

195/2013 - 16 décembre 2013

Utilisation des TIC dans les entreprises en 2013

Les médias sociaux sont utilisés dans l'UE28 par 30% des entreprises...

...et près de trois quarts des entreprises disposent d'un site web

En 2013, près des trois quarts des entreprises¹ employant 10 personnes ou plus dans l'**UE28** avaient un site web, soit une augmentation de 6 points de pourcentage par rapport à 2010 (73% contre 67%). En un peu plus d'une décennie, le contenu des sites web des entreprises a évolué, passant de pages web statiques à des applications web incluant des fonctionnalités telles que les commandes en ligne et des liens vers les réseaux sociaux. L'utilisation des médias sociaux permet notamment aux entreprises d'améliorer leur image et leur présence sur internet. Dans l'**UE28**, 30% des entreprises ont utilisé au moins un type de médias sociaux en 2013, bien que 8% seulement des entreprises disposent d'une politique officielle à cet égard.

Si l'on observe dans le détail différents types de médias sociaux, il apparaît que 28% des entreprises de l'**UE28** ont utilisé en 2013 les réseaux sociaux (par exemple Facebook²), 11% des sites de partage de contenus multimédias (par exemple YouTube²), 10% des blogs ou des sites de micro-blog (par exemple Twitter²) et 6% des outils de partage de connaissance de type wiki³.

Ces données sont issues d'un rapport⁴ publié par **Eurostat, l'office statistique de l'Union européenne**, et font partie des résultats de l'enquête réalisée début 2013 sur l'utilisation des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) et le commerce électronique dans les entreprises des États membres de l'**UE28**, d'**Islande**, de **Norvège** et de l'**ancienne République yougoslave de Macédoine**. L'enquête a particulièrement mis l'accent sur l'utilisation des médias sociaux par les entreprises.

Plus fortes proportions d'entreprises ayant un site web dans les pays nordiques

La part des entreprises disposant d'un site web diffère selon les États membres, les proportions les plus élevées étant enregistrées en **Finlande** (94% des entreprises employant au moins 10 personnes), au **Danemark** (92%), en **Suède** (89%), en **Autriche** (86%), ainsi qu'en **Allemagne** et aux **Pays-Bas** (84% chacun), et les plus faibles en **Roumanie** (42%), en **Bulgarie** (47%), en **Lettonie** (56%), au **Portugal** (59%), en **Grèce** et en **Hongrie** (61% chacun).

Utilisation des médias sociaux: de 15% des entreprises en Lettonie à 55% à Malte

L'écart entre États membres est également important s'agissant de l'utilisation des médias sociaux. La proportion d'entreprises utilisant au moins un type de médias sociaux se situe entre 15% en **Lettonie**, 16% en **République tchèque**, 19% en **France**, en **Pologne** ainsi qu'en **Roumanie** et 55% à **Malte**, 50% aux **Pays-Bas**, 48% en **Irlande**, 45% en **Suède** et 42% au **Royaume-Uni**.

Les proportions les plus élevées d'entreprises disposant, pour leur activité, d'une politique officielle en matière d'utilisation des médias sociaux, ont été observées en **Irlande** (20%), aux **Pays-Bas** (18%), à **Chypre** (17%) et au **Danemark** (16%). Dans dix-neuf États membres, cette proportion était inférieure à 10%.

Plus fortes proportions d'entreprises utilisant les blogs aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Irlande

Parmi les différents types de médias sociaux, les plus fortes proportions d'entreprises utilisant les réseaux sociaux ont été enregistrées à **Malte** (52% des entreprises employant au moins 10 personnes), en **Irlande** (46%), aux **Pays-Bas** (45%), en **Suède** (42%) et au **Royaume-Uni** (40%), et les plus faibles en **Lettonie** (13%), en **République tchèque** (15%), en **Pologne** (16%), ainsi qu'en **France** et en **Roumanie** (17% chacun).

S'agissant des sites de partage de contenus multimédias, les proportions les plus élevées ont été observées aux **Pays-Bas** (23%), à **Malte** (20%), en **Belgique**, en **Grèce**, en **Lituanie** et en **Suède** (16% chacun). Dans sept États membres, cette proportion était inférieure à 10%.

En ce qui concerne l'utilisation de blogs ou sites de micro-blogs, les **Pays-Bas** (27%) arrivaient également en tête, suivis du **Royaume-Uni** (23%) et de **l'Irlande** (20%), tandis que cette proportion était de moins de 10% dans dix-neuf États membres.

Enfin, pour les outils de partage de connaissance de type wiki, la **Lituanie** (14%) affichait la plus forte proportion, suivie de la **Croatie** (13%), de **l'Allemagne** et de **Malte** (11% chacun) ainsi que de **l'Autriche** (10%). Les vingt-trois autres États membres avaient des proportions situées en-dessous de 10%.

Sites web d'entreprise et utilisation des médias sociaux, 2013 (en % des entreprises)

	Site web	Utilise au moins un type de médias sociaux	Politique d'utilisation des médias sociaux	Réseaux sociaux	Sites de partage de contenus multimédias	Blogs ou micro blogs	Outils de partage de connaissance de type wiki
UE28	73	30	8	28	11	10	6
Belgique	78	35	9	31	16	10	5
Bulgarie	47	31	6	30	9	5	4
Rép. tchèque	80	16	5	15	6	3	2
Danemark	92	40	16	36	14	8	5
Allemagne	84	33	7	29	13	7	11
Estonie	76	27	4	24	7	5	2
Irlande	75	48	20	46	14	20	7
Grèce	61	34	8	28	16	11	7
Espagne	68	31	9	29	15	13	5
France	65	19	4	17	5	5	3
Croatie	68	37	7	30	14	6	13
Italie	67	25	5	21	10	6	4
Chypre	66	38	17	37	13	13	4
Lettonie	56	15	3	13	5	7	2
Lituanie	75	38	6	31	16	9	14
Luxembourg	79	30	6	26	12	8	7
Hongrie	61	26	3	22	10	2	6
Malte	78	55	14	52	20	12	11
Pays-Bas	84	50	18	45	23	27	7
Autriche	86	39	11	35	14	7	10
Pologne	66	19	3	16	8	3	4
Portugal	59	36	9	33	12	6	4
Roumanie	42	19	5	17	6	3	2
Slovénie	80	37	9	34	13	8	2
Slovaquie	80	26	8	21	11	4	6
Finlande	94	37	13	34	14	8	6
Suède	89	45	15	42	16	13	9
Royaume-Uni	82	42	15	40	15	23	6
Islande	83	60	12	58	18	14	5
Norvège	79	46	17	43	12	9	5
Anc. Rép. youg. de Macédoine	54	36	8	33	15	6	7

1. L'enquête couvrait les **entreprises** comptant au moins 10 salariés dans les secteurs de l'industrie, de l'électricité, du gaz et de la vapeur, de l'approvisionnement en eau, de la construction, du commerce de gros et de détail, de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles, du transport et du stockage, des activités d'hébergement et de services alimentaires, de l'information et de la communication, de l'immobilier, des activités professionnelles, scientifiques et techniques, des activités administratives et de support, de réparation d'ordinateurs et d'équipement de communication.
2. Les références à des produits et marques commerciales sont effectuées dans un souci de clarification et ne sont nullement destinées à promouvoir l'utilisation de ces services et produits.
3. Voir en particulier la section "Statistics explained" du site web d'Eurostat comme exemple d'outil de partage de connaissance de type wiki: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Main_Page
4. **Eurostat**, Statistiques en bref 28/2013 "**Businesses raise their internet profile by using social media**", disponible (en anglais uniquement) gratuitement dans la section "Statistics Explained" du site web d'Eurostat: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Social media - statistics on the use by enterprises](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Social_media_statistics_on_the_use_by_enterprises)
Toutes les données sont disponibles dans la section dédiée du site web: <http://ec.europa.eu/eurostat/ict> sous "Données", "Base de données complète". Veuillez noter que les données sur les TIC présentes sur le site web d'Eurostat sont regroupées selon l'année durant laquelle l'enquête a été menée.

Publié par: **Service de presse d'Eurostat**

Louise CORSELLI-NORDBLAD
Tél: +352-4301-33 444
eurostat-pressoffice@ec.europa.eu

Pour plus d'information sur les données TIC:

Konstantinos GIANNAKOURIS
Tél: +352-4301-34 877
konstantinos.giannakouris@ec.europa.eu

Communiqués de presse d'Eurostat sur internet:
<http://ec.europa.eu/eurostat>

Maria SMIHILY
Tél: +352-4301-34 666
maria.smihily@ec.europa.eu