



Etude Afnic « Réussir-en.fr » : Commerces, TPE et PME manient mieux les outils en lignes

Les TPE/PME françaises s'adaptent et voient dans la transformation numérique un moyen de croissance. La nouvelle édition de l'étude annuelle Réussir-en.fr revient sur une appropriation d'outils de présence en ligne : sites internet, pages sur les réseaux sociaux, ou encore référencement sur des plateformes. Les entreprises interrogées montrent également une meilleure prise en compte du e-commerce et du parcours client, avec un objectif : vendre aussi en ligne dans les meilleures conditions pour les internautes/consommateurs.

Montigny-le-Bretonneux, le 1^{er} décembre 2021 – Via son programme [Réussir-en.fr](https://reussir-en.fr), l'Afnic interroge chaque année les micro entreprises, les TPE et les PME sur leur présence en ligne et son influence sur leur activité économique. Depuis 2017, ce sont **12 000 structures** qui ont participé à cette étude d'envergure. La nouvelle édition 2020-2021 montre que leur présence sur internet s'accélère et qu'elles investissent dans des outils et nouvelles fonctionnalités pour satisfaire les attentes de leurs clients.

Commerces, TPE et PME ont adopté la présence en ligne

Près de 7 entreprises sur 10 du panel interrogé ont un site internet, soit 68 %. Plus d'une TPE/PME sur deux qui possède un site internet a choisi le .fr comme extension. C'est plus que la moyenne française (le .fr a une part de marché de 40%) et cela confirme l'appétence pour cet outil pratique, peu onéreux et fiable.

8 entreprises sur 10 utilisent les réseaux sociaux pour se faire connaître, soit 80 %. LinkedIn s'essouffle un peu – 49 % des entreprises sondées déclarent l'utiliser, contre 53 % l'année dernière –, au profit de Facebook (89 % des entreprises en 2020-2021 contre 87 % en 2019-2020) et d'Instagram (61 % contre 55 %).

Un investissement rentable

Interrogées sur la rentabilité du temps investi sur les réseaux sociaux, 43 % des entreprises ne sauraient l'évaluer mais pensent que c'est utile. Les autres se répartissent comme suit :

- celles qui pensent que ce n'est pas rentable (29 %, décomposés en 10 % "pas du tout rentable" et 19 % "peu rentable")
- celles qui estiment que l'opération est rentable (28 %, décomposés en 21 % "rentable" et 7 % "tout à fait rentable").

Si tous les sondés n'ont pas la même pratique ni la même maturité, **1/3 des répondants estime effectuer plus de 30 % de chiffre d'affaires grâce à leur présence en ligne.**

Meilleures en e-commerce et plus attentifs au parcours client

Les TPE/PME semblent vouloir répondre aux attentes des internautes concernant la **diversification des moyens de paiement en ligne**. L'étude 2020-2021 de l'Afnic montre en



effet qu'elles sont 69 % à proposer plusieurs moyens de paiement sur leur site, contre 62 % en 2019-2020. Ce taux atteint même 80 % chez les TPE, qui enregistrent également la plus forte progression puisqu'elles gagnent 19 points comparé à l'année dernière (61 %).

Autre fait marquant, 51 % des TPE/PME interrogées en 2020-2021 proposent un **espace client** en ligne, alors qu'elles n'étaient que 44 % en 2019-2020. Ce taux a plus particulièrement bondi parmi les TPE, qui enregistrent une progression de 22 points (de 45 % à 67 %), et parmi les PME avec un progression de 19 points (de 62 % à 81 %).

Enfin, 45 % des TPE/PME françaises proposent **le suivi de la commande** sur la période 2020-2021 contre 37 % en 2019-2020. La plus forte progression se remarque chez les TPE qui sont passées de 29 % à 43 % (+14 %) à adopter ce service.

Pierre Bonis, DG de l'Afnic, commente ces résultats : « *Les commerces, TPE et PME françaises adaptent leur offre numérique aux usages de leurs clients et elles adoptent des outils qui facilitent la confiance dans le commerce en ligne. La part en forte progression des modules de e-commerce et de suivi de commande est rendue possible par un taux d'équipement en site internet qui s'élève à 68 %, illustrant la stratégie d'autonomie numérique des TPE-PME françaises, face au tout plateforme.* »

L'étude complète est disponible sur simple demande.

À propos de l'Afnic

L'Afnic est l'Association Française pour le Nomage Internet en Coopération. Elle est l'office d'enregistrement désigné par l'État pour la gestion des noms de domaine en .fr. Elle gère également les extensions ultramarines .re (Île de la Réunion), .pm (Saint-Pierre et Miquelon), .tf (Terres australes et antarctiques françaises), .wf (Wallis et Futuna) et .yt (Mayotte).

Outre la gestion des extensions françaises de l'internet, le rôle de l'Afnic s'inscrit dans une mission d'intérêt général plus large, qui consiste à contribuer au quotidien, grâce aux efforts de ses équipes et de ses membres, à un internet sûr et stable, ouvert aux innovations et où la communauté internet française joue un rôle de premier plan. Ainsi, l'Afnic, association à but non lucratif, reverse 90 % de ses bénéfices à sa Fondation pour la solidarité numérique.

L'Afnic est également l'opérateur technique de registre d'entreprises et collectivités ayant choisi d'avoir leur propre extension, telle que .paris, .bzh, .alsace, .corsica, .mma, .ovh, .leclerc ou .snf.

Fondée en 1997 et basée à Saint-Quentin-en-Yvelines, l'Afnic compte aujourd'hui 85 collaborateurs. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.afnic.fr.