

Baromètre 2018 de maturité numérique des entreprises wallonnes

digital wallonia .be

Agence du Numérique

TABLE DES MATIÈRES

0. Cadre de référence et choix méthodologiques 4
Univers de l'étude et ses particularités 5
La taille des entreprises 5
Le poids des secteurs dans l'économie régionale 6
Conjoncture économique et culture d'entreprise 7
En bref 8
Méthodologie 8

1. Équipement et infrastructures numériques 10
Terminaux fixes, portables et mobiles 11
Logiciels et Cloud computing 12
Connexion à Internet 13
Connexion individuelle des travailleurs 14
Site web 16
Équipements numériques de pointe ou émergents 18

2. Influence du numérique sur l'organisation du travail 20
Outils collaboratifs 21
Télétravail et "New Ways Of Work" (NWOW) 23
Formation au numérique 25

3. Digitalisation des flux d'information et automatisation des processus métiers 26
Finance et comptabilité 27
Facturation électronique 28
Traitement des commandes 29
Traitement des commandes issues des ventes 29
Traitement des commandes relatives aux achats 32
Formalités administratives 33
Numérisation des processus métiers 33
Partenariats d'affaires 35
E-business 36
Intelligence artificielle et réalité augmentée 38
Intelligence artificielle 38
Réalité augmentée 38

4. Digitalisation de la stratégie d'entreprise 40
Digitalisation de la stratégie commerciale 41
Fonctionnalités des sites web 41
Suivi et amélioration des performances commerciales du site web 42
Adaptation des sites web aux terminaux mobiles 44
Âge et fréquence des mises à jour des sites web 44
Vente en ligne 46
Biens et services vendus par voie électronique 48
Moyens de paiement et de livraison proposés 48
Freins à l'e-commerce 49

5. Indice de maturité numérique des entreprises wallonnes 50
Introduction 51
Le modèle de maturité numérique de l'AdN 51
Les limites du modèle 53
Calcul de l'indice global de maturité numérique 53
Indice global moyen de maturité numérique des entreprises wallonnes 54
Indices moyens de maturité numérique par axe et par taille 54
Indice moyen de maturité numérique des entreprises par secteur 57
Autres facteurs impactant la transformation numérique des entreprises 58
La création de valeur ajoutée des entreprises selon le degré moyen de maturité numérique 61

6. Synthèse et conclusion 62
Infrastructure numérique 63
Nouveaux modes d'organisation du travail et collaboration 63
Digitalisation des flux d'information et automatisation des processus métiers 64
Transformation numérique de la stratégie d'entreprise 64
Conclusions 65

0

CADRE DE RÉFÉRENCE ET CHOIX MÉTHODOLOGIQUES

UNIVERS DE L'ÉTUDE ET SES PARTICULARITÉS

LA TAILLE DES ENTREPRISES

Ce baromètre étudie la maturité numérique des entreprises marchandes ayant un siège social en Wallonie. L'AdN a également inclus dans cette analyse les entreprises du secteur de la santé car leurs usages du numérique sont nombreux et parfois innovants.

Ces choix méthodologiques ont plusieurs conséquences:

1. Le nombre élevé de très petites entreprises (TPE) en Wallonie (95% d'entreprises de 1 à 4 travailleurs) tire souvent les taux d'équipement et d'usages du numérique vers le bas. Aussi, de nombreux taux sont à la fois présentés pour l'ensemble des entreprises wallonnes ainsi que sur le sous-ensemble des entreprises employant 10 travailleurs et plus. Ce double regard est important pour ne pas biaiser l'analyse et pour avoir des points de comparaison avec les enquêtes fédérales et européennes qui prennent uniquement en compte les entreprises employant 10 travailleurs et plus. Il permet aussi de mettre en évidence le comportement des entreprises dont la taille et les ressources permettent de réaliser une véritable transformation numérique en phase avec les innovations technologiques.
2. Les entreprises qui contribuent au PIB régional, mais dont le siège social ne se trouve pas en Wallonie, sont de facto exclues de l'analyse.
3. Hormis le secteur des soins de santé, le secteur non marchand et les administrations publiques ne font pas partie de l'univers de l'enquête.

TAILLE	EFFECTIF	POURCENTAGE DES ENTREPRISES WALLONNES
1 à 4 travailleurs	252.848	**94,6%**
5 à 9 travailleurs	7.257	**2,7%**
10 à 19 travailleurs	3.588	**1,3%**
20 à 49 travailleurs	2.400	**0,90%**
50 à 99 travailleurs	592	**0,222%**
100 à 199 travailleurs	282	**0,106%**
200 à 499 travailleurs	132	**0,049%**
500 travailleurs et plus	72	**0,027%**
Total	**267.171**	**100%**



LE POIDS DES SECTEURS DANS L'ÉCONOMIE RÉGIONALE

L'économie wallonne repose principalement sur 5 secteurs dont trois pour lesquels les traitements et la valorisation des données ne font pas encore partie du core business (commerce de détail, construction, agriculture).



SECTEURS	PART DES SECTEURS DANS L'ÉCONOMIE WALLONNE EN TERMES DE NOMBRE D'ENTREPRISES	TAUX D'ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS PAR SECTEUR
Services aux entreprises	17%	16%
Commerce de détail	17%	13%
Construction	12%	14%
Santé	10%	14%
Agriculture	9%	2%
Horeca	6%	8%
Distribution	6%	12%
Immobilier	5%	4%
Secteur du numérique et des médias	4%	3%
Autres industries (textile, bois, papier, plastique, agro-alimentaire, etc.)	4%	4%
Garages	3%	4%
Finance	3%	2%
Industrie métallurgique	2%	2%
Transports et logistique	2%	3%

Les secteurs qui dominent en termes de nombre d'entreprises comptent également souvent les plus forts taux d'entreprises employant 10 travailleurs et plus. Toutefois, le secteur de la distribution, qui ne représente que 6% des entreprises locales, compte à lui seul 12% des entreprises de 10 travailleurs et plus.

Le degré de maturité numérique est fortement influencé par l'automatisation des traitements de données. Des secteurs tels que la finance, les services aux entreprises ou encore le secteur du numérique, se sont engagés bien plus tôt que les autres dans la transformation numérique et sont donc plus agiles par rapport aux changements induits par la digitalisation de l'économie.

Le poids des secteurs dans une économie ne se mesure pas uniquement par rapport au nombre d'entreprises qu'il compte. 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, les industries chimique, pharmaceutique et plastique produisent 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 nos tableaux sous l'appellation "autres industries", produisent une partie importante de la valeur ajoutée régionale, alors qu'elles ne représentent que 4% du nombre d'entreprises.

Enfin, le secteur tertiaire, autrement dit tous les types de services, contribue en moyenne à hauteur de 30% dans la valeur ajoutée de la Wallonie, 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 le traitement des données clients.

On le voit, selon les critères utilisés, l'importance des secteurs pour l'économie régionale peut être perçue différemment. Les 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).

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET CULTURE D'ENTREPRISE

Selon les comptes régionaux provisoires que vient de publier l'Institut des Comptes Nationaux (ICN, mai 2018), la croissance économique de la Wallonie était de 1,9% en 2016. La croissance du PIB réel de la Flandre s'établissait à 1,4%, tandis que celui de Bruxelles plafonnait à 1,1%. Au cours des 10 dernières années, c'est la troisième fois que la Wallonie connaît une croissance plus soutenue que la Flandre.

L'économie wallonne a créé 15.194 postes de travail en 2016, soit une croissance de 1,2% par rapport à 2015. Le nombre de salariés a essentiellement augmenté dans les activités de services administratifs et de soutien (principalement le secteur intérimaire et le nettoyage), l'hébergement médico-social et l'action sociale sans hébergement, le commerce de détail, l'Horeca et les activités liées à la santé humaine (source: UWE, 2018).

Lorsque l'emploi augmente grâce à la croissance économique, les gains de productivité tendent à diminuer. Aussi dans une économie principalement composée de petites structures et où la consommation des ménages est globalement stable, les TPE vont d'abord profiter de la reprise économique pour engager du personnel et optimiser les gains de productivité en augmentant leur volume d'activité. De ce fait, les investissements sont souvent différés dans le temps par rapport à la reprise économique. C'est le cas, particulièrement, des investissement en capital numérique car ces derniers restent perçus par de nombreux dirigeants de petites entreprises comme un centre de coûts et de risques. Il s'agit-là d'une raison supplémentaire pour étudier différemment le comportement des entreprises de petite taille par rapport à celui des entreprises de 10 travailleurs et plus.

Par ailleurs, les entreprises wallonnes ne compensent pas leur petite taille par une culture intensive du partenariat. En effet, seulement 28% d'entre elles revendiquent des partenariats commerciaux avec d'autres sociétés. On constate la même frilosité au niveau de l'exportation puisque seulement 20% des entreprises régionales (31% des entreprises de 10 travailleurs et plus) exportent alors que, en raison de l'étroitesse de son marché intérieur, la Wallonie est fortement dépendante du commerce extérieur.

EN BREF

La Wallonie se caractérise par :

1. La petite taille de ses entreprises qui ralentit la transformation numérique hormis dans certains secteurs de pointe (numérique, pharma, aérospatial, etc.).

2. Un marché local étroit et donc une forte dépendance au commerce extérieur et aux partenariats commerciaux, même si ces derniers sont sous-exploités pour l'instant.

3. Un passé industriel dans la fabrication de machines et dans la métallurgie qui freine le glissement de l'économie régionale vers d'autres types d'industries plus agiles et légères. Seuls quelques secteurs comme la chimie et l'industrie pharmaceutique se distinguent par un réel nouveau souffle (c'est-à-dire une croissance à la fois en valeur ajoutée et en emploi).

MÉTHODOLOGIE

L'univers de cette enquête est constitué des 267.171 entreprises ayant un siège social en Wallonie, quels que soit 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 numériques au cours de l'année 2017. Les réponses ont été collectées par téléphone ou via un formulaire Web. Cette collecte a permis d'obtenir 3006 questionnaires complets et valides. Des quotas croisés sur 4 classes de taille et 20 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 toujours entachés d'incertitudes, 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 mais elle n'est que de 2% lorsque la question est posée à l'ensemble des entreprises considérées. Par contre, lorsque certains taux sont calculés sur des petits secteurs, tels que l'immobilier et la finance, la marge d'erreur oscille entre 6 et 8%.

1

ÉQUIPEMENT ET INFRASTRUCTURES NUMÉRIQUES

En 2018, on peut considérer que l'équipement numérique "de base" d'une entreprise se compose des 5 éléments suivants :

1. un ou des ordinateurs (fixe et/ou portable);
2. un ou des terminaux mobiles (tablette et/ou smartphone);
3. divers logiciels (bureautique, messagerie, comptabilité, etc.);
4. une connexion à Internet (fixe et/ou mobile);
5. un site web.

TERMINAUX FIXES, PORTABLES ET MOBILES

Au niveau individuel, le taux moyen d'ordinateurs et de tablettes par travailleur est en légère hausse par rapport à 2015. Il passe de 0.98 à 1.08. Au sein des entreprises de 10 travailleurs et plus, le taux moyen de terminaux (ordinateurs + tablettes) par travailleur se situe à 0,6.

Toutefois, 8% d'entreprises wallonnes n'ont toujours pas d'ordinateur. Ce chiffre est semblable à celui de 2015 et reste fort impacté par le poids des très petites entreprises au sein desquelles le non équipement est toujours présent, même si peu fréquent. En effet, si l'on envisage l'ensemble des terminaux disponibles (ordinateur, tablette et smartphone), le taux d'entreprises non équipées tombe à 3%.

Dans les faits, pratiquement toutes les entreprises wallonnes disposent d'au moins un terminal. Les exceptions sont essentiellement des indépendants actifs dans des secteurs moins technophiles tels que l'Horeca (20%), le commerce de détail (14%) et l'agriculture (11%). La raison du non équipement est invariablement l'inutilité perçue de la technologie par le dirigeant d'entreprise.

Les secteurs qui traitent un grand nombre de données dans leur core business ont automatisé tout ou partie de ce traitement et affichent les meilleurs résultats en termes de nombre moyen de terminaux par travailleur.

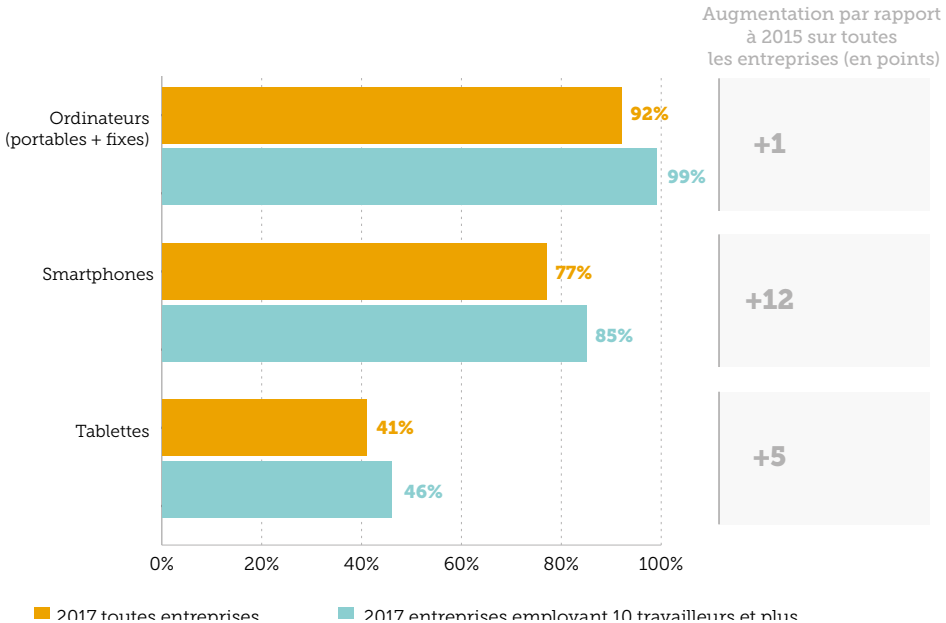
SECTEURS	NOMBRE MOYEN DE TERMINAUX (ORDINATEUR + TABLETTE) PAR TRAVAILLEUR EN 2017
Service aux entreprises	1,66
Immobilier	1,61
Numérique et médias	1,59
Finance	1,49
Garages	1,23
Commerce de détail	1,03
Distribution	0,98
Agriculture	0,95
Industries lourdes	0,95
Autres industries (bois, plastique, chimie, agro-alimentaire, etc.)	0,93
Construction	0,91
Santé	0,81
Transports	0,81
Horeca	0,55
Total	**1,08**

Nombre moyen de terminaux (ordinateurs + tablettes) par travailleur en 2017 sur l'ensemble des entreprises

Les terminaux mobiles affichent la plus forte progression. Ainsi, l'équipement des entreprises en tablettes passe de 36 à 41% (+5), tandis que celui des smartphones passe de 65 à 77% (+12).

En 2017, plus d'un travailleur sur deux (53%) disposait d'un smartphone professionnel, tandis qu'un travailleur sur cinq (19%) avait accès à une tablette.

Évolution de l'équipement en terminaux des entreprises wallonnes dans leur ensemble



LOGICIELS ET CLOUD COMPUTING

L'équipement logiciels des entreprises wallonnes repose principalement sur quatre piliers : la messagerie, la bureautique et les réseaux sociaux auxquels s'ajoutent, bien-entendu, les logiciels métiers.

LOGICIELS	TAUX GLOBAL 2017	TAUX D'ENTREPRISES DE 10 TRAVAILLEURS ET PLUS ÉQUIPÉES EN 2017	TAUX GLOBAL 2015
Messagerie (Outlook, Gmail, etc.)	**86%**	99%	81%
Suite bureautique (Office 365, MSOffice, etc.)	**71%**	87%	71%
Réseau social externe (Facebook, LinkedIn) ou interne (Yammer, Teams, etc.)	**47%**	56%	46%
Comptabilité (Bob, Mercator, etc.)	**34%**	76%	Non demandé en 2015
Logiciel d'édition de site web ou CMS (Wordpress, Joomla, etc.)	**21%**	35%	Non demandé en 2015
Outils d'analyse des performances du site web (Google Analytics)	**15%**	27%	Non demandé en 2015

Taux de présence de quelques logiciels courants au sein des entreprises wallonnes

Le cloud computing est désormais largement diffusé en Wallonie puisque .

73% (+2) des entreprises consomment au moins un logiciel en Saas (Software as a Service).

Près d'un tiers des entreprises wallonnes (30%) archivent des données dans le Cloud.

Cependant, 50% des répondants déclarent également avoir acheté au moins un de leurs logiciels sous licence. Les choix en matière de consommation de software restent donc mixtes.

CONNEXION À INTERNET

91% (+1) des entreprises wallonnes sont connectées à Internet.

91% (+1) des entreprises wallonnes sont connectées à Internet. Au sein des entreprises de 10 travailleurs et plus, le taux de connexion culmine à 99% et arrive donc à saturation. Par contre, l'intensité des usages individuels est appelée à évoluer plus significativement.

Les raisons de la non connexion invoquées par les 9% d'entreprises wallonnes concernées sont interpellantes, même si elles ne concernent que des TPE. En effet, c'est l'inutilité perçue de la technologie qui reste le principal obstacle (47%). La non connexion n'est cependant pas complète dans bien des cas. Ainsi, un quart des non connectés ont en réalité accès à Internet via la connexion personnelle du patron. Cela confirme la variété des vecteurs utilisés pour travailler et se connecter qui va croissant avec la diffusion plus massive des terminaux mobiles.

La qualité des connexions fixes reste toutefois perfectible : 30% des entreprises connectées à Internet jugent la qualité de leur connexion moyenne (23%) ou faible (7%).

La répartition sectorielle de la connexion à Internet a peu changé par rapport à 2015. Ce sont principalement les secteurs du commerce de détail, de l'Horeca et de l'agriculture qui sont (historiquement) les moins connectés à Internet.

SECTEURS	TAUX GLOBAL 2017	TAUX DE CONNEXION À INTERNET DES ENTREPRISES DE 10 TRAVAILLEURS ET PLUS EN 2017	TAUX GLOBAL 2015	TAUX GLOBAL 2013
Services aux entreprises	**100%**	99%	95%	89%
Numérique et médias	**97%**	100%	98%	98%
Santé	**94%**	97%	96%	93%
Distribution (commerce de gros)	**94%**	100%	92%	91%
Construction	**92%**	100%	93%	87%
Autres industries (textile, bois, pharma, etc.)	**92%**	99%	83%	85%
Garages	**92%**	100%	86%	85%
Finance	**91%**	100%	98%	93%
Immobilier	**90%**	100%	94%	89%
Industries lourdes (métallurgie, extraction, etc.)	**90%**	98%	83%	90%
Agriculture	**88%**	100%	91%	79%
Transports	**87%**	98%	93%	96%
Horeca	**86%**	100%	72%	86%
Commerce de détail	**84%**	93%	86%	82%
Total	**91%**	99%	90%	90%

Taux de connexion à Internet des entreprises wallonnes par secteur sur l'ensemble des entreprises régionales

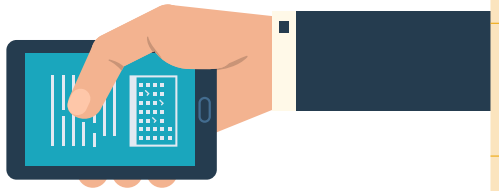
La marge d'erreur supérieure à 6% dans les petits secteurs en termes de nombre d'entreprises (finance, immobilier, numérique et médias, etc.) explique les fluctuations de taux au fil des années. Néanmoins, en considérant au moins trois années à la fois, le taux de connexion à Internet des petits secteurs évolue peu.

CONNEXION INDIVIDUELLE DES TRAVAILLEURS

Au niveau individuel

70% (+10) des travailleurs wallons ont accès à Internet depuis leur poste de travail.

Cette hausse de 10 points traduit une intensification des usages d'Internet au sein de la plupart des secteurs, même si le nombre d'entreprises connectées reste stable.





SECTEURS	TAUX DE CONNEXION INDIVIDUELLE À INTERNET EN 2017	TAUX DE CONNEXION INDIVIDUELLE À INTERNET AU SEIN DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS EN 2017	TAUX DE CONNEXION INDIVIDUELLE À INTERNET EN 2015
Services aux entreprises	**1,01**	0,68	0,74
Numérique et médias	**0,99**	0,76	0,94
Finance	**0,90**	0,90	0,85
Immobilier	**0,88**	0,63	0,80
Garages	**0,77**	0,59	0,61
Commerce de détail	**0,68**	0,45	0,63
Distribution	**0,67**	0,55	0,58
Santé	**0,61**	0,49	0,60
Agriculture	**0,59**	0,38	0,46
Autres industries (bois, plastique, chimie, agro-alimentaire, etc.)	**0,57**	0,41	0,49
Industries lourdes (métallurgie, etc.)	**0,55**	0,41	0,44
Construction	**0,54**	0,37	0,52
Transports	**0,49**	0,35	0,48
Horeca	**0,45**	0,30	0,40
Total	**0,70**	**0,50**	**0,60**

Taux moyen d'accès individuel à Internet depuis le poste de travail par secteur sur l'ensemble des entreprises

L'augmentation de la connexion individuelle à Internet via le poste de travail est généralisée mais les évolutions les plus significatives ont eu lieu dans les secteurs suivants :

1. L'immobilier : +0,25
2. Les garages : +0,16
3. L'agriculture : +0,13
4. L'industrie lourde : +0,11
5. La distribution : +0,09

Au niveau des compétences numériques internes, seulement

15% (+1) des entreprises wallonnes comptent au moins un spécialiste du numérique parmi les membres du personnel.

Si l'on envisage uniquement les entreprises employant 10 travailleurs et plus, ce taux grimpe à 32%.

Néanmoins, évaluer positivement ou négativement le taux de présence d'un spécialiste du numérique en interne est un exercice délicat. En effet, nombre d'entreprises sous-traitent les questions informatiques ou bien les résolvent avec l'aide de collaborateurs dont ce n'est pas la fonction explicite. Ainsi, 31% des entreprises font appel à un ou des collaborateurs non spécialistes du numérique mais qui ont une bonne maîtrise des outils digitaux lorsqu'elles rencontrent un problème informatique.

33% des entreprises qui n'emploient pas de spécialiste du numérique recourent à la sous-traitance pour la maintenance de leur réseau, la mise à jour de leurs logiciels ou encore pour les questions de sécurité informatique.

Enfin, la taille de l'entreprise et son secteur d'activité ont évidemment, une grande influence sur la nécessité ou non d'internaliser les compétences numériques. Ainsi, 81% des entreprises du secteur du numérique et des médias comptent au moins un spécialiste de ces matières en interne pour seulement 7% des entreprises de l'agriculture par exemple.



SITE WEB

41% (+1) des entreprises wallonnes disposent d'un site web.

C'est peu même si la taille de l'entreprise influence fortement cet équipement.

En effet, 75% des entreprises employant 5 à 9 travailleurs disposent d'un site web. La taille charnière semble donc se situer aux environ de 5 travailleurs. Dans les entreprises de 10 travailleurs et plus, la présence d'un site atteint même 80%. Ce sont 5 points de mieux qu'en 2015. La présence d'un site web est également fortement influencée par l'activité principale de l'entreprise comme l'illustre le tableau suivant.



SECTEURS	TAUX 2017 GLOBAL	TAUX DE SITES WEB AU SEIN DES ENTREPRISES DE 10 TRAVAILLEURS ET PLUS EN 2017	TAUX GLOBAL 2015	TAUX GLOBAL 2013
Autres Industries	**58%**	87%	44%	29%
Numérique et médias	**55%**	98%	57%	53%
Services aux entreprises	**54%**	88%	44%	37%
Finance	**52%**	92%	45%	42%
Transport	**49%**	65%	43%	40%
Industries lourdes	**47%**	85%	40%	41%
Distribution	**46%**	94%	50%	36%
Garages	**43%**	87%	41%	27%
Commerce de détail	**41%**	64%	47%	35%
Immobilier	**41%**	92%	48%	36%
Horeca	**37%**	76%	37%	32%
Construction	**35%**	79%	36%	30%
Agriculture	**25%**	89%	20%	13%
Santé	**23%**	68%	17%	14%
Total	**41%**	80%	40%	33%

Taux de présence d'un site web par secteur au sein des entreprises wallonnes

Au niveau, belge, le taux de sites web des entreprises employant au moins 10 travailleurs est de 81% (source: SPF Economie). Les entreprises wallonnes de 10 travailleurs et plus sont donc parfaitement dans la moyenne nationale. Les fluctuations de taux au sein des secteurs, particulièrement au sein des petits secteurs (immobilier, finance, etc.), s'expliquent par les marges d'erreur incompressibles entre 6 et 10%.

En fait, le taux de présence d'un site web varie selon l'importance du traitement des données et de l'automatisation de celui-ci, ainsi que de la place de la vente dans le core business. Il est donc logique que les autres industries (58%), le secteur du numérique et des médias (55%), les services aux entreprises (54%) ou encore la finance (52%) soient en pointe.

Par contre, on peut déplorer que le commerce de détail, dont l'activité principale est la vente, ne se retrouve pas en haut du classement mais se situe à peine dans la moyenne générale. Le cas du secteur de la santé est un peu particulier. En Belgique, la publicité pour les actes médicaux est strictement règlementée par la loi et par les codes de déontologie médicaux, réduisant d'autant l'intérêt d'une présence active sur le web, surtout pour les prestataires individuels.

Au sein des entreprises de 10 travailleurs et plus, le classement des secteurs en termes de possession de site web est partiellement différent de celui incluant l'ensemble des entreprises. En effet, la distribution (94%) et l'agriculture (89%) se retrouvent dans les cinq premières places, tandis que le transport (65%) et le commerce de détail (64%) occupent les deux dernières.

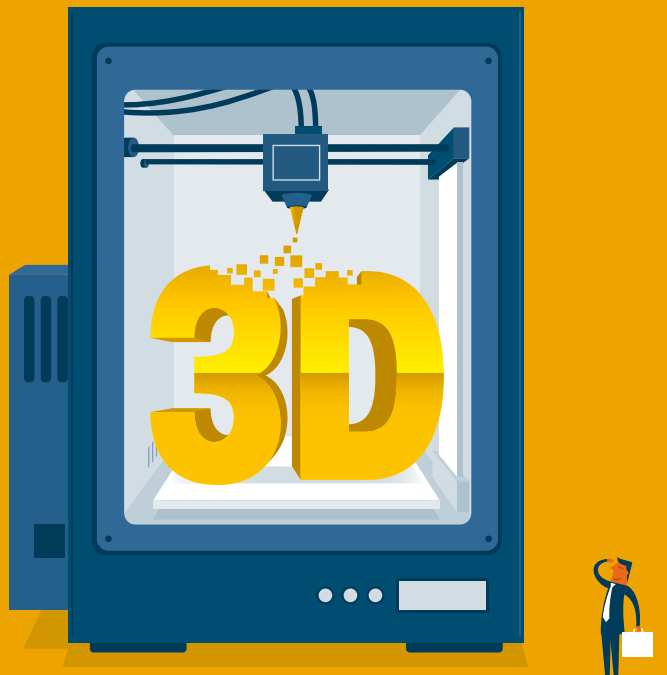
LE MULTILINGUISME DES SITES WEB

71% des sites web sont unilingues car les entreprises régionales sont encore très centrées sur la Wallonie et le Nord de la France en ce qui concerne leur zone de chalandise. Néanmoins, 16% des sites existent en 2 langues, 9% en trois langues, 3% en quatre langues et 1% en 5 langues. Ainsi, 95% des sites existent en français, 24% en anglais, 17% en néerlandais et 6% en allemand.

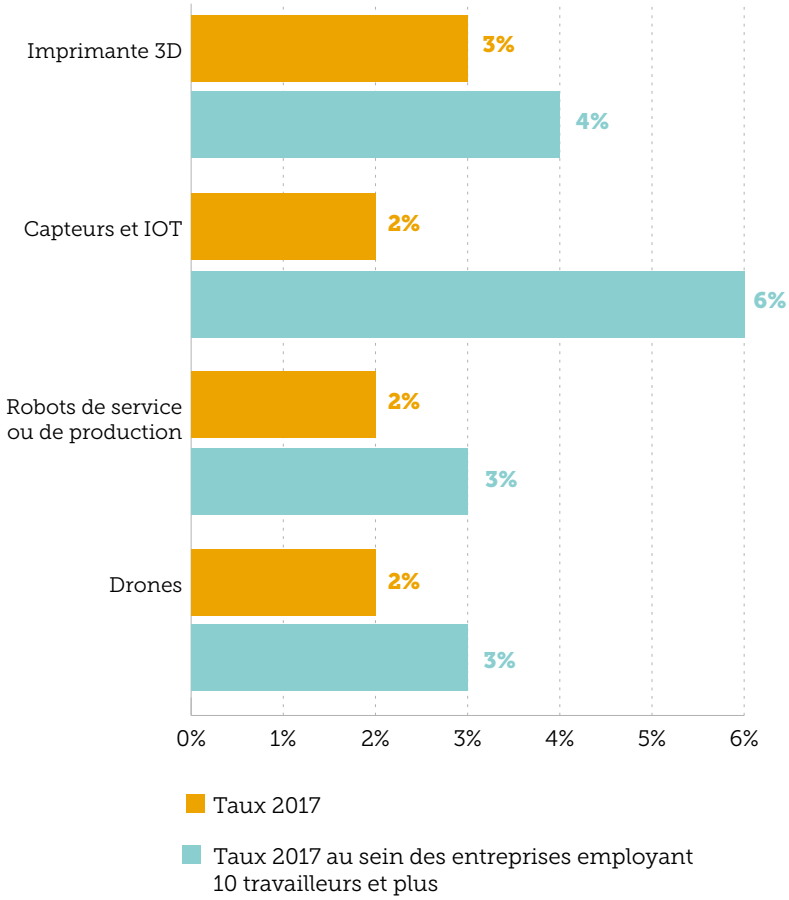
« Contenu et fonctionnalités des sites web, voir page 41 »

ÉQUIPEMENTS NUMÉRIQUES DE POINTE OU ÉMERGENTS

Pour la première fois, l'AdN a mesuré la présence de certaines technologies dites de pointe ou émergentes au sein des entreprises wallonnes. Ainsi, la présence de drones, d'imprimantes 3D, de robots et d'IOT (Internet des objets) a été analysée.



Taux de présence d'équipements de pointe ou émergents selon la taille sur l'ensemble des entreprises wallonnes



La taille n'a pas d'effet significatif sur la présence de ces technologies sauf pour les capteurs intelligents dont le taux est trois fois plus grand au sein des entreprises de 10 travailleurs et plus.

Au niveau sectoriel par contre, les différences sont plus marquées selon l'équipement envisagé comme le montre le tableau suivant.

SECTEURS	TAUX GLOBAL 2017 D'USAGE DE L'IOT	TAUX GLOBAL 2017 D'USAGE D'UNE IMPRIMANTE 3D	TAUX GLOBAL 2017 D'UTILISATION DES ROBOTS DE SERVICE ET DE PRODUCTION	TAUX GLOBAL 2017 D'UTILISATION DES DRONES
Secteur du numérique et des médias	**6%**	2%	4%	6%
Services aux entreprises	**5%**	8%	4%	6%
Industries lourdes	**5%**	13%	3%	3%
Autres industries (bois, chimie, plastique, agro-alimentaire, etc.)	**4%**	6%	3%	3%
Distribution	**4%**	4%	3%	2%
Transports	**3%**	3%	2%	1%
Santé	**2%**	0%	2%	1%
Agriculture	**2%**	0%	1%	0%
Commerce de détail	**1%**	2%	0%	1%
Construction	**1%**	3%	0%	0%
Horeca	**1%**	0%	0%	0%
Finance	**0%**	0%	0%	0%
Garages	**0%**	0%	0%	0%
Immobilier	**0%**	3%	0%	0%
Total	**2%**	3%	2%	2%

Taux de présence de technologies de pointe ou émergentes en matière d'infrastructures au sein des secteurs sur l'ensemble des entreprises wallonnes

On observe ainsi que les capteurs intelligents se retrouvent principalement au sein des secteurs du numérique, des services aux entreprises et de l'industrie en général.

Les imprimantes 3D sont essentiellement présentes au sein des industries et des services aux entreprises mais totalement absentes de certains secteurs tels que l'agriculture, l'Horeca, la finance et les garages. Les usages de ces imprimantes 3D en 2017 concernaient principalement des prototypes (44%), des gadgets marketing et autres produits commercialisables (26%) ou encore des fournitures de bureaux (18%).

En ce qui concerne les robots, ceux-ci sont utilisés à la fois dans l'industrie et dans les secteurs de services, tout en étant eux aussi totalement absents d'autres secteurs (Horeca, commerce, finance, etc). Ces différences s'expliquent notamment par le fait qu'il existe deux grandes familles de robots :

- Les robots de production qui remplacent l'intervention humaine dans certains processus de fabrication (peinture, soudure, assemblage, etc.) dans l'industrie.
- Les robots de service, qui comme leur nom l'indique, rendent des services tels que le nettoyage, l'accueil, le transport, la surveillance, etc.

La mise en oeuvre de drones est elle aussi réservée à certains secteurs tels que celui du numérique ou encore l'immobilier et l'agriculture. Dans l'immobilier, les drones sont notamment utilisés à des fins de surveillance, tandis que dans l'agriculture ils servent, entre autres, à mesurer les niveaux de croissance et d'envahissement des cultures par d'éventuels parasites, ce qui permet d'identifier les besoins en engrais et en traitements phytosanitaires.

Même si les technologies de pointe ou émergentes font leur apparition dans le paysage wallon, elles restent anecdotiques à quelques exceptions près dans l'industrie. C'est normal dans la mesure où il y a toujours un temps de latence entre le moment où les entreprises investissent dans les nouvelles technologies et leur émergence sur le marché. C'est dû au fait que les entreprises doivent à la fois comprendre l'apport de la technologie par rapport à leur métier de base et bénéficier d'une conjoncture économique favorable à l'investissement en capital technologique.

2

INFLUENCE DU NUMÉRIQUE SUR L'ORGANISATION DU TRAVAIL

OUTILS COLLABORATIFS

La digitalisation de l'économie et des entreprises n'est pas sans conséquence sur l'organisation du travail de plus en plus nomade et flexible. En effet, grâce aux ordinateurs portables, aux smartphones ou encore à la communication via Internet sous toutes ses formes (messagerie, visioconférence, Cloud computing, etc.), le travail s'effectue de plus en plus souvent en dehors des murs de l'entreprise.

Cette révolution technologique impacte fortement la gestion des ressources humaines, le recrutement qui passe par de nouveaux canaux tels que les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo, etc.) ou encore le management qui devient plus participatif et davantage orienté projets. Les outils numériques n'ont pas seulement libéré les travailleurs de certaines contraintes spatio-temporelles, ils leur ont également donné l'opportunité de communiquer et de partager des contenus en temps réel, ce qui a bouleversé les lignes hiérarchiques. Ainsi, on parle d'empowerment des travailleurs grâce au numérique car ils sont partiellement libérés de leur hiérarchie pour obtenir de l'information, interagir ou encore partager des contenus de l'entreprise.



La présence d'outils collaboratifs et mobiles au sein des entreprises n'a cessé de progresser depuis 2013. Aujourd'hui, on peut qualifier l'environnement de travail des entreprises qui ont le mieux intégré les outils collaboratifs de "digital workplace". Cette transformation numérique des modes de collaboration s'observe d'abord par la croissance de la mise à disposition des travailleurs des équipements nécessaires comme l'illustre le tableau suivant :

TAUX DE TRAVAILLEURS ÉQUIPÉS	2017 (TOUTES TAILLES)	2017 (10 ET PLUS)	2015 (TOUTES TAILLES)	2013 (TOUTES TAILLES)
Smartphones professionnels	53%	27%	39%	22%
Ordinateurs portables	40%	20%	36%	31%
Tablettes numériques	19%	6%	15%	10%

Taux d'équipement des travailleurs en terminaux numériques mobiles dans les entreprises wallonnes

Contrairement à presque tous les autres indicateurs, les taux individuels de terminaux par travailleur sont moindres dans les grandes entreprises (10 travailleurs et plus) en raison du nombre plus élevé de travailleurs et de la spécialisation plus poussée des postes de travail.

D'autres indicateurs témoignent aussi des dispositions prises par les entreprises pour favoriser le travail collaboratif et le télétravail :

INDICATEURS DE LA COLLABORATION PAR VOIE NUMÉRIQUE	2017 (TOUTES TAILLES)	2017 (10 ET PLUS)	2015 (TOUTES TAILLES)	2013 (TOUTES TAILLES)
Présence d'une messagerie et d'un agenda partagé	86%	99%	81%	Non demandé
Utilisation de logiciels en mode SaaS	73%	77%	71%	66%
Présence d'une connexion mobile à Internet dans l'entreprise	50%	63%	32%	22%
Autorisation du télétravail dans les entreprises employant au moins deux collaborateurs	45%	64%	37%	40%
Prise en charge de la connexion à Internet au domicile du travailleur	29%	27%	25%	26%
Utilisation de la téléphonie via Internet (VOIP)	27%	31%	21%	23%
E-learning ou formation à distance	20%	24%	19%	18%
Usage de la visioconférence	18%	25%	14%	13%

Au niveau sectoriel, l'intensité des usages d'outils collaboratifs est liée au fait que le core business implique ou non des échanges de données importants et réguliers. C'est pourquoi les secteurs tels que l'agriculture, l'Horeca, le commerce de détail ou encore la construction sont presque systématiquement moins utilisateurs d'outils collaboratifs que la moyenne.



Par ailleurs, on constate des différences sectorielles en fonction de l'outil envisagé :

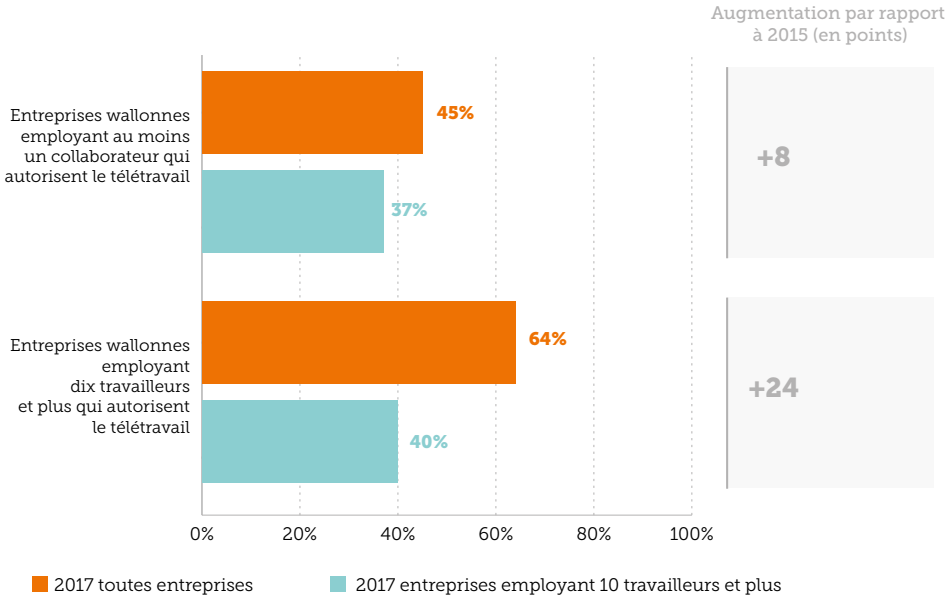
- L'utilisation de logiciels en mode SaaS est moindre au sein de deux secteurs en particulier : la finance (6%) et la santé (5%). Cela s'explique, notamment, par la nature sensible et confidentielle des données que ces secteurs hésitent à confier au Cloud.

- Le taux de smartphones professionnels par travailleur est nettement au-dessus de la moyenne au sein de trois secteurs : l'immobilier (95%), les services aux entreprises (79%) et le secteur du numérique et des médias (72%). Pour l'immobilier et les services aux entreprises, ce sont les déplacements fréquents des travailleurs qui nécessitent l'octroi de smartphones professionnels, tandis que dans le secteur du numérique, les terminaux mobiles dont les smartphones, font régulièrement partie du package salarial des employés. En toute logique, l'utilisation de connexions mobiles à Internet (aux alentours de 70%) ainsi que le taux d'ordinateurs portables par travailleur (entre 49 et 74%) sont également les plus élevés au sein de ces trois secteurs. C'est cohérent dans la mesure où le smartphone, l'ordinateur portable et la connexion mobile à Internet sont les trois outils indispensables pour travailler en situation de mobilité.

- L'utilisation de la visioconférence est plus intense au sein du secteur du numérique et des médias (49%), dans les services aux entreprises (45%) et, dans une moindre proportion, au sein de la finance (24%). Le secteur du numérique est, par définition, un utilisateur intensif de technologies dont la visioconférence mais en ce qui concerne les services aux entreprises et la finance, les explications sont différentes. Ainsi, dans la finance, beaucoup d'entreprises sont intégrées dans de grands groupes (39%, alors que la moyenne wallonne est à 10%) qui promeuvent ces modes de communication. Les services aux entreprises, quant à eux, s'adressent exclusivement à des clients professionnels (B2B) potentiellement équipés d'outils de visioconférence. Ils trouvent donc parfois un avantage à utiliser la visioconférence avec certains de leurs clients pour remplacer une série de rendez-vous commerciaux en présentiel.

TÉLÉTRAVAIL ET "NEW WAYS OF WORK" (NWOW)

Le télétravail, qui désigne le fait de travailler pour son employeur en dehors des murs de l'entreprise, favorise particulièrement l'autonomie des collaborateurs et présente des avantages appréciés notamment en terme de mobilité.



Ces chiffres montrent que le télétravail n'est plus une pratique anecdotique réservée aux cadres des entreprises de services. Désormais, on peut considérer que tous les employés sont susceptibles d'être autorisés à télétravailler à un moment ou à un autre de leur carrière.

Dans la majeure partie des cas de télétravail, c'est la connexion à Internet qui maintient le lien entre le travailleur et son entreprise.

Bien que le télétravail soit possible dans un nombre croissant d'entreprises, on observe néanmoins des différences sectorielles importantes liées à la délocalisation possible ou non des tâches effectuées par les télétravailleurs.

SECTEURS	AUTORISATION DU TÉLÉTRAVAIL EN 2017	TÉLÉTRAVAIL AUTORISÉ À DOMICILE EN 2017	TÉLÉTRAVAIL AUTORISÉ À PARTIR DE CHEZ LES CLIENTS OU EN SITUATION DE MOBILITÉ EN 2017	TÉLÉTRAVAIL AUTORISÉ À PARTIR D'ESPACES PARTAGÉS OU DE CO-WORKING EN 2017
Numérique et médias	75%	65%	40%	10%
Services aux entreprises	64%	50%	25%	13%
Immobilier	58%	33%	23%	10%
Distribution	46%	36%	18%	1%
Industries lourdes	37%	22%	19%	3%
Autres industries (chimie, plastique, agro-alimentaire, bois, etc.)	36%	23%	23%	6%
Construction	31%	17%	23%	11%
Santé	26%	9%	23%	0%
Agriculture	24%	15%	9%	6%
Transports	24%	22%	9%	1%
Finance	23%	12%	13%	1%
Garages	21%	15%	14%	0%
Commerce	18%	12%	9%	0%
Horeca	9%	3%	1%	0%
Total	45%	23%	17%	5%

Autorisation du télétravail au sein des entreprises wallonnes employant au moins deux travailleurs par secteur. Les totaux sont supérieurs à 100% car les entreprises peuvent autoriser plusieurs formes de télétravail

En haut du classement, on retrouve les secteurs qui autorisent le plus massivement le télétravail sous toutes ses formes. Sans surprise, ce sont les secteurs dont l'activité principale repose sur le traitement de l'information facilement délocalisable qui sont les champions du télétravail (numérique et médias, services aux entreprises, immobilier, etc.).

Une exception à noter toutefois, la finance qui autorise relativement peu le télétravail pour des raisons manifestes de sécurité.

A contrario, les secteurs dont l'activité principale est en contact direct avec le client (Horeca) ou se déroule dans des lieux dédiés (garages, industries, hôpitaux, etc.) autorisent moins le télétravail car les activités ne s'y prêtent pas ou peu.

Au sein des entreprises qui autorisent le télétravail,

80% **comptent au moins un télétravailleur régulier** (au moins un jour par semaine),

tandis que **18%** déclarent qu'elles ont modifié leur management des ressources humaines en raison de l'adoption du télétravail.

Les travailleurs sont désormais davantage évalués sur des résultats et le respect des délais que sur l'assiduité de leur présence physique au travail.

FORMATION AU NUMÉRIQUE

En 2017,

10% (stable) des entreprises wallonnes employant du personnel ont formé au moins un de leurs collaborateurs dans une matière en rapport avec le numérique.

Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus, ce taux monte à 20%. La rapidité et l'ampleur de la transformation numérique requiert une formation continue intense des travailleurs pour maintenir leur employabilité. Selon Agoria, un problème d'adéquation des compétence de la main d'oeuvre par rapport aux besoins des entreprises se pose déjà : 82% des entreprises du secteur du numérique souhaitent engager du personnel mais ne trouvent pas, ou pas suffisamment, les profils recherchés. En 2017, 30.000 postes étaient vacants rien qu'au sein du secteur.

Au niveau de la formation continue en général, le tableau n'est guère plus rassurant puisqu'à peine

16% **des entreprises régionales** (45% des entreprises employant 10 travailleurs et +) déclarent avoir un plan annuel global de formation du personnel.

On peut s'étonner de la faiblesse de ces différents taux alors que la formation des collaborateurs est une obligation légale en Belgique. En effet, depuis 2017, toutes les entreprises belges doivent proposer en moyenne cinq jours de formation par ETP et par an. Cela sera-t-il suffisant dans une économie toujours plus numérisée ? Ce n'est pas sûr car la Wallonie compte 56% d'indépendants qui échappent aux obligations de formation continue et risquent fort de négliger l'acquisition des compétences numériques qui leur sont indispensables.

Par ailleurs, certains pays frontaliers imposent des nombres d'heures de formation obligatoires beaucoup plus importants que les 40 heures annuelles imposées en Belgique et cela justement en raison de l'évolution rapide des demandes du marché du travail.

En France, par exemple, la formation des salariés par l'employeur est obligatoire à concurrence de 120 heures par an pour les CDI à temps plein pour *"permettre aux salariés de s'adapter à leur poste de travail et pour veiller au maintien de leur capacité à occuper ce dernier en regard de l'évolution du marché du travail et des technologies"* (article L6313-1 du Code du travail français).

En conclusion, la transformation numérique des entreprises a un impact considérable sur l'organisation du travail (mobilité, horaires, collaboration à distance, management, etc.). Elle offre également une réelle opportunité d'"empowerment numérique" des travailleurs.

Il faudra toutefois être attentif à ce que cet empowerment n'aboutisse pas à une précarisation des conditions de travail (flexibilité extrême, interpénétration de la vie professionnelle et privée, travail à la tâche, etc.). De plus, l'AdN insiste sur l'importance de la formation continue des travailleurs à un rythme soutenu pour maintenir leur employabilité au sein d'un marché du travail dont les exigences évoluent au même rythme que les technologies.

3

DIGITALISATION DES FLUX D'INFORMATION ET AUTOMATISATION DES PROCESSUS MÉTIERS

L'agilité des entreprises dans un environnement concurrentiel et mondialisé dépend notamment de la qualité du traitement de l'information et de la fluidité de la communication entre les parties prenantes de leur activité.

Pour partager une information en temps réel, il faut que les processus de travail soient modélisés et supportés par des technologies de workflow (automatisation d'une série de tâches avec centralisation de l'information permettant un enchaînement d'opérations plus ou moins complexes afin d'accélérer et optimaliser un processus de fabrication ou une méthode de travail).

L'AdN a mesuré la présence et l'usage de technologies permettant de digitaliser les flux d'information depuis le back office jusqu'au au front office, en passant par les relations avec les partenaires et les services publics.

FINANCE ET COMPTABILITÉ

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

34% **des entreprises wallonnes** (76% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) **sont équipées d'un logiciel de comptabilité.**

Cet outil permet de retranscrire, 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.

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 totalement entrées dans les habitudes de gestion de nos entreprises. En effet,

80% (+1) des entreprises wallonnes utilisent l'e-banking.

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



FACTURATION ÉLECTRONIQUE

La facturation électronique est une étape clé de la numérisation des flux financiers. Trop souvent, cette dernière est confondue avec l'envoi de factures par voie électronique. Pourtant, la différence de gains de productivité entre les deux procédures est considérable.

D'un côté, il s'agit d'envoyer un e-mail contenant une version numérisée (typiquement PDF) de la facture papier ou encore une adresse URL pointant vers le document. De l'autre, la facturation électronique au sens strict qui implique une automatisation complète de la génération et du traitement des factures.

Ainsi, sont considérées comme de véritables "e-factures" les documents émis par des logiciels spécifiques aux formats XML, FINVOICE, etc. qui transitent via des plateformes sécurisées et dédiées. Dans ce contexte, l'EDI (electronic data interchange), qui remplace les échanges physiques de documents entre partenaires commerciaux (factures, mais aussi commandes, bons de livraison,...) par des échanges électroniques de données entre ordinateurs connectés par des liaisons dédiées et sécurisées, est un vecteur de choix pour la facturation électronique.

Pour éviter cette confusion potentielle de la part 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 et reçus.



Parmi les entreprises qui envoient des factures par voie électronique, seulement 10%(+2) expédient de véritables e-factures .

50% (+3)

des entreprises wallonnes expédient des factures par voie électronique

MAIS **10%** (+2)

émettent des factures dans un format structuré (EDI, XML, FINVOICE, etc.)

Au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus,

60%

émettent des factures par voie électronique,

tandis que **83%** **en reçoivent**

Le taux de réception est resté stable à **67%** (+1) par rapport au dernier baromètre.

D'après l'Agence pour la Simplification Administrative (ASA), le coût moyen d'une facture envoyée au format papier est de 4,44 euros, celui de la facture envoyée en PDF annexée à un e-mail est de 2,02 euros, tandis que l'émission d'une véritable e-facture ne coûte qu'1,20 euros.

Au niveau de la réception de factures, le gain est encore plus élevé puisque l'ASA estime que la réception d'une facture papier coûte en moyenne 8,04 euros, celle reçue par e-mail 7,68 euros, tandis que la réception d'une véritable e-facture ne coûte que 2,27 euros.

Autrement dit, la numérisation complète de la facturation constitue une opportunité d'économies considérables dont nos entreprises ne profitent pas suffisamment.

L'une des raisons de cette frilosité est la capacité d'investissement limitée de beaucoup d'entreprises. En effet, le passage à l'e-facturation a un coût (réforme des processus, acquisition des logiciels, formation du personnel, etc.) qui peut être rédhibitoire pour une TPE au regard d'un volume d'émission de factures bien moins élevé que celui de grandes entreprises.

TRAITEMENT DES COMMANDES

Tout comme la facturation, le traitement des commandes au sein des entreprises est un double flux qui concerne tant les commandes entrantes, issues de ses ventes, que les commandes sortantes, relatives aux achats de l'entreprise.

TRAITEMENT DES COMMANDES ISSUES DES VENTES

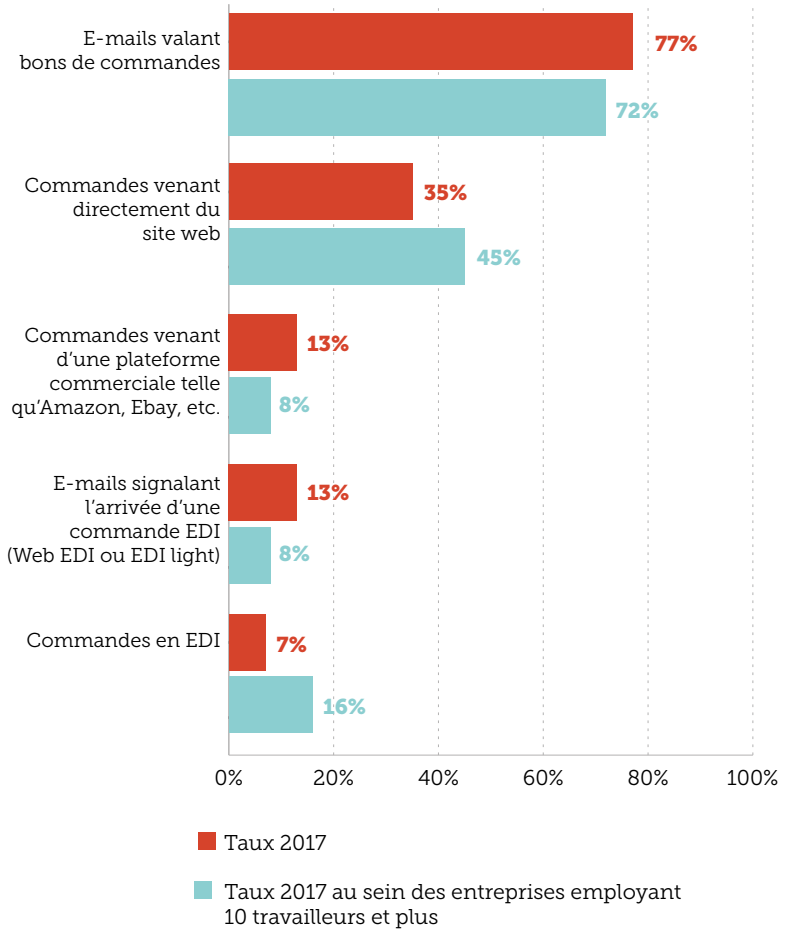
L'AdN a demandé aux entreprises vendant en ligne (11% des entreprises wallonnes hors présence sur une plateforme commerciale) quels types de commandes électroniques étaient traités en leur sein. Les commandes reçues sont principalement des e-mails valant bon de commande.

Il n'est dès lors pas étonnant que

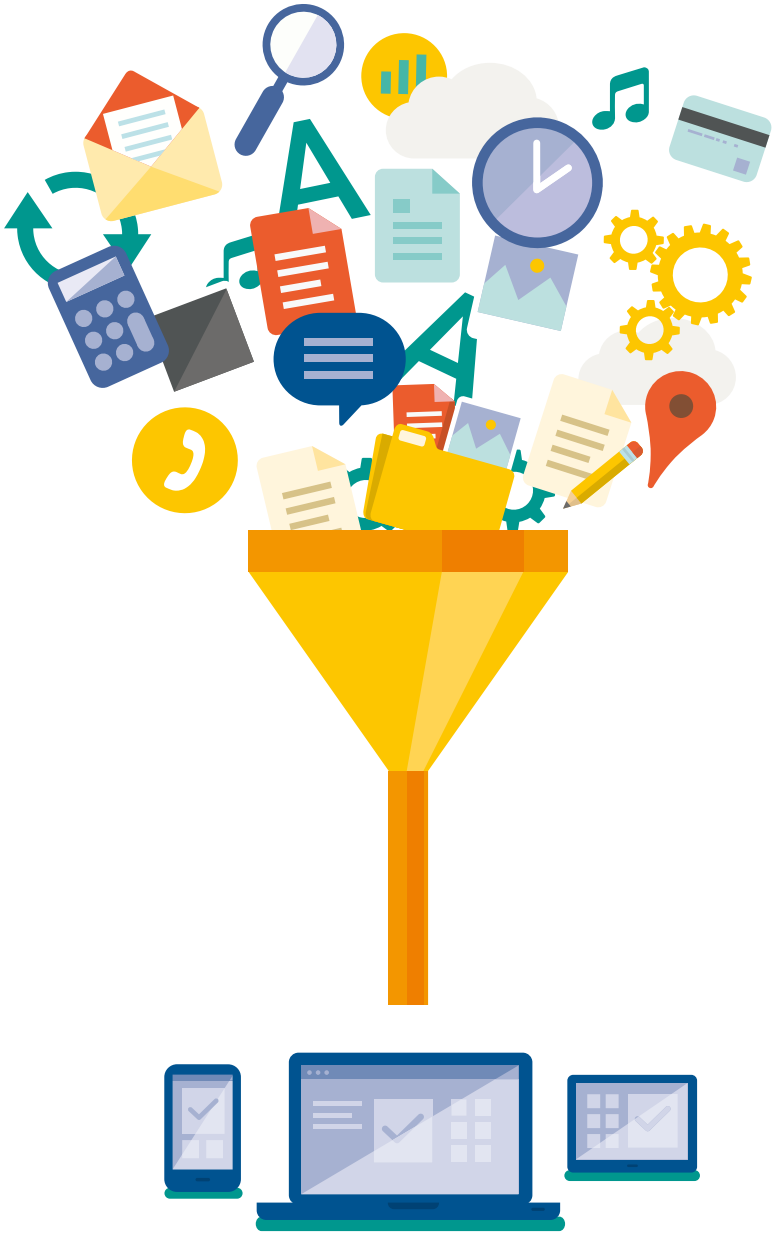
63% des entreprises vendant en ligne doivent encoder manuellement les commandes arrivant par voie électronique dans la comptabilité, la gestion des stocks, etc.

Les entreprises présentes sur une plateforme commerciale ont été écartées de l'analyse du traitement des commandes électroniques car certaines d'entre elles ont déclaré qu'elles ne faisaient pas d'e-commerce et n'ont donc pas été interrogées à propos du traitement de ce type de commandes.

Types de commandes "électroniques" reçues par les entreprises vendant en ligne



Types de commandes électroniques reçues par les entreprises vendant en ligne (hors présence sur une plateforme commerciale avec ou sans site web propre), soit 11% des entreprises régionales. Le total, est supérieur à 100% puisque les entreprises peuvent traiter plusieurs types de commandes électroniques



La taille influence les types de commandes électroniques reçues par les entreprises. En effet, les entreprises employant plus de 10 travailleurs enregistrent plus du double de commandes au format EDI par rapport aux petites structures. De même, pour les commandes provenant directement du site web, elles en traitent 10% de plus. Enfin, les grandes structures vendent moins via les plateformes commerciales extérieures car elles ont souvent leur propre site de vente.

Au niveau sectoriel, il est intéressant de regarder le type de commandes électroniques reçues par rapport au taux de vente en ligne. En effet, certains secteurs affichent un taux de vente en ligne supérieur à la moyenne, alors qu'en réalité la plupart des entreprises reçoivent surtout des e-mails valant bons de commandes (le commerce de détail et l'horeca avec une exception pour une partie des hôtels).

A contrario, d'autres secteurs affichent des taux de vente en ligne plus bas mais résultant d'une véritable automatisation du processus de vente (la construction et les industries lourdes). Le cas de la santé est particulier puisque la vente de médicaments soumis à prescription médicale est interdite en Belgique. Il est donc logique que ce secteur affiche un taux de vente en ligne quasi nul, qui représente uniquement les ventes en ligne des parapharmacies. Cependant, ce secteur est un utilisateur intensif de technologies, il a fortement digitalisé ses processus métiers. Ainsi par exemple, la santé affiche un taux d'ERP de 17%. Ce qui est 7 points de mieux que la moyenne des entreprises et ce sans parler du réseau santé wallon, qui permet l'échange électronique sécurisé de données relatives aux patients entre les praticiens ni du dossier médical global (le DMG permet de prendre en charge un patient dans n'importe quel établissement en ayant la possibilité de consulter tout son historique médical).

SECTEURS	TAUX DE VENTE EN LIGNE STRICT (HORS PRÉSENCE SUR UNE PLATEFORME COMMERCIALE) SUR TOUTES LES ENTREPRISES	TYPES DE COMMANDES TRAITÉES PAR LES ENTREPRISES QUI VENDENT EN LIGNE				
		E-mails valant bons de commandes	Commandes EDI	E-mails signalant l'arrivée d'une commande EDI (EDI Light)	Commandes provenant d'un portail commercial	Commandes provenant directement du site web de l'entreprise
Garages	26%	77%	11%	1%	11%	33%
Commerce de détail	17%	74%	1%	6%	19%	32%
Finance	16%	80%	0%	0%	19%	40%
Secteur du numérique	15%	81%	12%	24%	0%	44%
Horeca	15%	89%	5%	1%	6%	15%
Transports	14%	98%	1%	1%	0%	46%
Distribution	13%	42%	7%	27%	2%	41%
Autres industries (plastique, chimie, bois, agro-alimentaire, etc.)	12%	68%	1%	1%	9%	51%
Services aux entreprises	11%	87%	25%	25%	25%	28%
Immobilier	9%	65%	0%	2%	0%	33%
Industries lourdes	8%	84%	9%	19%	18%	51%
Agriculture	8%	80%	0%	0%	19%	40%
Construction	7%	82%	0%	17%	0%	48%
Santé	1%	50%	0%	0%	0%	50%

Types de commandes électroniques reçues par les entreprises wallonnes vendant en ligne (11% de la population de référence hors présence sur une plateforme commerciale) par secteur. Les totaux par ligne sont supérieurs à 100% car les entreprises vendant en ligne peuvent traiter différents types de commandes électroniques simultanément

Les commandes reçues directement en EDI ou indirectement (converties en un email par un intermédiaire : EDI light) illustrent bien le phénomène décrit plus haut car on les retrouve dans des secteurs tels que les services aux entreprises, le secteur du numérique, les garages, l'industrie lourde et la distribution qui n'ont pas tous un taux de vente en ligne égal ou supérieur à la moyenne de 11%.

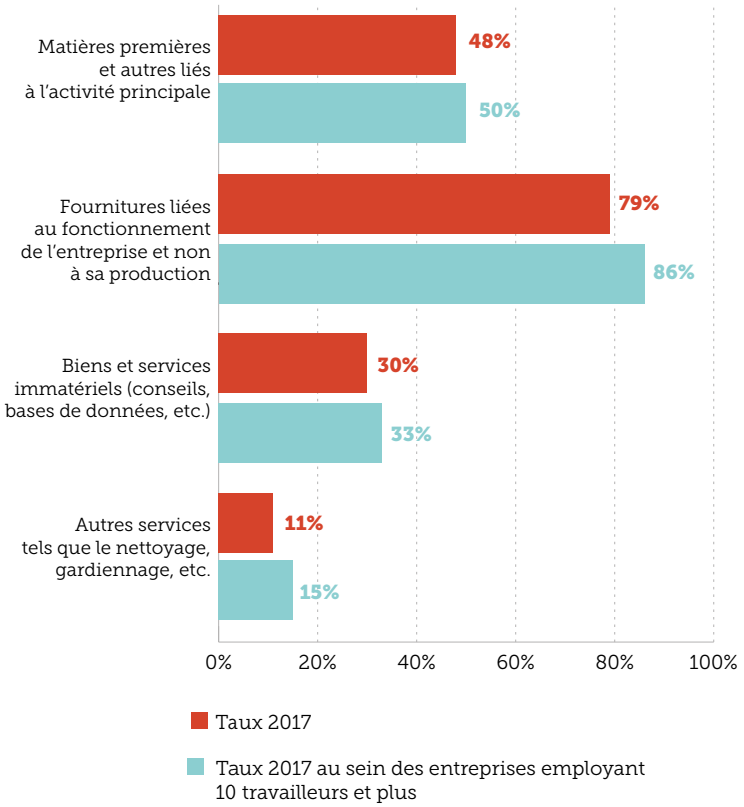
Par contre, les secteurs recevant ce type de commandes ont une forte composante numérique dans leur activité principale et/ou travaillent en flux tendu avec leurs fournisseurs et distributeurs, d'où l'intérêt d'une automatisation complète du traitement des commandes.

TRAITEMENT DES COMMANDES RELATIVES AUX ACHATS

50% (+1) des entreprises wallonnes effectuent des achats par voie électronique.

Il s'agit principalement d'achats de fournitures (79% des achats).

Types d'achats réalisés par les entreprises wallonnes commandant par voie électronique.



Le total des achats en ligne est supérieurs à 100% parce que les entreprises effectuent souvent plusieurs types d'achats électroniques

La taille ne semble pas influencer significativement le type d'achats effectués par voie électronique.

Tout comme pour les commandes issues des ventes, les commandes relatives aux achats électroniques doivent encore trop souvent être encodées manuellement dans les logiciels de gestion.

En effet, **64%** des entreprises qui achètent par voie électronique n'ont pas automatisé le traitement de ce type de commandes.

En résumé, les entreprises wallonnes n'ont pas suffisamment automatisé le traitement des flux de commandes, qu'elles soient issues des ventes ou relatives aux achats.

Deux éléments supplémentaires renforcent cette affirmation :

- la faible présence de logiciels ERP qui permettent l'automatisation du traitement des commandes (11% des entreprises wallonnes);
- le faible pourcentage d'entreprises vendant en ligne : 10% des entreprises wallonnes (hors présence sur une plateforme commerciale) et, parmi celles-ci, seulement 23% recevant de véritables commandes électroniques.

FORMALITÉS ADMINISTRATIVES

Les entreprises doivent s'acquitter d'un grand nombre de formalités administratives dont une série de déclarations obligatoires que les pouvoirs publics encouragent à effectuer par voie électronique :

- les déclarations liées à la TVA des assujettis;
- l'ISOC (impôt des sociétés);
- la DIMONA en cas d'engagement de personnel;
- la déclaration ONSS.

51% des entreprises effectuent au moins une de ces déclarations obligatoires par voie électronique.

Ce chiffre est stable par rapport à 2015. Les entreprises employant 10 travailleurs et plus sont 82% à recourir au numérique pour s'acquitter de ces formalités administratives. L'influence de la taille sur le recours aux déclarations électroniques s'explique notamment, par la fréquence de ces déclarations qui sont d'autant plus nombreuses qu'il y a de personnel et de volume d'activité au sein de l'entreprise.

L'utilisation d'Internet pour répondre aux offres de marchés publics est en hausse par rapport à 2015. En effet, 38% (+15) des entreprises régionales ont répondu par voie électronique à au moins un marché public en 2017. **Cette augmentation est en partie imputable aux efforts des administrations pour privilégier les échanges dématérialisés avec les entreprises et les citoyens.**

NUMÉRISATION DES PROCESSUS MÉTIERS

La maîtrise des données et le partage des informations en temps réel sont des conditions essentielles de la réactivité de l'entreprise par rapport à son environnement. La numérisation des processus métiers permet d'éviter le fonctionnement en silos des départements, source de doublons et d'inefficacité.

C'est pourquoi les entreprises doivent investir dans des solutions logicielles qui permettent d'automatiser les processus métiers et de centraliser l'information.

Parmi les suites logicielles supportant les processus métiers, on retiendra principalement:

- L'ERP qui vient de l'anglais « Enterprise Ressource Planning » et qui se définit comme un groupe de logiciels reliés à une base de données unique. L'ERP est un progiciel qui permet de gérer l'ensemble des processus opérationnels d'une entreprise en intégrant plusieurs fonctions de gestion au sein d'un seul système.

- La GED (gestion électronique de documents) qui permet de maîtriser les flux documentaires et d'en assurer la traçabilité. Ce logiciel sert principalement à centraliser, indexer, stocker et archiver tous les documents produits et/ou utiles au bon fonctionnement de l'entreprise.

- Le CRM (customer relationship manager) regroupe l'ensemble des opérations de marketing et de support ayant pour but d'optimiser la relation client. Il permet aussi de gérer les équipes de vente (commissions, planning de visites, etc.).

- Le SCM (supply chain manager) sert à gérer l'ensemble des ressources qui entrent dans un processus de fabrication d'un produit depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à la livraison du produit fini en passant par son entreposage.

Le tableau suivant montre que ces logiciels restent trop peu présents au sein des entreprises wallonnes (environ 10% en moyenne). De plus, en tenant compte de la marge d'erreur de 2%, on voit que la présence des outils a très peu évolué depuis 2013.

LOGICIELS MÉTIERS	2017	2017 ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS	2015	2013
ERP	10%	**46%**	13%	11%
GED	10%	21%	Non demandé	Non demandé
CRM	13%	**40%**	15%	11%
SCM	11%	**38%**	11%	10%
EDI	4%	14%	4%	6%

Présence de logiciels métiers au sein des entreprises wallonnes dans leur ensemble

L'effet de la taille de l'entreprise est manifeste sur la mise en place des logiciels métiers. Cela n'a rien d'étonnant dans la mesure où la mise en oeuvre de ces logiciels suppose des coûts importants et une réforme des méthodes de travail qui sont d'autant plus rentables que les volumes de données et le nombre d'intervenants dans la chaîne de valeur sont élevés.



La majorité des entreprises wallonnes étant des TPE, elles n'ont pas réellement l'utilité de tels logiciels sauf à traiter avec de gros donneurs d'ordre qui leur imposent des échanges structurés.

SECTEURS	ERP	GED	CRM	SCM	EDI
Finance	20%	20%	25%	8%	15%
Garages	19%	12%	25%	34%	6%
Santé	17%	24%	19%	19%	9%
Secteur du numérique	13%	15%	21%	8%	5%
Distribution	12%	14%	18%	18%	6%
Construction	12%	12%	8%	9%	6%
Industries lourdes	11%	8%	12%	15%	12%
Autres industries (chimie, métallurgie, plastique, agro-alimentaire, etc.)	9%	10%	7%	16%	13%
Services aux entreprises	8%	8%	13%	5%	2%
Immobilier	8%	10%	12%		3%
Commerce de détail	7%	4%	9%	6%	3%
Transports	6%	17%	14%	15%	4%
Horeca	5%	1%	4%	4%	1%
Agriculture	5%	6%	10%	7%	1%
Total	**10%**	**10%**	**13%**	**11%**	**4%**

Présence de logiciels métiers par secteur au sein des entreprises wallonnes dans leur ensemble

Au niveau sectoriel, la présence des logiciels métiers varie sensiblement d'un secteur à l'autre. Trois groupes de secteurs, avec une utilisation comparable de ces technologies, peuvent être identifiés.

Dans le premier groupe, quatre secteurs ont une utilisation des progiciels métiers systématiquement plus intensive que la moyenne des entreprises :

1. la finance;
2. les garages;
3. la santé;
4. le secteur du numérique.

La finance et la santé ont comme point commun de traiter un grand nombre de données à caractère confidentiel, ce qui nécessite l'automatisation des processus et la centralisation des données ainsi que leur sécurisation. De plus, la santé est l'un des quatre secteurs de l'économie régionale qui concentre le plus grand nombre d'entreprises employant 10 travailleurs. Or, la présence de logiciels métiers est fortement impactée par la taille des entreprises. Le secteur du numérique est par nature le plus technophile de tous les secteurs, ce qui explique des taux importants d'usage de tous les types de logiciels métiers.

Dans le deuxième groupe de secteurs qui utilisent intensivement certains types de logiciels plutôt que d'autres, on trouve en bonne place les industries lourdes et les autres industries, qui ont une utilisation plus intensive que la moyenne des logiciels de supply chain management et d'EDI. Cela s'explique par les liaisons automatisées plus répandues avec les fournisseurs de ces secteurs. On retiendra aussi l'utilisation particulièrement forte de logiciels de supply chain management au sein des garages qui ont complètement automatisé leur approvisionnement en pièces de rechange.

Le troisième groupe est composé des secteurs les moins technophiles (agriculture, Horeca et commerce de détail) qui utilisent moins les logiciels non seulement, en raison de la taille des entreprises mais aussi de la nature des activités qui se prête moins facilement à l'automatisation des processus de travail.

PARTENARIATS D'AFFAIRES

La digitalisation de l'économie a un impact profond sur les relations d'affaires. Il est de plus en plus important pour les entreprises de nouer des partenariats et d'évoluer au sein d'écosystèmes économiques plutôt que de rester isolées sur leur marché.

Il est également de plus en plus fréquent que des entreprises dont les activités sont complémentaires s'associent sur des projets même de façon temporaire.

Ce sont principalement les entreprise employant plus de 10 travailleurs qui nouent plus régulièrement des partenariats même si les TPE sont en progrès dans ce domaine.

28% des entreprises revendiquent des partenariats d'affaires (46% des entreprises employant 10 travailleurs et plus), c'est 6 points de mieux qu'en 2015. Les partenaires sont d'abord ceux de l'espace national puisque 9 entreprises sur 10, qui ont noués des partenariats, l'on fait, notamment, avec des acteurs belges. Les partenariats avec l'étranger sont aussi très réguliers, surtout avec les entreprises des pays frontaliers.

LIEUX DES PARTENARIATS D'AFFAIRES	TAUX 2017	TAUX 2017 DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Belgique	90%	93%
France	24%	29%
Autres pays de l'Union	14%	12%
Allemagne	13%	15%
Pays-Bas	9%	13%
Luxembourg	6%	11%
Etats-unis	6%	6%
Royaume-uni	5%	8%
Afrique	4%	3%
Asie	4%	5%
Océanie	2%	2%

Localisation des partenaires d'affaires des 28% d'entreprises régionales ayant noués des partenariats. Le total est supérieur à 100% puisque les entreprises peuvent avoir des partenariats multiples au sein de pays différents

Les taux sont relativement indépendants de la taille sauf pour les entreprises employant plus de 10 travailleurs qui revendiquent davantage de partenariats au Luxembourg et au Royaume-Uni que les plus petites structures.

Les partenariats inter-entreprises varient d'un secteur à l'autre avec des taux nettement supérieurs à la moyenne (28%) au sein du secteur du numérique (43%), des garages (38%), des services aux entreprises (35%) et des transports (32%).

SECTEURS	TAUX DE PARTENARIATS D'AFFAIRES EN 2017
Secteur du numérique	43%
Garages	38%
Services aux entreprises	35%
Distribution	34%
Transports	32%
Industries lourdes	32%
Autres industries	31%
Immobilier	28%
Finance	24%
Construction	24%
Commerce de détail	24%
Agriculture	24%
Horeca	21%
Santé	17%
Total	**28%**

Taux de partenariats d'affaires par secteur au sein des entreprises wallonnes dans leur ensemble

Le taux important de partenariats d'affaires au sein des garages est imputable à la structure en réseau typique de ce secteur. En effet, les petits garages indépendants multi-marques n'existent pratiquement plus. A côté des réseaux de concessionnaires, on trouve maintenant des réseaux de garages de services multi-marques tels que Midas, Auto5, etc. Au sein des transports, la mutualisation de camions et de chauffeurs est devenue monnaie courante, ce qui explique que ce secteur soit, lui aussi, au-dessus de la moyenne en termes de liens avec d'autres entreprises.

E-BUSINESS

Lorsque des entreprises mettent en oeuvre des partenariats réguliers et durables, il s'avère souvent intéressant d'établir des liaisons informatisées avec ces partenaires pour travailler en flux tendu et/ou en réseau. C'est ce que l'on appelle communément l'e-business. Ici, il est estimé sur base de la présence des VPN (Virtual Private Network), des extranets et de la mise en oeuvre de l'EDI.

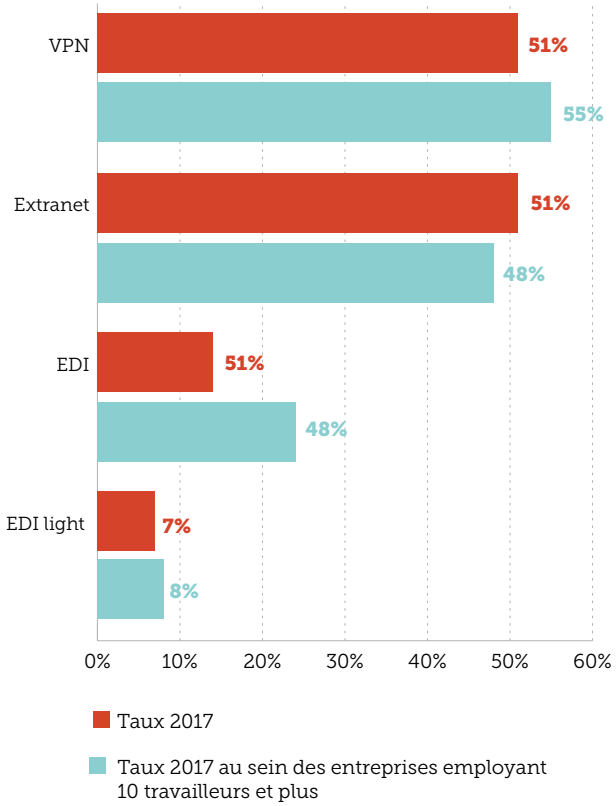
Les entreprises wallonnes sont en progrès pour l'e-business puisque les liaisons informatisées avec d'autres entreprises passent de

12% à 15% par rapport au dernier baromètre.

Au sein des grandes entreprises (10 travailleurs et plus), le taux d'interconnexion reste stable, aux alentours de 34%.

L'augmentation des partenariats et des interconnexions informatisées au sein des entreprises wallonnes est encourageante car elle laisse penser que nos entreprises sortent doucement de leur isolement.

Types de connexions informatisées entre les 15% d'entreprises pratiquant l'e-business



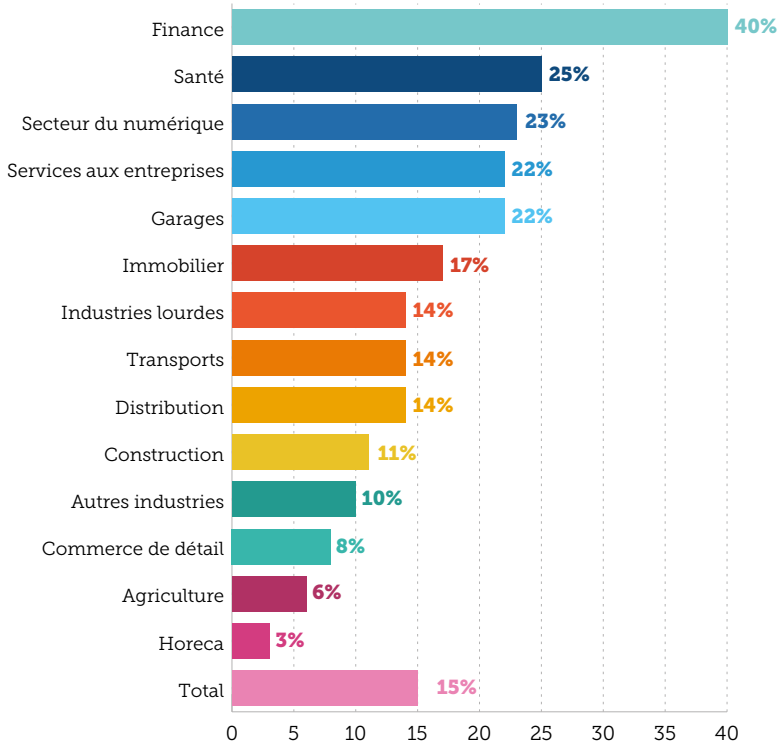
En matière de choix de technologie d'interconnexion, seul l'EDI vrai est fortement impacté par la taille de l'entreprise.

Au niveau sectoriel, la finance se distingue avec 40% 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, tous secteurs d'activité confondus.

Le secteur de la santé est lui aussi au-dessus de la moyenne avec un taux de 25% d'entreprises pratiquant l'e-business pour des raisons comparables à la finance.

Viennent ensuite, le secteur du numérique (23%) et le secteur des services aux entreprises (22%) qui sont par nature plus technophiles et identifient mieux la valeur ajoutée du traitement intégré des données.

Taux de connexions informatisées entre entreprises par secteur sur l'ensemble des entreprises wallonnes



On notera aussi la cinquième place du secteur des garages à égalité avec les services aux entreprises en raison de sa structure en réseau (concessionnaires et garages multimarques), comme évoqué plus haut.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET RÉALITÉ AUGMENTÉE

L'AdN a, cette année, demandé pour la première fois aux entreprises wallonnes quels usages elles font de l'intelligence artificielle et de la réalité augmentée, technologies qui sont souvent citées comme ayant un potentiel important dans le cadre de la digitalisation des processus métiers.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

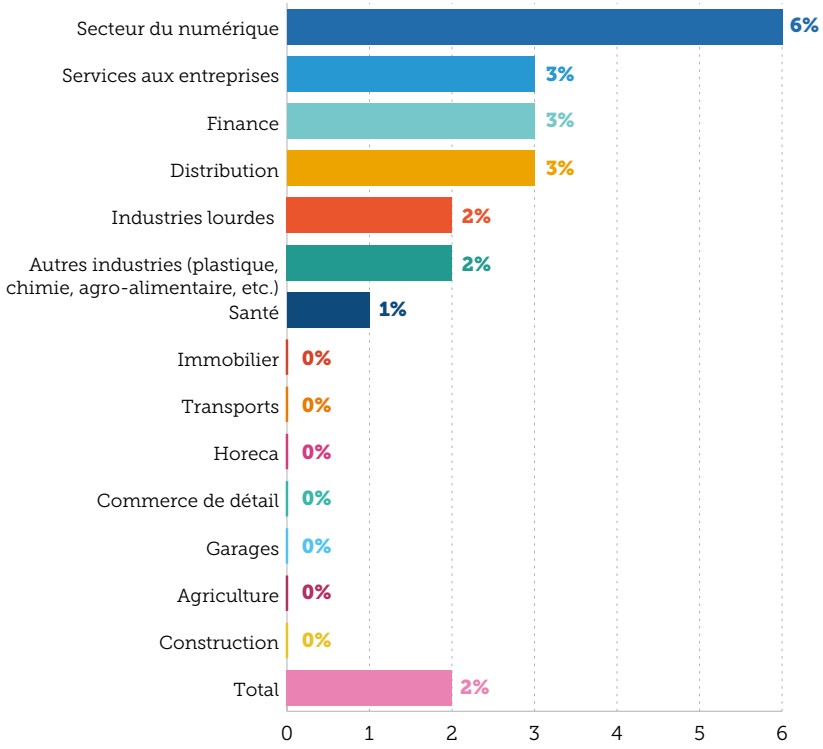
L'intelligence artificielle, souvent abrégée avec le sigle IA, est définie par l'un de ses créateurs, Marvin Lee Minsky, comme : *"la construction de programmes informatiques qui s'adonnent à des tâches pour l'instant accomplies de façon plus satisfaisante par des êtres humains car elles demandent des processus mentaux de haut niveau tels que : l'apprentissage perceptif (essais-erreurs-corrections-améliorations), l'organisation de la mémoire et le raisonnement critique."*

L'intelligence artificielle est encore très peu répandue dans notre paysage économique. 2% des entreprises régionales utilisent déjà ce type de programmes, tandis que 3% disent avoir l'intention d'en utiliser d'ici 2020.

La taille de l'entreprise n'a aucun effet sur l'usage ou les projets d'usage de l'intelligence artificielle.

Au niveau sectoriel, par contre, on observe assez logiquement de fortes disparités dans l'usage de l'IA. Elle est absente de secteurs tels que l'agriculture, l'immobilier, les transports, etc., tandis que le secteur du numérique affiche déjà 6% d'entreprises utilisatrices.

Usage de l'intelligence artificielle sur l'ensemble des entreprises wallonnes



RÉALITÉ AUGMENTÉE

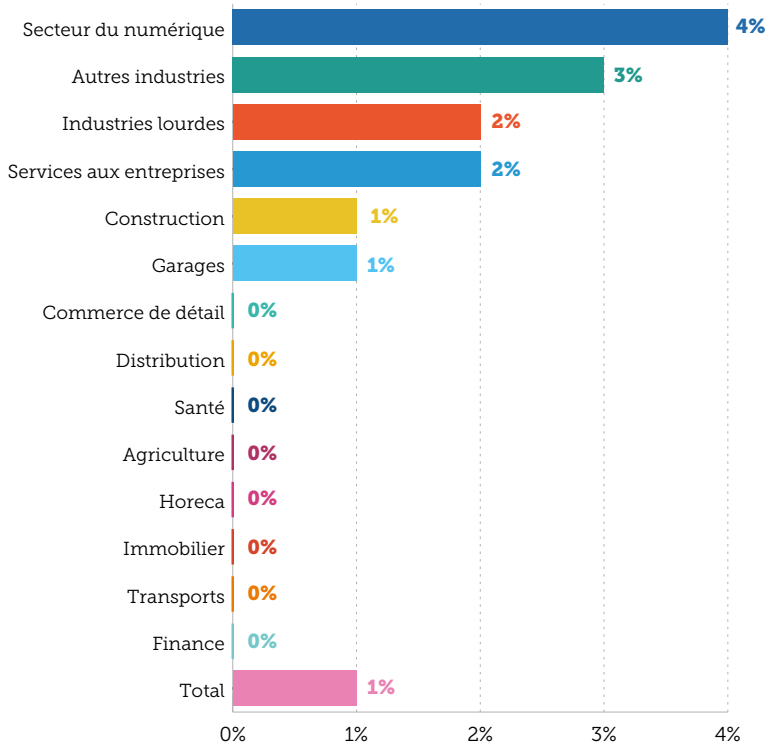
La réalité augmentée est l'intégration en temps réel d'informations numériques à l'environnement de l'utilisateur via des lunettes connectées par exemple, ou autre terminal. Contrairement à la réalité virtuelle, qui crée un environnement numérique totalement artificiel, la réalité augmentée utilise l'environnement existant et y ajoute de nouvelles informations (images, sons, etc.) qui aident l'utilisateur à réaliser une tâche de manière plus performante et rapide. Ainsi, des plans en 3 dimensions peuvent guider plus efficacement le travail des opérateurs sur certaines chaînes de montage.

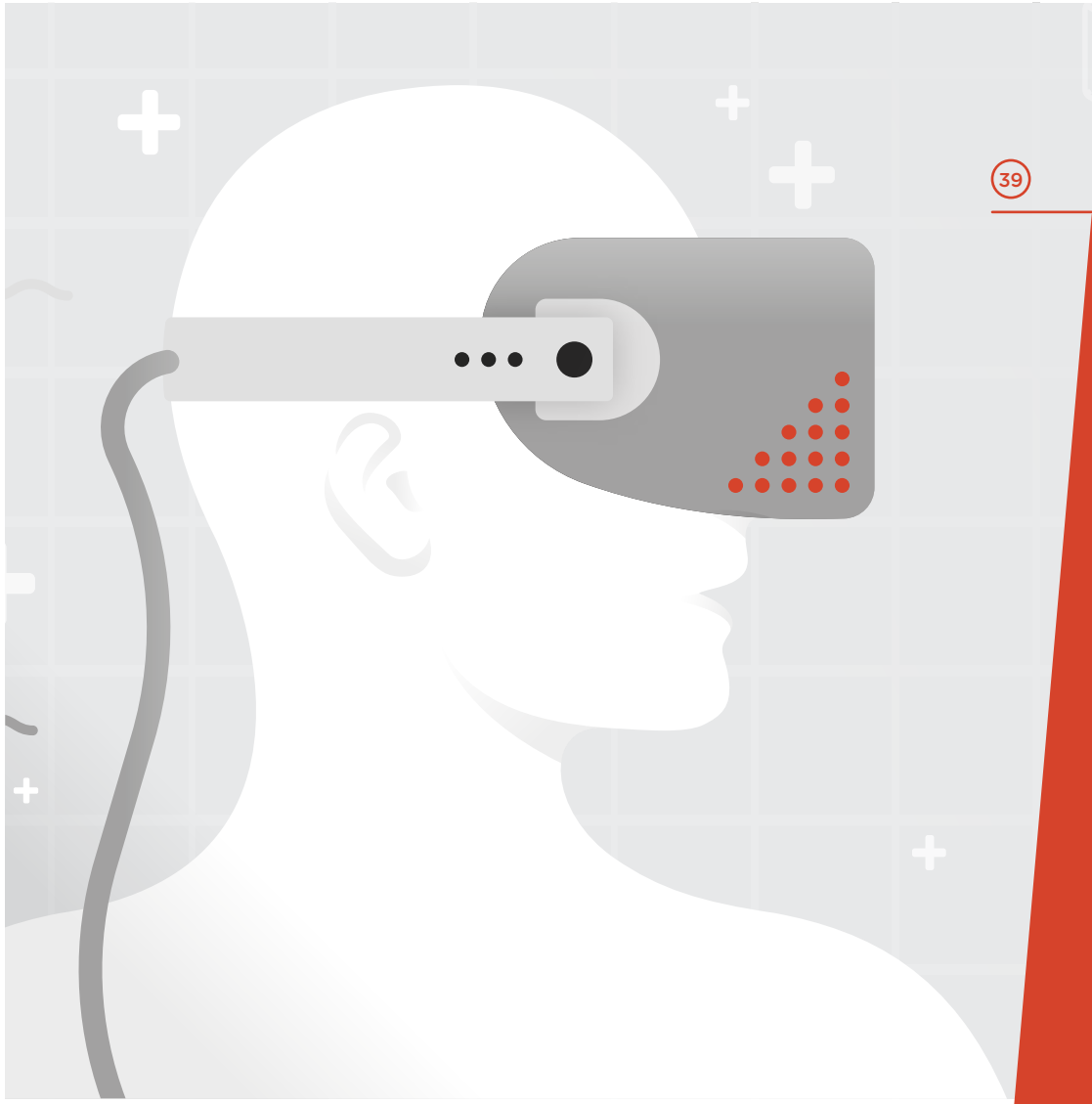
En ce qui concerne la réalité augmentée, à peine 1% des entreprises régionales affirment déjà s'en servir.

Tout comme pour l'intelligence artificielle, il n'y a pas de différence significative d'adoption selon la taille des entreprises.

Au niveau sectoriel, c'est le secteur du numérique qui se distingue avec 4% d'entreprises utilisatrices (11% des entreprises numériques employant 10 travailleurs et plus). L'usage de réalité augmentée au sien des autres secteurs est relativement anecdotique.

Usage de la réalité augmentée sur l'ensemble des entreprises wallonnes





4

DIGITALISATION DE LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

7 internautes belges sur 10 achètent en ligne (source : Baromètre de la société de l'information 2017 du SPF Economie). Le cap des 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires de l'e-commerce a été franchi en Belgique en 2017 (source : BeCommerce). Le commerce en ligne est chaque année en progression et le numérique transforme profondément le comportement des consommateurs, y compris lorsque l'achat s'effectue finalement dans un commerce physique. Il importe donc de savoir si les entreprises wallonnes tirent profit de cette croissance et adaptent leur stratégie commerciale pour tirer parti de ces opportunités.

DIGITALISATION DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE

Le concept de "digital marketing" n'est pas encore familier pour toutes les sociétés interrogées dans le cadre du baromètre.

En effet, à peine 16% d'entre elles déclarent qu'elles mettent en oeuvre au moins un canal de "digital marketing".

Pourtant, elles sont

41% (+1) à posséder un site web (80% au sein des 10 et plus)

et **47%** (+7) sont présentes sur les réseaux sociaux.

Nos entreprises exploitent donc davantage le "digital marketing" qu'elles ne le pensent mais, malheureusement, sans intégration systématique du numérique dans la stratégie commerciale.

FONCTIONNALITÉS DES SITES WEB

58% des entreprises dotées d'un site web déclarent que ce dernier a pour seule vocation d'informer les clients et les prospects.

Les entreprises employant 10 travailleurs et plus ne font guère mieux avec un taux de 59%.

Informer les clients est évidemment important mais, dans le cadre d'une économie toujours plus digitalisée, on ne saurait trop conseiller à nos entreprises d'avoir un site dynamique et transactionnel proposant une interactivité maximale avec les internautes. Concernant ces fonctionnalités, les plus fréquentes sont la présentation d'un catalogue des produits/services, la réalisation d'un devis ou d'une simulation de prix, la commande de produits/services, le service après-vente aux clients et la collecte d'avis consommateurs.

FONCTIONNALITÉS DES SITES WEB DES ENTREPRISES WALLONNES	TAUX 2017	TAUX 2017 AU SEIN DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Catalogue des produits/services	**64%**	62%
Devis ou simulation de prix	16%	15%
Commande de produits/services	13%	13%
Service après-vente aux clients	12%	6%
Collecte d'avis	11%	10%
Support aux fournisseurs et distributeurs via extranet	4%	6%
Suivi de commandes (tracking)	3%	3%
Personnalisation de produits	3%	4%
Tickets, bons de réduction, etc.	1%	2%

Fonctionnalités présentes sur les sites web des entreprises wallonnes au sein des entreprises dotées d'un site, soit 41% de la population de référence

La liste des fonctionnalités ne saurait être exhaustive et 13% des répondants disposant d'un site indiquent proposer d'autres services tels que le téléchargement de programmes, des conseils en ligne, etc. A l'inverse, 45% des sites ne signalent aucune des fonctionnalités ci-dessus et sont donc essentiellement statiques et informatifs.

Hormis le service après-vente, dont la présence double sur les sites des entreprises de dix travailleurs et plus, les fonctionnalités présentes sur les sites web sont peu impactées par l'effet de taille.

Au niveau sectoriel, par contre, la présence de multiples fonctionnalités n'est pas cantonnée à un groupe de secteurs technophiles (services aux entreprises, secteur du numérique, finance, etc.) comme habituellement mais que, selon la fonctionnalité envisagée, des groupes de secteurs différents affichent des taux supérieurs à la moyenne:

1. Catalogue des produits et services : Horeca (85%), distribution (81%), immobilier (81%), finance (66%).
2. Devis ou simulation de prix : transports (45%), garages (29%), distribution (29%), industries lourdes (23%) et Horeca (20%).
3. Commande des produits/services : distribution (25%), commerce de détail (20%), transports (19%), autres industries (16%).
4. Service après-vente : immobilier (33%), garages (27%), construction (23%), commerce de détail (17%).
5. Collecte d'avis : immobilier (34%), garages (27%), Horeca (19%), santé (19%), construction (16%).
6. Support aux fournisseurs et distributeurs via extranet : santé (19%), distribution (15%), industries lourdes (9%).
7. Personnalisation de produits : transports (12%), construction (9%), secteur du numérique (6%).
8. Tickets, bons de réduction, etc. : secteur du numérique (4%) et commerce de détail (3%).

La nature de l'activité principale a donc une influence significative sur les fonctionnalités que proposent les sites web des entreprises.

SUIVI ET AMÉLIORATION DES PERFORMANCES COMMERCIALES DU SITE WEB

67% des entreprises wallonnes dotées d'un site web ne font aucune analyse de la visibilité et des performances de ce dernier.

Au sein des entreprises de 10 travailleurs et plus, le taux redescend seulement à 64%. Ces résultats sont très insatisfaisants car toute entreprise ayant un site web, fusse-t-il uniquement informatif, doit au moins vérifier la visibilité de celui-ci dans les moteurs de recherche (référencement).

D'autre part, les entreprises qui réalisent un suivi des performances de leur site se concentrent principalement sur le suivi du nombre de visiteurs et de pages vues, ainsi que sur l'amélioration du référencement naturel du site.

SUIVI DE LA VISIBILITÉ ET DES PERFORMANCES DU SITE WEB	TAUX 2017	TAUX 2017 AU SEIN DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Suivi du nombre de visiteurs et de pages vues	23%	27%
Vérification/amélioration du référencement naturel du site	19%	19%
Suivi des sites qui renvoient vers le site de l'entreprise	6%	7%
Campagnes Adwords	6%	9%
Profilage des internautes qui visitent le site	6%	8%
Mesure du taux de conversion des clics	5%	10%
Suivi du taux de commandes en provenance du site	3%	5%

Mesure des performances et de la visibilité du site web réalisées par les entreprises dotées d'un site, soit 41% de la population de référence

L'effet de taille est ici aussi assez peu significatif. Il se manifeste uniquement au niveau de la mesure du taux de conversion de clics qui double sur les sites des entreprises employant 10 travailleurs et plus. Vient ensuite, le recours à la publicité payante qui passe de 6 à 9% au sein des plus grandes structures. Enfin, on voit que le profilage des internautes et le suivi des commandes en provenance du site augmentent de 2 points avec la taille mais il faut rester prudent par rapport à ces 2 derniers chiffres car ils sont à la limite de la marge d'erreur.

La mesure des performances commerciales du site web est souvent citée comme un indicateur important de l'intégration de ce dernier dans une stratégie commerciale digitalisée. Par conséquent, l'absence de suivi des performances du site met en évidence les secteurs qui n'intègrent pas suffisamment le site web dans leur politique commerciale.

En mesurant l'absence de suivi des performances des sites web par secteur, on pourrait s'attendre à retrouver les secteurs les moins technophiles de l'économie régionale en tête de classement. Pourtant, il n'en n'est rien, ce sont les garages (82%) et les transports (78%) qui effectuent le moins ce type de mesures. L'explication est à chercher du côté des architectures d'entreprises de ces secteurs. En effet, les garagistes et les transporteurs travaillent en réseau et il n'est pas rare que les sites web soient gérés de façon centrale au niveau des maisons mères ou des marques elles-mêmes. On observe le même phénomène mais dans une moindre mesure au sein du secteur de la finance pourtant très technophile, qui affiche lui-aussi un taux d'absence de suivi des performances commerciales des sites web de 72%. Le cas de la santé (77%) est particulier puisque ce secteur affiche un taux de sites web très bas en raison de l'interdiction légale de pratiquer la médecine et de vendre des médicaments en ligne. Il n'est dès lors pas anormal que les sites web de la santé soient avant tout informatifs et ne nécessitent pas de mesure de performance.

SECTEURS	AUCUNE ANALYSE DES PERFORMANCES DU SITE WEB DE L'ENTREPRISE
Garages	82%
Transports	78%
Agriculture	77%
Santé	77%
Commerce de détail	76%
Finance	72%
Distribution	72%
Industries lourdes	72%
Autres industries	71%
Horeca	63%
Services aux entreprises	59%
Immobilier	58%
Construction	57%
Numérique et médias	54%
Total	**67%**

Taux d'absence de suivi des performances commerciales du site web par secteur au sein des entreprises régionales dotées d'un site, soit 41% de la population de référence

Ces taux faibles de suivi des sites sont également à mettre en rapport avec la faible part moyenne de chiffre d'affaires associée à ceux-ci. En effet, 79% des entreprises dotées d'un site associent moins de 10% de leur chiffre d'affaires à ce dernier. De plus, 40% sont convaincues que ce chiffre d'affaires ne grandira pas d'ici 2020. Ces taux constituent des preuves flagrantes du manque d'intégration de site web dans la stratégie marketing des entreprises régionales.

ADAPTATION DES SITES WEB AUX TERMINAUX MOBILES

En Wallonie comme ailleurs, les entreprises comptent chaque jour davantage de terminaux mobiles dans leur équipement mobile. Il a été montré que 77% des entreprises disposent d'au moins un smartphone, tandis que 41% possèdent au moins une tablette. Par ailleurs, 62% des citoyens belges possèdent un smartphone (source : baromètre de la société de l'information 2017 du SPF Economie). Enfin, 33% des achats en e-commerce se font désormais via smartphones (source : Digital Media Belgium, 2017). Ces chiffres montrent toute l'importance d'intégrer la prise en charge active des terminaux mobiles dans la stratégie commerciale de l'entreprise en veillant à proposer un passage "fluide" entre les différents terminaux utilisés par les consommateurs.

Il est donc opportun de se demander dans quelle mesure les sites web de nos entreprises sont adaptés aux terminaux mobiles. La réponse est relativement décevante dans la mesure où

moins de la moitié **(46%)** des entreprises dotées d'un site web ont pris des dispositions pour faciliter la navigation des smartphones et tablettes.

Concrètement, 11% d'entreprises ont développé une application mobile spécifique, auxquelles s'ajoutent 35% d'entreprises qui déclarent que leur site est adapté aux terminaux mobiles (responsive design).

La taille de l'entreprise n'influence guère cet indicateur. Seule la présence d'une application spécifique augmente de 11 à 14% au sein des structures employant 10 travailleurs et plus.

Enfin, 6% des entreprises régionales affirment faire du commerce mobile, notamment au travers de publicités contenant des QR-codes. Lorsqu'on restreint l'analyse aux entreprises dotées d'un site, le taux grimpe à 11%. Ces constats montrent que nos entreprises, le plus souvent, en sont encore aux balbutiements du m-commerce.

ÂGE ET FRÉQUENCE DES MISES À JOUR DES SITES WEB

On a vu que le taux de site web avait évolué d'à peine un point par rapport à 2015. Le taux de sites âgés de moins d'un an est donc un bon indicateur de renouvellement des sites existants. Là encore, on découvre une nouvelle preuve de l'aspect statique des sites web des entreprise régionales. En effet, 44% d'entre eux ont plus de trois ans dans leur forme actuelle. La place désormais dominante des smartphones et les exigences toujours plus fortes en matière d'interactivité et de personnalisation devraient obliger les entreprises à adapter leur site au moins une année sur deux. On en est loin, puisqu'à 18% seulement des sites ont moins d'un an.

ÂGE MOYEN DES SITES WEB DANS LEUR FORME ACTUELLE	TAUX 2017	TAUX 2017 AU SEIN DES ENTREPRISES DE 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Moins d'un an	18%	18%
Entre 1 et 3 ans	38%	42%
Plus de trois ans	**44%**	41%

Age moyen des sites web des entreprises wallonnes dans leur forme actuelle

La taille de l'entreprise n'a pas un impact significatif sur l'âge moyen des sites si ce n'est qu'il y a un peu moins de sites âgés de plus de trois ans au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus.

D'un point de vue sectoriel, les industries, le commerce de détail, l'horeca et le secteur du numérique se distinguent par un taux de sites âgés de moins d'un an au-dessus de la moyenne de 18%.

SECTEURS	TAUX 2017 DE SITES WEB ÂGÉS DE MOINS D'UN AN DANS LEUR FORME ACTUELLE
Autres industries (bois, chimie, plastique, agro-alimentaire, etc.)	24%
Commerce de détail	23%
Industries lourdes	21%
Santé	22%
Horeca	21%
Secteur du numérique	21%
Services aux entreprises	19%
Agriculture	18%
Garages	17%
Construction	15%
immobilier	14%
Transports	13%
Finance	8%
Distribution	3%
Total	**18%**

Taux de sites web âgés de moins d'un an dans leur forme actuelle, par secteur au sein des entreprises dotées d'un site, soit 41% de la population de référence

La fréquence des mises à jour des sites web corrobore les résultats inquiétants relatifs à l'âge moyen des sites. En effet, 35% des sites sont mis à jour seulement une fois par an.

FRÉQUENCE DES MISES À JOUR DES SITES WEB	TAUX 2017	TAUX 2017 AU SIEN DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Quotidiennement	5%	7%
Une fois par semaine	9%	13%
Une fois par mois	25%	26%
Une fois par an	**35%**	27%
Jamais	16%	9%
Ne sait pas	11%	18%

Fréquence des mises à jour des sites web des entreprises wallonnes

La fréquence des mises à jour est légèrement meilleure dans les entreprises employant 10 travailleurs et plus.



Dans certains secteurs, le site web n'est pas rénové fréquemment mais, par contre, il bénéficie de mises à jours assez fréquentes : c'est notamment les cas des garages, de l'immobilier ou encore de l'agriculture. Il faut probablement y voir la marque d'un renouvellement plus régulier des offres (nouveaux biens, produits frais, ...) qui, dans d'autres secteurs, sont soit moins nécessaires, soit mieux intégrées avec la back-office.

SECTEURS	TAUX 2017 DE MISES À JOUR QUOTIDIENNES OU HEBDOMADAIRES DES SITES WEB
Immobilier	49%
Garages	30%
Agriculture	19%
Santé	19%
Finance	14%
Commerce de détail	13%
Distribution	12%
Secteur du numérique	11%
Autres industries	10%
Services aux entreprises	9%
Construction	8%
Horeca	8%
Transports	6%
Industries lourdes	4%
Total	**14%**

Fréquence des mises à jour, quotidiennes ou hebdomadaires, des sites web par secteur

On peut conclure ce volet relatif aux sites web en soulignant que la fréquence des mises à jour des sites, leur interactivité et la richesse de leurs fonctionnalités sont des domaines où les entreprises wallonnes peuvent encore largement progresser, sans nécessairement investir dans un nouveau site. Un effort de sensibilisation des dirigeants de PME à cet égard reste nécessaire.

VENTE EN LIGNE

En Wallonie, seulement

11% des entreprises déclarent vendre en ligne.

Il convient d'y ajouter 2% d'entreprises présentes sur des plateformes d'e-commerce (Amazon, Ebay, Auctélia, Assuralia, etc.), soit un total de 13%, chiffre comparable à 2015 (15%) compte tenu de la marge d'erreur de 2%. Le taux de vente en ligne, hors plateforme e-commerce, atteint 17% au sein des entreprises employant 10 travailleurs et plus.

Il y a trois raisons principales à ce faible taux de vente en ligne qui continue à stagner :

1. L'importance du B2B dans l'économie wallonne. En effet, les services aux entreprises sont un des deux plus gros secteurs de l'économie régionale en termes de nombre d'entreprises (17%). On peut également ajouter à cela que 65% des start-ups du secteur du numérique sont elles aussi positionnées dans le secteur des produits et services aux entreprises.

2. La petite taille des entreprises wallonnes : 95% des entreprises régionales emploient de 0 à 4 travailleurs.

3. Le caractère peu technophile des principaux secteurs de l'économie wallonne : trois des 5 secteurs dominants en termes de nombre d'entreprises (commerce de détail : 17%, construction : 12% et agriculture : 9%) sont par nature moins technophiles et ne tirent donc pas encore suffisamment parti des opportunités du numérique et plus particulièrement de la vente en ligne.

Les publics cibles de la vente en ligne en wallonie sont multiples avec une légère prédominance du B2C.

PUBLICS CIBLES DE LA VENTE EN LIGNE	TAUX 2017	TAUX 2017 AU SEIN DES ENTREPRISES DE 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Les particuliers (B2C)	73%	18%
Les entreprises	66%	42%
Le secteur public, associatif et non marchand	20%	41%

Publics cibles des e-commerçants wallons, soit 11% de la population de référence

Les entreprises wallonnes qui vendent en ligne s'adressent souvent à plusieurs cibles à la fois. Ainsi, 42% des e-commerçants vendent à la fois aux particuliers et aux entreprises, 31% se concentrent sur les particuliers uniquement et 24% sur les entreprises, les 3% restant se concentrant exclusivement sur le secteur public, associatif et non marchand.

Par ailleurs, certains types de biens vendus par voie électronique s'adressent aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises et 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 moins d'1% dans la santé à 20% dans le commerce de détail. Ces deux extrêmes peuvent d'emblée être relativisées dans la mesure où la santé fait l'objet d'une interdiction légale de pratiquer l'e-commerce, tandis que le commerce de détail voit son taux de vente en ligne boosté par les nombreuses plateformes de vente telles que 2ememain.be, NewPharma, Autoscout24, BlaBlacar, Topino, etc. Idem en ce qui concerne le secteur de la distribution qui profite du succès de la formule "commande en ligne et enlèvement en magasin".

SECTEURS	TAUX 2017
Commerce	20%
Horeca	18%
Finance	18%
Garages	17%
Distribution	17%
Transports	16%
Secteur du numérique	16%
Autres industries	13%
Services aux entreprises	13%
Immobilier	12%
Industries lourdes	9%
Agriculture	9%
Construction	8%
Santé	< 1%
Total	**11%**

Taux de vendeurs en ligne par secteur au sein des entreprises régionales pratiquant l'e-commerce, soit 11% de la population de référence

Pour comprendre l'écart entre la forte croissance du chiffre d'affaires de l'e-commerce en Belgique et le faible taux de vente en ligne affiché par les entreprises wallonnes, il faut rappeler qu'une grande partie de ce chiffre d'affaires est générée par des poids lourds de l'e-commerce, peu nombreux et opérant depuis l'étranger.

BIENS ET SERVICES VENDUS PAR VOIE ÉLECTRONIQUE

Les biens de consommation courants, les biens et services aux entreprises, ainsi que les services de conseil sont les trois principaux types de biens et services vendus par voie électronique par les e-commerçants wallons.

BIENS ET SERVICES VENDUS PAR VOIE ÉLECTRONIQUE	TAUX GLOBAL 2017	TAUX GLOBAL 2017 AU SEIN DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
Biens de consommation courants (meubles, nourriture, outils, vêtements, etc.)	**51%**	56%
Biens et services intermédiaires destinés à d'autres entreprises	**24%**	30%
Services de conseil, consultance et publicité	**17%**	6%
Logiciels et services informatiques	8%	7%
Appareils informatiques et multimédias hors électros	8%	2%
Réservations de loisirs, restaurants, hôtels et voyages	7%	5%
Produits et services financiers	5%	2%
Biens culturels (livres, musique, presse, etc.)	3%	3%
Services d'impression numériques	2%	2%
Billeterie, ticketing, coupons, etc.	1%	4%

Biens et services vendus par les e-commerçants wallons soit 11% de la population de référence. Le total est supérieur à 100% car les e-commerçants peuvent vendre simultanément plusieurs catégories de biens.

MOYENS DE PAIEMENT ET DE LIVRAISON PROPOSÉS SUR LES SITES

Un peu plus de la moitié des sites (**61%**) des entreprises wallonnes vendant en ligne proposent au moins un moyen de paiement.

La plupart du temps, plusieurs types de paiement sont disponibles sur ces sites, y compris non électroniques (virement bancaire ou paiement au comptant à la livraison). Lorsque des paiements électroniques sont proposés, on retrouve souvent les trois mêmes types de solutions dans des proportions comparables:

1. Cartes de crédit (**37%**);
2. Cartes de débit (**28%**);
3. PayPal, PayMill ou autres (**32%**).

Ces chiffres sont à mettre en rapport avec le fait que seulement 35% 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.

Au niveau de la livraison, 58% des sites d'entreprises vendant en ligne offrent des options de livraison aux e-acheteurs. Les choix de moyens de livraison sont souvent multiples avec une prédominance de la livraison par la poste et les transporteurs spécialisés.

OPTIONS DE LIVRAISON PROPOSÉES SUR LES SITES DES ENTREPRISES WALLONNES VENDANT EN LIGNE	TAUX 2017
Livraison par la poste	35%
Livraison via transporteurs spécialisés tels que TNT, Fedex, DHL, etc.	29%
Enlèvement de la commande en magasin	25%
Téléchargement ou impression	12%
Livraison dans un point relais (Kiala par exemple)	8%
Pas de moyen de livraison proposé sur le site	**42%**

Options de livraison proposées sur les sites des entreprises wallonnes vendant en ligne, soit 11% de la population de référence. Les totaux sont supérieurs à 100% car les entreprises vendant en ligne peuvent proposer plusieurs options de livraison sur leur site web

FREINS À L'E-COMMERCE

Lorsqu'on demande aux entreprises, qui ne vendent pas en ligne, quelles sont les raisons qui les empêchent de suivre la tendance de l'e-commerce, les obstacles invoqués restent parfois surprenants.

FREINS À L'E-COMMERCE	TAUX GLOBAL 2017	TAUX 2017 AU SEIN DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS
L'entreprise ne veut pas accroître sa visibilité en vendant en ligne	**65%**	52%
Coût trop élevé d'un bon site de vente	17%	14%
Produits de l'entreprise sur mesure ou périssables	13%	23%
Problèmes de gestion liés à la vente en ligne (gestion des stocks, entreposage, transport, livraison et gestion des retours)	5%	10%
Contraintes légales liées à l'e-commerce	4%	5%
Manque de confiance dans les paiements électroniques	2%	4%
Difficultés à trouver des partenaires pour monter un projet e-commerce	2%	3%
Concurrence entre les magasins physiques (distributeurs) et la vente en ligne	1%	3%

Ces réponses sont interpellantes. Elles démontrent un manque d'ambition, résultant probablement d'un manque de compétences en gestion et en e-business en particulier, de la part de beaucoup de dirigeants wallons.

En effet, ne pas souhaiter accroître la visibilité d'une entreprise revient, d'une certaine façon, à s'opposer à sa croissance. La peur de croître est liée à la nécessité d'engager du personnel supplémentaire, voire de consentir de nouveaux investissements pour monter en puissance dans l'activité. Ces choix peuvent être lourds de conséquences si la demande ne suit pas. On peut donc comprendre que les entreprises de petite taille soient frileuses par rapport à la croissance mais, néanmoins, celle-ci est indispensable dans une économie concurrentielle, mondialisée et surtout digitalisée.

Par ailleurs, lorsque ces entreprises invoquent la fabrication de produits sur mesure comme obstacle à la vente en ligne, elles montrent un manque de connaissance des opportunités de personnalisation des produits qui est un des atouts majeurs de la vente en ligne. Il en est de même pour la vente de produits périssables qui ne sont pas incompatibles avec l'e-commerce. La réussite du projet e-commerce du chocolatier Pierre Marcolini ou encore le succès du site topino.be (livraison de produits bios à domicile en circuit court) en témoignent.

Enfin, il est étonnant que les problèmes de gestion liés à l'e-commerce (gestion des stocks, entreposage, livraison, transport, gestion des retours) ne soient cités que par 5% des entreprises qui ne vendent pas en ligne. En effet, c'est là que se situent les plus grands défis de l'e-commerce.

En conclusion, la sensibilisation et la formation des chefs d'entreprise aux enjeux et opportunités de la vente en ligne doivent être renforcés.

5

INDICE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES WALLONNES

INTRODUCTION

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

Les modèles globaux et les modèles "processus métiers" peuvent s'utiliser de manière complémentaire et/ou se superposer dans certains cas. Toutefois, ces modèles sont complexes. Certains sont destinés à l'industrie et mettent l'accent sur l'implémentation de progiciels en cascade pour lier le back et le front office via un ERP, SCM, CRM, etc. D'autres modèles sont davantage destinés aux secteurs des services et mettent l'accent sur une approche « customer centric » où le marketing et la donnée constituent une voie "royale" pour transformer l'entreprise en "digital business".

Dans tous les cas de figure, ces modèles s'appliquent aux entreprises de plus de 50 travailleurs, voire uniquement aux grandes entreprises. Ils s'adaptent donc difficilement au tissu économique wallon. En effet, l'économie régionale est composée à 95% d'entreprises employant moins de 5 travailleurs. C'est pourquoi l'AdN a élaboré son propre modèle de maturité numérique, moins complexe mais applicable aux entreprises locales.

LE MODÈLE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE DE L'ADN

La définition de la transformation numérique proposée par l'AdN peut s'énoncer comme suit :

La transformation numérique (ou digitalisation) d'une entreprise est l'utilisation des technologies numériques à tous les niveaux de fonctionnement de cette dernière, dans le cadre d'une stratégie globale formalisée pour la rendre plus performante, plus agile, plus intégrée à ses écosystèmes et, surtout, totalement orientée sur la satisfaction de ses clients.

Les problématiques, communément adressées par les autres modèles analysés par l'AdN, sont des objectifs stratégiques qui ne peuvent être mesurés tels quels par une enquête quantitative comme ce baromètre. Ils constituent des valeurs qui doivent guider des projets et des choix technologiques.

Par contre, ces objectifs stratégiques se déclinent en décisions opérationnelles plus facilement observables telles que la présence d'équipements numériques, les usages plus ou moins approfondis des technologies pour automatiser les processus métiers, l'adoption de nouveaux modes de communication et d'organisation du travail, la construction d'une stratégie commerciale digitale, etc.

C'est donc au travers de l'observation de ces multiples indicateurs que l'on va appréhender le degré de maturité numérique d'une entreprise au sein de ce baromètre.

Concrètement, le modèle proposé par l'AdN consiste à mesurer la digitalisation selon 4 axes correspondant à 4 indicateurs :

1. **Infrastructure numérique :** Cet indicateur permet de mesurer l'adoption des technologies numériques par l'entreprise. Celles-ci vont des équipements devenus classiques (ordinateurs tablettes, smartphones,...) aux technologies émergentes (drones, IOT, ...) en passant par les connexions Internet et les logiciels de base.

2. **Organisation et collaboration :** Cet indicateur mesure la transformation de la culture d'entreprise et le niveau d'implémentation des nouveaux modes d'organisation du travail et de communication interne pour permettre plus d'agilité avec en point de mire un idéal de "digital workplace".

3. **Digitalisation des processus :** Cet indicateur évalue l'automatisation des flux d'information et des processus métiers tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que des liaisons entre le back et le front office. Cette automatisation/ robotisation est source d'agilité par rapport à la production et à l'environnement entrepreneurial 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 des technologies en général et du big data, du machine learning et du traitement automatique du langage en particulier, pour se réinventer sans cesse.

4. **Stratégie numérique d'entreprise :** Cet indicateur s'intéresse à l'utilisation des canaux numériques pour développer l'activité de l'entreprise, ainsi qu'à l'intégration de ces canaux dans une stratégie commerciale globale. Enfin, ce quatrième axe d'analyse permet d'observer la présence éventuelle de nouveaux services à valeur ajoutée reposant sur l'exploitation du numérique.

Ces 4 axes d'analyse correspondent aux principaux objectifs stratégiques communs aux modèles de transformation numérique mis au point par de grands cabinets de consultance tels que McKinsey, Gartner, Boston Consulting Group, Accenture, Roland Berger, etc. comme en témoigne le tableau ci-contre.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES COMMUNÉMENT POURSUIVIS DANS LE CADRE DE LA DIGITALISATION	AXES D'ANALYSE			
	Infrastructure numérique	Organisation et collaboration	Digitalisation des processus	Stratégie numérique d'entreprise
Transversalité de la transformation numérique : tous les départements, toutes les fonctions et tous les niveaux de pouvoir	**	***	***	**
Evolution de l'organisation du travail, du Taylorisme vers le modèle collaboratif, voire co-entrepreneurial	*	***	***	**
La gestion des ressources humaines devient agile et se modifie selon les projets	*	***	***	**
Complexité et multiplication des choix technologiques à tous les niveaux de l'entreprise	***	***	***	***
Utilisation de l'information liée au client et du big data pour développer de nouveaux services à valeur ajoutée reposant sur le digital	**	*	**	***
Développement de synergies avec les autres membres des écosystèmes dont l'entreprise a intérêt à faire partie	**	**	***	***

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

Tout d'abord, la vitesse et l'ampleur de l'innovation technologique et leur impact sur les métiers impliquent que le modèle puisse évoluer avec le temps. Le baromètre entreprises n'étant réalisé qu'une année sur deux, les technologies et les usages mesurés dans le cadre de l'enquête ne sont pas identiques d'une édition à l'autre. Bien sûr, bon nombre des questions contribuant au calcul des indicateurs (connexion à Internet, présence d'un site web, vente en ligne, etc.) restent communes d'une édition sur l'autre mais, d'un point de vue statistique, les résultats de maturité obtenus ne sont pas strictement comparables entre deux éditions.

Ensuite, la seconde limite du modèle réside dans le calcul des scores. En effet, ceux-ci sont évalués sur base de la présence et des niveaux d'usage des technologies. Chaque score ayant de facto une valeur maximale, ramenée à 100 pour une question de lisibilité, on pourrait s'attendre à ce qu'une entreprise "digitale et autonome" obtienne 100/100. Or, c'est absolument impossible car même l'entreprise la plus digitalisée n'utilisera jamais l'ensemble des technologies disponibles sur le marché car elles ne lui sont pas toutes utiles.

Notons aussi que quelques questions posées aux entreprises contribuent parfois à plusieurs axes d'analyse du modèle de transformation numérique et font alors l'objet d'une pondération spécifique pour chacun des axes considérés. Ces contributions croisées sont cependant fort limitées. De plus, la pondération des indices de même que la liaison de ces derniers avec les objectifs stratégiques du modèle restent nécessairement subjectives et sont appelées à évoluer dans le futur afin de coller à l'évolution des technologies et de leurs usages sur le terrain.

CALCUL DE L'INDICE GLOBAL DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

L'indice global de maturité numérique s'obtient en faisant la moyenne arithmétique des scores de chacun des quatre axes.

L'objectif premier de l'indice de maturité numérique est de dresser un bilan global, une "photo à un temps T" de la transformation numérique des entreprises wallonnes. L'idéal serait de constater une évolution positive dans le temps, mais l'indice permet surtout de mettre en évidence certaines faiblesses propres à certains secteurs et donc d'orienter les politiques régionales pour améliorer la situation.



INDICE GLOBAL MOYEN DE MATURITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES WALLONNES

L'indice global moyen de maturité numérique obtenu par l'ensemble des entreprises wallonnes en 2018, toutes tailles et tous secteurs confondus, est de **25/100**

Cela représente une belle progression de **4 points** par rapport à 2015 où il était de **21/100**.

INDICES MOYENS DE MATURITÉ NUMÉRIQUE PAR AXE ET PAR TAILLE

Si l'on regarde les scores moyens par axe, ils sont tous en progression par rapport à 2015, excepté celui de la digitalisation de la stratégie d'entreprise qui stagne.

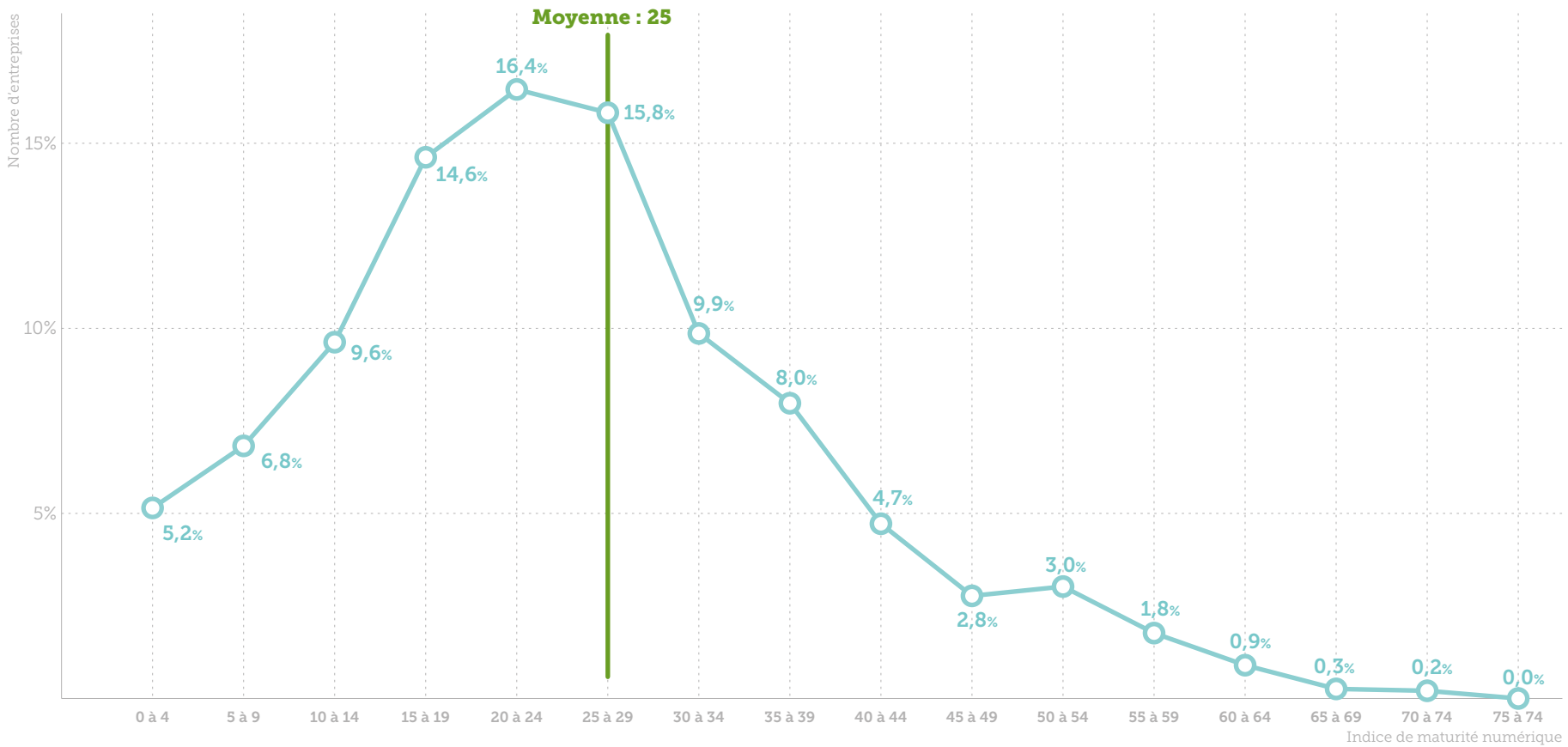
AXES DU MODÈLE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE	SCORE GLOBAL MOYEN 2017	SCORE GLOBAL MOYEN 2017 DES ENTREPRISES EMPLOYANT 10 TRAVAILLEURS ET PLUS	SCORE GLOBAL MOYEN 2015
Infrastructure numérique	**40**	54	31
Organisation et collaboration	**32**	39	29
Digitalisation des processus	**19**	33	16
Stratégie numérique d'entreprise	**11**	18	12
Maturité numérique globale des entreprises	**25**	36	21

Indice global moyen de maturité numérique par rapport à la taille des entreprises ayant un siège social en wallonie

La courbe de distribution du nombre d'entreprises selon l'indice global de maturité numérique est gaussienne mais décalée à gauche.

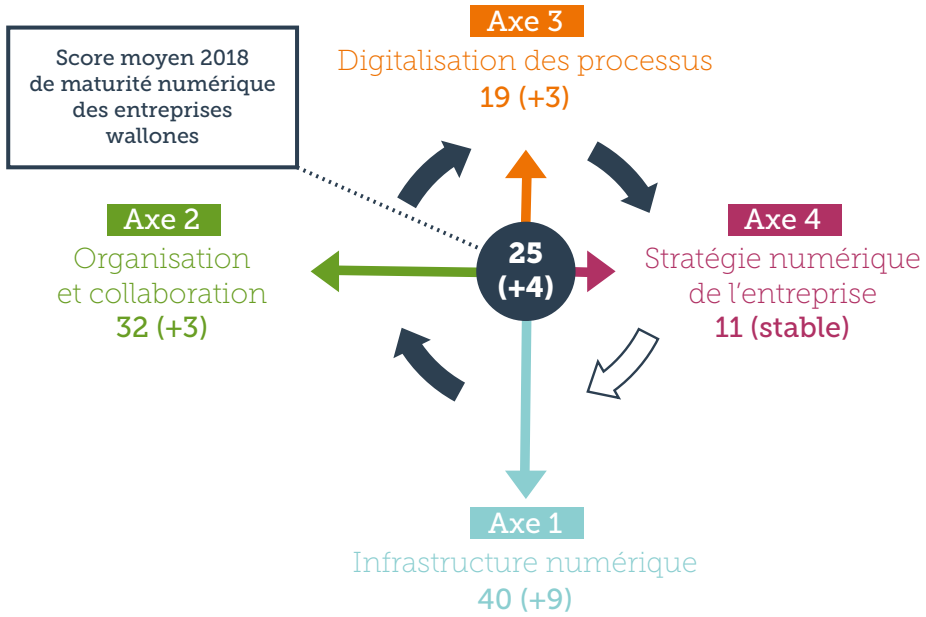
On observe donc qu'un grand nombre d'entreprises obtient un score voisin mais souvent légèrement inférieur à la moyenne avec, hélas, un nombre conséquent d'entreprises ayant des scores très faibles. A l'opposé, la Wallonie compte un certain nombre d'entreprises ayant des scores nettement plus élevés, atteignant le double, voire approchant du triple de cette moyenne, les mieux classées obtenant ainsi un score de 75.

Distribution des entreprises en fonction de l'indice global moyen de maturité numérique obtenu en 2018 sur l'ensemble des entreprises wallonnes



Par ailleurs, si on examine les scores moyens obtenus sur chaque axe, on constate que la digitalisation est un processus en cascade démarrant par la digitalisation de l'infrastructure et se terminant, pour les plus avancés, par la mise en oeuvre d'une véritable stratégie numérique d'entreprise avec, éventuellement, un développement de services à valeur ajoutée reposant sur le digital.

Score moyen 2018 de maturité numérique des entreprises wallonnes sur l'ensemble des entreprises ayant un siège social en Wallonie



La taille de l'entreprise est un élément favorisant nettement le développement de sa maturité numérique. Plusieurs facteurs expliquent cet effet de taille. Tout d'abord, plus une entreprise est grande, plus elle doit gérer de flux d'informations et coordonner le travail d'un grand nombre de collaborateurs. Cela rend l'automatisation du traitement de l'information nécessaire de même que l'acquisition de nouveaux moyens de communication internes.

De plus, 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, notamment, en engageant des spécialistes du marketing digital ou encore des consultants accompagnant les changements organisationnels liés à la digitalisation des processus métiers.

On aura noté que l'axe "stratégie numérique d'entreprise" n'enregistre pas d'évolution positive. Trois facteurs principaux expliquent ce constat :

1. La digitalisation de la stratégie d'entreprise repose largement sur l'intégration du numérique dans la stratégie commerciale et dans les processus de vente. Or, cette digitalisation est traditionnellement plus marquée et plus rapide dans le secteur du B2C que dans le B2B, alors qu'une part importante de l'économie wallonne repose précisément sur le B2B. En effet, les services aux entreprises est l'un des deux plus gros secteurs de l'économie régionale en termes de nombre d'entreprises (17%) et la pratique du B2B s'observe de toute façon dans presque tous les secteurs. Enfin, on peut également ajouter que 65% des start-up du secteur du numérique sont elles aussi positionnées dans le secteur des produits et services aux entreprises.

2. La petite taille déjà évoquée des entreprises wallonnes : 95% des entreprises régionales emploient moins de 5 travailleurs.

3. La faible technophilie de certains secteurs prédominants de l'économie wallonne : trois des 5 secteurs prédominants en termes de nombre d'entreprises (commerce de détail : 17%; construction : 12%; et agriculture : 9%) ne sont pas technophiles par nature et ne tirent donc pas encore suffisamment parti du numérique et de la vente en ligne en particulier.

INDICE MOYEN DE MATURITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES PAR SECTEUR

Les scores moyens des entreprises regroupées selon les 14 secteurs retenus par l'AdN montrent des disparités significatives qui se traduisent par un indice global qui varie entre 37 et 18.

SECTEURS	SCORES PAR AXE EN 2017				**Indice global 2017**	Indice global 2015
	Infrastructure numérique	Organisation et collaboration	Digitalisation des processus	Stratégie numérique d'entreprise		
Secteur du numérique et des médias	56	49	27	17	**37**	32
Services aux entreprises	49	45	24	14	**33**	26
Finance	42	37	26	12	**29**	27
Immobilier	42	31	19	12	**26**	24
Autres industries	41	30	20	14	**26**	21
Industries lourdes	41	27	20	11	**25**	18
Santé	40	32	21	4	**24**	18
Distribution	40	31	19	11	**25**	23
Transports	39	29	21	11	**25**	22
Construction	38	28	18	10	**23**	20
Garages	38	30	23	13	**26**	20
Commerce de détail	35	26	16	11	**22**	22
Agriculture	32	24	15	5	**19**	14
Horeca	30	19	12	13	**18**	16
Total	**40**	**32**	**19**	**11**	**25**	**21**

Indice global moyen de maturité numérique par secteur sur l'ensemble des entreprises ayant un siège social en wallonie

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

Juste derrière ces trois premiers secteurs, on trouve les industries dont la transformation numérique est guidée par le concept d'industrie 4.0 (ou "industrie du futur"). 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.

Le cas du secteur de la santé est particulier, comme cela a déjà été évoqué, car il est très technophile par nature et traite un grand nombre de données, dont beaucoup à caractère sensible. Toutefois, l'interdiction de pratiquer la médecine et de vendre en ligne des médicaments soumis à prescription pénalise artificiellement son classement.

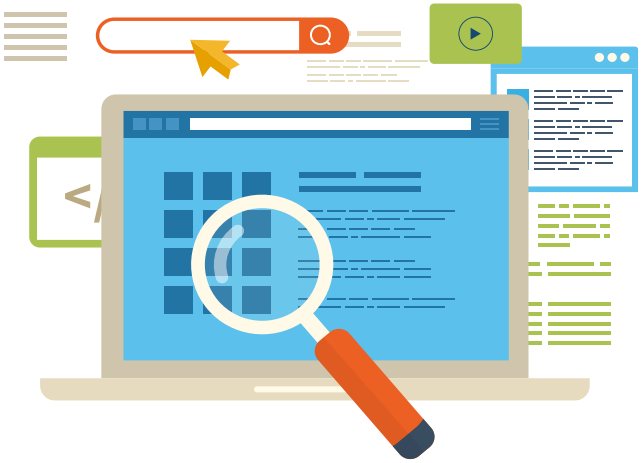
La distribution, les garages et les transports figurent en milieu de classement mais sont en bonne voie de transformation numérique, notamment, grâce à l'architecture en réseau de ces entreprises qui les pousse à établir des interconnexions informatisées entre elles.

Enfin, le reste du classement comprend les secteurs par nature moins technophiles (agriculture, construction, cafés et restaurants, etc.) qui sont plus lents à intégrer les innovations numériques notamment en raison du caractère moins facilement dématérialisable de l'activité de base. On peut déplorer que le commerce de détail figure parmi ceux-ci, ce secteur ayant tout à gagner dans la digitalisation forte de la stratégie commerciale et de la vente.

AUTRES FACTEURS IMPACTANT LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES

Outre la taille et le secteur, l'AdN a identifié une série de facteurs qui influencent, eux aussi, la transformation numérique. Il est toutefois impossible d'établir scientifiquement et statistiquement des liens de causalité entre ces facteurs et la transformation numérique. En effet, il existe trop de facteurs non numériques et de facteurs confusion (facteurs agissant à la fois sur la cause et les effets observés) pour affirmer que certaines caractéristiques de l'entreprise combinées à l'adoption de certaines technologies améliorent systématiquement les performances économiques de cette dernière.

Il est néanmoins, intéressant de constater que les entreprises ayant un bon niveau de maturité numérique présentent souvent des caractéristiques communes. Ce relevé n'a cependant ni la prétention, ni la vocation à être exhaustif. Les caractéristiques évoquées ici sont totalement indépendantes des facteurs intervenant dans le calcul des scores, elles apportent uniquement un complément d'information intéressant.



FACTEURS INFLUENÇANT LA MATURITÉ NUMÉRIQUE		INDICE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE 2017 DES ENTREPRISES CONCERNÉES	DIFFÉRENCES VIS-À-VIS DE L'INDICE MOYEN GLOBAL (25)
Concurrence, partenariats, exportations	Présence de concurrents à l'international	29 (jusqu'à 41 selon la localisation)	+4
	Partenariats commerciaux avec des sociétés belges	32	+7
	Partenariats commerciaux avec des sociétés étrangères	39 (jusquà 49 selon la localisation)	+14
	Exportations dans l'Union européenne	36	+11
	Exportations hors Europe	46	+21
Profil du chef d'entreprise	Age de 36 et 56 ans	28	+3
	Homme	26	+1
	Femme	23	-2
	Diplôme universitaire	31	+6
	Diplôme de bachelier	26	+1
	Voit la digitalisation comme "une opportunité à saisir absolument"	33	+8
	Voit la digitalisation comme "un centre de coûts dont les risques doivent être maîtrisés"	15	-10
Dynamisme, croissance et innovation	L'entreprise a développé de nouveaux produits/ services au cours des deux dernières années	35	+10
	L'entreprise a digitalisé certains processus au cours des deux dernières années	33	+8
	L'entreprise a engagé du personnel au cours des deux dernières années	32	+7

Facteurs ou caractéristiques ayant une influence sur le degré moyen de maturité numérique des entreprises sur l'ensemble de la population de référence

Ce tableau met en lumière 3 caractéristiques fréquentes des entreprises ayant un bon indice moyen de maturité numérique:

1. L'activité sur des marchés extérieurs (concurrence, partenariats et exportations).

2. Un leadership avec un bon niveau d'études et favorable au processus de digitalisation.

3. L'investissement dans la R&D et la croissance en termes d'emplois.

Ainsi, les chiffres montrent qu'une entreprise qui a noué des partenariats tend à avoir un degré de maturité numérique plus élevé que la moyenne, qui s'accentue d'autant plus dans le cas de partenariats internationaux. Le même constat vaut pour les exportations, qui sont également un facteur d'amélioration du niveau de maturité numérique des entreprises, surtout si elles concernent des marchés éloignés, notamment hors Union Européenne. L'obligation de partager à distance de l'information avec différents partenaires favorise clairement la digitalisation des processus de travail et des flux d'information.

Le rôle du chef d'entreprise est également déterminant dans un processus de transformation numérique. Ainsi, un dirigeant masculin, universitaire, âgé de 36 à 56 ans, qui envisage la digitalisation comme *une opportunité à saisir absolument*, "semble" être le meilleur type de capitaine pour conduire la digitalisation d'une entreprise. Nous utilisons le verbe "sembler" à dessein car l'indice moyen de maturité numérique plus faible des entreprises dirigées par une femme est une belle illustration de la présence de facteurs de confusion empêchant l'établissement de liens de cause à effet.

En effet, la maturité numérique moyenne des entreprises dirigées par des femmes n'est pas moindre en raison du genre du dirigeant mais bien parce qu'elles sont actives dans des secteurs particuliers (la santé) ou moins technophiles par nature tels que le commerce de détail (38%), les autres industries (19%) et l'agriculture (14%).

Enfin, le dernier enseignement du tableau est que les entreprises innovantes (ayant fait des investissements en R&D au cours des deux dernières années) et en croissance (qui ont engagé du personnel au cours des deux dernières années) ont également un indice moyen de maturité numérique plus élevé que la moyenne.



LA CRÉATION DE VALEUR AJOUTÉE DES ENTREPRISES SELON LE DEGRÉ MOYEN DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

La création de valeur ajoutée est un autre indicateur important de la performance économique des entreprises. L'AdN a voulu savoir s'il était possible de mettre en rapport la création de valeur ajoutée avec le degré moyen de maturité numérique des entreprises.

Pour réaliser ce type d'analyses complexes, l'AdN a sollicité la collaboration de l'IWEPS (Institut Wallon de l'Evaluation, de la Prospective et de la Statistique) qui s'est basé sur les bilans publiés à la Centrale des Bilans par les entreprises qui composent l'échantillon de l'enquête 2018. Au sein de l'échantillon de 3.006 individus, un peu plus de 2.400 avaient publié un bilan en 2015 et 2016, ce qui a rendu les comparaisons de création de valeur ajoutée sur ces deux années possibles.

Ici encore, il est impossible d'établir scientifiquement et statistiquement un lien de causalité entre le niveau moyen de maturité numérique des entreprises et la création de valeur ajoutée. En effet, de nombreux facteurs non numériques, ainsi que des facteurs de confusion, influencent la création de valeur ajoutée. De plus, les observations réalisées sur une partie des entreprises composant l'échantillon de l'enquête ne peuvent être inférées à l'ensemble des entreprises régionales.

Néanmoins, l'observation de la création de valeur ajoutée et du niveau moyen de maturité numérique des entreprises a livré deux constats intéressants :

1. En ce qui concerne l'évolution de la valeur ajoutée entre 2015 et 2016, à l'exception du secteur de la santé, les entreprises en décroissance sont systématiquement les plus représentées dans l'échantillon de l'enquête (hors valeurs non calculables). Cela s'explique en partie par les changements de modalités de calcul de la valeur ajoutée entrés en vigueur lors de l'année 2016. Toutefois, dans une grande majorité des secteurs, la part des entreprises de l'échantillon, qui connaît une décroissance de la valeur ajoutée entre 2015 et 2016, est moins importante quand l'indice moyen de maturité numérique est élevé.

2. Par ailleurs, si l'on envisage uniquement les entreprises en croissance de valeur ajoutée par rapport à celles qui sont en décroissance, on constate que l'écart entre le nombre d'entreprises de l'échantillon en croissance et le nombre d'entreprises de l'échantillon en décroissance tend à augmenter à mesure que l'indice de maturité augmente, sans que l'on puisse affirmer que lorsque le niveau moyen de maturité numérique augmente le nombre de firmes en croissance de valeur ajoutée augmente lui aussi.

Analyse de l'IWEPS
est disponible dans son intégralité à l'adresse

https://www.digitalwallonia.be/entreprises2018/iweps

6

SYNTHÈSE ET CONCLUSION

INFRASTRUCTURE NUMÉRIQUE

La plupart des indicateurs de maturité numérique de l'infrastructure des entreprises wallonnes sont en progression, avec une hausse très significative du côté des usages liés à l'Internet mobile :

- 77% (+12) des entreprises wallonnes ont au moins un smartphone;
- 41% (+5) disposent d'au moins une tablette;
- 45% (+12) des entreprises dotées d'un site web ont adapté ce dernier au surf des terminaux mobiles.

Par ailleurs, 15% (+1) des entreprises régionales disposent d'un spécialiste du numérique en interne. On ne peut évaluer la présence de spécialistes du numérique au sein des entreprises qu'en regard de la sous-traitance, vu le nombre important de petites structures en Wallonie. Ainsi, 33% des entreprises qui n'emploient pas de spécialiste du numérique recourent à la sous-traitance pour la maintenance de leur réseau, la mise à jour de leurs logiciels ou encore pour les questions de sécurité informatique. 31% supplémentaires font appel, lorsqu'elles rencontrent un problème informatique, à un ou des collaborateur(s) non spécialiste(s) du digital mais qui ont une bonne maîtrise des outils numériques.

En ce qui concerne l'infrastructure numérique "de base", nos entreprises travaillent désormais, couramment avec des ordinateurs et une connexion Internet à haut débit. De plus, 41% (+1) d'entre elles possèdent un site web. Malheureusement, ces sites sont trop souvent statiques (58% d'entre eux ont pour seule vocation d'informer les clients et les prospects). Plus inquiétant encore, 25% des sites sont mis à jour une fois par mois, tandis que 35% le sont seulement une fois par an.

Enfin, pour la première fois, l'AdN a mesuré la présence et l'usage de technologies de pointe ou émergentes (IOT, Imprimantes 3D, drones, robots de production et robots de service) au sein des entreprises locales. Celles-ci font bel et bien leur apparition dans le paysage économique wallon mais restent anecdotiques et principalement localisées dans l'industrie.

Ce retard d'adoption des technologies émergentes s'explique sans doute par le fait que, pour investir, les entreprises doivent à la fois comprendre l'apport de la technologie par rapport à leur métier de base et bénéficier d'une conjoncture économique favorable à l'investissement en capital technologique.

NOUVEAUX MODES D'ORGANISATION DU TRAVAIL ET COLLABORATION

Le numérique transforme l'organisation du travail (mobilité, télétravail) et les modes de communication interne de l'entreprise (connexion à toute heure et en tout lieu, partage d'informations dans le Cloud, outils collaboratifs, réseaux sociaux internes, etc.).

Ces changements impactent inévitablement la gestion des ressources humaines. Ainsi, la progression du télétravail (45%, soit une augmentation de 8 points) et l'utilisation des centres de coworking (5%) tendent à favoriser le nomadisme des travailleurs et à sortir le travail des murs de l'entreprise. Cela pose certains défis au management car il faut que les travailleurs conservent un sentiment d'appartenance à l'entreprise, tout en bénéficiant d'une liberté accrue grâce aux outils numériques.

Par ailleurs, les échanges via réseaux sociaux internes et messageries instantanées deviennent complémentaires à la communication au travers d'outils traditionnels tels que l'e-mail, ce qui donne le pouvoir aux travailleurs de s'informer, s'exprimer et interagir en étant moins dépendants de leurs supérieurs hiérarchiques pour ce faire.

Cet "empowerment numérique" des travailleurs est donc une réalité au sein des entreprises wallonnes. Toutefois, il reste du chemin à parcourir en matière d'usages de technologies collaboratives. Ainsi, par exemple, seulement 27% de nos entreprises utilisent une messagerie instantanée de type Skype, tandis que 18% utilisent de la visioconférence pour faire des réunions à distance. Au niveau de la formation, un cinquième des entreprises (20%) recourent parfois à l'e-learning.

Enfin, les tâches professionnelles effectuées en situation de mobilité sont uniquement présentes dans 50% des entreprises wallonnes. Celles-ci concernent majoritairement l'envoi d'e-mails et la consultation de sites web. L'accès mobile aux bases de données et applications de l'entreprise ne représente que 15% de ces tâches.

DIGITALISATION DES FLUX D'INFORMATION ET AUTOMATISATION DES PROCESSUS MÉTIERS

L'analyse de la digitalisation des flux d'information et des processus métiers au sein des entreprises wallonnes met en évidence plusieurs faiblesses :

1. L'automatisation des processus relatifs à la facturation.
2. La digitalisation du traitement des commandes, qu'elles soient issues des ventes ou des achats électroniques. Dans environ 64% des cas, les commandes doivent être encodées manuellement dans la comptabilité, les stocks, etc.
3. Le recours aux déclarations obligatoires en ligne (51% des entreprises les utilisent).
4. L'interconnexion informatisée entre entreprises qui atteint 15% (+3), ce qui reste insuffisant pour parler d'économie en réseau.

La centralisation de l'information et son partage en temps réel sont deux piliers de la réactivité de l'entreprise par rapport à son environnement. La digitalisation des processus métiers permet d'éviter le fonctionnement en silos des divers services et départements qui est source de doublons et d'inefficacité.

Ce constat pousse les entreprises à investir dans des logiciels (ERP, CRM, SCM, etc.) qui permettent d'automatiser les processus métiers et de centraliser l'information que génèrent les parties prenantes de l'activité commerciale. Malheureusement, ces logiciels sont onéreux et ne sont vraiment utiles qu'aux entreprises employant au minimum 20 personnes. Or, l'économie wallonne se compose à 95% d'entreprises employant moins de 5 travailleurs. C'est la raison pour laquelle la présence de ce type de logiciels ne dépasse pas, en moyenne, une dizaine de pourcents.

Enfin, le dernier facteur expliquant le retard de nos entreprises en matière de digitalisation des processus métiers tient à la nature même du tissu économique wallon. En effet, les secteurs à forte composante numérique sont les moins importants de notre économie en termes de nombre d'entreprises. Les principaux secteurs d'activité en Wallonie sont le commerce de détail (17% des entreprises), les services aux entreprises (17%), la construction (12%), la santé (10%), l'agriculture (9%) ou encore l'Horeca (6%).

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DE LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

L'une des caractéristiques de la digitalisation de l'économie c'est l'interpénétration des marchés et l'élargissement des offres, ce qui se traduit par l'émergence de plateformes globales d'e-commerce et l'ubérisation d'activités jusque-là protégées.

Nos entreprises ont souvent adopté le canal digital mais ne l'utilisent pas assez pour proposer de nouveaux services à valeur ajoutée à leurs clients ou encore pour réinventer et élargir leur métier.

En effet, le "digital marketing" n'est pas encore familier pour toutes les sociétés interrogées dans le cadre du baromètre. A peine 16% d'entre elles déclarent y recourir. Ce qui est contradictoire avec le fait que 41% (+1) possèdent un site web (80% des 10 et plus) et que 47% (+7) sont présentes sur les réseaux sociaux. Nos entreprises mettent donc en oeuvre davantage de "digital marketing" qu'elles ne le pensent mais il leur manque souvent une stratégie commerciale globale tirant pleinement profit du digital.

13% des sites web permettent de commander des produits et services en ligne. D'autre part, 67% des entreprises dotées d'un site ne font aucune analyse de la visibilité et des performances de ce dernier.

Enfin, 11% des entreprises wallonnes font de l'e-commerce, auxquelles s'ajoutent 2% d'entreprises présentes sur des plateformes commerciales. Sur base de ces chiffres, on peut déduire que les entreprises régionales ne profitent pas ou fort peu des 10 milliards de chiffre d'affaires que génère actuellement l'e-commerce en Belgique. (source : BeCommerce 2017)

CONCLUSIONS

Tous ces constats montrent à quel point les mesures de sensibilisation aux enjeux du numérique restent plus que jamais d'actualité pour aider les entreprises locales à se digitaliser.

De plus, le besoin en formation continue, tant pour les travailleurs que pour les dirigeants d'entreprise, est de plus en plus impérieux. En raison de la vitesse d'émergence des technologies sur le marché et de leur impact sur tous les métiers, il est urgent d'élargir et d'approfondir les compétences numériques de la main d'oeuvre.

A ce niveau, il faut reconnaître que les entreprises wallonnes ne sont pas très dynamiques puisqu'à peine 10% d'entre elles avaient formé au moins un de leurs collaborateurs à une matière numérique en 2017.

Pour aider les entreprises à former leurs collaborateurs en continu aux usages du numérique, l'AdN encourage les acteurs d'animation économique et les fédérations sectorielles à unir leurs efforts pour :

1. Identifier les besoins des entreprises en matière de technologies et de formation en tenant compte des spécificités sectorielles.
2. Adapter la formation professionnelle pour la rendre plus accessible et plus agile (allègement du dispositif chèques-formation, modules courts et plus nombreux dispensés éventuellement en soirée même pour un nombre réduits de participants, création de centres de formation sectoriels, etc.).
3. Accompagner les entreprises dans leur développement en insistant sur l'omniprésence du numérique dans toutes les activités économiques.
4. Aider les entreprises à identifier et à bénéficier des aides de la Wallonie, notamment en matière de transformation numérique.

Ces objectifs doivent être intégrés de manière forte dans la stratégie Digital Wallonia 2019-2024.

COLOPHON

TÉLÉCHARGER LA PUBLICATION

Sur notre site : digitalwallonia.be/entreprises2018

ÉDITEUR RESPONSABLE

Benoît Hucq, Agence du Numérique,
Avenue Prince de Liège, 133, 5100 – JAMBES

Dépot légal D/2018/14.427/02

CONTACT

Hélène Raimond : helene.raimond@adn.be

Design : Hungry Minds

digitalwallonia.be/entreprises2018



Agence
du Numérique

digital
wallonia
.be