harris interactive

NOTE DETAILLÉE

Le regard des Français sur l'accélération numérique dans les entreprises

Enquête réalisée en ligne entre du 20 au 22 octobre 2015. Échantillon de 1 016 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, secteur d'activité et région d'habitation de l'interviewé(e).

--*-

partagent davantage que la moyenne la perception d'un effet décisif du numérique dans la sphère professionnelle.

- Si les Français attribuent au numérique une influence massive sur le fonctionnement des entreprises, **l'usage des nouvelles technologies est loin d'être l'apanage de ceux qui décident du fonctionnement des entreprises**, à savoir les dirigeants d'entreprises. Bien au contraire, 36% des personnes interrogées estiment qu'aujourd'hui, le numérique est moins utilisé par les dirigeants d'entreprise que par leurs collaborateurs, quand 43% considèrent que ceux-ci l'utilisent autant les uns que les autres. Seuls 20% des Français jugent les dirigeants davantage au fait des nouvelles technologies que leurs collaborateurs (26% parmi les cadres et professions libérales).

- Interrogés sur différents effets possibles du développement du numérique sur le monde de l'entreprise, les Français font part d'un **jugement ambivalent, identifiant à la fois des conséquences positives et des répercussions négatives**. **En positif, environ six personnes sur dix ont le sentiment que ce mouvement numérique contribue à améliorer la productivité des salariés (61%), et que cela influence positivement l'organisation des entreprises, le « management »** (56%). Sur ces deux sujets, pas plus de 15% des Français attribuent un effet dégradant au numérique. L'effet du numérique en la matière est jugé particulièrement positif parmi les profils les plus aisés (diplôme supérieur à Bac+2, revenus mensuels élevés), tandis que les personnes moins diplômées expriment un doute plus prononcé.

- En négatif, les Français estiment que le développement du numérique a eu une **influence plutôt négative sur l'emploi** : 42% considèrent que cette dynamique a plutôt détruit des emplois, quand seulement 23% jugent qu'elle en a plutôt créé, pour 34% n'identifiant pas de déséquilibre ni dans un sens, ni dans l'autre. De même, 36% des personnes interrogées affirment que l'essor des nouvelles technologies a éloigné les dirigeants d'entreprise de leurs salariés, tandis que 13% estiment au contraire que cela les a rapprochés, pour 50% ne se prononçant ni dans un sens ni dans l'autre. **Les jugements dépréciatifs sont particulièrement répandus parmi les personnes les moins diplômées, mais surtout parmi les 50-64 ans** : alors que les personnes âgées d'au moins 65 ans, souvent à la retraite, portent un regard relativement serein sur les nouvelles technologies, celles âgées de 50 à 64 ans, se situant *a priori* encore dans le monde du travail, tendent à percevoir le numérique comme une redistribution des cartes en milieu professionnel, face à laquelle ils peinent à s'adapter.

- Les Français se montrent **partagés quant à l'influence du numérique sur les perspectives d'évolution des salariés de façon générale** : 27% jugent que cela les améliore et autant (27%) que cela les dégrade, tandis que

45% n'identifient pas d'impact particulier. Notons que le diagnostic pessimiste est une nouvelle fois davantage partagé par les personnes âgées de 50 à 64 ans (39%, soit 12 points de plus que la moyenne). Enfin, si une nette majorité de Français (62%) estime que le développement du numérique a **augmenté la concurrence entre les entreprises, il est difficile de déterminer si cela est perçu plutôt comme une bonne ou une mauvaise chose** : dans un contexte où les conséquences en termes d'emploi sont regardées avec inquiétude, une augmentation de la concurrence économique peut apparaître à double-tranchant pour les Français.

-

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive –, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harrisinteractive.fr, Facebook, Twitter et LinkedIn.

Contacts Harris Interactive en France :
Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr
Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr