

28.08.2025 – 07:00 Uhr

Les PME suisses passent à côté d'un gros potentiel numérique sur le marché



Zurich (ots) -

La nouvelle étude "PME Digital Pulse 2025" de localsearch et de la Haute école de Lucerne révèle un fossé profond entre les besoins de la clientèle et l'offre numérique: **77% de la population suisse souhaitent rechercher et réserver les services des PME directement en ligne, mais seulement 3% des entreprises répondent entièrement à ce besoin.** Dans le même temps, l'intelligence artificielle gagne rapidement en importance en tant que canal de recherche.

- **Lacune d'information numérique:** 82% de la population souhaite s'informer en ligne sur les services proposés par les PME, mais seulement 36% d'entre elles ont leur propre site Internet.
- **Lacune de réservation numérique:** 77% de la population souhaitent pouvoir prendre des rendez-vous en ligne auprès des PME, mais seulement 3% des PME proposent cette possibilité sur leur site Internet.
- **L'IA comme source d'information du futur:** une personne sur cinq utilise déjà l'intelligence artificielle telle que ChatGPT ou Copilot pour rechercher et s'informer sur les services proposés par les PME - toutes tranches d'âge confondues, environ 50% de ces personnes utiliseront à l'avenir une assistance d'IA pour rechercher et s'informer sur les services proposés par les PME.

L'étude "PME Digital Pulse 2025" a été conçue et réalisée par localsearch en coopération avec la Haute école de Lucerne (HSLU). Elle analyse le comportement de la population suisse en matière d'information et de réservation face aux services des PME et présente également l'état actuel des offres numériques des PME suisses. "La Suisse est numérique, ce qui n'est souvent pas encore le cas de ses PME. La révolution de l'IA accentue les retards et remet en question l'existence de nombreuses entreprises", conclut Stefano Santinelli, CEO de localsearch.

Les micro-entreprises sont trop peu présentes sur Internet

82% de la population suisse trouvent qu'il est important de disposer d'informations numériques sur les services proposés par les PME. Ce besoin est particulièrement prononcé chez les 30-44 ans: dans cette tranche d'âge, 91% souhaitent même avoir la possibilité de s'informer en ligne sur les services proposés par les PME. Chez les 60-79 ans, il s'agit de 7 personnes sur 10 ([voir illustration 1](#)).

La réalité des PME est toutefois différente: seul un tiers environ des PME suisses (36%) dispose de son propre site

Internet - environ deux tiers (64%) renoncent à une présence en ligne par le biais d'un site Internet. Cette faible valeur est principalement due aux micro-entreprises de 1 à 9 collaborateurs, qui représentent 90% de toutes les PME en Suisse. Seuls 33% d'entre elles disposent d'un site Internet, autrement dit deux tiers (67%) n'en ont pas. Les PME de plus grande taille sont nettement mieux positionnées: 69% des petites entreprises (de 10 à 49 employé·e·s) et même 95% des entreprises moyennes (de 50 à 249 employé·e·s) sont présentes en ligne avec un site Internet ([voir illustration 2](#)).

Le besoin marqué de la population en informations numériques sur les PME contraste donc fortement avec la faible part de sites Internet des micro-entreprises - un signe clair du fossé profond qui existe entre les besoins de la clientèle et l'offre numérique des PME. Stefano Santinelli, CEO de localsearch, déclare à ce sujet: "La grande majorité des PME suisses est presque impossible à trouver en ligne - et l'absence de présence sur Internet est synonyme d'affaires perdues."

Les PME ne doivent pas gâcher le potentiel que représente la visibilité en ligne

Lorsque la population suisse est à la recherche d'une PME et ne connaît pas encore de prestataire, elle utilise d'abord des moteurs de recherche tels que Google ou Bing (80%) ou suit les recommandations d'amis et de connaissances (75%). Les plateformes d'évaluation servent de première aide à 37% des personnes, tandis que 23% ont d'abord recours aux annuaires en ligne. 13% des personnes interrogées commencent par utiliser l'intelligence artificielle comme ChatGPT ou Copilot ainsi que les réseaux sociaux lors de leurs recherches de services proposés par des PME ([voir illustration 3](#)).

"Le fait que les réseaux sociaux ne servent pas seulement à inspirer et à divertir, mais aussi à la recherche montre clairement que les PME devraient intégrer les réseaux sociaux dans leur mix de communication et de marketing, notamment du fait qu'ils sont également importants pour l'entretien numérique des contacts", explique le professeur Thomas Wozniak, expert en comportement des consommateurs et en technologie à la HSLU.

La majorité des PME sont présentes sur les moteurs de recherche: 87% des PME interrogées ayant leur propre site Internet disposent d'un profil d'entreprise Google et 11% investissent en outre dans Google Ads afin d'accroître leur visibilité de manière ciblée et de commercialiser leurs services. La part de telles annonces augmente avec la taille des PME: 17% des petites entreprises misent sur celles-ci, contre 29% pour les entreprises de taille moyenne.

L'étude "PME Digital Pulse 2025" montre que les PME doivent pouvoir être trouvées aussi bien sur les plateformes de recherche, d'évaluation et d'annuaires que, désormais, via les assistants d'IA, si elles ne veulent pas passer à côté d'un précieux potentiel de clientèle. "Un profil d'entreprise complet sur différentes plateformes, associé à des contenus optimisés, est non seulement décisif pour la recherche classique sur les moteurs de recherche, mais améliore aussi la visibilité lors des requêtes via des outils d'IA tels que ChatGPT ou Copilot", explique Thomas Wozniak, expert en comportement des consommateurs et technologie à la HSLU.

La Suisse veut pouvoir réserver en ligne auprès des PME

L'étude "PME Digital Pulse 2025" le montre clairement: la population suisse souhaite non seulement obtenir des informations en ligne sur les PME, mais aussi réserver ses services directement par le biais des canaux numériques. Concrètement, 77% des personnes interrogées sont pour la prise de rendez-vous en ligne auprès des PME ([voir illustration 4](#)).

Ce besoin est particulièrement marqué chez les 18-29 ans et les 30-44 ans - 87% de ces tranches d'âge souhaitent pouvoir prendre rendez-vous en ligne. Mais cette proportion est également élevée chez les 45-59 ans avec 74%, et même chez les 60-79 ans, 64% sont favorables à cette option. Le besoin en solutions de réservation numériques est donc très répandu, tous âges confondus.

À cela s'ajoute le fait que la possibilité de réservation numérique joue un rôle central dans le choix du prestataire. Pour 56% de la population, il s'agit d'un critère décisif. C'est particulièrement important pour les 30-44 ans - 69% d'entre eux indiquent préférer les prestataires qui permettent la prise de rendez-vous en ligne ([voir illustration 5](#)).

La confiance et la compétence numérique sont également élevées: 80% des personnes interrogées font confiance aux prises de rendez-vous en ligne des PME, 82% se sentent à l'aise et compétents dans l'utilisation de telles offres. L'étude met ainsi en évidence une large confiance dans les prises de rendez-vous en ligne proposées par les PME ainsi que des compétences numériques élevées au sein de la population.

Fossé profond entre l'offre et la demande en matière de prise de rendez-vous en ligne

Malgré le besoin manifeste de la population de disposer de possibilités de réservation numériques, la réalité du côté des entreprises est bien différente: une analyse d'environ 47 000 sites Internet de PME a révélé que seuls 7%

disposent d'un outil de réservation professionnel. En d'autres termes, 93% des PME examinées ne permettent pas de prendre rendez-vous sur leur site Internet à l'aide des outils correspondants. Et phénomène étonnant, la taille de l'entreprise n'a aucune influence sur la disponibilité de tels outils ([voir illustration 6](#)).

Si l'on tient compte en plus des PME qui ne disposent pas de leur propre site Internet, l'écart s'aggrave encore: au total, seuls 3% des PME suisses disposent d'un site Internet avec outil de réservation intégré. Les principales conclusions de l'étude sont donc les suivantes: 77% de la population suisse souhaitent rechercher des services de PME en ligne et réserver directement par voie numérique - mais seulement 3% des PME suisses répondent entièrement à ce besoin sur un site Internet.

Stefano Santinelli, CEO de localsearch, est clair à ce sujet: "Les attentes de la clientèle sont évidentes: les services doivent pouvoir être réservés en ligne. Les PME qui ne franchissent pas cette étape perdent en visibilité, en confiance de la part de la clientèle et, au final, en chiffre d'affaires, au profit de concurrents mieux positionnés sur le plan numérique."

L'intelligence artificielle gagne en importance dans la recherche de PME

La majorité de la population suisse (77%) se montre ouverte aux nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle. Comme le montre l'illustration 3, 13% des personnes interrogées utilisent tout d'abord l'IA pour rechercher des PME. Ce phénomène est le plus marqué chez les 18-29 ans, avec une part supérieure à la moyenne de 21%.

L'utilisation au cours des douze derniers mois confirme également cette tendance: 19% des personnes interrogées ont utilisé l'IA pour rechercher des services de PME et s'informer à leur sujet. Dans le groupe d'âge le plus jeune, ce taux est même de 26% ([voir illustration 7](#)).

L'étude montre en outre un potentiel d'avenir clair: 78% des utilisateurs actuels de l'IA prévoient d'utiliser encore plus souvent l'IA à l'avenir pour rechercher et s'informer sur les services des PME ([voir illustration 8](#)).

Cette disposition est également forte parmi les non-utilisateurs actuels: 40% d'entre eux aimeraient utiliser l'IA à l'avenir pour rechercher et s'informer sur les services des PME ([voir illustration 9](#)). "Sur la base de ces résultats sur l'utilisation actuelle et future de l'IA, on peut supposer qu'environ la moitié de la population suisse (50%) utilisera l'IA à l'avenir pour s'informer sur les services des PME", déclare Thomas Wozniak, expert en comportement des consommateurs et technologie à la HSLU.

Pour Stefano Santinelli, CEO de localsearch, une chose est claire: "La visibilité numérique ne s'arrête pas aux moteurs de recherche. À l'ère de l'IA, c'est la présence dans des systèmes intelligents tels que ChatGPT qui détermine si une PME est perçue ou si elle reste dans l'ombre du numérique."

Un regard vers l'avenir révèle également un changement possible en matière de réservation: 39% des personnes interrogées envisagent de prendre à l'avenir rendez-vous dans les PME par le biais d'une IA basée sur la langue.

Conclusion de l'étude

"La population suisse est prête pour le numérique, les PME ne le sont souvent pas encore", conclut Stefano Santinelli, CEO de localsearch. "Les micro-entreprises sont à la veille d'un tournant. Celles qui n'établissent pas de passerelle numérique avec leur clientèle resteront à la traîne - et perdront en pertinence et en chiffre d'affaires."

Les résultats de l'étude "PME Digital Pulse 2025" de localsearch et de la HSLU montrent que la visibilité numérique est essentielle à la réussite des PME suisses. Un site Internet optimisé, une optimisation ciblée pour les moteurs de recherche ainsi qu'une présence stratégique sur les réseaux sociaux sont décisifs pour la portée et la visibilité dans l'environnement numérique.

Les possibilités professionnelles de réservation en ligne se sont transformées, de fonction supplémentaire optionnelle, en critère de sélection décisif pour de nombreux clients et clientes. L'utilisation croissante de l'IA dans la recherche d'informations nécessite une optimisation précoce du contenu afin de rester présent sur ce canal.

Stefano Santinelli, CEO de localsearch, en est convaincu: "L'avenir est numérique, la recherche est pilotée par l'IA et il est temps d'agir. Les PME qui n'organisent pas activement leur présence en ligne perdent non seulement des parts de marché, mais aussi l'accès à la clientèle numérique. Celles qui ne sont pas visibles aujourd'hui seront oubliées demain."

Méthodologie de l'étude

L'étude "PME Digital Pulse 2025" de localsearch et de la HSLU se compose de deux études partielles représentatives: l'étude partielle I (enquête auprès de la population) montre comment la population suisse

recherche les offres de PME qui lui conviennent, s'informe à leur sujet et les réserve. L'enquête en ligne a été réalisée par la société d'études de marché intervista du 23 juin au 2 juillet 2025.

L'étude partielle II montre l'état actuel de la numérisation des PME suisses dans les phases d'interaction avec la clientèle. Les résultats relatifs à la présence d'un site Internet reposent sur l'analyse d'un jeu de données comprenant 948 816 PME suisses comme univers de base. Pour les analyses ultérieures, seules les PME suisses disposant d'un site Internet actif ont été examinées. À cet effet, un échantillon aléatoire représentatif de 47 079 PME a été prélevé et analysé à l'aide de l'outil localsearch "Digital Status Checker". Les analyses ont été réalisées du 30 juin au 25 juillet 2025.

Les images (y compris les graphiques) peuvent être téléchargées [ici](#). Le livre blanc de l'étude est disponible [sur ce lien](#).

À propos de localsearch

localsearch est le partenaire marketing et publicitaire leader pour les PME suisses et gère de grandes plateformes d'annuaires B2C. Le portefeuille de produits de localsearch permet aux entreprises d'être trouvées en ligne, d'acquérir de nouveaux clients et de les fidéliser sur le long terme. Grâce à des solutions de marketing en ligne à la fois simples et efficaces, des conseils compétents sur place et un rapport qualité-prix intéressant, localsearch assure le succès des PME suisses dans le monde numérique. Avec local.ch et search.ch, localsearch gère et commercialise également les plateformes d'annuaires et de réservation ayant la plus grande portée en Suisse. Le portefeuille de marques de localsearch comprend également renovero - la plus grande plateforme pour artisans suisses, mais aussi la plateforme des communes et associations Localcities et le comparateur de branches Comparatif CH. .

À propos de la Haute école de Lucerne - la Haute école spécialisée de Suisse centrale

La Haute école de Lucerne est la haute école spécialisée des six cantons de Suisse centrale. Elle réunit les départements Technique & Architecture, Économie, Informatique, Travail social, Design Film Art, Musique et Santé. Avec près de 8300 étudiant·e·s et quelque 12 000 participant·e·s à des formations continues (dont 5600 MAS, DAS, CAS), 235 nouveaux projets de recherche et 2120 employé·e·s, elle est la plus grande institution de formation au cœur de la Suisse. [hslu.ch](https://www.hslu.ch).

Contact: Prof. Dr Thomas Wozniak, expert en comportement des consommateurs et technologie,
thomas.wozniak@hslu.ch, tél.: + 41 228 22 40

Contact:

Stefan Wyss
Head of Communications
media@localsearch.ch
+41 58 262 76 82

Medieninhalte



La nouvelle étude "PME Digital Pulse 2025" réalisée par localsearch et la Haute école de Lucerne révèle un fossé profond entre les besoins des clients et l'offre numérique des PME. / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100061097 / L'utilisation de cette image à des fins éditoriales est autorisée et gratuite, pourvu que toutes les conditions d'utilisation soient respectées. La publication doit inclure le crédit de l'image.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100061097/100934293> abgerufen werden.