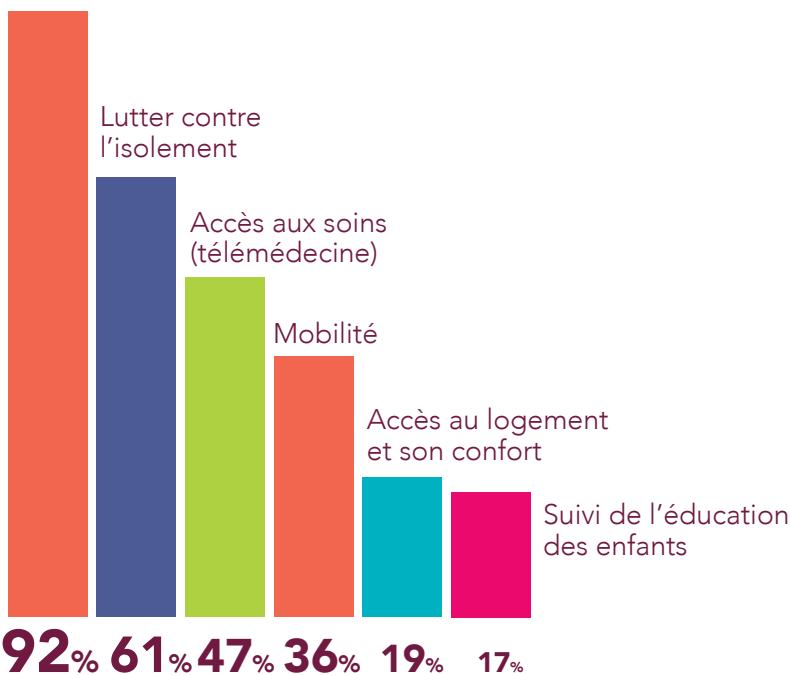
# BESOINS ET ATTENTES

## Le numérique : pour quoi faire ?



## Services à développer pour faciliter la vie quotidienne des administrés

### Démarches administratives



**55%**  
des collectivités **ont besoin d'information sur le numérique**

et

**49%**  
des collectivités **souhaitent participer à des échanges sur le numérique**

## Synthèse

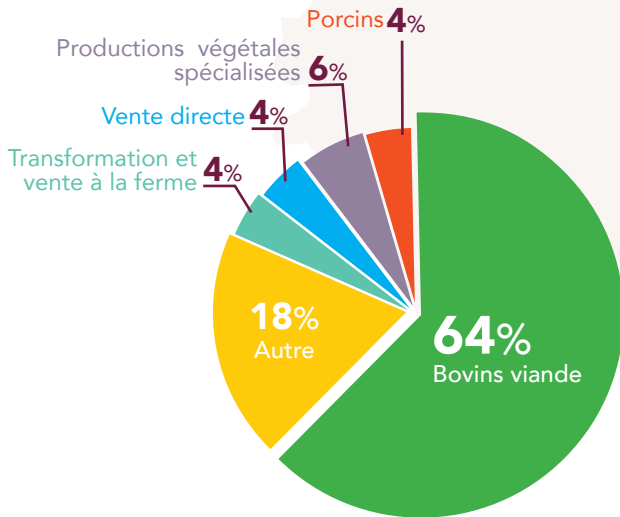
- La moitié des collectivités qui ont participé à l'enquête juge leur vitesse de connexion insuffisante
- Les collectivités n'ont pas de politique de sécurité numérique
- Les collectivités disposent toutes d'une adresse e-mail mais très peu utilisent le nom de domaine « @mairie19.fr »
- De nombreuses collectivités disposent d'un site Internet mais très peu sont visibles sur les réseaux sociaux et près de la moitié n'analyse pas les statistiques de fréquentation
- Les principaux services mis en ligne pour les administrés sont les comptes rendus des conseils municipaux et les lettres d'information de la commune
- Les collectivités souhaitent développer et faciliter les procédures administratives

# AGRICULTEURS

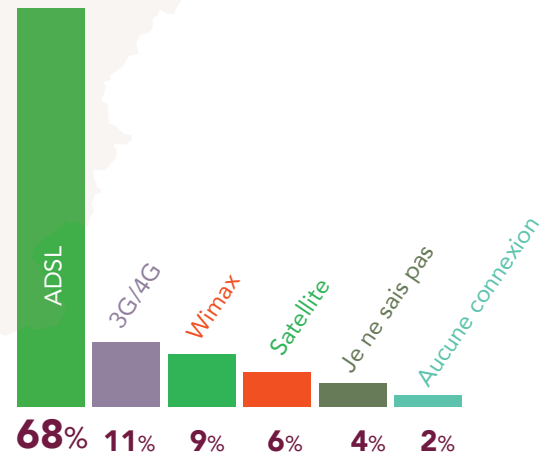
Panel :52

## IDENTIFICATION

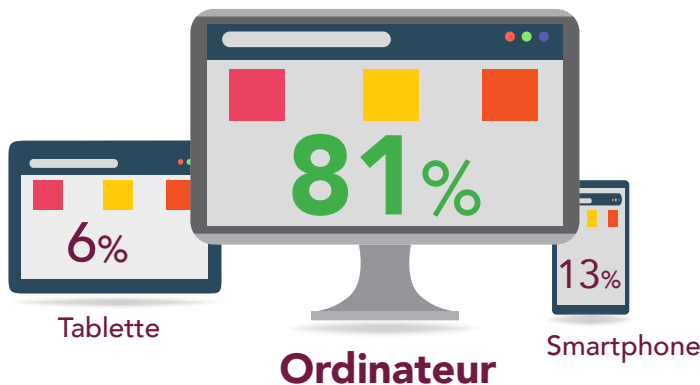
### Secteurs d'activité



### Principal mode d'accès à internet



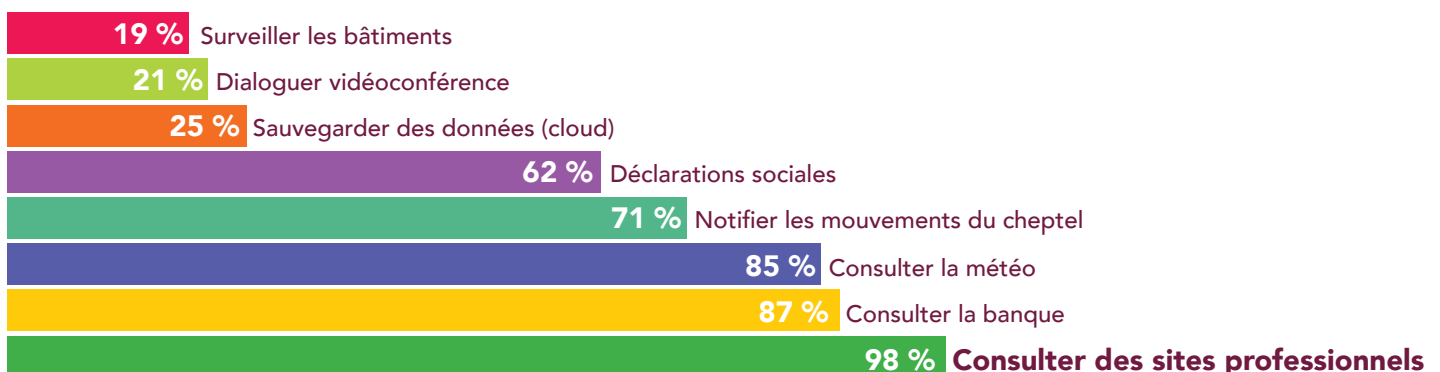
### Matériel utilisé pour se connecter



**87%**  
des agriculteurs corréziens  
jugent que la **vitesse** de leur  
**connexion** est **insuffisante**

## USAGES D'INTERNET

### Activités sur internet



## Présence sur internet



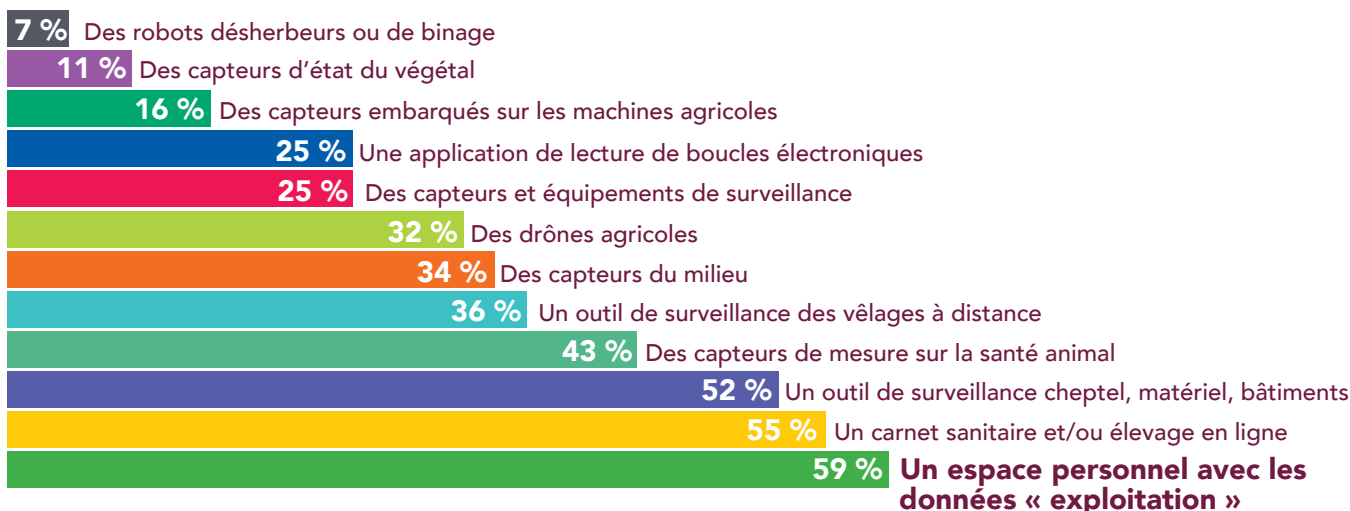
**88%**  
des agriculteurs **n'ont pas**  
de **site internet par**  
**manque de temps**

**81%**  
des agriculteurs **passent** des **commandes**  
sur **internet** via le site de leurs fournisseurs.

## Réseaux sociaux utilisés



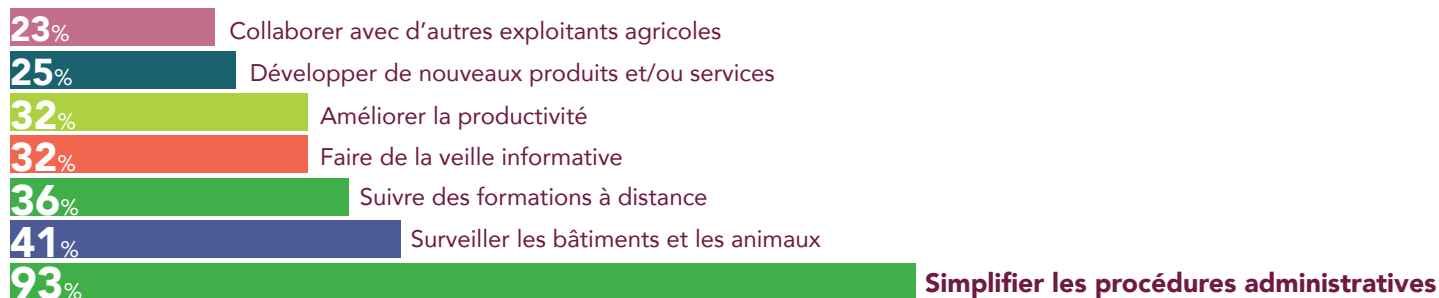
## Outils et services pour lesquels les agriculteurs ont le plus d'intérêt





# BESOINS ET ATTENTES

## Le numérique : pour quoi faire ?



**96%**  
des agriculteurs **n'ont pas fait appel à un professionnel** pour les aider dans leur projet numérique

**40%**  
des agriculteurs **ont besoin d'information sur le numérique et souhaitent participer à des échanges**

## Synthèse

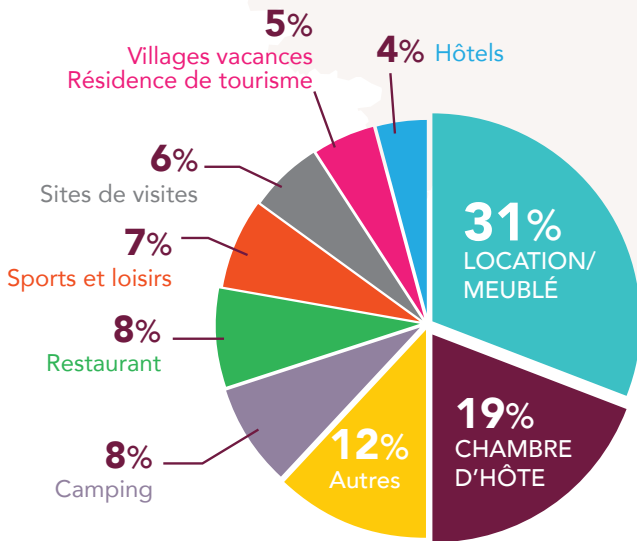
- Les agriculteurs jugent leur vitesse de connexion insuffisante ; ils utilisent plus que les autres publics les connexions en 3G/4G
- Les outils et services qui intéressent le plus les agriculteurs sont : un espace personnel avec les données de leur exploitation et un carnet sanitaire et/ou d'élevage en ligne
- La principale attente des agriculteurs, dans le domaine du numérique, est la simplification des procédures administratives

# PROFESSIONNELS DU TOURISME

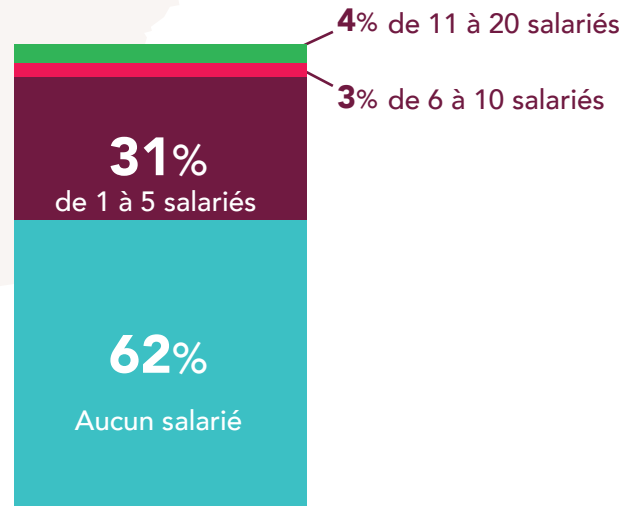
Panel : 233

## IDENTIFICATION

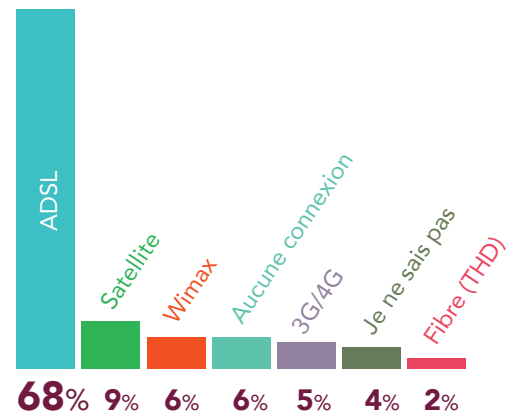
### Secteurs d'activité



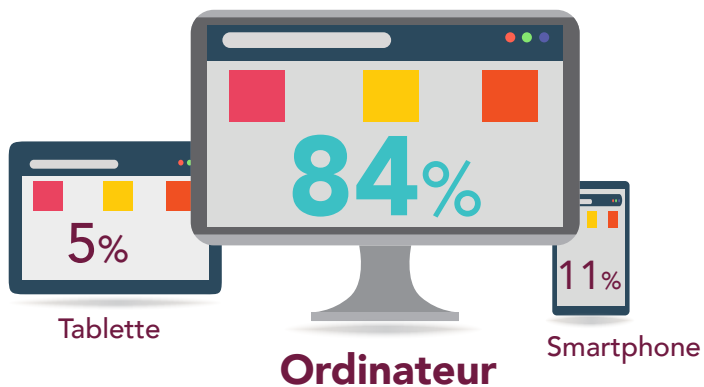
### Répartition du nombre des salariés



### Principal mode d'accès à internet



### Matériel utilisé pour se connecter



**70%** des professionnels du tourisme jugent que la **vitesse** de leur **connexion** est **insuffisante**

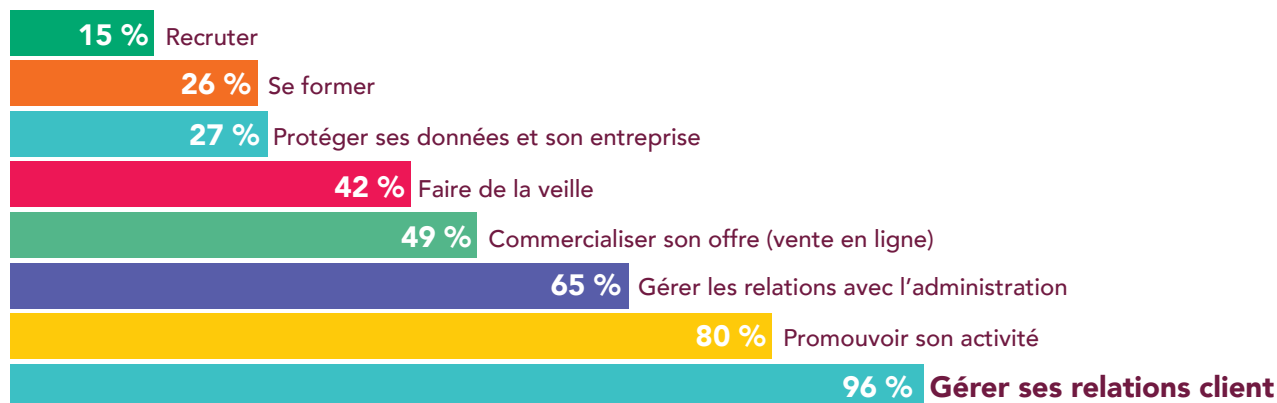
## 71%

des professionnels du tourisme n'ont pas d'**adresse e-mail personnalisée**

## 72%

des professionnels du tourisme **répondent** en **quelques heures** à une **demande client par e-mail**

## Activités sur internet



## Site web

## 21%

des professionnels du tourisme **n'ont pas de site internet** car ils considèrent que **c'est trop cher**

## 42%

**des sites internet** des professionnels du tourisme ne **sont mis à jour qu'une fois par an**

## 59%

**des sites internet** des professionnels du tourisme permettent une **consultation mobile via smartphone ou tablette**

## 26%

des professionnels du tourisme **n'analysent jamais** les **statistiques de fréquentation** de leur site

## 58%

des professionnels du tourisme ne proposent pas le **paiement** de la **réservation en ligne**

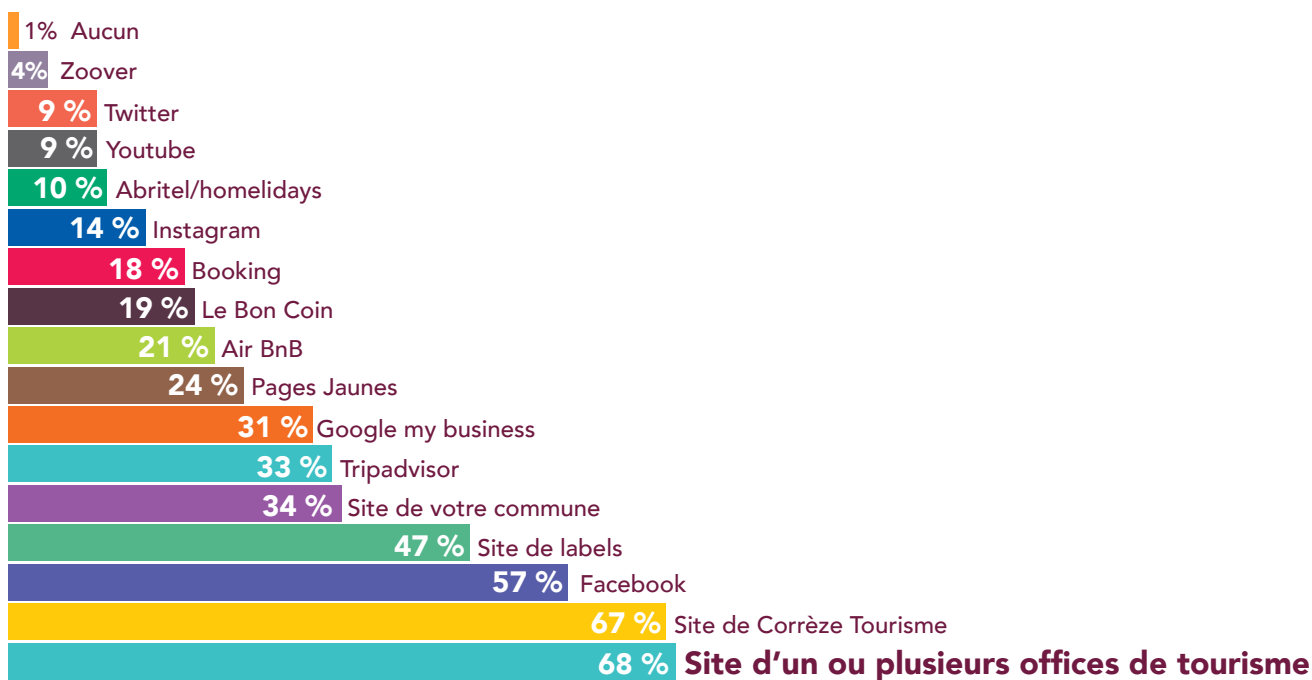
## 73%

des professionnels du tourisme prennent régulièrement **connaissance des avis clients** les concernant sur internet

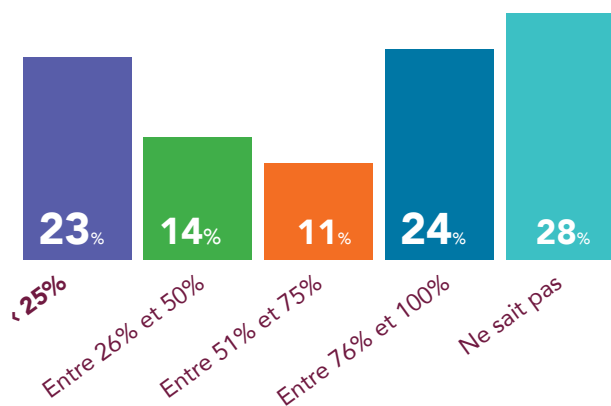
## 63%

des professionnels du tourisme incitent leurs clients à **laisser** leurs **commentaires** sur les sites d'avis et **y répondent**

## Sites internet et réseaux sociaux utilisés par les professionnels du tourisme



## Part des ventes en ligne (en % du chiffre d'affaire)



**69%**

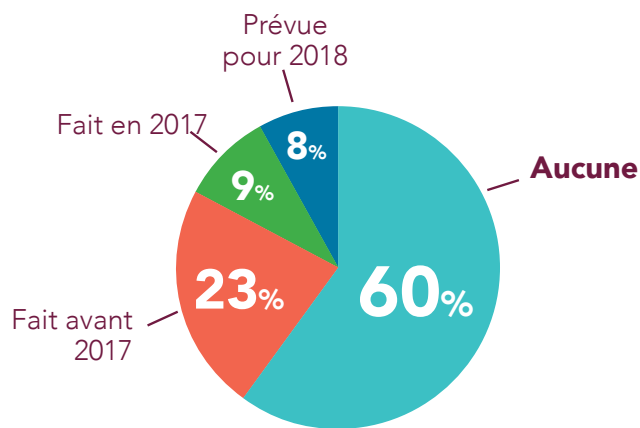
des professionnels du tourisme proposent **gratuitement** un **accès Wifi** à leurs clients

**MAIS**

**62%**

des professionnels du tourisme ne **connaissent pas** la **réglementation** relative à la mise à disposition du Wifi à la clientèle

## Formation numérique suivie ou envisagée

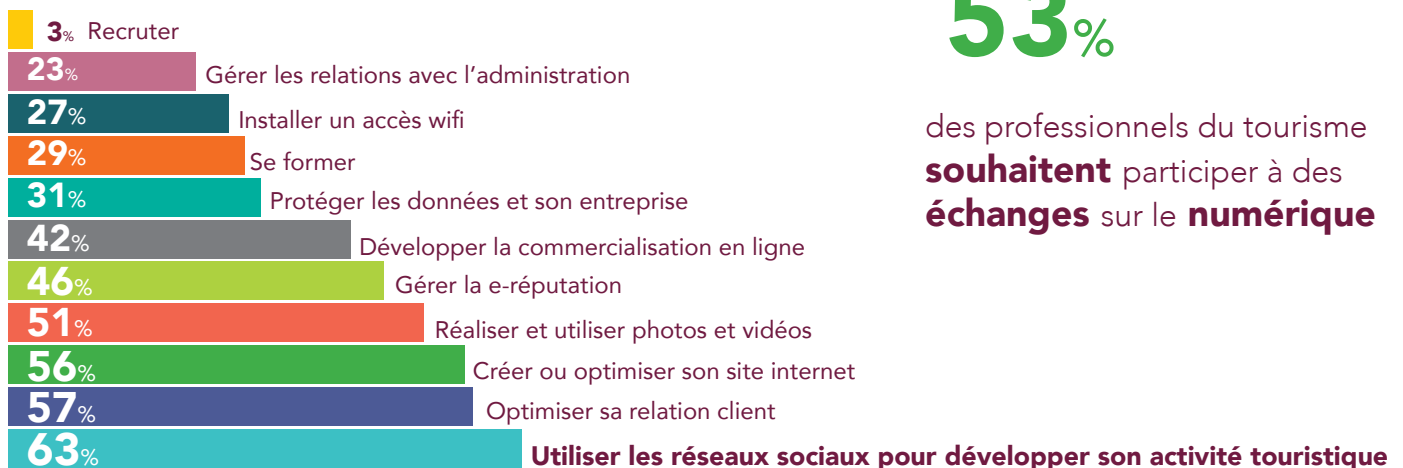


**2%**

des professionnels du tourisme ont **recruté du personnel** ayant des **compétences** dans le numérique

## BESOINS ET ATTENTES

### Le numérique : pour quoi faire ?



**53%**

des professionnels du tourisme **souhaitent** participer à des **échanges** sur le **numérique**

### Synthèse

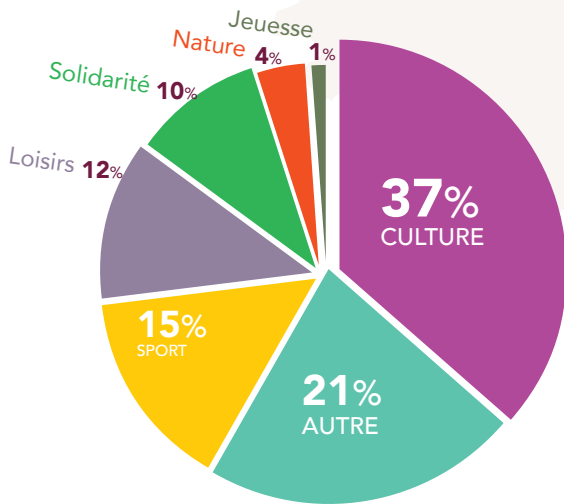
- Les professionnels du tourisme jugent leur vitesse de connexion insuffisante
- Les professionnels utilisent Internet pour gérer leur relation client et promouvoir leur activité
- Ils sont réactifs en répondant aux e-mails des clients en quelques heures
- Ils n'emploient pas de personnel spécialisé dans le numérique et pour plus de la moitié d'entre eux, n'envisage pas de suivre de formation dans ce domaine
- Ils sont présents sur les sites des offices de tourisme mais peu sur le site de leur commune
- Ils proposent de plus en plus un accès wi-fi à leurs clients mais méconnaissent la réglementation
- Plus d'1/3 des professionnels ne met à jour son site web qu'une fois par an
- Près des 2/3 d'entre eux ne proposent pas le paiement de la réservation en ligne
- La principale attente des professionnels du tourisme, dans le domaine du numérique, est de savoir utiliser les réseaux sociaux pour développer son activité touristique

# ASSOCIATIONS

Panel : 83

## IDENTIFICATION

### Secteurs d'activité

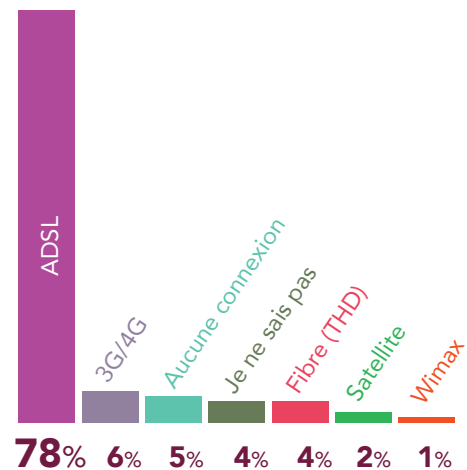
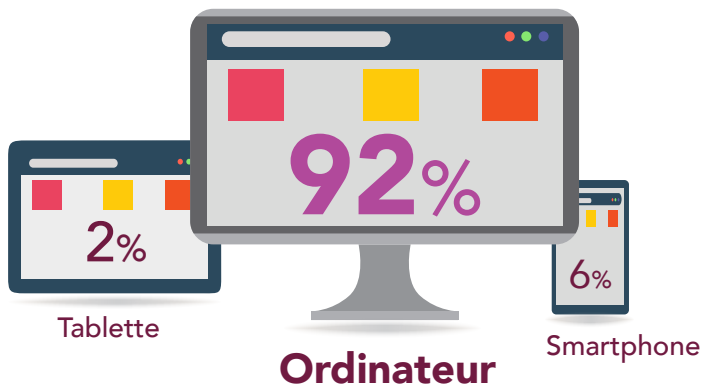


**68%** des associations **n'ont pas de salarié**

**88%** des associations **ont moins de 50 bénévoles**

### Principal mode d'accès à internet

### Matériel utilisé pour se connecter

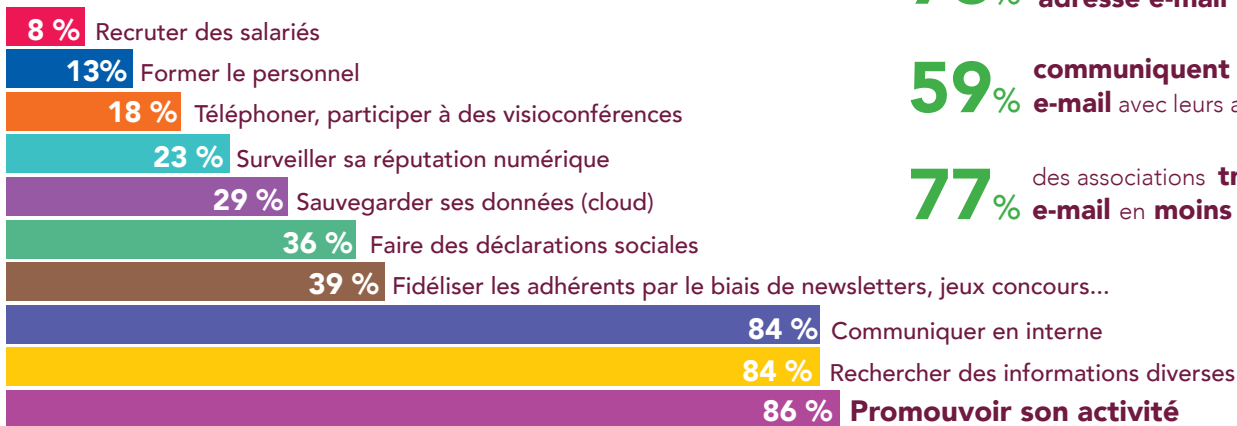


**56%**

des associations jugent que la **vitesse** de leur **connexion** est **insuffisante**

# USAGES D'INTERNET

## Activités sur internet



**78%** des associations utilisent une **adresse e-mail**

**59%** **communiquent souvent** par **e-mail** avec leurs adhérents

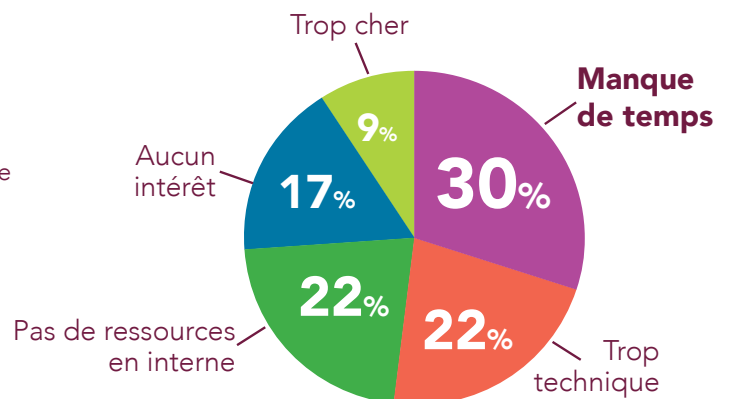
**77%** des associations **traitent** leurs **e-mail** en **moins** d'une **journée**

## Freins à la création d'un site web

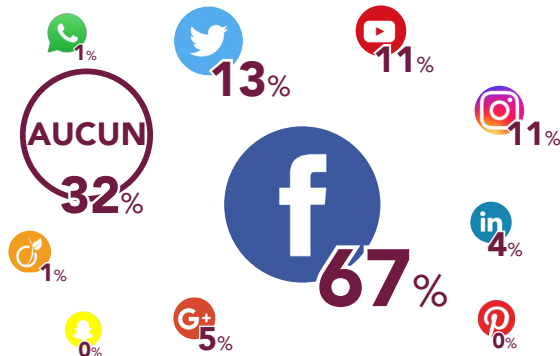
**35%** des associations **n'ont pas de site internet**

ET

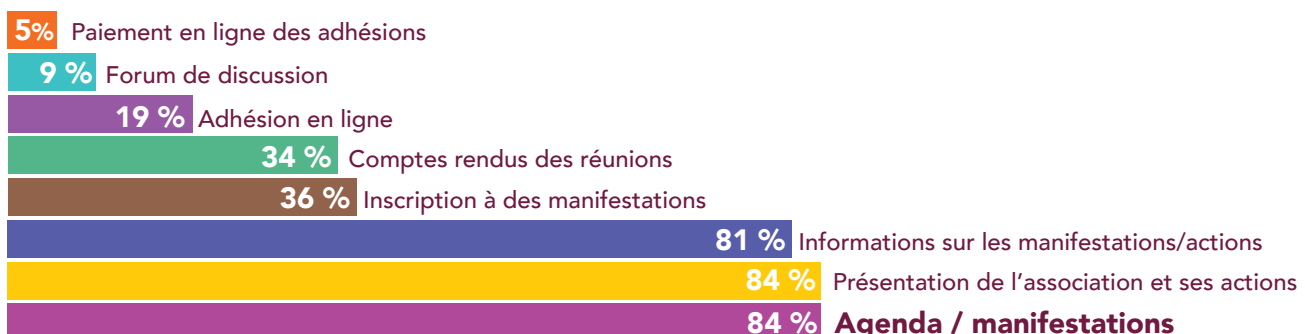
**54%** des associations **n'analysent jamais** les **statistiques de fréquentation** de leur site



## Réseaux sociaux utilisés



## Informations et services proposés sur les sites internet



# BESOINS ET ATTENTES

## Le numérique : pour quoi faire ?



**63%**

des associations **ont besoin d'informations et conseils** sur le **numérique**

**68%**

des associations **souhaitent** participer à des **échanges** sur le **numérique**

## Synthèse

- Les associations jugent leur vitesse de connexion insuffisante
- La plupart des associations utilisent le numérique pour promouvoir leur activité mais elles restent assez nombreuses à ne pas avoir leur propre site internet
- Les associations qui possèdent un site internet présentent l'association et fournissent l'agenda de leurs manifestations
- Les principales attentes des associations en terme de numérique sont de développer les échanges et d'améliorer leur notoriété ; elles souhaitent participer à des échanges sur le numérique