

## Communiqué de presse

Digital Switzerland 2017

# Les PME suisses ne disposent pas de suffisamment de connaissances numériques spécialisées

**Zurich, le 4 janvier 2017 – L'étude «Digital Switzerland», menée par la Haute école d'économie de Zurich (HWZ) et localsearch (Swisscom Directories SA), révèle que les PME suisses sont en retard en termes de connaissances numériques: 87% des sondés peuvent être considérés comme des dinosaures numériques. Des ressources financières et des connaissances techniques insuffisantes, mais aussi des équipements techniques inadaptés représentent ainsi les plus grands défis pour les micro-entreprises.**

L'étude «Digital Switzerland» portant sur les PME a été réalisée pour la troisième fois. Elle étudie les objectifs et les défis de la transformation numérique pour les entreprises suisses. Elle révèle que la grande majorité des 87% des sondés pouvaient être considérés comme des dinosaures numériques. Ces «dinosauriens numériques» se trouvent tout particulièrement dans les micro-entreprises (1 à 9 collaborateurs). «L'étude montre qu'une large part du potentiel reste inexploitée et qu'il existe en même temps un réel problème de ressources pour faire avancer la transformation numérique», explique Manuel Nappo, responsable de l'Institute for Digital Business de la HWZ, qui a dirigé cette étude. Ces résultats ne surprennent pas Stefano Santinelli, CEO de localsearch: «Avec ses 40 ans d'expérience, localsearch connaît parfaitement les PME suisses. Ce sont avant tout les micro-entreprises qui ne disposent ni du temps ni du savoir-faire nécessaires pour se consacrer à la numérisation. De nombreuses entreprises risquent alors de rater le train de la numérisation car qui n'est pas présent en ligne de nos jours, n'est tout simplement pas pris en considération et la concurrence ne se trouve qu'à un seul clic.»

### Le manque de ressources est le principal défi

Les principaux défis en termes de transformation numérique sont le manque de ressources financières et de connaissances spécialisées, mais aussi un équipement technique inadapté. Pour les entreprises de plus de 100 collaborateurs, l'absence de culture de changement et des responsabilités mal définies viennent s'ajouter au manque de connaissances spécialisées.

### Objectif fidélisation de la clientèle et réduction des coûts

Les principaux objectifs de la transformation numérique sont la fidélisation de la clientèle, la réduction des coûts et une plus vaste portée pour l'acquisition de nouveaux clients. Pour les entreprises de plus de 100 collaborateurs, l'amélioration des expériences clients joue également un rôle décisif.

### Un potentiel inexploité

Pour le développement futur des entreprises, la sécurité numérique relève d'une importance majeure pour les sondés, suivie des médias sociaux et du marketing numérique. Pour ce qui est de leurs connaissances, les participants de l'enquête disent connaître le mieux les réseaux sociaux, les wearables et l'e-commerce.

Or, dans le contexte du quotidien de l'entreprise, les possibilités numériques ne sont que très peu exploitées: pour 77% des entreprises ayant participé à l'enquête il n'est aujourd'hui pas encore possible de réserver un rendez-vous en ligne pour des prestations qui requièrent une prise de rendez-vous (salons de coiffure ou physiothérapeutes, par exemple). 60% d'entre elles ne disposent pas non plus d'un logiciel leur permettant de gérer les rendez-vous. Et ce sont précisément les micro-entreprises qui boudent le

marketing en ligne: tout juste un tiers des sondés contacte les clientes et clients en ligne par le biais d'offres personnalisées et seulement 11% utilisent un système de fidélisation numérique. Des lacunes sont également présentes au niveau des réseaux sociaux et des évaluations. En effet, 74% des sondés ne disposent d'aucun mécanisme ou processus leur permettant de s'informer d'évaluations en ligne et seuls 34% réagissent de manière active aux évaluations et témoignages sur Internet. De ce fait, 78% ont renoncé à inviter activement leurs clientes et clients à évaluer en ligne l'entreprise, les produits ou les services.

## Au sujet de l'étude

L'étude Digital Switzerland a été menée conjointement par l'Institute for Digital Business de la Haute école d'économie de Zurich HWZ et localsearch. L'étude se penche sur la transformation numérique, son importance actuelle ainsi que sur les opportunités et les risques qu'elle présente pour les entreprises suisses. 1294 entreprises ont participé au sondage en ligne. Celui-ci a été réalisé durant les mois d'octobre et de novembre 2017.

## Les participants

L'**Institute for Digital Business** de la HWZ est le point de contact pour les connaissances numériques orientées sur l'utilisation pratique. Il mène des projets de recherche, offre des cursus d'étude et soutient les PME avec ses services de conseil et des projets tout en leur mettant à disposition gratuitement des connaissances sur des thèmes numériques. L'institut est dirigé par Manuel P. Nappo, «pionnier numérique» 2015.

Avec ses marques local.ch et search.ch, **localsearch** est le partenaire commercial et marketing privilégié des PME suisses et offre le plus fort taux de pénétration de Suisse dans le domaine de la recherche d'adresses, de numéros de téléphone et d'informations détaillées sur des entreprises – sur Internet, sur l'application mobile et dans l'annuaire imprimé (Local Guide). local.ch et search.ch enregistrent à elles deux plus de 7,3 millions de connexions par mois depuis des appareils différents (Unique Clients) sur l'offre en ligne et plus de 42 millions de Visits (nombre de contacts). Les applications de local.ch et search.ch comptent parmi les applications les plus populaires en Suisse. Vous trouverez plus d'informations sur [www.localsearch.ch](http://www.localsearch.ch).

localsearch, local.ch et search.ch sont les marques de Swisscom Directories SA qui appartient à 69% à Swisscom et à 31% à Tamedia.

localsearch, local.ch et search.ch sont des marques de Swisscom Directories SA, appartenant à Swisscom à hauteur de 69% et à Tamedia à hauteur de 31%.

## Contact

Aline Theiler, responsable du travail avec les médias HWZ  
Tél: 043 322 91 35, [aline.theiler@fh-hwz.ch](mailto:aline.theiler@fh-hwz.ch)

Christos Bräunle, porte-parole de localsearch  
Tél: 058 262 71 49  
E-mail: [christos.braeunle@localsearch.ch](mailto:christos.braeunle@localsearch.ch)

---

La Haute école d'économie de Zurich HWZ est membre de la haute école spécialisée de Zurich (ZFH).

Avec ses 2100 étudiants, la HWZ est la plus grande haute école proposant exclusivement des cursus en cours d'emploi dans le domaine de l'économie en Suisse. Elle offre une vaste palette de cursus de niveau bachelor et master ainsi que près de 50 formations aboutissant à l'obtention d'un diplôme ou d'un certificat, elle offre également la possibilité de passer un doctorat et organise des cours sur mesure pour les entreprises.

En 2016, la HWZ est la première haute école à avoir fait l'objet d'une accréditation institutionnelle selon la nouvelle LEHE. [fh-hwz.ch/medien](http://fh-hwz.ch/medien)