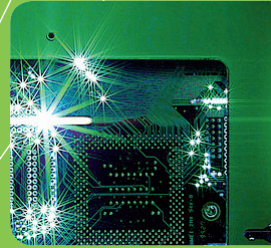
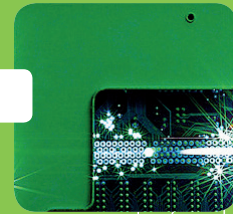


LES PRESTATAIRES DES TIC EN PAYS DE LA LOIRE



RÉALITÉ, BESOINS & PERSPECTIVES



ÉDITION 2010

STRUCTURATION DU SECTEUR

Les Pays de la Loire : 6^e région de France pour les prestataires TIC en terme d'emplois

Les prestataires TIC ligériens regroupent **environ 26 000 salariés**, la Loire-Atlantique représentant à elle seule 70% de l'effectif total.

Les Pays de la Loire se hissent ainsi à la 6^e place des régions françaises, derrière l'Île de France, Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Midi-Pyrénées et le Nord Pas de Calais.

Le secteur affiche un réel dynamisme avec **une progression des emplois de +50% depuis 2000** (soit environ 8 600 emplois créés).

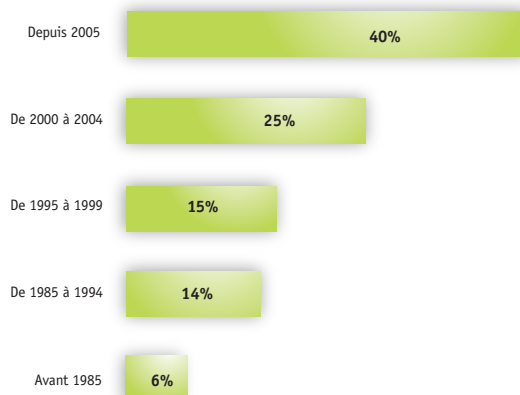
Il est principalement porté par les activités de conseil en systèmes et logiciels informatiques et les agences de publicité qui concentrent à elles seules près de la moitié des emplois (respectivement 33% et 14%).

	Effectifs Salariés 2005	Effectifs Salariés 2008
Loire-Atlantique	14 668	18 237
Maine-et-Loire	3 294	3 453
Mayenne	760	859
Sarthe	2 497	1 875
Vendée	1 520	1 520
Prestataires TIC	22 759	25 944

Un secteur jeune et dynamique...

Le secteur des TIC apparaît comme **jeune et dynamique** : les deux tiers des acteurs ont vu le jour au cours des années 2000 et sur cette même décennie, les créations d'activités sont bien plus nombreuses que les cessations. **Cette croissance accompagne logiquement l'évolution significative des Technologies de l'Information et de la Communication de ces dernières années.**

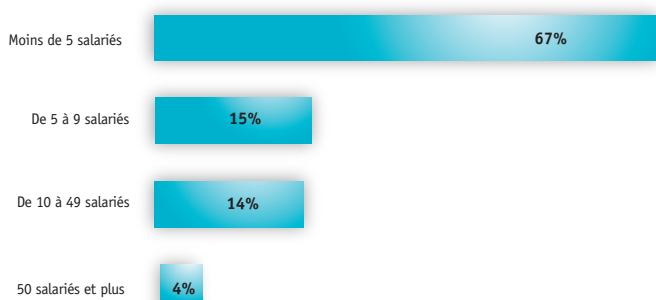
Répartition selon la date de création



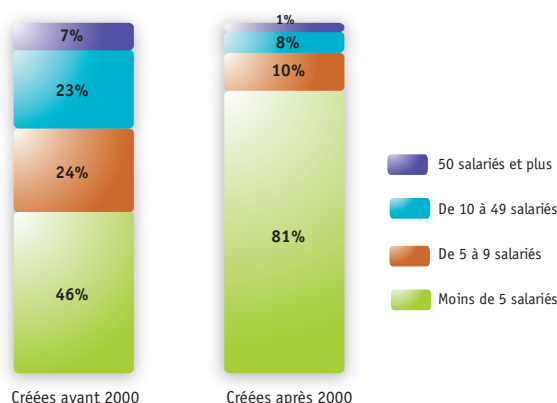
... très atomisé

Conséquence directe de cette « jeunesse », le secteur des TIC présente **un profil très atomisé** où les entreprises **de moins de 5 salariés prédominent très nettement**, particulièrement pour celles créées il y a moins de 10 ans : 81% contre 67% en moyenne.

Répartition selon la taille



Répartition selon la date de création et la taille

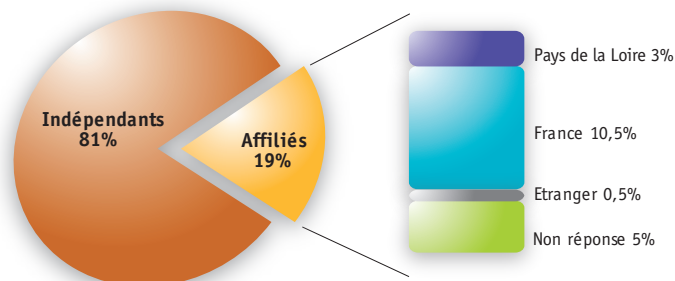


Des centres de décisions essentiellement locaux malgré une forte présence des groupes

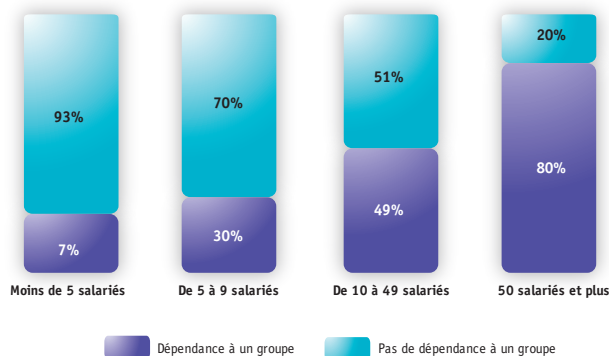
19% des établissements ligériens **dépendent d'un groupe**, mais ils concentrent les **deux tiers des emplois**. Le **siège** de ces établissements se situe souvent à **l'échelon national**, même si l'on y trouve également des groupes de dimension internationale comme Capgemini, Vivendi, Sopra Group... Seuls 3% des sièges sont situés en Pays de la Loire.

84% des centres de décisions sont donc situés sur la région. L'emprise des groupes reste très forte puisque dans 80% des cas, ils possèdent au moins 75% du capital de leurs filiales ligériennes. On trouve **davantage d'appartenance à un groupe parmi les établissements de Loire-Atlantique (53%) et moins en Vendée (9%)**. La présence des groupes est nettement plus forte dans les sociétés les plus importantes : 49% des 10 à 49 salariés et 80% des 50 salariés et plus.

Répartition selon l'appartenance à un groupe et la localisation du siège



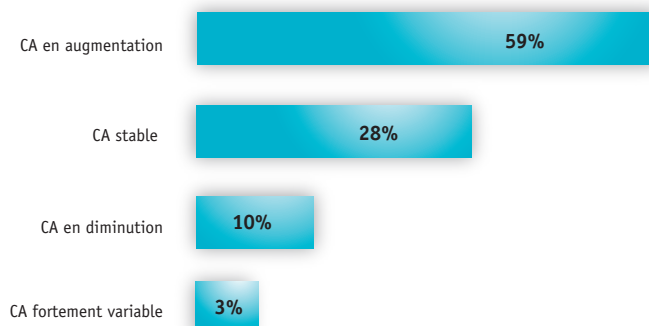
Répartition selon l'appartenance à un groupe et la taille



Une activité en croissance

La progression du chiffre d'affaires depuis trois ans confirme la bonne santé des prestataires TIC : près de **60% des dirigeants** affirment avoir connu **une augmentation de leur chiffre d'affaires** qui est même **supérieure à 10% pour un quart d'entre eux**. Seuls **10%** des répondants déclarent **une baisse de leur chiffre d'affaires**. Les établissements du Maine-et-Loire et de la Sarthe sont moins nombreux à évoquer cette augmentation. La jeunesse du secteur est l'un des facteurs pouvant logiquement expliquer cette progression du chiffre d'affaires puisque les deux tiers des entreprises ayant connu une augmentation sur les trois dernières années ont été créées depuis 2000.

Répartition selon l'évolution du chiffre d'affaires



MÉTIERS & SAVOIR-FAIRE DES PRESTATAIRES

Un rythme d'innovation soutenu mais limité par le manque de ressources

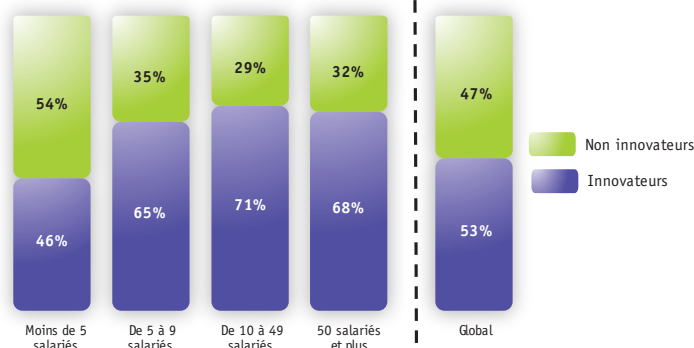
Plus d'un dirigeant sur deux déclare avoir innové au cours des trois dernières années, illustrant ainsi l'évolution dynamique qui caractérise généralement les technologies de l'information et de la communication.

La propension à innover est moindre dans les entreprises les plus jeunes créées depuis 2005 et les plus petites employant moins de 5 salariés. Ces dernières disposent en effet de moins de ressources : 33% les jugent insuffisantes contre 20% pour celles qui emploient 5 salariés (29% au global).

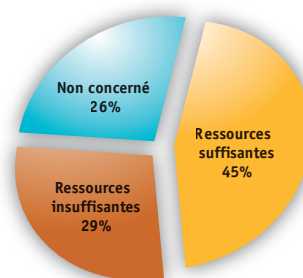
Le manque de ressources des entreprises concerne avant tout les aspects financiers, humains et technologiques.

Malgré tout, les ressources ne sont pas le seul fer de lance de l'innovation. 15% des dirigeants déclarent avoir innové tout en estimant leurs ressources insuffisantes : preuve que l'innovation n'est pas seulement une affaire de ressources, mais aussi une culture d'entreprise.

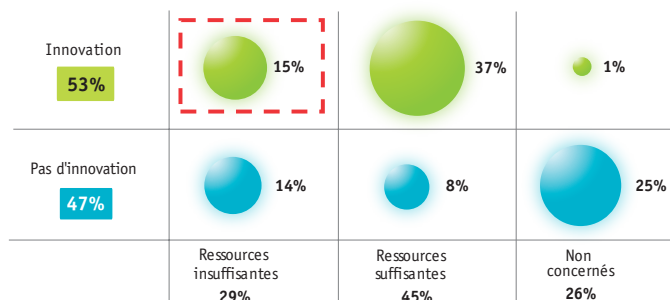
Répartition selon l'innovation et la taille



Répartition selon la disponibilité des ressources



Répartition selon l'innovation et la disponibilité des ressources

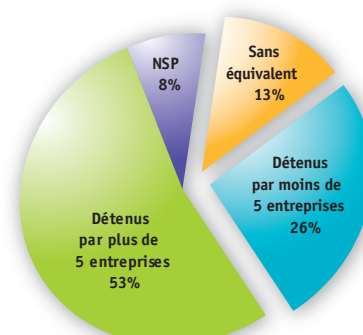


Des compétences ligériennes jugées comme assez spécifiques

Près de 40% des dirigeants estiment leurs savoir-faire spécifiques, c'est-à-dire sans équivalents ou détenus par moins de 5 entreprises dans les départements limitrophes à leur implantation. Ils sont encore plus nombreux en Mayenne. Toutefois, moins de 10% déclarent avoir déposé des brevets.

Très logiquement, l'innovation favorise le développement de savoir-faire spécifiques : les innovateurs sont ainsi plus nombreux à juger leurs savoir-faire distinctifs : 46% contre 38% pour les autres. La spécificité du savoir-faire est aussi corrélée avec la taille de l'établissement et sa dépendance ou non à un groupe : 53% des établissements de plus de 5 salariés et 51% des affiliés déclarent leurs savoir-faire spécifiques contre 37% des moins de 5 salariés et 41% des indépendants. Les ressources sont plus importantes dans les sociétés de plus de 5 salariés et l'appartenance à un groupe procure plus de moyens pour la recherche et le développement. A noter que la moitié des dirigeants envisage de faire évoluer son métier, notamment dans le développement informatique, le web marketing et la téléphonie IP.

Répartition en fonction de la spécificité des savoir-faire

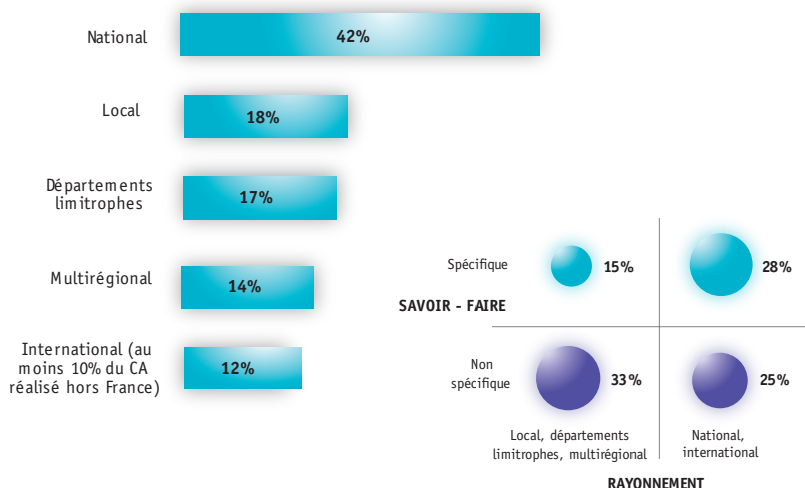


POSITIONNEMENT MARCHÉ

Un rayonnement national pour la plupart...

Une grande partie des prestataires TIC rayonne sur toute la France même si plus d'un tiers opère sur un marché de proximité local ou dans les départements limitrophes à leur implantation. La taille de l'entreprise a un impact sur son rayonnement : le marché des entreprises de moins de 5 salariés est plus souvent local ou limité aux départements voisins, alors que les plus grandes entreprises opèrent davantage à l'échelle, multi régionale ou nationale. La capacité à acquérir des savoir-faire spécifiques et à innover jouent également un rôle : 23% des entreprises qui déclarent ne pas innover ont un marché strictement local contre seulement 12% pour les autres.

Répartition en fonction du rayonnement des ventes



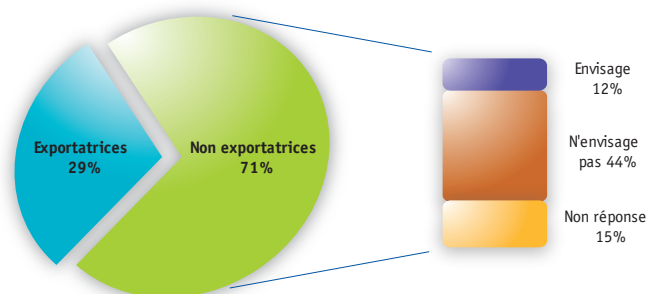
... mais du potentiel pour aller à l'international

Si seulement 12% des prestataires TIC ont un vrai rayonnement international en y réalisant au moins 10% de leur chiffre d'affaires, près de 30% exportent leur savoir-faire ponctuellement. Les entreprises mayennaises et vendéennes exportent moins que celles des autres départements.

Les perspectives en terme d'export sont très encourageantes puisque 12% des dirigeants envisagent de prospecter à l'international. Dans l'ensemble, **41% des entreprises ont une présence ou une intention de développement à l'international.**

La taille critique de 5 salariés et plus semble constituer là encore un pallier à partir duquel les établissements sont plus nombreux à exporter ou à l'envisager.

Répartition en fonction des exportations et des perspectives d'exportation

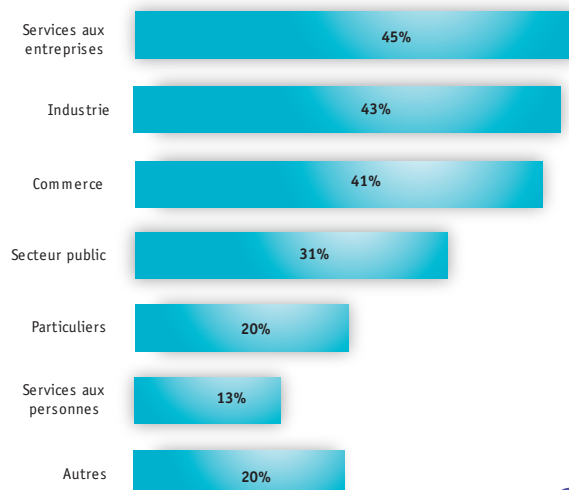


Une clientèle diversifiée

Les prestataires TIC présentent une clientèle plutôt diversifiée : 63% comptent au moins deux secteurs d'activité différents parmi leurs clients : les services aux entreprises, l'industrie et le commerce sont les plus importants. On observe un lien logique entre diversification de clientèle et rayonnement géographique : plus les entreprises travaillent avec des segments de clientèle diversifiés, plus elles agissent en local ou dans les départements limitrophes. A l'inverse, plus elles sont spécialisées, plus leur marché est d'envergure nationale voire internationale.

Cette diversification de la clientèle s'illustre également par le fait que 73% des établissements réalisent moins du quart de leur chiffre d'affaires avec leur client principal : plus la clientèle est diversifiée, plus la dépendance au client principal est faible. Une dépendance plus importante chez les jeunes entreprises créées après 2005, qui ont encore un faible nombre de clients : 32% réalisent plus du quart de leur chiffre d'affaires avec leur client principal contre 27% au global.

Répartition en fonction des secteurs de clientèle



ENVIRONNEMENT

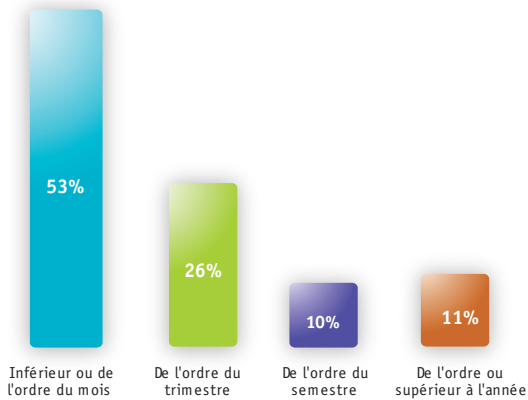
Une visibilité de l'activité plutôt courte

Les prestataires TIC ont majoritairement une visibilité de leur activité à court terme : près de 80% d'entre eux ont un plan de charges ne dépassant pas le trimestre et 53% sont limités au mois.

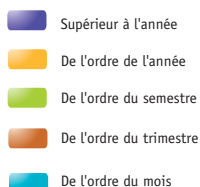
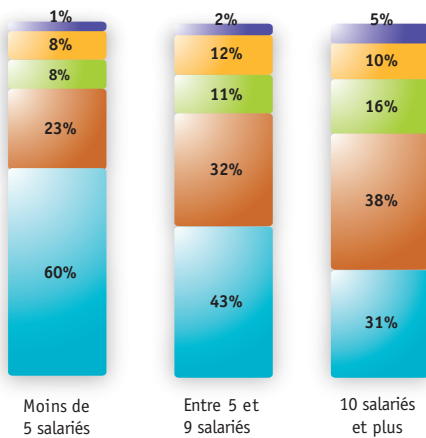
Plus les établissements sont petits, plus ils ont une visibilité réduite.

De même, moins ils dépendent de leur client principal, moins ils ont de visibilité. Les entreprises qui travaillent en lien étroit avec un ou deux clients principaux ont ainsi un plan de charges plus long, mais une dépendance accrue.

Répartition en fonction du plan de charges



Répartition en fonction du plan de charges et de la taille

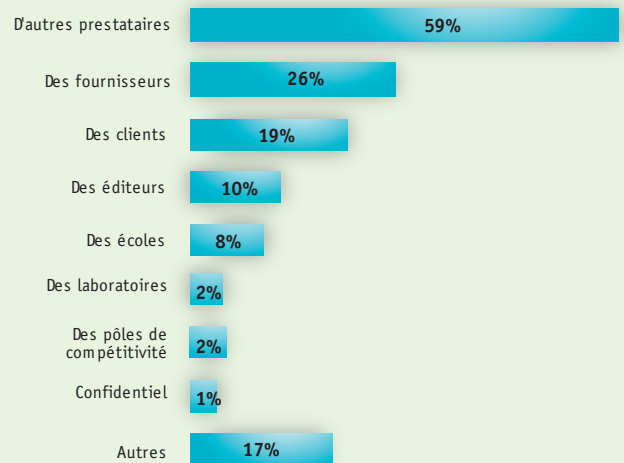


Une logique de collaboration bien ancrée

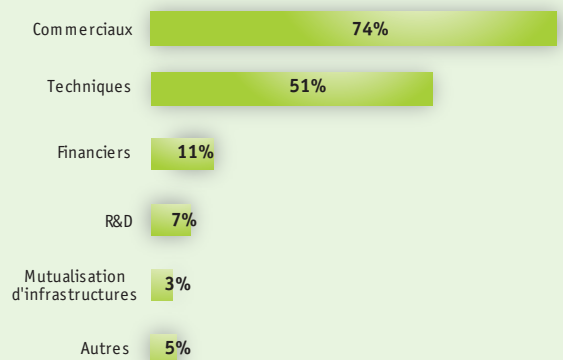
55% des prestataires TIC sont engagés dans des démarches de partenariat, un seul le plus souvent, principalement avec d'autres prestataires TIC (59%) ou avec des fournisseurs (26%).

Ces partenariats concernent avant tout des collaborations de nature commerciale (74%) ou technique (51%). Ces partenariats sont par ailleurs plus présents parmi les établissements de plus de 5 salariés (69%) et parmi les innovateurs (63%).

Répartition selon les structures avec lesquelles sont noués des partenariats



Répartition selon la nature des partenariats



PERSPECTIVES

Des perspectives tournées vers l'amélioration continue

Les perspectives en terme d'organisation sont focalisées sur l'amélioration de l'existant en interne : plus de la moitié des dirigeants pense avant tout à optimiser l'organisation du travail puis à former leurs collaborateurs. Une double priorité inversée dans les entreprises de 50 salariés et plus : naturellement mieux organisées, elles placent la formation au tout premier plan (92% contre 55% au global). Très logiquement, elles accordent également beaucoup plus d'importance au développement à l'étranger (33% contre 9% au global).

Les perspectives en terme de marché sont, elles, tournées vers l'amélioration de la gamme de produits/services et le développement de nouveaux secteurs de clientèle. Plus l'entreprise est ancienne, plus elle considère comme prioritaire l'amélioration des produits et services qu'elle propose.

Répartition en fonction des priorités d'organisation

Priorités en terme d'organisation	%
Optimiser l'organisation du travail	66%
Renforcer les compétences par la formation	55%

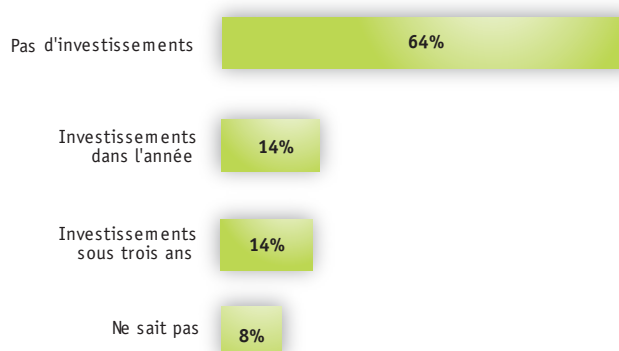
Répartition en fonction des priorités de marché

Priorités en terme de marché	%
Améliorer les produits, les services actuels	68%
Développer de nouveaux secteurs de clientèle	65%
Elargir la gamme de produits, services	49%
Faire évoluer l'organisation commerciale	49%

Une frilosité dans les investissements

Près de 30% des dirigeants envisagent d'investir significativement dans les trois prochaines années. Les investissements sont peut-être victimes de la conjoncture actuelle, qui rend les décideurs plus prudents pour les trois ans à venir.

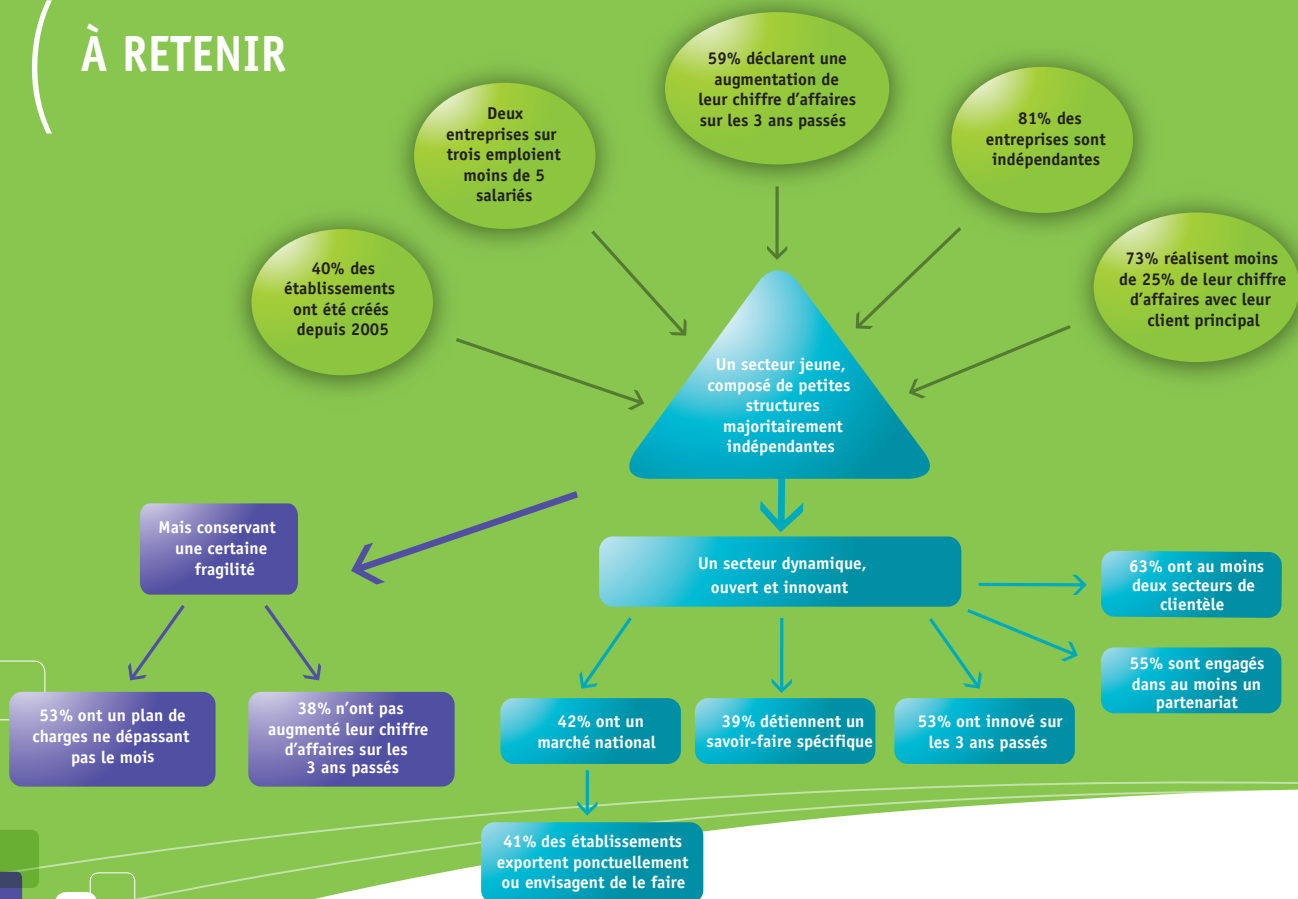
Répartition selon l'intention d'investissements majeurs



Une intention de transmission d'activité qui augmente avec l'ancienneté

7% des chefs d'entreprise envisagent de transmettre leur activité dans les trois ans. Ils sont 18% lorsque l'entreprise a été créée avant 1985. Le mode de transmission le plus souvent envisagé est la vente.

À RETENIR



MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'étude des prestataires TIC en Pays de la Loire repose sur la base de données CCI INFO ÉCO recensant l'intégralité des ressortissants CCI du secteur et sur l'interrogation directe de leur dirigeant, à l'aide d'un questionnaire abordant les thématiques suivantes :

- Identification de l'entreprise,
- Structuration et organisation de l'entreprise,
- Savoir-faire et positionnement marché,
- Environnement,
- Perspectives et projets.

Ce travail d'enquête a été réalisé dans le cadre d'un partenariat avec Synapse, centre de ressources de la Société de l'Information en Pays de la Loire (en cofinancement Etat-Région).

La collecte a été intégralement réalisée par phoning direct auprès des dirigeants entre mai et juin 2009 (avec un taux de réponse de 61,5%).

Cette synthèse est téléchargeable sur les sites web de la CCI et de Synapse.



SYNAPSE, CENTRE DE RESSOURCES DE LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION EN PAYS DE LA LOIRE
Hôtel de Région • Direction des Systèmes d'Information et de l'Innovation Numérique (DS2IN)
1, rue de la Loire • 44966 NANTES Cedex 9 • synapse@paysdelaloire.fr
www.synapse.paysdelaloire.fr



CHAMBRE RÉGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DES PAYS DE LA LOIRE
Centre des Salorges • 16, Quai Ernest Renaud • BP 70515 • 44105 NANTES Cedex 4
Tél. +33 (0)2 40 44 63 00 • Fax +33 (0)2 40 44 63 20
www.paysdelaloire.cci.fr