

Les données clientèle sont les plus analysées par les entreprises françaises

Insee Première • n° 2030 • Décembre 2024



En 2023, 34 % des entreprises installées en France de 10 salariés ou plus déclarent pratiquer l'analyse de données, le plus souvent en interne (29 %). Les données portant sur la clientèle, soit celles de transactions (21 %) et celles sur le profil des clients (14 %), sont les plus analysées. La part des entreprises qui analysent des données en interne en France est similaire à la moyenne européenne quelle que soit la taille de l'entreprise. Toutefois, les entreprises françaises exploitent moins souvent les données provenant d'Internet ou les données scientifiques et techniques.

Une entreprise française sur quatre partage des données avec des fournisseurs ou des clients au sein de la chaîne d'approvisionnement. Près de la moitié des entreprises en France utilisent des progiciels de gestion intégrée permettant le partage de données au sein de l'entreprise. L'usage d'applications de gestion de la relation client et de logiciels d'informatique décisionnelle est moins répandu.

L'analyse de données au sein d'une entreprise recouvre des usages divers : mieux comprendre les besoins de la clientèle, éclairer la prise de décision, mieux suivre l'activité de l'entreprise, etc. En 2023, un tiers des entreprises réalisent des analyses de données en interne et/ou via un prestataire : 29 % des entreprises françaises pratiquent l'analyse de données en interne et 11 % déclarent le faire réaliser par des prestataires, soit le niveau moyen observé dans l'Union européenne (UE) dans les deux cas ► **figure 1**. La moitié des entreprises qui ont recours à une prestation font également de l'analyse des données en interne.

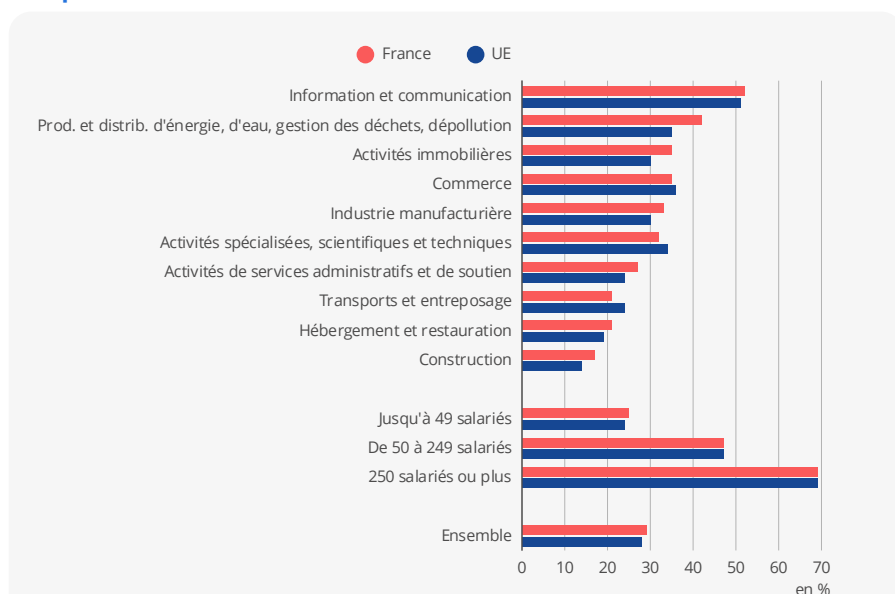
L'analyse de données est plus ou moins répandue au sein de l'UE. Si plus de 50 % des entreprises hongroises ou croates déclarent analyser des données en interne ou via un prestataire, cette part est inférieure à 20 % en Slovaquie, en Pologne ou en Tchéquie. Au sein des pays les plus peuplés de l'UE, un peu moins de 40 % des entreprises espagnoles ou allemandes recourent à l'analyse de données, soit un peu plus que les entreprises françaises (34 %). Cette part n'est en revanche que de 27 % pour les entreprises italiennes.

l'entreprise : 25 % des entreprises de moins de 50 salariés pratiquent l'analyse de données en interne, contre 47 % des entreprises comptant entre 50 et 249 salariés, et 69 % des entreprises de 250 salariés ou plus. Quelle que soit

la taille de l'entreprise, la pratique de l'analyse de données en interne est proche de la moyenne européenne.

Les entreprises françaises qui effectuent le plus fréquemment des analyses de données

► 1. Analyse de données en interne en France et dans l'Union européenne, par secteur et taille



Lecture : En 2023, 52 % des entreprises françaises de l'information et de la communication pratiquent l'analyse de données en interne.

Champ : Union européenne, entreprises de 10 salariés ou plus des secteurs principalement marchands hors secteurs agricole, financier et d'assurance.

Sources : Eurostat ; Insee, enquête TIC entreprises 2023.

Sept entreprises de grande taille sur dix analysent des données en interne

La pratique de l'analyse de données en interne augmente avec la taille de

en interne sont celles des secteurs de l'information et de la communication (52 %) et celles de la production et la distribution d'énergie, d'eau, la gestion des déchets et la dépollution (42 %).

Les données clientèle sont les plus couramment analysées

Les pratiques françaises et européennes diffèrent néanmoins au regard du type de données analysées. Ces données ont été regroupées en trois catégories pour cette étude : données clientèle, données provenant d'Internet et données scientifiques et techniques ► **encadré**.

Quel que soit le secteur d'activité ou la taille de l'entreprise, les données clientèle sont les plus analysées : de 11 % dans le secteur de la construction à 42 % pour les entreprises du secteur de l'information et de la communication ► **figure 2**. La pratique de l'analyse de données clientèle augmente également avec la taille de l'entreprise : 19 % des entreprises de moins de 50 salariés, contre 64 % de celles de plus de 250 salariés. Ces données sont les plus couramment analysées aussi bien en France que dans l'UE : 21 % des entreprises françaises comme européennes déclarent analyser des données sur les transactions et 14 % des données sur le profil des clients ► **figure 3**.

Les données provenant d'Internet sont moins exploitées en France

Si 11 % des entreprises déclarent analyser des données provenant d'Internet, ce taux est trois fois plus élevé dans le secteur de l'information et de la communication (31 %). Les entreprises de ce secteur utilisent davantage les données provenant de sites web et de **médias sociaux**. C'est également le cas des entreprises du secteur de la production et la distribution d'énergie, d'eau, la gestion des déchets et la dépollution (21 %) ainsi que du secteur de l'immobilier (21 %) qui sont les principales utilisatrices des données gouvernementales en accès libre.

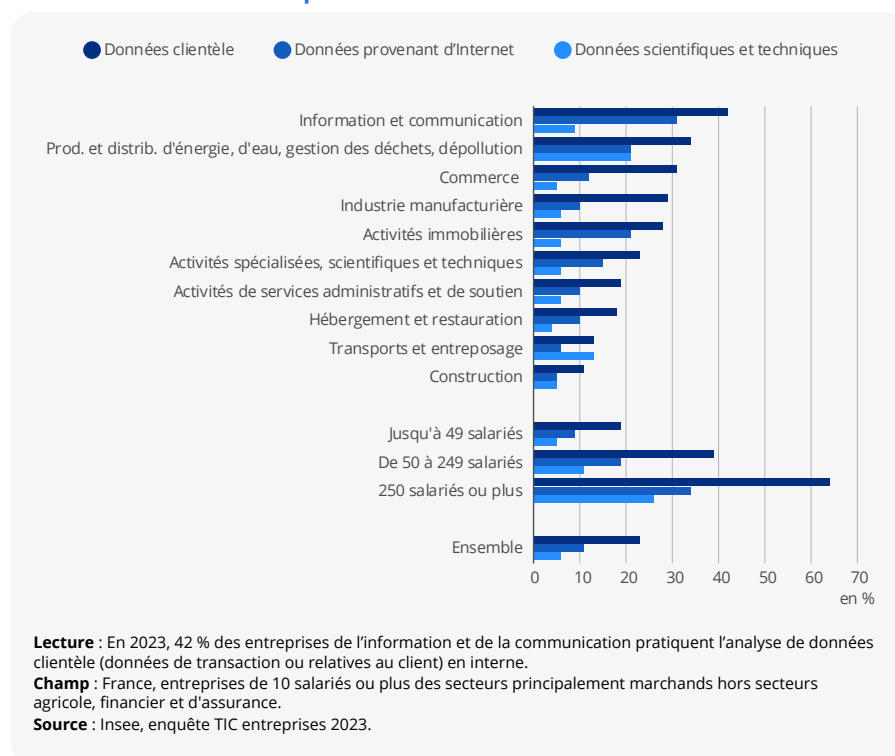
Seules 6 % des entreprises françaises déclarent analyser des données provenant de sites web, par exemple en faisant de l'analyse de tendances ou du **web scraping**, contre 9 % en Europe. Cet écart est à mettre en regard du fait que les entreprises françaises disposent moins souvent d'un site web que celles de l'UE (69 % contre 78 %). De même, 6 % des entreprises en France exploitent des données provenant des médias sociaux, contre 9 % dans l'UE. Pourtant, les entreprises françaises déclarent plus souvent que les autres pays européens utiliser des médias sociaux : 67 %, contre

► Encadré - Les différents types de données analysées en interne par les entreprises

Les pratiques d'analyse de données ont été regroupées en trois sous-ensembles dans cette étude, en fonction des types de données utilisées :

- Les données clientèle concernent les relations que l'entreprise entretient avec sa clientèle. Elles regroupent les données « de transaction » et les données « relatives aux clients ». Ce type d'analyse est pratiqué par 23 % des entreprises en France.
- Les données provenant d'Internet sont celles regroupant les données « provenant de sites web », « provenant de médias sociaux » ou les données « publiques mises à disposition en open data », qui proviennent toutes du web. Elles sont analysées par 11 % des entreprises.
- Enfin, les données scientifiques et techniques nécessitent des infrastructures techniques pour les collecter en temps réel. 6 % des entreprises déclarent les analyser. Elles regroupent les « données géolocalisées provenant d'appareils portables ou de véhicules », les « données satellites » ou encore les « données provenant de capteurs ou appareils intelligents ». Ces données peuvent être collectées en interne ou via une prestation payante.

► 2. Analyse de données en interne par type de données selon le secteur et la taille de l'entreprise



61 % dans l'UE. Enfin, les entreprises françaises analysent un peu moins souvent des données publiques mises à disposition en open data. L'analyse de données publiques est plus répandue dans les pays d'Europe de l'Est, et particulièrement en Lettonie, où 19 % des entreprises déclarent la pratiquer, contre 6 % en moyenne dans l'UE.

Les données scientifiques et techniques sont encore peu utilisées

Les données scientifiques et techniques, qui nécessitent des infrastructures spéciales pour être mesurées, sont

peu analysées au sein des entreprises (6 %), à l'exception des entreprises du secteur de la production et la distribution d'énergie, d'eau, la gestion des déchets et la dépollution (21 %). Dans ce secteur, les entreprises utilisent plus fréquemment les données satellitaires et les données provenant de capteurs ou d'appareils connectés, par exemple des compteurs Linky ou des compteurs communicants gaz. Par ailleurs, 13 % des entreprises des transports et de l'entreposage analysent des données scientifiques et techniques, en particulier des données **géolocalisées**, provenant d'appareils portables ou de véhicules. Comme les données provenant d'Internet, ces données sont moins analysées en France que dans l'UE.

Le partage de données est plus répandu en Europe centrale et en Europe du Nord

Le partage de données permet de mettre à disposition de manière automatique de nombreux types d'informations aux différents intervenants de la chaîne logistique (des fournisseurs jusqu'aux clients). Il peut se faire via un site ou une application, de manière ponctuelle ou en temps réel grâce à des capteurs.

En France, 23 % des entreprises partagent des données avec leurs clients et leurs fournisseurs, soit un niveau proche de la moyenne de l'UE (25 %) ► **figure 4**. Cette part atteint jusqu'à 38 % en Slovaquie et en Tchéquie. Elle est également plus élevée que la moyenne européenne en Allemagne et en Espagne. Les pays d'Europe du Sud (hors Espagne) et les pays baltes partagent en revanche moins souvent des données.

La pratique du partage de données en France varie de 14 % dans le secteur de la construction à 35 % dans le secteur de l'information et de la communication. Les différences selon les secteurs d'activité des entreprises sont moins marquées que pour d'autres indicateurs.

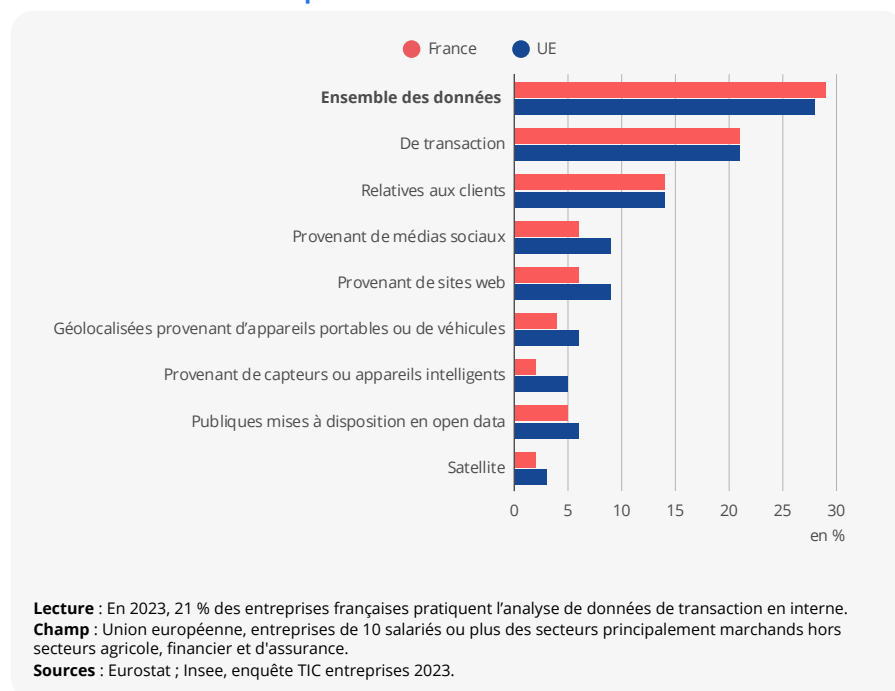
Près de la moitié des entreprises utilisent des progiciels de gestion intégrée

Les **progiciels de gestion intégrée (PGI)** servent à partager des informations entre différents domaines d'une entreprise. En France, 47 % des entreprises déclarent y avoir recours, soit une part un peu plus élevée que la moyenne au sein de l'UE (43 %). En France, l'utilisation de PGI est particulièrement répandue au sein des secteurs de l'immobilier, de l'industrie manufacturière et de l'information et de la communication. Si l'utilisation des PGI augmente avec la taille de l'entreprise, elle est néanmoins répandue au sein des petites entreprises : 43 % des entreprises de moins de 50 salariés déclarent y avoir recours.

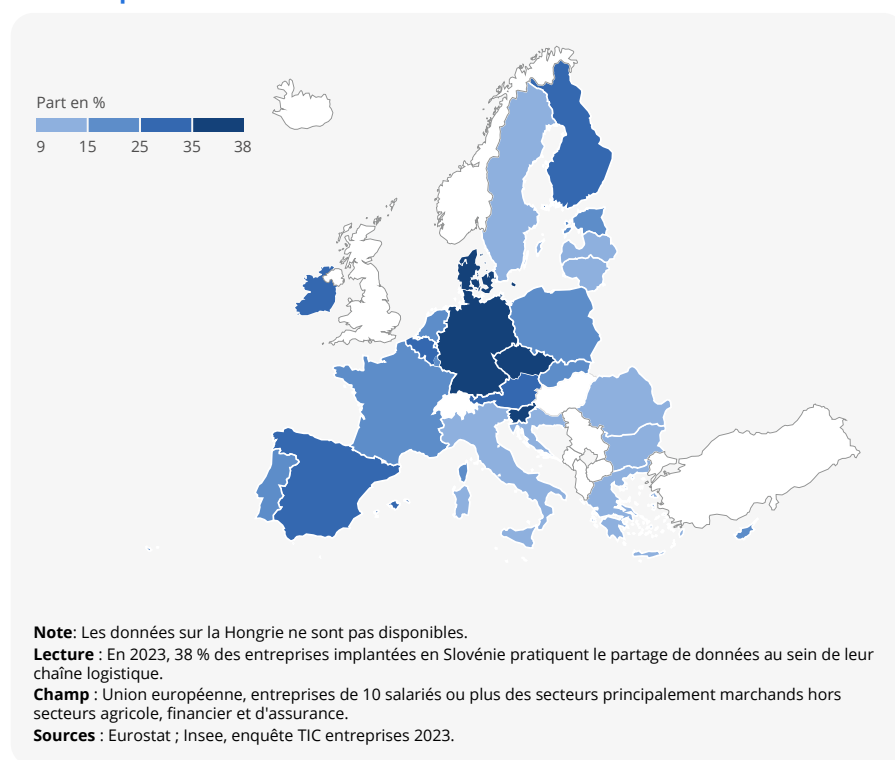
Un quart des entreprises françaises utilisent une **application pour la gestion de la relation client**, une part semblable à celle de l'UE. Il s'agit d'une pratique particulièrement courante dans le secteur de l'information et de la communication, où 60 % des entreprises déclarent recourir à ce type de logiciels. Par ailleurs, 21 % des entreprises de moins de 50 salariés utilisent ces logiciels, contre 59 % des entreprises de 250 salariés ou plus.

Enfin, les **logiciels d'informatique décisionnelle** reposent sur l'analyse de sources de données variées et aident à la décision. Ils sont plutôt peu répandus au sein des entreprises françaises : seulement

► 3. Analyse de données en interne selon le type de données en France et dans l'Union européenne



► 4. Partage des données au sein de la chaîne logistique dans l'Union européenne



11 % des entreprises les utilisent, contre 15 % dans l'UE. Cette part monte à près de 40 % au Danemark et en Finlande. Comme en moyenne dans l'UE, la pratique de l'informatique décisionnelle demeure concentrée au sein des entreprises de grande taille : en France, 52 % d'entre elles y recourent, contre 22 % des entreprises de 50 à 249 salariés et 8 % de celles de moins de 50 salariés. Ce type de logiciels est plus répandu dans le secteur de l'information et de la

communication (27 % en France, 37 % dans l'UE). En France, il est rarement utilisé par les entreprises des secteurs de la construction (4 %), des transports et de l'entreposage (6 %) et de l'hébergement et de la restauration (8 %).

Hugo Camille (Insee)



Retrouvez davantage de données associées à cette publication sur insee.fr

► Définitions

L'**entreprise** est la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes. Les effectifs considérés dans cette enquête portent sur l'ensemble des personnes occupées (salariés et non-salariés de l'entreprise). Pour simplifier, les termes salariés et personnes sont utilisés indifféremment dans la présente étude et désignent les personnes occupées.

L'usage des **médias sociaux** fait référence à l'utilisation d'applications ou de plateformes de communication basées sur la technologie internet dans le but d'échanger du contenu en ligne avec les clients, les fournisseurs, les partenaires ou au sein de l'entreprise. Exemples : réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, etc.), blogs (Twitter, etc.), sites de partage (Youtube, Flickr, etc.), wiki.

Le **web scraping** est une technique d'extraction du contenu de sites web, via un script ou un programme, pour permettre son utilisation dans un autre contexte, par exemple le référencement.

La **géolocalisation** est l'identification de la localisation géographique lors de l'accès à internet en utilisant des informations telles que l'adresse IP, la connexion au réseau sans fil, l'antenne relais à laquelle le téléphone mobile est connecté ou du matériel GPS qui reçoit latitude et longitude par satellites.

Un **progiciel de gestion intégré** (PGI ou ERP - *Enterprise Resource Planning*) est un logiciel professionnel standard utilisé pour gérer les ressources en partageant des informations entre différents domaines fonctionnels (ex : comptabilité, planification, production, marketing, etc.). Le PGI peut être un logiciel prêt à l'emploi, personnalisé pour les besoins de l'entreprise ou développé en interne.

L'**application pour la gestion de la relation client** (GRC ou CRM - *Customer Relationship Management*) est un progiciel permettant de gérer l'ensemble des relations avec les clients dans un même processus en regroupant la gestion des campagnes marketing, l'informatisation des forces de vente, le suivi de la relation client au quotidien, etc.

Les **logiciels d'informatique décisionnelle** extraient et analysent des données (par exemple, à partir des entrepôts de données, des lacs de données) provenant de systèmes informatiques internes et de sources externes. Ils présentent les résultats de l'analyse dans des rapports, des résumés, des tableaux de bord, des graphiques, des diagrammes et des cartes, afin de fournir aux utilisateurs une vision détaillée pour la prise de décision et la planification stratégique.

► Sources

L'enquête sur les technologies de l'information et de la communication dans les entreprises (TIC) 2023 a été réalisée début 2023 auprès d'un échantillon d'environ 14 200 entreprises implantées en France (hors Mayotte), de 10 personnes occupées ou plus (salariés et non-salariés) des secteurs principalement marchands hors secteurs agricole, financier et d'assurance. Elle vise à mieux connaître l'informatisation et la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans ces entreprises. Sauf mention du contraire, les questions concernent la situation au moment de l'enquête, c'est-à-dire au cours du premier trimestre 2023.

Des enquêtes analogues ont été menées dans tous les pays européens en application du règlement communautaire n° 1006/2009 sur la société de l'information.

Dans cette étude, l'exploitation s'appuie sur la définition économique de l'entreprise instaurée par la loi de modernisation de l'économie (LME) et son décret d'application n° 2008-1354 du 18 décembre 2008.

Enfin, dans cette publication, l'Union européenne compte 27 pays membres et ne comprend pas le Royaume-Uni.

► Pour en savoir plus

- Lefebvre C., « [Les microentreprises ont plus souvent un profil sur les réseaux sociaux qu'un site web](#) », Insee Première n° 1982, février 2024.
- « [Les TIC et le commerce électronique dans les entreprises en 2023](#) », Insee Résultats, décembre 2023.
- Boudrot N., « [Les deux tiers des entreprises françaises fournissent un accès à distance aux outils de travail](#) », Insee Première n° 1969, octobre 2023.

Direction générale :
88, avenue Verdier
92541 Montrouge Cedex

Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier

Rédaction en chef :
B. Lhommeau,
S. Papon

Rédaction :
M. Jouveau

Maquette :
A. Bathias

✉ @InseeFr
www.insee.fr

Code Sage : IP242030
ISSN 0997-6252
© Insee 2024
Reproduction partielle
autorisée sous réserve de
la mention de la source et
de l'auteur

