



BAROMÈTRE 2020 de maturité numérique des entreprises wallonnes



Agence
du Numérique

digital
wallonia
.be

TABLE DES MATIÈRES

0. Avant-propos	4
1. Modèle et méthodologie du baromètre entreprises 2020	6
Modèle de maturité numérique de l'AdN	6
Univers et particularités de l'étude	11
Marchés cibles des entreprises wallonnes	12
Enquête complémentaire post confinement	16
2. Les patrons wallons face à la digitalisation	20
Qui sont les patrons wallons ?	21
Perception de la transformation numérique par les chefs d'entreprise	24
Facteurs influençant la perception de la transformation numérique	24
Etat d'avancement de la digitalisation de l'entreprise du point de vue du dirigeant	26
Corrélation entre perception de la transformation numérique et innovation	29
Les "convaincus du numérique"	31
3. Infrastructures numériques des entreprises	34
Terminaux fixes et mobiles	35
Logiciels et Cloud Computing	37
Technologies avancées et industrie du futur	44
La sécurité informatique	49

4. Nouveaux modes d'organisation du travail induits par le numérique	52
Travail à distance	53
Les technologies numériques permettant le travail à distance	53
Outils numériques du travail à distance	55
Outils numériques collaboratifs	57
Collaboration à distance et management	60
Formation des collaborateurs	61
5. Digitalisation des flux d'information et des processus métiers	62
Intégration et traitement des données	63
Finances et comptabilité	67
Traitement des commandes	68
e-Administration	72
Numérisation des processus de travail	72
Numérisation de la gestion des produits	74
Leviers pour la numérisation des entreprises	75
Freins pour la numérisation des processus de travail	75
6. Digitalisation de la stratégie commerciale	78
Site web	79
Vente en ligne (e-commerce)	86
7. DigiScore 2020 : maturité numérique des entreprises wallonnes	92
Introduction	92
DigiScore de maturité numérique des entreprises wallonnes	93
Analyse du DigiScore des entreprises	94
8. Chiffres clés du baromètre 2020 et conclusion de l'AdN	98
Les patrons wallons face à la digitalisation	99
Indicateurs clés pour l'axe 1 : Infrastructure technologique	100
Indicateurs clés pour l'axe 2 : Gestion des ressources humaines	102
Indicateurs clés pour l'axe 3 : Digitalisation des processus métiers	103
Indicateurs clés pour l'axe 4 : Digitalisation de la stratégie commerciale	104
DigiScore de maturité numérique des entreprises wallonnes	105
Conclusion et recommandations	106



AVANT-PROPOS

Le baromètre de maturité numérique des entreprises wallonnes réalisé tous les 2 ans par l'Agence du Numérique est un outil majeur d'intelligence territoriale. Il permet d'évaluer la situation et l'évolution de nos entreprises par rapport à la transformation numérique et, sur cette base, d'identifier les actions à mener pour répondre de manière optimale aux besoins de celles-ci en la matière.

L'édition 2020 de ce baromètre est marquante à plus d'un titre.

Tout d'abord, sa publication intervient au moment où la crise du Coronavirus percuté de plein fouet les entreprises. Elle montre combien leur niveau de maturité numérique est déterminant dans leur capacité à maintenir et à développer leurs activités. Elle souligne également l'importance de disposer d'un baromètre pour identifier de manière régulière les forces et les faiblesses de nos entreprises dans ce domaine.

Outre les indicateurs classiques de maturité numérique mesurés en février, l'AdN a procédé en juin 2020 à une seconde collecte de données auprès des entreprises. Celle-ci a permis de dégager les premières tendances liées à l'influence de la crise sanitaire. Quelles décisions ont été prises ? Quels investissements en matière d'usages et d'équipements numériques ont été décidés ? Ces résultats ont été intégrés au baromètre.

Ensuite, l'AdN a pour la première fois interrogé les patrons wallons sur leur perception des enjeux de la transformation numérique pour leur entreprise. Les baromètres précédents ont montré le rôle central des dirigeants d'entreprise dans ce domaine. L'édition 2020 apporte un éclairage inédit particulièrement intéressant sur ce sujet.

Enfin, l'AdN propose dorénavant à toutes les entreprises de mesurer gratuitement en ligne leur DigiScore, c'est-à-dire leur "score" de maturité numérique suivant les 4 axes du modèle qu'elle a développé : l'infrastructure IT, les ressources humaines, la digitalisation des processus et la stratégie commerciale (digitalwallonia.be/digiscore).

DigiScore offre une comparaison immédiate du score individuel de l'entreprise avec l'ensemble des entreprises wallonnes mais aussi avec les entreprises présentant les mêmes caractéristiques (taille, secteur, export, mono/Multisite, localisation, ...). Des recommandations et des ressources complètent le DigiScore pour passer à l'action. Un outil destiné à évaluer les compétences numériques de base des travailleurs, développé en partenariat avec le Forem, est également disponible.

DigiScore est l'outil de référence pour l'évaluation et le suivi des entreprises dans leur trajectoire de transformation numérique, objectif majeur de la stratégie Digital Wallonia.

Il complète ainsi les services de la plateforme digitalwallonia.be à destination des entreprises, des acteurs de développement économique et des fédérations professionnelles.

Benoit Hucq
Directeur général de l'Agence du Numérique

MODÈLE ET MÉTHODOLOGIE DU BAROMÈTRE ENTREPRISES 2020

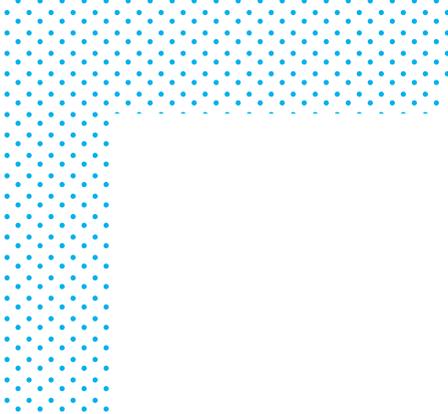


Modèle de maturité numérique de l'AdN

Il existe différents modèles de transformation numérique des entreprises. Certains se déclinent pour l'entreprise dans son ensemble (modèles globaux). D'autres s'appliquent à un ou des "processus métiers" (marketing, gestion des ressources humaines, approvisionnement, IT, ...).

Ces deux types de modèles peuvent être utilisés de manière complémentaire dans certains cas. Les outils d'analyse de la maturité numérique basés sur ces modèles sont destinés à des secteurs bien spécifiques tels que l'industrie à l'image du *Digiscan** d'Agoria. Ils mettent l'accent sur l'implémentation de logiciels pour interconnecter le back et le front office via un ERP, SCM, CRM, etc. D'autres modèles sont davantage destinés aux secteurs des services et peuvent être qualifiés de "customer centric" car le marketing et la donnée constituent la voie royale pour transformer l'entreprise en "digital business".

* <https://www.agoria-digiscan.be/?lang=fr>



CES INDICATEURS SONT DE QUATRE TYPES :

Dans tous les cas de figure, ces modèles s'appliquent essentiellement à des entreprises de taille conséquente, généralement au moins 50 travailleurs. Ils s'adaptent donc difficilement au tissu économique wallon composé à 94% d'entreprises employant moins de 5 travailleurs.

C'est pourquoi l'Agence du Numérique a développé et mis en œuvre un modèle intégrant les indicateurs essentiels qui permettent de mesurer la maturité numérique d'une entreprise, quels que soient sa taille et son secteur.

Pour l'édition 2020 du baromètre de maturité numérique des entreprises wallonnes, plus de 100 indicateurs de maturité numérique ont été pris en compte.

- 1 La présence de technologies numériques au sein des entreprises;
- 2 L'usage de ces technologies numériques ainsi que la profondeur et la complexité de ces usages;
- 3 L'implication des travailleurs à tous les niveaux de l'entreprise dans la démarche de transformation numérique avec un accompagnement au maintien des compétences de la force de travail;
- 4 L'intégration des usages du numérique dans une stratégie globale d'entreprise, notamment dans le cadre de la stratégie commerciale afin d'offrir de nouveaux services à valeur ajoutée, voire réformer le business model tout entier.



Avant tout, il est utile de rappeler la définition de la transformation numérique proposée par l'AdN : la transformation numérique d'une entreprise est l'utilisation des technologies numériques à tous ses niveaux de fonctionnement, dans le cadre d'une stratégie globale formalisée pour la rendre plus performante, plus agile, plus durable, plus intégrée à ses écosystèmes et totalement orientée vers la satisfaction de ses clients.

Les modèles de transformation numérique décrits dans la littérature adressent des objectifs stratégiques qui ne peuvent être mesurés tels quels par une enquête quantitative comme le présent baromètre.

Heureusement, ces objectifs stratégiques se déclinent en décisions opérationnelles plus facilement observables : présence d'équipements IT, usages des technologies pour automatiser les processus métiers, adoption de nouveaux modes de communication et d'organisation dans le cadre d'un environnement de travail digitalisé, développement d'une stratégie commerciale digitale, etc.

C'est au travers de l'observation de ces multiples indicateurs que le modèle de l'AdN permet d'évaluer le niveau de maturité numérique d'une entreprise.

CE MODÈLE EST ORGANISÉ SELON 4 AXES REGROUPEANT 100 INDICATEURS :

● AXE 1

Infrastructure technologique (IT)

Cet axe mesure l'adoption des technologies numériques par l'entreprise : équipements réseaux, hardware et software, ainsi que leurs interconnexions. On parle alors de système informatique, d'architecture informatique ou encore de réseau informatique. Ces équipements impliquent une mise en œuvre, une maintenance et une sécurisation qui garantiront un usage optimal des services et des données aux collaborateurs et aux partenaires de l'entreprise. Cette infrastructure comprend notamment les ressources suivantes :

- Ordinateurs fixes ou portables et leurs périphériques;
- Terminaux mobiles (smartphones ou tablettes) et leurs périphériques;
- Logiciels sur les serveurs de l'entreprise et/ou dans le Cloud;
- Connexion à Internet;
- Réseau informatique;
- Site web;
- Robots et objets connectés;
- Etc.

● AXE 2

Gestion des ressources humaines

Cet axe s'intéresse aux nouveaux modes d'organisation du travail et de communication internes dans le cadre de la "digital workplace". Les indicateurs concernés indiquent l'évolution de la culture d'entreprise vers plus d'agilité. Cet environnement de travail digital implique de repenser la gestion des ressources humaines. Celle-ci est constituée par l'ensemble des pratiques mises en œuvre pour administrer, mobiliser et développer les compétences des travailleurs de l'organisation. Parmi les indicateurs retenus, on trouve notamment les domaines suivants :

- Implication de la direction et des managers dans tous les projets de transformation numérique;
- Implication des travailleurs concernés par les changements induits par le digital;
- Usages des outils numériques de collaboration (agendas partagés, Teams, Dropbox, etc.);

- Adoption du travail à distance;
- Répercussions du travail à distance et des outils numériques collaboratifs sur le management du capital humain;
- Mise à disposition par l'employeur d'équipements technologiques qui peuvent être utilisés en dehors de l'entreprise tels que les smartphones professionnels, les ordinateurs portables, la prise en charge de la connexion à Internet du domicile, etc.;
- Formation continue des travailleurs à l'usage des outils numériques;
- Recours à l'e-learning;
- Sensibilisation/formation aux bonnes pratiques de sécurité informatique.

● AXE 3

Digitalisation des processus métiers

Ceux-ci permettent de mesurer l'automatisation des tâches tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que les liaisons entre le back et le front office. Cette automatisation est source d'agilité par rapport à la production et à l'environnement entrepreneurial. Concrètement, l'objectif est d'automatiser des actions par l'usage de machines, de logiciels et de robots de manière à réduire ou à optimiser l'intervention humaine dans l'exécution des tâches. Cet axe comprend notamment les indicateurs suivants :

- Logiciels métiers (spécialement développés pour les besoins de l'entreprise);
- Utilisation des logiciels génériques en mode SaaS;
- Logiciels de gestion : ERP (Enterprise Resource Planner), SCM (Supply Chain Manager), CRM (Customer Relationship Manager), ...;

- Technologies avancées : Blockchain, Intelligence Artificielle (IA), Big Data, ...;
- Sécurité informatique by design, c'est-à-dire tenir compte de la sécurité et de l'intégrité des données dès la conception des applications;
- Intégration et analyse des données;
- Interconnexion informatisée avec d'autres entreprises (VPN, Extranet, EDI, ...);
- Facturation électronique.

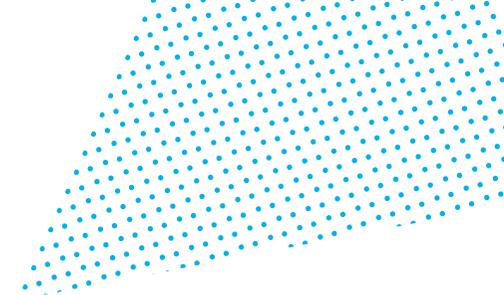
● AXE 4

Digitalisation de la stratégie commerciale

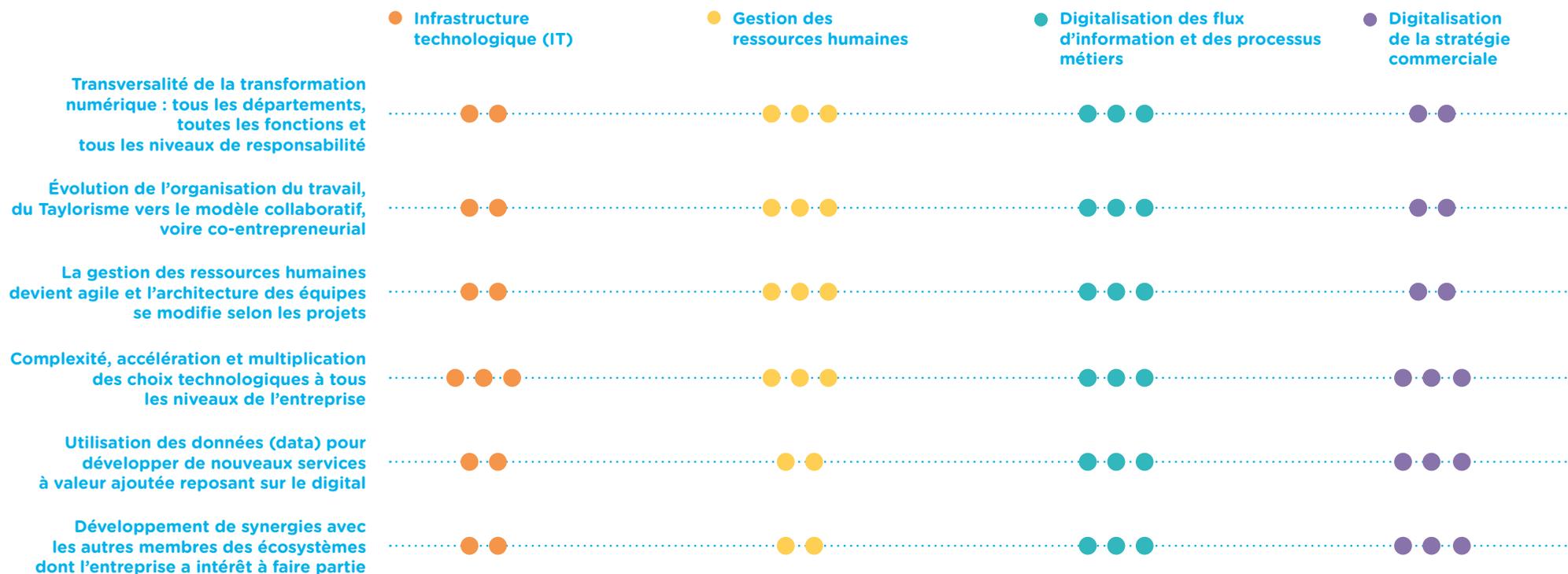
Celle-ci montre le degré d'utilisation des canaux numériques pour développer le business de l'entreprise, en ce compris l'intégration du numérique au sein même des produits et services. Elle inclut le marketing digital qui est l'usage de technologies numériques pour mettre en œuvre la stratégie commerciale avec en point de mire un idéal "d'entreprise algorithmique autonome", telle que Gartner la définissait en 2017, c'est-à-dire une entreprise au centre du maillage digital qui réussit à tirer parti du potentiel infini d'innovation du numérique pour se réinventer. Ce type d'entreprises se caractérise par une grande agilité et de fortes interactions avec de multiples écosystèmes qui créent de la valeur et de nouveaux gisements d'affaires. Le marketing digital recouvre essentiellement les applications marketing liées à l'Internet «traditionnel», mais également celles liées aux téléphones mobiles, tablettes, GPS et autres applications et objets connectés. Le marketing mobile (sites mobiles + applications mobiles) y prend une place de plus en plus importante. Cet axe couvre notamment les indicateurs suivants :

- Présence d'un site web ;
- Référencement naturel et payant du site ;
- Fréquence de mise à jour ;
- Age du site dans sa forme actuelle ;
- Fonctionnalités présentes sur le site (simulation, devis, site web; commande, avis clients, etc.) ;
- Analyse des performances des sites (web analytics) ;
- Marketing digital ;
- Marketing mobile ;
- Présence sur des plateformes de vente (sectorielles éventuellement).
- Etc.

Ces 4 axes d'analyse correspondent aux principaux objectifs stratégiques que l'AdN a identifiés dans la littérature relative aux modèles de transformation numérique des entreprises.



Objectifs stratégiques poursuivis dans le cadre de la transformation numérique



Le nombre d'étoiles traduit l'intensité avec laquelle un axe d'analyse est impacté par un objectif stratégique lié à la digitalisation de l'entreprise

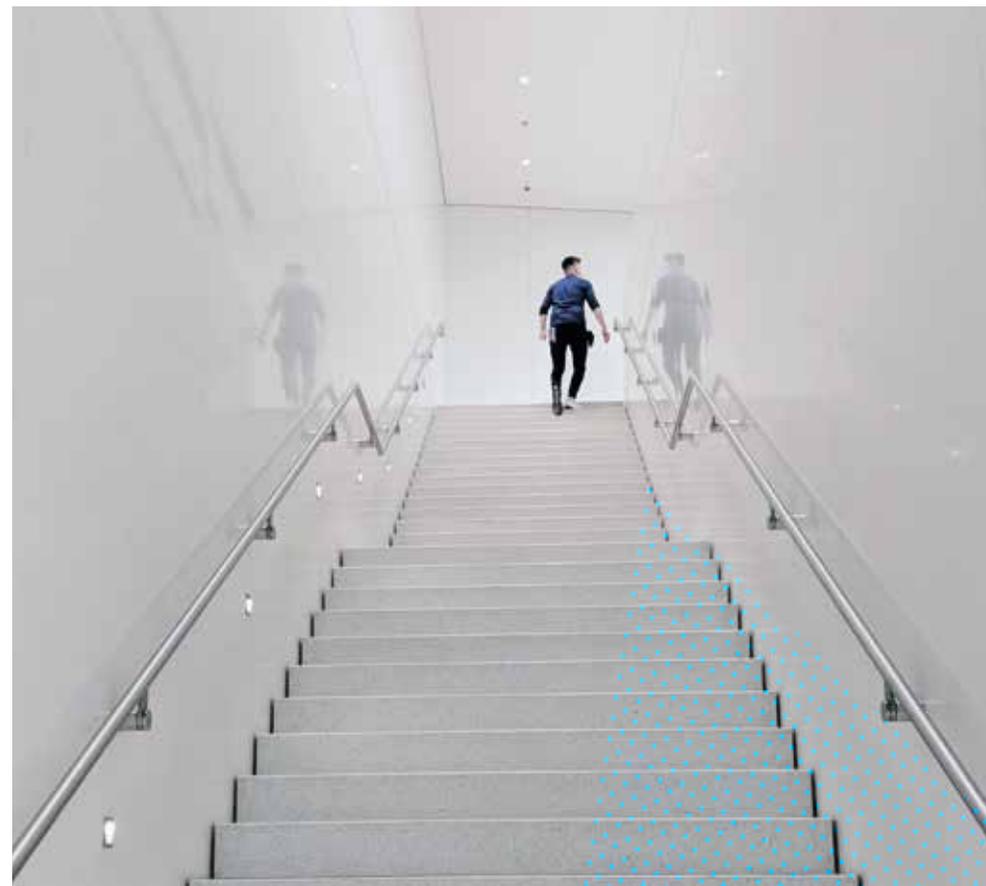
LES LIMITES DU MODÈLE

Une première limite réside dans l'émergence continue de nouvelles technologies numériques et des applications de ces technologies qui imposent de faire évoluer, à chaque édition du baromètre, les indicateurs de chacun des axes du modèle.

Par conséquent, la présence et les usages de technologies qui sont mesurés dans le cadre de l'enquête ne sont pas identiques d'une édition à l'autre et, d'un point de vue statistique, les résultats de maturité obtenus d'une année à l'autre ne sont pas "strictement" comparables.

La seconde limite réside dans l'échelle appliquée au score de maturité numérique. En effet, il est calculé sur base de la présence et de l'usage des technologies numériques, ainsi que sur la profondeur de ces usages.

Pour en faciliter la lisibilité, ce score est ramené sur une échelle de 100 sur chacun des axes puis sur sa valeur globale. Or, cette valeur de 100 peut induire en erreur car on pourrait s'attendre à ce qu'une entreprise "digitale et autonome" obtienne 100/100. Dans les faits, c'est impossible car aucune entreprise, même la plus digitalisée, n'utilise jamais l'ensemble des technologies disponibles ni ne met en œuvre tous les usages possibles de celles-ci. Un score de 80 représente donc probablement l'horizon maximal pour chacun de ces indices.



Enfin, il est important de rappeler que le score de maturité numérique n'a pas pour vocation de servir d'outil d'audit de digitalisation des entreprises. Les réalités des différents secteurs sont trop variées pour appliquer une forme de "modèle universel". Le score permet de mesurer des tendances et d'identifier les perspectives de développement numérique.

Univers et particularités de l'étude

TAILLE DES ENTREPRISES

L'objet principal du baromètre est d'étudier la maturité numérique des entreprises marchandes ayant un siège social en Wallonie, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité. Sont également incluses dans le périmètre des analyses les entreprises du secteur de la santé car leurs usages du numérique sont nombreux et souvent innovants.

Ces choix méthodologiques ont plusieurs conséquences :

1. Le nombre élevé de très petites entreprises en Wallonie (94% d'entreprises de 1 à 4 travailleurs) tire les taux d'équipement et d'usages du numérique vers le bas. C'est la raison pour laquelle de nombreux taux sont à la fois envisagés pour l'ensemble des entreprises wallonnes et pour celles employant 10 travailleurs et plus. Ce double regard est important pour ne pas biaiser l'analyse et pour disposer de points de comparaison avec les enquêtes fédérales et européennes qui prennent souvent uniquement en compte les entreprises employant 10 travailleurs et plus. Par ailleurs, ces dernières disposent de ressources plus importantes qui leur permettent de réaliser une véritable transformation numérique en

phase avec la vitesse d'émergence des technologies sur le marché. Il est donc intéressant d'analyser spécifiquement comment elles se saisissent des opportunités offertes par la digitalisation.

2. Les entreprises qui contribuent au PIB régional, mais dont le siège social ne se trouve pas en Wallonie, sont exclues de l'analyse.
3. Le secteur non marchand et les administrations publiques ne font pas partie de l'univers de l'enquête à l'exception des entreprises appartenant au secteur des soins de santé.

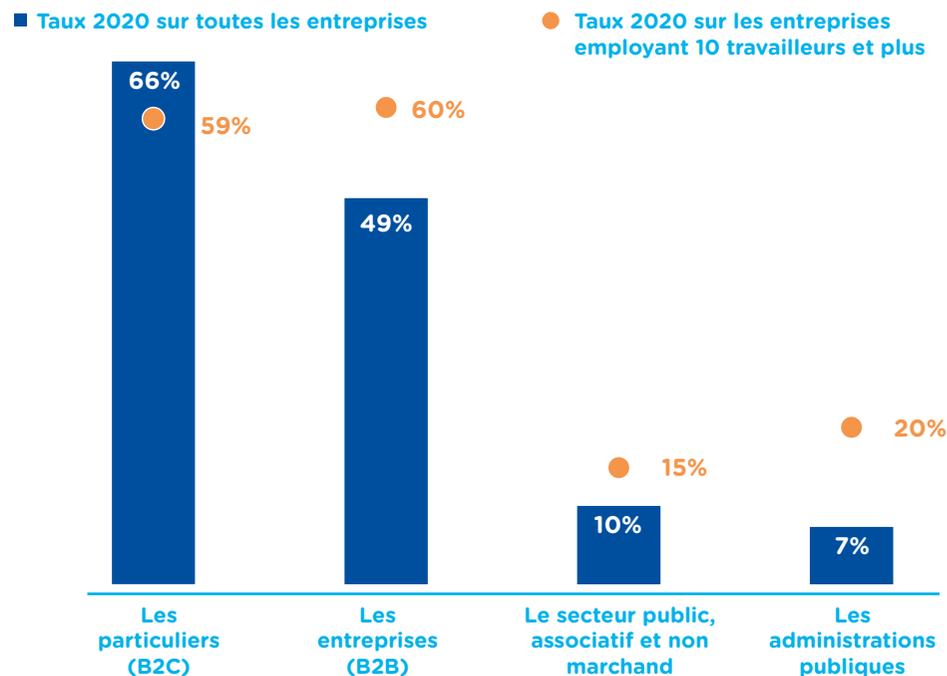
Répartition des entreprises wallonnes par taille. Population : toutes les entreprises wallonnes

Taille	Effectif	Pourcentage de l'univers des entreprises wallonnes
1 à 4 travailleurs	257.266	94,37%
5 à 9 travailleurs	7.713	2,82%
10 à 19 travailleurs	3.890	1,45%
20-49 travailleurs	2.536	0,93%
50 à 99 travailleurs	662	0,24%
100 à 199 travailleurs	307	0,11%
200 à 499 travailleurs	146	0,05%
500 travailleurs et plus	82	0,03%
Total	272.602	100%

Marchés cibles des entreprises wallonnes

Beaucoup d'entreprises visent plusieurs marchés cibles à la fois, avec une prédominance du B2C pour les entreprises employant moins de 10 travailleurs. Les entreprises moyennes à grandes ciblent davantage le B2B. Elles traitent également plus souvent avec le secteur non-marchand et les administrations publiques.

Marchés cibles des entreprises wallonnes. Population : toutes les entreprises wallonnes



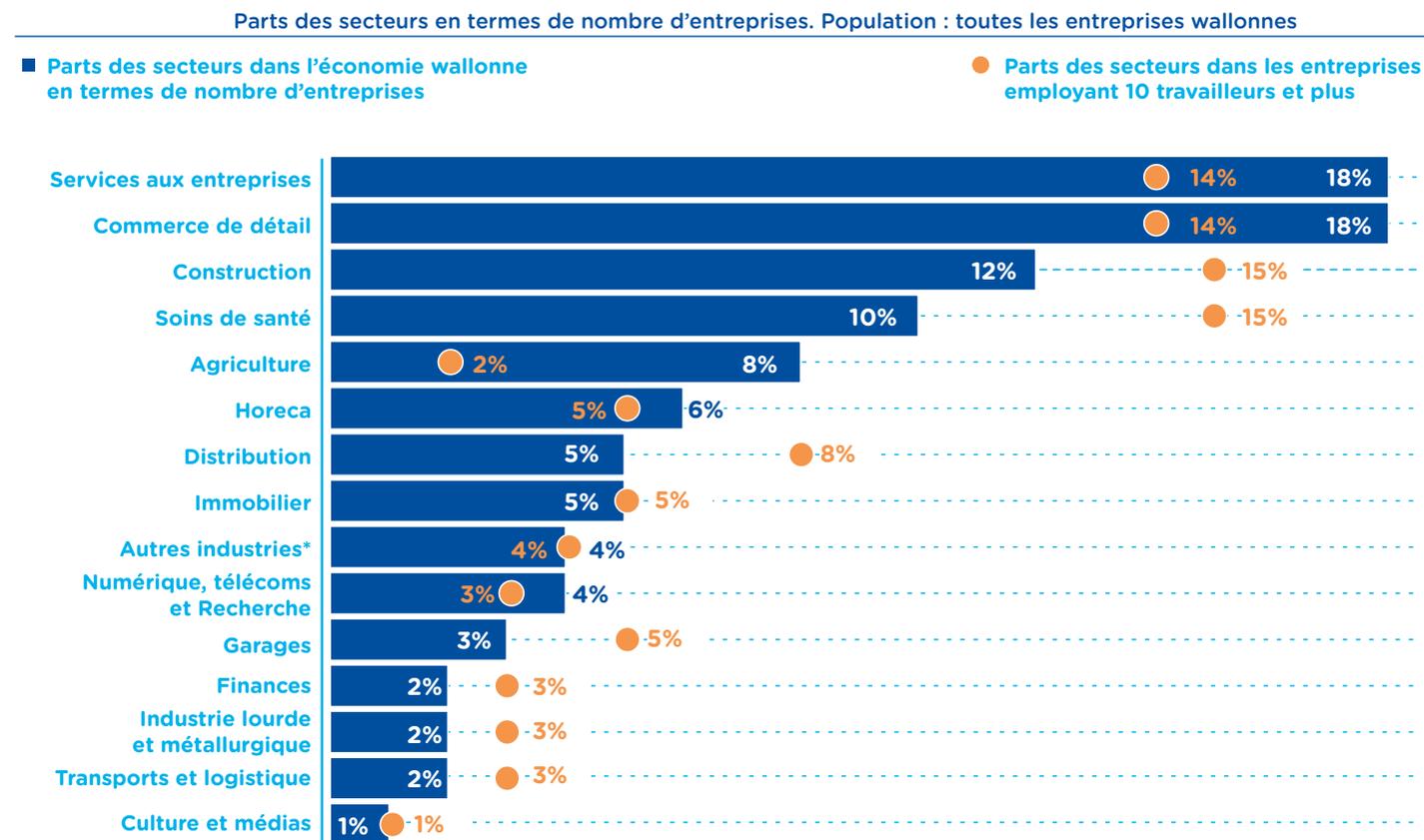
POIDS DES SECTEURS DANS L'ÉCONOMIE RÉGIONALE.

Le comportement des entreprises vis-à-vis du numérique est très dépendant de leur secteur d'activité. Dans ce baromètre, l'ensemble des entreprises a été réparti en 15 secteurs selon le code NACE principal des entreprises avec comme objectif de les rassembler en fonction d'une même approche des usages et besoins en matière de numérique.

Pour une analyse plus fine, l'AdN a décomposé le secteur jusqu'alors repris sous "Numérique et médias" en deux secteurs distincts avec, d'une part, le secteur des entreprises du numérique et, d'autre part, le nouveau secteur "Culture et médias".

Dans cette édition 2020 du baromètre, l'AdN a affiné son découpage sectoriel, pour isoler au sein d'un seul et même secteur l'ensemble des activités marchandes en rapport avec les technologies numériques, tant au niveau de la fabrication que de la distribution.

L'AdN a une mission de veille permanente sur ce secteur, il était donc important de surveiller son évolution au sein des baromètres entreprises, sans mélanger ses résultats avec ceux des entreprises appartenant à la culture et aux médias jadis incluses dans le secteur "numérique et télécoms" lors des précédentes éditions.



*(textile, bois, papier, plastique, agro-alimentaire, etc.)

Par conséquent, le découpage sectoriel de l'économie wallonne retenu par l'AdN compte un secteur supplémentaire regroupant les activités culturelles et médiatiques. On y retrouve des entreprises de production cinématographique, des exploitants de salles de spectacle, les médias d'information, etc.

Sur base du nombre d'entreprises, l'économie wallonne repose principalement sur 5 secteurs dont trois pour lesquels le traitement et la valorisation des données ne font pas intrinsèquement partie du core business (commerce de détail, construction et agriculture).

Les secteurs qui dominent l'économie wallonne en termes de nombre d'entreprises sont également ceux qui comptent les plus forts taux d'entreprises employant 10 travailleurs et plus.

La digitalisation et, par conséquent, le degré de maturité numérique sont fortement influencés par l'automatisation des traitements de données. Les secteurs tels que les finances, les services aux entreprises ou encore les secteurs du numérique (numérique, télécoms) se sont engagés bien plus tôt que les autres dans la transformation numérique et sont donc plus agiles par rapport aux changements qui sont actuellement à l'oeuvre dans le cadre de la digitalisation de l'économie.

Le poids des secteurs dans l'économie ne se mesure pas uniquement par rapport au nombre d'entreprises que comptent ces derniers. L'emploi est également un critère important de mesure. Ainsi, en 2018, l'emploi intérieur en Wallonie représentait 1.291.208 personnes.

Les secteurs les plus importants en termes de volume de main-d'œuvre au niveau régional (plus de 10 % du total de l'emploi intérieur) étaient par ordre décroissant :

- Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale (35 %),
- Commerce de gros et de détail, transports, hôtels et restaurants (21 %),
- Activités spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien (17 %),
- Industrie manufacturière, industries extractives et autres (12 %).

En Wallonie, comme dans le reste du pays, la grande majorité des travailleurs exercent leur activité comme salariés : 82 % contre 18 % comme indépendants ou aidants.

Dans le secteur « Agriculture, sylviculture et pêche » cependant la grande majorité des travailleurs sont indépendants (78 %) (Sources : Institut des comptes nationaux (ICN), Comptes régionaux 2018, BNB, version février 2020)





Enfin, la création de valeur ajoutée, qui résulte de la différence entre le prix de revient et le prix de vente des biens et services, sert également à mesurer la contribution des secteurs à la croissance économique régionale. De ce point de vue, l'industrie chimique, pharmaceutique et plastique produit 29% en moyenne de la valeur ajoutée wallonne. Les industries de fabrication d'équipements contribuent à hauteur de 17%. Tandis que l'industrie agro-alimentaire se situe aux alentours des 10% (source: ICN, BNB, IWEPS sur les données 2012 lors de l'inventaire 2015).

Ces industries reprises dans notre tableau sous l'appellation "autres industries" produisent une partie importante de la valeur ajoutée régionale, alors qu'en termes de nombre d'entreprises elles ne représentent que 4% des sociétés locales. Enfin, le secteur tertiaire, autrement dit tous les types de services, contribue en moyenne

à hauteur de 30% dans la valeur ajoutée de la Région en ce compris la contribution non négligeable des services publics.

On constate, depuis plusieurs années déjà, une servicisation progressive de l'économie notamment due aux technologies numériques qui permettent de rendre de nouveaux types de services ultra personnalisés basés sur les traitements des données des clients. On le voit, selon les critères utilisés, les secteurs qui jouent un rôle important dans l'économie régionale sont différents.

Ces secteurs moteurs sont soit industriels et tournés vers le B2B, soit des secteurs de services ou encore des secteurs où la donnée n'est pas (encore) au centre du core business (construction, Horeca, commerce de détail et agriculture).

L'ÉCONOMIE WALLONNE EN UN CLIN D'OEIL

La Wallonie se caractérise donc par :

1. La petite taille de ses entreprises qui est un frein à la transformation numérique, à l'exception de certains secteurs de pointe (numérique, médias, pharma, aérospatial, etc.).
2. Le poids important des services publics et des services non marchands.
3. Un marché local étroit et donc une forte dépendance au commerce extérieur, même si seulement 21% des entreprises revendiquent des activités d'exportation (33% des entreprises employant 10 travailleurs et plus).
4. La servicisation progressive de l'économie notamment due aux technologies numériques.
5. Un passé industriel fort dans la fabrication de machines et dans la métallurgie qui a freiné la transformation de l'économie régionale vers l'industrie du futur, les secteurs de la chimie et de l'industrie pharmaceutique se distinguant par un réel dynamisme en la matière.



ENQUÊTE COMPLÉMENTAIRE POST CONFINEMENT

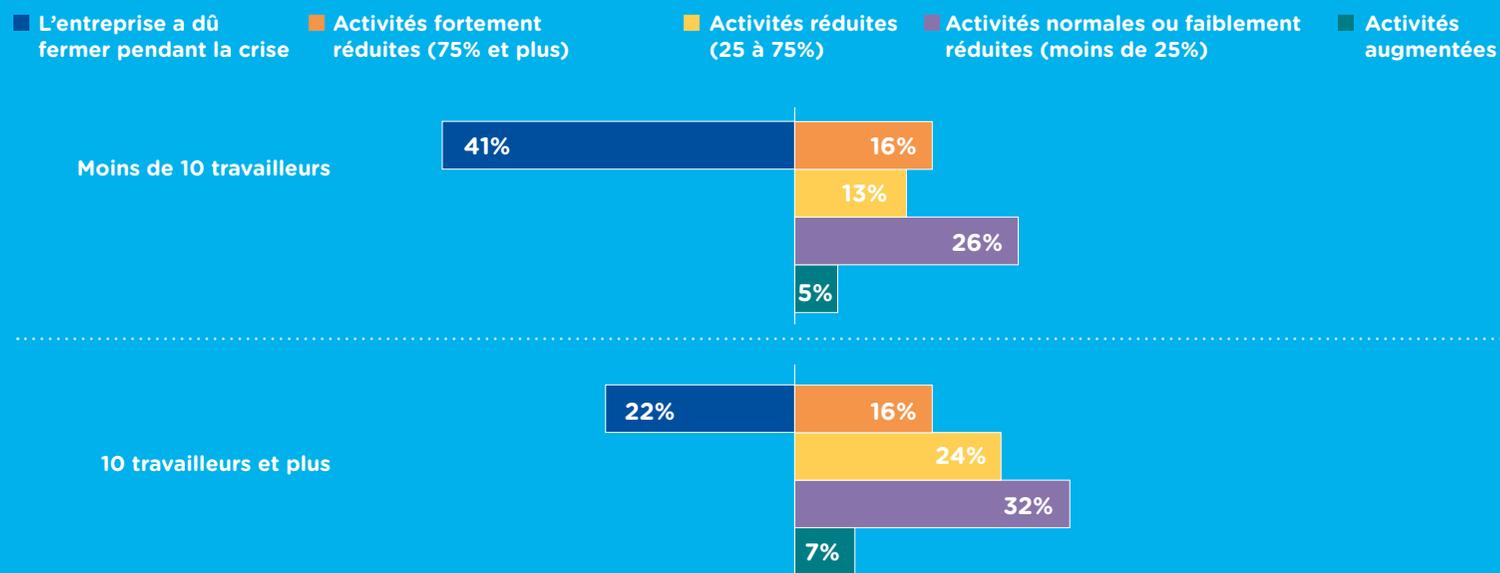
Le complément d'enquête réalisé après la première phase de confinement a permis de mettre en lumière quelques éléments complémentaires qui donnent de bonnes indications sur le comportement global des entreprises wallonnes au plus fort de la crise sanitaire du printemps 2020. 1.297 entreprises, parmi les 2.914 répondantes du premier questionnaire (44,5%) ont ainsi accepté de participer à la deuxième enquête. Ces entreprises sont réparties de façon assez homogène dans toutes les classes de taille et dans tous les secteurs d'activité.

LES ENTREPRISES DANS LE CRISE

60% des entreprises ont pu poursuivre au moins une partie de leurs activités pendant la phase de confinement, bien souvent en les réduisant et quelquefois en les augmentant (5%). Les entreprises de plus grande taille ont assez logiquement mieux résisté que les plus petites.

Au niveau sectoriel, c'est l'Horeca qui a payé le plus lourd tribut avec 88 % d'entreprises fermées suivi par les garages (74%) et le commerce de détail (60%). A l'inverse, les secteurs ayant le mieux réussi à augmenter leur niveau d'activité sont la distribution (10%), l'industrie manufacturière (9%), l'agriculture et aussi le commerce (8% dans les deux cas). On observe donc que les situations ont parfois été très contrastées, notamment dans le commerce de détail.

Niveaux d'activité maintenus par l'ensemble des entreprises pendant le premier confinement.
Population : Ensemble des entreprises



Les entreprises qui ont dû fermer invoquent principalement l'obligation légale de fermeture (67%), mais aussi la réduction importante de la demande (19%) ou la rupture de la chaîne logistique (8%). Tandis que chez celles qui ont maintenu l'activité à un niveau réduit d'au moins un quart, c'est la réduction de la demande qui vient en tête (52%) suivie par l'obligation légale de fermer certaines activités (27%).

LA CRISE SANITAIRE, FACTEUR DE CHANGEMENT DU PRINTEMPS

Les entreprises restées en activité ont bien évidemment cherché à s'adapter aux nouvelles conditions en proposant des produits ou services modifiés, voire nouveaux, ou en adaptant les modalités de production, de vente ou de distribution des produits et services.

Ainsi, 25% des entreprises restées actives ont adapté leur gamme de produits ou services :

- 14% ont malheureusement dû stopper la fabrication de certains produits
- 4% ont fabriqué des produits nouveaux
- 9% ont introduit de nouveaux services
- 17% ont introduit ou renforcé le télétravail
- 14% ont adapté les horaires de travail du personnel
- 7% ont restructuré les équipes de travail
- 5% ont introduit ou renforcé la vente en ligne
- 4% ont adapté les modalités de livraison
- 3% ont adopté des moyens de paiement électronique

Celles qui ont fabriqué de nouveaux produits sont principalement celles qui ont aussi dû réduire fortement leurs activités, ou qui ont réussi à les accroître. Cette dernière catégorie est aussi celle qui a le plus développé de nouveaux services. Ces proportions sont assez similaires entre TPE et entreprises plus grandes.

De même, en dehors de la mise en chômage temporaire d'une partie du personnel et de l'adoption de mesures sanitaires (distanciation, port du masque, ...) 34% des entreprises indiquent avoir modifié leur organisation pour faire face aux circonstances et notamment :



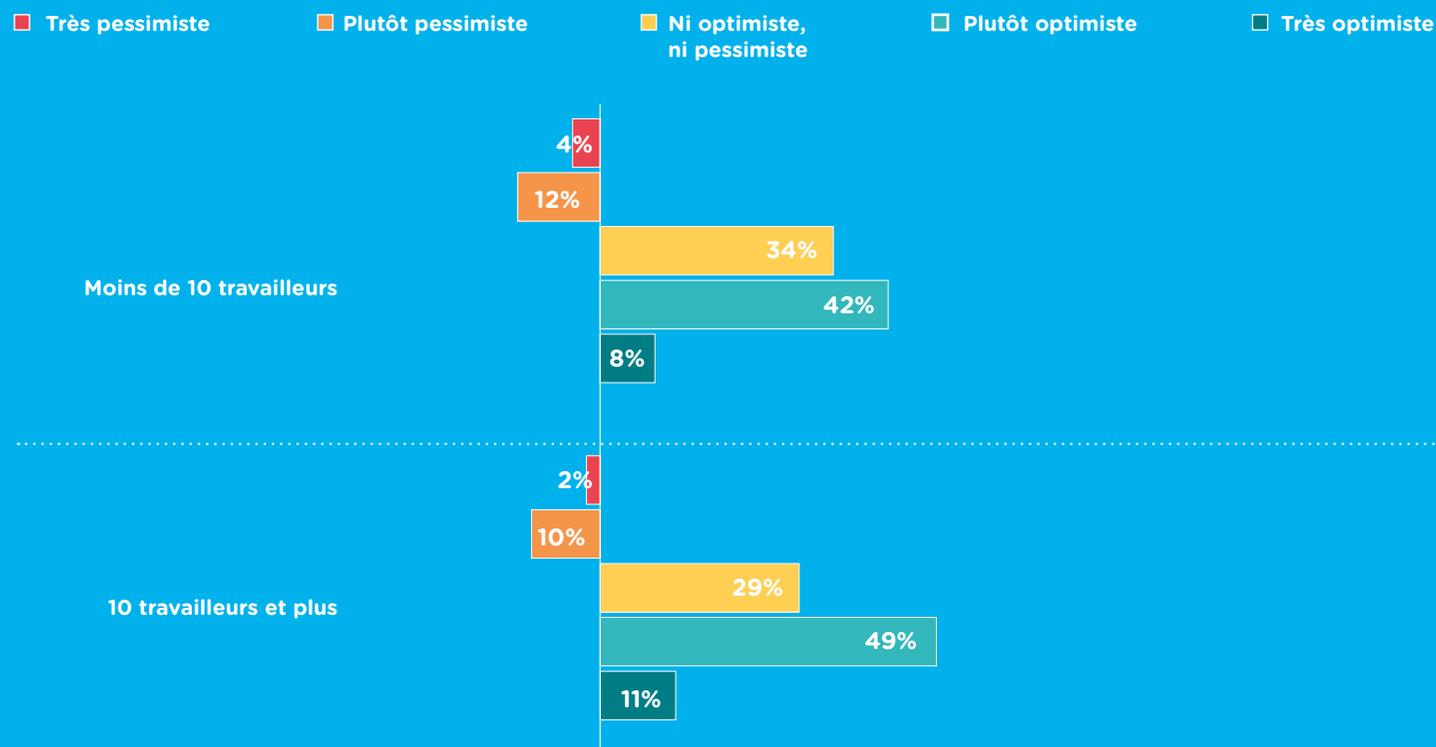
Les 3 premiers taux sont clairement plus élevés dans les entreprises de 10 personnes et plus et atteignent respectivement 40%, 20% et 15% tandis que les 3 suivants sont un peu plus faibles, impliquant en effet des changements structurels plus difficiles à implémenter dans des organisations de plus grande taille.

Ces données et bien d'autres seront développées au fil du rapport en fonction des sujets traités.

L'OPTIMISME RESTE DE MISE

Pour conclure le complément d'enquête, les répondants ont été invités à émettre un pronostic sur "la santé à moyen terme" de leur entreprise, à la suite de la crise. Globalement, une large majorité se montre optimiste, ou neutre, surtout dans les plus grandes entreprises, mais il faut rappeler que cette opinion a été exprimée en juin, juste à la sortie du premier confinement.

Pronostic des entrepreneurs sur la santé de leur entreprise à moyen terme. Population : Ensemble des entreprises



MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

L'univers de cette enquête est constitué des 272.602 entreprises ayant un siège social en Wallonie, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité.

Pour rappel, le secteur public, les ASBL et le non marchand en général (hormis le secteur des soins de santé) ont été volontairement écartés de l'analyse.

Averties préalablement par courrier, environ 17.000 entreprises ont été invitées à remplir un questionnaire relatif à leurs usages du numérique.

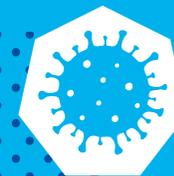
Les réponses ont été collectées par téléphone ou via un formulaire Web.

Cette collecte a permis d'obtenir, fin février 2020, 2.914 questionnaires complets et valides relatifs aux usages du numérique au cours de l'année 2019. Des quotas sur 8 classes de taille et 23 regroupements sectoriels ont été appliqués lors de la récolte des résultats.

Le redressement de l'échantillon a été calculé sur base de ces mêmes quotas afin de donner à l'échantillon la distribution naturelle de l'univers considéré et donc un maximum de représentativité.

Bien que nécessairement approximés, les taux calculés sont considérés comme des indicateurs fiables d'équipement et d'usages du numérique par les entreprises wallonnes.

La marge d'erreur varie selon la granularité des questions posées. Elle n'est que de 2% lorsque la question est binaire et est posée à l'ensemble des entreprises considérées. Par contre, lorsque certains taux sont calculés sur des petits secteurs tels que l'immobilier et les finances, le taux d'erreur oscille entre 6 et 8%.



Pour ce qui concerne le complément d'enquête, seules les entreprises ayant fourni une réponse complète et valide au premier questionnaire ont été interrogées. Celles qui avaient donné une adresse mail, soit près de la moitié, ont été directement contactées par ce biais le 29 mai 2020. Ensuite, les autres et celles n'ayant pas répondu dans la semaine ont été progressivement contactées par téléphone du 8 au 30 juin. Le secteur Horeca n'a quant à lui été sollicité que les 10 derniers jours afin de permettre à un maximum d'entreprises de reprendre leurs activités.

La marge d'erreur sur les résultats du complément d'enquête peut être estimée à 3 - 4%.

LES PATRONS WALLONS FACE À LA DIGITALISATION



L'étude des entreprises selon les critères économiques habituels (nombre d'entités par secteur, contribution au PIB, production de valeur ajoutée, etc.) est essentielle pour évaluer la prospérité d'une région.

Néanmoins, ces critères livrent peu d'informations à propos des dirigeants d'entreprise. Quelle est leur conception de la digitalisation ? Comment évaluent-ils la transformation numérique de leur société ?

POUR LA PREMIÈRE FOIS, L'ADN A MESURÉ L'ATTITUDE DES PATRONS WALLONS FACE AU DIGITAL.

Qui sont les patrons wallons ?

Dans le cadre du présent baromètre, l'AdN a interrogé 2914 entreprises à propos de leurs usages du numérique.

Dans 82% des cas, c'est le directeur lui-même qui a répondu à l'enquête. L'AdN a voulu savoir qui sont les dirigeants, en termes d'âge, de genre, de niveau d'études, ou encore de conceptualisation et d'évaluation de la transformation numérique.

ÂGE ET GENRE DES DIRIGEANTS

Les entreprises wallonnes sont majoritairement dirigées par des hommes (73%).

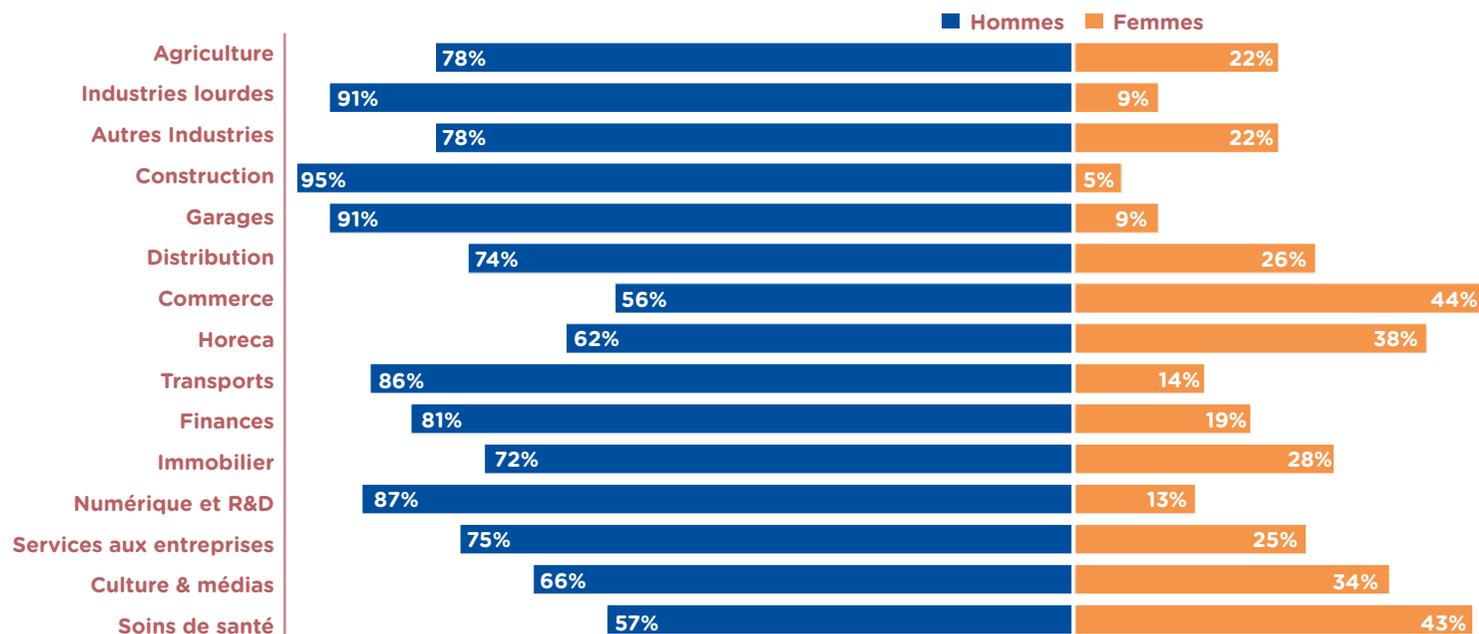
Si les femmes sont sous-représentées parmi les dirigeants wallons, elles ne sont pas plus nombreuses dans le management (cadres) des entreprises employant du personnel. En effet, dans 59% de ces entreprises, il n'y a que 0 à 20% de femmes qui occupent des postes à fort pouvoir décisionnaire.

OÙ SONT LES FEMMES ?

Les femmes dirigeantes en Wallonie sont surtout actives dans des secteurs de services, en contact direct avec le client ou encore dans le domaine des soins de santé et la culture et les médias.

Une étude* menée dans 120 pays par l'UNESCO en 2017 montre que dès 12 ans, les jeunes filles tendent à délaissier les filières d'études scientifiques au profit d'orientations plus littéraires, juridiques, commerciales ou encore médicales.

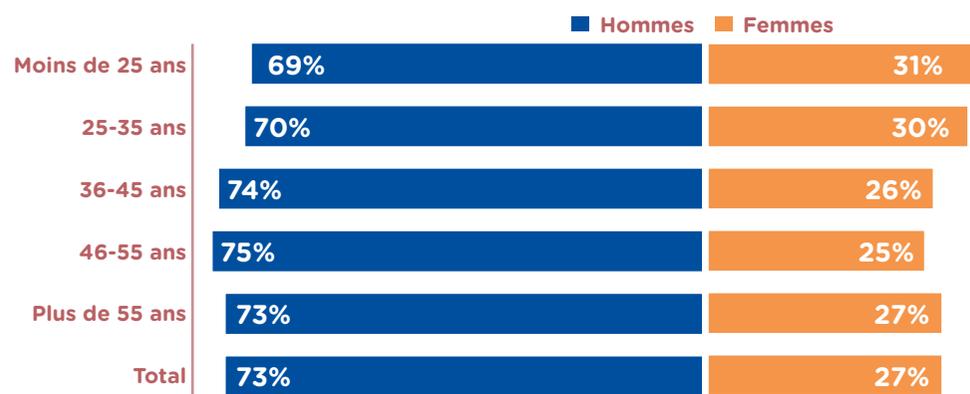
Répartition des chefs d'entreprise par genre selon le secteur d'activité. Population : toutes les entreprises wallonnes



* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000253479>

Par ailleurs, 68% des chefs d'entreprise ont plus de 46 ans et la proportion hommes-femmes est assez constante quelle que soit la tranche d'âge envisagée.

Répartition des chefs d'entreprise par genre et par tranches d'âges.
Population : toutes les entreprises wallonnes



NIVEAU D'ÉDUCATION DES PATRONS

Les niveaux d'études atteints par nos chefs d'entreprise se répartissent équitablement entre trois grands types de diplômes : études secondaires, enseignement supérieur de type court et supérieur de type long.

Niveaux d'études atteints par les chefs d'entreprise wallons	Taux 2020
• Licence ou Master	34 %
• Certificat d'études secondaires supérieur général, technique ou professionnel	33 %
• Graduat ou Bachelier	29 %
• Certificat d'études de base (primaire)	4 %

Population : toutes les entreprises wallonnes



Sans surprise, il y a une grande corrélation entre ce niveau d'études et le secteur d'activité de l'entreprise.

Les bacheliers et les détenteurs de master sont essentiellement présents dans les secteurs de services et l'industrie où la digitalisation est la plus importante, en raison de l'automatisation toujours plus poussée du traitement des données. Ces secteurs sont qualifiés de technophiles, car historiquement, ils affichent les scores moyens de maturité numériques les plus élevés.

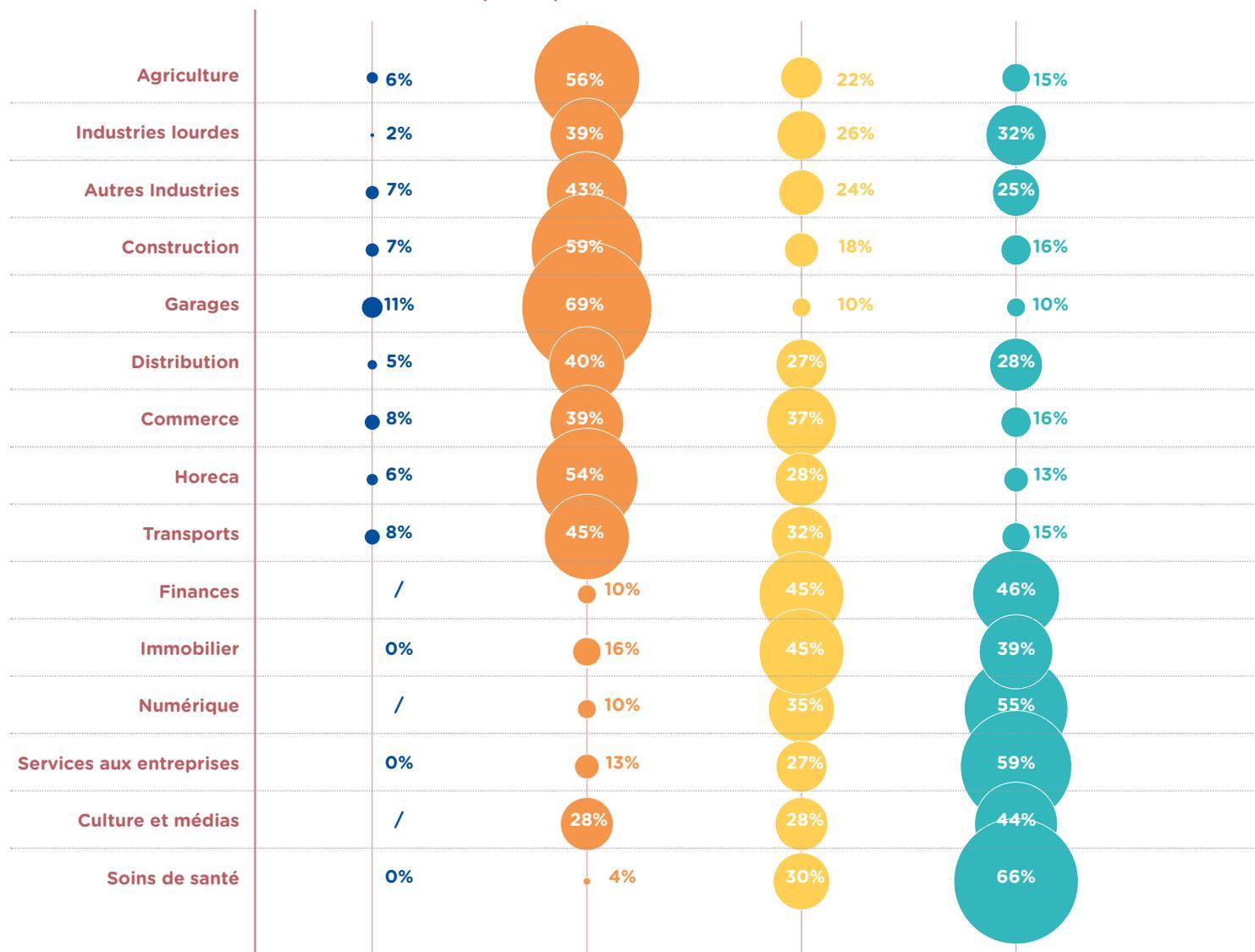
Ces dernières années, le top 5 de ces secteurs a peu varié. On y retrouve presque systématiquement le secteur du numérique, les finances, les services aux entreprises, la santé et l'industrie et l'immobilier.

Par ailleurs, le top 5 des secteurs où les chefs d'entreprise ont obtenu un diplôme de l'enseignement supérieur sont par ordre décroissant :

- 1 La Santé
96%
- 2 Le numérique et la recherche
88%
- 3 Les services aux entreprises
86%
- 4 Les finances
83%
- 5 La culture et les médias
71%

Niveaux d'études atteints par les chefs d'entreprise selon le secteur d'activité. Population : toutes les entreprises wallonnes

● Certificat d'études de base (primaire) ● Diplôme d'études secondaires générales, techniques ou professionnelles ● Graduat ou Bachelier ● Licence, Master ou Doctorat



Perception de la transformation numérique par les chefs d'entreprise

De nombreuses études, dont une récente menée par *Deloitte et le MIT*¹, montrent que l'attitude du leadership est cruciale dans la réussite de tout projet de transformation numérique. Il s'imposait donc d'interroger les dirigeants des entreprises wallonnes sur leur perception du numérique.

Les patrons wallons peuvent ainsi être classés en trois groupes de taille pratiquement équivalente.

1. Numérique opportunité stratégique.

35% des dirigeants perçoivent la transformation numérique comme "une opportunité à saisir absolument dans le cadre d'une stratégie globale pour l'entreprise", et l'on peut escompter qu'ils ont une approche stratégique de la numérisation.

2. Numérique utile.

Dans le second tiers, on trouve des entrepreneurs qui pensent que "certaines technologies numériques sont utiles, mais qu'il ne faut pas nécessairement digitaliser tous les processus de travail". Cette approche correspond plus à une approche organique de la digitalisation.

3. Numérique effet de mode.

Plus interpellant, près d'un tiers sont hésitants, voire sceptiques, puisqu'ils n'ont pas d'opinion (24%), ou pire, envisagent la transformation numérique "comme un effet de mode comportant des risques et des coûts (8%)."

En termes de sensibilisation des dirigeants, il reste donc du chemin à parcourir. Cela est d'autant plus vrai que dans près de 7 entreprises wallonnes sur 10 (64%), c'est le directeur, éventuellement assisté du responsable informatique, qui porte(nt) les projets de transformation numérique.

Facteurs influençant la perception de la transformation numérique

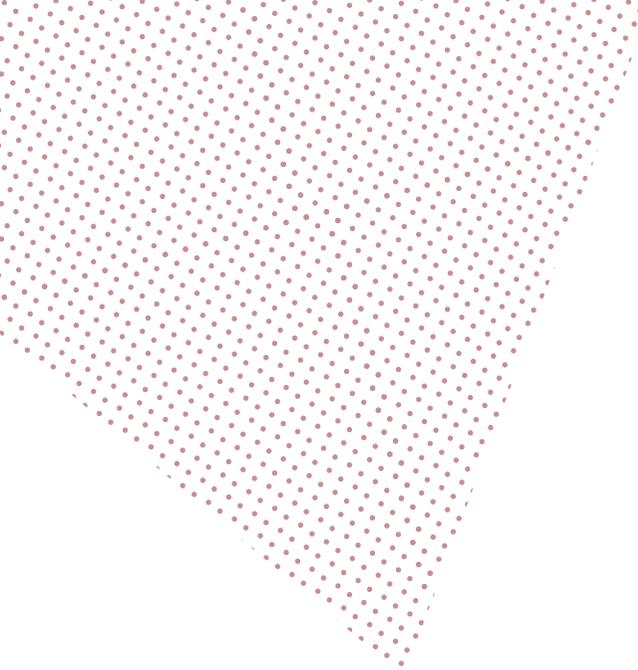
Le regard que les dirigeants wallons portent sur la transformation numérique est sensiblement influencé par l'âge. 64% des dirigeants de moins de 25 ans voient dans le numérique une opportunité à saisir absolument, contre à peine 33% des 46-55 ans.

Le genre du dirigeant a aussi une certaine influence. Ainsi, 38% des dirigeants masculins ont répondu que la numérisation était une opportunité à saisir dans le cadre d'une transformation globale de l'entreprise, contre seulement 28% des chefs d'entreprise féminins.

Cependant, il ne faut pas y voir un manque d'ambition de nos dirigeantes. En effet, selon les observations de l'OCDE², elles sont majoritairement actives dans des secteurs de services, la culture ou encore le soin aux personnes ce qui explique qu'elles ont souvent moins de bénéfices nets à réinvestir dans leur société. Leur vision plus partielle de la transformation numérique est davantage liée à une forme de prudence et un manque de moyens financiers qu'à défaut de vision stratégique pour leur entreprise.

Par contre, il faut souligner que parmi les jeunes dirigeants (25-35 ans), les femmes sont plus nombreuses que les hommes à vouloir saisir les opportunités offertes par le numérique dans le cadre d'une transformation globale. Jeunesse et confiance dans la numérisation sont donc indubitablement corrélés comme l'AdN l'a déjà observé.

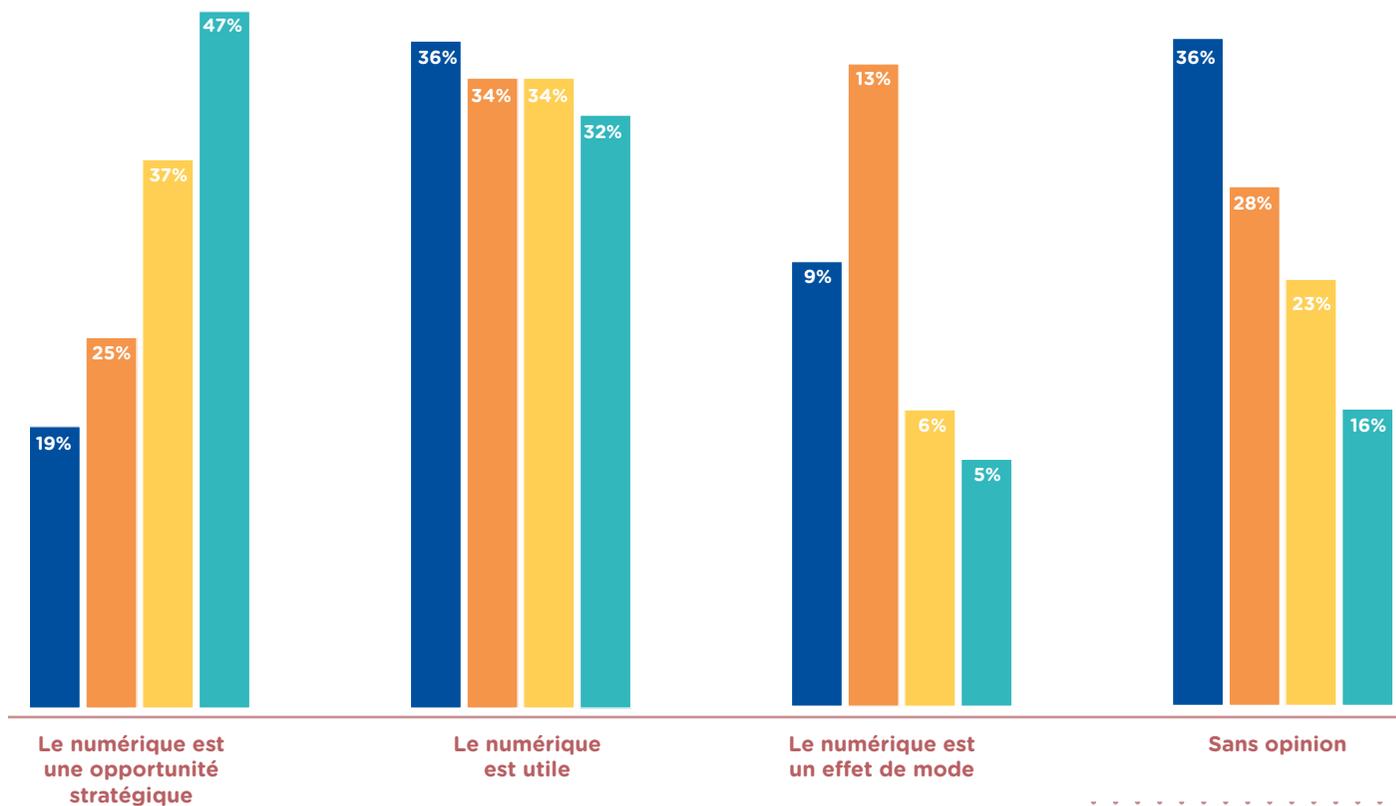




Enfin, la vision la plus positive et globale de la transformation numérique est fortement liée au niveau d'éducation des dirigeants, comme le montre le graphique ci-dessous

Perception de la transformation numérique par les chefs d'entreprise selon le niveau d'études. Population : toutes les entreprises wallonnes

■ Certificat d'études de base (primaire) ■ Diplôme d'études secondaires générales, techniques ou professionnelles ■ Graduat ou Bachelier ■ Licence, Master ou Doctorat



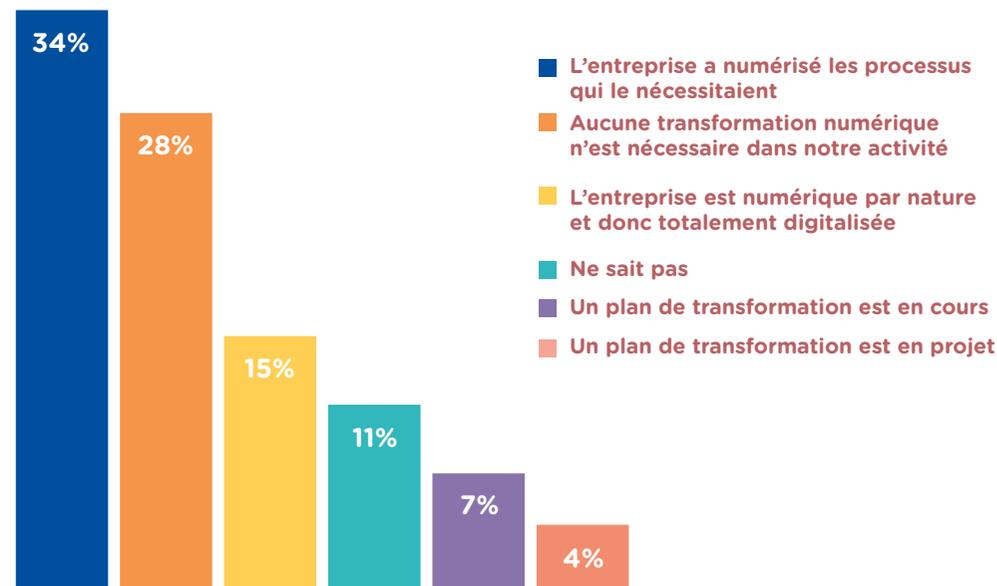
● **Les détenteurs d'un master sont 47% à vouloir saisir pleinement les opportunités liées au digital, contre 25% des titulaires d'un CESS.** On constate aussi un "effet miroir" avec les répondants sans opinion dont 36% sont uniquement titulaires d'un certificat d'études de base (primaire).

Il y a bien sûr une logique à ce que les personnes les plus diplômées adoptent la vision la plus stratégique face à la digitalisation. En effet, elles travaillent plus souvent dans des secteurs technophiles, où les bénéfices associés au numérique semblent sans limite et beaucoup plus faciles à identifier que dans d'autres secteurs où le traitement de la donnée et la relation client ne sont pas nécessairement automatisés.

Etat d'avancement de la digitalisation de l'entreprise du point de vue du dirigeant

Pas moins de 28% des chefs d'entreprise considèrent encore "qu'aucune transformation numérique n'est nécessaire dans leur activité".

Autoévaluation de la digitalisation des entreprises par leur dirigeant.
Population : toutes les entreprises wallonnes

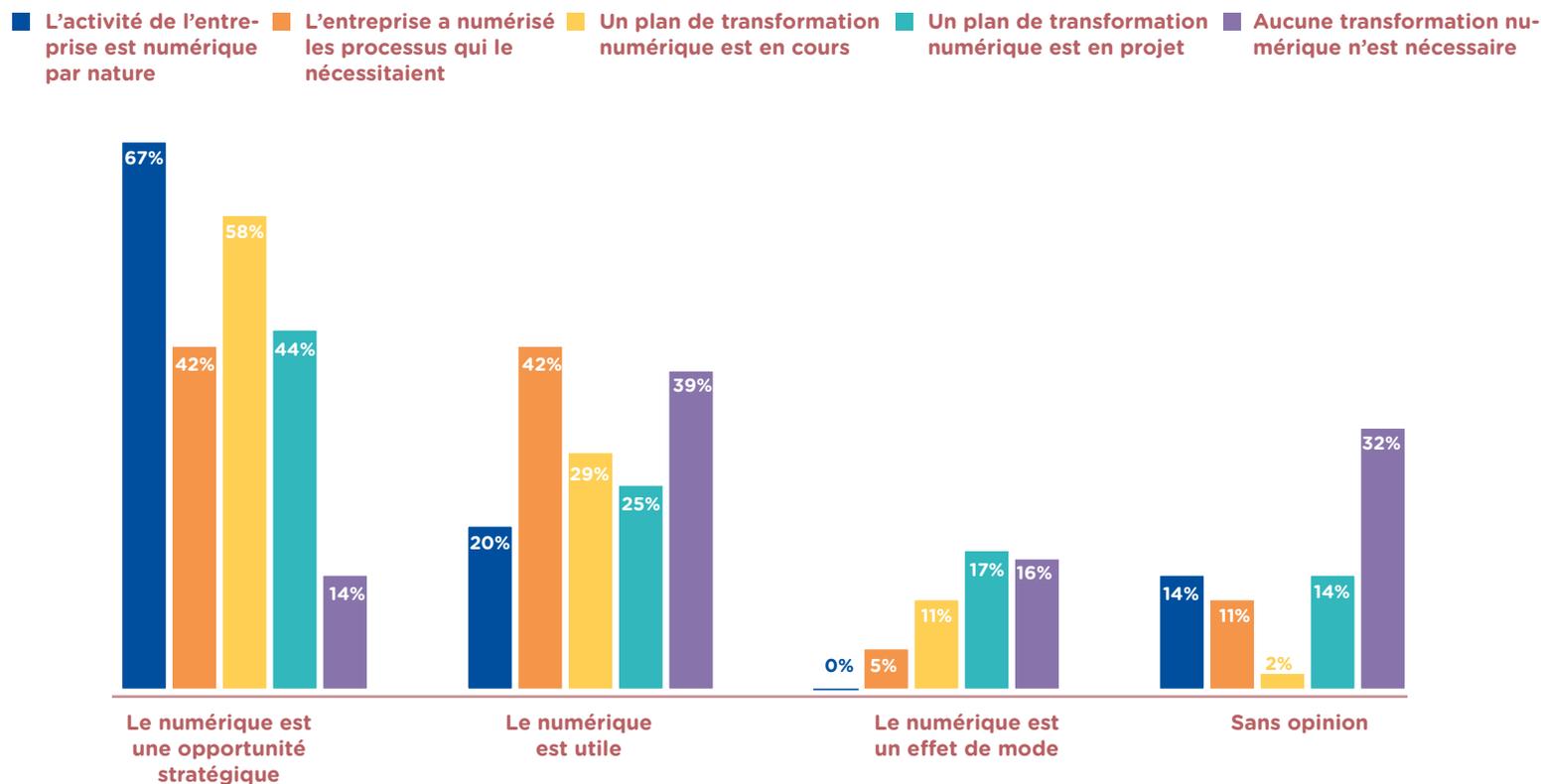


Par ailleurs, 34% des patrons ont entamé une transformation numérique partielle (approche organique) pour les processus de travail qui le nécessitent.

Lorsqu'on compare la perception de la transformation numérique des dirigeants wallons à l'évaluation de la maturité numérique de leur entreprise, on voit que plus une entreprise est en cours de digitalisation, ou digitale "par nature", plus son directeur a une perception positive et globale de la transformation numérique. Autrement dit, le digital appelle le digital.

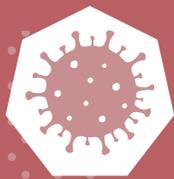
Signalons aussi, que le score global de maturité numérique des entreprises, analysé plus loin en détail dans l'étude, apportera la confirmation de cette relation puissante entre perception du numérique par le dirigeant et réalité de la digitalisation de l'entreprise. Ce score passe ainsi pratiquement du simple (19/21) au double (39) lorsque le dirigeant voit le numérique comme une opportunité stratégique.

Perception de la transformation numérique selon l'évaluation de la digitalisation de l'entreprise par son dirigeant.
Population : toutes les entreprises wallonnes



Score global de maturité numérique selon la perception du digital.
Population : toutes les entreprises wallonnes





La crise sanitaire du printemps a challengé de manière inédite les entrepreneurs quant à leur usage du numérique. Globalement 26% d'entre-eux disent que la crise les a conduits à une meilleure utilisation des outils numériques, pour eux-mêmes et pour leur personnel.

Si cette proportion n'est que de 16% dans les entreprises ayant dû fermer, elle monte à 38% dans celles ayant maintenu une activité à un niveau sensiblement réduit, et à 28% chez celles qui ont peu réduit, voire augmenté leurs activités.

On peut supposer que ces dernières avaient moins besoin du numérique pour soutenir leur activité que celles qui ont dû sensiblement les réduire. C'est dans les secteurs de la finance (75%) et dans une moindre mesure du numérique (51%) et des services aux entreprises (45%) que le progrès dans l'usage du numérique sont les plus identifiés. Ces progrès sont aussi plus marqués dans les entreprises de plus de 10 travailleurs (40%) que dans les entreprises plus petites.

Ces évolutions devraient être pérennes, puisque 18% des répondants indiquent que la crise sanitaire a fait progresser l'importance du numérique dans l'entreprise et le cas échéant a rendu plus urgent la numérisation des processus.

A nouveau, la prise de conscience est plus forte dans les entreprises qui avait réduit sensiblement leurs activités (27%), alors qu'elle est inférieure à la moyenne dans celles qui ont fermé ou qui ont été peu impactées par la crise.

De façon générale, l'urgence de la numérisation des processus est très peu relevée à l'exception des secteurs de la distribution (9%), des transports (6%) ou des services aux entreprises (4%). Le résultat est sensiblement plus élevé dans les entreprises comptant au moins 10 travailleurs où elle atteint 5% en moyenne.

7% des entreprises comptent concrétiser cette importance accrue du numérique en augmentant leurs investissements dans ce domaine. Là encore, les entreprises fortement impactées par la crise ou ayant dû fermer se montrent un peu plus pressées d'augmenter leurs investissements que celles qui ne l'ont pas été.

Enfin, 9% des entrepreneurs ayant cessé leurs activités pendant la crise pensent qu'une présence accrue du numérique dans leurs processus de production, d'administration ou de vente aurait peut-être (7%) ou certainement (2%) pu leur permettre de conserver un certain niveau d'activité pendant la crise.

C'est dans les secteurs du commerce (7%) et des industries autres que lourdes et sidérurgiques (6%) que l'on trouve le plus d'entrepreneurs persuadés que le numérique aurait pu sauver une partie au moins de leurs activités et il s'agit cette fois principalement des entreprises de moins de 10 travailleurs.



Corrélation entre perception de la transformation numérique et innovation

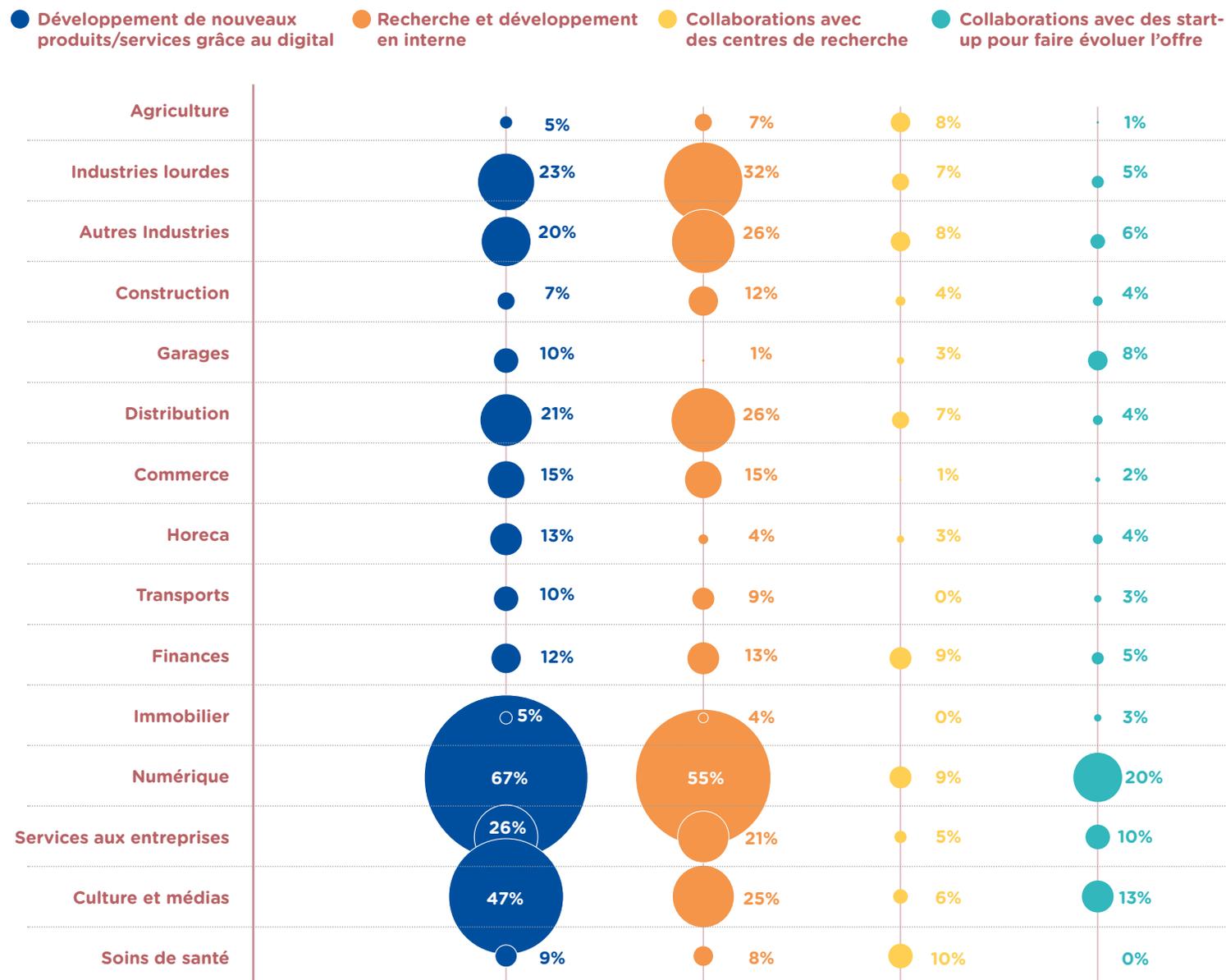
Taux d'entreprises innovantes selon le secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes

Par innovation, l'AdN entend le développement d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau (ou sensiblement amélioré), d'une nouvelle méthode de commercialisation ou encore d'une nouvelle méthode de travail dans les pratiques de l'entreprise.

Pour détecter la place de l'innovation dans les entreprises, l'AdN s'est basée sur les quatre indicateurs suivants :

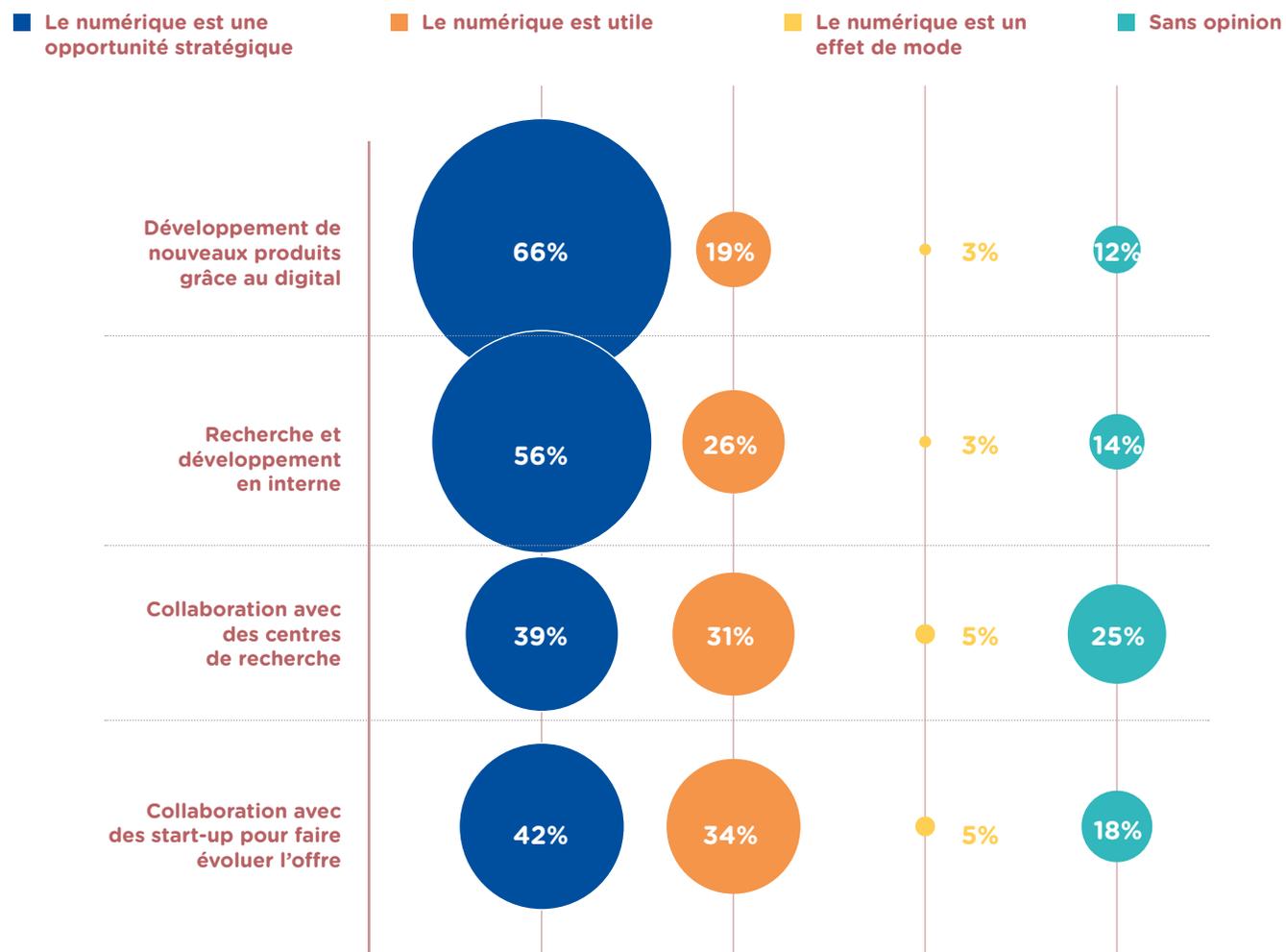
1. Développement de nouveaux produits et services grâce au digital (16%).
2. Recherche et développement en interne (16%).
3. Collaboration avec des centres de recherche (5%).
4. Collaboration avec des startups pour faire évoluer l'offre (5%).

Ces quatre indicateurs n'évoluent pas toujours de façon parallèle mais sont largement corrélés entre eux. Ainsi, les secteurs où l'on retrouve les entreprises innovantes varient selon le type d'innovation envisagé mais on note que les secteurs plus technophiles ont globalement un taux plus important d'entreprises innovantes.



De façon assez logique, la perception du numérique par le dirigeant et l'engagement de l'entreprise dans l'innovation sont manifestement corrélés comme en témoigne le graphique ci-dessous.

Taux d'entreprises ayant initié une dynamique d'innovation selon l'opinion du chef d'entreprise vis-à-vis du numérique.
Population : toutes les entreprises wallonnes



Quelle que soit la démarche innovante (développement de nouveaux produits à l'aide du digital, recherche et développement, collaboration avec des startups, etc.) adoptée par les entreprises, le taux de sociétés ayant une approche globale, positive et transversale du numérique y est systématiquement le plus élevé.



20% des entreprises ayant conservé des activités pendant le confinement de Mars indiquent avoir innové pendant cette période pour faire évoluer leurs produits et services. Ce niveau va bien sûr croissant avec le niveau d'activités conservé et culmine à 56% dans les entreprises dont l'activité s'est accrue pendant le confinement.

Il y a ici assez peu de différence entre les TPE et les entreprises plus grandes même si la combinaison innovation et augmentation d'activités est surtout le fait des TPE.

C'est assez logiquement dans l'Horeca, secteur pratiquement contraint à la fermeture que l'innovation a le plus souvent permis de conserver une certaine activité, la situation étant plus équilibrée dans les autres secteurs.

Ce taux d'innovation est plus marqué (28%) lorsque l'entrepreneur voit le numérique comme une opportunité stratégique. Ce n'est cependant pas l'unique facteur puisque le taux d'innovation reste à 15% chez les "sans opinion" et à 13% chez ceux qui y voient surtout un effet de mode, illustrant bien que l'innovation, si elle s'appuie volontiers sur le numérique, peut aussi s'épanouir en dehors de cette technologie.

Les "convaincus du numérique"

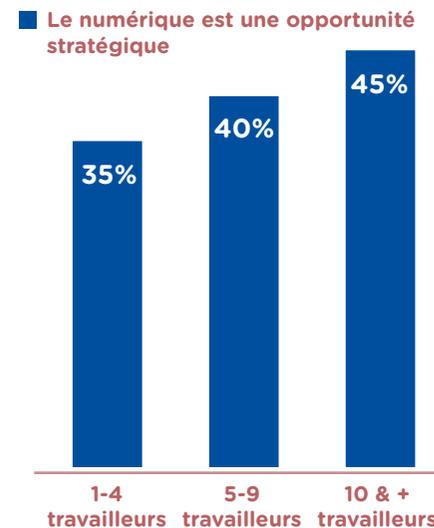
Dans une perspective de "promotion du numérique par l'exemple", l'AdN a analysé d'une manière spécifique le profil des patrons "convaincus du numérique", ceux qui pensent que le numérique est une opportunité stratégique.

L'EFFET "TAILLE"

Plus la taille d'une entreprise augmente et plus il y a de chances que son dirigeant soit un "convaincu du numérique".



Taux de chefs d'entreprise "convaincus du numérique" selon la taille de l'entreprise.
Population : toutes les entreprises.



Cela s'explique par le fait que la taille de l'entreprise conditionne la quantité et la qualité des ressources qu'il est possible de consacrer à la transformation numérique.

Il est également plus facile pour les chefs d'entreprise de taille moyenne à grande d'être moteur de la digitalisation, vu qu'ils sont moins lourdement impactés par le changement dans leurs tâches quotidiennes et ont davantage de temps à consacrer à l'accompagnement des projets de transition numérique. Par contre, l'indépendant ou le dirigeant de TPE va devoir être leader de la digitalisation en plus des multiples rôles qu'il assume et ne pourra donc jamais s'y consacrer totalement.

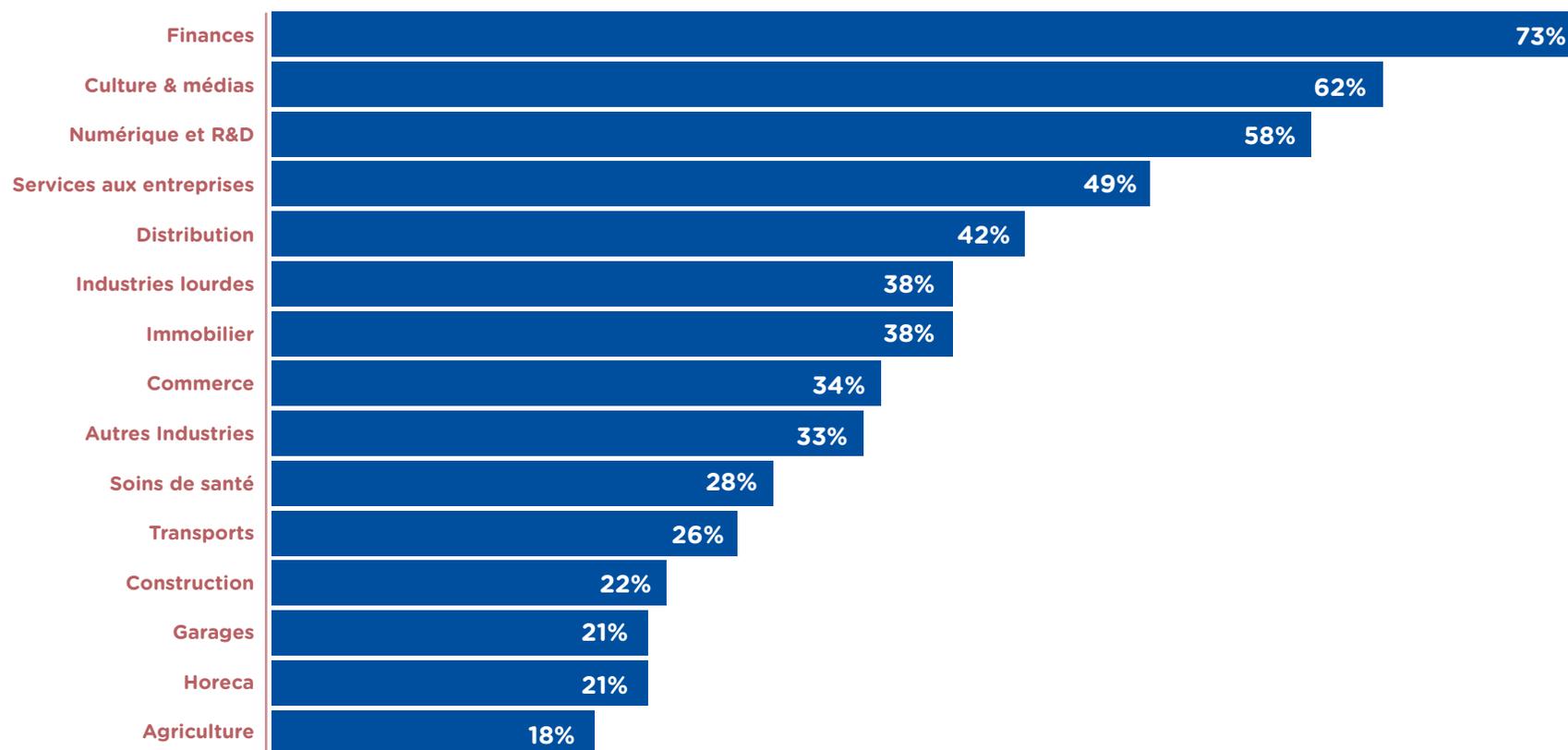
LE CERCLE VERTUEUX DES SECTEURS TECHNOPHILES

La répartition sectorielle des "convaincus du numérique" reflète fidèlement le caractère technocentré des catégories d'activités économiques.



Taux de chefs d'entreprise "convaincus du numérique" selon le secteur d'activité. Population : toutes les entreprises wallonnes

■ Le numérique est une opportunité stratégique



Le top 5 des secteurs où les dirigeants voient dans le digital une opportunité à saisir absolument et globalement sont par ordre décroissant :

- 1 Les finances
73%
- 2 La Culture et médias
62%
- 3 Le numérique
58%
- 4 Les services aux entreprises
49%
- 5 La distribution
42%

On peut s'étonner du fait que les filières d'activités numériques ne soient qu'aux deuxième et troisième places du classement. De fait, le secteur des finances présente historiquement un niveau de digitalisation particulièrement fort en raison de la quantité de données à traiter et à protéger. Aujourd'hui, l'argent est essentiellement traité comme une information numérique.

INTERNATIONAL ET B2B CATALYSEURS DE LA DIGITALISATION

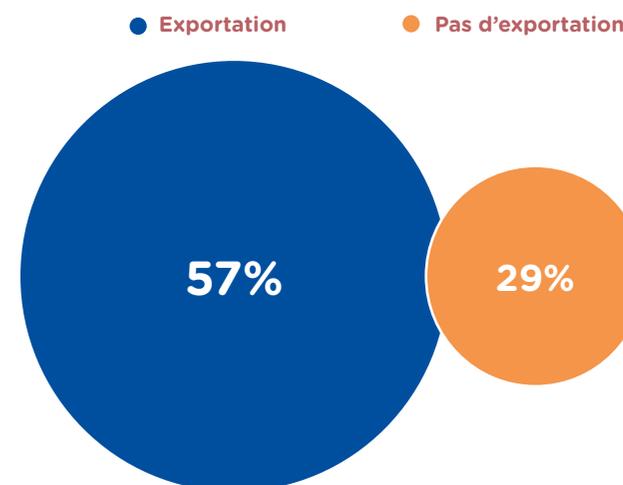
En Wallonie, 21% des entreprises proposent leurs produits et services à l'étranger. Parmi elles, 76% ont pour marché cible principal d'autres entreprises, autrement dit elles sont actives dans le B2B.

Par ailleurs, le taux d'entreprises exportatrices augmente en même temps que la taille, passant de 20% chez les TPE de 1 à 4 travailleurs à 48% dans les entreprises qui emploient plus de 100 personnes.

Le positionnement à l'international et la taille de l'entreprise agissent également de manière combinée pour une appropriation plus positive et globale de la transformation numérique. En effet, 57% des dirigeants des entreprises exportatrices y voient une opportunité à saisir dans le cadre d'une stratégie globale d'entreprise contre 35% en moyenne.

Lorsqu'on envisage uniquement les entreprises exportatrices actives dans le B2B, le taux grimpe à 59%.

Taux de chefs d'entreprise "convaincus du numérique" selon l'exportation.
Population : toutes les entreprises wallonnes



Le numérique est une opportunité stratégique

Cette vision stratégique du numérique induite par le positionnement à l'international n'est pas une surprise, les technologies numériques permettant de développer un business à l'export sans nécessairement s'y implanter de manière physique.

De même, l'intégration du business avec d'autres entreprises est également un catalyseur pour la digitalisation et l'automatisation des processus.



INFRASTRUCTURES NUMÉRIQUES DES ENTREPRISES



La Belgique se classe en troisième position de l'index DESI (Digital Economy and Society Index de la Commission européenne) pour l'intégration des technologies numériques dans les entreprises (employant 10 travailleurs et +). Selon le dernier Baromètre de la Société de l'Information (2019) - SPF Economie, 97% des entreprises belges employant au moins 10 travailleurs ont un accès à Internet à large bande, fixe ou mobile.

Ces taux pourraient indiquer que presque toutes les entreprises de notre pays disposent d'une infrastructure informatique performante.

Mais qu'en est-il spécifiquement pour la Wallonie, notamment si l'on envisage toutes les tailles d'entreprises, y compris les indépendants qui représentent 56% de notre tissu économique ?

Terminaux fixes et mobiles

EQUIPEMENT DES ENTREPRISES

92% des entreprises régionales disposent d'ordinateurs fixes et/ou portables, auxquels il faut ajouter 2,4% d'entreprises qui possèdent uniquement des tablettes et/ou des smartphones, soit un total de 94,4% d'entreprises équipées. Le taux d'entreprises ne disposant d'aucun terminal chute donc à 5,6%.

En d'autres termes, il n'existe presque plus d'entreprises en Wallonie qui ne disposent pas d'au moins un terminal fixe ou mobile. Les structures non équipées sont essentiellement des indépendants actifs dans des secteurs ayant a priori un besoin plus faible d'outils numériques : Horeca (18%), agriculture (11%) ou construction et garages (10%). La raison du non équipement est encore trop souvent "l'inutilité perçue" des technologies numériques par le dirigeant d'entreprise.

EQUIPEMENT DES TRAVAILLEURS

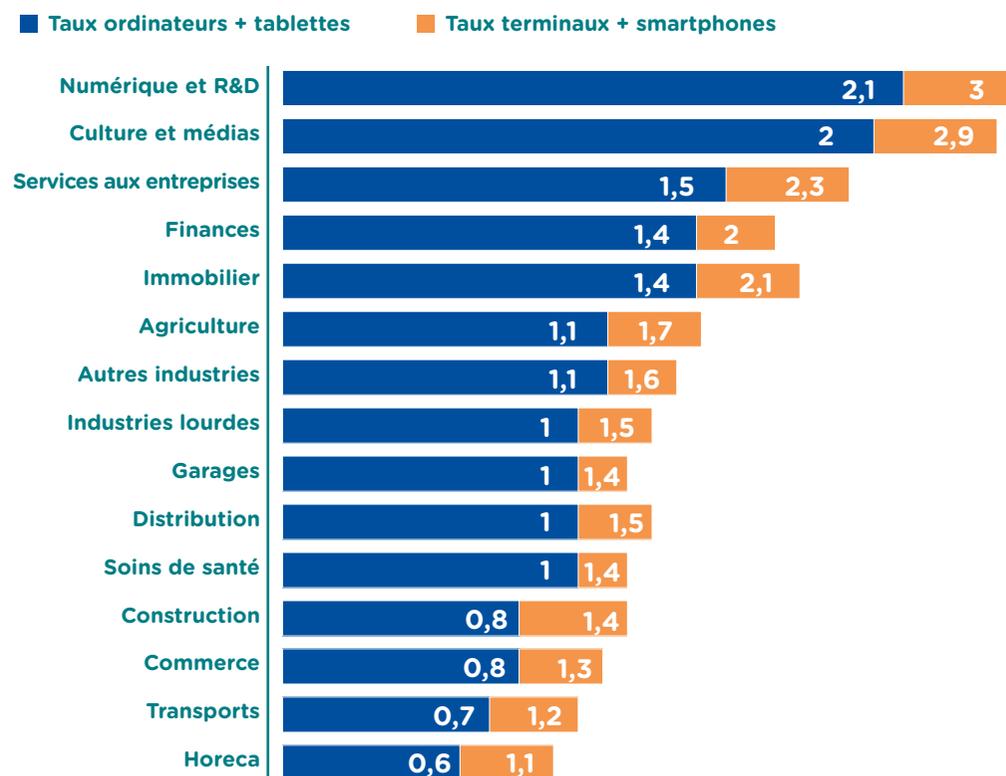
Le taux d'équipement individuel moyen des travailleurs (ordinateurs et tablettes) est de 1,07, soit une légère contraction par rapport à 2018 (1,08).

Ce statu quo est lié aux tablettes dont l'effet de mode semble s'être dissipé. Le taux moyen d'ordinateurs fixes et surtout portables par travailleur continue quant à lui à progresser en passant de 0,89 à 0,91.

Si l'on ajoute les smartphones professionnels, le taux moyen d'équipement individuel des travailleurs wallons est stable à 1,62. Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, ce taux n'est que de 0,68, stable également, ce qui est normal vu la plus grande variété de fonctions qui ne nécessitent pas forcément l'usage systématique de technologies numériques au niveau individuel.

Les secteurs qui traitent un grand nombre de données dans leur core business, et qui ont de longue date automatisé tout ou partie de ce traitement, sont les mieux équipés en termes de nombre moyen de terminaux connectés par travailleur (secteur du numérique, services aux entreprises, finances,...). Ceux qui comptent en leur sein, une forte proportion d'entreprises de petite taille ont également des taux individuels d'équipement plus élevés que la moyenne (culture et médias, et immobilier, par exemple).

Nombre moyens d'équipements individuels dans les entreprises par secteur
Population : toutes les entreprises wallonnes



LES SMARTPHONES TOUJOURS EN CROISSANCE

En termes de progression remarquable par rapport à 2018, ce sont à nouveau les smartphones qui tirent les taux d'équipement vers le haut.

Désormais, 84% (+7) de nos entreprises possèdent au moins un smartphone professionnel et 55% (+2) des travailleurs wallons en sont équipés.

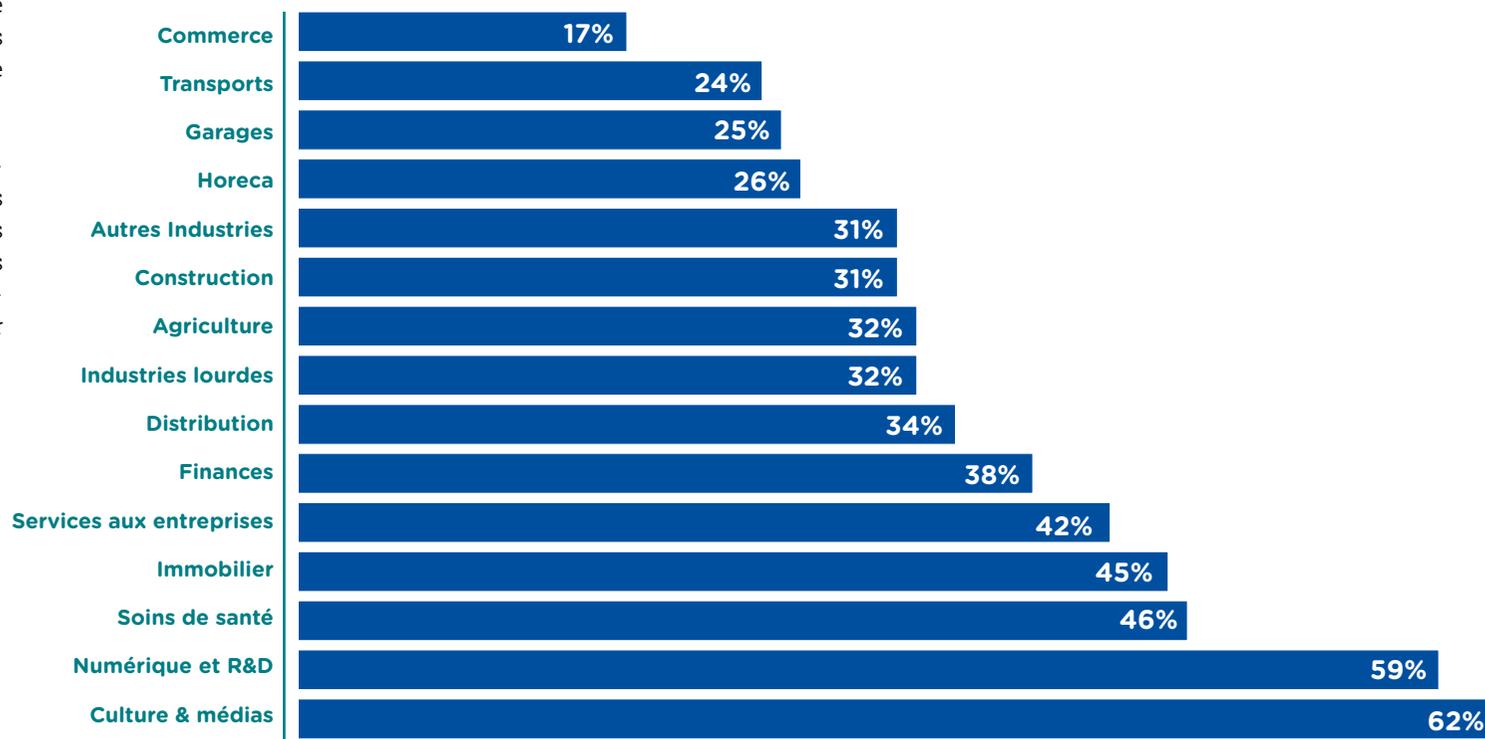
Du point de vue sectoriel, la présence de smartphones oscille entre 75 et 90% des entreprises à l'exception de l'agriculture qui affiche un taux inférieur de 69%.

Si l'adoption des smartphones s'est généralisée au sein de presque tous les secteurs d'activité, il n'en va pas de même pour les tablettes tactiles génériques ou spécifiques aux métiers. En effet, elles ne sont présentes que dans 34% des entreprises et leur usage est fortement corrélé à l'activité.



Taux d'entreprises équipées de tablettes par secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes

■ Taux de tablettes tactiles génériques ou métiers



Logiciels et Cloud Computing

LOGICIELS GÉNÉRIQUES

Les logiciels utilisés au sein de tous les secteurs d'activité économique pour communiquer, effectuer des tâches administratives ou encore utiliser les ressources du Cloud peuvent être qualifiés de génériques en raison de leur transversalité.

La variété des fonctions et des tâches ainsi que la masse de données à traiter augmentent avec la taille de l'entreprise, ce qui renforce naturellement les besoins en logiciels.

L'AdN a donc mesuré le taux de présence de ces logiciels au sein de toutes les entreprises wallonnes. Le tableau suivant montre que la taille de l'organisation influence fortement l'adoption de ces logiciels génériques.

Taux de présence des logiciels génériques. Population : toutes les entreprises wallonnes

■ Taux de présence des logiciels sur toutes les entreprises ■ Taux de présence des logiciels pour les entreprises employant 10 travailleurs et plus



CONNEXION À INTERNET

96% (+5) des entreprises wallonnes sont connectées à Internet. Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, le taux de connexion est de 100%.

Le taux de connexion des entreprises est désormais très proche du point culminant, au même titre que le taux d'équipement en terminaux fixes et portables.

Dès lors, ce qui va conditionner les usages du numérique est davantage lié à la qualité de la connexion qu'au fait d'être connecté ou non à Internet. En ce qui concerne le type de connexion utilisé, la majorité des entreprises connectées (76%) dispose d'une connexion fixe de type xDSL (ADSL, VDSL ou SDSL). Le câble arrive en seconde position dans des proportions beaucoup moindres.

En ce qui concerne la qualité des connexions fixes, seulement un cinquième des entreprises (21%) la juge excellente, avec un débit très satisfaisant. La majorité (53%) estiment que leur connexion est bonne (problèmes rares et débit satisfaisant) ou moyenne (20%) (problèmes occasionnels et débit perfectible). Enfin, 6% regrettent une connectivité médiocre (problèmes réguliers et débit insuffisant). Pour remédier à cette situation, Digital Wallonia soutient le projet Giga Région qui vise à faire de la Wallonie un territoire connecté performant dans le respect des objectifs européens, notam-

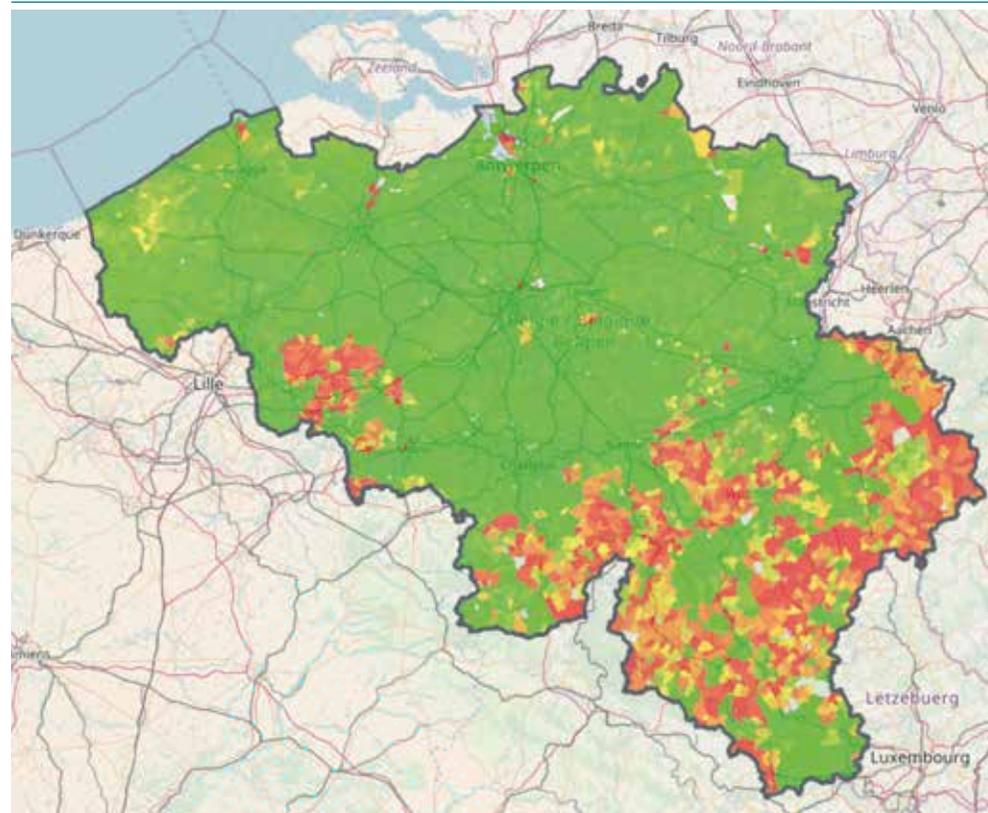
Types de connexions fixes à Internet	Taux 2020 sur les entreprises connectées
ADSL ou VDSL ou SDSL	76%
Câble de télédistribution	16%
Fibre optique	11%
Ligne louée	3%
Satellite	2%

Types de connexions fixes à Internet. Population : toutes les entreprises wallonnes connectées (96%). Le total est supérieur à 100% car les entreprises peuvent disposer de plusieurs connexions fixes à Internet

ment par une amélioration de la couverture des réseaux de télécommunications. <https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/gigaregion-home>

Une partie de l'explication de cette satisfaction en demi-teinte se trouve sur le site de l'IBPT* où l'on peut voir la carte de la Belgique, selon le débit des connexions fixes à Internet. Si l'on envisage un débit moyen de 100 mbps pour soutenir "confortablement" une activité professionnelle, on remarque immédiatement que la Wallonie est moins bien lotie que la Flandre. Dans notre Région, il reste encore beaucoup de connexions fixes dont le débit ne peut atteindre 100 mbps (zones orange sur la carte ci-dessous).

Carte de la Belgique des connexions fixes à Internet disponibles avec un débit de 100 mbps, selon l'IBPT, juillet 2020



* <https://www.bipt-data.be/fr/projects/atlas/landline>



Certes la démographie plus faible, le relief plus vallonné et les distances plus grandes en Wallonie expliquent en partie la couverture moins optimale de la Région, mais cette situation handicape sérieusement les entreprises dans une économie où la connectivité est un véritable atout concurrentiel.

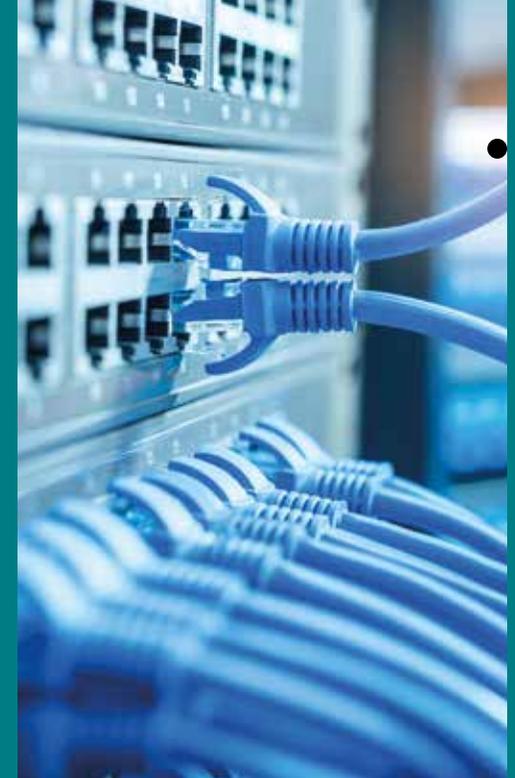
Ces caractéristiques de la Wallonie concourent aussi, malheureusement, à diminuer la disponibilité de la fibre optique à proximité des entreprises. C'est d'ailleurs, le premier obstacle cité par les répondants par rapport à l'amélioration de la connexion fixe à Internet de l'entreprise.

Obstacles à une meilleure connexion à Internet de l'entreprise	Taux 2020 sur les entreprises connectées (96%)
La fibre optique n'est pas disponible à proximité des locaux de l'entreprise	60%
Trouver le meilleur rapport qualité-prix parmi les offres est très compliqué	19%
Les solutions plus performantes (fibre optique, ligne louée, etc.) sont trop chères	17%
Une meilleure connexion n'est pas nécessaire pour l'instant	17%

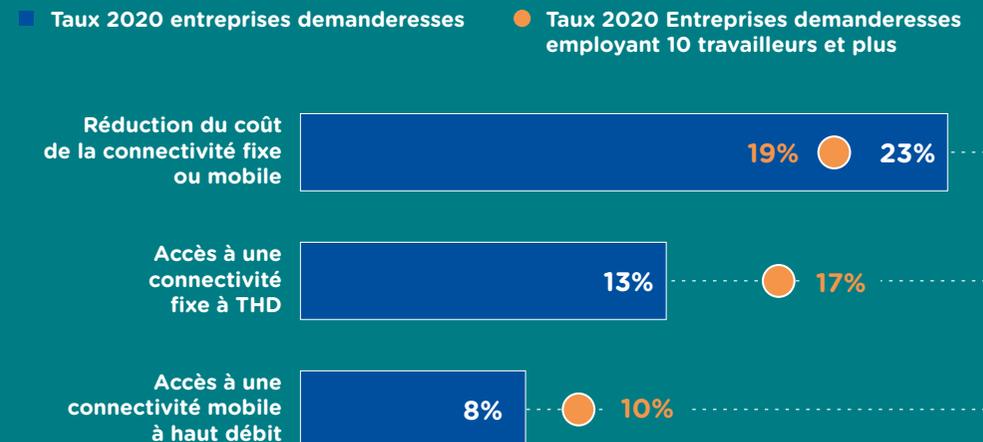
Obstacles à une meilleure connexion à Internet. Population : les entreprises connectées (96% des entreprises wallonnes). Le total est supérieur à 100% car les entreprises pouvaient identifier plusieurs obstacles

Ces observations ont été confirmées dans le cadre du questionnaire post-covid puisque lorsque les entrepreneurs ont été invités à exprimer les actions de soutien public, relatives au numérique, qu'ils souhaitent voir émerger.

Sans équivoque, les questions de coût et de performance des connexions sont venues bien avant les demandes de soutien financier pour les aider à opérer la transformation numérique.

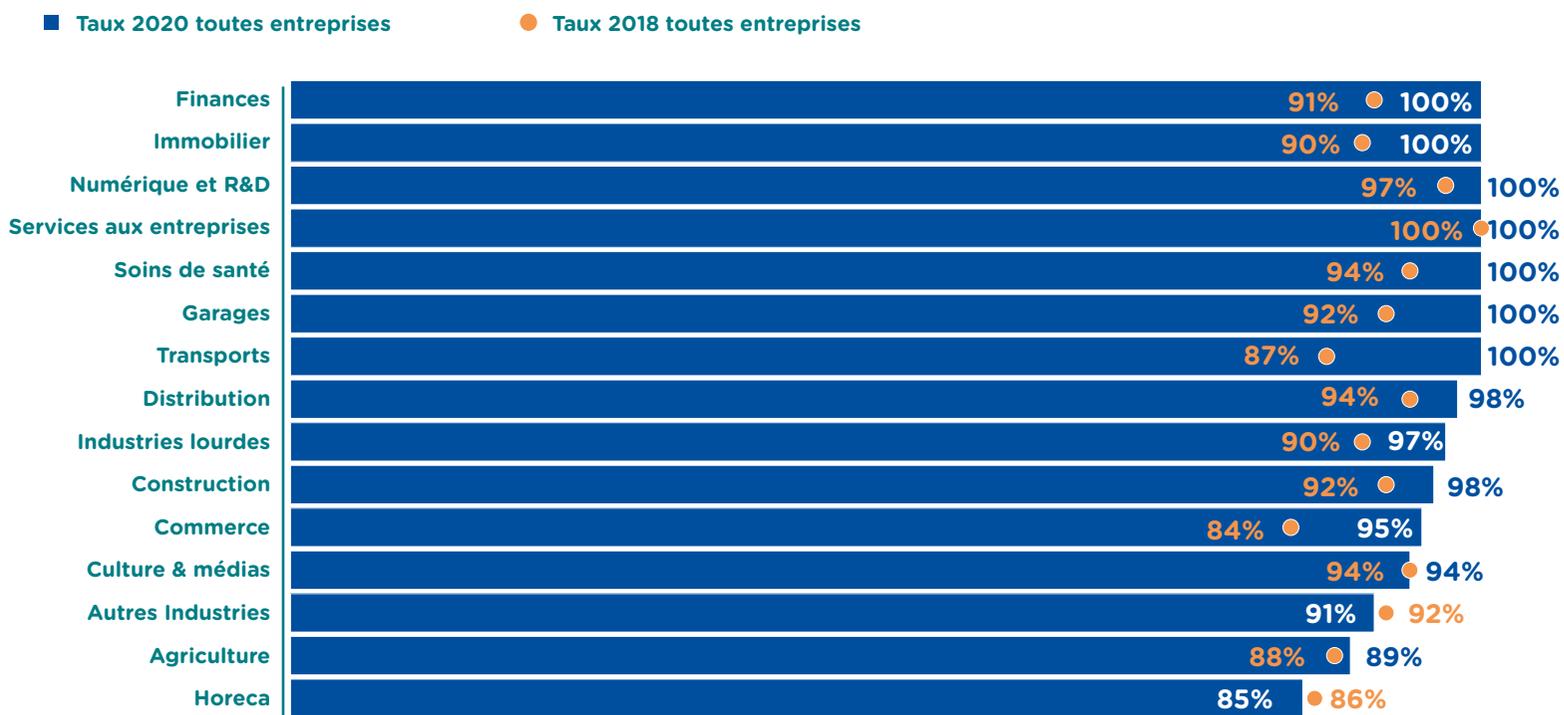


Demandes d'actions publiques relatives à la connectivité suite à la crise du coronavirus .



La répartition sectorielle de la connexion à Internet a peu changé par rapport à 2018. Historiquement, ce sont les secteurs de l'agriculture, de l'Horeca et du commerce de détail qui sont le moins connectés, même si le commerce de détail a très bien évolué en deux ans (+11).

Évolution du taux de connexion à Internet par secteur entre 2018 et 2020. Population : toutes les entreprises wallonnes



La hausse de 6 points du taux global de connexion par rapport à 2018 est surtout le fait des secteurs suivants :

- 1 Transports +13
- 2 Commerce de détail +11
- 3 Immobilier +10
- 4 Finances +9
- 5 Industrie lourde +7

Une série de secteurs sont désormais connectés à 100% : finances, immobilier, services aux entreprises, soins de santé, garages et transports.

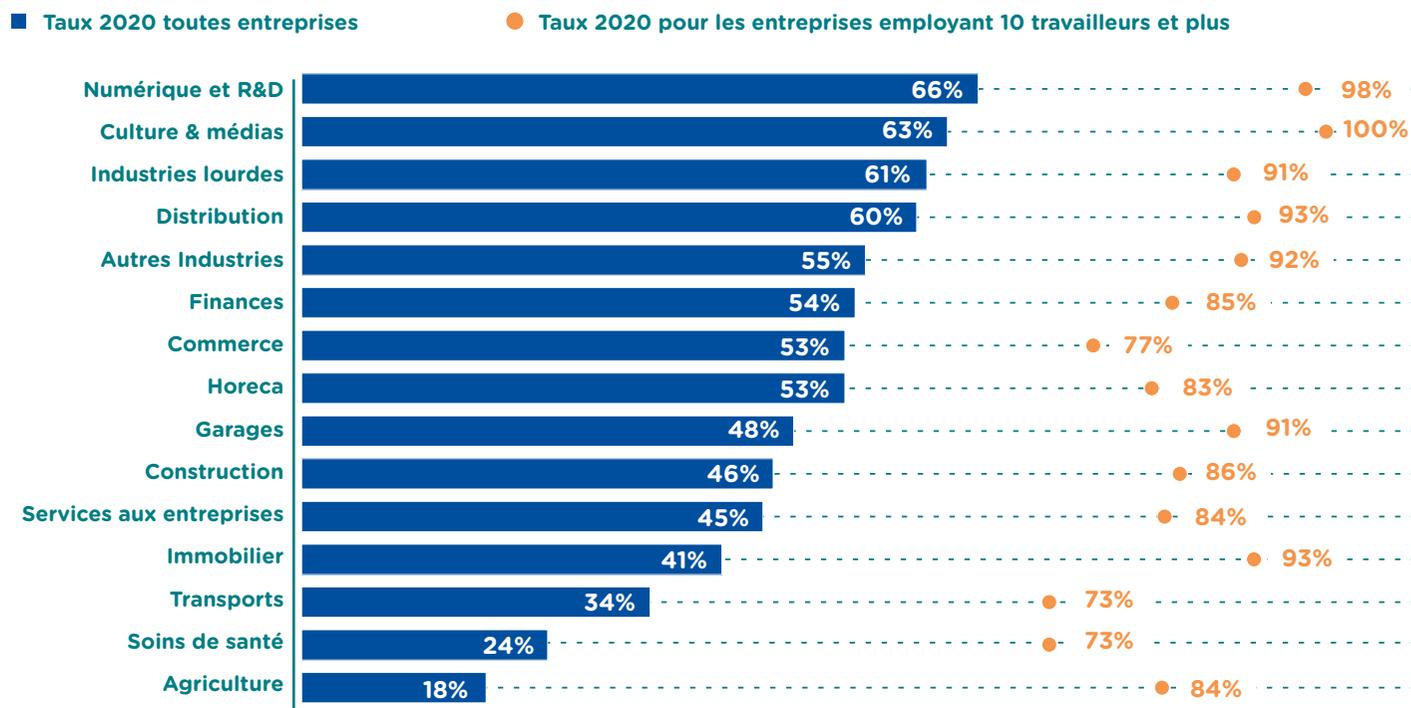
SITES WEB

45% (+4) des entreprises wallonnes disposent désormais d'un site web. Cela peut sembler faible, mais à nouveau la taille de l'entreprise influence fortement ce taux d'équipement.

En effet, 84% (+4) des entreprises wallonnes employant 10 travailleurs et plus possèdent un site ce qui correspond exactement à la moyenne nationale (84%) (source : Baromètre de la Société de l'Information (2019) - SPF Economie).

Les disparités sectorielles en matière de sites web sont assez marquées, comme en témoigne le graphique ci-contre.

Taux de présence d'un site web. Population : toutes les entreprises wallonnes



Concrètement, le taux de présence d'un site web varie selon les besoins perçus par les secteurs et la place de la vente dans le core business de l'entreprise. Il est donc logique que les secteurs où la vente prédomine ou ceux reposant davantage sur l'usage de la donnée soient leaders de la possession de sites.

Ainsi, le top 5 des secteurs disposant d'un site sont par ordre décroissant :

- 1 Numérique et recherche
66%
- 2 Culture et médias
63%
- 3 Distribution
60%
- 4 Autres industries
58%
- 5 Services aux entreprises
55%

Pourtant, ces leaders ne sont pas nécessairement à l'origine de l'évolution globale favorable du taux de sites web, par rapport à 2018 (+4). En effet, La plus forte hausse est celle de l'Horeca (+16) directement suivi par la distribution et les industries lourdes (+14). On soulignera également la progression significative du commerce de détail (+12) et de la construction (+10) qui étaient tous deux en seconde moitié du classement des secteurs par rapport aux taux de sites web, en 2018.

Enfin, le cas du secteur de la santé est un peu particulier. La publicité pour les actes médicaux étant strictement réglementée en Belgique, il est normal que seulement 24% des entreprises soient équipées, et qu'il n'y ait aucune évolution depuis 2018.

Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, le classement des secteurs par rapport au taux de sites web est assez différent de celui relatif à l'ensemble des entreprises. En effet, dans ces entreprises de plus grande taille, la culture et les médias affichent un taux de 100%, directement suivis par le numérique et la recherche (98%) et enfin, sur la troisième marche du podium, se trouvent la distribution et l'immobilier, à égalité, avec un taux de sites de 93%.

CLOUD COMPUTING

Le Cloud Computing est désormais adopté par une petite moitié (45%) des entreprises wallonnes. Ces entreprises exploitent au moins un logiciel en mode "Software as a Service" (SaaS). Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, le recours au SaaS atteint allègrement 73%.

Ces taux pourraient être sous-estimés des services très populaires et en partie gratuits, de messagerie (Gmail, ...) ou de stockage (Dropbox, ...) par exemple, n'étant pas toujours identifiés comme du SaaS par les répondants.

On soulignera également le fait que près d'une entreprise sur deux (43%) recourt au stockage de données dans le Cloud, ce qui les rend moins vulnérables aux pertes de données.

LOGICIELS DE GESTION ET DE PLANIFICATION

Les logiciels intégrés de gestion et de planification ou progiciels de gestion (ERP, SCM, CRM, EDI, ...) sont des outils particulièrement efficaces pour automatiser la gestion des flux internes, entrants et sortants d'une entreprise.

Leur présence démontre en général un niveau de maturité numérique plus important, leur usage impliquant de facto des compétences numériques avancées.



Toutefois, analyser cet usage au sein de toutes les entreprises est peu pertinent, ces outils restent souvent peu accessibles et peu utiles en termes de coût et de compétences pour les TPE de services, très présentes en Wallonie.

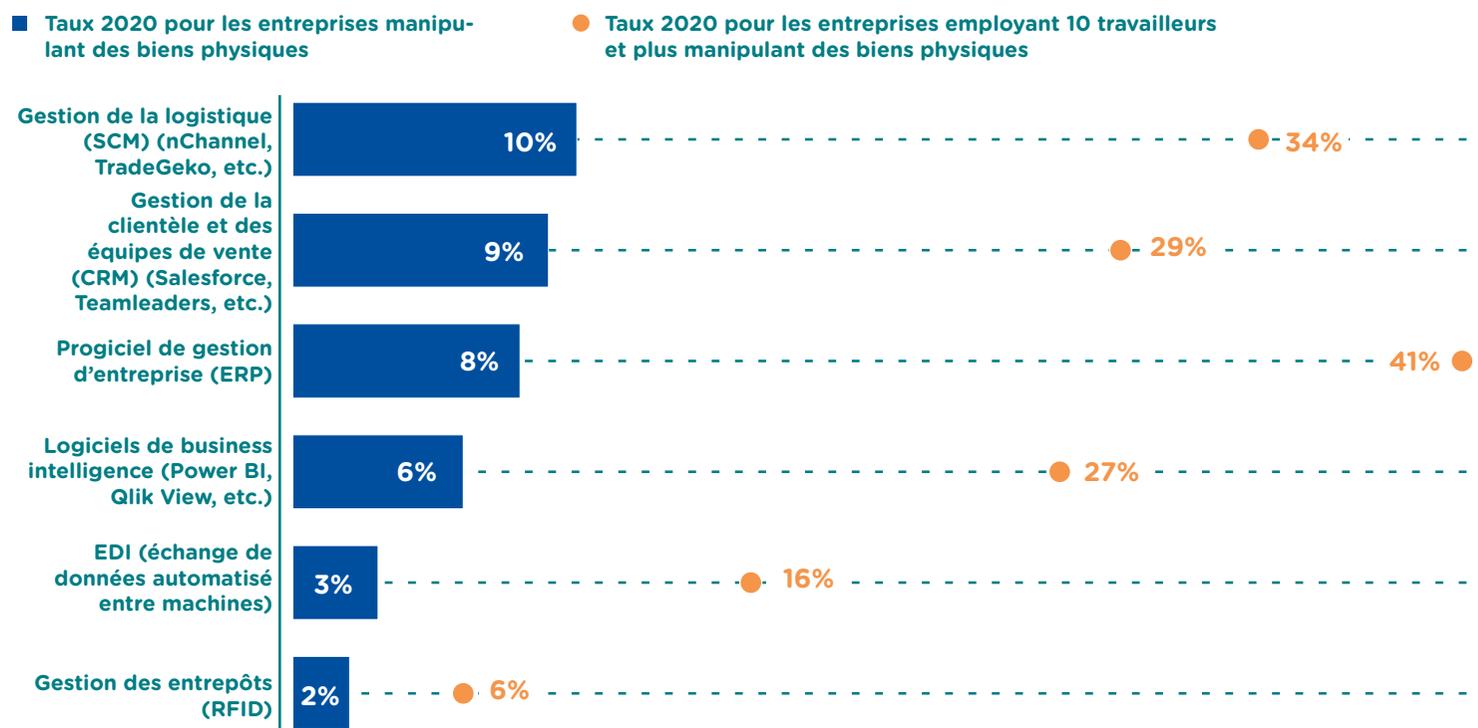
Par contre, une telle analyse est très intéressante sous l'angle de la production, de la manipulation ou encore de la distribution de biens physiques. Elle permet d'évaluer l'usage du numérique par les entreprises qui ont de réels besoins de planification des stocks et de la production, de gestion de la logistique et de l'entreposage ou encore de coordination avec les partenaires.

L'AdN a donc mesuré les taux de présence de ces logiciels au sein des entreprises qui, dans leur chaîne de valeur, font intervenir la fabrication, la manipulation et/ou la distribution de biens physiques, soit 42% des entreprises wallonnes.

L'influence de la taille de l'entreprise se manifeste particulièrement sur la présence des ERP et des logiciels de gestion des stocks (SCM). Ces outils ne deviennent en effet rentables qu'à partir d'un certain volume d'activité que l'on rencontre uniquement au sein des entreprises moyennes à grandes.

Ces observations sont confirmées par la répartition sectorielle des logiciels.

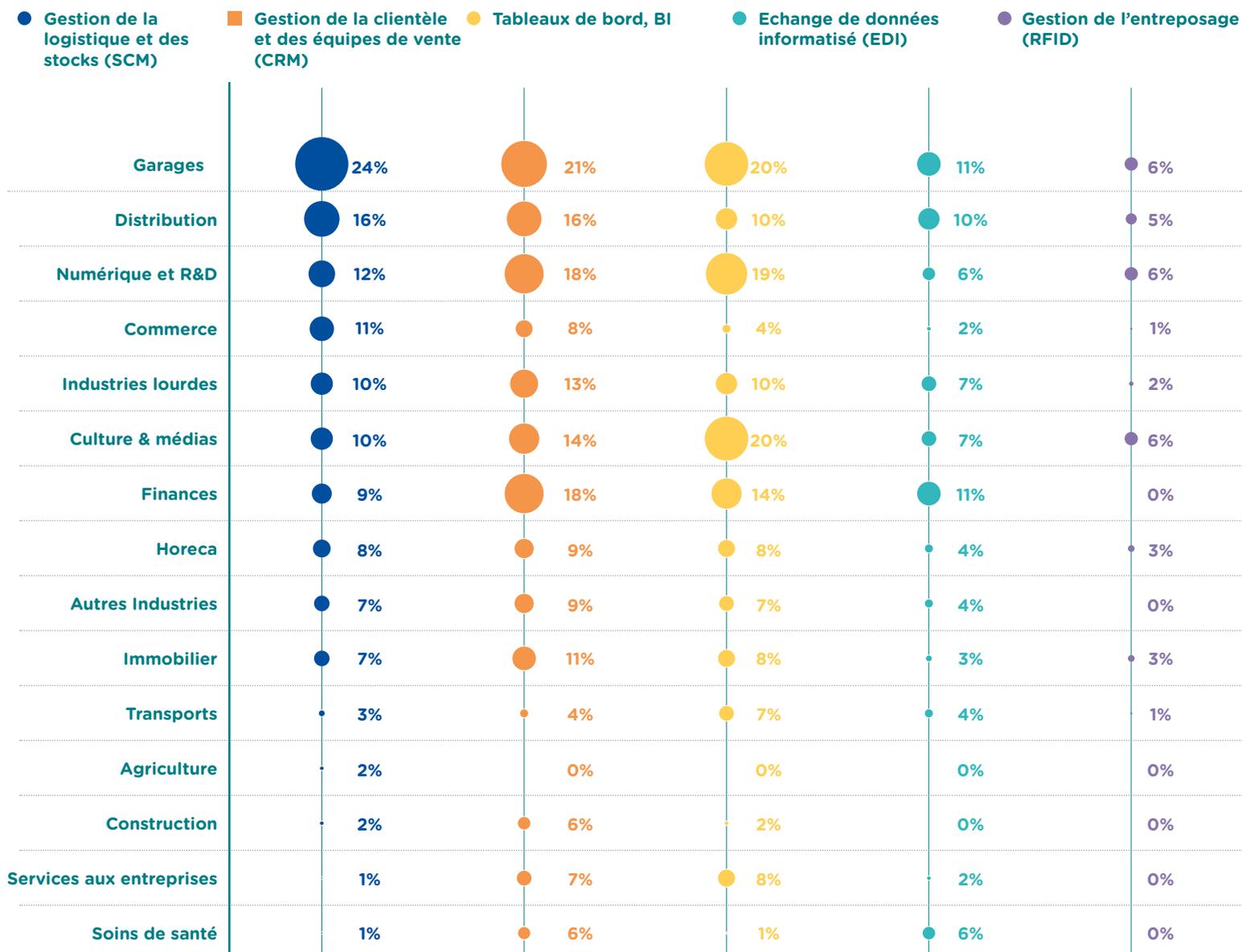
Taux de présence des logiciels intégrés de gestion et de planification.
Population : entreprises qui fabriquent manipulent ou distribuent des biens physiques (42% des entreprises wallonnes)



Comme on pouvait s'y attendre, les secteurs intensifs en technologies (numérique et R&D, finances, culture et médias, etc.) ont une utilisation globalement plus élevée de tous les types de logiciels de gestion et de planification.

Les secteurs tels que les garages, la distribution et les industries, qui gèrent des stocks, manipulent, fabriquent, ou encore distribuent des biens physiques, ont eux aussi un usage plus intensif de ce type de logiciels.

Taux de présence sectoriel des logiciels intégrés de gestion et de planification. Population : toutes les entreprises wallonnes



Technologies avancées et industrie du futur

Intelligence artificielle (IA), Big Data, Internet des Objets (IoT) ou encore réalité augmentée et virtuelle (AR/VR), les technologies numériques avancées transforment de manière très forte à la fois les modèles d'affaires et les processus des entreprises. Elles sont notamment les moteurs de l'industrie du futur.

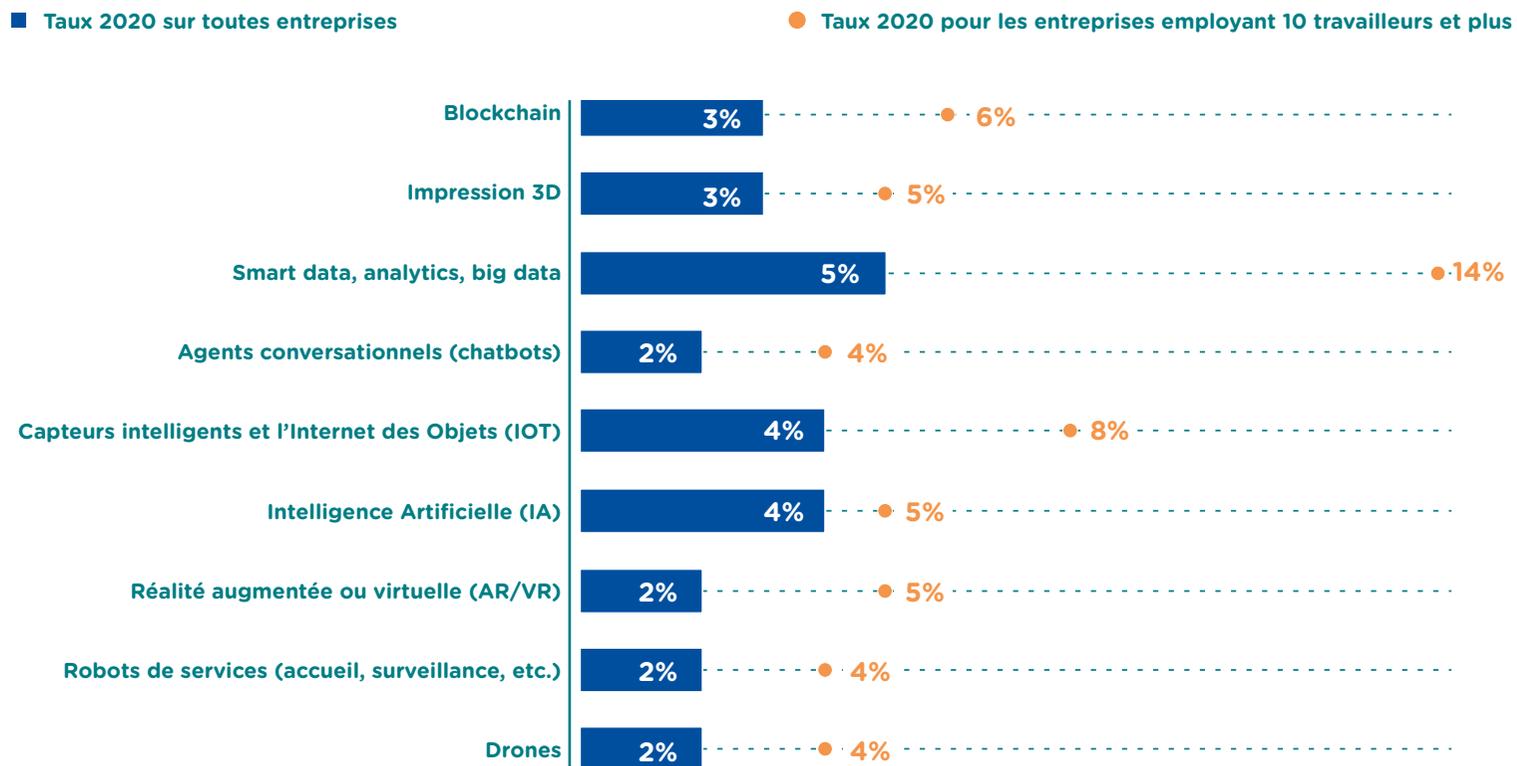
Véhicules autonomes, reconnaissances faciale et vocale, imagerie médicale prédictive, navigation assistée, systèmes de traduction, ... : les débouchés potentiels l'IA sont si nombreux qu'il est difficile de conceptualiser les champs d'application de cette technologie qui concerne potentiellement toutes les entreprises.

Sur le terrain, force est de reconnaître que ces technologies sont encore peu présentes. 2 à 4% des entreprises les utilisent, suivant les technologies envisagées.

Une fois encore, la taille de l'entreprise est le critère le plus discriminant quant à l'usage de ces technologies avancées, singulièrement pour le big data et l'IOT, comme le montre le tableau suivant.



Taux de présence des technologies avancées. Population : toutes les entreprises wallonnes

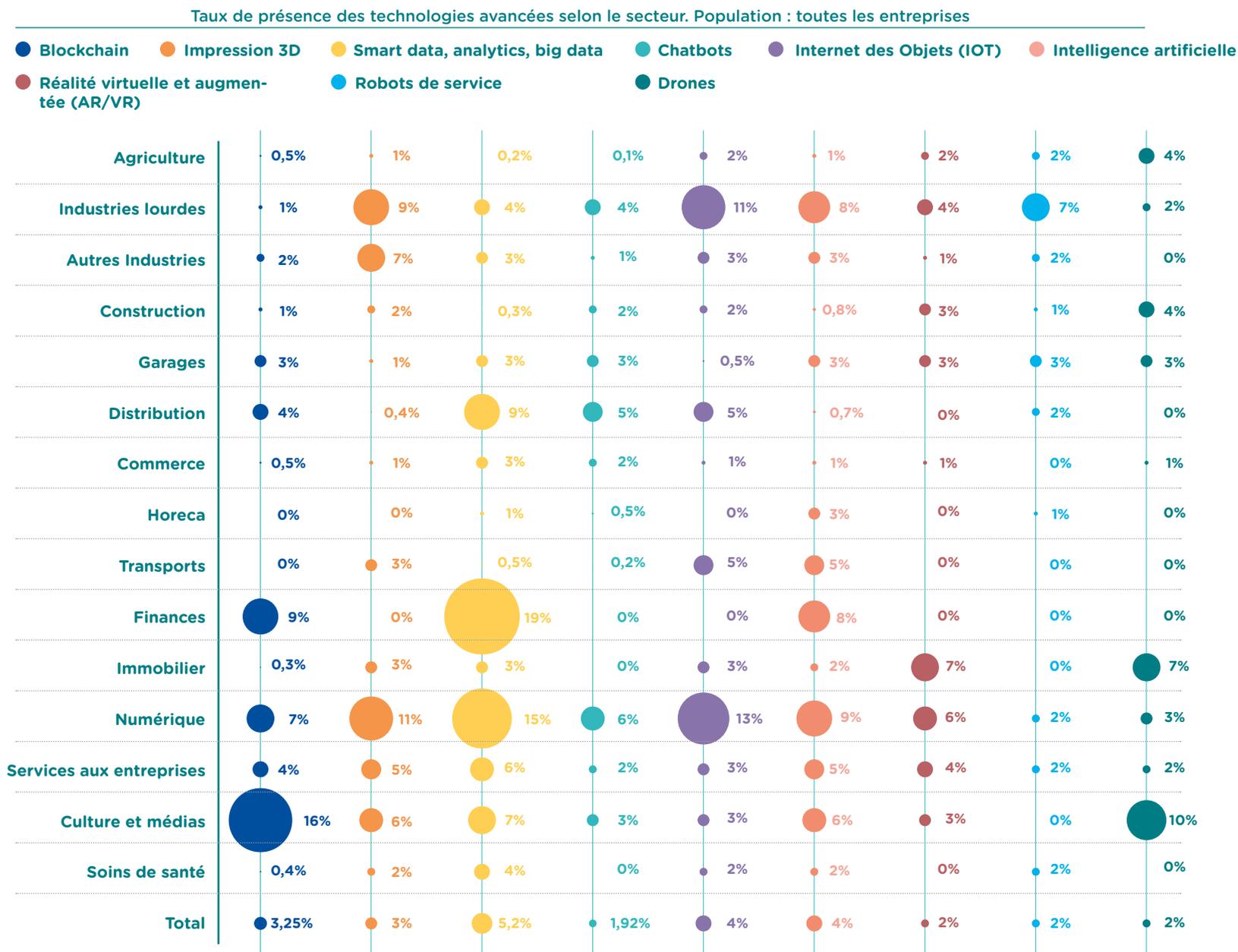


Cette observation est confirmée et expliquée par Statbel. En effet, une entreprise belge sur cinq (20%), employant 10 travailleurs et plus, a eu recours au big data en 2018. Parmi elles, 8,9% analysent des données générées par les médias sociaux, 8,7% des données de géolocalisation issues d'appareils portables. 7,5% ont traité leurs propres données issues de dispositifs intelligents ou connectés. Le big data va donc souvent de pair avec l'usage des capteurs intelligents et de l'Internet des Objets.

Du point de vue sectoriel, l'usage des technologies avancées est sans surprise très corrélé à l'activité comme le montre le tableau suivant.

Ainsi, pour ne prendre qu'un exemple, la blockchain est davantage présente dans les finances et le numérique mais aussi, plus surprenant peut-être, dans les médias. En effet, "le nouveau journalisme" veut offrir aux citoyens et aux diffuseurs d'informations une plus grande transparence dans la fabrication de celles-ci et garantir la traçabilité par la preuve numérique : d'où viennent les faits, qui les diffuse, quelles ont été les étapes de validation, quelles sont les différentes opinions concernant ces informations. On peut savoir facilement par qui un contenu a été créé, s'il a été modifié ou dénaturé et à quel moment. La blockchain s'avère donc être un outil efficace pour lutter contre les "fake news".

Par ailleurs, on constate une fois encore que les secteurs qui sont par nature des utilisateurs intensifs du numérique (numérique, culture et médias, finances, services aux entreprises, industries, etc.) ont une propension à utiliser davantage de technologies avancées que la moyenne.



INDUSTRIE DU FUTUR

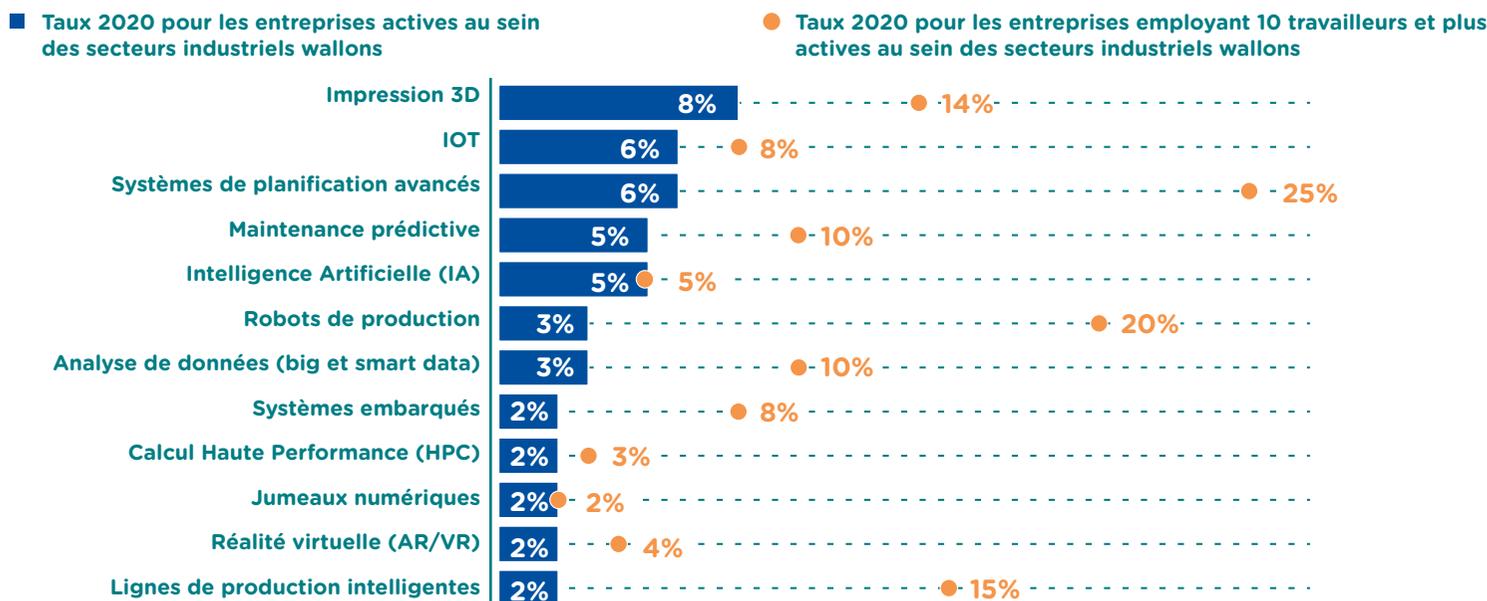
Quand on évoque la place du numérique dans le secteur industriel, on pense évidemment à l'industrie du futur ou industrie 4.0. Après le charbon, l'électricité et l'informatique, l'Internet des objets (IOT) et l'intelligence artificielle (IA) entre autres ont permis l'émergence d'une 4^{ème} génération d'usines connectées, robotisées et intelligentes.

L'AdN a évalué la présence de quelques technologies caractéristiques de l'industrie du futur au sein des secteurs industriels wallons.

Là encore, sur les 5.316 entreprises concernées, les taux d'adoption sont relativement faibles et l'effet de taille est très marqué au niveau des systèmes embarqués, de l'impression 3D, des robots de production et des systèmes de planification avancés, comme l'illustre le graphique suivant.



Taux de présence des technologies liées à l'industrie du futur.
Population : entreprises des secteurs industriels.

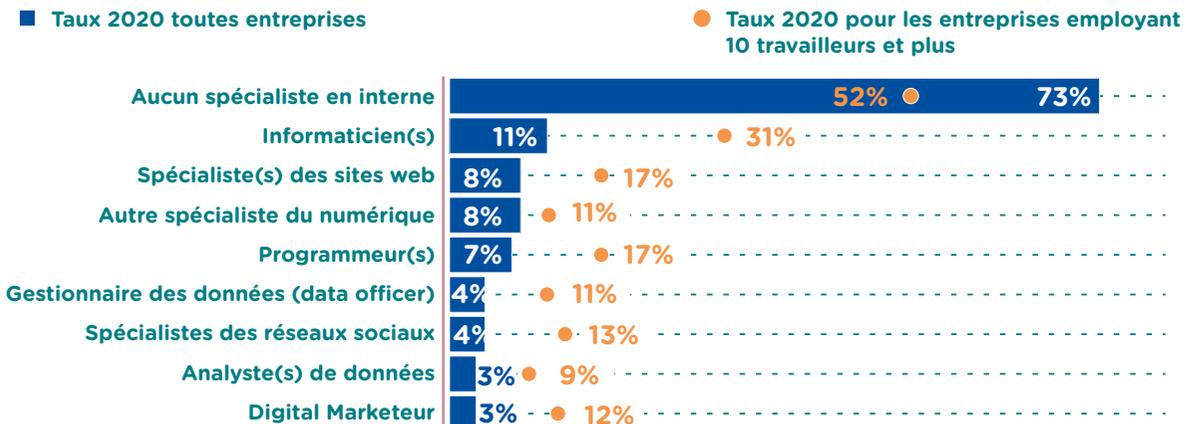


Les efforts financiers et organisationnels de mise en place de ces technologies rebutent probablement nombre de petits ateliers et d'indépendants.

Alors que le manque de profils technologiques qualifiés est souvent évoqué quand on évoque l'industrie en Wallonie, seuls 9% des entreprises du secteur évoquent des difficultés de recrutement. Ce taux augmente toutefois à 23% pour les entreprises industrielles employant 10 travailleurs et plus.

L'industrie wallonne a donc encore grand besoin de soutien à la transition vers l'industrie du futur. C'est l'objectif poursuivi par le programme d'accompagnement "Industrie du Futur" de Digital Wallonia. <https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/made-different-digital-wallonia>

Taux de présence de spécialistes du numérique en interne à temps partiel ou à temps plein.
Population : toutes les entreprises wallonnes. Les sommes des taux sont supérieures à 100% car les entreprises peuvent employer plusieurs spécialistes à la fois

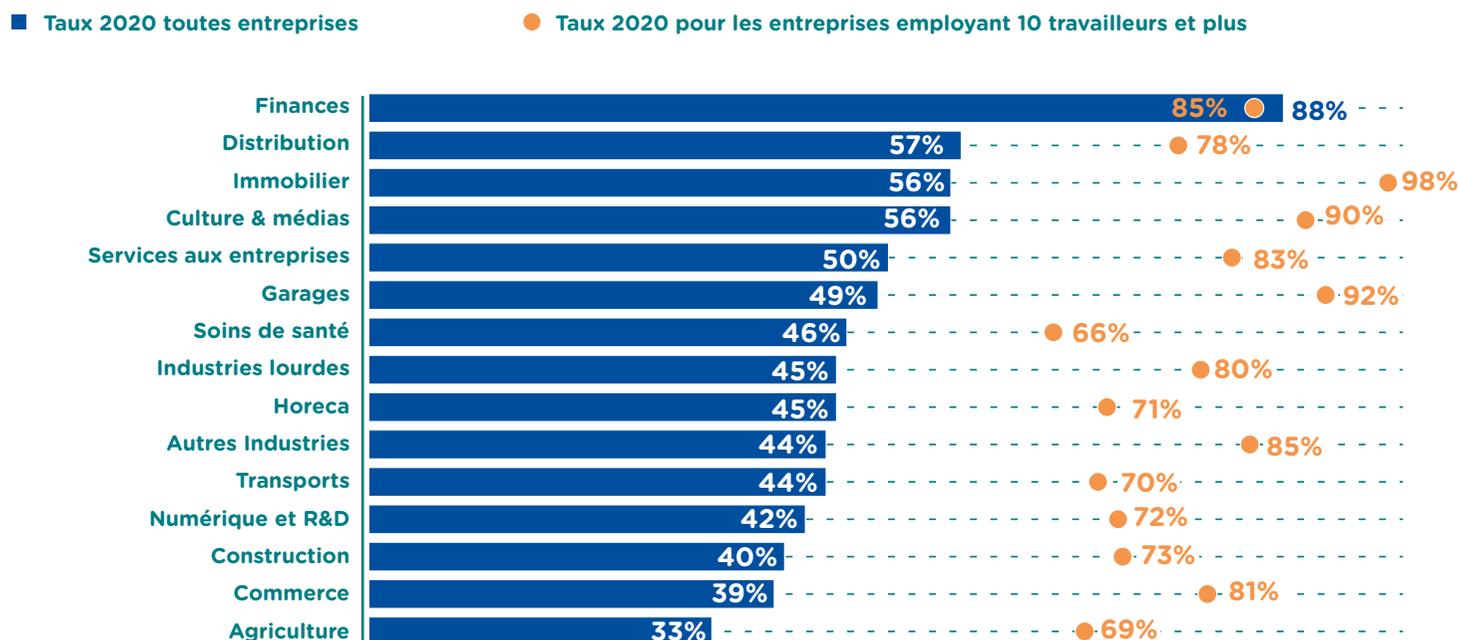


COMPÉTENCES NUMÉRIQUES ET SOUS-TRAITANCE

La petite taille des entreprises wallonnes rend l'engagement de compétences numériques en interne difficilement rentable, même à temps partiel.

Malgré cet obstacle, 27% (+12) de nos entreprises emploient au moins un spécialiste du numérique, à temps partiel ou à temps plein.

Recours à la sous-traitance informatique par secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes



Dans le même temps, 46% (stable) de nos entreprises (78% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) recourent régulièrement ou occasionnellement à la sous-traitance informatique. La tendance à internaliser les compétences numériques est donc fortement liée à la taille de l'entreprise. Elle est également variable selon l'activité comme on peut le voir ci-dessous.

Le secteur des finances est le leader incontesté de la sous-traitance informatique : 88% de ses entreprises y ont recours. Avec environ 10 points au-dessus de la moyenne, on trouve également les secteurs de la distribution (57%), de la culture et des médias (56%), et de l'immobilier (56%).



La sécurité informatique

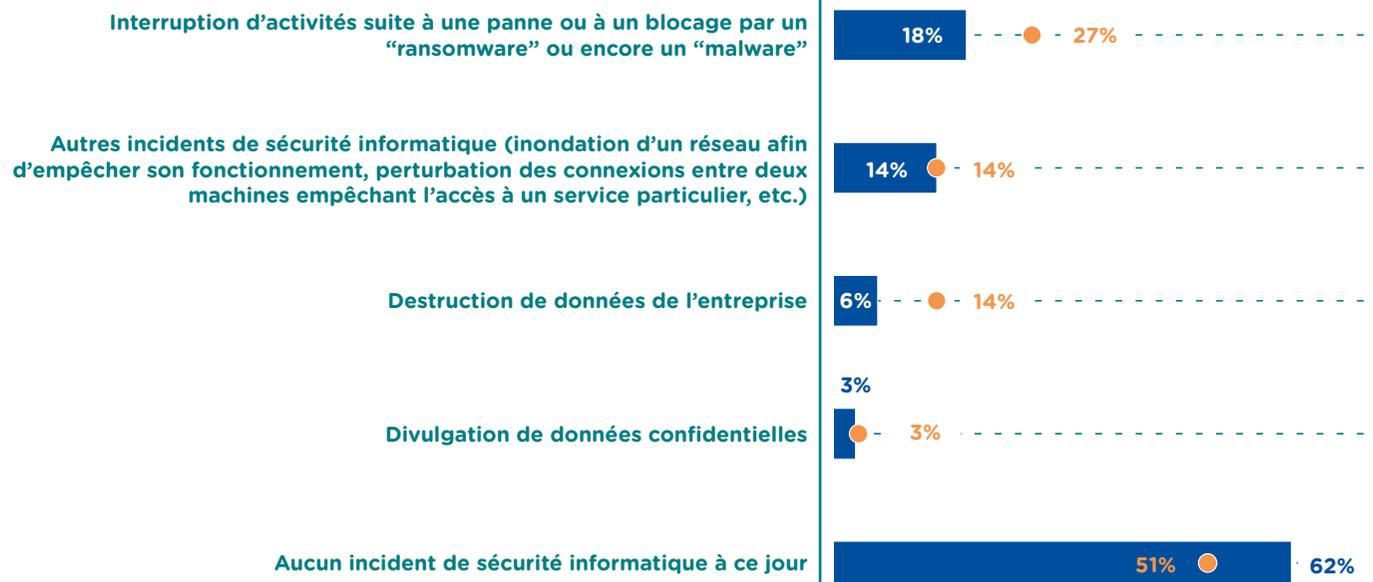
La sécurité informatique n'est pas qu'une affaire de techniciens. La politique des entreprises en la matière doit être définie par le management qui doit adopter les bonnes mesures de protection et établir le plan d'action à mettre en œuvre en cas de problème ou d'attaque.

En Wallonie, 38% des entreprises wallonnes reconnaissent avoir déjà rencontré un incident de sécurité informatique. Ces incidents se répartissent comme suit.

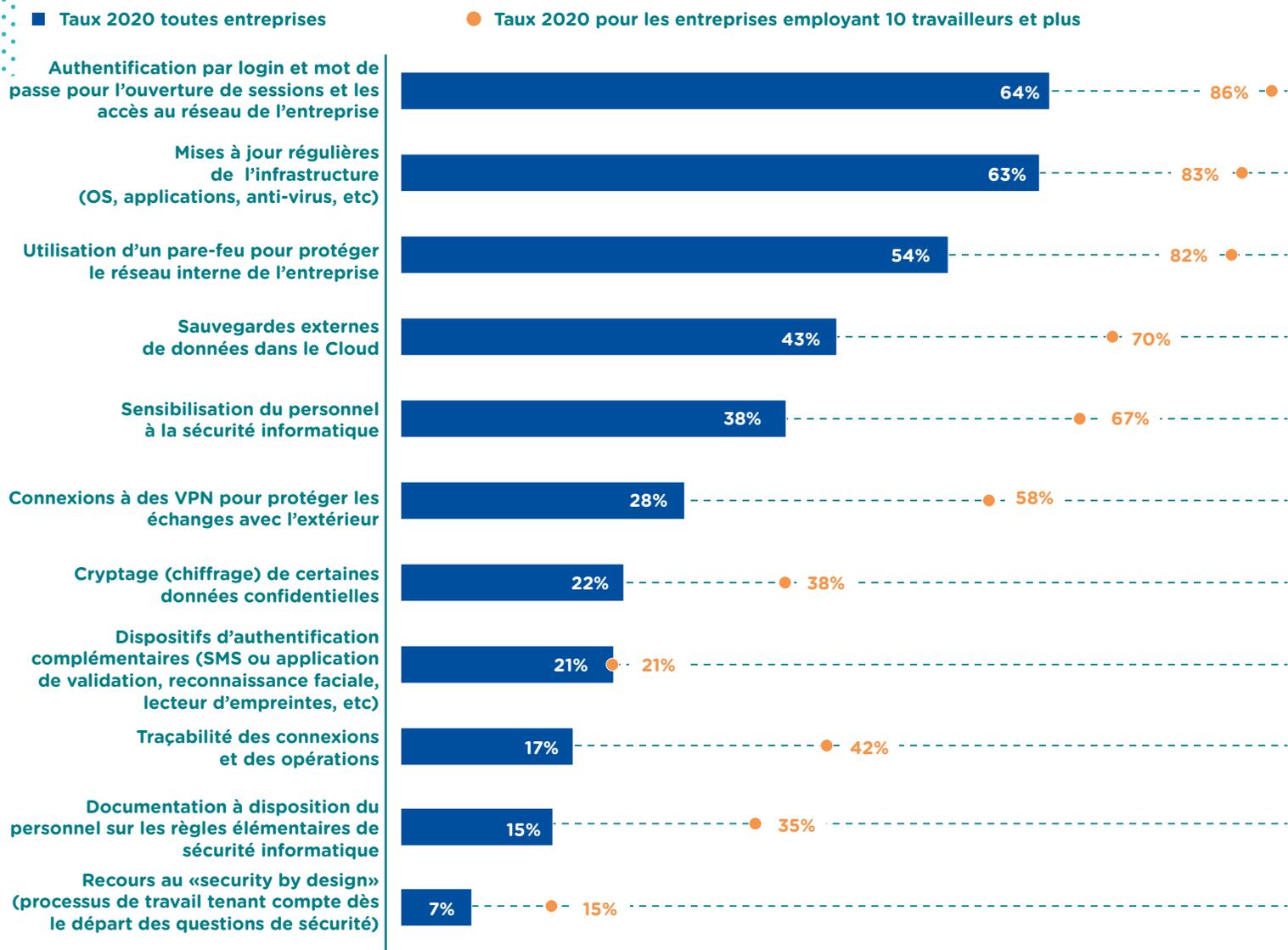
Taux d'entreprises ayant rencontré des incidents de sécurité informatique en 2020
Population : toutes les entreprises wallonnes. Le total est supérieur à 100% car les entreprises peuvent rencontrer plusieurs types d'incidents informatiques

■ Taux 2020 toutes entreprises

● Taux 2020 pour les entreprises employant 10 travailleurs et plus



Taux d'entreprises ayant mis en œuvre des mesures de sécurité. Population : toutes les entreprises wallonnes. Le total est supérieur à 100% car les entreprises peuvent mettre en œuvre plusieurs mesures de sécurité informatique en même temps.



Les attaques au moyen de "ransomwares" ou autres ne sont malheureusement plus rares. Outre l'interruption d'activités et les frais occasionnés, les entreprises risquent des fuites de données confidentielles si elles refusent de payer la rançon qui leur est demandée.

Pour mieux évaluer les risques, l'AdN a examiné une série de pratiques susceptibles de renforcer la sécurité informatique. Ces pratiques sont d'autant plus importantes que seulement 12% des entreprises signalent être assurées contre les conséquences néfastes d'un problème informatique.

Manifestement, c'est l'authentification par login et mot de passe (64%), la mise à jour de l'infrastructure (63%) et l'utilisation de pare-feu pour protéger les réseaux (54%) qui sont les mesures le plus souvent mises en œuvre.

Analyser les incidents de sécurité informatique sous l'angle sectoriel s'avère délicat.

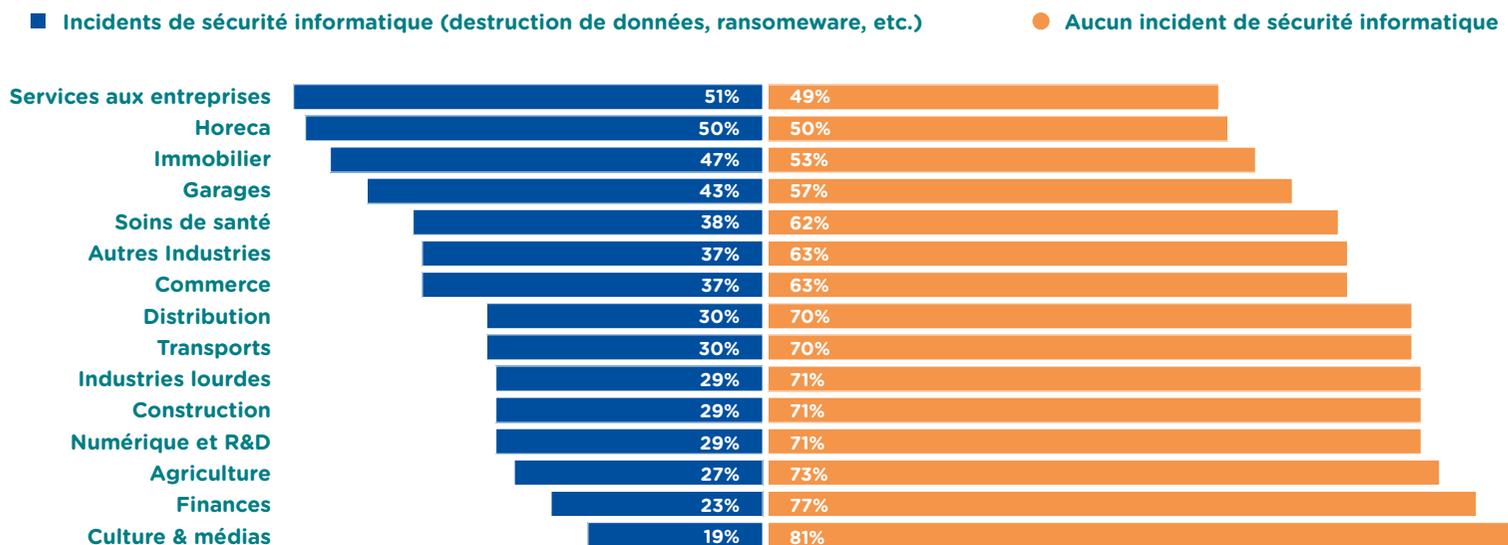
En effet, un faible taux d'incidents de sécurité informatique peut évidemment être lié à l'application de mesures de sécurité efficaces, mais aussi à un faible usage du numérique et donc une fréquence d'incidents plus rare, ou encore à un usage peu intensif du numérique associé à une faible connaissance des incidents de sécurité, et donc une détection limitée des problèmes. C'est ce que montre le graphique suivant.

Les faibles taux d'incidents de sécurité informatique dans l'agriculture et la construction sont probablement dus à un usage moins intensif du numérique et la survenue d'incidents plus rare et/ou à une non détection de ces problèmes.

Les faibles taux d'incidents au sein du secteur des finances, de l'industrie lourde et des secteurs du numérique sont probablement liés à des mesures de sécurité informatique plus nombreuses et mieux maîtrisées qui rendent les entreprises de ces secteurs moins vulnérables par rapport aux interruptions de service et aux cyberattaques.

Les secteurs qui affichent des taux voisins de 50% d'entreprises signalant des problèmes de sécurité informatique (immobilier, Horeca et commerce) ont en commun de regrouper des réalités très diverses en leur sein. Cette diversité tient à la variété d'activités et/ou à la variété des types d'entreprises (petites agences immobilières versus ImmoWeb ou LogicImmo, petits cafés versus grands restaurants ou hôtels, etc.).

Taux d'entreprises ayant rencontré des incidents de sécurité informatique par secteur d'activité.
Population : toutes les entreprises wallonnes



L'exemple type est celui des services aux entreprises qui sont extrêmement diversifiés. Cela va de la consultance en management au nettoyage des bureaux en passant par l'organisation d'événements. Cette diversité d'activités et d'entreprises au sein même des secteurs explique des taux d'incidents informatiques en demi-teinte.

On soulignera enfin que seulement 8% des entreprises wallonnes (mais 34% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) ont déjà fait réaliser un audit de leur sécurité informatique. C'est peu, d'autant plus que la Wallonie propose un chèque entreprise cybersécurité qui prend en charge une grande partie du coût de cet audit.

Lorsqu'on a demandé aux répondants s'ils connaissaient ce dispositif, à peine 6% ont répondu par l'affirmative. Il reste donc du chemin à parcourir en termes de promotion des dispositifs régionaux d'aide à la transformation numérique.

NOUVEAUX MODES D'OR- GANISATION DU TRAVAIL INDUITS PAR LE NUMÉRIQUE



Un collaborateur sur trois continuera à travailler à distance après la crise sanitaire.

C'est en tous cas un constat de l'enquête menée par l'UWE et SD Worx*, en juin 2020. L'avenir confirmera ou non ces prévisions, mais il est évident que la pandémie du Covid-19 donne un coup d'accélérateur spectaculaire au travail et à la collaboration à distance grâce aux outils numériques.

Avec la nomadisation du travail facilitée par les ordinateurs portables, les smartphones, le Cloud Computing et la communication via Internet sous toutes ses formes, de plus en plus d'entreprises peuvent désormais fonctionner sans que le personnel se déplace physiquement sur le lieu de travail habituel.

L'AdN a interrogé les entreprises wallonnes employant du personnel (39% des entreprises) à propos du travail à distance.

* https://www.uwe.be/etude-uwe-sdworx-teletravail_080720/

Travail à distance

Le SPF Economie ne différencie pas les notions de télétravail et de travail à distance. Il assimile les deux au fait que l'employé effectue son travail en dehors des murs de l'entreprise en utilisant les nouvelles technologies. En France, le télétravail renvoie davantage à une prestation effectuée depuis son domicile, tandis que le travail à distance est plus large, englobant les prestations effectuées depuis un centre de coworking, par exemple, ou encore depuis les locaux d'entreprises clientes.

Afin d'être exhaustive, l'AdN a posé des questions à propos du travail à distance.



Les technologies numériques permettant le travail à distance

Pour que le travail à distance devienne un modèle d'organisation à part entière, il faut que l'entreprise donne à ses travailleurs les moyens d'effectuer leurs tâches de façon optimale, quel que soit le lieu où elles sont réalisées.

Un premier pas vers cette libération du travail consiste d'abord à autoriser le personnel à travailler à distance. Cet indicateur, mesuré AVANT la crise sanitaire, montre que 44% des entreprises wallonnes employant du personnel autorisent le travail à distance. Ce taux est stable par rapport à 2018.

L'adoption du travail à distance est corrélée à une perception positive et globale du digital par la direction. Plus de

la moitié des entreprises (53%) qui voient dans le numérique une opportunité à saisir dans le cadre d'une stratégie globale pour l'entreprise autorisent le travail à distance contre seulement 31% de celles qui perçoivent l'utilité du digital sans pour autant le généraliser à l'ensemble des processus de l'organisation.

Même si ce lien est évident, il faut toutefois garder à l'esprit que la perception du numérique est également fortement corrélée à l'utilité du numérique pour l'entreprise.

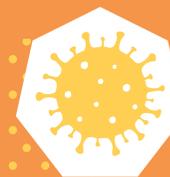
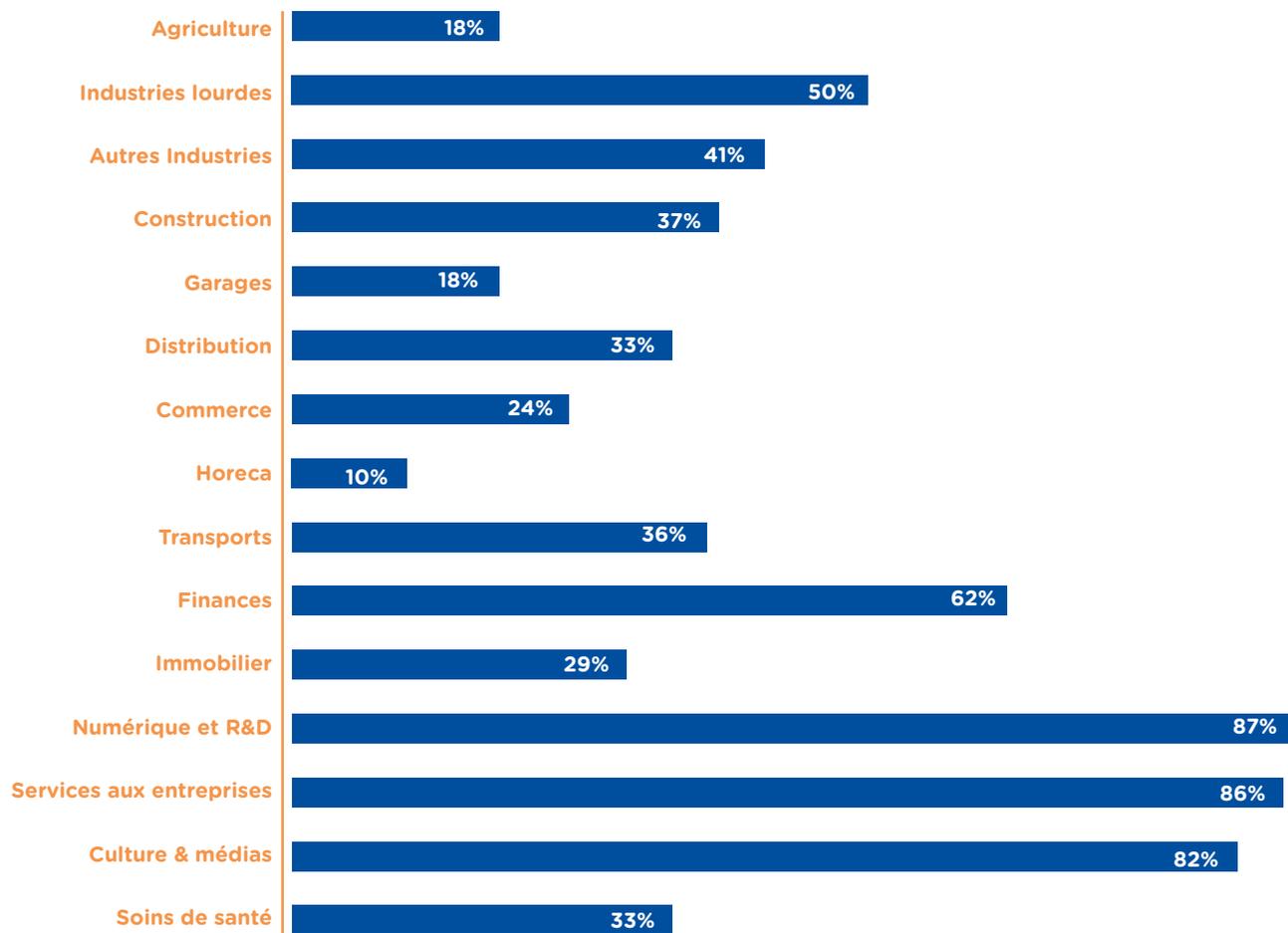
Le travail à distance présente moins d'intérêt pour des entreprises actives dans la construction, l'agriculture ou encore le commerce car leur dénominateur com-

mun est une prestation de services au contact direct du client ou encore une réalisation uniquement possible dans le monde physique (construction). Certes, le digital appelle le digital mais uniquement lorsque l'activité est au moins partiellement dématérialisable.

Ainsi, assez logiquement, du point de vue sectoriel, les secteurs de services et ceux dans lesquels l'usage du numérique est plus intensif sont également ceux qui comptent le plus d'entreprises autorisant le travail à distance.

Autorisation du travail à distance selon le secteur.
Population : entreprises employant du personnel (39% des entreprises wallonnes)

■ Travail à distance autorisé



La question des équipements numériques fournis par l'employeur à certains collaborateurs prend une importance particulière cette année, car la préexistence de ces outils au sein des entreprises les a aidé à se redéployer plus rapidement dans le contexte de la crise sanitaire

Le complément d'enquête post-Covid mené par l'AdN au mois de juin 2020 auprès des répondants du présent baromètre a montré que 60% des entreprises régionales ont pu maintenir au moins partiellement leurs activités durant le lock down grâce à l'usage du numérique.

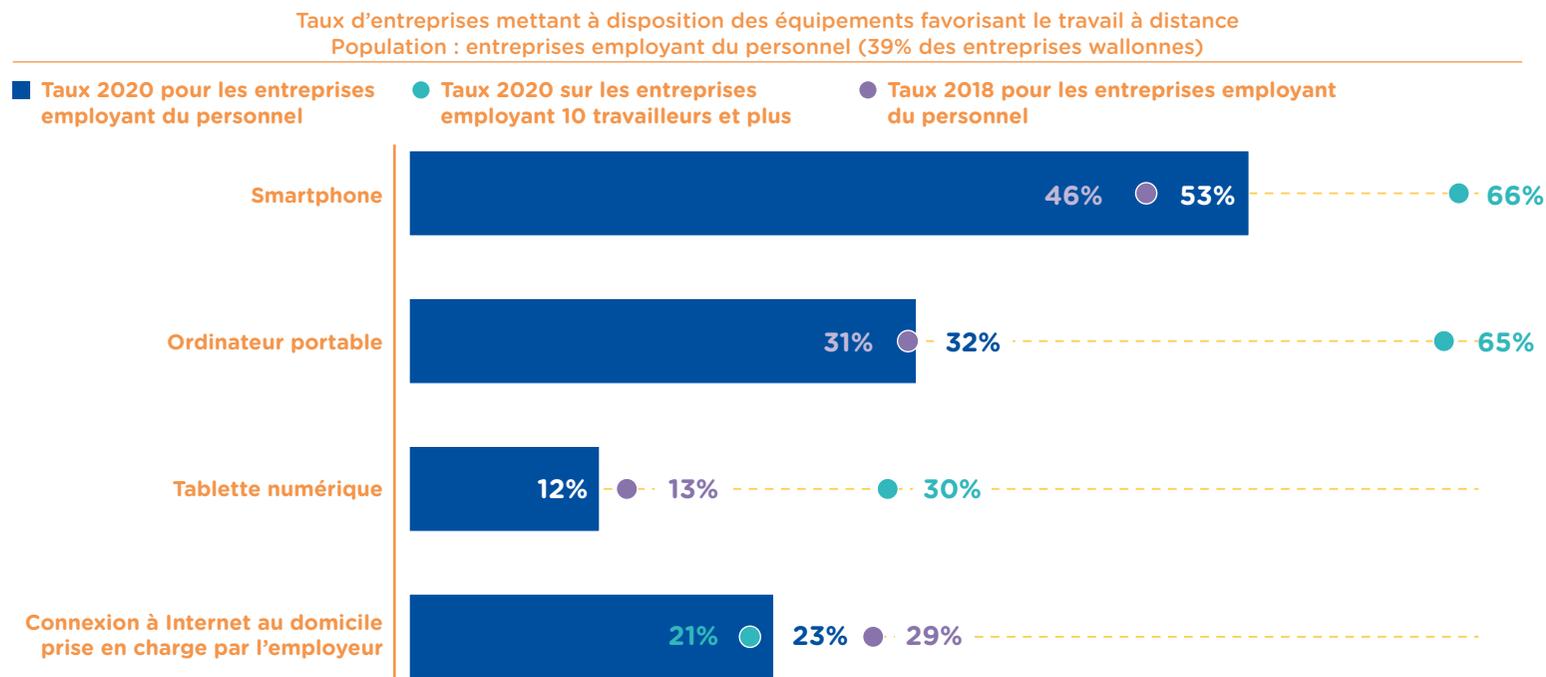
Mieux encore, 17% de celles restées actives ont introduit ou renforcé le télétravail, cette proportion passant à 40% dans les entreprises occupant au moins 10 travailleurs.

Par ailleurs, 38% ont utilisé régulièrement (26%) ou occasionnellement (12%) des outils de collaboration en ligne (Teams, Zoom, ...). Ici aussi les taux sont nettement supérieurs dans les entreprises occupant au moins 10 travailleurs, respectivement 40% et 17%.

Outils numériques du travail à distance

La collaboration à distance est facilitée lorsque l'employeur fournit à ses collaborateurs certains équipements numériques qui permettent effectivement de travailler, par exemple, depuis leur domicile.

Le tableau suivant reprend les équipements habituellement fournis aux travailleurs par les entreprises wallonnes employant du personnel.

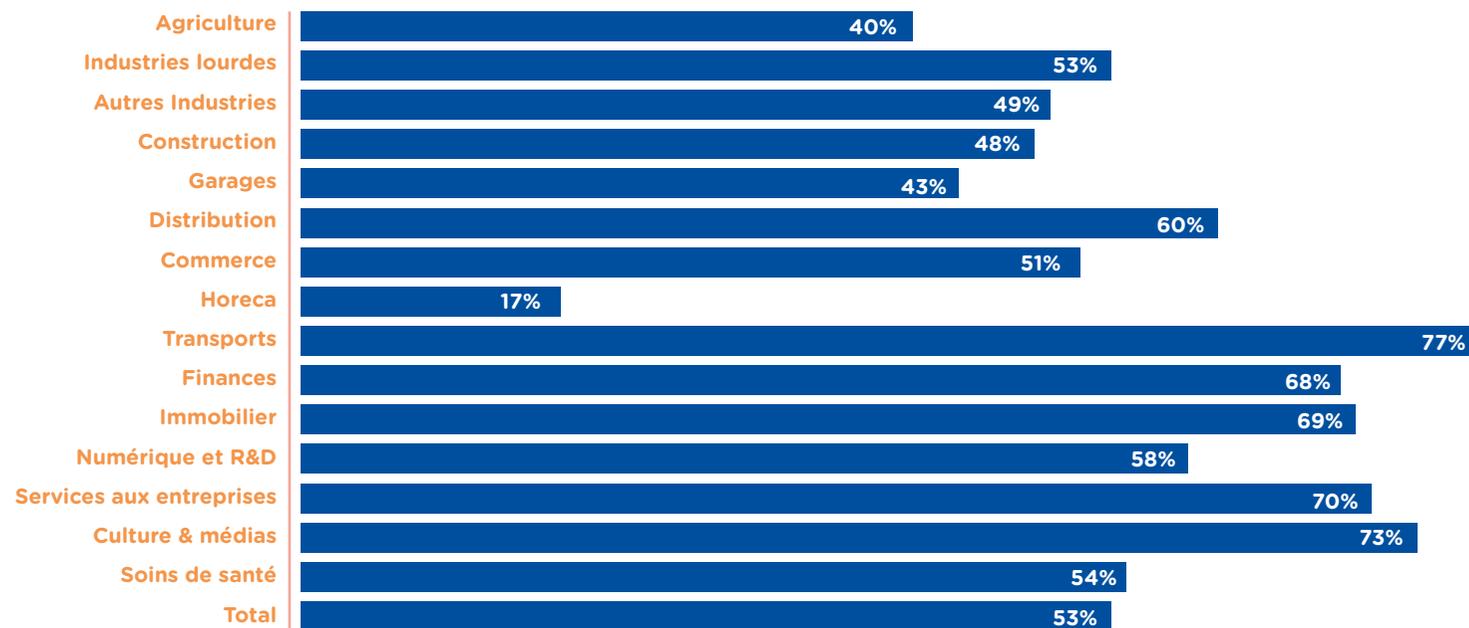


Ces taux d'équipement sont en hausse par rapport à 2018, principalement grâce à une mise à disposition plus importante de smartphones (+7) et d'ordinateurs portables (+1) par les employeurs.

On note aussi que le taux d'entreprises mettant à disposition un smartphone est très variable d'un secteur à l'autre reflétant le niveau d'utilité perçue de cet outil pour l'exercice du métier.

Mise à disposition d'un smartphone par l'employeur par secteur.
Population : entreprises employant du personnel (39% des entreprises wallonnes)

■ Octroi d'un smartphone à certains membres du personnel



Sans surprise, le secteur du transport (77%) affiche le meilleur taux de mise à disposition de smartphones parmi les entreprises employant du personnel puisque de nombreux collaborateurs de ce secteur sont amenés à se déplacer dans le cadre de leurs fonctions.

Il est suivi de près par la culture et les médias (73%), les services aux entreprises (70%) et l'immobilier, également des secteurs où les déplacements fréquents du personnel et la volonté de rester joignable expliquent l'usage intensif de smartphones professionnels.



Avec l'obligation du télétravail chaque fois que cela était possible, 20% des entreprises restées actives pendant le confinement ont pris ou renforcé une ou plusieurs dispositions pour faciliter le télétravail (pour les entreprises ayant au moins 1 travailleur) :

- 12% ont acheté des équipements informatiques supplémentaires ;

- 9% ont installé un dispositif de connexion sécurisée (VPN);
- 7% ont dispensé des formations aux nouveaux outils et pratiques de travail;
- 4% ont utilisé des versions "cloud" de leurs logiciels;
- 2% ont pris en charge les frais de connexion de leurs employés.

Quelques-uns signalent aussi avoir simplement mis en route des solutions déjà prêtes ou les avoir seulement reconfigurées.

Les achats d'équipements sont principalement observés dans les services aux entreprises, les finances, l'immobilier ou l'industrie. La sécurisation des connexions, aussi dans les services aux entreprises, les transports, l'immobilier et le secteur du numérique tandis que la formation a davantage été le fait du secteur culture et médias, du numérique et encore des services aux entreprises.

13% des entreprises employant du personnel ont mis en place des mesures de sécurité particulières pour encadrer le télétravail.

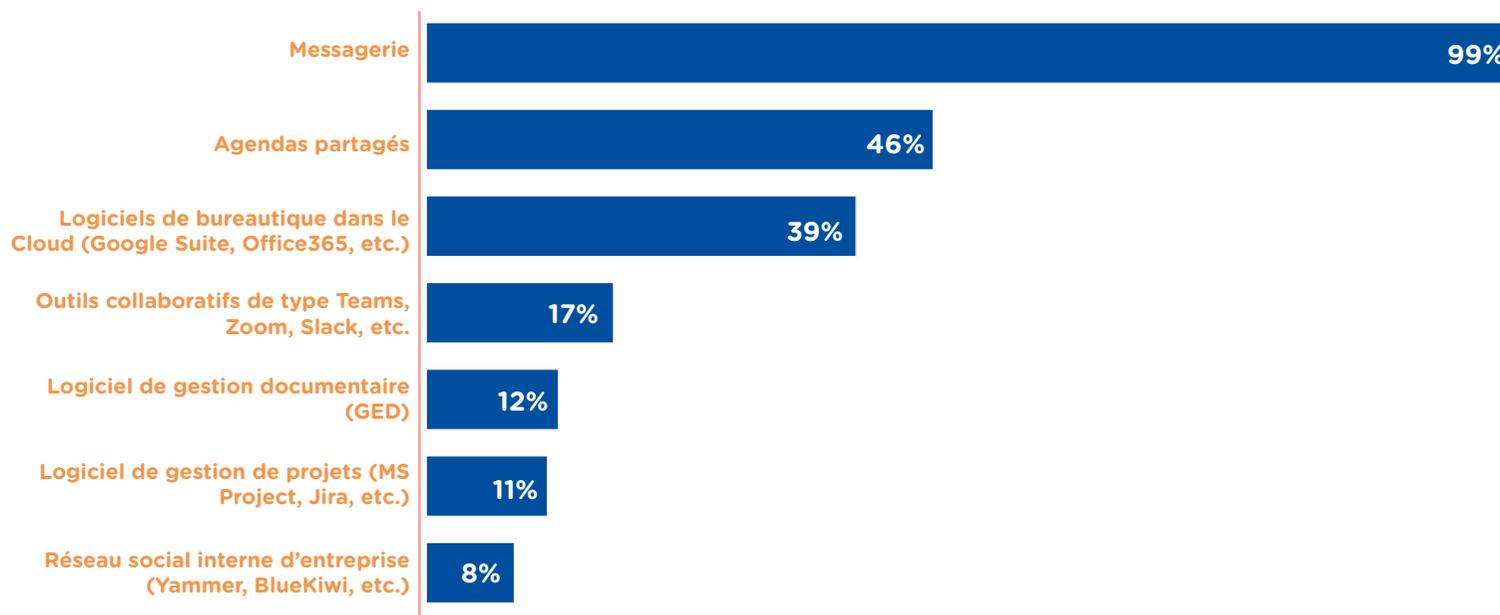
Outils numériques collaboratifs

L'usage des messageries, des agendas partagés, de la visioconférence ou encore des suites bureautiques dans le Cloud (Office 365, Google Suite, etc.) permet de collaborer à distance avec une infrastructure informatique légère. Il suffit d'ouvrir un logiciel ou le navigateur Internet pour accéder aux ressources et aux données de l'entreprise indispensables au bon déroulement du travail.



Taux d'entreprises utilisant des outils collaboratifs numériques.
Population : entreprises employant du personnel (39% des entreprises wallonnes)

■ Taux 2020 pour les entreprises employant du personnel

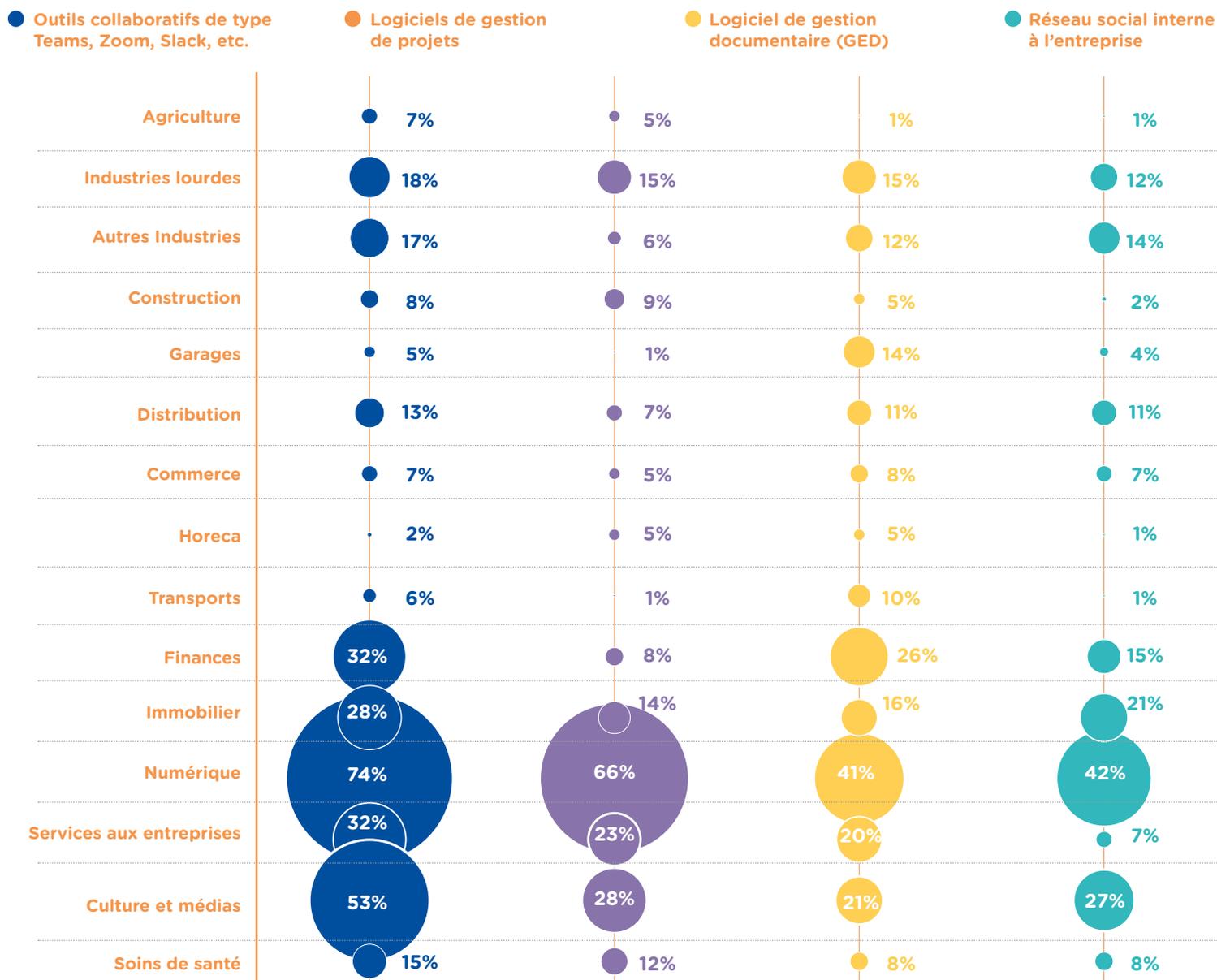


La répartition sectorielle de l'usage d'outils collaboratifs numériques (hors bureautique, messageries et agendas, trop communs) est assez contrastée.

Tout d'abord, il y a les secteurs les plus technophiles (numérique et R&D, culture et médias, services aux entreprises, finances et immobilier) qui utilisent intensivement tous les types de logiciels collaboratifs. Viennent ensuite les indus-

tries qui se démarquent par des usages plus élevés des outils de collaboration à distance que la moyenne, mais dans des proportions moindres que celles des secteurs technophiles. Et enfin, l'Horeca et l'agriculture qui se distinguent par une utilisation faible de tous les types d'outils collaboratifs, car pour ces deux secteurs, le travail en équipe passe fort peu par le numérique.

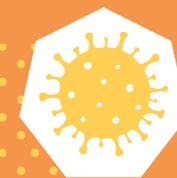
Taux d'entreprises utilisant des outils collaboratifs numériques par secteur. Population : toutes les entreprises.



Par ailleurs, certaines différences apparaissent en lien avec le type d'outils envisagé :

- Le numérique (74%), la culture (53%) et les finances (32%) sont leaders en matière d'usage des logiciels de travail en équipe et de visioconférence de type Teams, Zoom, Slack, etc. La nature servicielle de l'activité et les gains de coûts générés par la tenue de réunions à distance expliquent au moins partiellement cet usage intensif.
- Les logiciels de gestion de projets sont certes bien implantés dans les secteurs technophiles, mais ils sont aussi bien présents dans l'industrie lourde (15%), l'immobilier (14%) et la construction (9%) qui eux aussi fonctionnent fréquemment par projets, dans le cadre de leurs activités journalières.
- Les logiciels de gestion documentaire sont utilisés davantage que la moyenne par les garages (14%), les industries (12%) et la distribution (11%). Au sein de ces secteurs, les processus de workflow, ainsi que l'archivage de documents liés à des procédures (ISO) sont monnaie courante et invitent à l'automatisation de la gestion documentaire.

- Enfin, les réseaux sociaux internes aux entreprises de type Yammer, BlueKiwi, etc. sont fréquemment utilisés au sein des industries (13%) et de la distribution (11%). Là encore, le fonctionnement en parallèle et/ou en workflow des différentes équipes projets peut être grandement facilité par l'usage d'outils numériques de communication et de travail en équipe qui augmentent l'agilité de l'organisation.



La poursuite des activités dans le contexte sanitaire du COVID a amené plus d'une entreprise à se tourner vers les outils de collaboration en ligne.

On a vu que, dès avant la crise, 17% de l'ensemble des entreprises wallonnes utilisaient déjà les outils de collaborations tels que Teams, Zoom, Slack, De plus, en ne considérant que celles qui ont pu poursuivre leurs activités pendant la crise, ce taux s'élevait à 24%, démontrant une capacité un peu supérieure à la moyenne à s'adapter au travail à distance.

Pendant le confinement, 24% des entreprises restées en activité indiquent avoir utilisé ces outils de façon systématique et 13% de façon occasionnelle soit 37% des entreprises. Ce taux monte même à 57% dans les entreprises de plus de 10 personnes.



Collaboration à distance et management

L'usage d'outils collaboratifs numériques impacte fortement la gestion des ressources humaines, depuis le recrutement, qui passe par de nouveaux canaux tels que les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram, etc.), jusqu'au management qui devient plus participatif et davantage orienté vers les résultats.

Ainsi, ces outils n'ont pas seulement libéré les travailleurs de certaines contraintes spatio-temporelles, ils leur ont également donné l'opportunité de communiquer et de partager en temps réel au sein des équipes, ce qui a fait bouger les lignes hiérarchiques.

C'est la raison pour laquelle, l'AdN a également mesuré l'impact du travail à distance sur le management des entreprises autorisant cette forme d'organisation du travail.

Suite à l'adoption du travail à distance, 27% (+9) des entreprises employant du personnel ont réformé leur management à trois niveaux :

- 1 L'évaluation des collaborateurs par les résultats.
- 2 L'approche du travail par projets.
- 3 L'autonomie laissée aux travailleurs.

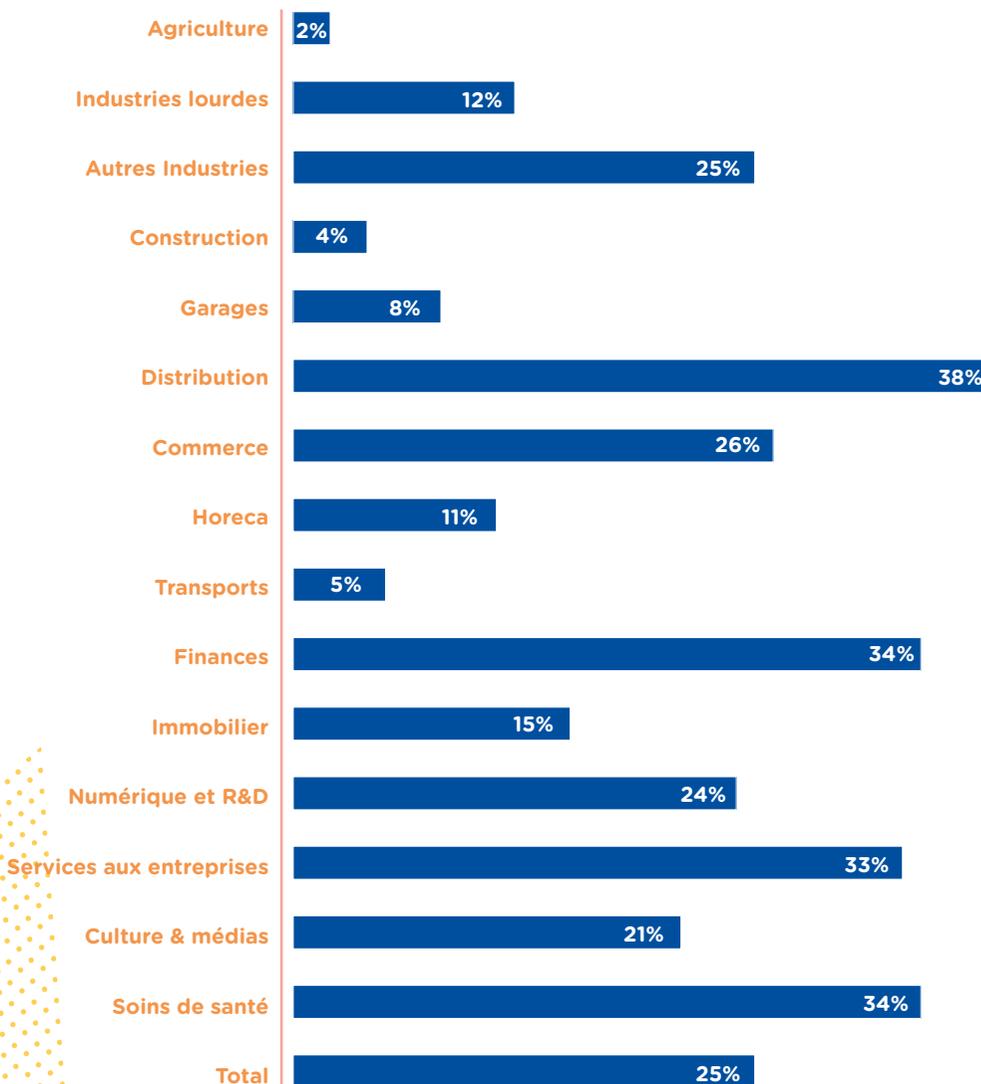
Le fait d'introduire des changements dans le management suite à l'adoption du travail à distance n'est pas sans lien avec la perception la plus positive et globale de la transformation numérique.

Ainsi, 62% de ces entreprises voient dans le numérique une opportunité à saisir absolument dans le cadre d'une stratégie globale pour l'entreprise. Le digital va donc résolument de pair avec une réorganisation plus agile et autonome des forces vives des entreprises.

Au niveau sectoriel, ce sont les secteurs de la distribution (38%), des finances, des soins de santé (34%) et des services aux entreprises (33%) qui affichent les plus forts taux de changement dans le management, suite à l'adoption du travail à distance. A nouveau, l'aspect serviciel et dématérialisable des activités favorise l'adoption du travail à distance qui, par nature, entraîne une plus grande autonomie des collaborateurs et un management basé sur les projets et les résultats.

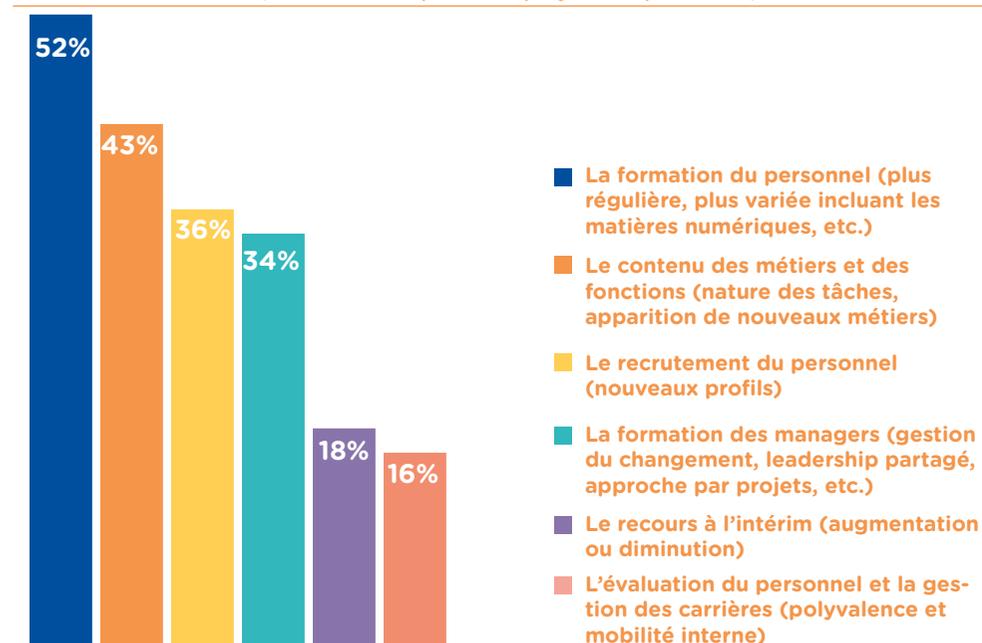
Taux d'entreprises ayant opéré des changements dans le management suite à l'adoption du travail à distance. Population : entreprises autorisant le travail à distance (44% des entreprises employant du personnel)

Taux en 2020



Enfin, lorsqu'on demande aux entreprises qui recourent au travail à distance quels sont les domaines de la gestion des ressources humaines qui sont directement impactés par le numérique, on constate que la formation du personnel, ainsi que le contenu des métiers sont le plus souvent cités comme les évolutions les plus significatives.

Taux d'entreprises dans lesquelles les domaines cités ont été impactés par le numérique.
Population : entreprises autorisant le travail à distance
(44% des entreprises employant du personnel)



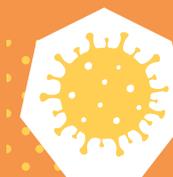
Formation des collaborateurs

On vient de le constater, la formation du personnel est un des principaux domaines impactés par le digital. Ainsi, le taux d'entreprises recourant à l'e-learning est de 25% (+6) contre 19% en 2018. Néanmoins, dans le cadre d'une économie digitalisée, ce n'est pas seulement la possibilité de faire de la formation à distance qui évolue, c'est la place de la formation au sens large dans les priorités de l'entreprise pour maintenir l'employabilité des collaborateurs. Il est donc important de mesurer le taux d'employeurs ayant une politique de formation continue au sens large et un plan de formation à l'usage du numérique en particulier.

40% (stable) des entreprises employant du personnel, revendiquent une politique de formation continue en bonne et due forme. Parmi celles-ci, (46%) déclarent avoir également un plan de formation en matière de digital.

Dans les faits, cela se traduit par 12% (+2) d'entreprises employant du personnel qui ont formé au moins un collaborateur dans une matière numérique, au cours des deux dernières années. C'est très insuffisant en regard de la vitesse de la digitalisation de notre économie.

Enfin, 35% des entreprises employant du personnel ont eu besoin de nouvelles compétences pour progresser dans leur numérisation. Ces nouvelles compétences n'ont pas uniquement été apportées par la voie de la formation du personnel existant (21%), mais aussi en recourant à de nouveaux partenariats (14%), ou encore en engageant de nouveaux profils (7%).



Les entrepreneurs qui ont dû fermer pendant la crise sanitaire ont été invités à signaler s'ils avaient profité de cette circonstance pour s'informer, voire pour se former à l'usage du numérique. 16% des répondants indiquent l'avoir fait.

Cette proportion est bien sûr variable selon les secteurs et culmine dans les secteurs du numérique (54%), de l'immobilier, et de la culture et médias (39 % chaque fois). Elle est par contre nulle dans l'agriculture, les garages, la distribution et les transports, soit clairement les secteurs pour lesquels un usage accru du numérique aurait eu un impact minime sur la poursuite des activités.

DIGITALISATION DES PROCESSUS MÉTIERS



L'agilité des entreprises est fréquemment présentée comme un atout concurrentiel déterminant dans l'économie numérique.

Elle dépend, notamment, de l'unification de l'information, de la qualité de son traitement et de la fluidité de la communication entre les parties prenantes de l'activité économique.

La présence et l'intensité d'usage des technologies numériques de traitement et d'intégration des flux d'information (back office, front office, relations avec les partenaires commerciaux et les services publics, ...) sont donc des indicateurs particulièrement intéressants à examiner pour mesurer la maturité numérique des entreprises.

Intégration et traitement des données

CENTRALISATION DES DONNÉES

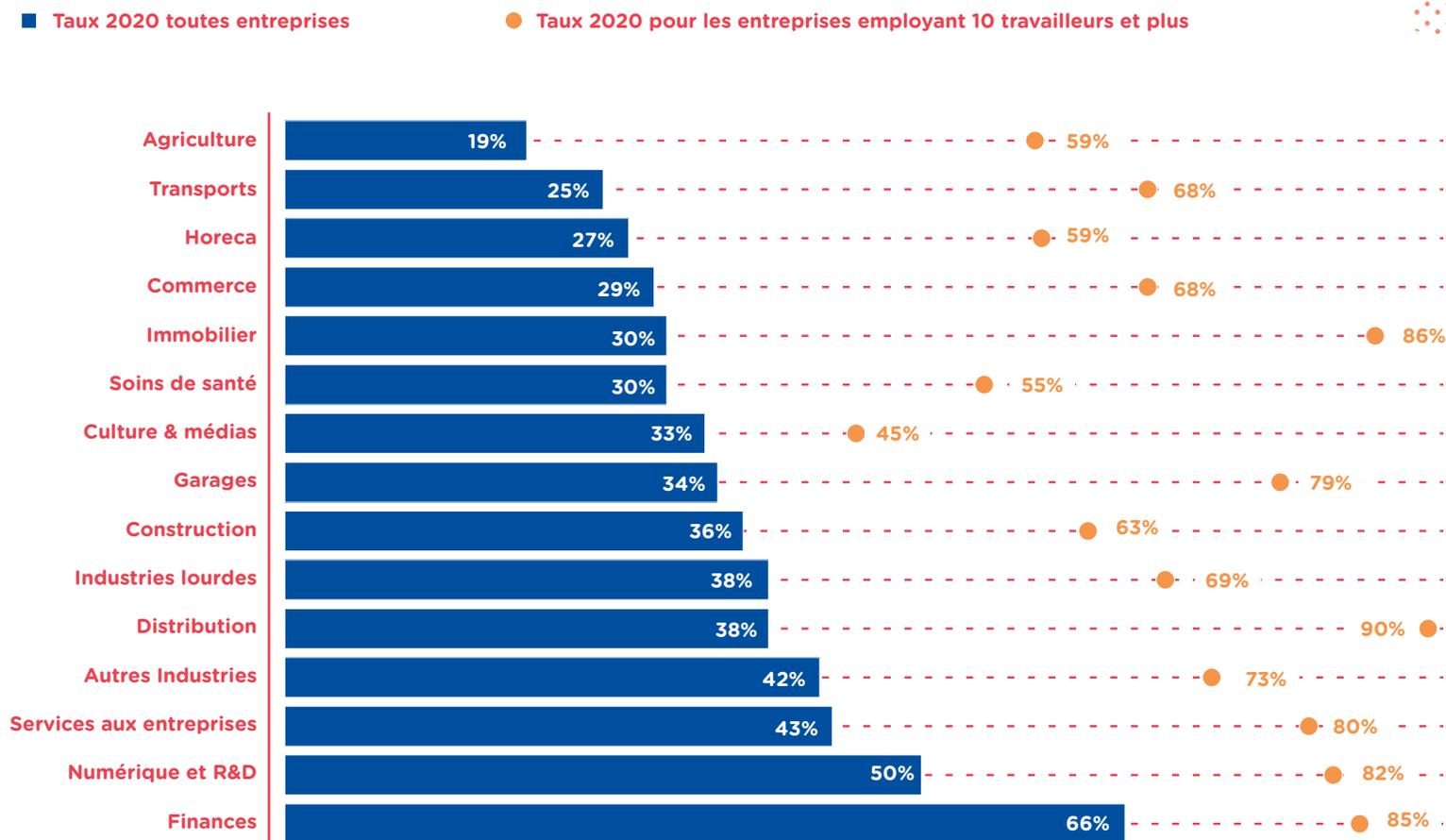
La centralisation des informations de l'entreprise au sein de bases de données et de systèmes partagés par l'ensemble des collaborateurs, voire par des partenaires, est une condition quasi indispensable à l'automatisation des processus de travail.

Cela permet de disposer de données à jour pour supporter la modélisation et l'automatisation des processus de travail, mais aussi de réduire les erreurs liées à des encodages multiples ou des conflits entre applications.

En Wallonie, 35% des entreprises affirment avoir centralisé leurs données business (stocks, commandes, clients, livraisons, ...). Ce taux peut sembler faible, mais les besoins de centralisation de l'information sont fortement corrélés à la taille de l'entreprise.

Ainsi, 71% des entreprises employant 10 travailleurs et plus ont réalisé la centralisation de leurs données.

Centralisation des données par secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes





Les secteurs (de services) dont le core business repose sur un traitement intensif de données (finances, numérique, services aux entreprises, ...), ainsi que les industries métallurgiques et manufacturières (qui pour rester performantes, automatisent un maximum de tâches) affichent des taux significativement plus élevés que la moyenne.

Outre la taille et le secteur, le marché cible de l'entreprise joue aussi un rôle dans la propension des entreprises à centraliser leurs données. En effet, les entreprises qui visent principalement le marché B2C ne sont que 31% à centraliser leurs données contre 44% à 51% parmi celles qui ciblent les autres marchés (B2B, Administrations et secteur non marchand).

Cela s'explique notamment par le fait que les entreprises moyennes à grandes visent plus fréquemment ces marchés que les plus petites structures. De plus, l'automatisation entre partenaires professionnels est plus facile à mettre en œuvre sur base de technologies numériques présentes au sein des deux parties.

BUSINESS INTELLIGENCE ET TRAITEMENT DE DONNÉES

L'économie digitale est souvent appelée "économie de la donnée" dont l'un des moteurs principaux est l'interconnexion toujours plus forte des systèmes entre eux. Par ailleurs, dans un environnement

concurrentiel digitalisé dont l'une des caractéristiques est de changer très rapidement, le suivi constant des performances de l'entreprise permet d'ajuster l'activité en un minimum de temps.

La maîtrise des données se décline à trois niveaux :

- 1** Le fonctionnement des systèmes et gestion des ressources.
- 2** Le comportement et les attentes des clients et des prospects.
- 3** L'environnement entrepreneurial qui comprend les relations avec les partenaires et les fournisseurs.

Dans ce contexte, l'Adn a analysé :

1. Le recours aux tableaux de bord et aux logiciels de Business Intelligence (PowerBi, QlickView, etc.) qui permettent de mesurer l'efficacité du fonctionnement de l'entreprise et de la gestion de ses ressources.
2. La collecte de données relatives aux clients et prospects via certains dispositifs tels que les cartes de fidélité, la géolocalisation d'acheteurs, le profilage d'internautes fréquentant le site web ou les réseaux sociaux de l'entreprise, etc.
3. L'analyse (massive) de données, aussi appelée analytics et smart data qui permet de valoriser des gisements de données porteurs de nouveaux services et/ou de nouveaux créneaux de marché.

Le tableau suivant montre, d'une part, la diffusion encore globalement faible des pratiques de gestion et d'analyse des données internes et externes de nos entreprises et, d'autre part, que cette valorisation est plus fréquente au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus.

Collecte et analyse de données

Taux 2020 sur toutes entreprises

Taux 2020 pour les entreprises employant 10 travailleurs et plus

● Usage de tableaux de bord et/ou de logiciels de BI	6%	26%
● Recueil de données relatives aux clients et prospects	13%	27%
● Analyse de données	4%	14%

Population : toutes les entreprises wallonnes

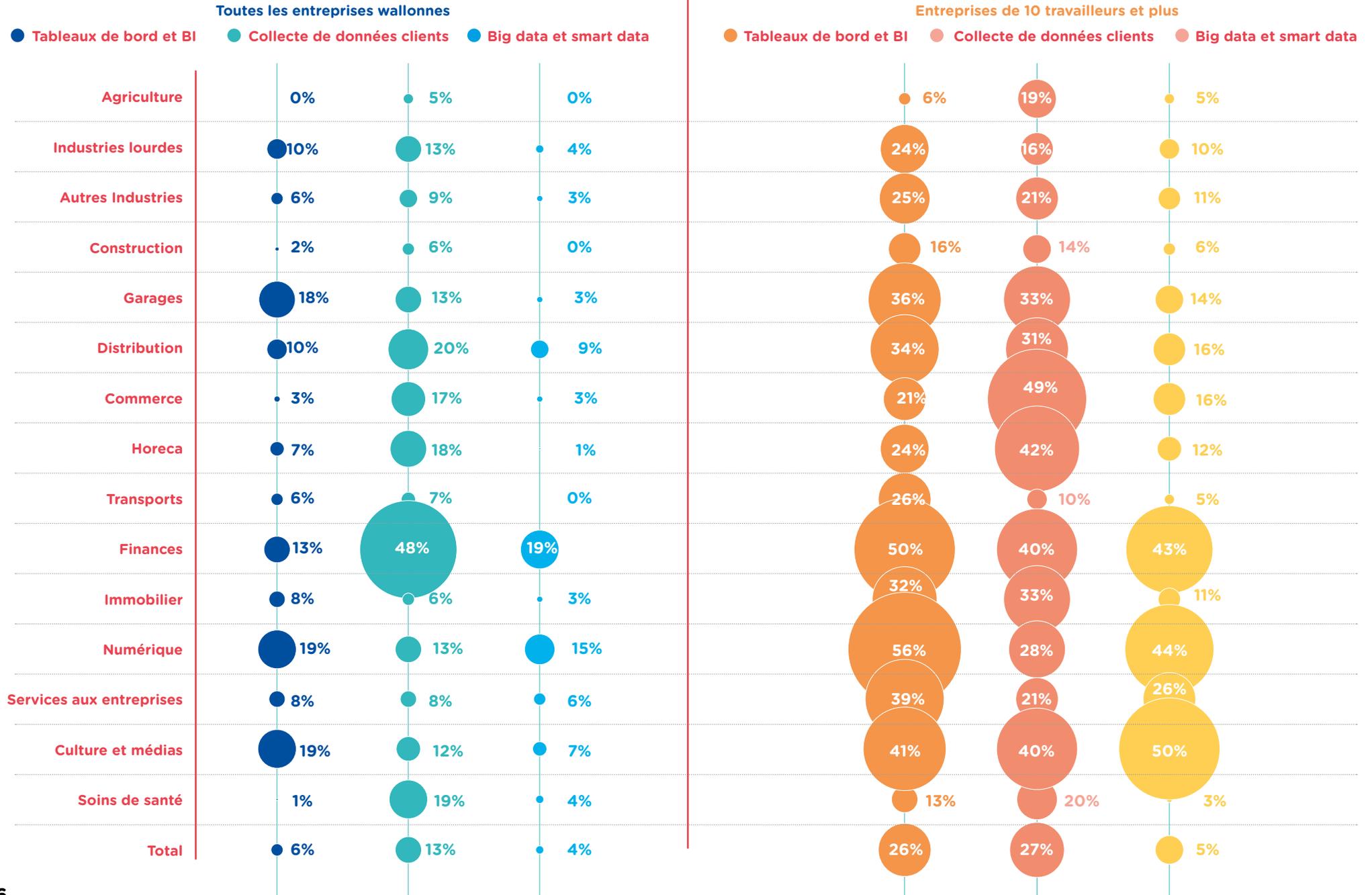
Au niveau sectoriel, en matière de profilage des internautes, seul le secteur des finances tire son épingle du jeu avec la moitié (48%) des entreprises qui recueillent et analysent des données relatives aux clients/internautes/prospects. Ces taux doivent s'améliorer car le fondement du marketing est de connaître les caractéristiques et attentes de ses marchés cibles.

Les tableaux de bord et la business intelligence sont davantage présents dans les secteurs du numérique et de la R&D, de la culture et des médias ainsi que dans les garages. Ces secteurs ont en commun des besoins importants en planification du travail qui les poussent à utiliser ce type de logiciels.

Enfin, l'analyse de données est surtout utilisée par les grandes entreprises de la culture et des médias, du numérique et de la R&D ainsi que par les finances. Il faut dire que les technologies sous-jacentes nécessitent des moyens et une expertise que peu de petites structures peuvent mobiliser.



Taux d'entreprises collectant et analysant des données par secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes.



Finances et comptabilité

L'un des flux d'information commun à toutes les entreprises concerne la comptabilité, la facturation et les opérations bancaires.

36% (+2) des entreprises wallonnes (mais 75% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) sont équipées d'un logiciel de comptabilité.

Cet outil permet d'enregistrer, quasiment en temps réel, toutes les transactions effectuées par l'entreprise avec ses partenaires (clients, fournisseurs, salariés, associés et banques). Le logiciel de comptabilité est parfois un module d'une solution ERP plus globale, mais uniquement au sein des entreprises de 10 travailleurs et plus.

Concrètement, ce logiciel centralise les écritures comptables et permet d'effectuer les opérations suivantes:

1. Importation de données bancaires (fichiers CODA des extraits de comptes).
2. Exportation de tout ou partie de la comptabilité vers un tiers (le plus souvent l'expert comptable).
3. Exportation de données vers d'autres logiciels de l'entreprise (fichiers des ventes, gestion de stocks, etc.).

4. Exportation des fichiers de virements SEPA pour le paiement des salaires.

5. Exportation de données destinées aux bilans.

L'avantage du logiciel comptable est que toutes les informations financières sont centralisées et transmises autant de fois que nécessaire sans risque d'introduction d'erreurs en raison d'encodages multiples.

En ce qui concerne les opérations bancaires via Internet, celles-ci sont très largement entrées dans les habitudes de gestion de nos entreprises.

En effet, 81% des entreprises (92% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) utilisent l'e-banking.

Globalement, les opportunités offertes par le numérique pour la gestion des flux financiers semblent bien exploitées par les entreprises wallonnes, même si des progrès sont toujours possibles.

FACTURATION ÉLECTRONIQUE

La numérisation des flux financiers repose en grande partie sur la facturation électronique (e-facturation ou e-invoicing).

Pour diminuer la charge administrative et les frais associés, les grandes entreprises ont franchi très tôt le cap de la facturation électronique. Le volume de factures à traiter et les relations clients-fournisseurs presque toujours au sein du même secteur ont été deux facteurs déterminants dans cette adoption.

Les petites et moyennes entreprises sont par contre restées un peu à la traîne dans ce domaine. Les solutions de facturation électronique se sont développées de manière assez fragmentée. Or, les plus petites structures font des achats principalement intersectoriels, ce qui les oblige à recourir à différents systèmes et solutions, avec des coûts prohibitifs (réforme des processus, acquisition des logiciels, formation du personnel, etc.) par rapport aux bénéfices escomptés.

La facturation électronique est trop souvent confondue avec l'envoi de factures jointes à un e-mail. La différence de gains de productivité entre les deux procédures est énorme.

D'un côté, il s'agit d'envoyer un e-mail avec un fichier joint au format PDF ou JPEG de la facture papier numérisée ou avec un lien hypertexte vers ce même fichier. De l'autre, il est question d'une automatisation complète de la génération, du traitement et du stockage des factures.

Ainsi, sont considérées comme véritables e-factures les documents émis par des logiciels spécifiques qui transitent via des plateformes sécurisées et dédiées.

Pour tenir compte de la confusion potentielle des répondants à l'enquête, l'AdN a d'abord posé la question de l'envoi et de la réception de factures par voie électronique avant d'affiner l'analyse par rapport à la forme structurée ou non des documents émis ou reçus.

Ainsi, 58% (+8) des entreprises wallonnes envoient des factures sous format électronique. 71% (+11) en reçoivent. Les grandes entreprises ayant un volume de factures plus important, il est logique qu'elles recourent plus volontiers à la facturation électronique. Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, 72% envoient des factures par voie électronique tandis que 89% en reçoivent.

Même si les taux progressent, ils doivent être nuancés par le fait que, parmi les entreprises qui envoient des factures électroniques (58%), seulement 4% (+2) le font sous une forme structurée (EDI, XML, FINVOICE, etc.). Parmi les entreprises employant 10 travailleurs et plus, le taux de facturation électronique structurée reste inchangé à 10%. Cela signifie donc que la hausse de 2% observée cette année est imputable au passage à la vraie facturation électronique de plus petites structures.

La facturation électronique structurée est une source potentielle d'économies substantielles, jusqu'à 9 euros par facture, sur un coût moyen que l'on évalue à 12,08 euros. C'est ce que démontre notamment une étude de l'Université d'Hasselt, commanditée par l'Agence pour la Simplification Administrative (ASA). Le traitement automatisé du milliard de factures échangées chaque année en Belgique permettrait de dégager des gains d'efficacité annuels de l'ordre de 3,5 milliards d'euros.

En résumé, numériser sa facturation constitue une opportunité d'économies considérables dont nos entreprises ne profitent pas encore suffisamment.



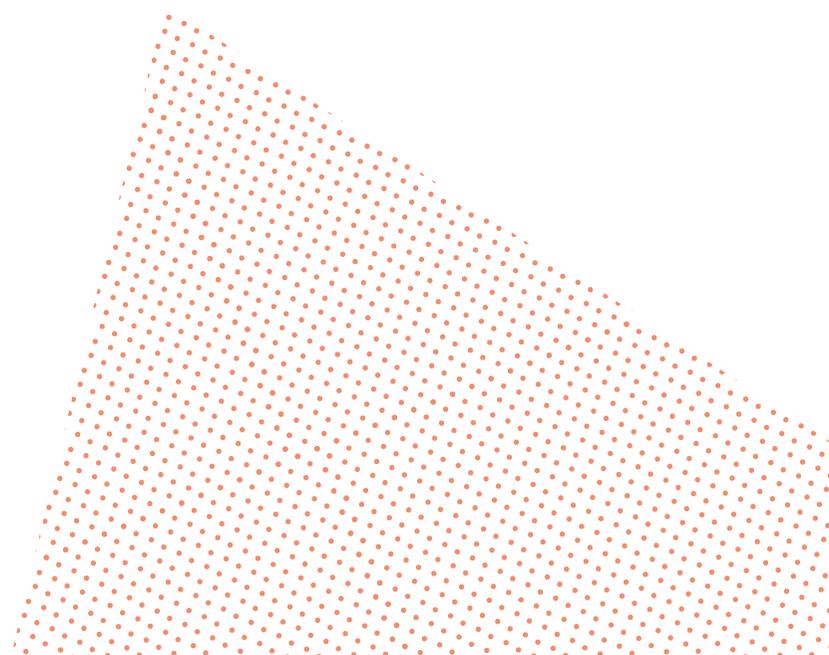
Traitement des commandes

Tout comme la facturation, le traitement des commandes au sein des entreprises est un double flux qui concerne les commandes issues des ventes et les commandes émises pour les achats.

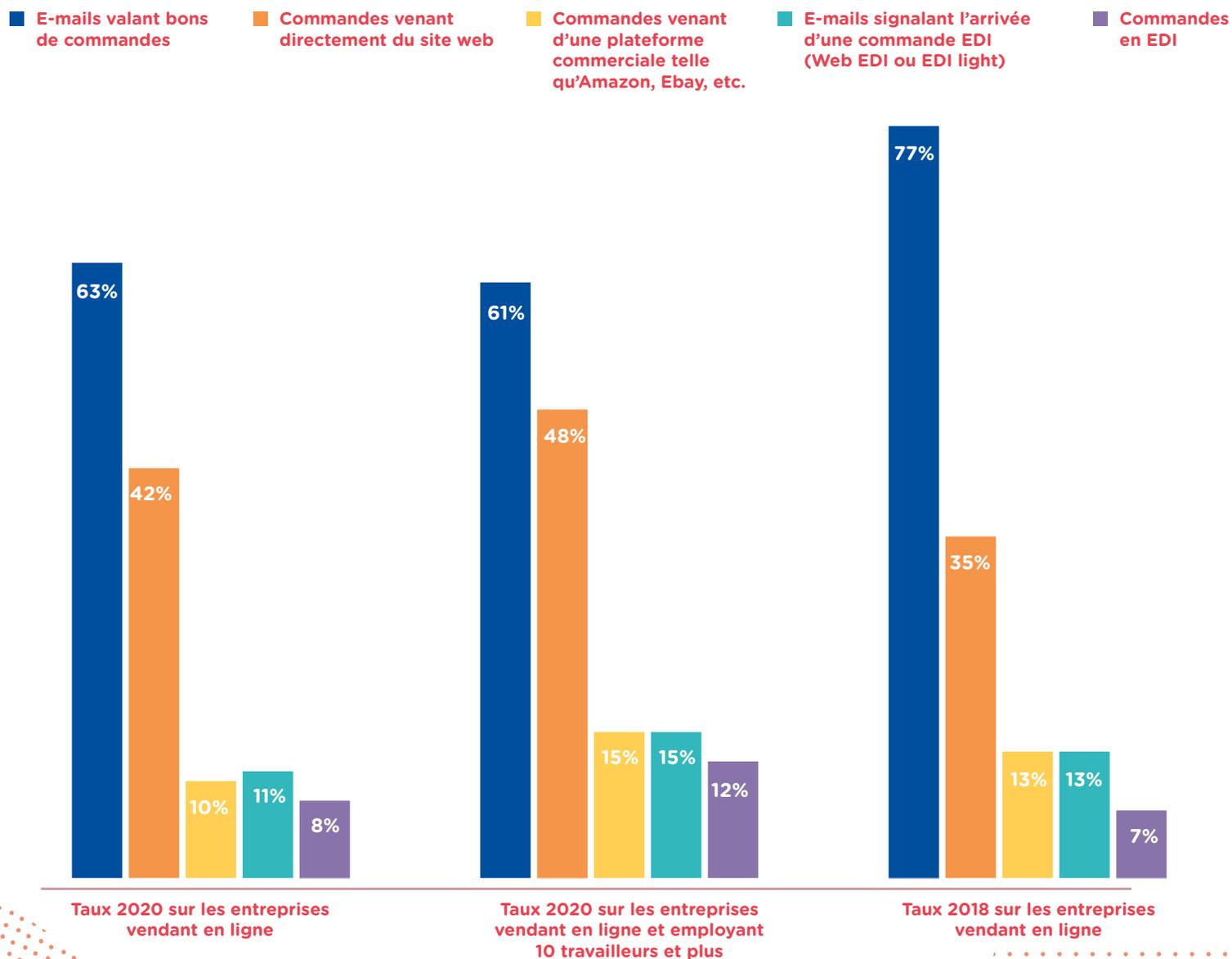
TRAITEMENT DES COMMANDES ISSUES DES VENTES

L'AdN a demandé aux entreprises vendant en ligne (15% des entreprises wallonnes) quels types de commandes électroniques elles traitent. Les e-mails valant bons de commande sont toujours majoritaires avec 63% de vendeurs en ligne recevant (entre autres) ce type d'ordres, mais il est en nette diminution (-14) par rapport à 2018 où il atteignait 77%. Par ailleurs, les commandes en provenance du site web progressent de 35 à 42% (+7).

Parmi les vendeurs en ligne, 53% (-10) sont obligés d'encoder manuellement les commandes arrivant par voie électronique. Là encore, on observe une diminution significative par rapport à 2018.



Types de commandes électroniques traitées. Population : entreprises qui vendent en ligne (15% des entreprises wallonnes).
Le total est supérieur à 100% car les entreprises peuvent traiter plusieurs types de commandes électroniques



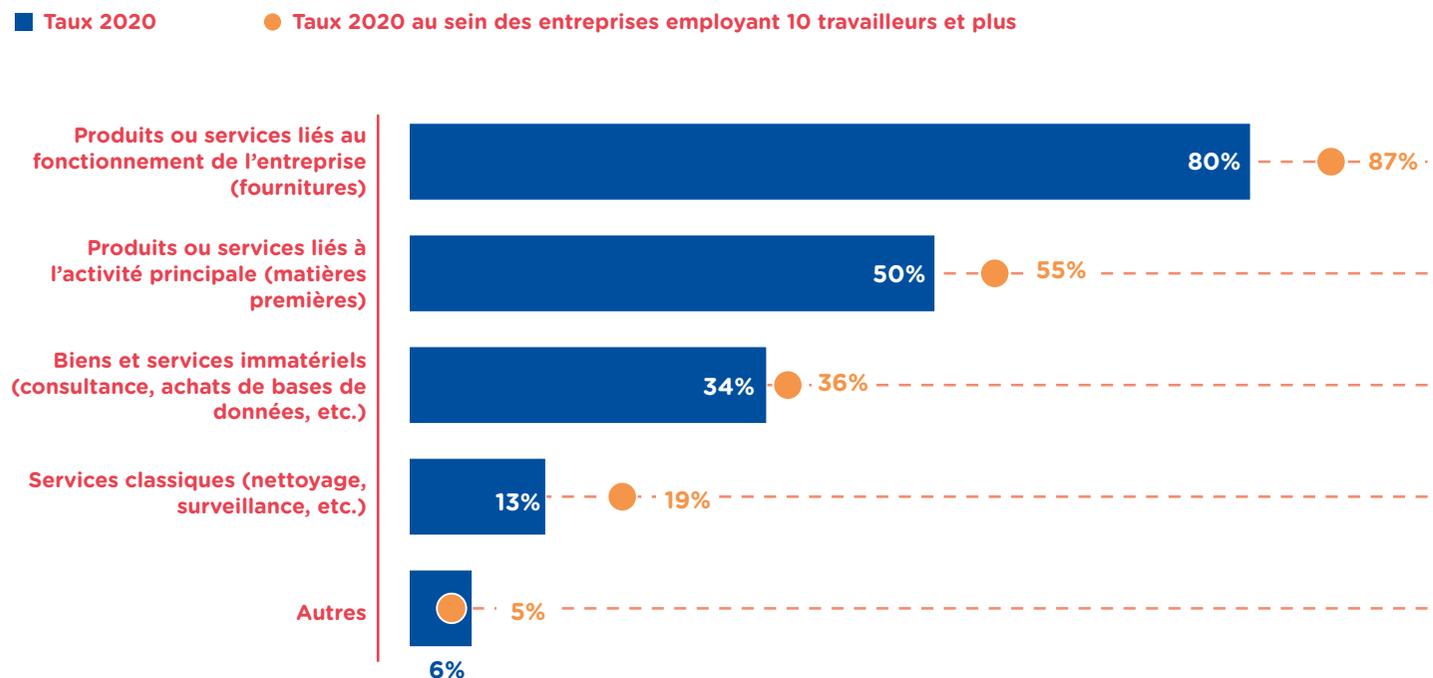
La taille influence les types de commandes électroniques reçues par les entreprises. Les grandes structures ont un volume de commandes plus important à traiter et davantage de ressources à consacrer à l'automatisation de ce traitement. Elles ont donc choisi le plus souvent de favoriser les ordres entièrement numérisés.

Au niveau sectoriel, si on trie les secteurs en fonction des commandes reçues en EDI qui témoignent d'une véritable automatisation du processus de traitement des ordres, on observe que les secteurs qui travaillent en flux tendu avec leurs fournisseurs, comme la distribution, les transports et les garages ainsi que ceux qui ont fortement automatisé les processus de travail comme les industries, reçoivent plus de commandes en EDI que la moyenne (8%).

TRAITEMENT DES COMMANDES RELATIVES AUX ACHATS

56% (+6) des entreprises wallonnes effectuent des achats par voie électronique. Il s'agit principalement d'achats de fournitures (80% des achats en ligne).

Taux d'entreprises ayant acheté en ligne selon la catégorie d'achats. Population : entreprises faisant des achats électroniques (56% des entreprises wallonnes). Le total est supérieur à 100% car les entreprises peuvent acheter plusieurs types de biens par voie électronique



Un peu moins de la moitié (49%) des entreprises qui achètent par voie électronique doivent réencoder manuellement ces achats dans leurs logiciels de gestion et de comptabilité. Néanmoins, ce taux est inférieur de 15 points par rapport à 2018 ce qui indique également une progression dans la digitalisation de ce flux de commandes.

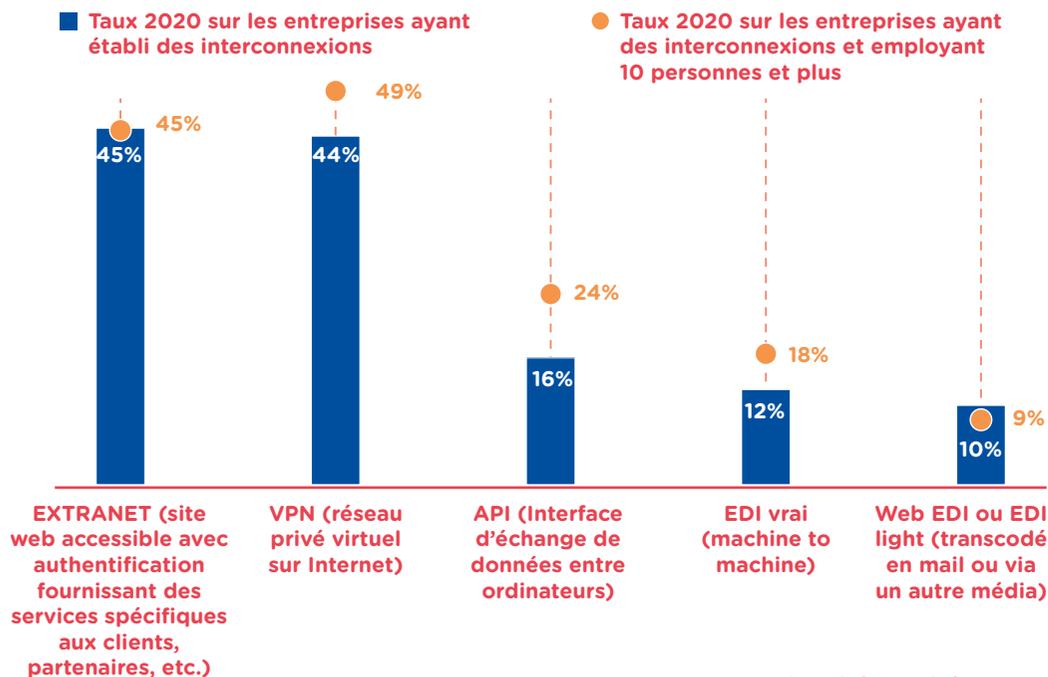
On peut conclure que les entreprises wallonnes progressent lentement mais sûrement en matière d'automatisation du traitement des flux de commandes. La petite taille de la majorité d'entre elles constitue toujours le frein principal aux investissements en la matière.

INTERCONNEXIONS ENTRE ENTREPRISES (E-BUSINESS)

Lorsque des entreprises ont des partenariats durables avec d'autres sociétés, il peut être intéressant d'établir des liaisons (interconnexions) informatisées avec ces partenaires pour travailler en flux tendu et/ou en réseau. Ces pratiques sont au cœur de l'e-business. Les types d'interconnexions peuvent être liés à l'interopérabilité des systèmes (API, EDI) ou à des canaux numériques de communication privés (VPN, extranets).

Les entreprises wallonnes sont 14% (stable) à avoir établi des connexions informatisées avec leurs partenaires (fournisseurs, donneurs d'ordres, etc.). Ce taux atteint 37% parmi les entreprises employant 10 travailleurs et plus. Ces connexions sont le plus souvent des extranet et des réseaux privés virtuels (VPN) comme c'était déjà le cas en 2018.

Types d'interconnexions informatisées.
Population : entreprises pratiquant l'e-business (14% des entreprises wallonnes)



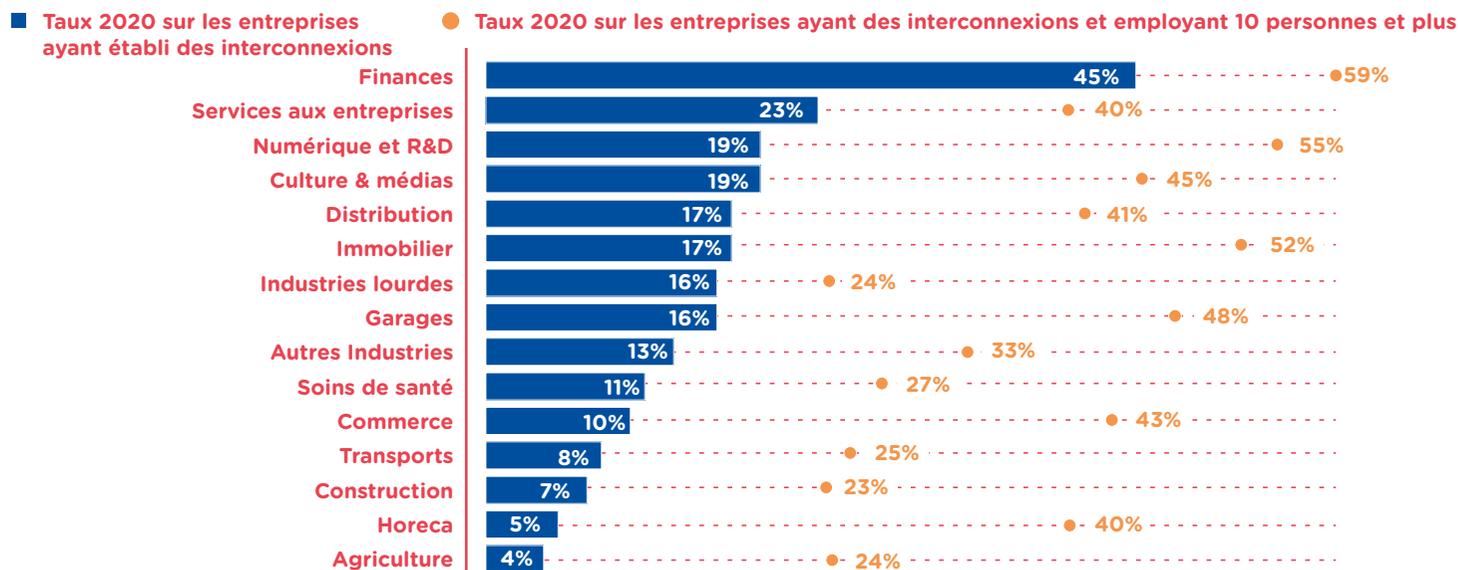
Derrière les finances, on retrouve des secteurs intensifs du point de vue de l'usage du numérique : les services aux entreprises, le numérique, la culture et les médias, la distribution, l'immobilier et les industries. Ces secteurs, comme on l'a dit précédemment, retirent une réelle valeur ajoutée du traitement de données en temps réel dans le cadre de leurs activités principales.

On notera aussi la position des garages situés entre les deux parties de l'industrie. En effet, ce secteur est structuré en réseaux de concessionnaires et de garages multimarques, et utilisent donc intensivement les liaisons informatisées avec les partenaires.

En matière de choix de technologies d'interaction, seuls l'EDI et l'API sont impactés par la taille de l'entreprise car elles nécessitent davantage de ressources et d'expertise pour leur mise en œuvre. Elles sont donc plus accessibles aux structures de taille moyenne à grande.

Au niveau sectoriel, le secteur de la finance occupe la première place 45% (+5) d'entreprises interconnectées. Ce n'est pas surprenant dans la mesure où l'activité des banques et assurances repose sur des réseaux informatiques sécurisés parmi les plus performants toutes tailles et tous secteurs d'activité confondus.

Connexions informatisées entre entreprises (e-business) par secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes



e-Administration

Quelle que soit leur taille, les entreprises doivent remplir un grand nombre de formalités administratives dont une série de déclarations obligatoires que les pouvoirs publics encouragent à faire par voie électronique.

Parmi les déclarations les plus fréquentes, on retiendra :

- les déclarations liées à la TVA, c'est-à-dire la liste des clients assujettis, le listing intracommunautaire (les opérations effectuées avec des clients identifiés à la TVA d'un état membre et les opérations effectuées avec des clients identifiés à la TVA d'un pays hors Union) et la déclaration TVA à proprement parler, qui correspond à la taxation des ventes du mois ou du trimestre écoulé;

- l'ISOC (impôt des sociétés);
- la DIMONA en cas d'engagement de personnel;
- la déclaration ONSS.

En Wallonie, 54% (+3) des entreprises effectuent au moins une de ces déclarations obligatoires par voie électronique.

Ce taux progresse légèrement par rapport à 2018, mais ce sont surtout les entreprises employant 10 travailleurs et plus qui en font un usage intensif : 88% (+6). En effet, chez ces dernières, la fréquence de ces déclarations est d'autant plus importante avec le volume de personnel et d'activités.

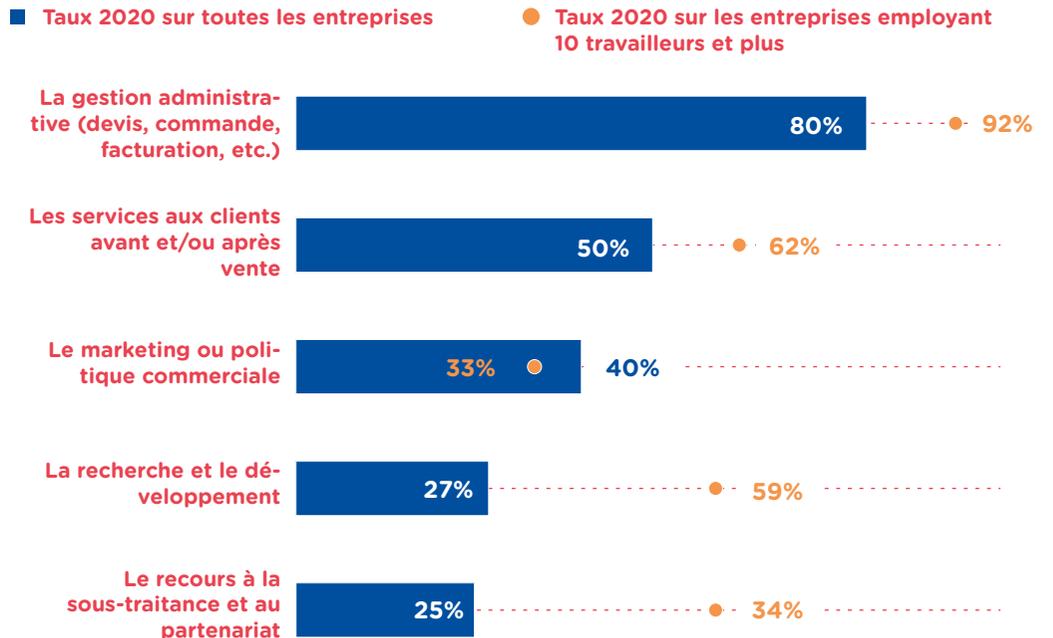
L'utilisation du Web pour répondre aux offres de marchés publics est stable par rapport au dernier baromètre. 20% des entreprises wallonnes (47% de celles employant 10 travailleurs et plus) ont répondu par voie électronique à au moins un appel d'offres durant l'année écoulée.

Numérisation des processus de travail

La centralisation de l'information et son partage en temps réel sont deux piliers essentiels de la réactivité de l'entreprise par rapport aux attentes des clients et à son environnement. La numérisation des processus métiers permet d'abord de les automatiser, souvent de les rationaliser et peut aussi présenter l'avantage d'éviter un fonctionnement en silos des départements de l'entreprise, source de doublons et d'inefficacité.

Sans réelle surprise, c'est la partie administrative de l'activité qui est le plus souvent numérisée car elle est avant tout une source de coûts. Par contre, plus étonnant, le marketing et l'activité commerciale arrivent seulement en troisième position derrière le service aux clients même si les deux sont liés. En effet, bien que le service aux clients soit primordial pour conserver sa base de clientèle; la politique commerciale est un des principaux leviers de performance des entreprises dans le sens où elle permet de conquérir de nouveaux marchés.

Numérisation des processus de travail. Population : toutes les entreprises wallonnes



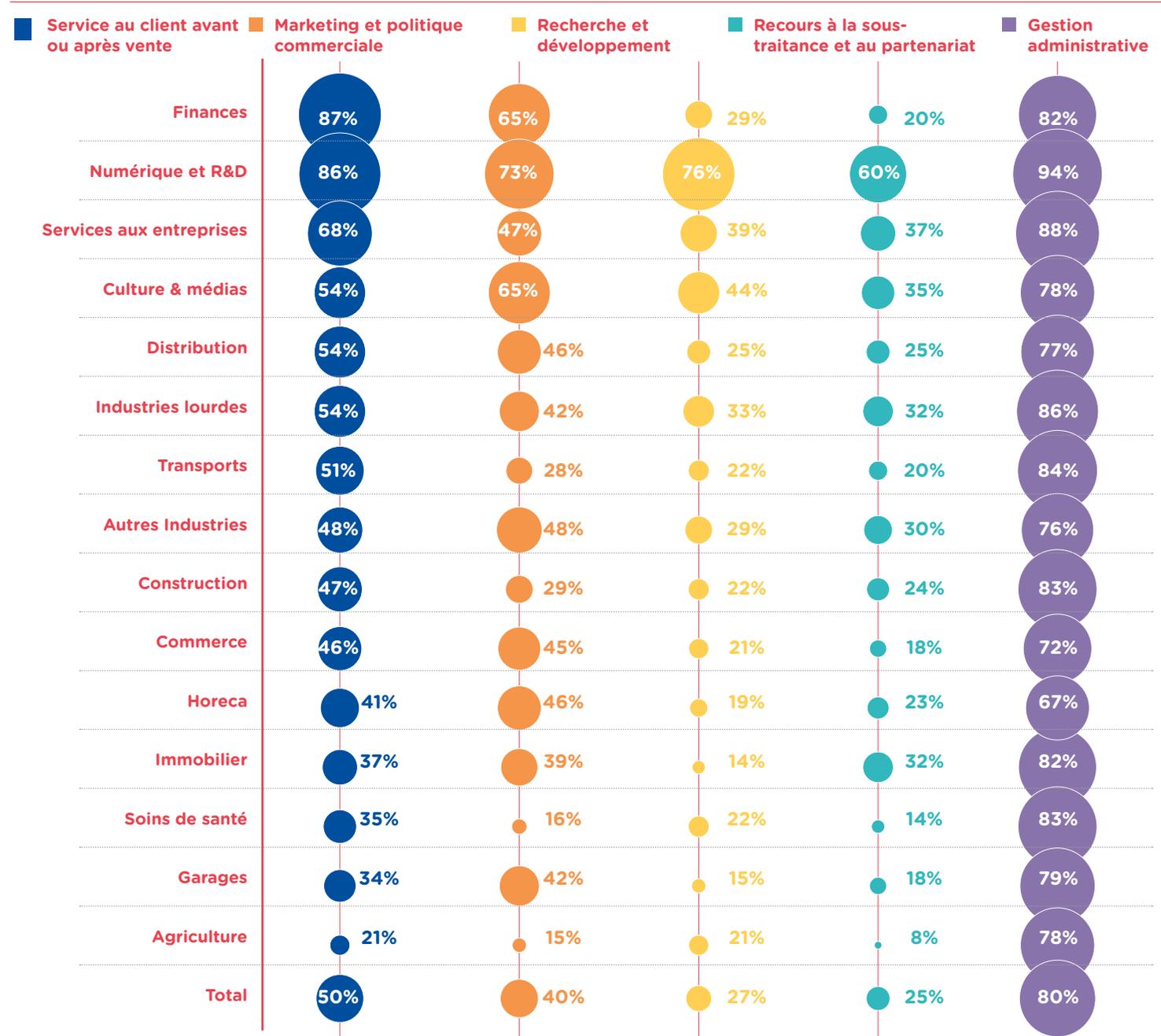
Numérisation des processus de travail par secteur.
Population : toutes les entreprises wallonnes

Classer les secteurs sur base de la numérisation de la gestion administrative n'a pas beaucoup de sens. Il s'agit du processus de travail le plus couramment digitalisé, notamment grâce à une offre de solutions large et lisible. La R&D n'est pas non plus pertinente pour classer les secteurs en raison de sa forte corrélation à la taille de l'entreprise et à certains secteurs d'activités bien spécifiques.

Par contre, les différences sont plus marquées lorsqu'il s'agit de la numérisation du service avant ou après-vente aux clients ou encore de celle du marketing.

L'automatisation de ces deux processus métiers est un pan important de la digitalisation de la stratégie commerciale (quatrième et dernière facette) du modèle de maturité numérique de l'AdN.

On constate d'ailleurs que la première moitié du classement selon ces deux critères est en grande partie occupée par les secteurs de services recourant de manière intensive au numérique (finances, numérique, services aux entreprises, culture et médias) et par des secteurs qui ont automatisé tout ou partie de la production et/ou travaillent en flux tendu avec leurs partenaires (industries, distribution et transports).

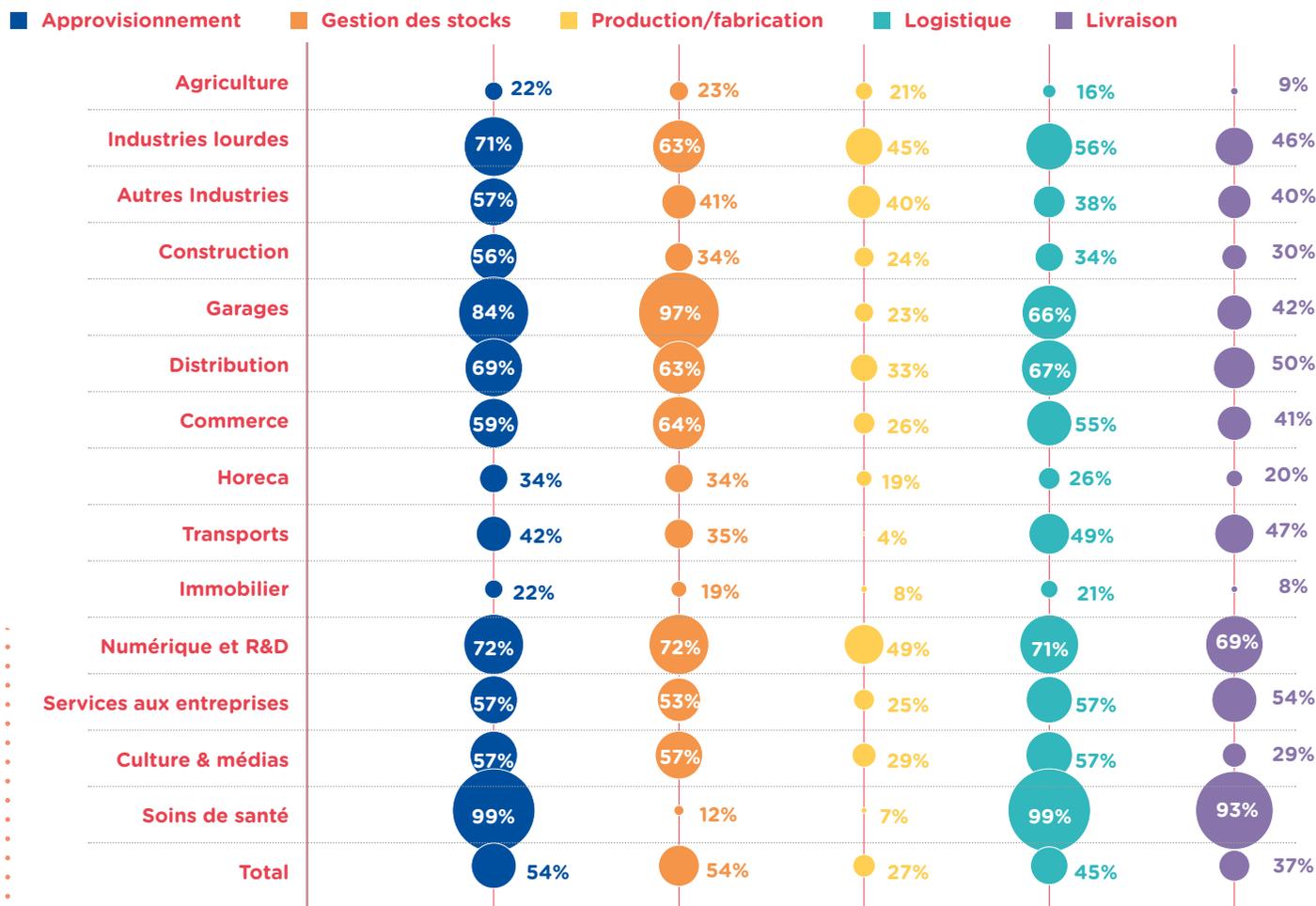


Numérisation de la gestion des produits

L'approvisionnement, la gestion des stocks ainsi que la livraison sont les processus le plus souvent automatisés dans le cadre de la fabrication/gestion de biens.

Numérisation de la gestion des produits par secteur.

Population : entreprises manipulant des biens physiques (42% des entreprises wallonnes)



Les secteurs qui travaillent souvent en flux tendu avec leurs fournisseurs (santé, industries, distribution) ou en réseau (finances, garages, commerces), ainsi que les secteurs dont les usages du numérique sont intensifs (numérique et R&D, services aux entreprises, etc.) ont automatisé une large part de l'approvisionnement pour accélérer la production ou la prestation de services.

Par contre, ce sont les industries, la distribution, les finances et le numérique qui comptent les plus forts taux d'entreprises ayant automatisé leurs processus de production.

Enfin, la logistique et la livraison sont également souvent automatisées dans ces secteurs, mais davantage dans le cadre de sous-traitances à des entreprises et prestataires spécialisés.

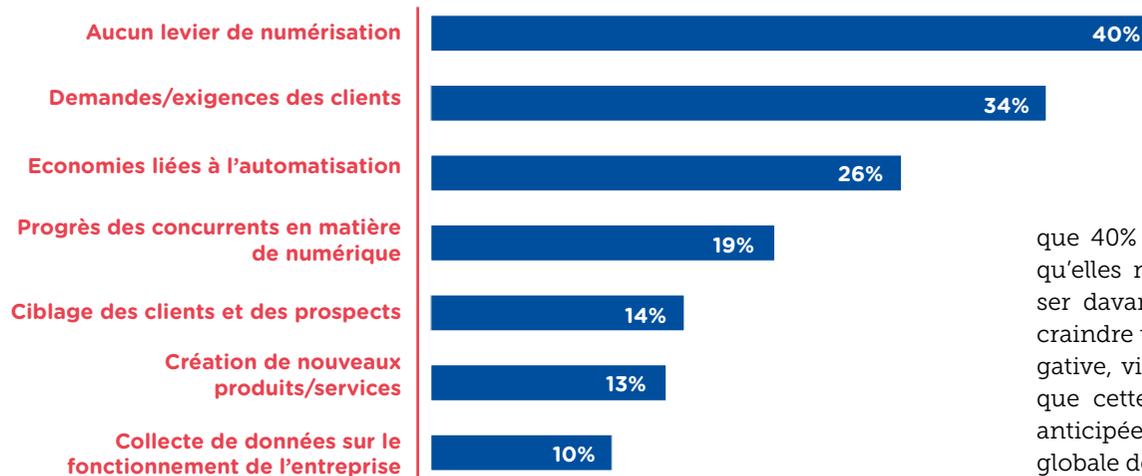
Leviers pour la numérisation des entreprises

Enfin, les entreprises ont été invitées à préciser quels étaient les principaux leviers de la numérisation des processus de travail.

Les attentes et exigences des clients ainsi que les économies générées par l'automatisation des processus sont les deux leviers principaux de la digitalisation. Malheureusement, on constate également

Leviers de la numérisation des processus de travail.
Population : toutes les entreprises wallonnes

■ Taux 2020 sur toutes les entreprises



que 40% de nos entreprises considèrent qu'elles n'ont pas besoin de se numériser davantage. Ce taux important laisse craindre une position attentiste, voire négative, vis-à-vis de la digitalisation, alors que cette dernière doit idéalement être anticipée dans le cadre d'une stratégie globale de l'entreprise.

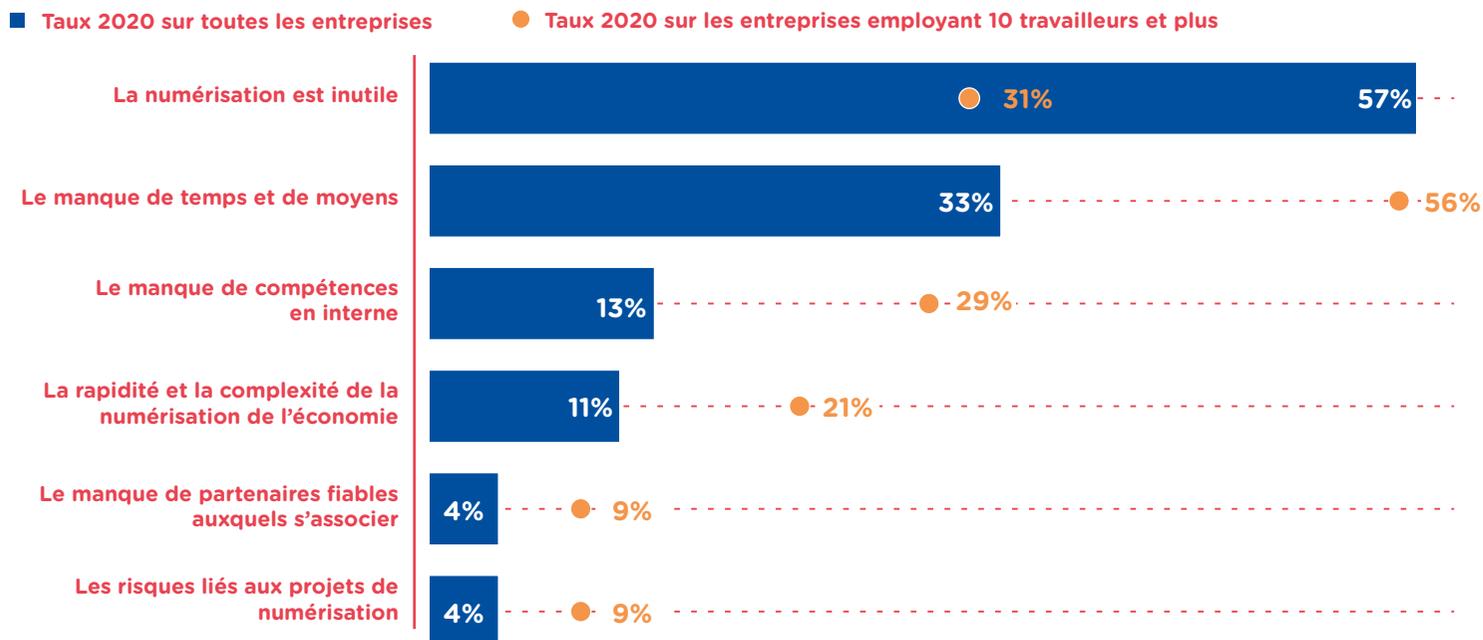
Freins pour la numérisation des processus de travail

Cette attitude défensive par rapport aux technologies numériques est confirmée par les freins à la digitalisation évoqués par les entreprises régionales.

Ainsi, l'inutilité perçue des technologies est le premier frein cité par 57% des répondants sur l'ensemble des entreprises.



Freins à la numérisation des processus de travail. Population : toutes les entreprises wallonnes



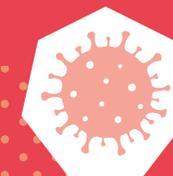
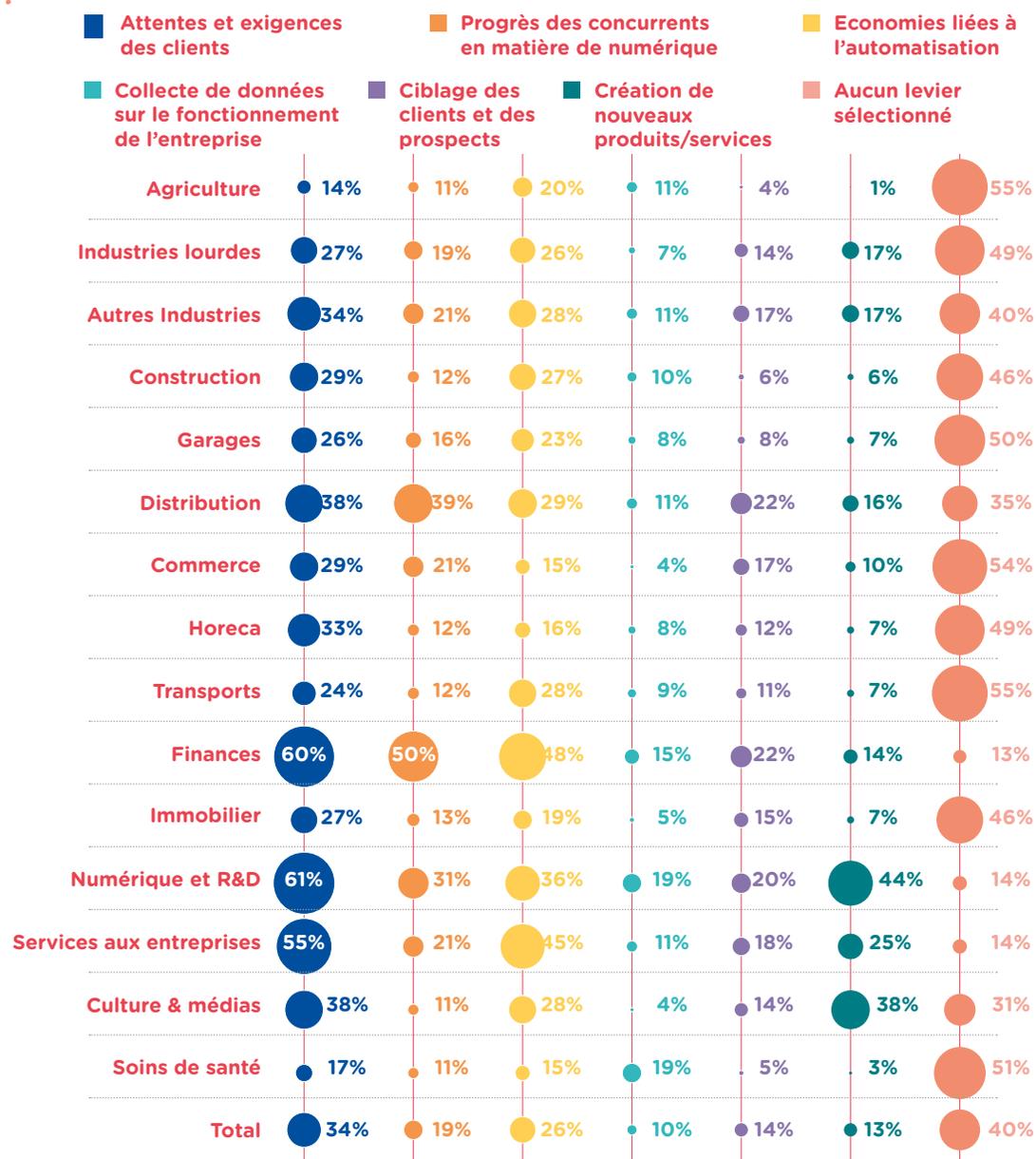
A contrario, les secteurs qui ont des taux plus élevés que la moyenne d'entreprises non motivées à se numériser sont souvent des secteurs dont la maturité numérique globale est moyenne à faible (agriculture, commerce, Horeca, transports, etc.).

Toutefois, cette perception recule à 31% parmi les entreprises employant 10 travailleurs et plus qui peuvent évidemment en tirer des bénéfices plus conséquents. Par contre et plus étonnant, les structures employant au moins dix travailleurs semblent avoir autant de difficultés, voire plus, que les petites entreprises, lorsqu'il s'agit de dégager du temps et des moyens pour les projets de digitalisation.

Lorsqu'on envisage les leviers de numérisation sous l'angle sectoriel, on constate que les secteurs intensifs dans leurs usages du numérique (finances, numérique, services aux entreprises, culture et médias) et/ou travaillant en flux tendu avec leurs partenaires (distribution) et/ou ceux qui ont automatisé tout ou partie de leurs processus de production (les industries), sont ceux pour qui tous les leviers de digitalisation sont importants et parmi lesquels on trouve les plus faibles taux d'entreprises ne souhaitant pas se numériser davantage.



Leviers de la numérisation par secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes



La digitalisation des processus métiers est une évolution toujours conséquente de l'entreprise. Pour être fructueuse, elle doit se baser sur une analyse minutieuse des besoins et des opportunités. Cela peut impliquer une refonte profonde des processus et, après implémentation (qui peut être longue), une formation adéquate du personnel.

Ce n'est donc pas une action que les entreprises ont pu improviser avec l'apparition du COVID-19.

La question qui a donc été posée dans le complément d'enquête visait à savoir si les entreprises ont adopté la collaboration en ligne avec les partenaires et le cas échéant si elles ont créé de nouvelles connexions informatiques avec ceux-ci.

Au sein des entreprises qui ont maintenu une activité pendant la période de confinement, 35% indiquent avoir adopté la collaboration en ligne via des outils de chat ou de visioconférence tandis que 3% ont créé de nouvelles connexions informatiques (VPN, EDI, Extranet, ...).

Ces taux atteignent respectivement 47% et 8% lorsque l'on ne regarde plus que les entreprises comptant au moins 10 travailleurs. Les secteurs ayant le plus développés ces interactions numériques avec les partenaires sont la finance, la culture et les médias, le numérique et la R&D ainsi que les services aux entreprises.

DIGITALISATION DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE



Selon Statbel, 66% (+5) des Belges ont fait au moins un achat en ligne en 2019.

Les dépenses en e-commerce ont atteint 11,46 milliards d'euros en 2019 selon Be-Commerce, soit une augmentation de 8% par rapport à 2018.

De plus, en 2019, le nombre de commerces en ligne en Belgique a franchi la barre des 29.000 unités, soit une augmentation de 20 % (source : baromètre e-commerce 2020, The House of Marketing et SafeShops.be).

Autre constat, selon Comeos (Fédération sectorielle du commerce et des services en Belgique), près de la moitié des e-acheteurs belges (48%) ont fait au moins un achat en ligne, par mois, en 2019. 70% de ces acheteurs ont préparé une partie au moins de leurs acquisitions avec l'aide d'Internet, sans nécessairement réaliser de transaction en ligne.

Même si vendre en ligne n'est pas la seule façon de tirer profit du digital dans la stratégie commerciale, il est important de vérifier dans quelle mesure les entreprises wallonnes profitent de cette croissance soutenue de l'e-commerce ?

DIGITAL MARKETING

Seulement 21% des entreprises wallonnes (35% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) déclarent pratiquer du "marketing digital".

Même si ce taux s'améliore de 5 points par rapport à 2018, il reste trop faible. On peut cependant relativiser la situation en tenant compte du fait que, pour une partie des répondants, le terme de "marketing digital" n'est pas totalement familier. Ainsi, l'augmentation du taux de sites web ou d'entreprises référencées sur des plateformes e-commerce, montrent que les entreprises wallonnes font davantage de marketing digital qu'elles ne le pensent.

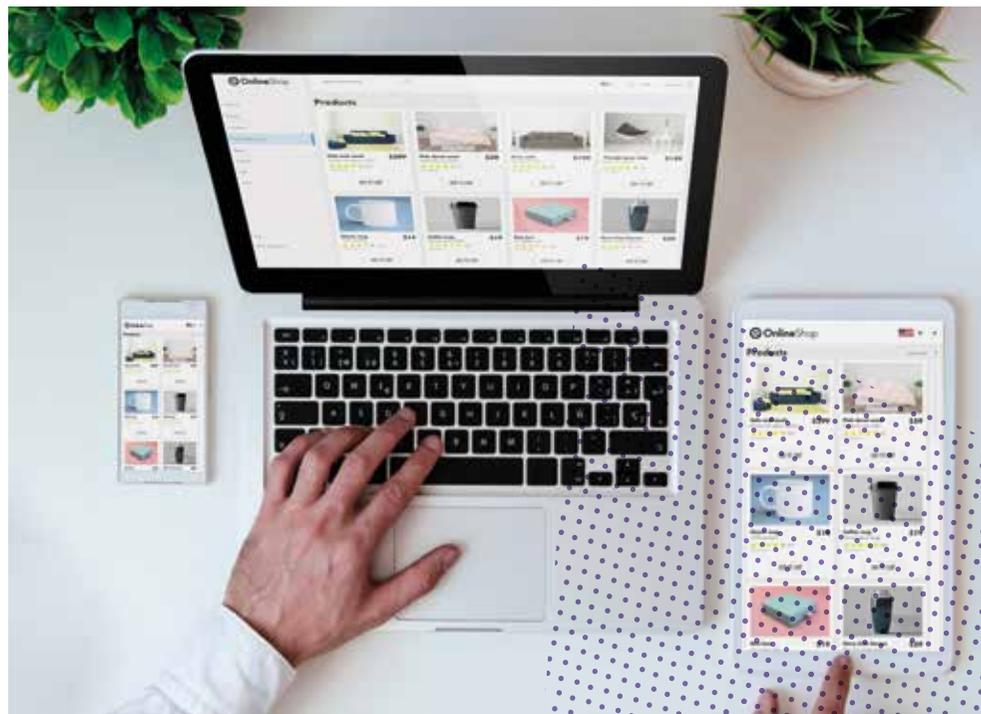
Sites Web

45% (+4) des entreprises possèdent un site web (84% au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus).

Plus d'un quart (27%) des entreprises sont également présentes sur une ou plusieurs plateformes commerciales (resto.be, TripAdvisor, Booking, Autoscout24, eBay, Amazon, Trivago, ...). 8% des entreprises n'ayant pas de site Web propre revendent en outre un référencement sur au moins une plateforme d'e-commerce. Au total, ce sont donc 53% des entreprises qui ont une présence en ligne.

Toutefois, disposer d'un site web et/ou être présent sur une plateforme commerciale ne semblent pas nécessairement augmenter significativement le chiffre d'affaires. En effet, 78% de ces entreprises attribuent moins de 10% de leur chiffre d'affaires à leur présence en ligne.

Même si les situations diffèrent d'un secteur à l'autre, il faut constater que les entreprises wallonnes n'intègrent pas systématiquement le numérique dans leur stratégie commerciale. Il leur manque encore trop souvent une stratégie d'entreprise globale reposant sur l'usage du numérique.



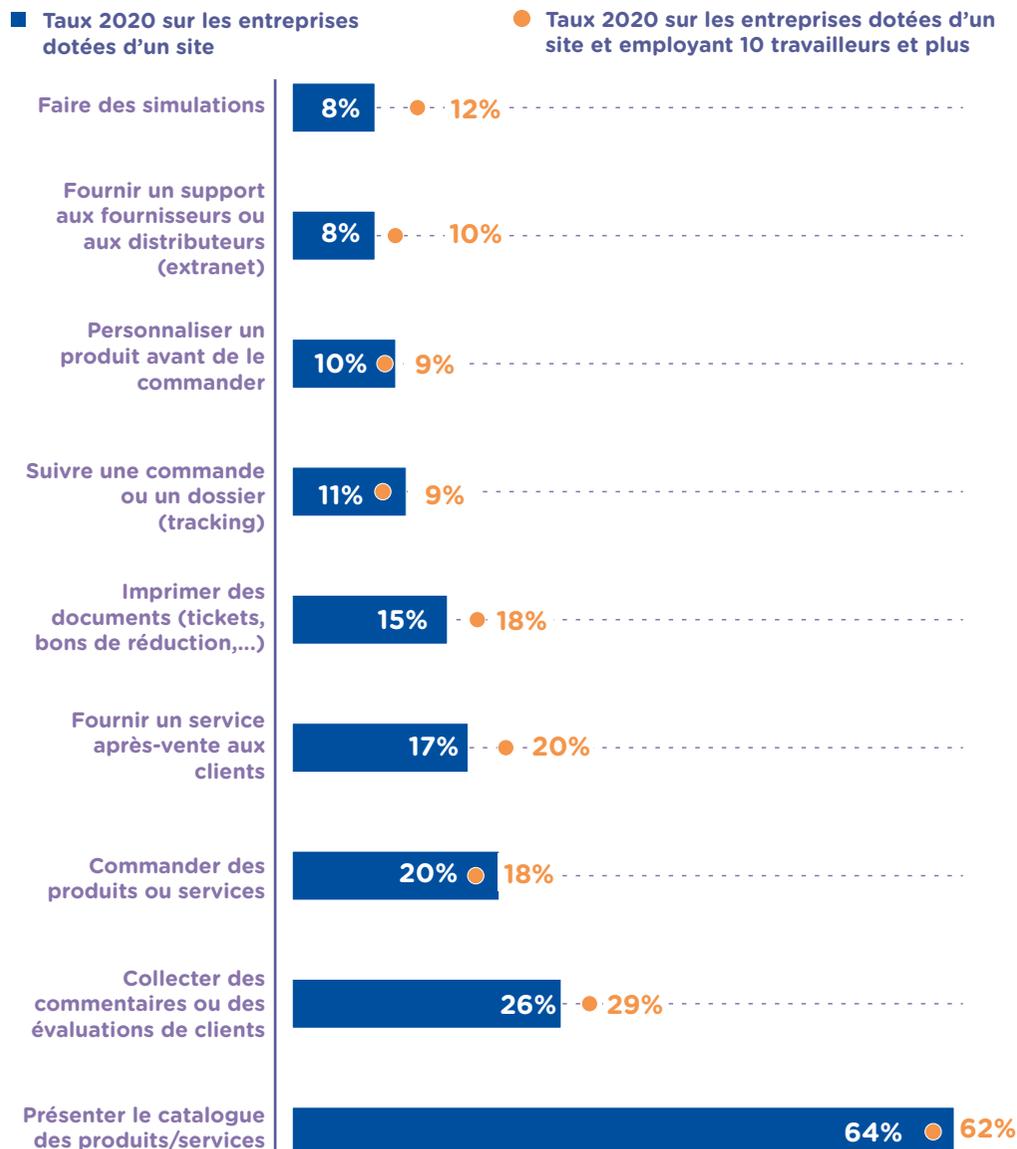
FONCTIONNALITÉS DES SITES WEB

Les sites web des entreprises wallonnes remplissent principalement trois fonctions :

- 1 Présenter le catalogue des produits et services;
- 2 Collecter des avis ou commentaires de clients;
- 3 Commander des produits ou des services.

Les taux de sites présentant les différents types de fonctionnalités sont relativement comparables à ceux de 2018.

Fonctionnalités présentes sur les sites web.
Population : Entreprises disposant d'un site web propre



Si l'on examine les fonctionnalités proposées sur les sites web des entreprises wallonnes, on peut affirmer qu'ils sont avant tout informatifs et relativement peu interactifs. Informer les clients et mettre en avant les produits/services offerts par l'entreprise est évidemment important mais, dans le cadre d'une économie digitalisée où l'e-commerce est toujours plus présent, les entreprises doivent se doter d'un site dynamique et transactionnel pour attirer les clients. Les TPE semblent par contre ici bien se défendre vis-à-vis des entreprises plus grandes avec souvent une richesse comparable en fonctionnalités.

Les secteurs ayant des usages intensifs du numérique ne se distinguent pas particulièrement par la richesse en fonctionnalités de leurs sites. Toutefois, selon la fonctionnalité envisagée, des groupes de secteurs différents affichent des taux supérieurs à la moyenne.

1. Présenter un catalogue des produits et services (moyenne à 64%) : Horeca (85%), Distribution (81%), Immobilier (81%).
2. Collecter des commentaires ou évaluations des clients (moyenne à 26%) : Immobilier (48%), Culture et médias (39%), Horeca (36%).
3. Commander des produits ou services (moyenne à 20%) : Transports (33%), Commerce (29%), Distribution (26%).

4. Fournir un service après-vente aux clients (moyenne à 17%) : Garages (29%), Distribution (29%), Finances (29%), Autres industries (21%).

5. Imprimer des documents (moyenne à 15%) : Immobilier (31%), Culture et médias (25%), Horeca (23%).

6. Suivre une commande (moyenne à 11%) : Immobilier (27%), Distribution (24%), Transports (22%).

7. Fournir un support aux fournisseurs ou aux distributeurs (moyenne à 8%) : Distribution (12%), Commerce (12%), Construction (11%), Industries lourdes (11%), Soins de santé (11%).

8. Effectuer des simulations (moyenne à 8%) : Finances (31%), Garages (25%), Immobilier (20%).

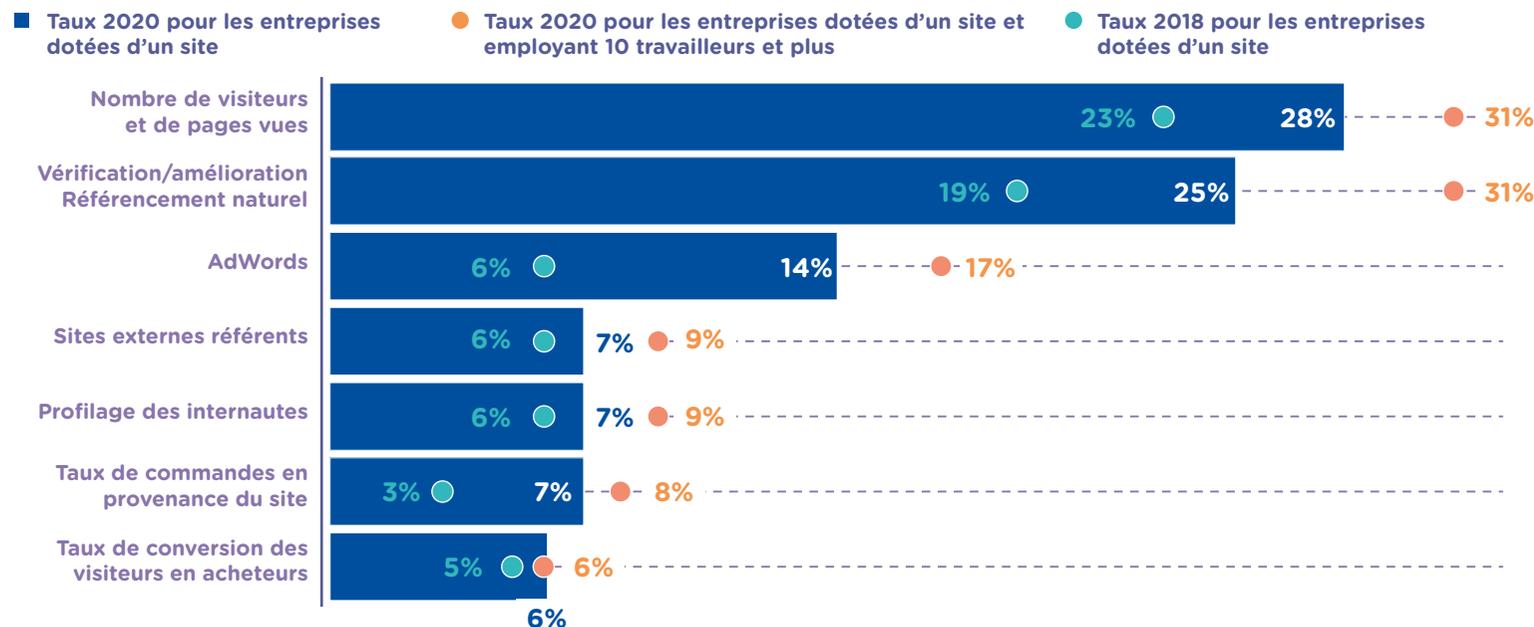
La nature de l'activité principale détermine logiquement les fonctionnalités que proposent les sites web des entreprises. Au final, ce sont les entreprises des secteurs tels que la distribution, le commerce, l'immobilier, les garages et les finances qui offrent les fonctionnalités les plus diversifiées.

PROMOTION ET ANALYSE DES PERFORMANCES DU SITE WEB

45% (+12) des entreprises wallonnes dotées d'un site web mettent en place des actions pour leur promotion et/ou l'analyse de leur performance. Ce taux monte à 49% pour les entreprises employant 10 travailleurs et plus. En nette amélioration, ces résultats restent toutefois trop faibles. Toute entreprise ayant un site web, même simplement informatif, doit au minimum assurer son référencement afin que les personnes intéressées par les activités puissent la trouver via les moteurs de recherche.

Les entreprises qui mesurent la performance de leur site web se concentrent principalement sur l'analyse du nombre de visiteurs et de pages vues, ainsi que sur l'amélioration du référencement naturel du site.

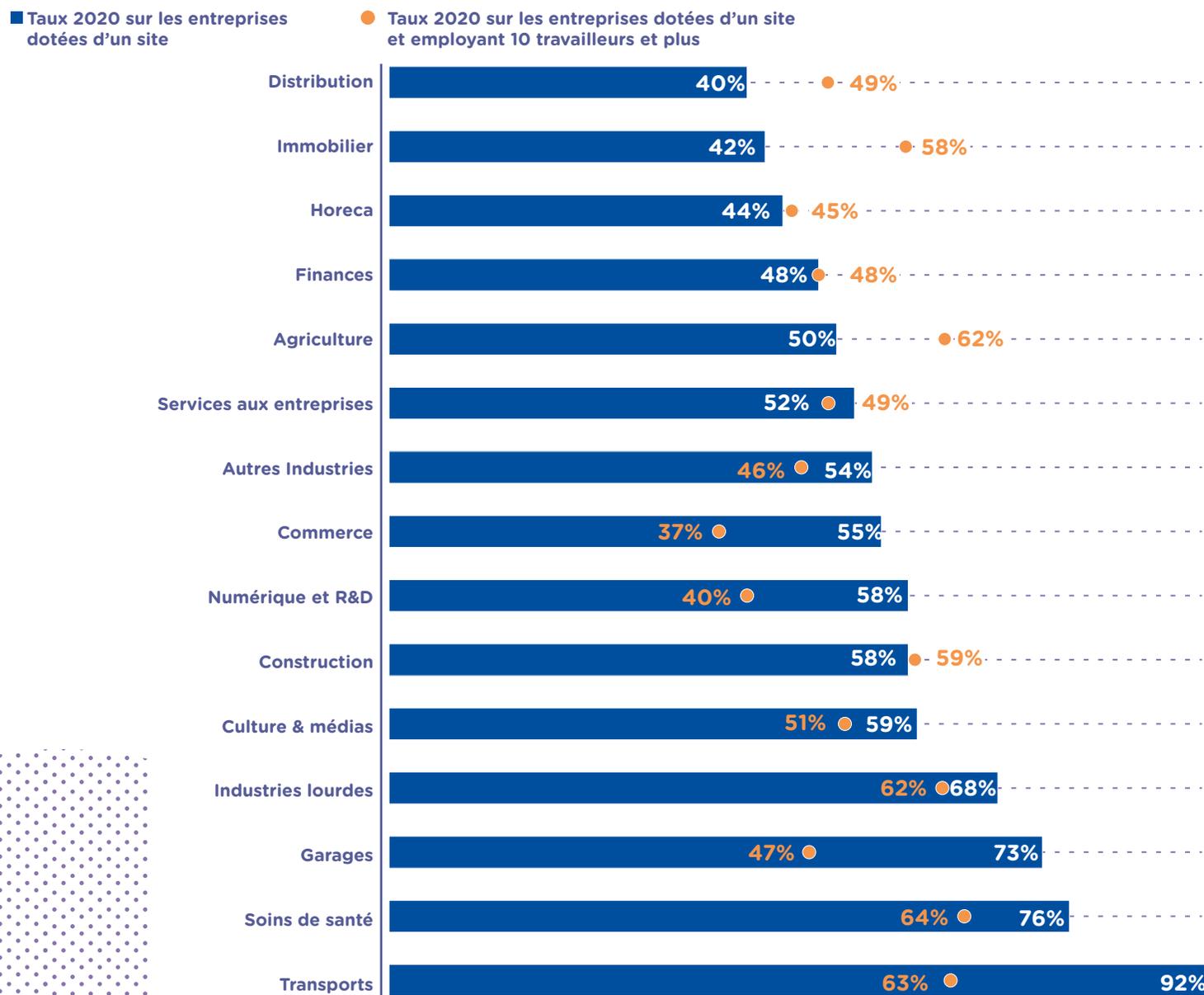
Analyses des performances des sites web réalisées par les entreprises dotées d'un site propre



La taille n'influence pas beaucoup les résultats, surtout en ce qui concerne les analyses de base du marketing digital (profilage des internautes, taux de commandes provenant du site, taux de conversion). La taille influence surtout le suivi du nombre de pages vues et le recours à des campagnes AdWords, ce qui est logique car les grandes structures ont davantage de ressources à consacrer aux campagnes de publicités payantes.

Pour celles qui ne mesurent pas la performance des sites web, on pourrait s'attendre à retrouver d'abord les secteurs qui ont des usages moyens à faibles du numérique. Ce n'est pas le cas, puisque ce sont les transports (92%), les soins de santé (76%), les garages (73%) et les industries lourdes (73%) qui affichent les taux les plus élevés d'entreprises ne réalisant aucune analyse de performance de leur site web.

Absence de suivi des performances du site par secteur. Population : entreprises dotées d'un site web propre



L'explication est à chercher du côté de l'organisation des entreprises de ces secteurs. En effet, les transporteurs, les garages et les industries lourdes travaillent en réseau et/ou avec des implantations à l'étranger. Par conséquent, leurs sites web sont souvent gérés de façon centralisée par les maisons mères ou les marques elles-mêmes.

On observe le même phénomène dans une moindre mesure au sein du secteur des finances (48%) pourtant très utilisateur des technologies numériques. Enfin, le cas du secteur de la santé est particulier car la publicité via Internet y est très réglementée et les sites y ont très souvent une fonction informative plutôt que commerciale.

MARKETING MOBILE

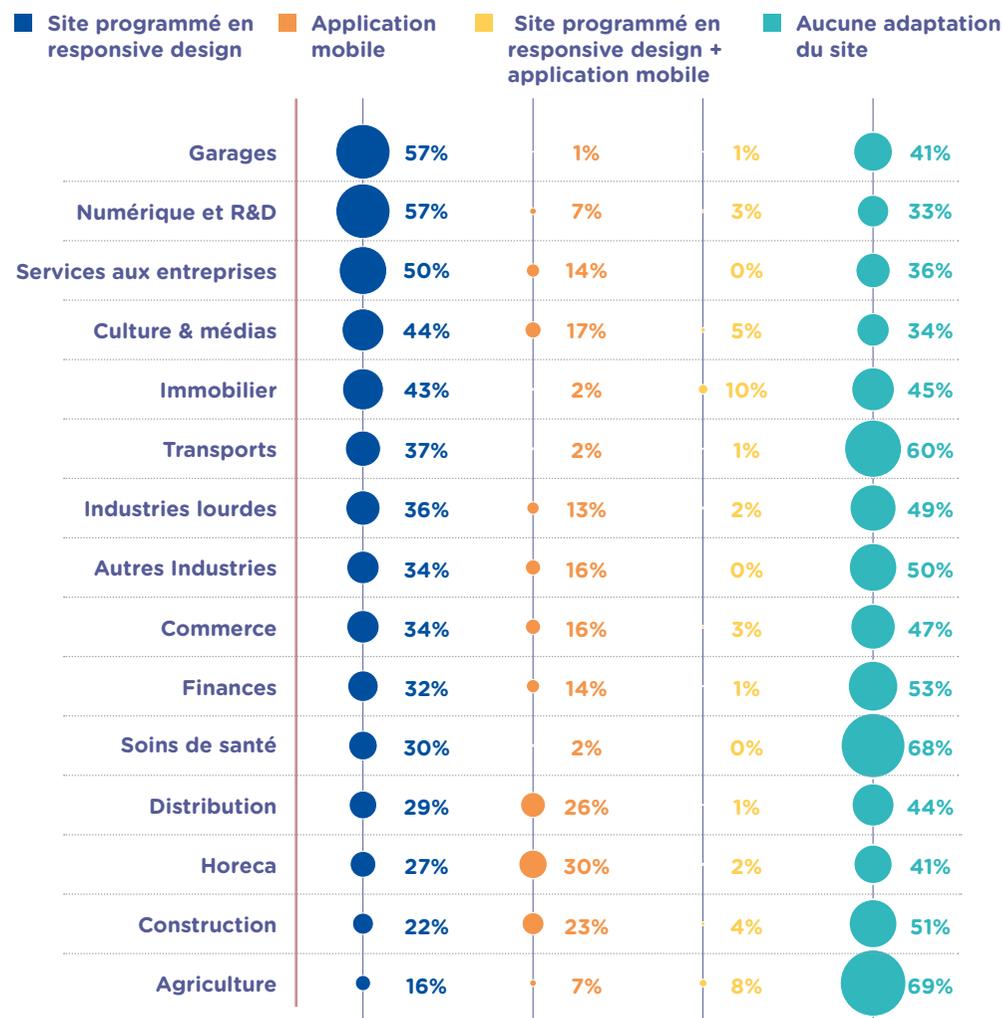
75% des citoyens belges possèdent un smartphone (source : baromètre Citoyens 2019 de l'AdN) tandis que 35% des achats en e-commerce se font désormais via smartphones (source : l'Echo, 2018). Ces chiffres montrent l'importance d'intégrer les terminaux mobiles dans la stratégie commerciale digitale de l'entreprise.

55% des entreprises dotées d'un site web ont adapté ce dernier à la consultation sur terminaux mobiles. Ce sont 10 points de mieux qu'en 2018. Cette importante progression est une bonne nouvelle, compte tenu de la nomadisation toujours plus forte des consommateurs.

2% d'entreprises dotées d'un site disposent à la fois d'un site programmé en responsive design et d'une application spécifique destinée aux terminaux mobiles présentant, le cas échéant, des fonctionnalités différentes de celles du site web.

Au niveau sectoriel, les garages et les services aux entreprises occupent les trois premières places du classement, sur base de la programmation du site en responsive design. Par contre, en ce qui concerne le développement d'applications mobiles, un autre tiercé se distingue : Horeca, distribution et construction.

Adaptation des sites web aux terminaux mobiles par secteur.
Population : Entreprises dotées d'un site propre.



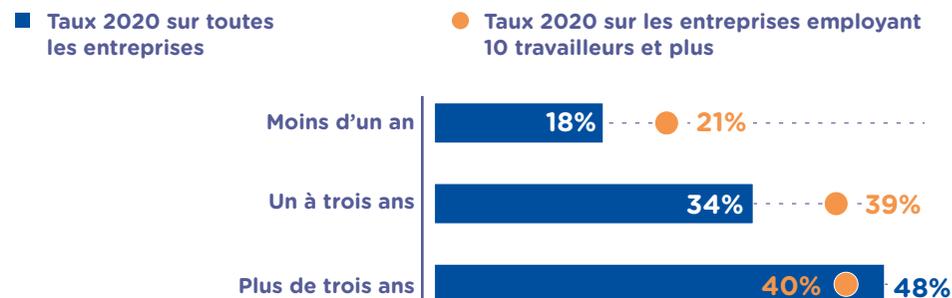
ÂGE ET FRÉQUENCE DES MISES À JOUR DES SITES WEB

48% (+4) des sites des sites web des entreprises wallonnes ont été créés ou refondus depuis plus de trois ans. Cela peut indiquer une implication faible de nombreuses entreprises dans leur présence en ligne.

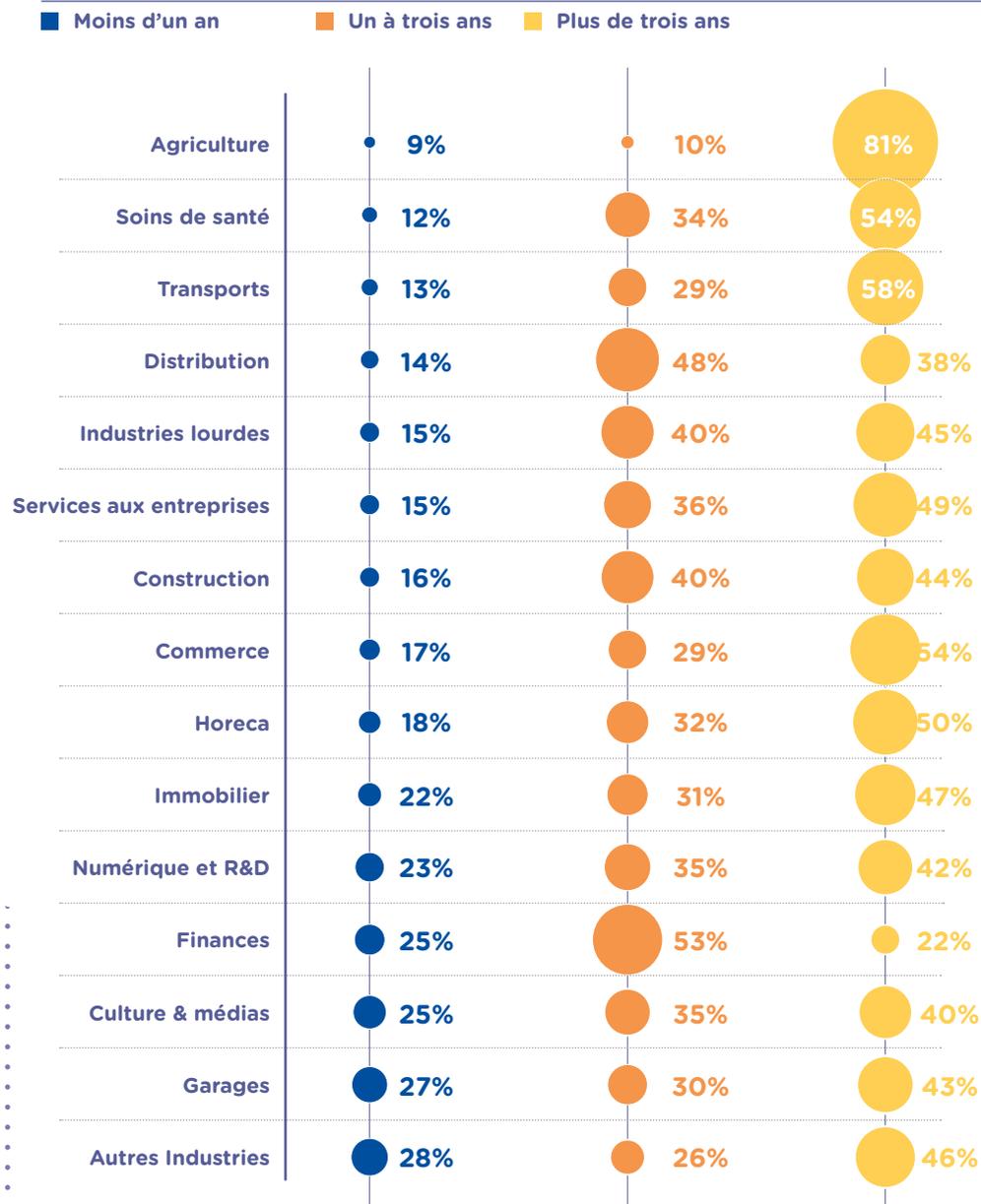
Avec la vitesse d'émergence des technologies numériques et l'élévation constante du niveau d'exigence des consommateurs, les sites web doivent faire l'objet d'une refonte et/ou d'une amélioration globale au moins une année sur deux. On en est loin puisqu'à peine 18% (stable) des sites ont moins d'un an dans leur forme actuelle. Et comme on peut le constater dans le graphique suivant, les entreprises de plus grande taille s'en sortent à peine mieux que les TPE.

Par contre, d'un point de vue sectoriel, les industries manufacturières, les garages, la culture & médias, les finances, le numérique et l'immobilier se distinguent par des taux de sites âgés de moins d'un an plus nombreux que la moyenne.

Age moyen des sites web dans leur forme actuelle.
Population : Entreprises wallonnes disposant d'un site web

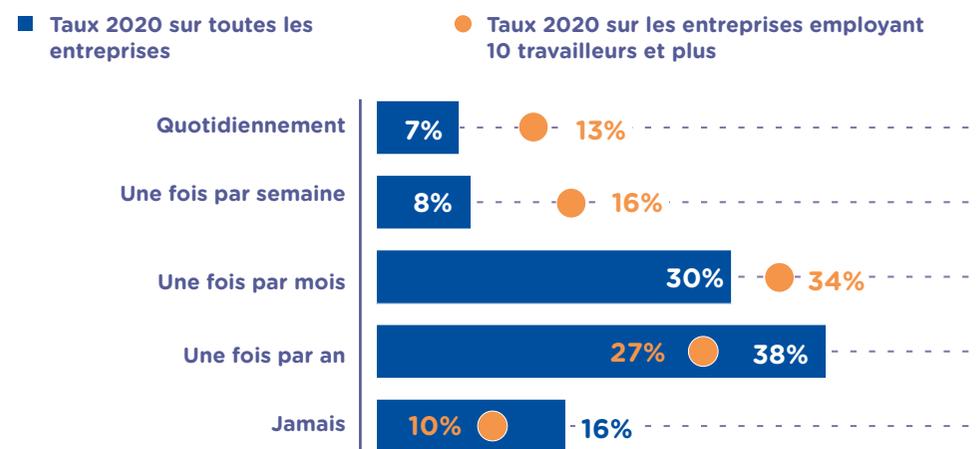


Age moyen des sites par secteur. Population : Entreprises dotées d'un site web



La fréquence des mises à jour des sites web confirme que les entreprises investissent trop peu dans l'optimisation et le renouvellement du contenu en ligne. Ainsi, 38% (+3) des sites sont mis à jour seulement une fois par an.

Fréquence des mises à jour des sites web. Population : Entreprises dotées d'un site web

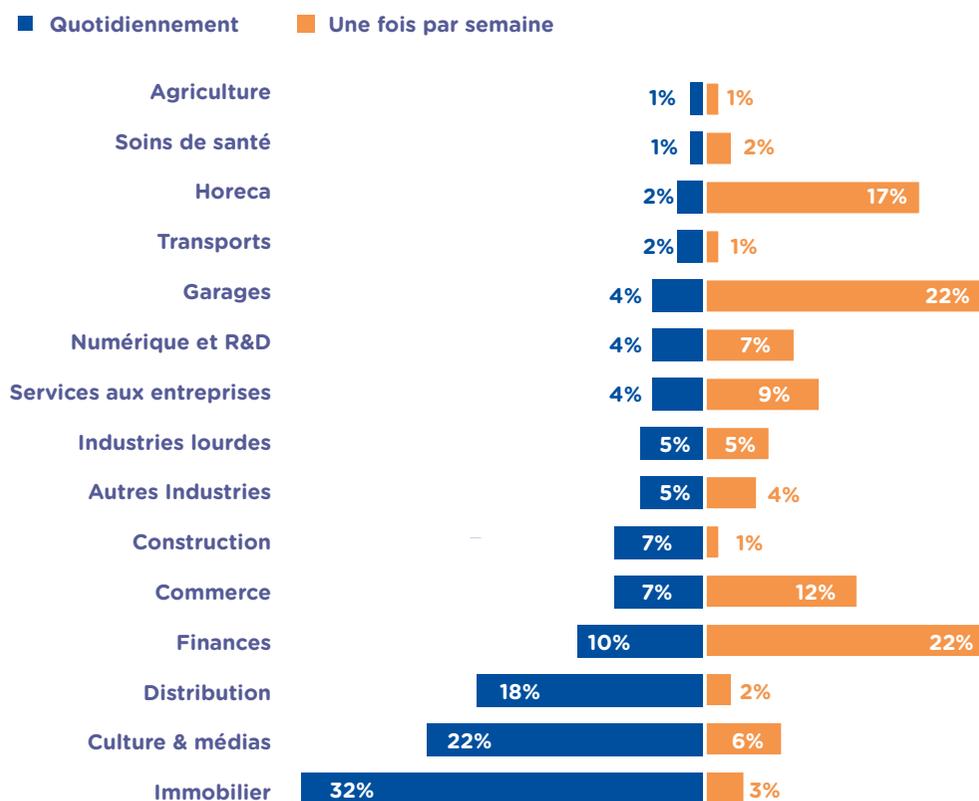


Assez logiquement, la fréquence des mises à jour des sites progresse avec la croissance de la taille des entreprises.

Les secteurs leaders en la matière sont l'immobilier, la culture et les médias, la distribution, les finances, les garages et l'Horeca. Il s'agit aussi bien souvent des secteurs où les produits proposés évoluent ou sont renouvelés assez régulièrement.

On peut conclure ce volet relatif aux sites web en affirmant que la fréquence des mises à jour des sites et la richesse de leur contenu en termes de fonctionnalités sont des domaines où les entreprises wallonnes peuvent encore beaucoup progresser sans nécessairement investir dans un nouveau site.

Mise à jour fréquentes des sites Web par secteur.
Population : Entreprises dotées d'un site web



Vente en ligne (E-Commerce)

Vendre en ligne implique de réaliser une transaction électronique au moment de la commande. Vu le faible de taux structurel d'e-commerce au sein du tissu économique régional, l'AdN a pris en compte les e-mails valant bons de commande parmi les transactions électroniques :

1. E-mail valant bon de commande;
2. Commande en provenance du site Web;
3. Commande en EDI ou en WebEDI;
4. Commande provenant d'une plateforme e-commerce sur laquelle l'entreprise est présente.

15% (+4) des entreprises wallonnes déclarent vendre en ligne. Parmi les entreprises de 10 travailleurs et plus, ce taux est à peine plus important : 18%. Vu la croissance continue de l'e-commerce, encore amplifiée par la crise sanitaire, cela reste toutefois largement insuffisant pour pouvoir affirmer que nos entreprises profitent pleinement des opportunités liées à l'e-commerce.

Il y a trois raisons principales à ce taux de vente en ligne dont le niveau et la progression restent faibles au fil du temps :

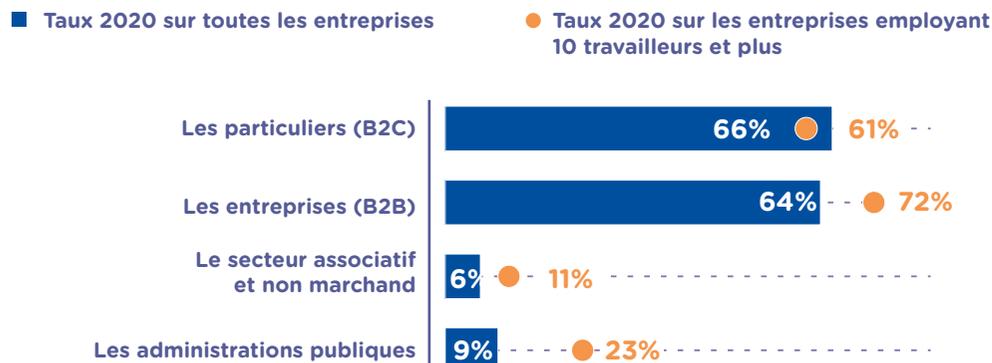


1. L'importance du B2B dans l'économie wallonne même si ce dernier n'est pas majoritaire. En effet, les services aux entreprises sont l'un des deux plus gros secteurs de l'économie régionale en termes de nombre d'entreprises (18%). On peut également ajouter à cela que 65% des startups du secteur du numérique sont, elles aussi, positionnées dans le secteur des produits et services aux entreprises.
2. La petite taille des entreprises wallonnes : 94% des entreprises régionales emploient de 0 à 4 travailleurs.
3. La faible numérisation des secteurs prédominants de l'économie wallonne : trois des 5 secteurs prédominants en termes de nombre d'entreprises (commerce de détail : 18%, construction : 12%, agriculture : 8%) ne sont pas par essence des utilisateurs intensifs du numérique.



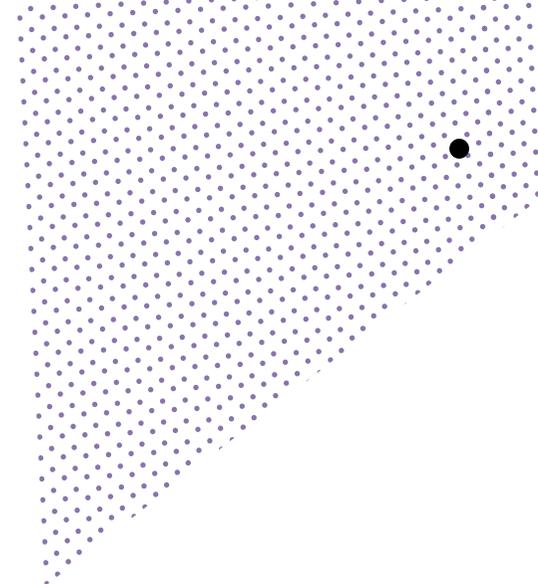
La vente en ligne des entreprises wallonnes cible principalement les particuliers (B2C) mais cette prédominance n'est que très légère puisque le B2B a aussi une place importante.

Publics cibles des entreprises vendant en ligne.
Population : Entreprises qui vendent en ligne

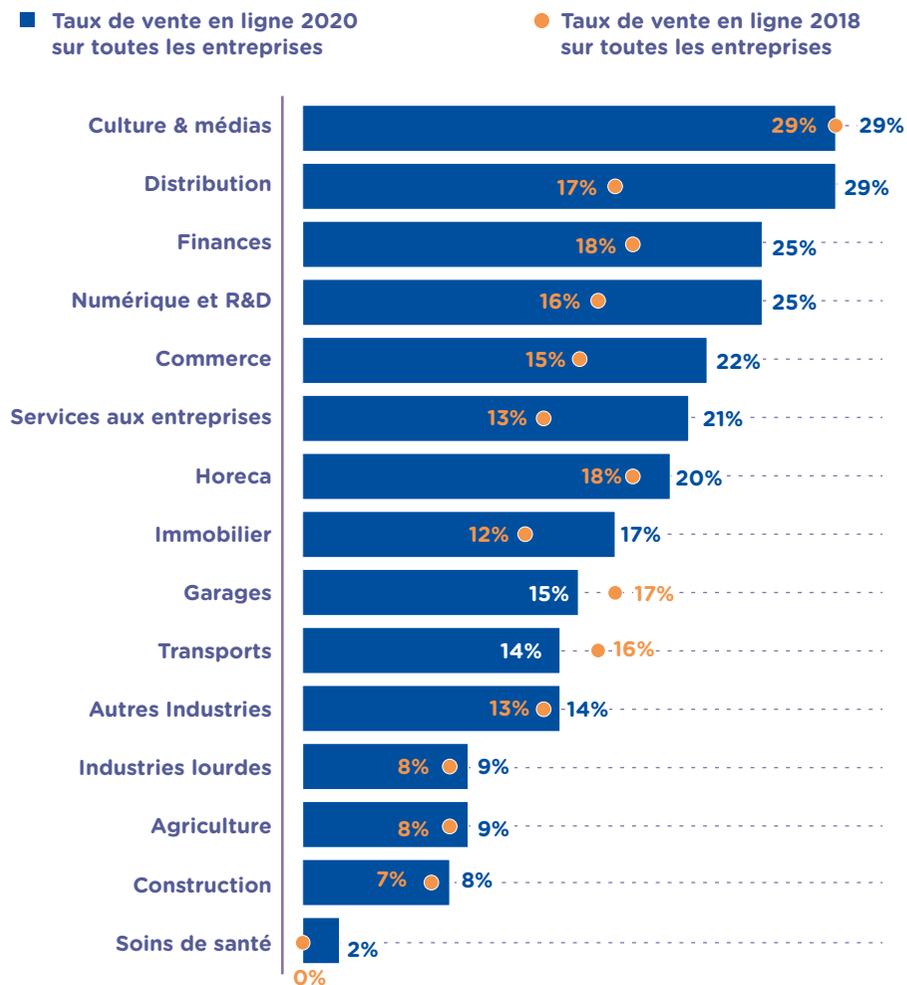


Les e-commerçants wallons s'adressent souvent à plusieurs cibles à la fois. Ainsi, 50% des e-commerçants vendent tant aux particuliers qu'aux entreprises. De plus, certains types de biens vendus par voie électronique s'adressent aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises et aux administrations. C'est le cas, par exemple, des produits et services financiers, des logiciels et services informatiques, ou encore des réservations d'hôtels et de voyages.

La présence de la vente en ligne au niveau sectoriel est très variable. Elle va de 2% dans la santé à 35% dans les finances. Les différences sont bien sûr liées à la nature de l'activité principale. Ainsi, il est normal de trouver le secteur de la distribution aux premières places du classement, tandis que la santé est en dernière position en raison de l'interdiction de pratiquer l'e-commerce dans toute une série d'activités à caractère médical. Et ce, même si parmi les sites wallons les plus connus figurent ceux des pharmacies en ligne telles que newpharma.be. En effet, les pharmacies ne font pas partie du secteur de la santé comme on pourrait s'y attendre, elles appartiennent au commerce de détail.



Taux de vente en ligne selon le secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes



La hausse de quatre points de la vente en ligne observée entre 2018 et 2020 est principalement due aux secteurs de la distribution (29%, +12), des finances (25%, +7), du numérique (25%, +9) et du commerce de détail (22%, +7). Le secteur de la culture et des médias qui était fusionné au secteur du numérique en 2018 s'avère être un secteur particulièrement intensif en usage du numérique et de la vente en ligne en particulier.

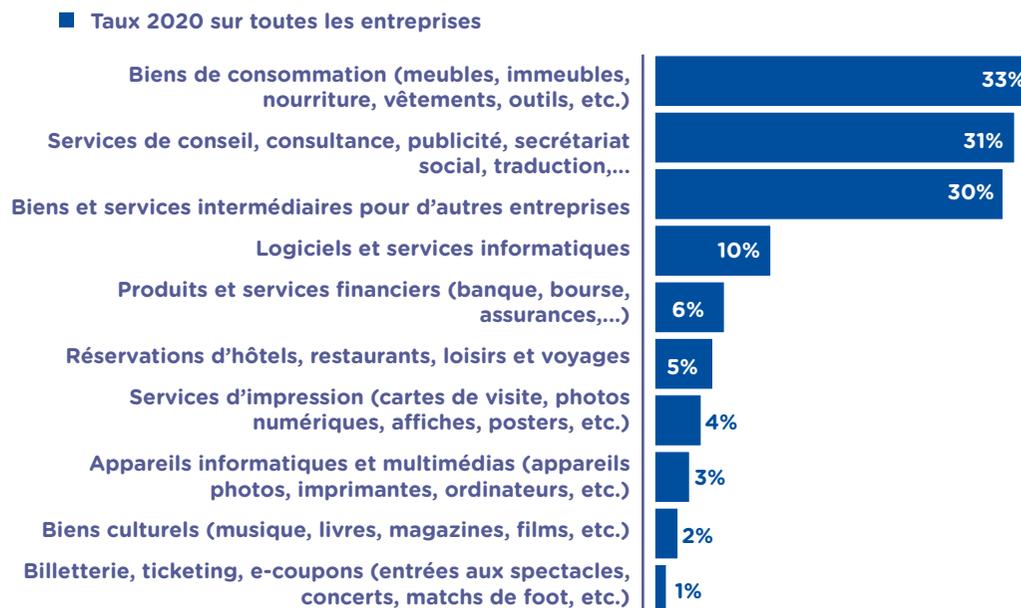
Même en progression, le nombre d'entreprises vendant en ligne reste trop faible en Wallonie. L'essentiel du volume d'affaires, globalement en forte hausse, reste monopolisé par les géants de l'e-commerce basés hors de nos frontières.

BIENS ET SERVICES VENDUS EN LIGNE

Faisant écho aux publics cibles de la vente en ligne, les produits et services commercialisés par ce canal sont d'abord les biens de consommation pour les particuliers mais aussi les services de tous types aux entreprises.



Biens et services vendus en ligne. Population : entreprises déclarant vendre en ligne



MOYENS DE PAIEMENT POUR LA VENTE EN LIGNE

La moitié des sites de vente (50%) ne proposent pas le paiement en ligne. Pour l'autre moitié, plusieurs types de paiement sont disponibles, dont des paiements qui ne sont pas nécessairement électroniques, tels que les virements bancaires (17%), les achats sur facture (11%), ou encore les paiements au comptant à la livraison (9%). Lorsque des solutions de paiement électroniques sont proposées, il s'agit le plus souvent de :

1. Cartes de crédit (30%);
2. Cartes de débit (22%);
3. PayPal, PayMill ou autres (20%).

Il n'y a pas d'évolution notable par rapport à 2018, si ce n'est l'apparition de nouvelles solutions telles qu'AmazonPay, Google-Pay et ApplePay qui sont présentes sur 2% des sites de vente.

Ces chiffres sont à mettre en rapport avec le fait que seulement 42% des entreprises vendant en ligne reçoivent des commandes directement via leur site web. En effet, pour proposer des moyens de paiement électroniques, le site doit être "transactionnel" et générer une commande.

SOLUTIONS DE LIVRAISON POUR LA VENTE EN LIGNE

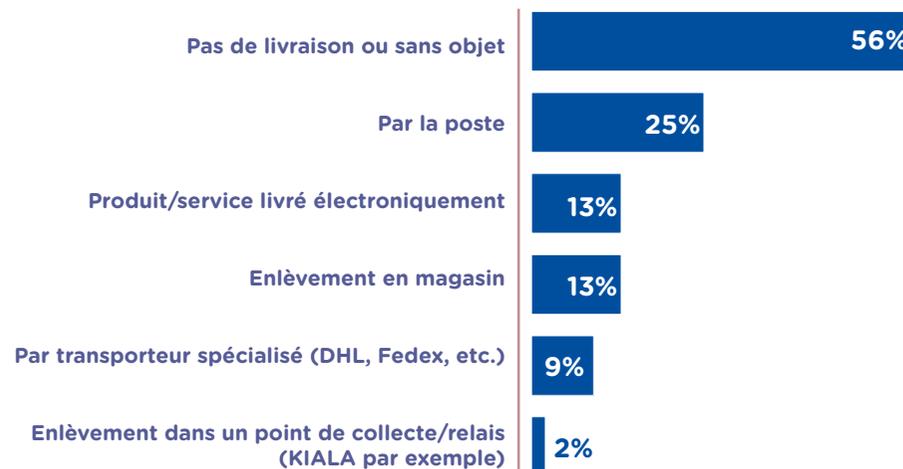
Au niveau de la livraison, 44% des sites de vente en ligne wallons offrent des options de livraison.

Il convient toutefois de préciser que 95% des sites de vente en ligne offrant des produits physiques proposent une ou des options de livraison. Ce sont les sites proposant des services qui sont souvent dépourvus de modalités de livraison, ces services étant par nature prestés en présentiel et/ou livrables électroniquement. Enfin, les choix de livraison sont souvent multiples avec une prédominance de la livraison par la poste, de l'enlèvement en magasin, ou encore de livraison électronique.



Options de livraison offertes sur les sites de vente.
Population : Entreprises wallonnes vendant en ligne. Le total est supérieur à 100% car la plupart des sites proposent plusieurs options de livraison

■ Taux 2020

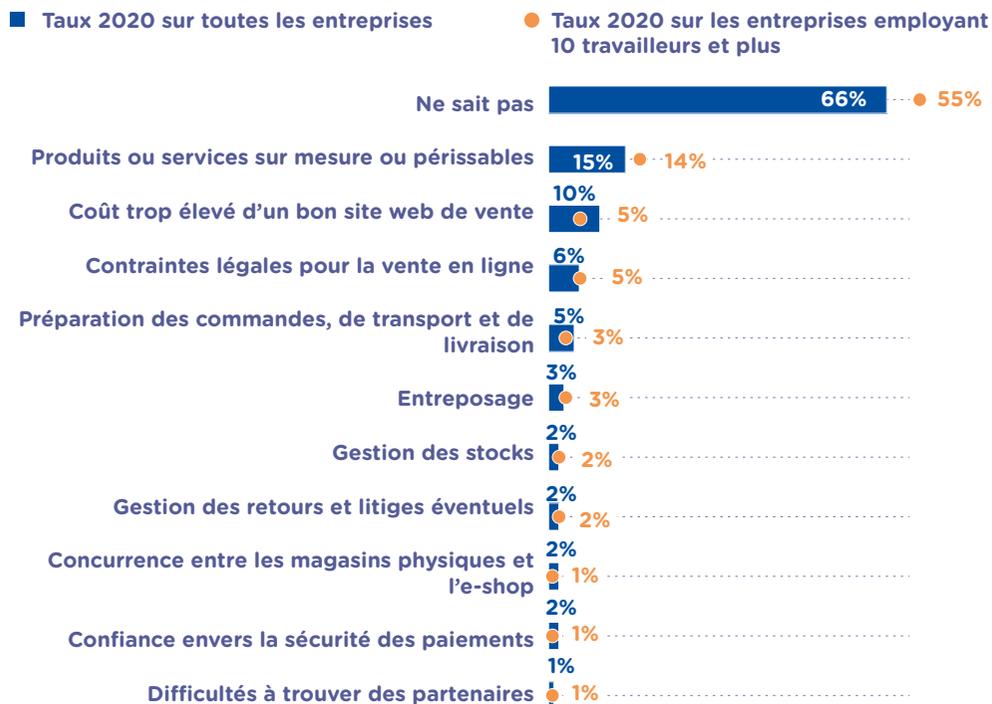


FREINS AU DÉVELOPPEMENT DE LA VENTE EN LIGNE

Lorsqu'on demande aux entreprises qui ne vendent pas en ligne quelles sont les raisons pour lesquelles elles tardent à se lancer dans l'e-commerce, il est interpellant de constater que deux tiers d'entre elles ne donnent pas de réponse spécifique.

Freins à la vente en ligne.

Population : entreprises qui ne vendent pas en ligne (85% des entreprises wallonnes)



82% de dirigeants d'entreprise ayant répondu à l'enquête, le taux de "ne sait pas" est étonnant et inquiétant.

Lorsque les entreprises invoquent la fabrication de produits sur mesure ou périssables comme obstacle à la vente en ligne, cela illustre par ailleurs un manque de connaissance quant au fait que la personnalisation des produits est potentiellement un des atouts majeurs de la vente en ligne.

Il en va de même en ce qui concerne la vente de produits périssables, qui n'a rien d'incompatible avec l'e-commerce, comme le montre la crise sanitaire.

Enfin, il est étonnant que les vrais problèmes de gestion liés à l'e-commerce (gestion des stocks, préparation de commandes, transport et livraison) ne soient cités que par 5% des entreprises qui ne vendent pas en ligne. C'est pourtant là que résident souvent les plus grands défis de l'e-commerce.

Ces constats montrent, contrairement à une idée reçue, que la sensibilisation et la formation des chefs d'entreprise concernant les enjeux et opportunités offerts par la vente en ligne restent des priorités stratégiques pour la Wallonie.





La crise sanitaire a profondément modifié les modalités de vente et de livraison des produits et services, en particulier dans le cas du B2C. Les entreprises restées actives pendant le confinement ont donc été invitées à indiquer quelles stratégies ont été mises en œuvre, pendant la crise, pour faciliter la vente en ligne et la livraison.

Fort logiquement, un nombre important d'entreprises (92% sur l'ensemble, 86% sur celles de 10 travailleurs et plus) n'ont pas pu apporter de modifications significatives dans ces domaines, car comme pour les processus métiers, la mise en place de nouveaux processus de vente et de livraison ne peut jamais s'improviser et la réorganisation consécutive peut s'avérer lourde, coûteuse et longue à implémenter. Dans certains secteurs orientés B2B, elle n'a tout simplement pas de sens.

Toutefois, ces freins n'ont pas découragé certains entrepreneurs qui ont mis en place les dispositifs suivants (pour la livraison, ne sont considérées que les entreprises produisant ou distribuant des biens physiques).

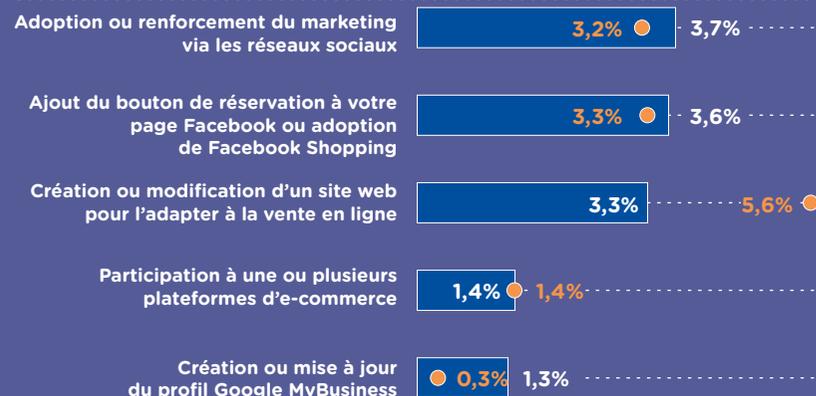
Bien des entreprises ont ainsi déployé des trésors d'imagination pour s'adapter aux contraintes imposées allant de la livraison personnalisée par le patron ou le personnel, à une nouvelle répartition des tournées ou l'ouverture d'un dépôt accessible aux clients.

Modifications apportées aux processus de vente et de livraison pour s'adapter aux contraintes du COVID

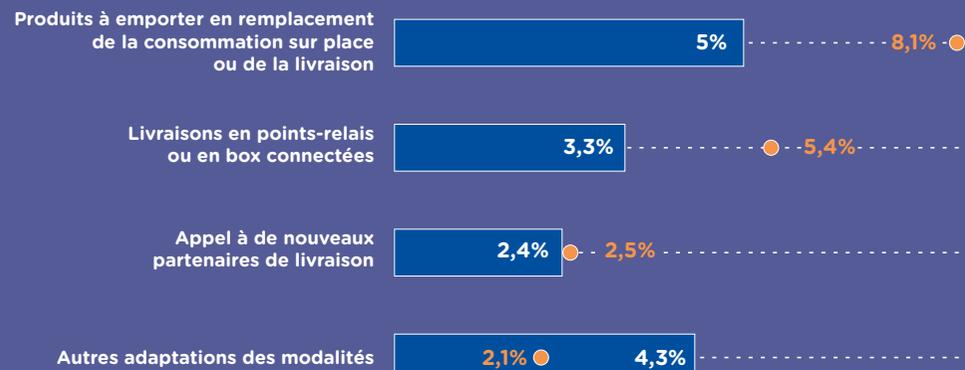
■ Ensemble des entreprises

● Entreprises de plus de 10 travailleurs

VENTE



LIVRAISON (si gestion de bien physiques)



DIGISCORE 2020 : MATURITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES WALLONNES



Introduction

Le calcul du score de maturité numérique des entreprises repose sur la présence ou non des technologies numériques et l'usage de celles-ci par les entreprises. Le nombre d'indicateurs pris en compte varie selon les caractéristiques intrinsèques des entreprises. En effet, pour ne prendre que trois exemples, si la notion de télétravail n'a guère de sens chez un indépendant, cette question est importante dans une entreprise de plus grande taille. De même, la gestion informatisée de la logistique est très dépendante de la manipulation ou non de biens physiques. Enfin, certaines technologies développées pour l'Industrie 4.0 n'ont aucun sens dans d'autres secteurs.

Au total ce sont ainsi entre 20 et 45 indicateurs qui sont pris en compte pour chacun des 4 axes du *modèle de maturité numérique développé par l'AdN* décrit au chapitre 1. Le total peut varier entre 103 et 129 selon la taille, le secteur et le type d'activité de l'entreprise.

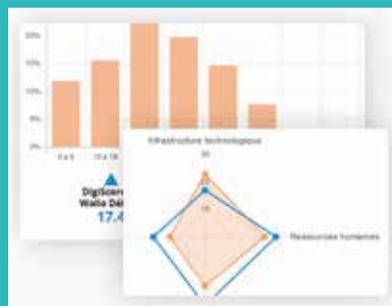
La somme des indicateurs de chaque axe est ramenée sur 100 pour plus de lisibilité et le score global de maturité numérique s'obtient en faisant la moyenne arithmétique des scores sur 100 de chaque axe.

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Où en est votre entreprise ?



- 1 Évaluez votre niveau de maturité numérique
- 2 Comparez votre entreprise à vos concurrents
- 3 Découvrez les ressources utiles pour progresser



Vous voulez comparer VOTRE DigiScore avec celui des entreprises de votre secteur, de votre province ou qui adressent les mêmes marchés que vous ?

RIEN DE PLUS SIMPLE.

L'application en ligne digitalwallonia.be/digiscore vous permet, en une demi-heure, de compléter un questionnaire analogue à celui qui a servi de base au présent baromètre et d'obtenir immédiatement votre positionnement exact dans le modèle de la transformation numérique. De plus, différentes pistes concrètes de progression vous seront suggérées et vous pourrez aussi discuter le rapport PDF détaillé avec les partenaires de votre choix pour tirer un meilleur profit des opportunités du numérique dans votre business.

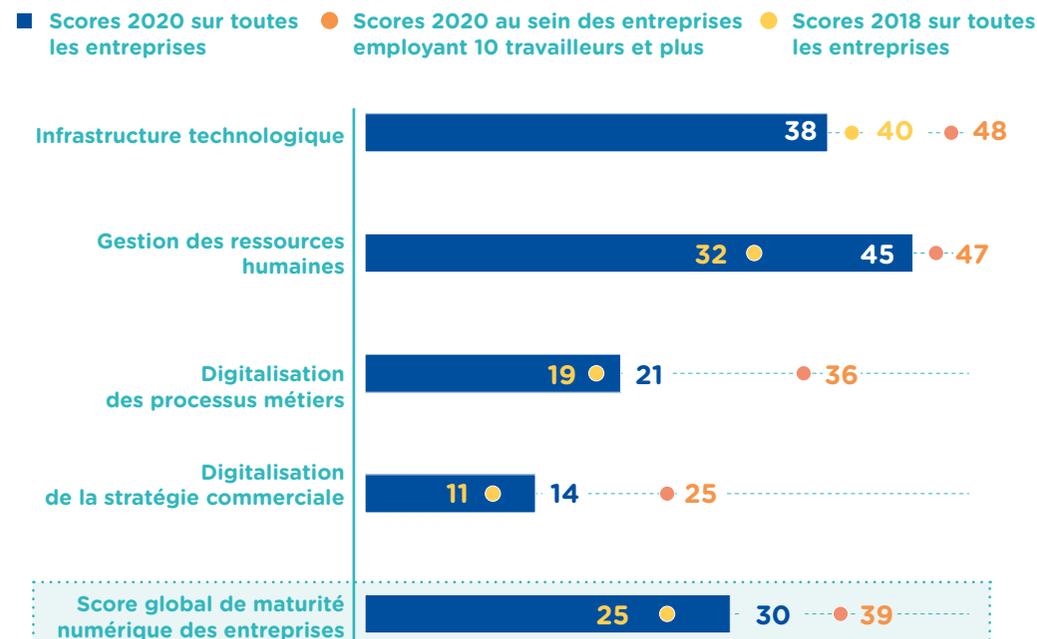
DigiScore de maturité numérique des entreprises wallonnes

En deux ans, le score global moyen de maturité numérique des entreprises wallonnes a progressé de 5 points et se situe désormais à 30/100. La médiane, c'est-à-dire la valeur qui sépare l'échantillon en deux parts égales par rapport au score global moyen de maturité numérique est de 35/100 (en 2018, elle était de 25).

SCORES DE MATURITÉ PAR AXE

Les scores moyens par axe sont stables (infrastructure) ou en progression (gestion des ressources humaines, digitalisation des processus métiers et digitalisation de la stratégie commerciale).

Scores moyens de maturité numérique par axe.
Population : toutes les entreprises wallonnes.





On constate une évolution positive des scores sur l'ensemble des axes à l'exception de l'infrastructure IT (-2). Ce léger recul dans les chiffres n'est qu'apparent et il convient de considérer cette valeur comme stable car la présence et l'usage de plusieurs nouvelles technologies sont désormais pris en compte dans le calcul du score de l'axe infrastructure IT alors qu'elles ne l'étaient pas en 2018 (notamment les logiciels de BI, présence d'outils collaboratifs en ligne, etc.). Aussi, les entreprises qui n'utilisent pas ces technologies sont susceptibles de voir leur score au niveau de l'infrastructure IT diminuer légèrement par rapport à 2018.

L'axe qui connaît la plus forte progression en 2020 est celui de la gestion des ressources humaines (+13). Dans ce cas précis, l'amélioration constatée est bien réelle, mais amplifiée par la multiplication des indicateurs contribuant à cet axe qui était mesuré de façon plus partielle en 2018. En effet, lors de la dernière édition du baromètre, l'axe Gestion des Ressources humaines était essentiellement mesuré par rapport à la nomadisation du travail. Cette année, l'AdN a aussi tenu compte de l'importance de la collaboration via les canaux numériques et l'implication des divers niveaux hiérarchiques dans le processus de transformation numérique. Cela a pour effet d'affiner le score obtenu sur ce deuxième axe mais aussi de mieux valoriser les performances des entreprises qui ont déjà mis en place une gestion des ressources humaines plus participative via le numérique.

Analyse du DigiScore des entreprises

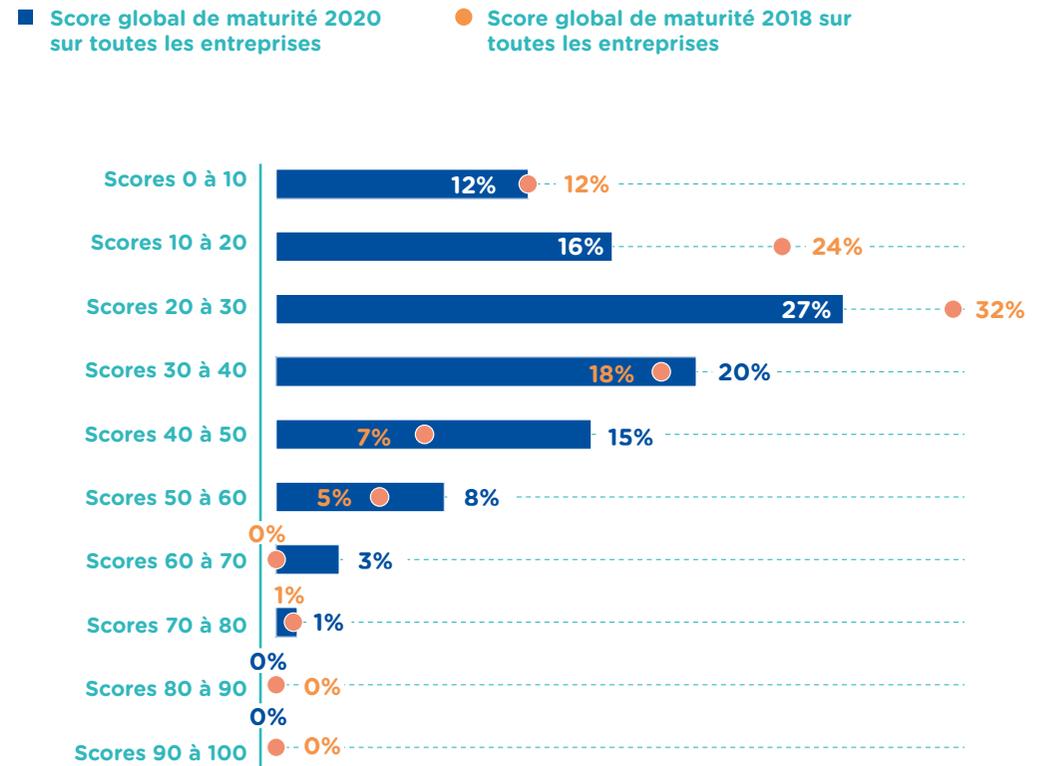
Par ailleurs, si on analyse la distribution des entreprises selon le score global de maturité numérique, on obtient une courbe gaussienne décalée à gauche, mais moins qu'en 2018.

On constate ainsi un nombre important d'entreprises qui obtiennent un score voisin, mais légèrement inférieur à la moyenne de 30 (11% des entreprises) et un nombre non négligeable d'entreprises qui continuent à présenter des scores très faibles de 0 à 20 (28% des entreprises).

A l'opposé, la Wallonie compte aussi une série d'entreprises ayant des scores nettement plus élevés, atteignant jusqu'au double de cette moyenne (12%).

Enfin, la comparaison des distributions de 2018 et de 2020 montre que la progression du score global de maturité numérique des entreprises wallonnes est principalement due à un nombre d'entreprises plus important atteignant des scores compris entre 30 et 50.

Distribution des entreprises selon le DigiScore de maturité numérique obtenu en 2020 et 2018. Population : toutes les entreprises wallonnes.

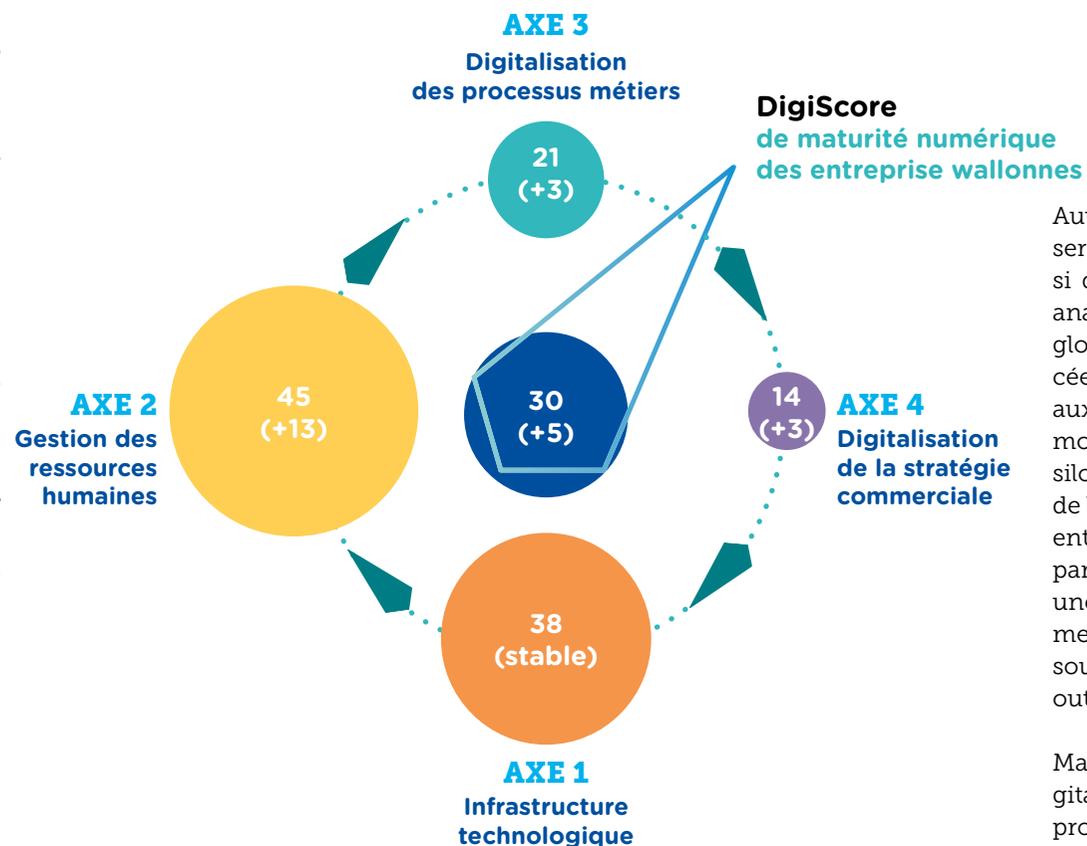


Par ailleurs, les scores moyens obtenus sur chacun des axes tendent à confirmer que la digitalisation est un processus linéaire démarrant par la numérisation de l'infrastructure IT et se terminant, pour les plus avancés, par la digitalisation de la stratégie commerciale avec, éventuellement, un développement de services à valeur ajoutée reposant sur le digital.

Ce développement de produits/services innovants peut éventuellement conduire à une mutation importante voire complète du "business model", on parle alors d'entreprises digitales autonomes (Digital Business).

Gartner a identifié cette progression linéaire dans une enquête parue en 2017* sur l'état d'avancement de la digitalisation d'un échantillon d'entreprises dans le monde. Sans entrer dans les détails de cette analyse, la plupart des sociétés interrogées dans ce cadre se situent entre les stades deux et trois de maturité numérique.

DigiScore global de maturité numérique 2020. Population : toutes les entreprises



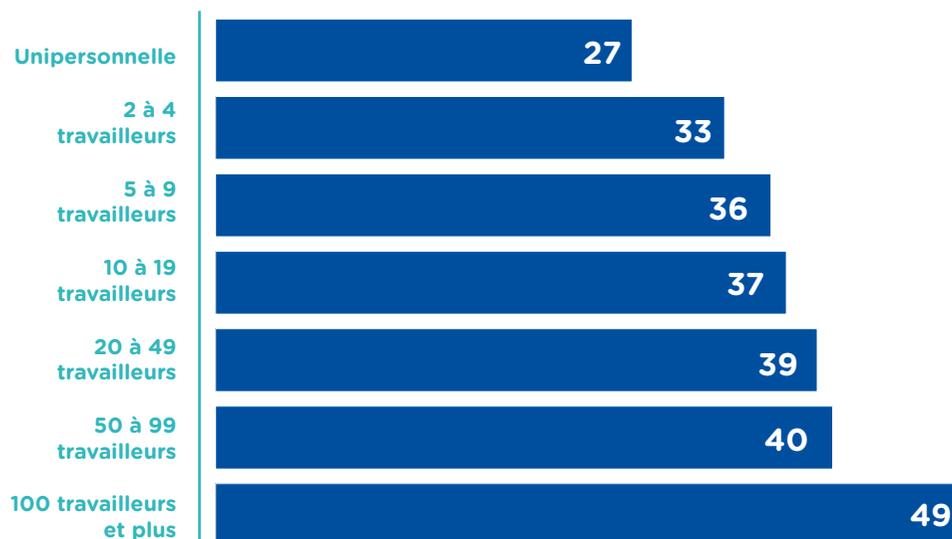
Autrement dit, elles commencent à utiliser les données internes et externes, ainsi que les mesures de résultats (metrics, analytics) pour orienter leur stratégie globale d'entreprise et pour les plus avancées, à s'adapter quasiment en temps réel aux attentes des clients/prospects. Néanmoins, beaucoup travaillent encore en silos et ne tirent pas suffisamment profit de leurs données de fonctionnement. Les entreprises wallonnes suivent le même parcours puisqu'elles ont pour la plupart une infrastructure IT de qualité et commencent à adopter une gestion des ressources humaines agile s'appuyant sur les outils numériques collaboratifs.

Mais à partir de l'axe 3 portant sur la digitalisation des flux d'information et des processus métiers, les différences liées à la taille et au secteur deviennent beaucoup plus segmentantes. L'axe 4 relatif à la digitalisation de la stratégie commerciale est l'axe le plus faible. Cette ultime étape de transformation implique une digitalisation avancée basée sur le traitement de la donnée qui permet à l'entreprise d'adapter son offre dans des délais très courts par rapport aux variations du marché et de son environnement.

* <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-02-05-gartner-survey-shows-organizations-are-slow-to-advance-in-data-and-analytics>

DigiScore de maturité numérique selon les tailles d'entreprises.
Population : toutes les entreprises wallonnes

■ Score global de maturité numérique 2020



Pourquoi l'axe 4 de digitalisation de la stratégie commerciale est-il le plus faible ?

1. Les entreprises wallonnes sont majoritairement des TPE (94%) et ont donc plus de difficultés à investir du temps, des moyens et des compétences spécifiques dans la transformation digitale au-delà de la simple adoption des outils numériques.
2. Le B2B occupe une place importante dans l'économie wallonne même si ce dernier n'est pas majoritaire. En effet, les services aux entreprises sont un des deux plus gros secteurs de l'économie régionale en termes de nombre d'entreprises (18%). S'ajoute à cela le fait que 65% des startups du secteur du numérique sont également positionnées dans le secteur des produits et services aux entreprises. Vis-à-vis des clients business, la vente en ligne n'a pas la même importance que dans le B2C. Par contre, la digitalisation des processus métiers et l'établissement de liaisons informatisées entre entreprises s'avèrent souvent plus déterminants. Malheureusement, en Wallonie la petite taille des entreprises rend les interconnexions en EDI et/ ou via ERP soit inutiles soit difficilement accessibles. Ainsi, lorsque c'est possible, nos entreprises privilégient les extranet et les VPN pour communiquer avec leurs clients professionnels. Ce qui de facto diminue les chiffres de vente en ligne au travers des sites web et/ou des réseaux sociaux et/ou encore des e-shops.



DIGIScore DES ENTREPRISES PAR TAILLE

La taille de l'entreprise est un élément contribuant fortement à sa maturité numérique. Plusieurs facteurs expliquent cet effet de taille. En effet, plus une entreprise est grande, plus elle doit gérer de flux d'informations différents et coordonner le travail d'un grand nombre de collaborateurs. Cela rend l'automatisation du traitement de l'information critique de même que l'acquisition de nouveaux moyens de communication internes numériques et collaboratifs. Par ailleurs, l'importance du chiffre d'affaires, presque toujours corrélée à la taille, permet aux grandes structures d'investir davantage de moyens et de ressources humaines dans la transformation numérique à tous les niveaux. Elles peuvent notamment engager des spécialistes du marketing digital ou encore des consultants accompagnant le changement organisationnel induit par la digitalisation des processus métiers.

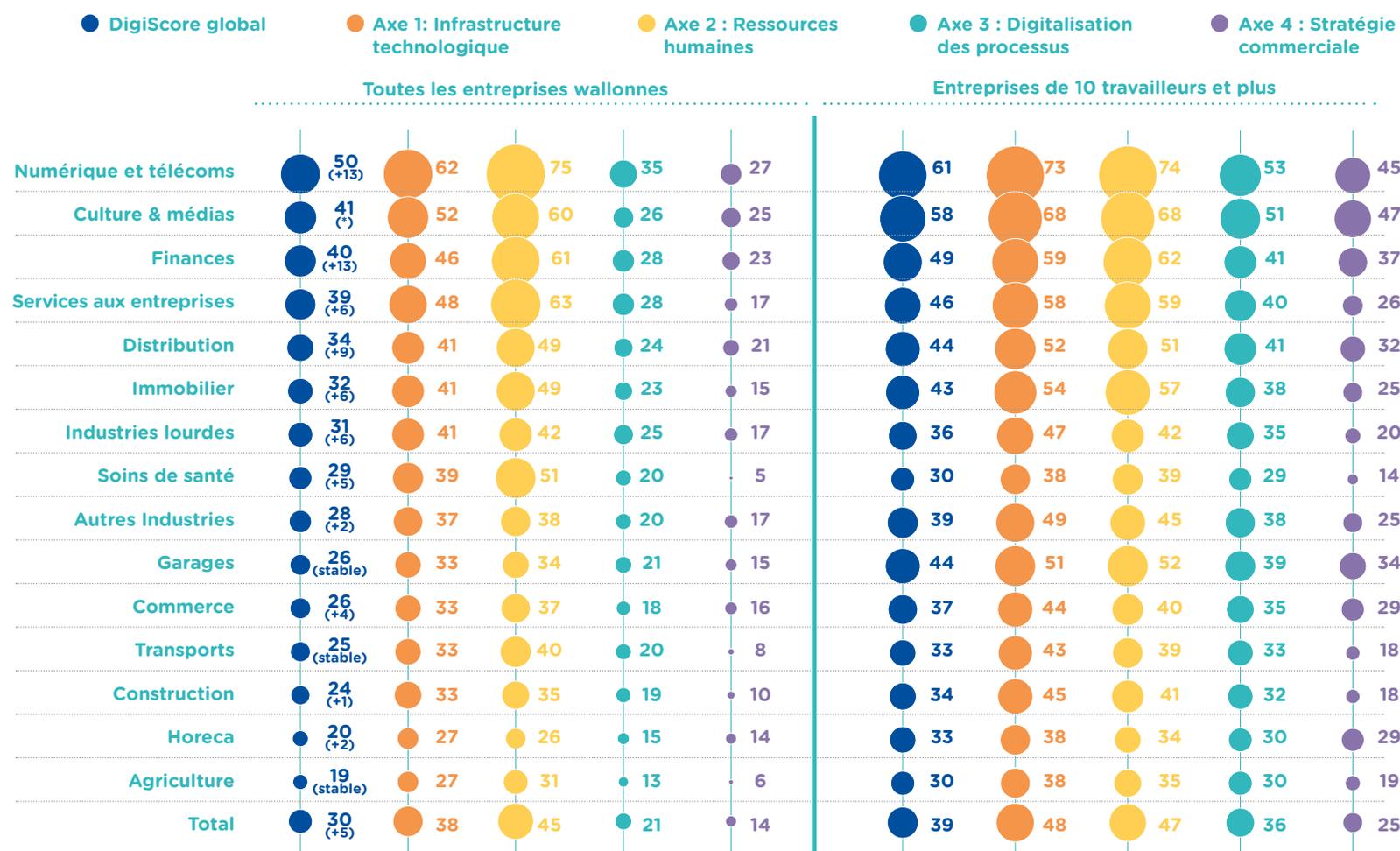
3. Certains secteurs prédominants de l'économie wallonne ont un usage assez peu intensif du numérique. En effet, trois des 5 secteurs prédominants en termes de nombre d'entreprises (commerce de détail : 18%; construction : 12%; et agriculture : 8%) ne sont pas "technophiles" par nature et ne tirent donc pas encore suffisamment parti du numérique ni de la vente en ligne en particulier.

DIGISCORE DES ENTREPRISES PAR SECTEUR

La majorité des secteurs connaissent une évolution positive de leur maturité numérique à trois exceptions près : les garages, les transports et l'agriculture qui sont stables par rapport à 2018.

Les secteurs du numérique, de la culture et des médias, de la finance et des services aux entreprises occupent les premières places du classement car ils ont une activité principale reposant sur le traitement intensif de données et peuvent retirer une forte valeur ajoutée de l'élaboration de nouveaux services reposant sur le numérique.

DigiScore de maturité numérique selon secteur. Population : toutes les entreprises wallonnes.



* : inclus dans le secteur numérique en 2018.

Juste derrière eux, on retrouve la distribution et l'immobilier suivis par les industries dont la transformation numérique est guidée par l'industrie 4.0. Vu le coût du travail en Belgique, l'industrie tend à se spécialiser sur des marchés de niche à forte composante technologique avec très souvent une robotisation de la production à la clef. L'industrie 4.0 repose sur le traitement centralisé et automatisé de toutes les informations liées à l'activité de l'entreprise et de ses partenaires. Il est donc logique que les industries figurent dans la première moitié du classement vu l'automatisation toujours plus poussée dans ce secteur.

Par ailleurs, le cas du secteur de la santé est particulier car il est très intensif en matière d'usages numériques et traite un grand nombre de données à caractère confidentiel, mais l'interdiction de vendre des médicaments soumis à prescription en ligne fait descendre artificiellement son classement sur le quatrième axe entre autres.

Enfin, le reste du classement comprend les secteurs par nature moins intensifs dans leur usage du digital au niveau du core business (agriculture, construction, cafés et restaurants, etc.). Ils sont plus lents à intégrer les innovations numériques notamment en raison du caractère moins facilement dématérialisable de l'activité de base. Malgré une amélioration tangible de sa maturité numérique, on peut déplorer que le commerce de détail figure parmi ceux-ci, car ce secteur a tout à gagner dans la digitalisation forte de la stratégie commerciale.

CHIFFRES CLÉS DU BAROMÈTRE 2020 ET CONCLUSION DE L'ADN



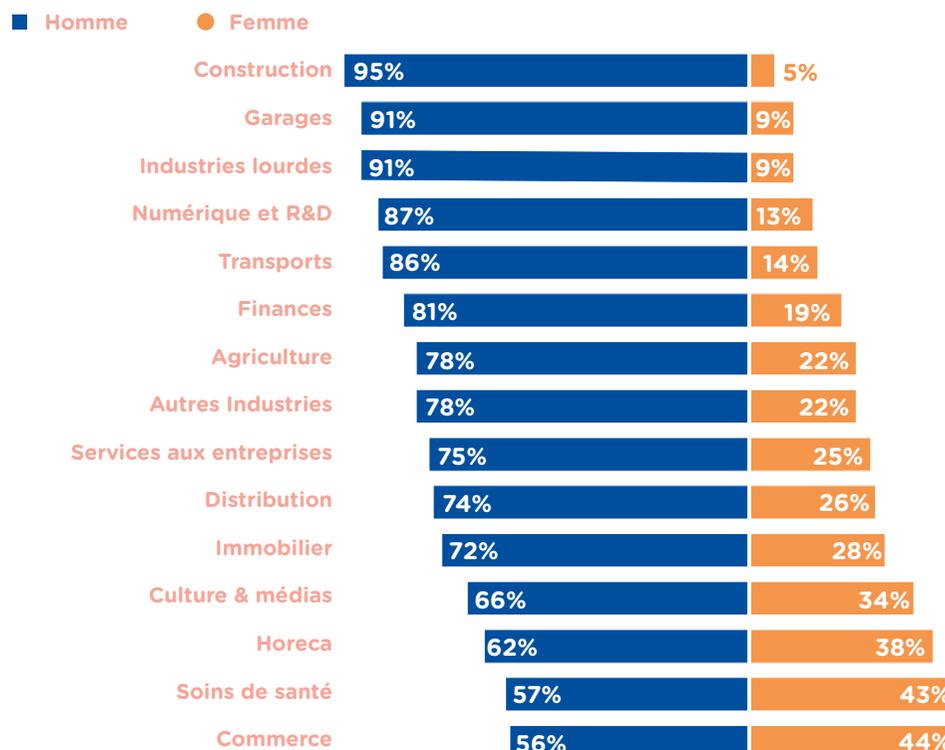
Les entreprises wallonnes ont globalement amélioré leur maturité numérique entre 2018 et 2020, particulièrement au niveau de la gestion des ressources humaines. Par ailleurs, l'AdN a sondé pour la première fois, la perception du numérique des dirigeants d'entreprise en raison du rôle central que joue le leadership dans la réussite de tout projet de transformation numérique. Ces évolutions positives devront être soutenues dans le futur grâce aux mesures proposées au sein du présent chapitre.

Les patrons wallons face à la digitalisation

Les entreprises wallonnes sont majoritairement dirigées par des hommes (73%). Les femmes ne sont pas davantage présentes au sein du management puisque dans les cas les plus favorables, elles occupent un cinquième (20%) des postes de cadres.

Or, le genre du dirigeant a une influence sur la perception de la transformation numérique. Ainsi, 38% des dirigeants masculins affirment que la numérisation est une opportunité à saisir dans le cadre d'une transformation globale de l'entreprise, contre seulement 28% des chefs d'entreprise féminins. Il ne faut cependant pas y voir un manque d'ambition de nos dirigeantes. En effet, elles sont majoritairement actives dans des secteurs de services, la culture ou encore le soin aux personnes ce qui explique qu'elles ont souvent moins de bénéfices nets à réinvestir dans leur société. Leur vision plus partielle de la transformation numérique est davantage liée à un manque de moyens financiers qu'à un défaut de vision stratégique pour leur entreprise.

Genre des dirigeants d'entreprise selon le secteur.
Population : toutes les entreprises wallonnes



68% des patrons wallons ont plus de 46 ans et la proportion hommes-femmes reste assez constante quelle que soit la tranche d'âge envisagée.

L'âge impacte lui aussi la perception du numérique : 64% des dirigeants de moins de 25 ans y voient une opportunité à saisir absolument pour le développement de leur entreprise, contre à peine 33% des 46-55 ans.

Enfin, le niveau d'études est bien sûr lui aussi corrélé à la perception de la transformation numérique. Ainsi, les diplômes obtenus par les dirigeants wallons se répartissent plus ou moins en trois tiers, auxquels s'ajoutent un très faible taux de titulaires du CEB uniquement :

1. Licence ou master (34%)
2. Graduat ou bachelier (29%)
3. Certificat d'études secondaires toutes filières (33%)
4. Certificat d'études de base (4%)

Les détenteurs d'un master sont 47% à vouloir saisir pleinement les opportunités liées au digital, contre 25% des titulaires d'un CESS. Par ailleurs, les bacheliers et les détenteurs de master sont essentiellement présents dans les secteurs de services où la digitalisation est la plus importante.

En matière de perception de la transformation numérique, les dirigeants wallons se répartissent en trois groupes de taille pratiquement équivalente :

1 Numérique opportunité stratégique.

35% des dirigeants perçoivent la transformation numérique comme “une opportunité à saisir absolument dans le cadre d’une stratégie globale pour l’entreprise”.

2 Numérique utile.

Dans le second tiers (33%), on retrouve les entrepreneurs qui pensent que “certaines technologies numériques sont utiles, mais qu’il ne faut pas nécessairement digitaliser tous les processus de travail”

3 Numérique effet de mode.

Plus interpellant, près d’un tiers sont hésitants voire sceptiques puisqu’ils n’ont pas d’opinion (24%) ou pire, envisagent la transformation numérique “comme un effet de mode comportant des risques et des coûts” (8%).

En termes de sensibilisation des dirigeants, il reste donc du chemin à parcourir. C’est d’autant plus vrai que dans près de 7 entreprises wallonnes sur 10 (64%), c’est le directeur qui porte les projets de transformation numérique en raison de la taille limitée des entreprises régionales.

Enfin, l’AdN a montré que l’innovation ainsi que le score de maturité numérique des entreprises (DigiScore) sont favorablement impactés par une perception positive et globale de la transformation digitale. Pour preuve, les entreprises dirigées par un patron considérant le numérique comme une opportunité stratégique obtiennent un DigiScore de 39 contre 30 en moyenne toutes tailles d’entreprises et tous secteurs confondus.

Indicateurs clés pour l’axe 1 : Infrastructure technologique

92% des entreprises régionales disposent d’ordinateurs fixes et/ou portables, auxquels s’ajoutent 2,4% d’entreprises qui possèdent uniquement des tablettes et/ou des smartphones, soit un total de 94,4% d’entreprises équipées.

Le taux d’entreprises ne disposant d’aucun terminal chute donc à 5,6%.

Le taux d’équipement individuel moyen des travailleurs (ordinateurs et tablettes) est de 1,07 soit une légère contraction par rapport à 2018 (1,08). Ce statu quo est lié aux tablettes dont l’effet de mode semble s’être légèrement dissipé.

On soulignera la nouvelle progression remarquable des smartphones : 84% (+7) de nos entreprises possèdent au moins un smartphone professionnel. Ce résultat tire les taux d’équipement vers le haut. 55% (+2) des travailleurs wallons en sont équipés. Du point de vue sectoriel, la présence des smartphones au sein des entreprises s’est généralisée. Cette dernière oscille entre 75 et 90%, à l’exception de l’agriculture qui affiche un taux inférieur de 69%.

96% (+5) des entreprises sont connectées à Internet. Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, le taux de connexion est de 100%. Dès lors, ce qui va conditionner les usages du numérique par les entreprises dans le futur sera davantage lié à la qualité de la connexion à Internet.

A ce niveau, seulement 21% des entreprises régionales se déclarent totalement satisfaites de la qualité (débit très satisfaisant et absence d’interruption de service) de leur connexion fixe à Internet. Auxquelles s’ajoutent 52% qui la qualifient de satisfaisante (débit satisfaisant et problèmes rares). La disponibilité encore insuffisante de la fibre optique à proximité des locaux des entreprises explique au moins en partie ce taux de satisfaction en demi-teinte.

45% (stable) des entreprises exploitent au moins un de leurs logiciels dans le Cloud (SaaS). Ce taux grimpe à 75% parmi les entreprises employant 10 travailleurs et plus. Par ailleurs, les logiciels les plus fréquemment présents au sein des entreprises wallonnes servent essentiellement à communiquer, effectuer des tâches administratives et stocker des données.

La présence de systèmes intégrés pour la gestion et la planification est encore limitée dans les entreprises régionales.

En effet, ces systèmes sont présents dans 4% des entreprises manipulant des biens physiques (42% des entreprises régionales) dans les cas les plus favorables.

Au sein des secteurs industriels wallons, la présence de technologies caractéristiques de l'industrie du futur (intelligence artificielle, jumeaux numériques, AR/VR, IOT, robots de production, ...) n'est pas beaucoup plus significative puisqu'elle atteint au maximum 8% selon les technologies envisagées.

Par contre, la présence de compétences informatiques en interne a progressé depuis 2018.

Ainsi, 27% (+12) de nos entreprises emploient au moins un spécialiste du numérique, à temps partiel ou à temps plein. Tandis que 46% (stable) recourent à la sous-traitance informatique régulièrement, ou occasionnellement, pour leurs projets numériques.

En matière de sécurité informatique, seulement 12% des entreprises sont assurées contre les conséquences d'un problème informatique. Pourtant, 38% ont déjà été victimes d'un incident ou d'une cyberattaque. On peut considérer que nos entreprises sont encore trop peu soucieuses des risques en matière de sécurité, puisque seule une entreprise sur deux (54%) utilise un pare-feu pour protéger son réseau contre d'éventuelles intrusions malveillantes. De plus, seulement 64% protègent les ordinateurs par un mot de passe et 21% ont recours à une sécurisation à deux facteurs.

45% (+4) des entreprises wallonnes sont désormais équipées d'un site web. Cela peut sembler peu, mais la taille de l'entreprise influence fortement ce taux d'équipement. En effet, 84% (+4) des entreprises wallonnes employant 10 travailleurs et plus, disposent bien d'un site, ce qui correspond exactement à la moyenne nationale pour cette taille d'entreprises.

Les plus fortes hausses en matière de possession de sites web au niveau sectoriel sont celles de l'Horeca (+16) directement suivi par la distribution et les industries lourdes (+14).



Indicateurs clés pour l'axe 2 :

Gestion des ressources humaines

Le digital a transformé les modes de travail (mobilité, télétravail) ainsi que les modes de communication internes à l'entreprise (connexion à toute heure et en tout lieu, partage d'informations dans le Cloud, outils collaboratifs, réseaux sociaux internes, etc.).

L'AdN a donc interrogé les entreprises régionales employant du personnel (39%) à propos du travail à distance.

Celui-ci est autorisé par une petite moitié de l'effectif (44% des entreprises employant du personnel, stable). Le baromètre entreprises 2020 ayant été réalisé juste avant le début de la crise du Covid, il est probable que le travail à distance progresse de façon plus marquée dans le futur.

Pour rendre le travail à distance possible, les employeurs peuvent mettre une série de technologies numériques (ordinateurs portables, smartphones, connexion à Internet au domicile, ...) à la disposition de leurs collaborateurs. **Ces taux de mise à disposition sont en hausse par rapport à 2018, principalement grâce à une présence plus importante de smartphones (53% des entreprises employant du per-**

sonnel, +7).

Cet empowerment des travailleurs grâce au digital reste malgré tout faible en ce qui concerne les usages de technologies numériques de collaboration. **Seulement 17% des entreprises utilisent des outils collaboratifs (Teams, Slack, Zoom, ...) et 8% recourent aux réseaux sociaux internes pour le partage d'informations.**

Suite à l'adoption du travail à distance, 27% (+9) des entreprises employant du personnel ont réformé leur management à trois niveaux :

1. L'évaluation des collaborateurs par les résultats.
2. L'approche du travail par projets.
3. L'autonomie élargie laissée aux travailleurs.

Le fait d'adapter le management en raison de l'adoption du travail à distance est corrélé avec une perception positive et globale de la transformation numérique. **En effet, 62% de ces entreprises voient dans le numérique une opportunité à saisir absolument dans le cadre d'une stratégie globale pour l'entreprise.**

La formation du personnel est l'un des principaux domaines des ressources hu-

maines directement impactés par l'usage du numérique.

40% (stable) des entreprises employant du personnel revendiquent une politique de formation continue en bonne et due forme. Parmi celles-ci, 46% déclarent avoir également un plan de formation en matière de digital.

Dans les faits, cela se traduit par 12% (+2) d'entreprises employant du personnel ayant formé au moins un collaborateur dans une matière numérique, au cours des deux dernières années. C'est malheureusement très insuffisant en regard de la vitesse de la digitalisation de notre économie.



Indicateurs clés pour l'axe 3 :

Digitalisation des processus métiers

35% des entreprises affirment avoir centralisé/intégré leurs "données business" (stocks, commandes, clients, livraisons, ...). Ce taux peut sembler faible, mais les besoins de centralisation de l'information sont fortement corrélés à la taille de l'entreprise. Ainsi, 71% des entreprises employant 10 travailleurs et plus ont réalisé l'intégration de leurs données.

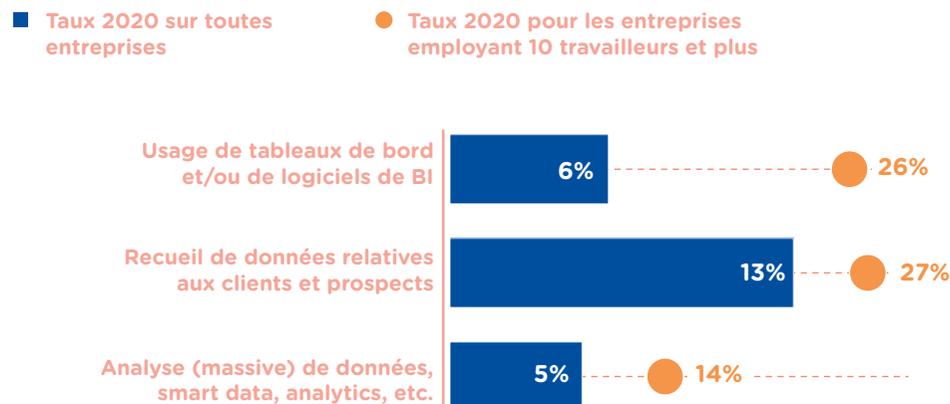
Outre la taille et le secteur, le marché cible de l'entreprise joue aussi un rôle dans la propension des entreprises à centraliser/intégrer leurs données. En effet, les entreprises qui visent principalement le marché B2C ne sont que 31% à centraliser leurs données contre 44% à 51% parmi celles qui ciblent les autres marchés (B2B, administrations publiques, etc.).

Pour évaluer l'importance accordée à la donnée dans l'entreprise, l'AdN a analysé :

1. Le recours aux tableaux de bord et aux logiciels de Business Intelligence (PowerBi, QlickView, etc.).
2. La collecte des données relatives aux clients et prospects.
3. L'analyse des données, aussi appelée analytics et smart data.

Le tableau suivant montre, d'une part, la diffusion encore limitée des pratiques de gestion et d'analyse des données des entreprises et, d'autre part, que cette pratique est plus fréquente au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus.

Collecte et analyse de données. Population : toutes les entreprises wallonnes



Concernant la digitalisation des flux d'informations et des processus métiers au sein des entreprises wallonnes l'enquête met en évidence plusieurs points :

1. Le manque d'automatisation des processus relatifs à la facturation. Parmi les entreprises qui envoient des factures électroniques (58%), seulement 4% (+2) le font sous une forme structurée (EDI,

XML, FINVOICE, etc.). Parmi les entreprises employant 10 travailleurs et plus, le taux de facturation électronique structurée reste inchangé à 10% par rapport à 2018.

2. La digitalisation du traitement des commandes liées aux ventes (ventes ou achats électroniques) est en net progrès mais reste insuffisante. Parmi les vendeurs en ligne, 53% (-10) sont obligés d'encoder manuellement les commandes arrivant par voie électronique. Tandis qu'un peu moins de la moitié (49%, -15) des entreprises qui achètent par voie électronique doivent réintroduire manuellement ces achats dans leurs logiciels de gestion et de comptabilité.
3. 14% (stable) des entreprises régionales ont établi des connexions informatisées avec leurs partenaires (fournisseurs, donneurs d'ordres, etc.). Ce taux atteint 37% parmi les entreprises employant 10 travailleurs et plus. Ces connexions sont le plus souvent des extranets et des réseaux privés virtuels (VPN) comme c'était déjà le cas en 2018.
4. 54% (+3) des entreprises effectuent au moins une déclaration obligatoire par voie électronique. Ce taux progresse légèrement par rapport à 2018, mais ce sont surtout les entreprises employant 10 travailleurs et plus qui en font un usage intensif : 88% (+6).

Indicateurs clés pour l'axe 4 :

Digitalisation de la stratégie commerciale

Les entreprises wallonnes ont souvent ajouté le canal digital à leurs canaux traditionnels de distribution mais n'ont pas encore suffisamment intégré le digital pour proposer de nouveaux services à valeur ajoutée ou pour se réinventer et élargir leur métier.

Ainsi, seulement 21% (+5) des entreprises wallonnes (35% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) déclarent recourir au "marketing digital". Même si ce taux s'améliore par rapport à 2018, il reste insuffisant.

45% (+4) des entreprises wallonnes possèdent un site web (84% au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus). Par ailleurs, plus d'un quart (27%) sont présentes sur une ou plusieurs plateformes commerciales (resto.be, TripAdvisor, Booking, Autoscout24, eBay, Amazon, Trivago, ...).

Les sites web des entreprises wallonnes remplissent principalement trois fonctions :

1. Présenter le catalogue des produits et services.
2. Collecter des avis ou commentaires de clients.
3. Permettre la commande des produits ou des services.

45% (+12) des entreprises wallonnes dotées d'un site web mettent en place des actions pour sa promotion et/ou pour l'analyse de ses performances. Ce taux monte à 49% pour les entreprises employant 10 travailleurs et plus.

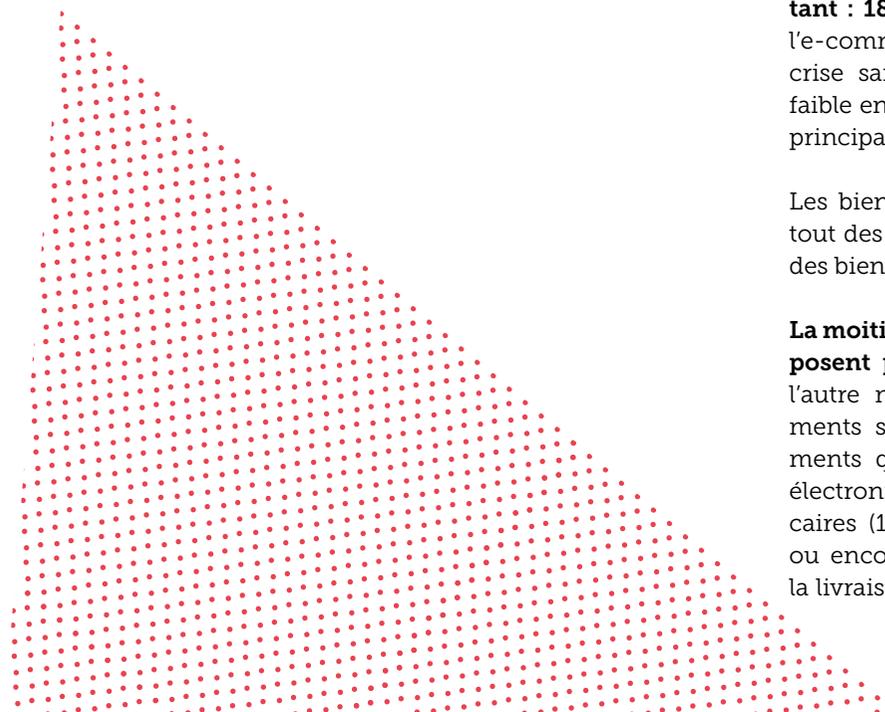
Par ailleurs, 55% (+10) des entreprises dotées d'un site web ont adapté ce dernier à la consultation des terminaux mobiles (application mobile spécifique et/ou site en responsive design).

Enfin, 48% (+4) des sites web des entreprises wallonnes ont été créés ou refondus depuis plus de trois ans. Cela montre une implication souvent trop faible de nombreuses entreprises dans leur présence en ligne. La fréquence de mise à jour des sites web confirme que les entreprises investissent trop peu dans l'optimisation et le renouvellement du contenu en ligne. Ainsi, 38% (+3) des sites sont mis à jour seulement une fois par an.

En matière d'e-commerce, 15% (+4) des entreprises wallonnes vendent en ligne. Parmi les entreprises de 10 travailleurs et plus, ce taux est à peine plus important : 18%. Vu la croissance continue de l'e-commerce, encore amplifiée par la crise sanitaire, cela reste toutefois trop faible en tous cas dans les secteurs visant principalement un marché B2C.

Les biens vendus en ligne restent avant tout des biens de consommation (33%) et des biens et services intermédiaires (30%).

La moitié des sites de vente (50%) ne proposent pas le paiement en ligne. Pour l'autre moitié, plusieurs types de paiements sont disponibles, dont des paiements qui ne sont pas nécessairement électroniques, tels que les virements bancaires (17%), les achats sur facture (11%), ou encore les paiements au comptant à la livraison (9%). Lorsque des solutions de



paiement électroniques sont proposées, il s'agit le plus souvent de :

1. Cartes de crédit (30%);
2. Cartes de débit (22%);
3. PayPal, PayMill ou autres (20%).

Le baromètre ne montre pas d'évolution notable par rapport à 2018, si ce n'est l'apparition de nouvelles solutions telles qu'AmazonPay, GooglePay et ApplePay qui sont présentes sur 2% des sites de vente.

Ces chiffres sont à mettre en rapport avec le fait que seulement 42% des entreprises vendant en ligne présentent un site réellement "transactionnel" et reçoivent donc des commandes directement via leur site web.

95% des sites de vente en ligne offrant des produits physiques proposent une ou des options de livraison (principalement la livraison de colis et l'enlèvement en magasin).

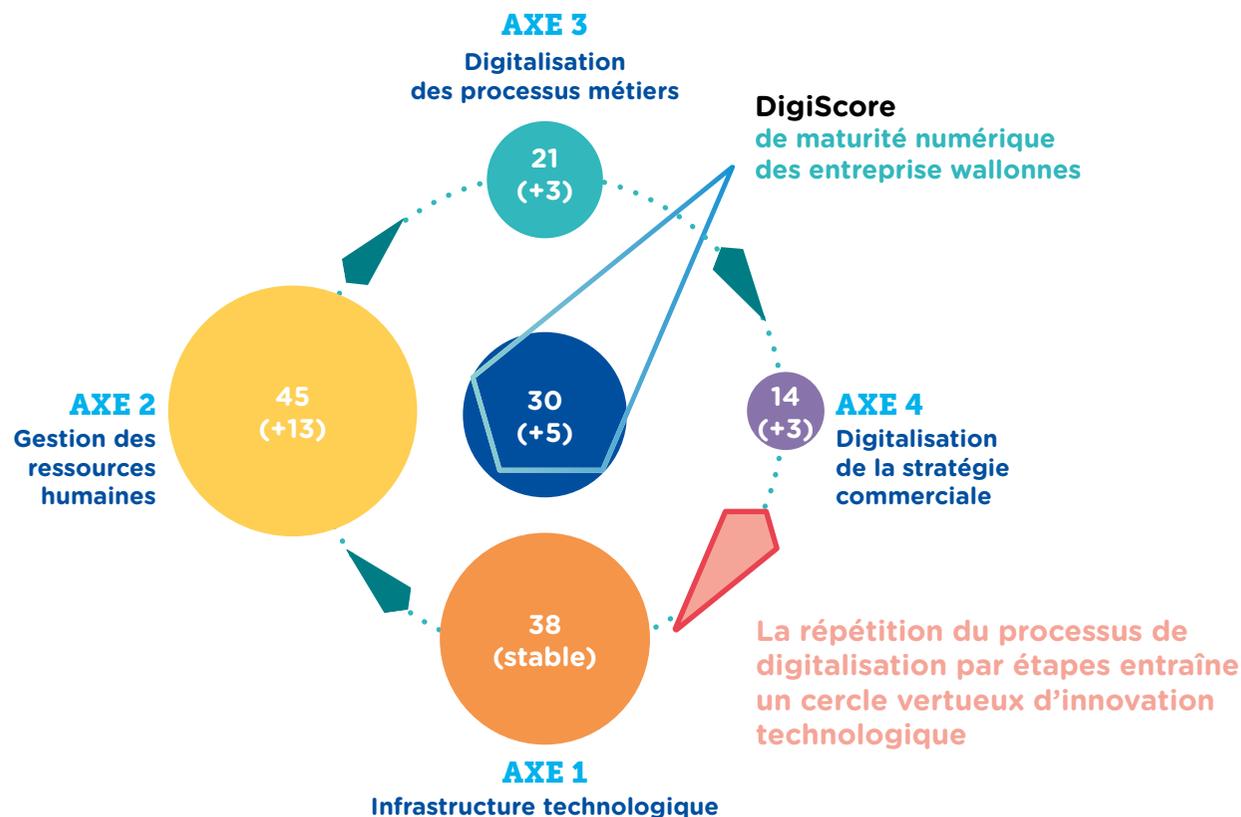
Lorsqu'on demande aux entreprises qui ne vendent pas en ligne quelles sont les raisons pour lesquelles elles tardent à se lancer dans l'e-commerce, il est interpellant de constater que deux tiers (66%) d'entre elles ne proposent pas de raison spécifique.

DigiScore de maturité numérique des entreprises wallonnes

En deux ans, le score global moyen de maturité numérique (DigiScore) des entreprises wallonnes a progressé de 5 points et se situe désormais à 30. La médiane, c'est-à-dire la valeur qui sépare l'échantillon en deux parts égales par rapport au score global moyen de maturité numérique est à 35 (en 2018, elle était de 25).

Rappelons que le DigiScore d'une entreprise, bien que calculé sur un maximum théorique de 100, ne peut jamais raisonnablement atteindre ce maximum puisqu'il est pratiquement impossible de mettre en œuvre toutes les technologies évaluées et d'intégrer le numérique dans tous les processus de travail. 80/100 représente ainsi un horizon plus réaliste.

Les scores moyens par axe sont stables ou en progression.



Par ailleurs, si on analyse la distribution des entreprises selon le score global de maturité numérique, on obtient une courbe gaussienne décalée à gauche, mais moins qu'en 2018.

On constate ainsi un nombre important d'entreprises qui obtiennent un score voisin, mais légèrement inférieur à la moyenne de 30 (11% des entreprises) et un nombre encore conséquent d'entreprises qui continuent à présenter des scores très faibles de 0 à 20 (28% des entreprises). Ces dernières sont considérées comme étant en fracture numérique.

A l'opposé, la Wallonie compte aussi une série d'entreprises ayant un DigiScore nettement plus élevé, atteignant jusqu'au double de cette moyenne (12%).

Enfin, la comparaison des distributions de 2018 et de 2020 montre que la progression du score global de maturité numérique des entreprises wallonnes est principalement due à un nombre d'entreprises plus important atteignant des scores compris entre 30 et 50.

Conclusion et recommandations

Le baromètre de maturité numérique des entreprises réalisé par l'AdN est un véritable outil d'intelligence territoriale. Il permet, d'une part, de mesurer et comprendre, par la donnée, l'évolution de la maturité numérique des entreprises wallonnes, et, d'autre part, d'orienter les politiques publiques et d'évaluer leur impact. Le très large échantillon de 3000 entreprises sur lequel il se base lui permet en outre de donner une vision particulièrement fidèle de la réalité du terrain.

Un premier constat fort de ce baromètre est que les indicateurs sont globalement positifs et en progression constante depuis 2016.

Certes, il serait excessif d'affirmer que ces résultats sont exclusivement corrélés avec la mise en œuvre de la stratégie numérique Digital Wallonia. Toutefois, il est clair que les nombreux projets structurants visant à accélérer la transformation numérique de l'économie wallonne mobilisent aujourd'hui des centaines d'entreprises et d'entrepreneurs : Industrie du Futur, Digital Commerce, DigitalWallonia4.ai, Construction 4.0, Innovation numérique dans les pôles, ... Leur impact est d'autant plus important qu'ils sont systématiquement menés en partenariat avec les acteurs sectoriels concernés.

Toutefois, les indicateurs montrent aussi qu'il reste une grande marge de pro-

gression. L'analyse de la perception du numérique par les dirigeants montre par exemple une fracture numérique réelle pour près de 30% d'entre eux, toujours sceptiques face à la digitalisation et à ses opportunités pour leur entreprise.

Les constats et recommandations du baromètre 2020 de maturité numérique des entreprises wallonnes doivent permettre d'inspirer, conforter et encourager les efforts publics pour faire de la Wallonie une terre d'excellence numérique et développer son attractivité économique.

AXE 1 : INFRASTRUCTURE TECHNOLOGIQUE

Les entreprises wallonnes sont globalement assez bien équipées en termes d'infrastructures IT, avec un développement important du parc de smartphones. Elles sont également presque toutes connectées à Internet et le taux de sites web progresse. Il se situe dans la moyenne nationale de 84% pour les entreprises employant au moins 10 travailleurs.

96% des entreprises sont connectées à Internet. Dès lors, c'est la qualité de la connexion qui va devenir un atout compétitif majeur pour nos entreprises. **Il faut donc poursuivre des initiatives telles que le plan Sofico d'équipement des zonings en fibre optique et, plus**

globalement, le programme "Giga Region" de Digital Wallonia pour lequel de nouveaux moyens sont dégagés pour 2020 et 2021.

La cybersécurité est elle aussi un enjeu majeur. Elle permet d'éviter les interruptions d'activités, la perte ou la divulgation de données. Le programme Keep It Secure de sensibilisation à la Cybersécurité de Digital Wallonia, prévu en 2021, prend tout son sens face au constat que 38% des entreprises wallonnes ont déjà rencontré des incidents de sécurité informatique, alors que seulement 12% sont assurées contre les conséquences néfastes de ces incidents.

AXE 2 : GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

La crise du Covid a mis en lumière l'utilité du trio "e-working, e-shopping, e-learning". Il convient toutefois de rester prudent : il s'agit d'une utilisation de technologies existantes sous la contrainte de la pandémie sans préparation préalable des ressources humaines et non d'un saut technologique durable jusqu'à preuve du contraire.

On doit également s'inquiéter du taux stable (40%) d'entreprises employant du personnel qui revendiquent une politique de formation continue. Parmi elles, 46% disent avoir aussi un plan de formation au numérique. Mais concrètement, seulement 12% des employeurs ont formé au

moins un collaborateur dans un domaine digital au cours des deux dernières années.

Cela reste insuffisant pour rester en phase avec l'évolution technologique, d'autant qu'en temps de crise, ce sont souvent les ressources humaines et en particulier, la formation qui sont rationalisées en priorité.

• Pour renforcer la place de la formation dans les entreprises, Digital Wallonia va déployer, en collaboration avec le Forem, **un plan "d'UpSkilling" des travailleurs pour augmenter l'employabilité de la force de travail, par rapport à la digitalisation de l'économie.**

Un autre point préoccupant sur l'axe 2 est celui du manque de mixité parmi les dirigeants d'entreprises wallons (73% d'hommes) et au sein des secteurs intensifs dans leurs usages technologiques (13% de dirigeantes dans le secteur du numérique entre autres). Pour des raisons éthiques et économiques, il est indispensable d'intensifier les actions visant à convaincre les femmes de porter des projets numériques ou de se lancer dans des carrières technologiques, afin de favoriser la mixité porteuse de richesse et de créativité dans les activités économiques touchant au digital.

• C'est aussi dans cette optique que Digital Wallonia, en collaboration avec les acteurs de la recherche, va mettre en œuvre le projet Gender 2021 pour identifier les méthodes de management favo-

• risant le développement des carrières féminines au sein des environnements de travail intensifs en usage du numérique.

AXE 3: DIGITALISATION DES PROCESSUS MÉTIERS

Le côté moins visible de la digitalisation qui consiste à informatiser les processus métiers progresse lentement (+3). L'automatisation de la facturation, des processus d'achats, de la gestion des stocks ou encore de l'interconnexion avec les fournisseurs implique d'investir dans des technologies parfois coûteuses et d'avoir des compétences spécialisées pour explorer les atouts de l'IA entre autres. Autant de conditions difficiles à réunir pour les petites structures qui sont majoritaires dans notre tissu économique.

• Les actions qui visent à soutenir la facturation électronique, l'industrie du futur ou encore la diffusion de l'intelligence artificielle sont cruciales pour aider les entreprises régionales à réussir la partie back office de la transition numérique. La centralisation et l'intégration des données est trop faible (35%). Or, elle est le passage obligé vers l'automatisation des processus métiers.

AXE 4 : LA STRATÉGIE COMMERCIALE

Depuis 2014, l'AdN constate un faible taux de vente en ligne au sein des entreprises wallonnes. Le manque d'interactivité des sites web, le faible taux de suivi de leurs performances ou la part limitée du chiffre d'affaires qu'ils génèrent, montrent que nos entreprises ne tirent pas suffisamment profit de la croissance exponentielle de l'e-commerce.

Ce constat est notamment préoccupant pour les secteurs orientés vers le marché B2C (Horeca, agriculture, commerce, etc.). Néanmoins, il faut nuancer ce constat en rappelant que le marché B2B en Wallonie est à peu de chose près égal au B2C. La vente en ligne entre entreprises ne passe pas nécessairement par les sites web, elle se manifeste sous forme d'interopérabilité des systèmes, ou transite via des plateformes sectorielles dédiées. L'absence de vente en ligne n'est donc pas systématiquement liée à un manque de digitalisation de la stratégie commerciale de l'entreprise.

• Afin d'aider les secteurs orientés vers le B2C qui sont moyennement intensifs dans leurs usages du numérique, Digital Wallonia va poursuivre et intensifier le programme **"Digital Commerce"**, lancé en 2016. Il a déjà permis de former plus de 2000 acteurs du commerce de détail aux bases du digital marketing. L'édition 2021 comportera un focus spécifique sur le passage à l'e-commerce. Un soutien à la digitalisation des professions libérales

• est également sur la feuille de route de Digital Wallonia.

• Après les avocats, **Digital Wallonia va former les professionnels de la santé de première ligne à la communication digitale, dans le respect de la loi Qualité de 2019.** En effet, de plus en plus de professions libérales sont confrontées à la concurrence de professions non réglementées qui se positionnent à la limite de leur exercice.

DIGIScore : UN OUTIL EN LIGNE POUR TOUTES LES ENTREPRISES WALLONNES

Enfin, les entreprises wallonnes peuvent désormais mesurer gratuitement en ligne leur DigiScore, c'est-à-dire leur "score" de maturité numérique suivant les 4 axes du modèle développé par l'AdN.

DigiScore offre une comparaison immédiate du score individuel de l'entreprise avec l'ensemble des entreprises wallonnes mais aussi avec les entreprises présentant les mêmes caractéristiques (taille, secteur, export, mono/multisite, localisation, ...). Des recommandations et des ressources complètent le DigiScore pour passer à l'action.

digitalwallonia.be/DigiScore



TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Où en est votre entreprise ?



- 1** Évaluez votre niveau de maturité numérique
- 2** Comparez votre entreprise à vos concurrents
- 3** Découvrez les ressources utiles pour progresser

Rendez-vous gratuitement sur digitalwallonia.be/digiscore
FAITES LE TEST MAINTENANT !

DigiScore
by digital wallonia

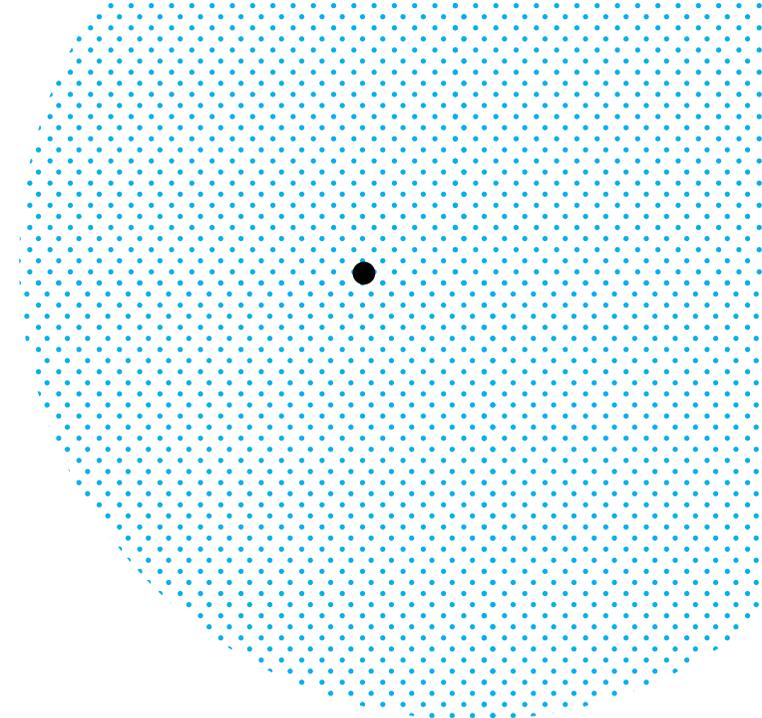
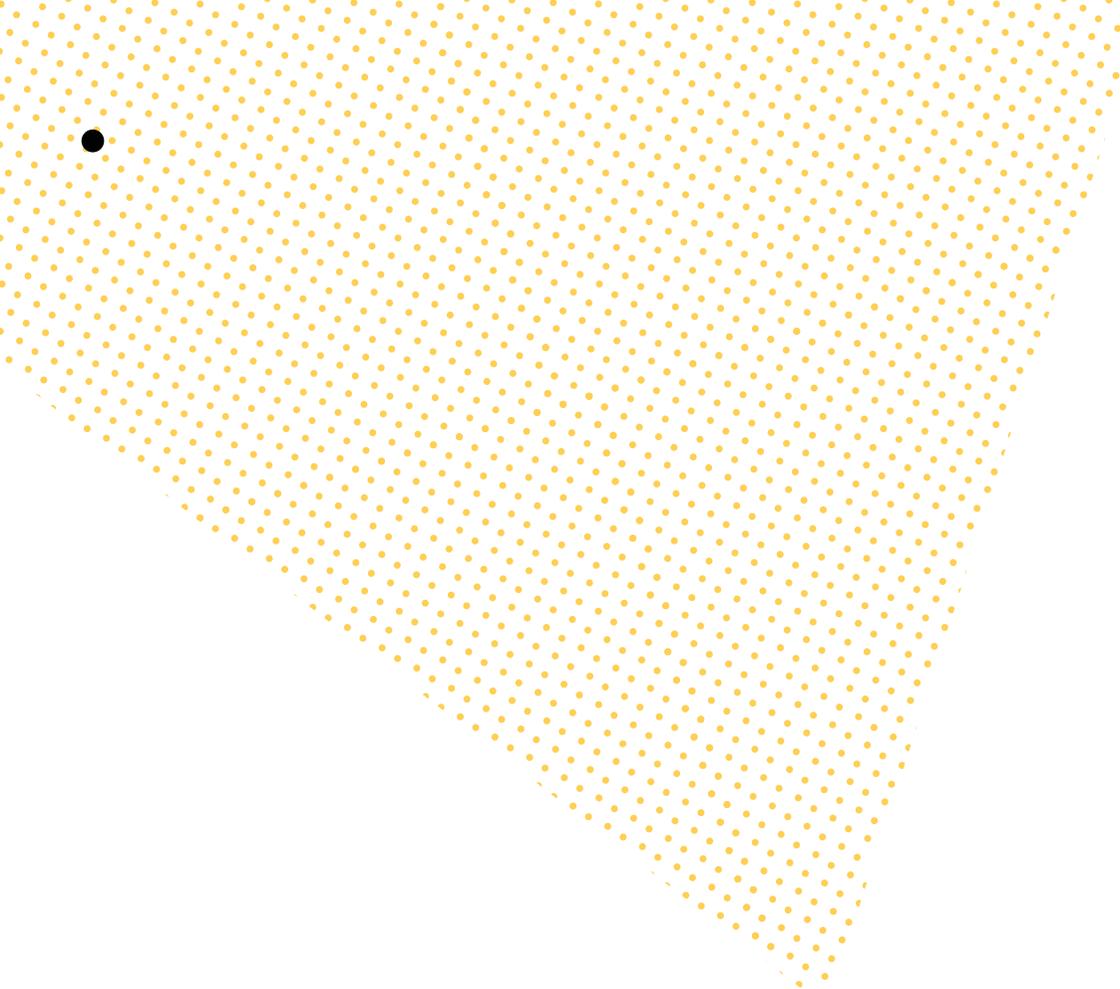


Wallonie



Agence
du Numérique

digital
wallonia
.be



Télécharger la publication
Sur notre site : digitalwallonia.be/entreprises2020

Auteurs de l'étude
Hélène Raimond : helene.raimond@adn.be / @helene_raimond
André Delacharlerie : andre.delacharlerie@adn.be / @delacha

Editeur responsable
Benoît Hucq, Agence du Numérique,
Avenue Prince de Liège, 133, 5100 - JAMBES

Dépôt légal D/2020/14.427/01

Design : Hungry Minds



Agence
du Numérique

digital
wallonia
.be