

MEMOIRE POUR L'OBTENTION DE LA LICENCE FONDAMENTALE

FILIERE : SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

PARCOURS : GESTION

L'Economie numérique : Les TIC dans les PME marocaines et leurs impacts

Encadré par : *****

Réalisé par : LEGHZALI ABDETTAWABE

Soutenu publiquement le 18 juillet devant le jury composé de :

- Prof ***** : président
- Prof ***** : examinateur
- Prof ***** : examinateur
- Prof ***** : examinateur.

ANNEE UNIVERSITAIRE : 2016/2017

REMERCIEMENT

.....

Nous tenons tout d'abord à présenter nos sincères remerciements à notre honorable encadrant Mr Zahid abdelkahar qui a grandement contribué à la réussite de ce mémoire, nous le remercions pour la sollicitude dont il fait preuve, pour son encadrement et surtout pour son soutien.

.....

Nous adressons également nos sincères remerciements à tous les professeurs de la faculté polydisciplinaire de Béni Mellal, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé nos réflexions et ont accepté à répondre à nos questions durant nos recherches.

.....

Une reconnaissance à l'ensemble du corps administratif de la faculté polydisciplinaire de Béni Mellal pour leur assistance.

.....

Dans l'impossibilité de citer tous les noms, nos sincères remerciements vont à tous ceux et celles, qui de près ou de loin, ont permis par leurs conseils et leurs compétences la réalisation de ce mémoire.

SOMMAIRE

REMERCIEMENT	2
SOMMAIRE	3
LISTE DES ACRONYMES	5
LISTE DES TABLEAUX	6
LISTE DES FIGURES	6
INTRODUCTION GENERALE	8
PREMIERE PARTIE : CADRE HISTORIQUE ET CONCEPTUEL DE L'ECONOMIE NUMERIQUE	9
Chapitre 1 : Définition, histoire et évolution technologique	9
Section 1 : Définition de l'économie numérique	9
Section 2 : Histoire et contexte de naissance	11
Section 3 : Révolution de l'économie numérique et ses conséquences	12
Conclusion de chapitre	15
Chapitre 2 : impact de l'économie numérique sur le développement	16
Section 1 : Le développement économique	16
Section 2 : Apport de l'économie numérique au développement	22
Section 3 : Impacts sectoriels	27
Conclusion de chapitre	30
Conclusion de la première partie	30
DEUXIEME PARTIE : USAGE ET IMPACT DES TIC SUR LES PME MAROCAINES	31
Chapitre 3 : PME Marocaine et les nouvelles technologies	31
Section 1 : Définition et évolution des PME	31
Section 2 : l'impact des TIC sur les métiers et sur les compétences	33
Conclusion de chapitre	34

Chapitre 4 : Méthodologie de recherche et de collecte des données	35
Section 1 : Collecte des données et l'élaboration du questionnaire	35
Section 2 : Présentation et analyse des résultats	36
Conclusion de chapitre	49
Conclusion de la deuxième partie	50
CONCLUSION GENERALE	51
BIBLIOGRAPHIE	52
TABLE DE MATIÈRES	53

LISTE DES ACRONYMES

FLOT : Formation en **L**igne **O**uverte à **T**ous

NTIC : Nouvelle **T**echnologie d'**I**nformation et de **C**ommunication

MOOC : **M**assive **O**pen **O**nline **C**ourse

PME : **P**etite et **M**oyenne **E**ntreprise

TIC : **T**echnologie d'**I**nformation et de **C**ommunication

PIB : **P**roduit **I**ntérieur **B**rut

PNB : **P**roduit **N**et **B**rut

PNUD : **P**rogramme des **N**ations **U**nies pour le **D**éveloppement

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : LE PNB PAR HABITANT ET LE PPA DE QUELQUES PAYS	18
TABLEAU 2 : CROISSANCE ANNUELLE DU PIB	18
TABLEAU 3 : L'ETAT SANITAIRE DES PAYS	20
TABLEAU 4 : LES INDICATEURS DE CERTAINS PAYS DEVELOPPES ET SOUS DEVELOPPE	21

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : PROPORTION DES ENTREPRISES UTILISANT UN OU PLUSIEURS ORDINATEURS	36
FIGURE 2 : NOMBRE DES ORDINATEURS	37
FIGURE 3 PROPORTION DES ENTREPRISES UTILISENT UN RESEAU INTRANET	38
FIGURE 4 : PROPORTION DES ENTREPRISES UTILISANT DES APPLICATIONS DES GRH	38
FIGURE 5 : L'UTILISATION DE L'INTERNET	39
FIGURE 6 : PROPORTION DES ENTREPRISES QUI UTILISENT DES MESSAGERIES MAIL	39
FIGURE 7 : PROPORTION DES ENTREPRISES AYANT UN SITE WEB	40
FIGURE 8 : L'UTILISATION DU SITE WEB	41
FIGURE 9 : PROPORTION DES ENTREPRISES AYANT UNE PRESENCE SUR LES MEDIA SOCIAUX	42
FIGURE 10 : L'UTILISATION DES MEDIA SOCIAUX	43
FIGURE 11 : RAISON D'UTILISATION DES MEDIA SOCIAUX	44
FIGURE 12 : PROPORTION DES ENTREPRISES QUI UTILISENT UN SYSTEME D'ECHANGE DE DONNEES INFORMATISEE	45

FIGURE 13 : L'UTILISATION DES SYSTEMES D'ECHANGE DE DONNEES INFORMATISEES	46
FIGURE 14 : CHANGEMENT CONCERNANT L'IMPLANTATION DES TIC	47
FIGURE 15 : DIAGRAMME CIRCULAIRE DE LA REALISATION DES GAINS DE PRODUCTIVITE	48
FIGURE 16 : ABAISSEMENT DES COUTS DE REVIENT	48
FIGURE 17 : L'AMELIORATION DE LA QUALITE DE SERVICE	49

INTRODUCTION GENERALE

Au cours de la fin du 20^{ème} et le début du 21^{ème} siècle, les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) occupent une place de plus en plus importante rationnellement à l'évolution des mentalités.

La première application technique et matérielle de l'informatique est l'ordinateur, La performance en rapidité et efficacité de cette station de travail découle de la miniaturisation de ses circuits.

Bien que le 20^{ème} siècle constitue une avancée spectaculaire de l'innovation avec par exemple la création du premier micro ordinateur en 1976 par Apple (premier ordinateur utilisable par les particuliers), l'accès du grand public aux ordinateurs possédant la même puissance que ceux précédemment destinés au domaine professionnel, bouleverse le mode de vie des gens.

L'arrivée de ces moyens révolutionnaires sur le marché entraîne le développement de nouvelles technologies sous de nouvelles formes comme les téléphones portables, les jeux vidéo ou Internet. C'est pourquoi, au 21^{ème} siècle, elles sont désormais appelées les NTIC, c'est à dire Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, et regroupent toutes les activités liées à la création, la communication, la diffusion des informations et à la production de bien services permettant la numérisation de l'économie.

Dans ce sens, l'économie numérique est l'ensemble des activités économiques et sociales qui sont activées par des plateformes telles que les réseaux internet, mobiles et de capteurs y compris le commerce électronique.

Les technologies de l'information et de la communication (Tic) sont présentées par de nombreux auteurs comme une opportunité qui permettrait aux PME d'accroître leur efficacité et leur efficience

Les technologies d'information et de la communication constituent un facteur d'accélération des échanges commerciaux. Les marchés se mondialisent en même temps qu'ils se segmentent pour fidéliser des clients de plus en plus mobiles. L'entreprise Marocaine va devoir procéder à des adaptations de plus en plus rapide de sa structure pour être compétitive

Alors, l'économie numérique est un secteur stratégique de l'économie et sa contribution à des PME est non négligeable. Dans ce sens, nous avons posé la question suivante :

Quel est le niveau de l'informatisation et de l'utilisation des TIC dans les petites entreprises marocaines ? Et quel est l'impact de ces outils sur ces entités ». ?

PREMIERE PARTIE : CADRE HISTORIQUE ET CONCEPTUEL DE L'ECONOMIE NUMERIQUE

Chapitre 1 : Définition, histoire et évolution technologique

La révolution numérique est aujourd'hui une réalité dans tous les secteurs de l'économie. Le numérique modifie en profondeur les manières de produire, d'échanger et de consommer. Pour la plupart des entreprises, Internet est devenu un canal de communication et de vente incontournable.

Il est difficile aussi pour un consommateur d'échapper à l'écosystème de services de Google, Facebook ou Apple pour communiquer, se divertir, rechercher de l'information ou commander des produits. L'ensemble de l'économie est désormais convertie au « numérique ».

Section 1 : Définition de l'économie numérique¹

L'économie numérique est un terme récent que l'on peut définir comme l'ensemble des secteurs d'activités économiques liées aux technologies numériques.

Autrement dit, il s'agit de l'ensemble des activités économiques et sociales qui sont activées par des plateformes telles que les réseaux internet, mobiles et de capteurs, y compris le commerce électronique.

Les contours de l'économie numérique sont flous pour la plupart des gens. Cette expression couvre des réalités très différentes. D'autant que cette dénomination a évolué selon les années : technologies de l'information et de la communication, nouvelles technologies, NTIC, économie électronique, nouvelle économie...

Dans le cadre de la statistique publique, on constate un premier raccourci : l'économie numérique est assimilée aux TIC, et en particulier aux secteurs producteurs. Le secteur des TIC regroupe, selon l'OCDE² et l'Insee, les entreprises qui produisent des biens et services supportant le processus de numérisation de l'économie, c'est à dire la transformation des informations utilisées ou fournies en informations numériques. (Informatique télécommunications, électronique.) Cette assimilation n'est pas sans incidence sur la mesure de l'impact du numérique sur la croissance. Car l'économie numérique ne se limite pas à un secteur d'activité en particulier. On devrait plutôt parler de « numérique dans l'économie » pour qualifier l'ensemble des secteurs qui s'appuient sur les TIC, producteurs et utilisateurs.

De plus, certains secteurs ne recouvrent pas simplement des activités qui utilisent les nouvelles technologies dans le seul but d'accroître leur productivité. Ainsi, dans l'inconscient

¹ GABRIELA.G , *Economie numérique . définition et impacts*, Site : bsi-economics.org, 2015

² OCDE : L'Organisation de coopération et de développement économiques

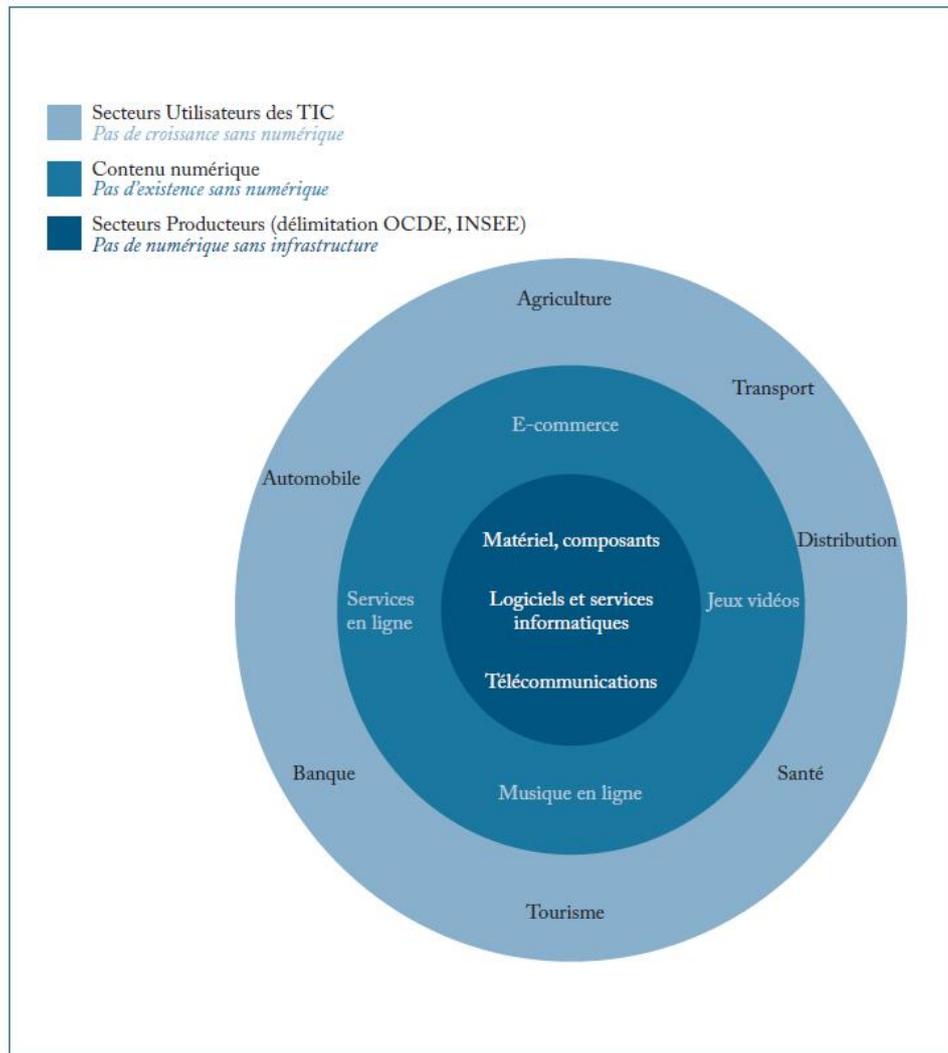
collectif, le commerce électronique, les services en ligne sont des acteurs centraux de l'économie numérique. Et pourtant ces acteurs (Google par exemple) ne sont pas systématiquement comptabilisés dans les secteurs TIC.

Pour prendre en compte cette réalité multiple, nous proposons de distinguer trois catégories d'acteurs :

- ❖ Le secteur TIC au sens de l'OCDE (matériel et composants électroniques, télécommunications, services informatiques et logiciels...).
- ❖ Les secteurs utilisateurs de TIC, qui utilisent ces technologies et gagnent en productivité grâce à elles mais dont l'activité préexiste à l'émergence des TIC (banques, tourisme, automobile...).
- ❖ Les activités dont l'existence est liée à l'émergence des TIC (services en ligne, jeux vidéo, E-commerce...).

Ce schéma n'a qu'une vocation pédagogique. Son objectif est de mettre en lumière certaines interrogations sur le périmètre de l'économie numérique. Par exemple, dans quelle catégorie se situent des acteurs impliqués dans plusieurs activités comme Google ou Microsoft ?

Figure 1 : Composition de l'économie numérique



Source : « L'impact de l'économie numérique », revue *Sociétal* n°71 (1e trimestre 2011).

Section 2 : Histoire et contexte de naissance³

Après la deuxième guerre froide, le monde et plus particulièrement les Etats Unis d'Amérique se lance dans la technologie. Et dès les années 1960, la convergence du téléphone, de la télévision et de l'ordinateur tend à transformer le monde en une « société globale » la convergence de ces nouveaux outils va permettre aux américains de gagner la conquête des espaces ; contrairement aux occidentaux qui avaient gagné celle des territoires.

Face à ce monopole dans la diffusion des flux culturels, Herbert Schiller, professeur à l'université de Californie (Usa), n'hésite pas de parler d' « impérialisme culturel » qu'il définit comme « l'ensemble des processus par lesquels une société est introduite au sein du système

³ SIMON NGONO, mémoire en ligne, *Avantages et effets pervers de l'économie numérique depuis 1992*.

moderne mondial et la manière dont sa couche dirigeante est amenée, par la fascination, la pression, la force ou la corruption, à modeler les institutions sociales pour qu'elles correspondent aux valeurs et aux structures du centre dominant du système ou pour s'en faire le promoteur. »⁴

Ce développement fulgurant des *Technologies de l'Information et de la Communication* (T.I.C) aux Usa va aboutir à internet qui, à son tour favorisera la diffusion et la circulation rapide de l'information via les réseaux à travers le monde entier.

Au sommet de Bruxelles en 1995, les pays les plus industrialisés au monde entérinent la notion de « société globale de l'information. » Dans son discours, que d'aucuns qualifient de messianique, M. Albert Gore, vice Président des Etats-Unis d'Amérique pose les bases d'une nouvelle économie à travers son concept d' « autoroutes de l'information. » Un concept que Ingrid Ngounou définit comme l'ensemble des « réseaux de télécommunications qui permettent de transmettre tout message (voix, vidéo, données...) à double sens avec de grands débits et sur des distances plus ou moins longues. »⁵

Ce concept d'Albert Gore s'apparente donc à un appel à une politique de promotion de l'économie numérique. Nous sommes en 1992. Les entreprises américaines, comme par effet de mode, consacrent plus d'investissements aux télécommunications en plus de l'informatique que dans les matières premières et l'agriculture. Les achats en ligne, les ventes sur internet, les offres d'emploi sur le web, les communications, ... font des recettes incroyables aux entreprises. C'est le départ (c'est-à-dire en 1992) de l'émergence de l'économie numérique ou netéconomie ou encore la nouvelle économie dont la première forme fut le téléphone. Reste à savoir quelles peuvent être les caractéristiques de cette économie numérique.

Section 3 : Révolution de l'économie numérique et ses conséquences

1. Révolution de l'économie numérique

L'économie numérique a entraîné une révolution inouïe dans le monde. D'après certaines études des économistes américains, les technologies de l'information sont d'un apport considérable dans l'industrie et les services des gains les gains de productivité. Exemple : une copie papier de l'Encyclopedia Universalis coûte à son éditeur plus de 2.000 francs par numéro, le CD-Rom lui revient à 10 francs alors que son téléchargement à partir d'un serveur est quasi gratuit. Par ailleurs, une communication longue distance facturée il y a dix ans à 50 francs la minute coûte de nos jours quelques dizaines de centimes⁶. C'est ce boom des technologies de l'information qui a donné lieu à des opportunités d'affaires sans précédent ; en attirant de nouveaux entrepreneurs financés par les marchés boursiers. A l'exemple de Michael Dell (Dell), Jeff Bezos (Amazon), Joseph Nascio (Qwest), Walter Scott

⁴ André Martinet, *nos langues et l'unité de l'Europe*, p 50.

⁵ Ahmed MEHAOUA Neilze DORTA, PDF : Cours RESEAUX et TELECOMMUNICATIONS.

⁶ Olivier Bomsel et Gilles Le Blanc dans www.larecherche.fr

(MFS, Level 3). Internet peut donc être considéré comme le plus vaste et important marché du monde. Car il ne tient pas compte de l'étendue des frontières, des contraintes de temps ...

Autre révolution c'est que l'offre des services s'est développée et diversifiée. Aujourd'hui, la musique, les films, les émissions de télévision, de radio (avec le système de podcaster) sont désormais disponibles sur la toile mondiale. Une toile qui peut aussi servir de vitrine à une entreprise une fois qu'elle a acheté un espace (bannière publicitaire) sur un quelconque site internet.

La révolution de l'économie numérique réside dans le fait qu'elle offre davantage des services aux clients ; elle crée de nouveaux produits ; réduit les coûts de certains d'entre-eux (surtout à la veille de leur date de péremption) ; elle semble aussi être plus réactives face aux rapides changements de leur environnement commercial, technique. Selon Alan Greenspan, chairman de la réserve fédérale (FED), il ne fait aucun doute que « les innovations les plus neuves, que nous appelons les technologies de l'information, commencent à changer notre manière de faire des affaires et créer la valeur, souvent de façon non concevable il y a cinq ans. »⁷

2. Conséquences de l'économie numérique

La révolution de l'économie numérique a fortement bouleversé la façon de faire des médias traditionnels (journaux, radio, télévision ...). Ces médias traditionnels, pour désormais vivre ou survivre étaient obligés de s'arrimer à la nouvelle donne c'est-à-dire s'allier au phénomène de convergence numérique. Cette convergence est consubstantielle à l'outil internet. C'est à cet effet que Charles de Laubier affirme : « internet est la première concrétisation de cette convergence sur laquelle la commission européenne a commencé à se pencher en publiant en Décembre 1997, un livre vert qui lui est consacré. Ce phénomène économique et social va toucher de plein fouet le plus traditionnel des supports d'information qui est le journal imprimé »⁸ Cette même commission européenne définit la convergence « comme la capacité de différentes plates-formes de transporter des services essentiellement similaires, soit, le regroupement des équipements grand public comme le téléphone, la télévision et les ordinateurs personnels. »⁹

La révolution numérique a créée de nouvelles motivations dans le domaine des médias traditionnels. Ces motivations se situent à trois niveaux :

1. Etendre leur territoire de marque et leur rayonnement sur un média en pleine phase de progression d'audience de publicité. Ceci au moment où les médias traditionnels sont en panne de croissance et où internet constitue un axe de développement

⁷ Alan Greenspan dans www.larecherche.fr

⁸ Charles de Laubier, 2002, La presse online en Europe, www.scd.univtours.fr/epress/sommaire.htm.

⁹ Alan Greenspan dans www.larecherche.fr

incontournable. Au Cameroun comme en occident, l'on peut voir les directeurs de publication pérorer sur la chute des recettes publicitaire de leur organe de presse au profit de la télévision.

2. Accéder à de nouvelles sources de revenus. L'e-publicité jouit d'excellentes perspectives à moyen terme, en dépit du fait qu'internet s'impose comme un média de complément de la télévision et de la presse ;
3. Etablir de nouvelles relations avec les consommateurs et les accompagner sur les nouveaux supports de diffusion de contenus d'information et de divertissement. Certains analystes font observer que c'est cinq ans après l'éclatement de la bulle que les grands groupes de médias ont fait leur entrée dans le paysage de l'internet.

Dès les années 1990 (juste après le discours d'Albert Gore sur les « autoroutes de l'information », c'est la presse américaine qui est la première à se hisser sur la toile. Le bal est ouvert par le San José Mercury News, un quotidien de la Californie du Nord (Usa). C'est le premier journal dans le monde à paraître sur internet. Effet de mode ou impératif de la modernité, les journaux africains n'ont attendu que pendant quatre années pour migrer vers le « réseau des réseaux. » Il faut préciser qu'il existe deux types de journaux sur internet : les webzines c'est-à-dire ceux qui ne paraissent que le net ; et les journaux en ligne qui ont une version imprimé et une version électronique. Au Cameroun, l'on retrouve plus les webzines : Cameroon-tribune, Le Messenger, Mutations, Le Jour, La Nouvelle Expression ...

Dans les années 1997-2010, c'est la radio qui va rejoindre la toile. Avec le service de « podcaster » qui permet d'écouter en live ou de réécouter une émission ou un programme à partir du web. Les incondtionnels auditeurs de Magic Fm (Yaoundé) ou de Hit Fm et d'Equinoxe radio à Douala peuvent expérimenter cela. La télévision n'est pas en retard. Elle qui a déjà aussi rejoint internet (on parle aujourd'hui de la webtélé ou de la télévision numérique. Soulignons que ce terme reste encore querellé). Cependant, le phénomène débute par la montée sur satellite. Et c'est la CRTV (Cameroon Radio and Television) qui ouvre la voie, en montant sur satellite lors du sommet France-Afrique tenu à Yaoundé en 2001. Canal 2, devenu international, va migrer tour à tour vers le satellite W3A (en septembre 2004), puis cette chaîne va changer de bouquet pour rejoindre le NSS7 (en novembre 2005) avant de se retrouver sur le bouquet de canal satellite en février 2006 (bouquet dans lequel elle est logée jusqu'aujourd'hui). Le phénomène s'est généralisé au fil des années.

Toutefois, cette migration vers le numérique n'est pas sans conséquences pour les médias traditionnels. Puisque certains ont connu une baisse drastique de leur lectorat, de leurs chiffres d'affaire et de leurs diffusions. Ceci à cause l'augmentation du coût de fabrication et du papier, la concurrence des journaux gratuits et surtout de l'arrivée d'internet ... Bon nombre de chercheurs et d'hommes de médias n'hésitent pas à prédire la « fin des journaux » traditionnels. C'est le cas de Vin de Vin Crosbie, analyste des médias américains qui indiquait en 2008, que « plus de la moitié des 1439 quotidiens aux Etats-Unis n'existeront plus d'ici la

fin de la prochaine décennie, que ce soit sur le papier ou sur le web »¹⁰. Il étai ses dire avec ces chiffres accablants : en 2008, la diffusion des journaux a atteint son niveau le plus bas depuis 1946, soit 53 millions d'acheteurs, contre 62 millions en 1970. Steve Ballmer, PDG de Microsoft, est plus pessimiste lorsqu'il affirme qu'« un cours des dix prochaines années le monde des médias, de la communication et de la publicité sera mis sens dessus dessous. Plus aucun média ne sera consommé autrement que sur Internet. » Les faits parlent d'eux-mêmes. En France par exemple, la diffusion payée a connu une baisse considérable. Sur les 3,8 millions vendus par jour en 1974, ils n'étaient que 1,9 millions à être vendus en 2007. Le quotidien français France-Soir qui vendait plus d'un million d'exemplaires par jour dans les années soixante ; agonise avec ses 23.000 exemplaires en 2008¹¹.

La même baisse est observée dans le secteur de la publicité. Les annonceurs voulant avoir de données significatives sur leurs cibles sont obligés de se tourner vers la publicité en ligne. Avec les risques de pertes que cela représente pour les médias traditionnels. A l'instar du quotidien français Le Figaro, qui entre 2003 et 2007, a vu son chiffre d'affaires publicitaire tomber de 120 millions d'euros à 80 millions et les revenus engendrés par les petites annonces passer de 97 millions d'euros à 25 millions¹². Pendant ce temps, internet continue de réaliser son « grand Chelem » à tous les niveaux. En 1995, la société anglaise Netcraft dénombrait 23.500 sites internet à travers le monde ; en juillet 2007, ils atteignaient déjà les 125 millions¹³. Le constat est donc qu'internet en tant qu'unimédia est venu ou mettra un terme à la diffusion des flux informationnels issus des médias traditionnels.

Conclusion de chapitre

La transformation numérique apporte bien des avantages pour certaines entreprises prêtes à adopter le changement, la dématérialisation de distances, notamment, élimine les barrières à l'entrée sur certains marchés et se traduisent par un accès massif à de nouvelles opportunités pour les entreprises.

¹⁰ P. Magnenat - notes de lecture B. Poulet « La fin des journaux et l'avenir de l'information », 2009, Paris, collection Le débat, éditions Gallimard.

¹¹ P. Magnenat, Idem.

¹² P. Magnenat, Idem.

¹³ P. Magnenat, Idem.

Chapitre 2 : impact de l'économie numérique sur le développement

De nos jours, tout processus de *développement économique* et social réserve une place de plus en plus importante aux *technologies de l'information et de la communication* et au savoir.

En effet, ces deux éléments constituent des facteurs décisifs de transformation rapide des modèles économiques et sociaux en raison de leurs effets transversaux sur tous les secteurs de l'industrie et des services, de leur capacité à accélérer la circulation de l'information et de la forte valeur ajoutée induite par ce nouvel actif immatériel qu'est le savoir.

Les nations les plus puissantes du monde ont vu leur croissance dopée par la priorité accordée à ces deux facteurs, source principale de création de richesse et de gain de compétitivité.

En effet, la bataille du numérique et la valorisation du capital humain sont à la base des enjeux du développement économique et social et de la préparation des pays aux défis de la globalisation. La modernisation des économies est ainsi inconcevable sans une domestication rapide du numérique par l'ensemble des acteurs économiques et sociaux (administrations, entreprises, citoyens) et sans une approche efficace et performante de développement du capital intellectuel, dont le vecteur clé est l'investissement en recherche – développement et innovation et en éducation – formation.

Section 1 : Le développement économique

1. Définition

La notion du développement économique est un phénomène très complexe. Le développement possède plusieurs définitions parmi lesquelles, on peut retenir deux pour simplifier sa lourdeur.

Selon François Perroux, le développement est « *la combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire accroître accumulativement et durablement son produit réel global* »¹⁴ le développement implique l'amélioration du bien être de toute la population et se traduit par une hausse de revenu par tête, un accroissement de la ration alimentaire et meilleurs accès aux services de santé et de l'éducation.

Selon Galbraith « *le développement économique consiste un élargissement des possibilités des réussites à ceux qui ont le désir d'échapper à l'équilibre de la pauvreté de masse et ses cultures* »¹⁵ le développement implique une hausse du bien être social, des changements des structures et des mentalités de la société toute entière. Il passe par

¹⁴ PERROUX François, " *L'économie du XXe siècle* " Paris, PUF, 1991, 3e édition, p. 190

¹⁵ Galbraith : *la maîtrise sociale de l'économie*. Michalon, pp.125

l'urbanisation, l'industrialisation, l'alphabétisation et la formation et ainsi que par la destruction des sociétés rurales.

2. La mesure du développement économique

La compréhension des mécanismes du développement comme l'action sur ces mécanismes suppose une information rigoureusement quantifiée et attentive à refléter fidèlement les réalités mesurées. Les indicateurs sont classés selon diverses modalités. Certains sont liés aux indicateurs quantitatifs (le PNB¹⁶/ hab et le taux de croissance) et d'autres insistent sur les indicateurs qualitatifs qui ont trait à la vie quotidienne des individus (nourriture, santé, éducation) dites besoins fondamentaux. On peut trouver également des indicateurs concernant l'environnement économique, social ou naturel des populations

2.1. Indicateur quantitatif :

Ces indicateurs comprennent le *PNB par habitant* et le *taux de croissance*.

a. le PNB/hab.

L'interprétation du PNB par habitant nécessite sa compréhension.

Le PIB¹⁷ par habitant est un indicateur utilisé souvent par la banque Mondiale afin d'établir les classements des pays. Le PIB est la somme des valeurs ajoutées produites à l'intérieur d'un pays sur une année.

Le PIB est divisé par le nombre d'habitant pour donner le PIB par habitant.

Le PNB fait référence à lui à la nationalité des agents.

Le PNB s'obtient en ajoutant au PIB, les revenus du capital et du travail reçu du reste du monde et en soustrayant les revenus du capital et du travail versés au reste du monde.

On peut rappeler que le PNB se prête mieux comparaisons internationales que le PIB dans la mesure où il ne retient que la production nationale.

Dans les comparaisons internationales, on se sert au dollar comme unité et on retient deux grandeurs ;

- Le PNB par habitant qui est montant brut en dollars sans tenir compte de différence des prix entre les pays.
- Le PNB par habitant corrigé des parités des pouvoirs d'achat (PPA) qui est en fonction du pouvoir d'achat permis par un dollar dans chaque pays.

¹⁶ PNB : Produit National Brut

¹⁷ PIB : Produit Intérieur Brut

Le calcul prend comme référence le dollar des Etats Unis, c'est à dire qu'aux Etats Unis, le PNB /hab et le PPA¹⁸ sont équivalents.

Tableau 1 : le PNB par habitant et le PPA de quelques pays

Pays	PNB/hab en dollars1998	PPA/hab en dollars 1998
Suisse	40080	26620
Etats Unis	29340	29340
France	24940	22320
Portugal	10690	14380
Corée	7970	12270
Argentine	8970	10200
Tunisie	2050	5160
Cot d'ivoire	700	1730
Palestine	480	1560

Source de PNUD rapport mondial pour le développement humain 2000

L'analyse du tableau ci dessus nous révèle que les pays développés ont PNB/hab très élevés que les pays sous développés. On peut observer le cas du Niger et Palestine dont le revenu est successivement 190 et 480. La plus grave est qu'à l'intérieur de cas pays la majorité des agents touchent des revenus inférieurs à la moitié de ceux qui sont donné comme moyenne.

b. le taux de croissance

Comme le PNB par habitant, le taux de croissance de l'économie est souvent considéré comme un indicateur utile à l'amélioration du niveau de développement.

Le taux de croissance peut être calculé à partir de la formule suivante :

$$\frac{(\text{Valeur du PIB de l'année 2} - \text{valeur du PIB de l'année 1})}{\text{Valeur du PIB l'année 1}}$$

Les taux de croissance se différent selon les pays et sont faibles dans les pays sous développés. On pourrait observer un extrait du tableau statistique sur le rapport mondial pour le développement humain 2002.

Tableau 2 : Croissance annuelle du PIB

pays	croissance annuelle du PIB en %	
	1975 - 2000	1990 - 2000
Norvège	1.6	3.1

¹⁸ PPA : Parité de Pouvoir d'Achat

Suède	1.4	1.6
France	1.7	1.3
Malaisie	4.1	4.4
Maroc	1.3	0.6
Congo	-	-3.4
Comores	-1.4	-2.4
Madagascar	-1.7	-0.9
Nigeria	-0.7	-0.4
Niger	-2.1	-1.0

Source de PNUD rapport mondial pour le développement humain 2000

c. Les limites du PNB par habitant et le taux de croissance

On porte souvent beaucoup des critiques au PNB qu'il ne donne pas une représentation très exacte de la réalité dans la mesure où il ignore certaines activités tel que :

- ❖ Le travail domestique
- ❖ Les auto-investissements (confection d'outils, travaux de petite infrastructure).
- ❖ L'autoconsommation de service (garde d'enfant, des membres âgés de la famille).
- ❖ L'auto production de type artisanal (travaux d'irrigation, guérisseur) et le troc qui est d'autant plus élevé dans les pays pauvres.

Un taux de croissance élevé ne signifie pas directement une augmentation de niveau de vie.

Il dépend souvent aux aléas climatiques surtout dans les pays agricoles ; il suffit que la pluie tombe dans une période donnée et que la production augmente par rapport à l'année précédente.

Une autre limite du taux de croissance vient à des problèmes des mesures car il est en fonction du PIB, or on sait déjà que le PIB ne mesure qu'une partie de la production économique.

2.2. L'indicateur qualitatif

Selon François « le développement c'est nourrir les hommes, soigner les hommes et instruire les hommes » on définit le développement comme la satisfaction des besoins fondamentaux et le sous développement comme la non couverture des coûts de l'homme : il s'agit des besoins fondamentaux; l'alimentation, la santé et l'éducation.

a. L'alimentation

L'état du sous développement se traduit généralement par des insuffisances alimentaires tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

L'insuffisance quantitative se présente lorsque la ration alimentaire est inférieure à 2400 calories/jours. Dans ce cas on parle de « sous-alimentation ».

en 1996, les apports journaliers des calories par habitants s'élevaient selon le PNUD¹⁹ à 1945 calories en Ethiopie, 2844 en Chine, 3250 en Tunisie.

L'insuffisance qualitative traduit des carences alimentaires bien que le nombre des calories soit suffisant. Dans ce cas on parle de la « mal nutrition ».

b. La santé

L'état sanitaire d'un pays ne peut s'écarter de sa situation économique.

Dans ce domaine, les indicateurs sont nombreux :

- l'espérance de vie à la naissance.
- Le nombre d'habitant par médecin.
- Le nombre d'accouchement assiste par le personnel de santé.
- Taux de mortalité infantile.
- Taux de fécondité.

On peut observer le tableau ci dessous.

Tableau 3 : L'état sanitaire des pays

Pays	Espérance de vie à la naissance (année 2000)	Taux de mortalité infantile (pour mille naissances vivantes) année 2000	Taux de mortalité maternelle pour mille naissances vivantes en 1985 - 99
Norvège	78.9	4	6
Suède	79.7	3	5
France	78.6	4	10
Malaisie	72.5	8	41
Maroc	67.6	41	230
Congo	51.3	81	-
Comores	59.8	61	-

Source de la Banque Mondiale sur le rapport mondial sur le développement humain 2002

¹⁹ PNUD : Programme des Nations Unies pour le développement

D'après le tableau ci dessus, on constate que les pays sous développement surtout en Afrique subsaharienne ont un niveau de vie à la naissance très faible et présentent des taux très élevés de mortalité infantile et maternelle. Ceux ci peuvent s'expliquer par l'absence des moyens pour financer leurs dépenses liées aux services sanitaires.

c. L'éducation et la formation

L'éducation et la formation vont de paire avec le développement économique. Les indicateurs proposés ici se réfèrent à l'alphabétisation, à la scolarisation...

Le tableau ci dessous nous montre les indicateurs de certains pays développés et sous développés.

Tableau 4 : les indicateurs de certains pays développés et sous développé

Pays	Taux d'alphabétisation des adultes (% de la population de plus de 15 ans) 2000	Taux bruts de scolarisation combinés (du primaire au) en % 1999
Norvège	-	97
Suède	-	101
France	-	94
Malaisie	87.5	66
Maroc	48.9	52
Congo	90.7	63
Comores	55.9	35
Madagascar	66.5	44
Nigeria	63.9	45
Niger	15.9	16

Source : PNUD, rapport mondial pour le développement humain année 2002

Le niveau de l'éducation au Niger est très bas, selon ce tableau ce pays nécessite beaucoup des progrès en matière d'infrastructure et de services éducatifs.

2.3. Les autres indicateurs

On peut retenir également d'autres indicateurs : Les indicateurs des disparités internes qui expliquent non seulement la répartition inégale entre les agents, mais aussi la disparité entre homme et femme et ainsi que les disparités entre ville et campagne.

Plus ces disparités sont très importantes plus le pays est sous développé.

Il y a aussi les indicateurs de consommation.

A titre d'exemple, on peut retenir les indicateurs ayant trait à la manière dont les populations s'informent (téléphone, récepteur, radios, télévision, journaux...) et ainsi que les indicateurs concernant le moyen de transport (voiture, moto...). Plus la consommation est faible, plus le sous développement apparaît.

A coté des indicateurs déjà cités, il y a encore les indicateurs des gouvernances (liberté civile, droit publique, liberté de presse...); Les indicateurs permettant de caractériser les conditions dans lesquelles s'exercent l'actualité économique (inflation, croissance annuelle de l'investissement...) et l'indicateur du développement humain (IDH) qui sera traité en détail dans le deuxième chapitre.

Section 2 : Apport de l'économie numérique au développement

Théoriquement, une étude de Coe-Rexecode²⁰ estime double la contribution de l'économie numérique à la croissance économique en générale. En effet, il existe la contribution directe par l'augmentation du capital numérique en tant que facteur de production. Et la contribution indirecte engendrée par le fait que cette augmentation de capital numérique a un effet positif sur les gains de productivité globale de l'économie.

L'augmentation de l'investissement productif des entreprises, investissement dans les biens corporels : équipements et matériels numériques ; ou incorporels : logiciels, utilisés dans le processus de production entraîne la croissance des entreprises par exemple par amélioration des chaînes de valeur (par l'intégration des nouveaux intermédiaires comme les plateformes de recherche, info-médiateurs, réseaux sociaux), amélioration de la productivité des salariés, collecte de bénéfices financiers liés à l'innovation et à l'amélioration des processus internes (de production, distribution, communication, management), augmentation de productivité, élimination des barrières à l'entrée et donc accès massif à des nouvelles opportunités, des nouveaux marchés et à des nouveaux clients.

L'on doit aussi noter que la forte utilisation des technologies numériques qui entraîne une amélioration de la productivité globale de facteurs qui est difficilement quantifiable car elle ne peut pas être mesurée par l'accroissement de l'usage des facteurs de production comme le capital et le travail.

Néanmoins l'émergence du numérique peut être déstabilisante pour de secteurs et notamment pour un grand nombre d'entreprises, qui n'étant pas préparées à s'adapter aux changements numériques, devraient souffrir d'un énorme décalage en termes de productivité, d'efficacité, et d'innovation. Les industries traditionnelles sont touchées de plus en plus par ces bouleversements technologiques.

Le 3 mars 2016 a eu lieu l'ouverture de la 1ère journée de l'économie numérique au Cameroun marquées par la production d'un rapport par la Banque Mondiale : « Les dividendes du numérique 2016 »²¹. Ces journées ont pour origine le désir du Cameroun de participer comme les autres pays à cette révolution numérique et de saisir les opportunités de

²⁰ « L'Economie numérique et la croissance : Poids, impact et enjeux d'un secteur stratégique », Antoine Arlandis, Stéphane Ciriani, Gilles Koleda, Document de travail n°24 - COE-Rexecode (mai 2011).

²¹ Source : <http://bsi-economics.org>

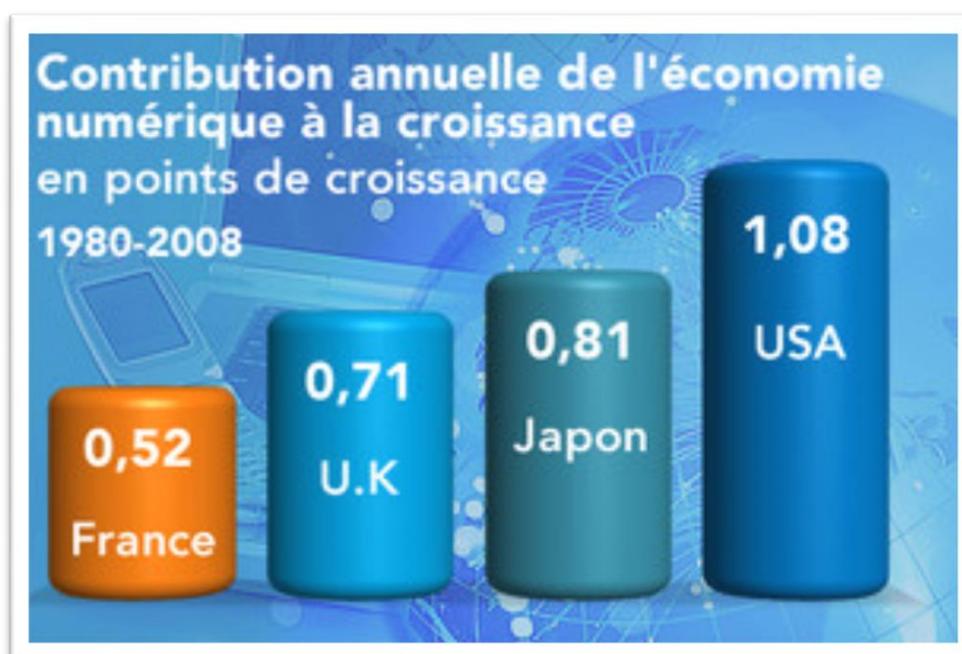
croissance qui en découlent. En effet l'Etat Cameroun accuse un retard au plan international et figure parmi les pays dans lequel le taux de pénétration d'internet et des TIC est le plus faible.

Pour comprendre l'apport de l'économie numérique au développement il est important de comprendre tout d'abord le maitriser le concept de développement. Selon l'Alternative économique, le développement est l'ensemble des changements productifs ou sociaux dont le résultat est d'améliorer les conditions d'existence d'une population donnée dans son ensemble. De ce fait nous pouvons tenter de mesurer l'apport de l'économie numérique au développement du Cameroun par son niveau de croissance, son influence sur la santé, l'éducation et l'accès à certaines libertés.

1. Sur la croissance économique

Au cours de la dernière décennie, l'économie numérique a contribué plus largement à la croissance aux Etats-Unis qu'en Europe ou en France. L'économie française doit relever le défi d'investir dans les infrastructures de réseaux et regagner en compétitivité pour redynamiser son industrie numérique.

Figure 2 : contribution annuelle de l'économie numérique à la croissance en points de croissance 1980-2008



Source : <http://www.coe-rexecode.fr/public/Analyses-et-previsions/Documents-de-travail/L-economie-numerique-et-la-croissance>

- ❖ L'économie numérique contribue plus largement à la croissance aux Etats-Unis qu'en Europe

C'est ce que montre la mesure quantitative du poids des secteurs de l'économie numérique dans le PIB, et de la contribution de l'économie numérique à la croissance

économique pour la France, les Etats-Unis et quelques grands pays (Allemagne, Royaume-Uni, Japon).

❖ *L'industrie numérique européenne est en retrait*

Malgré les ambitions européennes affichées, l'industrie productrice de matériels et d'équipements numériques s'est contractée au cours de la dernière décennie dans une grande partie de l'Europe.

C'est particulièrement vrai en France, où elle est en passe de disparaître. Seule l'Allemagne a su rester assez compétitive et préserver son industrie numérique face à la concurrence chinoise.

❖ *Les investissements numériques à venir sont primordiaux*

L'économie numérique française doit relever le défi d'investir dans les infrastructures de réseaux à très haut débit (fibre optique pour l'Internet fixe, LTE pour l'Internet mobile). Le déploiement de la fibre optique nécessitera, à lui seul, entre 20 et 30 milliards d'euros d'investissement sur les dix à quinze prochaines années. Ces investissements sont extrêmement structurants pour la filière numérique dans son ensemble.

❖ *Les conditions de financement de ces investissements ne sont pas réunies*

Comme le montrait notre précédente étude (2010) sur les opérateurs de réseaux dans l'économie numérique, les recettes potentielles et les besoins d'investissements ne se situent pas chez les mêmes acteurs de l'écosystème numérique : les opérateurs de télécommunication doivent financer des investissements dont le rendement leur échappe largement.

Pour que l'économie française bénéficie rapidement des retombées économiques associées à ces investissements (0,2 points de croissance par an selon nos estimations), les conditions de leur réalisation doivent être satisfaites au plus vite.

2. Sur l'éducation

Aujourd'hui, l'accès à internet s'est répandu aussi bien à la maison qu'au travail. Ainsi l'idée d'intégrer les nouvelles technologies dans l'éducation pour sensibiliser et apprendre dès le plus jeune âge pour pouvoir « *vivre avec son temps* » semble bien justifiée. Mais pour autant, l'utilisation du numérique dans l'éducation, est-ce vraiment une si bonne idée que cela ?²²

On peut voir l'idée de développer le numérique dans les écoles comme un enjeu pour rester en adéquation avec les avancées technologiques du XXIème siècle. Il y a une réelle

²² blog.economie-numerique.net

volonté de *transformer l'écosystème éducatif* en France car les outils numériques mis en place dans les écoles auraient pour but de « *développer les compétences de demain* ».

Le numérique dans les établissements scolaires peut être vu comme un *atout majeur* pour l'avenir mais aussi pour les élèves. Par exemple dans une école primaire disposant d'outil numérique, un élève pourra plus facilement rattraper les cours et ce genre d'outil permettra aussi de réduire le poids des cartables, qui est une grande préoccupation chez les jeunes parents.

Mais d'un autre côté, on peut aussi apercevoir *les points négatifs* de ce système car avec l'insertion du numérique dans les écoles primaires, cela va-t-il amener à voir disparaître l'écriture et le calcul ? De plus l'idée d'avoir les yeux rivés sur un écran toute la journée, ne va-t-elle pas endommager la vue des jeunes ? Il n'y a pas encore de réponse à ces questions mais elles méritent d'être soulevées.

A ce jour, il n'existe pas encore d'outil pour mesurer le vrai impact du numérique dans l'éducation. Mais de petites études ont été faites par des technopédagogues et la conclusion qui revient le plus est *qu'avec le numérique les élèves n'apprennent pas plus ou pas moins qu'avec l'éducation dite traditionnelle*. En partant de ce constat, on se rend compte que le numérique dans l'éducation n'apporterait rien de plus que l'enseignement classique car pour l'instant le numérique n'est pas encore bien mis en place et le corps enseignant est mal préparé à la venue des nouvelles technologies dans leurs établissements.

Mais le numérique dans l'éducation reste quand bien même un atout pour le futur et une fois que les processus de diffusion seront mis en place les élèves de tout l'hexagone profiteront dès le plus jeune âge de l'apprentissage d'outil numérique ce qui, pour l'avenir, est un bon point au vu de l'avancée technologique de plus en plus grandissante. Cela va encore prendre du temps mais *sur le long terme cela sera une stratégie payante pour l'Etat*.

3. Sur L'environnement

Les TIC ont longtemps été perçus essentiellement du point de vue de leur apport, incontestable, à la productivité de l'économie et au bien-être de la population.

Ce n'est que récemment que leur impact environnemental est devenu une préoccupation majeure au niveau des sociétés. Selon la Commission Européenne, les TIC contribuent pour 2%²³ aux émissions mondiales de gaz à effet de serre. Ce chiffre pourrait cependant s'alourdir en raison de la très forte croissance du marché et malgré des évolutions technologiques permettant de réduire notamment les niveaux de consommation électrique. Nonobstant cette remarque, le premier enjeu est de permettre, grâce à l'innovation technologique, de réduire les 98% d'émissions restants.

²³ Rapport TIC et Développement durable

En effet les TIC favorisent l'adoption de comportements de plus en plus respectueux de l'environnement dans toute l'économie. Ils jouent un rôle déterminant dans l'élaboration de systèmes d'aide à la décision environnementale ainsi que dans la possibilité qu'elles offrent aux différents acteurs de moduler leur comportement en fonction d'une gestion et d'une utilisation durable des ressources naturelles.

La « *télé-détection spatiale* » permet notamment d'analyser par satellite l'évolution de certains phénomènes (sécheresse, désertification, pollution des terres, de l'air et de l'eau, urbanisation...) et d'en anticiper les conséquences pour les limiter ou les neutraliser.

C'est grâce au développement des TIC que l'on a pu et pourra encore réduire l'empreinte écologique des transports et développer les modes de transports collectifs (nouveaux tramways, équipement GPS²⁴ pour optimiser les trajets, télépéages sans arrêt, bornes de stationnement pour vélos-urbains...). L'automobile de 2020, condensé de TIC, disposera des moyens de définition et de réalisation des trajets, par communication avec les infrastructures, pour une sécurité optimale et une consommation énergétique encore réduite.

L'introduction des TIC a favorisé également la consommation énergétique des industries et des bâtiments, en réalisant des progrès considérables, en permettant notamment l'optimisation de la gestion de l'éclairage, du chauffage et de la climatisation.

4. Sur le politique

Au regard de la réflexion sur la société de l'information, mais aussi par rapport aux renouvellements des formes de la mobilisation dans l'espace politique, l'étude des relations entre le politique et les TIC, fait l'objet d'un développement récent et important, notamment dans la littérature anglo-saxonne²⁵ (Hague, Loader, 1999; Pal, Alexander, 1998). Elle tente de saisir les enjeux théoriques relatifs à l'espace public des expressions politiques.

Dans sa volonté de maintenir sa place au sein de ce dispositif représentatif, le personnel politique instaure de plus en plus de nouvelles pratiques de médiation auxquelles ils s'intéressent aux formes émergentes de régulations offertes par les TIC. En effet, les TIC contribuent au renouvellement des différentes formes de médiation politique en participant, par exemple, à la transformation des règles de la communication politique avec les nouvelles possibilités techniques, le personnel politique local (les candidats , élus locaux, équipes de campagne,...), tentent d'instaurer une nouvelle forme de dialogue, basée sur une série de

²⁴ Système de géo localisation par satellite

perceptions positives attribuées aux TIC, alliées à des possibilités technologiques mis en place.

En gros, l'apport des TIC dans la sphère politique peut se résumer par :

❖ **La rénovation démocratique** : utilisée comme des outils de rénovation des formes de la participation démocratique (démocratie participative) ; innovation et modernisme (progrès technologiques comme de progrès politique) ;

❖ **La transparence** : Accès aux sources et appropriation personnelle de l'information, publication des opinions et jugements ;

❖ **L'interactivité** : Expression-médiation en vie de réorganisation ; figure d'un usager actif, d'un citoyen soucieux de construire sa propre information, logique d'accès à l'information , simultanéité, instantanéité et permanence, réappropriation et reformulation des messages ;

❖ **La proximité** : Abolition de l'espace (géographie physique et institutionnelle), connexion directe, fragmentation des intérêts directs des pratiques sociales ;

❖ **La transversalité** : Dissociation entre la construction et l'accessibilité de l'information avec l'espace national (globalisation), dématérialisation géographique de l'information.

Section 3 : Impacts sectoriels

Le tourisme, notamment dans l'hôtellerie, est un exemple de secteur traditionnel qui a été bouleversé par la révolution numérique. Son modèle est devenu plus centré sur la conception d'offres « sur mesure » car avec le numérique, l'accès à l'information est plus facile, plus complète, donnant aux consommateurs un pouvoir de décision sur les offres. Sa chaîne de valeur a été sensiblement modifiée avec l'apparition des nouveaux intermédiaires qui exploitent des données disponibles en fonction des souhaits du consommateur et qui captent les marges des acteurs historiques, ainsi que la progression du système digital dans le tourisme, (plateformes de réservation, de prospection en ligne, les applications, les nouveaux produits comme les Smartphone, tablettes à disposition des clients-consommateurs). En effet les plateformes de mise en relation acquièrent une position de force, et dictent leurs conditions à des acteurs traditionnels devenus dépendants de ces nouveaux acteurs qui ont intégré la filière et ont dépossédé les acteurs historiques de leurs données clients, coupant ainsi l'accès directe à leur clientèle. Ce secteur est aussi impacté par l'apparition des nouveaux acteurs de l'économie collaborative, qui grâce au numérique, ont un poids de plus en plus important dans cette industrie ex : Airbnb²⁶

Un autre exemple : le secteur bancaire. Le changement dans le mode de consommation, l'apparition de nouveaux acteurs, et la demande croissante de services en ligne a engendré le

²⁶ Airbnb est une plateforme communautaire payante de location et de réservation de logements.

développement des sites de banque à distance. Il a été également influencé par la progression de la finance participative, le crowdfunding²⁷, dont les plateformes en ligne ne cessent de se développer.

Le secteur des transports légers et opérateurs de colis : le développement de l'e-commerce s'accompagne par une concurrence accrue entre les transporteurs de colis. De plus en plus de plateformes en ligne se positionnent sur le secteur et proposent des services plus performants tels que des délais de livraison réduits, horaires de livraison atypiques. La base de la clientèle de ce secteur se concentrait avant sur les entreprises alors que désormais les particuliers ont pris une place plus importante. Les services proposés en ligne ont tendance à augmenter les coûts supportés par les entreprises du secteur alors que la concurrence accrue entre anciens et nouveaux acteurs tire les prix à la baisse affectant les entreprises quel que soit leur taille. Autres tendances comme la livraison entre particuliers avec le développement de l'économie collaborative bouscule la chaîne de valeur du secteur.

L'exemple le plus représentatif est sans doute celui du secteur des taxis avec l'arrivée des acteurs proposant le service de voiture de tourisme avec chauffeur ou VTC. Le système est simple, grâce au développement du numérique (matériel et immatériel) il est désormais très facile et rapide de commander un VTC à n'importe quelle heure de la journée, et éviter les attentes parfois longues pour avoir un service de taxis. Avec l'arrivée des acteurs tels que UBER par exemple, le secteur de taxis a été largement impacté, non seulement sur leurs marges financières, mais également sur la baisse de la valeur de leur licences. Leur clientèle a diminué, le consommateur a été très vite attiré par le service proposé par les VTC : commande d'un VTC grâce à une application, traçabilité du chauffeur ainsi que suivi du trajet par GPS et paiement direct grâce aux Smartphones.

L'économie collaborative a également un rôle dans le secteur avec le développement des services de covoiturage. Plus économique, rapide et facile d'accès, le numérique a transformé le secteur des transports. Moins axé sur la propriété et le bénéfice financier mais plutôt sur les services rendus, ces nouveaux modèles remettent en question les modèles traditionnelles du secteur affectant tous ces acteurs, les réglementations et son activité globale.

Le secteur culturel est un autre exemple. Pas seulement à cause la dématérialisation des contenus (industrie du livre, de l'imprimerie, de la musique, de la presse, de l'édition, de l'audiovisuel, fortement touchées par l'accélération de l'économie numérique) qui a impacté leur chaîne de valeur et notamment leur processus et support de distribution. Cette industrie a été impactée aussi par l'apparition des nouveaux services d'accès à la culture, à l'apprentissage etc. Des nouveaux biens et services gratuits ou payants octroyés par des nouveaux intermédiaires via des plateformes en ligne qui ont bouleversé toute une industrie. Par

²⁷ st une autre façon pour les entreprises, les particuliers de récolter des fonds pour leur projets.

exemple le développement des MOOC²⁸ permet l'accès à des formations gratuites où les professeurs et élèves peuvent être dispersés partout dans le monde, liés par l'internet.

Le dernier exemple parmi des milliers est le cas du secteur de la santé. Le développement des applications, dispositifs et objets connectés permettent désormais de suivre des statistiques vitales (pour la plupart lié à l'entraînement sportif) : nombre de pas, distances parcourues, durées, et le rythme cardiaque. Ces gadgets destinés aux particuliers ont fait naître une nouvelle tendance qui concerne toutes les personnes, l'e-santé. De plus en plus de start-ups financées par le crowdfunding ou le capital-risque se positionnent dans le développement des services numériques, objets connectés, applications et intelligence artificielle qui continuent à révolutionner le secteur de la santé.

²⁸ MOOC : massive open online course ou Formation en ligne ouverte à tous (FLOT)

Conclusion de chapitre

Les innovations majeures de l'économie numérique ont engendré des changements profonds dans le comportement des producteurs et consommateurs. Elles sont à l'origine d'un large mouvement de désintermédiation de l'économie et d'accès massif à l'information. La transformation numérique apporte bien des avantages pour certaines entreprises prêtes à adopter le changement, la dématérialisation de distances, notamment, élimine les barrières à l'entrée sur certains marchés et se traduit par un accès massif à de nouvelles opportunités pour les entreprises. Malgré la fracture numérique existante entre les pays développés et les pays en voie de développement

Conclusion de la première partie

L'économie numérique englobe les activités économiques et sociales qui sont activées par des plateformes telles que les réseaux internet, mobiles et de capteurs, y compris le commerce électronique.

La contribution totale de l'économie numérique sur la croissance des pays est composée d'un effet direct via l'accumulation de capital numérique et l'effet indirect mesuré par la diffusion du capital numérique dans le système productif.

En plein essor, l'économie numérique est un secteur stratégique de l'économie et sa contribution à la croissance des Etats est non négligeable. Au Maroc, le numérique représente 2.3% de la valeur ajoutée créée et son poids dans la contribution à la croissance est plus important que celui des secteurs traditionnels.

DEUXIEME PARTIE : USAGE ET IMPACT DES TIC SUR LES PME MAROCAINES

Les PME sont une composante principale du tissu économique de la plupart des économies, qu'elles soient développées ou en voie de développement.

Les PME jouent un rôle important dans la dynamique économique et sont de véritables facteurs de promotion de l'emploi et de partage des richesses.

Alors, Il convient tout d'abord dans cette partie de revenir sur la notion de PME puis de montrer l'évolution de ces derniers face aux TIC au Maroc, et enfin, La présentation et l'analyse des résultats de notre étude sur les TIC dans les PME Marocaine et leur impact.

Chapitre 3 : PME Marocaine et les nouvelles technologies

Dans une économie en voie de développement comme celle du Maroc, la PME occupe certainement une place de grande importance en vue de sa participation efficace à la promotion de dimension sociale et du développement économique.

Section 1 : Définition et évolution des PME

1. Définition de la PME au Maroc

Jusqu'à la promulgation du nouveau code des investissements en Janvier 1983, il n'existait pas de définition légale de la Petite et Moyenne Entreprise (PME) au Maroc.

Ledit code des investissements définit la PME dans son article 3 comme étant « l'entreprise dont les développements à la création ou à l'extension ne dépassent pas 5 millions de Dhs et dont la valeur ajoutée en biens d'équipements par emploi stable créée ne dépasse pas 70.000 dh est considérée comme une petite et moyenne entreprise ».

La définition de la PME fait appel à deux critères qualitatifs et quantitatifs, à savoir :

- Les critères qualitatifs font référence au monde d'organisation et de gestion :
 - La PME est une entreprise gérée et/ou administrée directement par le propriétaire.
 - La PME est indépendante de la société : ce qui veut dire que le maximum de détention du capital de la PME est fixé à 25%.
- Les critères quantitatifs se rapportent à la taille de l'entreprise qui est mesurée, selon l'article, par l'actif total et le montant de l'investissement initial, par l'effectif employé, et par le chiffre d'affaire annuel qui ne doit pas dépasser 75 millions Dhs.

Comme nous l'avons constaté, la notion de PME recouvre une grande diversité d'entreprise différenciée, selon les pays et selon les rôles.

2. L'évolution des PME face aux TIC

Vous souvenez-vous de l'époque où l'on parlait des NTIC ? La nouveauté a maintenant quelques années. Les entreprises ont assimilé les TIC et elles font partie intégrante de leur quotidien. Elles sont aujourd'hui à l'aise avec ces technologies, décomplexées et même devenues particulièrement exigeantes.

Le temps s'accélère, tout bouge, il faut être réactif pour valoriser son entreprise !

Dans une récente étude parue en janvier 2012, on apprenait que plus de la moitié des entreprises ont leur propre site internet, quelle que soit leur taille ou leur activité. Depuis 10 ans, la courbe d'équipement des entreprises n'a cessé de croître.

On assiste désormais à une mutation du besoin : on ne parle souvent plus d'équipement mais de bien de renouvellement. Nombreux sites créés il y a plusieurs années sont aujourd'hui obsolètes : graphisme démodé, contenus dépassés. Or ces sites sont de plus en plus visibles, du fait de l'augmentation du nombre d'internautes. Plus de 38 millions de français sont familiers de la toile. Les requêtes sur Google explosent. Imaginez le taux de rebond d'un site qui n'aurait jamais été actualisé depuis 5 ans. L'internaute pensera certainement que l'activité est cessée sinon il n'aura probablement pas envie de poursuivre sa visite.

Au-delà du graphisme, les entreprises veulent désormais avoir la main sur leur communication. Conscientes du besoin d'actualité et de nouveautés dans un monde où tout va plus vite, elles veulent pouvoir réagir et anticiper leur communication. Cela passe par des outils simples et faciles d'utilisation qui leur permettent de mettre à jour leur site internet. Cet outil, c'est le CMS (Content Management System) : un logiciel qui permet de modifier les contenus, les visuels et la structure du site. Une opération spéciale ? Des soldes ? Un anniversaire ? Quelques clics et le site est à jour ! Dès que l'opération est terminée, le site est de nouveau actualisé. Il est la plaquette interactive de l'entreprise.

Les entrepreneurs sont moins timorés. Ils ne pensent plus que les outils technologiques sont réservés aux Grands Comptes !

Le site internet est maintenant démocratisé. Il est même indispensable pour promouvoir son activité et approcher les 38 millions d'internautes. Mais la communication web a mué, elle est désormais multi-canal. Un site web design et actualisé c'est un bon début, en version mobile, c'est encore mieux. Si l'augmentation du nombre d'internaute stagne, celle des mobinautes explose. D'après les chiffres publiés par Médiamétrie, ce sont plus de 20 millions de mobinautes qui surfent sur leur Smartphone, dont plus de 9 sur 10 ont visité au moins un site (optimisé ou non pour le mobile). Une augmentation pouvant aller jusqu'à 20% en fonction du secteur d'activité.

La communication des entreprises devient également sociale. L'année dernière, Facebook a ouvert les portes de son réseau aux professionnels. La sphère personnelle est

accessible aux marques et aux entreprises. Réalisez, plus de 25 millions de français que les entreprises peuvent approcher d'une manière plus conviviale. Elles sont nombreuses à avoir franchit le cap et à utiliser cet outil simple qui leur offre de nombreuses opportunités.

Les entrepreneurs ont changé face aux TIC, ils ont pris la mesure et se sont positionnés sur les différents médias. Pour optimiser et booster cet investissement humain et matériel, de nombreux outils humanisent la relation internaute / entreprise : qu'il s'agisse de Chat (échange instantané), de Web Call Back (solution de rappel immédiat et gratuit pour l'internaute)... En plus, ces solutions améliorent le ROI des entreprises sur la toile.

En effet, un des principaux atouts du web est qu'il permet une mesure immédiate des actions entreprises sur la toile.

Les TIC ont ouvert aux entreprises la porte de la communication sans frontière et elles en ont pris les manettes. Alors à vous les commandes !

Section 2 : l'impact des TIC sur les métiers et sur les compétences

Au cours des années quatre-vingt-dix, l'environnement de l'entreprise s'est profondément modifié. La concurrence s'est fortement élargie. Les TIC ont favorisé l'apparition de nouveaux marchés, de nouvelles relations inter-entreprises, de nouvelles formes de gestion des clients ou des usagers.

Les technologies sont la source des changements organisationnels. Les changements de contextes concurrentiels adaptés aux mutations technologiques imposent des transformations aux entreprises si elles veulent continuer à se développer.

Bien que les TIC n'imposent pas leur logique technique à l'ensemble des activités humaines, elles favorisent la réorganisation des activités qui, avec des variantes très contrastées d'une industrie à l'autre, s'organisent en réseaux modulaires, décentralisés et où l'innovation devient centrale.

Les TIC facilitent les changements organisationnels. Ces derniers sont assez divers et ne sont pas la simple conséquence du changement technique. Plus encore que les TIC, qui y jouent un certain rôle, ce sont les réorganisations permanentes qui modifient profondément le contenu des et les conditions de travail et concourent à mettre les acteurs sous tension.

La transformation des entreprises est un changement de paradigme qui propose de repenser l'entreprise dans son organisation, dans sa structure, dans ses capacités à agir, réagir et pro-agir face aux difficultés qui la guettent tant sur le plan interne que sur les marchés de la nouvelle économie.²⁹

²⁹ Expressions extraites d'un des ouvrages de Bill Gates sur « l'entreprise du troisième millénaire » (W.H.Gates, Business at the speed of thought, Warner Books, New York, 1999).

1. La structure de l'entreprise

Repenser l'entreprise notamment la PME par exemple à l'ère du social-Local-Mobile (SO-Lo-Mo) où les petites structures et les petites économies ont accès aux mêmes outils que les grandes (équité informationnelle, égalité digitale...). Les récentes acquisitions au niveau international de grandes structures par des petites, parfois des startups confirment cette tendance du « Small is the new big ».

2. L'organisation de l'entreprise

Reconsidérer l'entreprise pour mieux « panser » ses difficultés organisationnelles et opérationnelles en acceptant les révolutions, comportementale et organisationnelles, dictées par des décisions de création –créativité-réflexion collaborative et collective.

3. La capacité d'agir de l'entreprise

Réétudier l'organisation des entreprises en intégrant la décomposition-recomposition du travail et du lieu de travail, processus désormais inéluctable mais nécessitant que l'entreprise et ses leaders intériorisent les fondements et les règles du jeu de la nouvelle économie et les nouvelles donnes d'un environnement national et international caractérisé par l'éphémère, le précaire, le nomade, l'instable et le virtuel.

Conclusion de chapitre

Dans cette étude on a choisi les PME parce que constituent au Maroc la trame du tissu industriel national et participent positivement à la croissance économique
L'introduction des Tic peut être considérée comme une innovation technologique pour les PME qui n'en disposent pas. Or la diffusion d'une innovation dépend, selon E. M. Rogers (1995), de ses caractéristiques et de celles des individus qui l'adoptent et des moyens d'information et de persuasion utilisés par l'entreprise.

Les métiers se transforment sous l'effet des TIC parce qu'il joue un rôle majeur, notamment par leur interaction avec les structures sociales et les stratégies d'acteurs.

Chapitre 4 : Méthodologie de recherche et de collecte des données

Nous traitons dans ce chapitre les résultats obtenus auprès d'une enquête par questionnaire adressé au PME marocaine dans le but de connaître le niveau de l'informatisation et de la diffusion des technologies de l'information et de communication au sein de ses entités et leurs impacts sur ces dernières.

Section 1 : Collecte des données et l'élaboration du questionnaire

Le moyen privilégié pour la collecte des données dans cette recherche est le questionnaire. Il est réalisé sous la plateforme de Google Forms.

Ce questionnaire d'enquête a été adressé par e-mail à 500 entreprises, Le nombre de réponses collectées est de 30 réponses, soit un taux de réponse de l'ordre de 6%.ce taux est faible, cela peut être justifié par : la limite des temps, manque de contrôle de la boîte email

1. Les motifs de choix du questionnaire

Le questionnaire est l'outil d'investigation le plus connu et le plus fréquemment utilisé.

Plusieurs facteurs expliquent pourquoi le questionnaire est jugé approprié à ce type d'enquête, à savoir :

- La simplicité et la rapidité de diffusion et d'acquisition des réponses ; questions fermées (ne nécessitant pas de grandes explications) ;
- Le caractère systématique et standardisé des observations ;
- Le potentiel d'un fort taux de réponse et la possibilité d'étudier des populations importantes ou de gros échantillons et de traiter les données obtenues statistiquement.
- Faible coût des opérations, comparativement à d'autres méthodes.

2. La présentation du questionnaire

Le questionnaire élaboré porte sur quatre axes, chaque axe contient plusieurs questions.

Les axes du questionnaire

- ✓ Utilisation d'ordinateurs et de réseaux : comporte 5 questions
- ✓ Accès et utilisation de l'internet : comporte 7 questions
- ✓ Echange de données informatisé : comporte 3 questions
- ✓ Évaluation de l'impact et l'usage des TIC : comporte 4 questions

Type de question

On distingue entre trois types de questions :

- Les questions “ fermées ”,

- Les questions “ en éventail ”,
- Les questions ouvertes.

Ces types de questions sont définis par rapport aux possibilités de réponses qui sont données aux personnes interrogées.

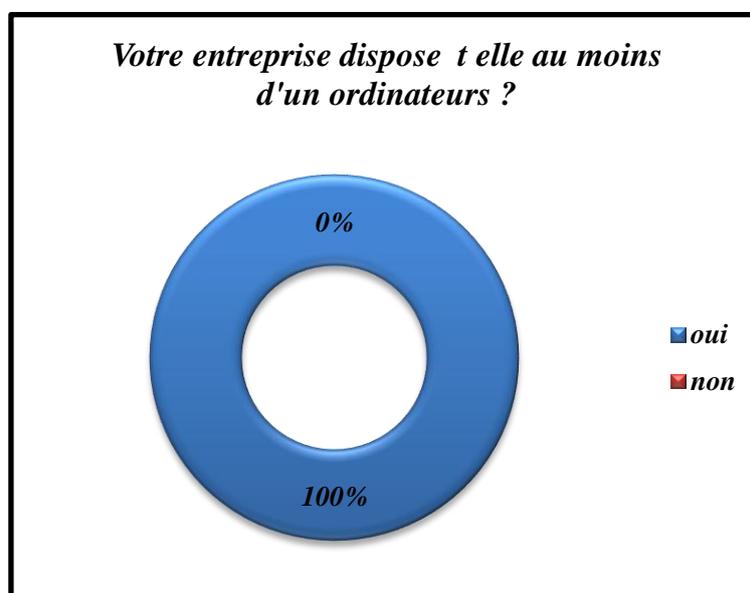
Dans le choix d'un type de question, plusieurs éléments entrent en jeu :

- Les caractéristiques de l'indicateur qui peut être factuel, concret, facile à observer ou au contraire abstrait, relevant d'une opinion ou d'un jugement et dont l'identification est délicate ;
- La connaissance que l'on a de l'indicateur qui permet de poser des questions plus ou moins précises ;
- Les effets prévisibles de la question sur la personne interrogée ;
- Les conditions de passation du questionnaire, par oral ou par écrit ;
- Le dépouillement des réponses, selon les cas, simple et rapide ou complexe et long.

Section 2 : Présentation et analyse des résultats

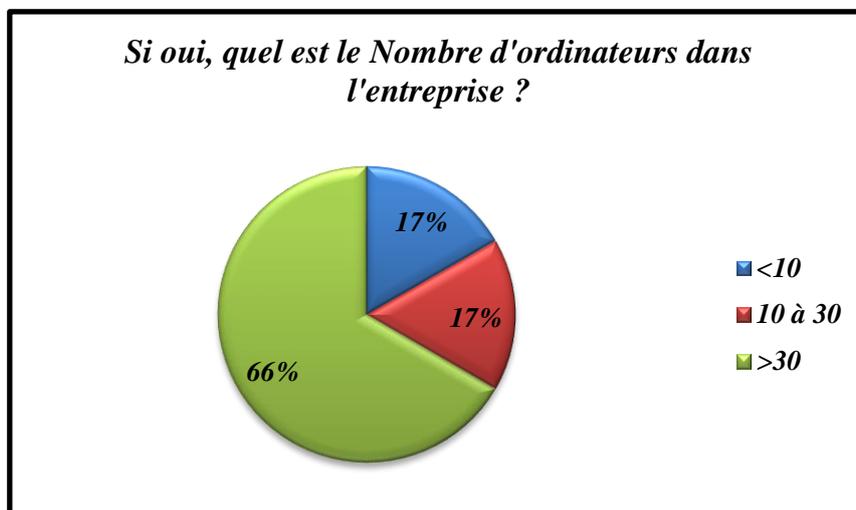
1. L'Utilisation d'ordinateurs et de réseaux

Figure 3 : Proportion des entreprises utilisant un ou plusieurs ordinateurs



La proportion des entreprises qui utilisent un ou plusieurs ordinateurs est de 100%, c'est à dire que l'utilisation de cet outil est généralisée dans les entreprises de notre échantillon qui sont les PME marocaines. Alors l'ordinateur est un outil indispensable dans tous les entreprises, il permet la communication, l'enregistrement, la recherche de l'information et l création des documents.

Figure 4 : Nombre des ordinateurs



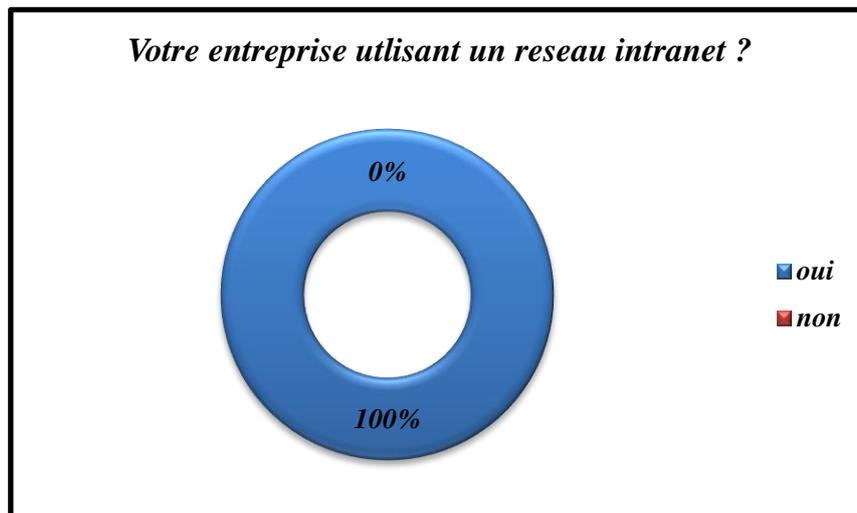
Toutes les entreprises étudiées ont au moins un ordinateur, de même le nombre des ordinateurs utilisés par ces entreprises varie d'une entreprise à une autre, soit :

- 17% des entreprises ont moins de 10 ordinateurs ;
- 17% des entreprises ont entre 10 et 30 ordinateurs ;
- 66% des entreprises ont plus de 30 ordinateurs.

Cela peut être justifié par :

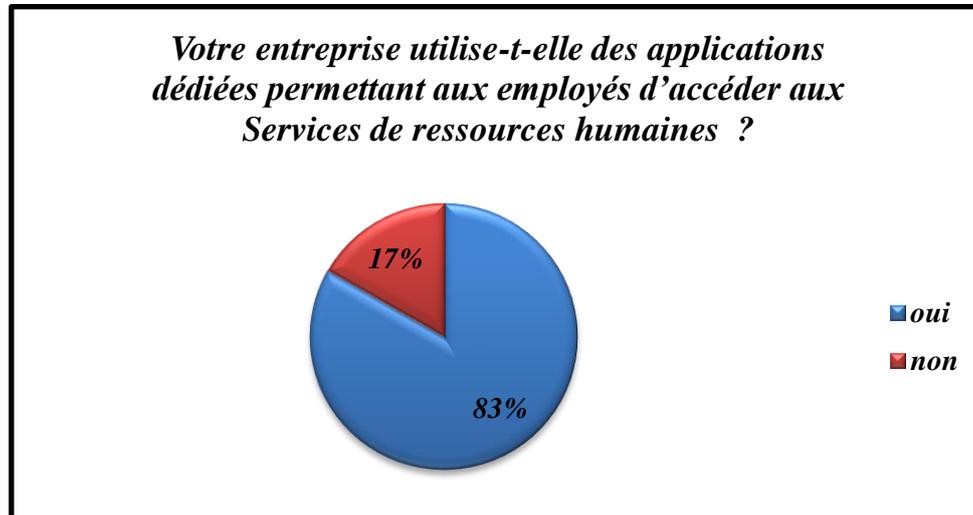
- La nature de l'activité ;
- Le nombre de personnel ;
- La taille de l'entreprise ...

Figure 5 proportion des entreprises utilisant un réseau intranet



L’Intranet est un réseau informatique, mis en place au sein d'une entreprise, dans notre étude nous constatons que tous les entreprises utilisent un réseau intranet, car il permet aux collaborateurs de ces entreprises d'accéder à un échange d'informations sécurisé, au sein d'un espace dont l'accès est restreint à un groupe défini (souvent, les employés d'une même entreprise).

Figure 6 : proportion des entreprises utilisant des applications des GRH

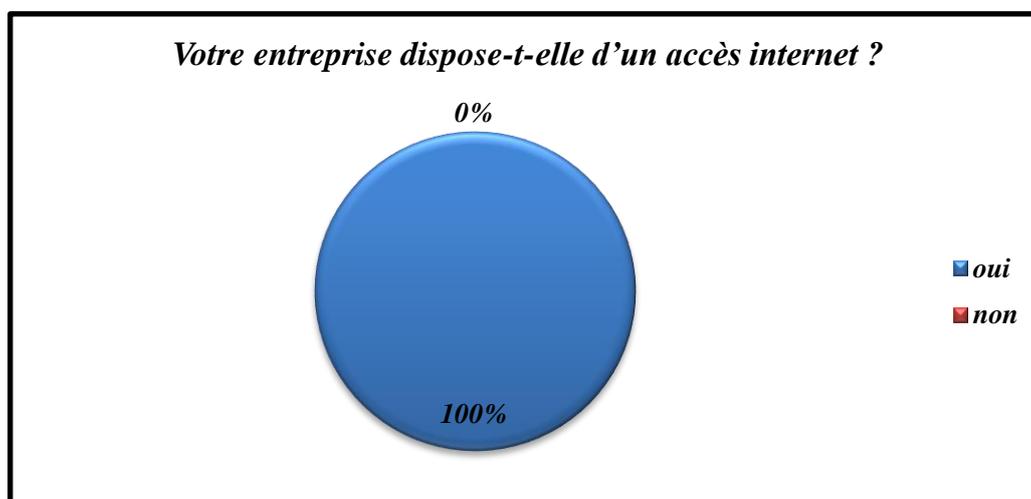


La GRH est un service important dans toute entreprise, de même l'accès des employés aux services de ressources humaines étant nécessaire pour améliorer sa performance et permet aussi la satisfaction des employés.

L'utilisation des applications de GRH n'est pas généralisée dans toutes les entreprises, dans notre étude seulement 83% des entreprises utilisent ces applications.

2. Accès et utilisation de l'internet

Figure 7 : L'utilisation de l'internet



Toutes les entreprises étudiées sont connectées au réseau Internet, ce dernier est devenu aujourd'hui un moyen essentiel de communication, d'échange, de travail, de rencontre, d'apprentissage et même de commerce.

Il est donc une nécessité dont besoin toute entreprise dans sa vie quotidienne.

Figure 8 : Proportion des entreprises qui utilisent des messageries mail



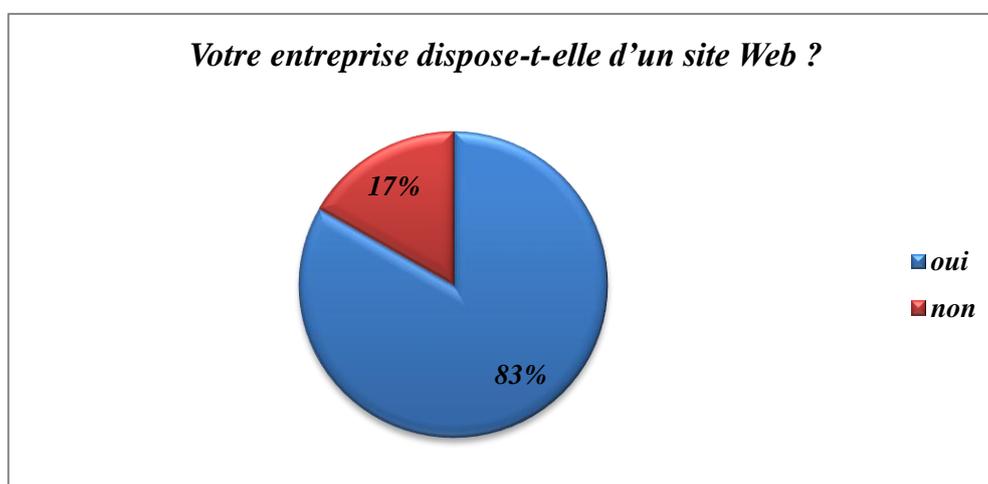
La totalité des entreprises étudiées ont une adresse email.

L'e-mail s'est imposé comme l'outil le plus utilisé pour les entreprises du fait qu'il permet de :

- multiplier les communications indépendamment du nombre de correspondants et de leur disponibilité immédiate ;
- assurer la traçabilité et le suivi des échanges ;

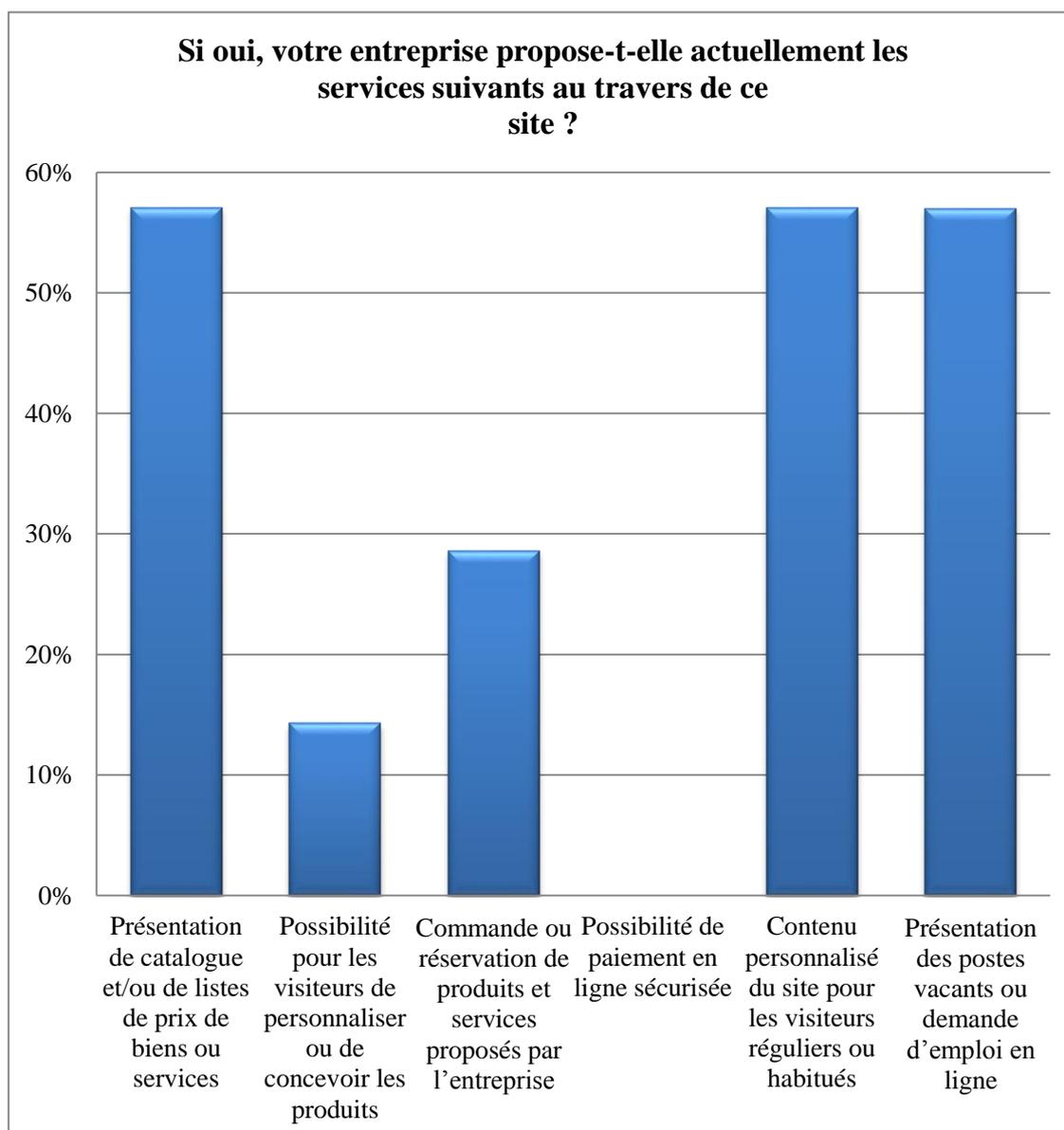
- gérer la diffusion de l'information, personnelle ou au sein d'un groupe, directe ou indirecte ;
- classer, archiver et rechercher les communications réalisées.

Figure 9 : Proportion des entreprises ayant un site web



La majorité des entreprises utilise un site web, soit un pourcentage de 83%.

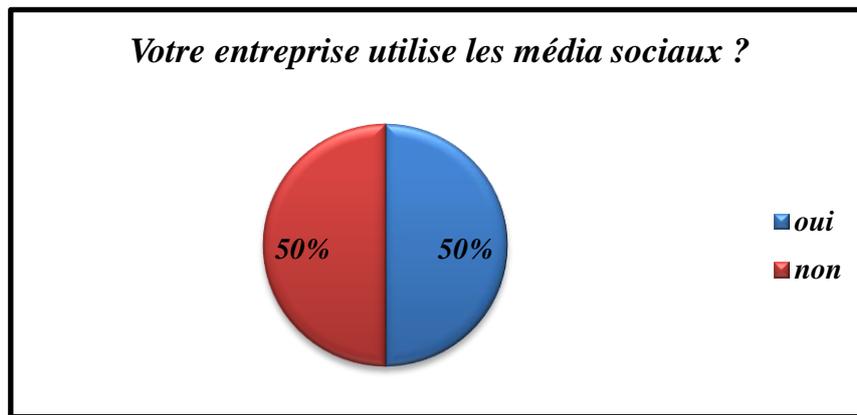
Aujourd'hui, plus que jamais, il est primordial de posséder un site Internet que se soit simplement pour que les gens puissent contacter l'entreprise ou pour que cette dernière agrandisse sa clientèle, dans ce sens une page web est le meilleur outil pour atteindre vos objectifs. Contrairement aux autres médias, le Web est accessible partout à travers le monde, en tout temps et par tout le monde.



L'utilisation et le contenu du site web se diffère d'une entreprise à l'autre et chacune propose des services différents, au terme de cette enquête, on retient que ;

- 57% des entreprises l'utilisent pour la présentation de catalogue et/ou de listes de prix de biens ou services, la présentation des postes vacants ou demande d'emploi en ligne et contient un contenu personnalisé pour les visiteurs réguliers ou habitués.
- 29% des entreprises l'utilisent pour que ses clients commandent ou réservent de produits et services proposés par l'entreprise.
- 14 % des entreprises offrent pour les visiteurs des possibilités de personnaliser ou de concevoir les produits.

Figure 11 : Proportion des entreprises ayant une présence sur les média sociaux

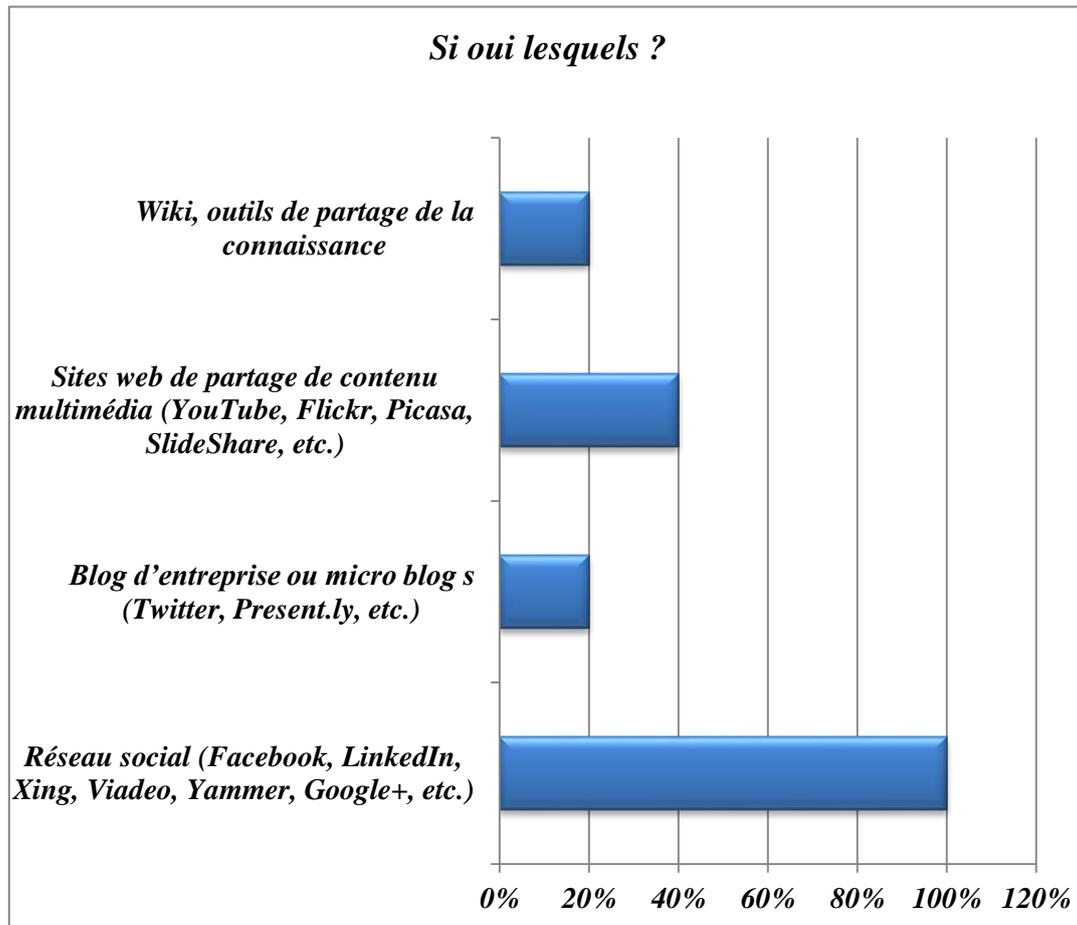


La moitié des entreprises utilisent des réseaux sociaux. Car ils attirent de plus en plus de personnes sur Internet.

Les entreprises doivent donc apprendre à s'en servir pour s'adresser à de nouvelles cibles.

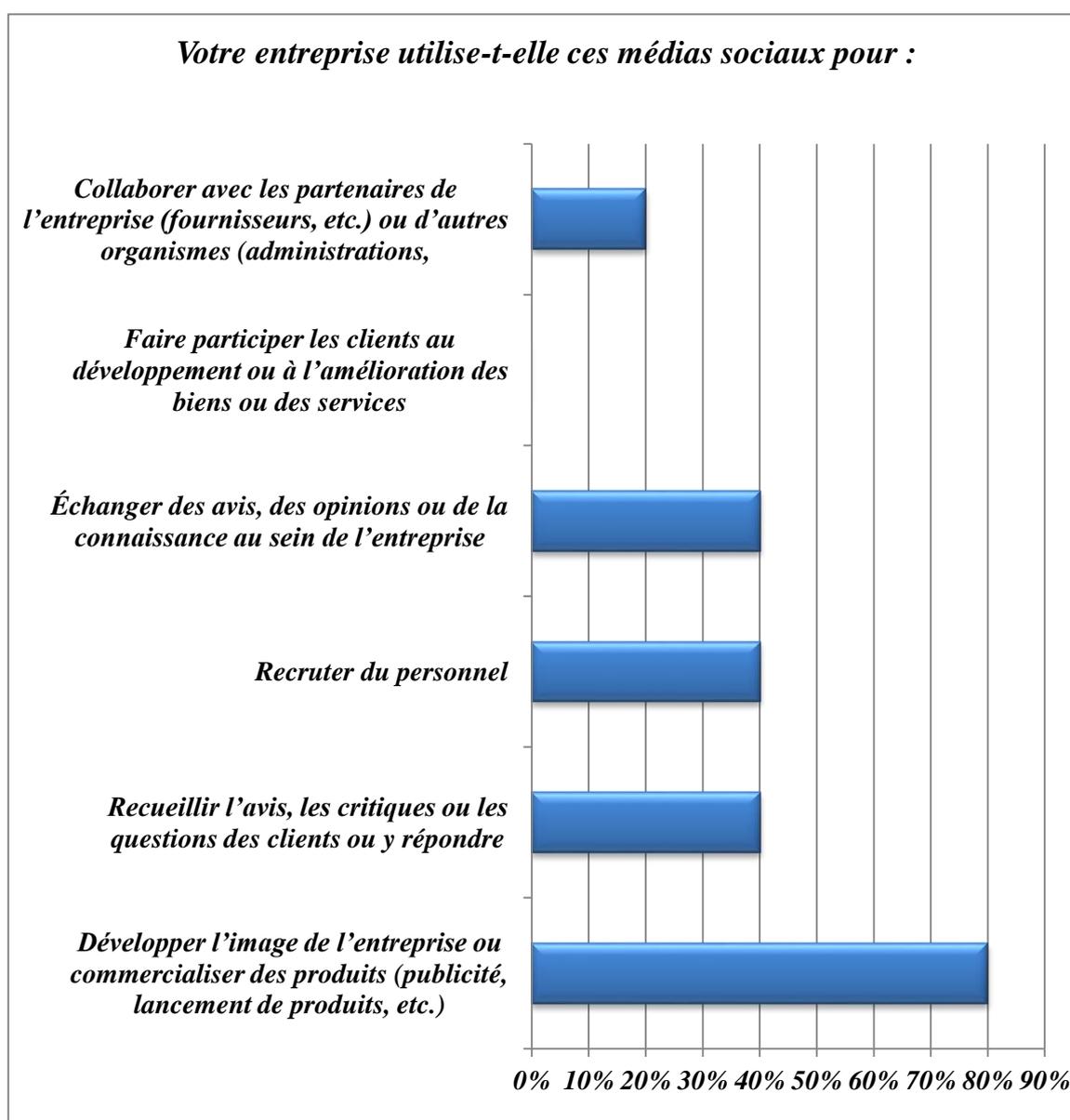
Ce nouveau canal de communication permet de renforcer la présence des entreprises sur Internet, d'accroître le nombre de clients et de recruter différemment des futurs collaborateurs.

Figure 12 : l'utilisation des media sociaux



Les réseaux sociaux comme Facebook, LinkedIn ... sont les plus utilisés par les PME (100%), cependant que seulement 40% de ces derniers utilisent des sites web de partage de contenu multimédia, toutefois l'utilisation des blogs et des outils de partage de la connaissance reste moins pratiquée (20%).

Figure 13 : Raison d'utilisation des media sociaux



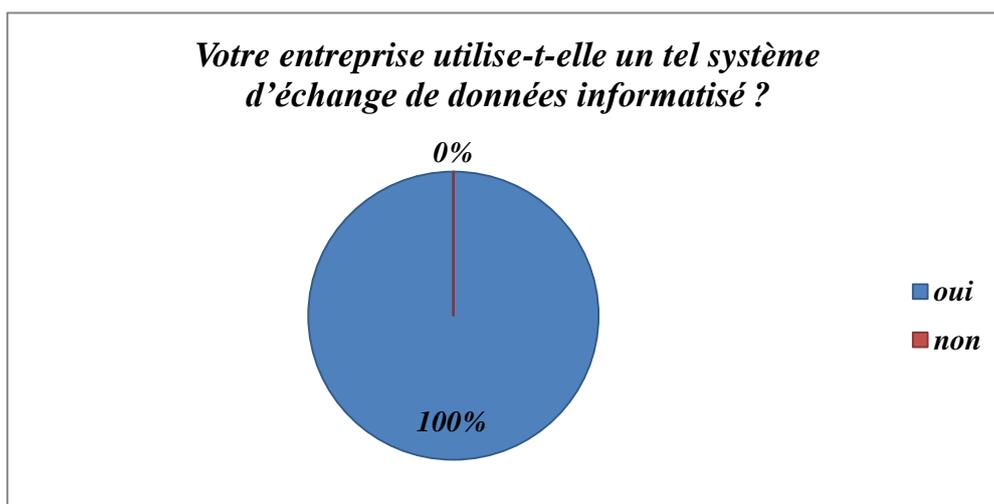
Les raisons d'utilisation des médias sociaux changent d'une entreprise à l'autre, par conséquent :

- 80 % utilisent ces réseaux pour développer l'image de l'entreprise ou commercialiser des produits (publicité, lancement de produits, etc.)
- 40 % utilisent les réseaux sociaux pour recueillir l'avis, les critiques ou les questions des clients ou y répondre, pour recruter du personnel et pour échanger des avis, des opinions ou de la connaissance au sein de l'entreprise.
- 20 % des entreprises les utilisent pour collaborer avec ses partenaires (fournisseurs, etc.) ou d'autres organismes (administrations, ...)

3. Échange de données informatisé

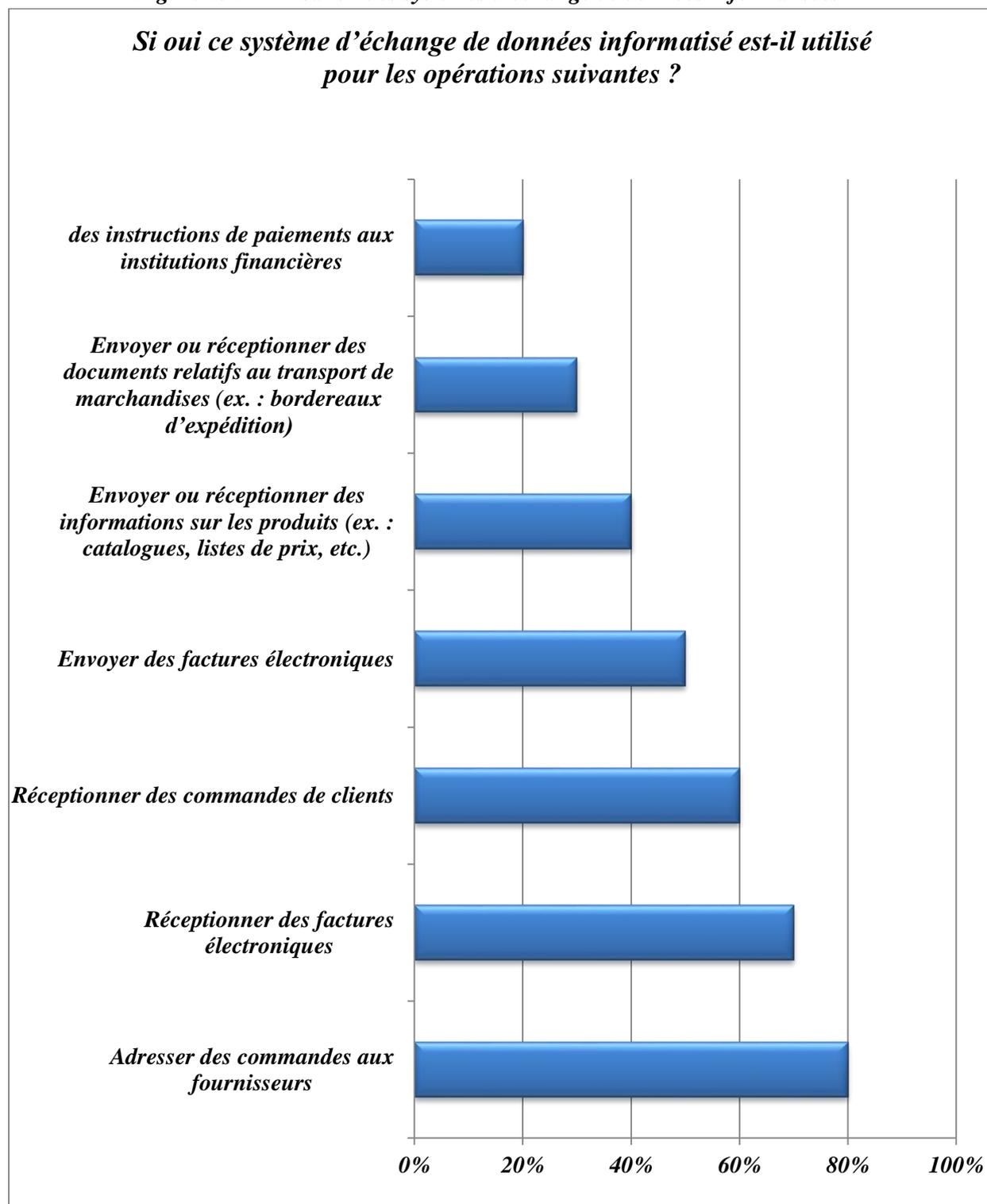
Échange de données informatisé (EDI) entre l'entreprise et les autres systèmes TIC extérieurs à l'entreprise signifie l'échange de messages (ex. : commandes, factures, opérations de paiement, description des marchandises) via internet ou autres réseaux informatiques ; dans un format reconnu qui permet son traitement automatique (ex. : XML, EDIFACT, etc.) excluant les messages individuels tapés manuellement.

Figure 14 : Proportion des entreprises qui utilisent un système d'échange de données informatisée



Toutes les PME étudiées utilisent l'échange de données informatisé car il représente un gain de temps et d'argent, et il réduit les erreurs de saisie.

Figure 15 : l'utilisation des systèmes d'échange de données informatisées



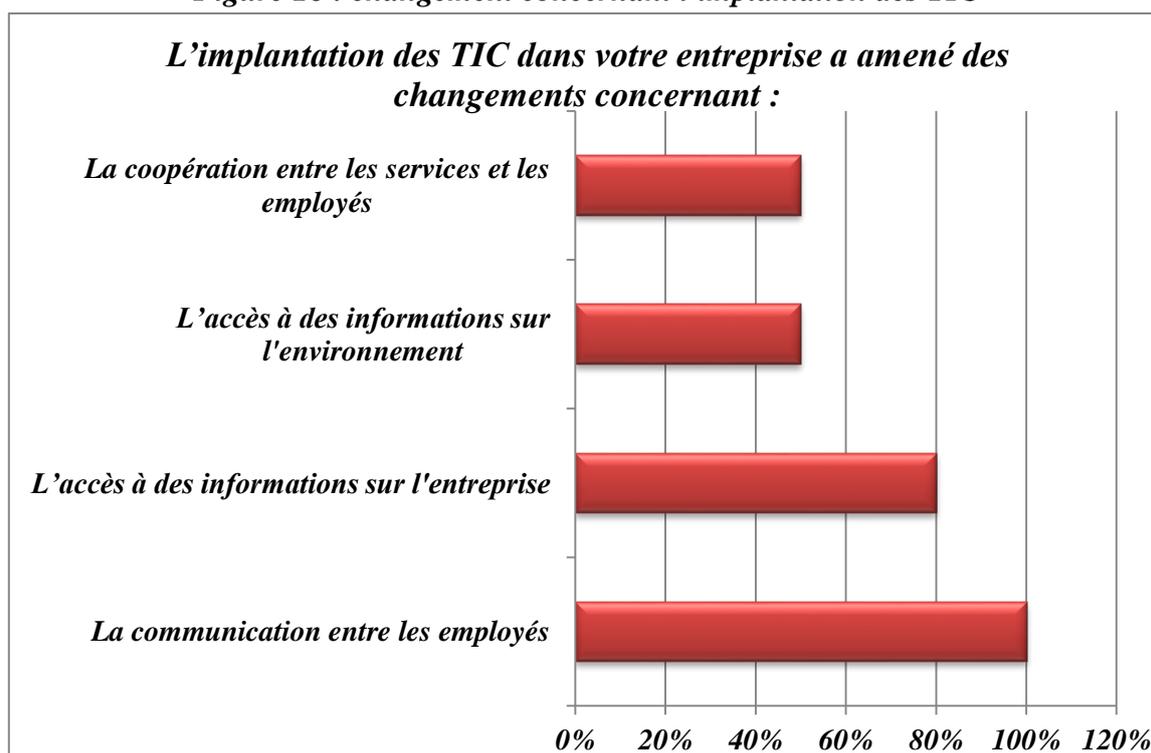
Les niveaux d'utilisation du system d'échange de données informatisé

- Adresser des commandes aux fournisseurs (80%)
- Réceptionner des factures électroniques (70%)
- Réceptionner des commandes de clients (60%)
- Envoyer des factures électroniques (50%)

- Envoyer ou réceptionner des informations sur les produits (ex. : catalogues, listes de prix, etc.) (40%)
- Envoyer ou réceptionner des documents relatifs au transport de marchandises (ex. : bordereaux d'expédition)(30%)
- des instructions de paiements aux institutions financières (20%)

4. Évaluation de l'impact et l'usage des TIC

Figure 16 : changement concernant l'implantation des TIC



L'implantation des TIC dans les PME ont amené ces dernières à effectuer des changements dans plusieurs fonctions.

Les réponses des entreprises ont approuvé que ces changements concernent :

- La communication entre les employés (100%)
- L'accès à des informations sur l'entreprise (80%)
- L'accès à des informations sur l'environnement (50%)
- La coopération entre les services et les employés (50%)

Figure 17 : Diagramme circulaire de la réalisation des gains de productivité

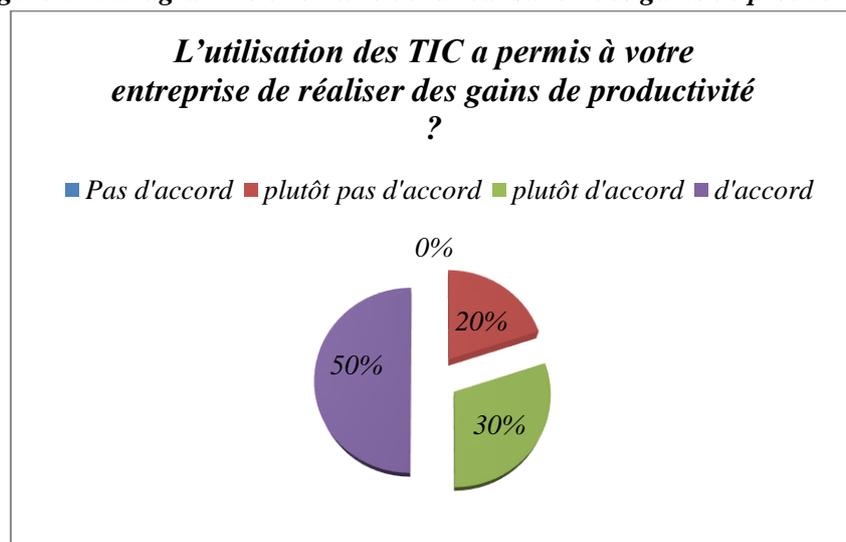
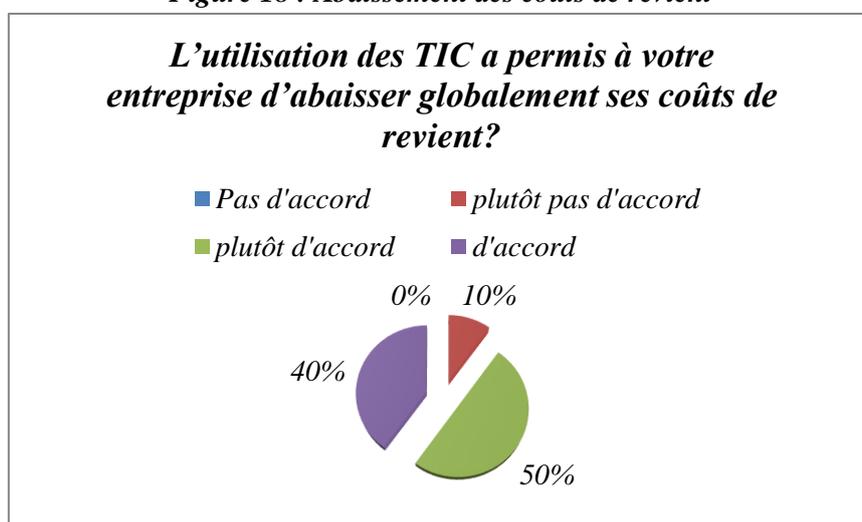


Figure 18 : Abaissement des coûts de revient



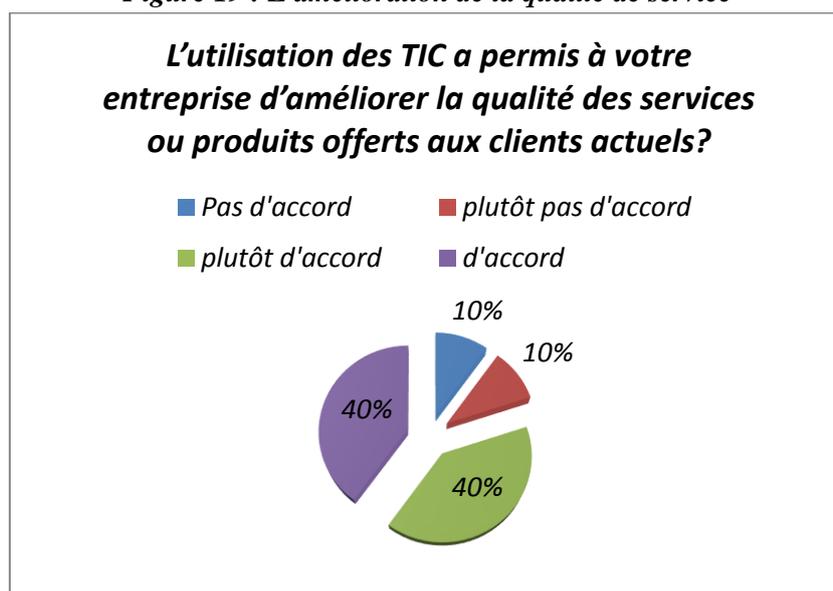
La majorité des entreprises sont d'accord que les TIC permettent de réaliser des gains de productivité et baisser les coûts.

Alors, l'impact des TIC sur le développement de l'entreprise provient de l'augmentation des gains de productivité et de la baisse des coûts de revient.

Cela est justifié par le fait :

- L'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise ;
- La contribution au développement de l'entreprise ;
- La Conquête de nouveaux marchés ;
- Mieux connaître la société et ses offres.

Figure 19 : L'amélioration de la qualité de service



Pour la qualité de service ils sont près de 80% d'accord à améliorer la qualité du service rendu aux usagers, le reste n'est pas d'accord.

Donc, l'utilisation des TIC permet de connaître et prendre en charges les préoccupations de la clientèle.

Conclusion de chapitre

En guise de conclusion, la méthode utilisée dans notre étude pour répondre à la problématique posée est l'enquête par questionnaire, la conception de ce questionnaire est faite sur GOOGLE FORM et envoyé par email à plusieurs petites et moyennes entreprises marocaines.

Cet outil nous a permis de collecter l'information nécessaire à notre analyse qui porte sur quatre axes, à savoir :

- Utilisation d'ordinateurs et de réseaux
- Accès et utilisation de l'internet
- Echange de données informatisé
- Évaluation de l'impact et l'usage des TIC

Au terme de ce travail, nous avons constaté que l'utilisation des ordinateurs et des réseaux informatiques (intranet et internet) est généralisée dans toutes les petites et moyennes entreprises marocaines, de même que l'utilisation de ces outils dépend des besoins de l'entreprise.

Dans ce sens, toutes les PME ont une adresse messagerie (Email), et 83% entre elles ont un site web, cependant que seulement la moitié utilise les médias sociaux.

Pour l'échange des données informatisées, il est largement utilisé dans ces entreprises pour plusieurs opérations telles que : Adresser des commandes aux fournisseurs, réceptionner des factures électroniques ou des commandes de clients, envoyer des factures électroniques des catalogues ...

L'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication ne peuvent faire qu'avancer les choses vers l'avant pour les entreprises de toute taille et notamment les PME.

Ces TIC permettent de réaliser des gains de productivité, de temps et une bonne maîtrise des opérations.

Conclusion de la deuxième partie

Les technologies de l'information et de la communication (Tic) sont présentées par de nombreux auteurs comme une opportunité qui permettrait aux PME d'accroître leur efficacité et leur efficience

Une enquête est menée auprès des PME Marocaines, l'échantillon de cet étude est de 500 entreprises tirées d'une base de données des annuaires qui portent les informations et les emails de ces entreprises ciblés, nonobstant les réponses sont pratiquement faibles (30 réponses).

L'objectif de cette enquête est de mesurer le niveau de l'informatisation et la diffusion des technologies de l'information et de la communication au sens de ses entreprises.

Dans ce sens, il est retenu que l'utilisation d'ordinateur, internet, intranet, système d'échange des données informatisé, sont généralisée sur l'ensemble des entreprises de notre échantillon, ils sont considérés comme des outils indispensables pour toutes les entreprises car ils présentent la base des TIC.

La présence des entreprises dans le web par un site internet ou sur les media sociaux montre que ces derniers représentent des excellents moyens de communication, indispensables à la croissance des PME.

Les TIC à un impact positive pour les entreprises, ils permettent d'augmenter les gains de productivité et de baisser les coûts ainsi que d'améliorer La qualité des services.

CONCLUSION GENERALE

Nouvelles technologies de l'information et de communication **NTIC**, économie nouvelle, économie de connaissances, économie digitale, économie électronique... toutes ces dénominations décrivent l'économie numérique, elles se différencient d'un pays à l'autre et d'une époque à l'autre. Au Maroc l'expression qui revient le plus pour parler de l'économie numérique est les « TIC » ou « NTIC »

La révolution numérique est aujourd'hui une réalité dans tous les secteurs de l'économie. Le numérique modifie en profondeur les manières de produire, d'échanger et de consommer.

Au Maroc, comme dans tous autres pays en voie de développement, les PME constituent la base du tissu économique. Elles participent de manière positive à la croissance économique, à la création d'emplois et au développement local, régional et national.

Les TIC peuvent être le support de plusieurs fonctions : produire, montrer, socialiser et rassurer. Les PME mobilisent rarement l'ensemble de ces fonctions, réduisant le périmètre des opportunités de déploiement d'une stratégie TIC.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) bénéficient d'une vaste connectivité (micro-ordinateurs et Internet) dans les entreprises de toute taille. Les petites entreprises sont plus lentes que les grandes à adopter les nouvelles TIC, comme elles le sont avec toutes les technologies. Ce sont les avantages potentiels pour les petites entreprises et les stratégies spécifiques à chaque société et chaque secteur qui sont les moteurs de l'adoption et de l'utilisation des TIC

Ce que j'ai tiré comme conclusion sur l'impact des TIC sur les PME :

L'introduction TIC induit des changements au niveau surtout de l'organisation du travail au sein de l'entreprise

Les entreprises l'ont bien compris et certaines veulent tirer profit de la puissance d'une communication via les réseaux sociaux.

Site internet est un investissement indispensable pour toutes les entreprises, petites et grandes, et à la fois pour le BtoC et le BtoB. Le site internet permet de faire connaître en touchant un public ciblé. C'est la vitrine de votre entreprise et votre carte de visite sur le web.

Les TIC sur l'entreprise proviennent de l'augmentation des gains de productivité et de la baisse des coûts.

Les TIC favorisent l'apparition de nouvelles formes de travail en réseau (travail à domicile, nomade coopératif, bureau satellite...) toute fois l'impact de l'émergence des TIC s'étend au mode de distribution du pouvoir dans l'entreprise grâce à une décentralisation et une transversalité généralisée.

BIBLIOGRAPHIE

- ✓ Lemoine.p , Lavigne.B , zajak.m , *L'impact de l'économie numérique*. 2011
- ✓ Arlandis.A, Ciriani.S, Koleda.G, . *L'Economie numérique et la croissance : Poids, impact et enjeux d'un secteur stratégique* . 2014
- ✓ Mc Kinsey France . *Accélérer la mutation numérique des entreprises*
- ✓ Hello.A, Les Echos . *Economie Numérique : quel sera l'impact des technologies de rupture* . 2015
- ✓ Vincent.C, Bauchard.F, Lesniauk.. *Transformation numérique : les plus belles initiatives du CAC 40* . 2014
- ✓ Durand.E *Stratégie et transition numérique : l'expérience de Warner Bros 2015*
- ✓ ARLANDIS.A , S.SIRIANI , *L'économie numérique et la croissance* . 2011
- ✓ Merzak BENAÏSSIL . *mémoire : 'ECONOMIE NUMERIQUE EN ALGERIE* .

WEBIOGRAPHIE

- ✓ <http://www.xerficanal-economie.com>
- ✓ <http://www.economie.gouv.fr/nouvelle-france-industrielle>
- ✓ <http://www.observatoire-du-numerique.fr/>
- ✓ <http://www.economie.gouv.fr/lancement-seconde-phase-nouvelle-france-industrielle>,
- ✓ <http://www.lesusinesdufutur.com>

TABLE DE MATIÈRES

REMERCIEMENT	2
SOMMAIRE	3
LISTE DES ACRONYMES	5
LISTE DES TABLEAUX	6
LISTE DES FIGURES	6
INTRODUCTION GENERALE	8
PREMIERE PARTIE : CADRE HISTORIQUE ET CONCEPTUEL DE L'ECONOMIE NUMERIQUE	9
Chapitre 1 : Définition, histoire et évolution technologique	9
Section 1 : Définition de l'économie numérique	9
Section 2 : Histoire et contexte de naissance	11
Section 3 : Révolution de l'économie numérique et ses conséquences	12
1. Révolution de l'économie numérique	12
2. Conséquences de l'économie numérique	13
Conclusion de chapitre	15
Chapitre 2 : impact de l'économie numérique sur le développement	16
Section 1 : Le développement économique	16
1. Définition	16
2. La mesure du développement économique	17
2.1. Indicateur quantitatif :	17
a. le PNB/hab.	17
b. le taux de croissance	18
c. Les limites du PNB par habitant et le taux de croissance	19
2.2. L'indicateur qualitatif	19
a. L'alimentation	19
b. La santé	20
c. L'éducation et la formation	21
2.3. Les autres indicateurs	21
Section 2 : Apport de l'économie numérique au développement	22
1. Sur la croissance économique	23
2. Sur l'éducation	24
3. Sur L'environnement	25
	53

4. Sur le politique	26
Section 3 : Impacts sectoriels	27
Conclusion de chapitre	30
Conclusion de la première partie	30
DEUXIEME PARTIE : USAGE ET IMPACT DES TIC SUR LES PME MAROCAINES	31
Chapitre 3 : PME Marocaine et les nouvelles technologies	31
Section 1 : Définition et évolution des PME	31
1. Définition de la PME au Maroc	31
2. L'évolution des PME face aux TIC	32
Section 2 : l'impact des TIC sur les métiers et sur les compétences	33
1. La structure de l'entreprise	34
2. L'organisation de l'entreprise	34
3. La capacité d'agir de l'entreprise	34
Conclusion de chapitre	34
Chapitre 4 : Méthodologie de recherche et de collecte des données	35
Section 1 : Collecte des données et l'élaboration du questionnaire	35
1. Les motifs de choix du questionnaire	35
2. La présentation du questionnaire	35
Section 2 : Présentation et analyse des résultats	36
1. L'Utilisation d'ordinateurs et de réseaux	36
2. Accès et utilisation de l'internet	39
3. Échange de données informatisé	45
4. Évaluation de l'impact et l'usage des TIC	47
Conclusion de chapitre	49
Conclusion de la deuxième partie	50
CONCLUSION GENERALE	51
BIBLIOGRAPHIE	52
TABLE DE MATIÈRES	53