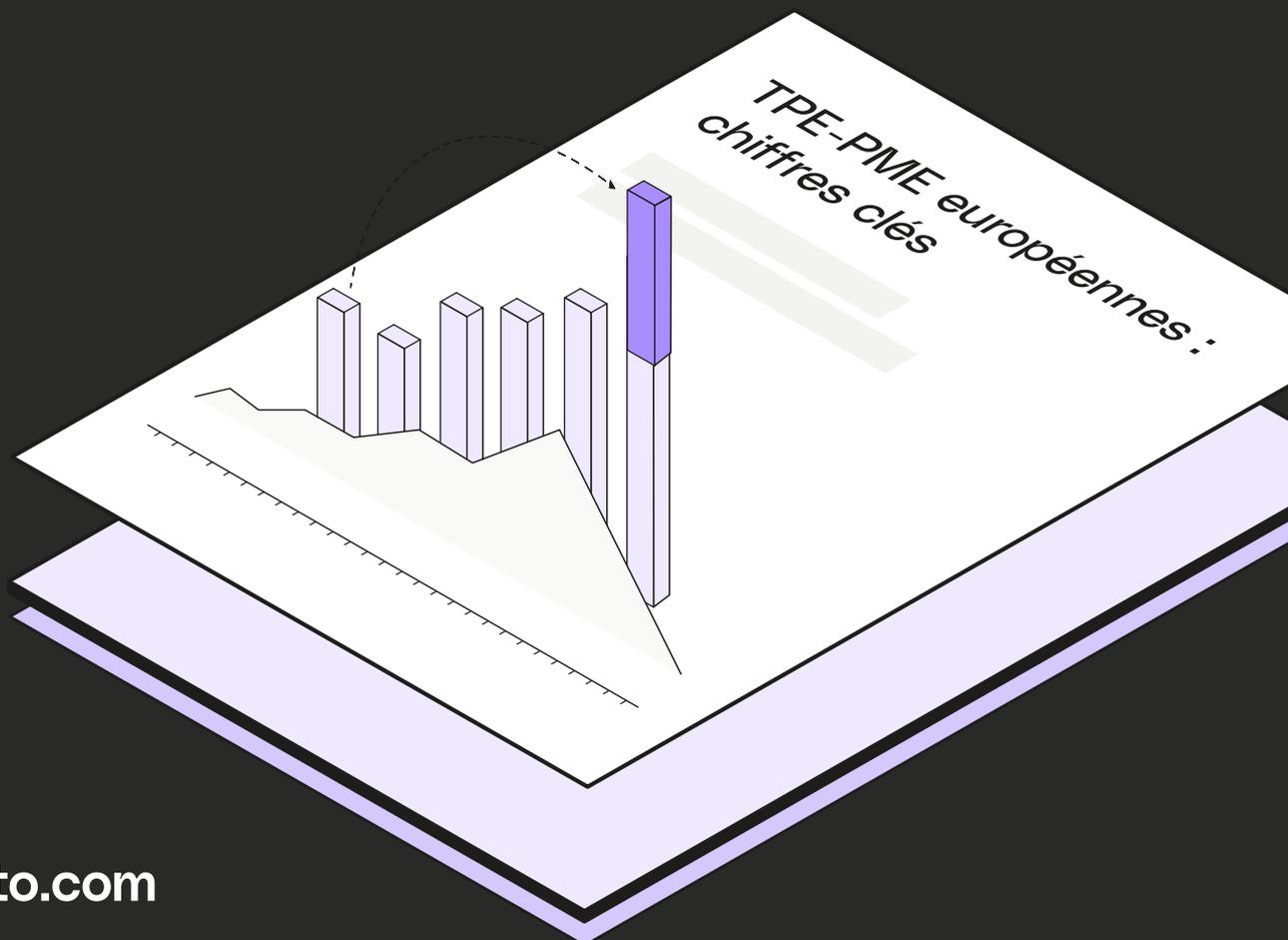


Qonto

Baromètre TPE-PME 2024 : rétrospective et tendances du marché européen



Qonto.com

Sommaire

01

p.6-15

Performance des
TPE-PME en 2024

02

p.16-21

Perspectives
pour 2025

03

p.22-30

Impact

04

p.31-38

Adoption
de l'IA

05

p.39-46

Banque &
Comptabilité

06

p.47-50

Les enjeux des
entreprises
françaises

Introduction

Trois quarts des TPE-PME européennes ont atteint ou dépassé leurs objectifs de 2024 malgré des inquiétudes persistantes concernant l'inflation d'après le dernier rapport Qonto sur la santé des TPE-PME.

Le Baromètre TPE-PME 2024 dévoile les conclusions d'une étude détaillée menée auprès de 5 032 TPE-PME réparties sur cinq marchés européens majeurs : la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni.

Véritables piliers de l'économie européenne, les TPE-PME sont des moteurs essentiels de la croissance et de l'innovation. L'étude apporte des éclairages précieux sur leurs performances de 2024, mais aussi leurs priorités pour 2025, l'impact des conditions économiques et des politiques de télétravail, ainsi que les stratégies adoptées par les entreprises pour relever les défis actuels.

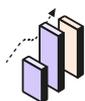
L'étude examine aussi les tendances émergentes en matière de transformation numérique, de développement durable et d'initiatives en faveur de la diversité, offrant une vue d'ensemble complète du contexte actuel et des perspectives futures pour les TPE-PME européennes.

Dans un contexte d'incertitude économique et d'évolution technologique rapide, les conclusions montrent comment les TPE-PME européennes adaptent leurs modèles économiques, s'engagent dans la transformation numérique et prennent en main leurs responsabilités environnementales et sociales.

Cette enquête a été menée en septembre 2024 par YouGov pour Qonto.

Points essentiels

Performance commerciale en 2024



74 % des TPE-PME européennes ont, jusqu'à présent, atteint ou dépassé leurs objectifs de 2024, un chiffre satisfaisant mais en baisse par rapport à 2023, où 81 % des entreprises avait rapporté une performance positive. La France accuse un retard significatif, avec 35 % des entreprises n'ayant pas atteint leurs objectifs.

Défis économiques



L'inflation et le manque de demande restent les deux principaux défis sur tous les marchés, chacun cité par 30 % des répondants, suivis par l'augmentation de la concurrence et les difficultés de trésorerie (20 % chacun).

Priorités pour 2025



L'acquisition de clients apparaît comme un besoin prioritaire en 2025, pour 31 % des TPE-PME. Pour y parvenir, la plupart des entreprises privilégient l'investissement dans leurs équipes Tech, Marketing et Produit.

Politiques de télétravail



37 % des entreprises rapportent des effets positifs des politiques de télétravail, contre seulement 9 % qui disent qu'elles ont un impact négatif.

Points essentiels



Engagement en matière de développement durable

49 % des entreprises ont déjà pris des mesures pour réduire leur empreinte carbone, bien que la mise en œuvre varie considérablement selon le marché et la taille de l'entreprise.



Initiatives Diversité, Équité et Inclusion (DEI)

75 % des entreprises s'attaquent à au moins une forme de biais discriminatoire, la parité hommes-femmes (34 %) étant le domaine d'action le plus commun, suivie par la diversité d'âge (32 %) et la diversité culturelle (30 %).



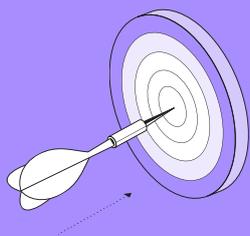
Adoption de l'IA

67 % des entreprises interrogées utilisent déjà des outils d'IA, les grandes entreprises (76 %) et les jeunes sociétés (75 %) étant en tête de l'adoption. L'Allemagne affiche le taux de mise en œuvre de l'IA le plus élevé à 78 %, tandis que le Royaume-Uni est en retrait avec 58 %.



Usages bancaires

Les solutions de financement en ligne pour les entreprises rattrapent les banques traditionnelles en tant que méthode bancaire préférée des PME, avec 31 % utilisant une approche hybride.



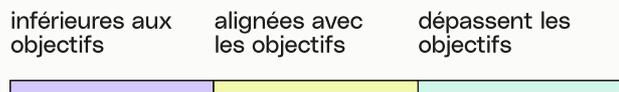
Performance des TPE-PME en 2024 : le verre aux trois quarts plein

Près de trois quarts (74 %) TPE-PME sur les plus grands marchés européens déclarent que la performance de leur entreprise en 2024 a soit répondu à leurs attentes ou les a dépassées.

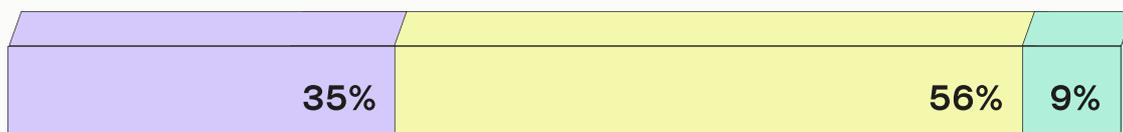
Les données montrent que, sur les 5 marchés étudiés, **64 % des entreprises ont atteint leurs objectifs en 2024**, tandis que 10 % supplémentaires déclarent avoir fait mieux que prévu. Les 26 % restants déclarent ne pas avoir atteint leurs objectifs. Bien que les résultats soient similaires en Allemagne, en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni, la France semble légèrement en dessous. Plus d'un tiers des entreprises françaises (35 %) admettent que leurs performances n'ont pas répondu à leurs attentes.

01

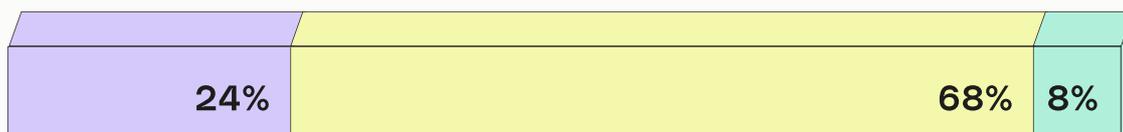
Comment se portent les performances de votre entreprise par rapport à ses objectifs pour 2024 ?



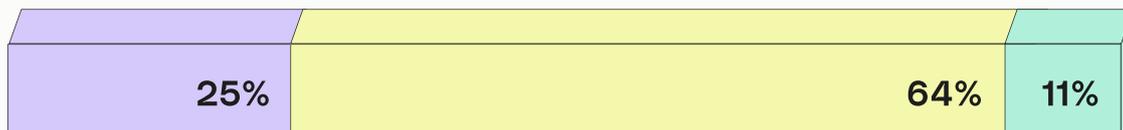
France



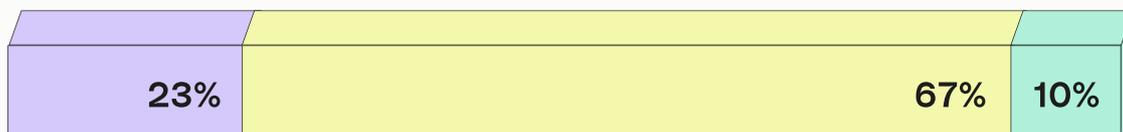
Allemagne



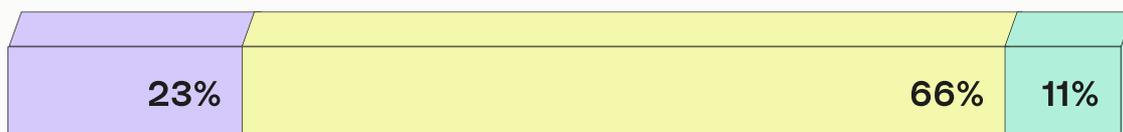
Royaume-Uni



Italie



Espagne

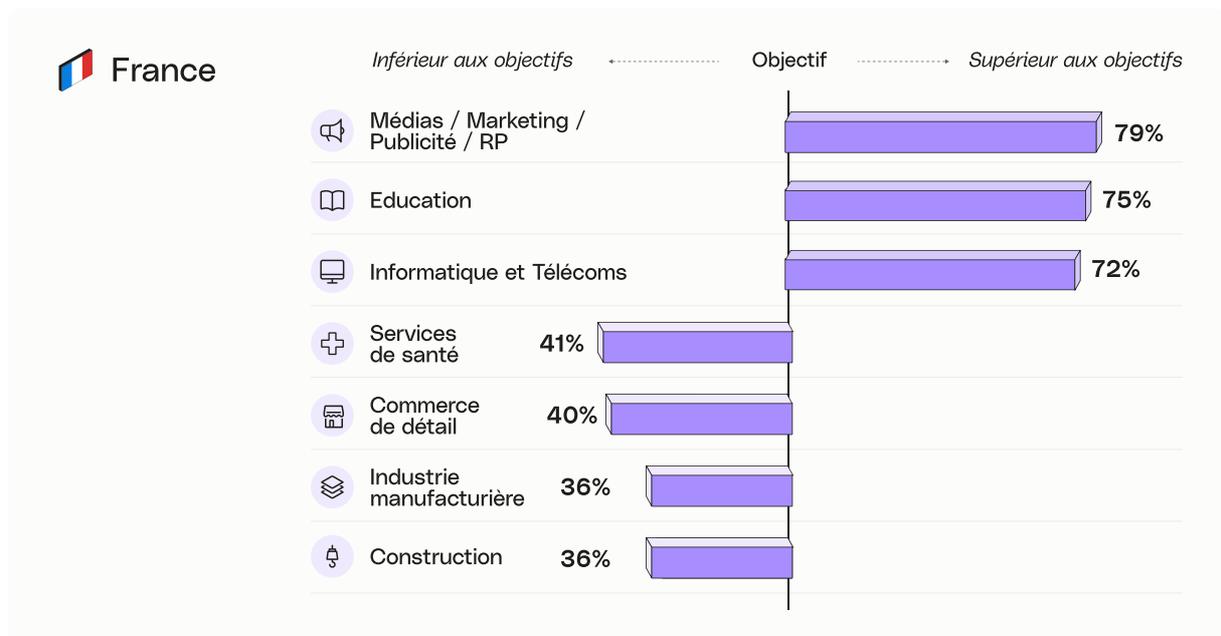


Les grandes entreprises affichent de meilleurs résultats. Seulement 22 % des entreprises comptant 50 employés ou plus sont en dessous des objectifs, contre 28 % des entreprises ayant moins de 50 employés.

De même, une entreprise avec un chiffre d'affaires de plus de 100 millions d'euros avait plus de trois fois plus de chances de sur-performer que celle avec un chiffre d'affaires inférieur à 100 000 euros (23 % contre 7 %).

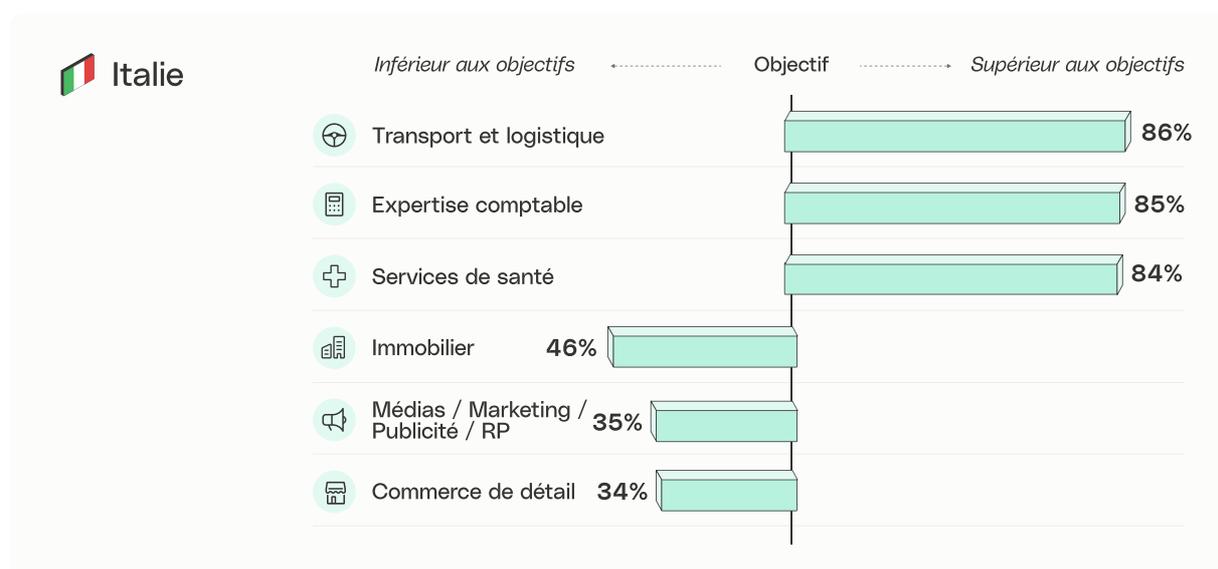
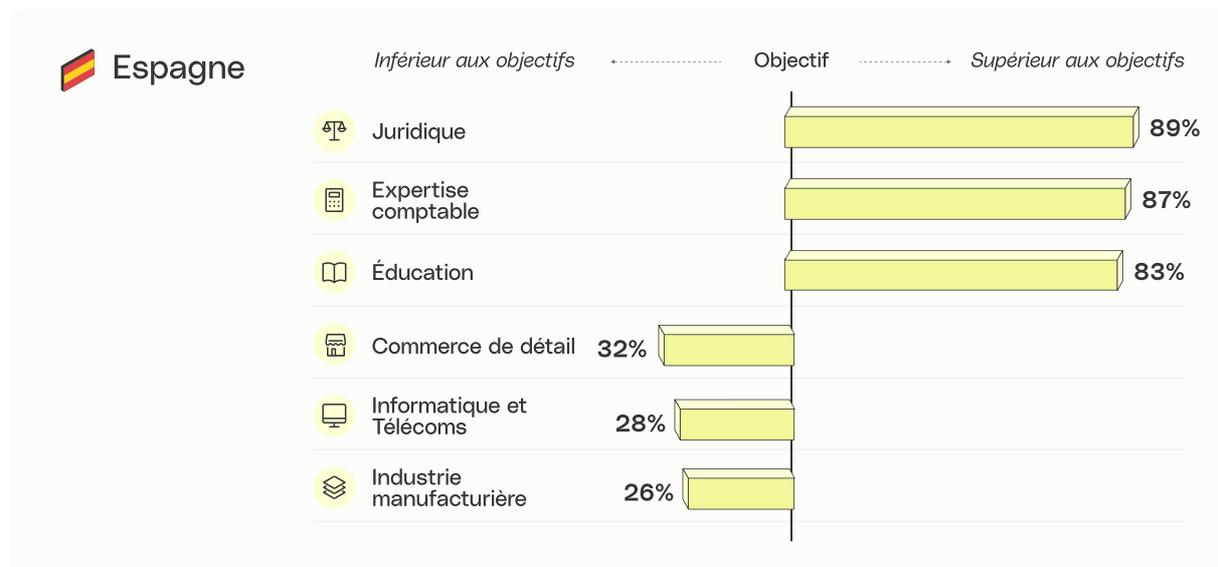
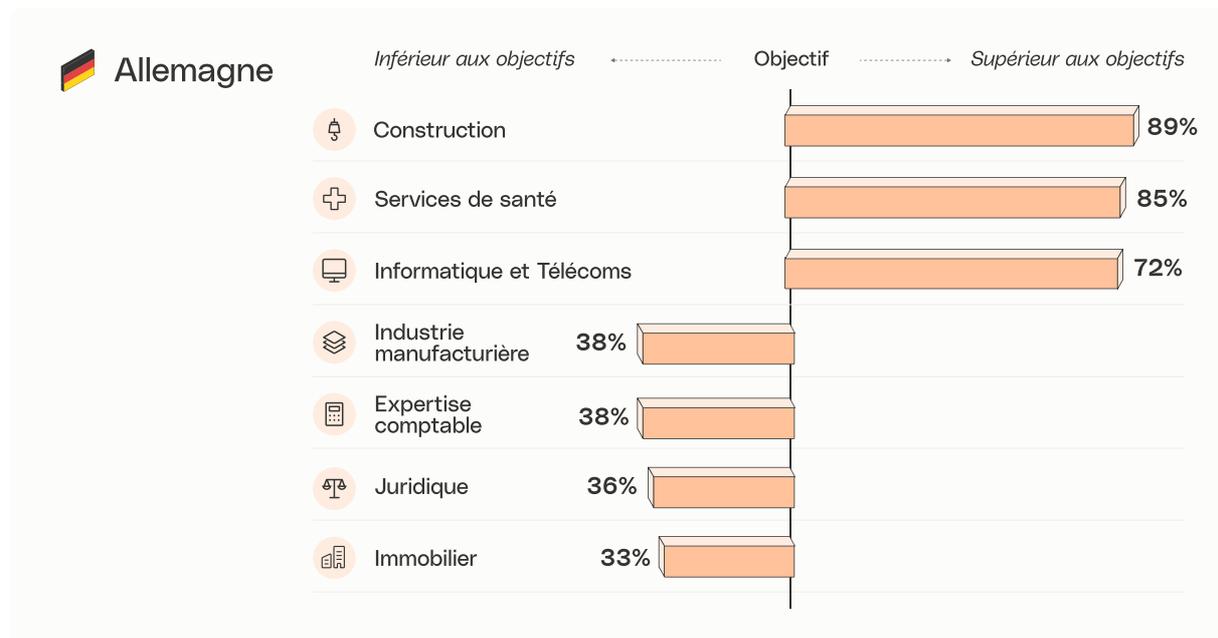
Deux secteurs se sont légèrement démarqués avec des résultats supérieurs aux attentes : les **Médias/Marketing/Publicité/RP** et le **Transport/Distribution**, avec 13 % des sondés de ces industries indiquant avoir dépassé leurs objectifs.

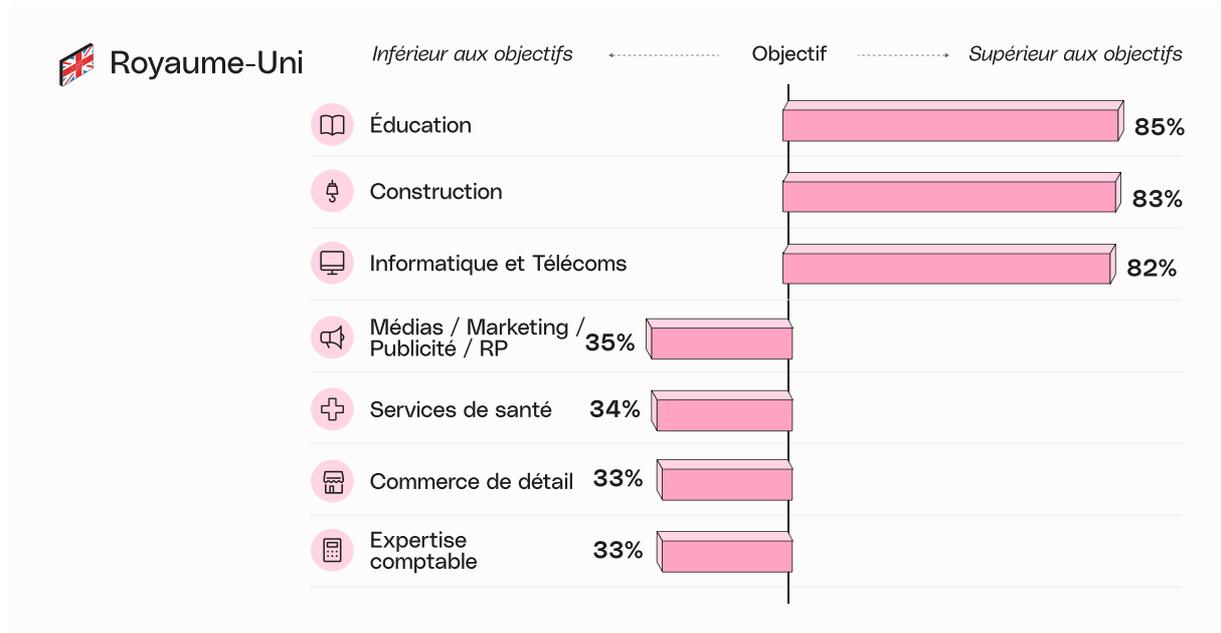
Les secteurs les plus et les moins performants par rapport aux objectifs d'entreprise



Performance des entreprises par région

Dans la plupart des régions françaises, au moins la moitié des TPE-PME ont atteint leurs objectifs de performance, à l'exception de la Bretagne, où seulement 40 % ont atteint leurs cibles et 52 % ont déclaré des performances inférieures aux objectifs. En revanche, les régions Normandie, l'Auvergne-Rhône-Alpes (AURA) et Pays de la Loire se sont distinguées avec respectivement 77 %, 63 % et 60 % des TPE-PME atteignant leurs objectifs. Par ailleurs, la Nouvelle-Aquitaine et les Hauts-de-France se sont démarquées avec le plus fort pourcentage de TPE-PME dépassant leurs objectifs de performance, à 13 % chacune.





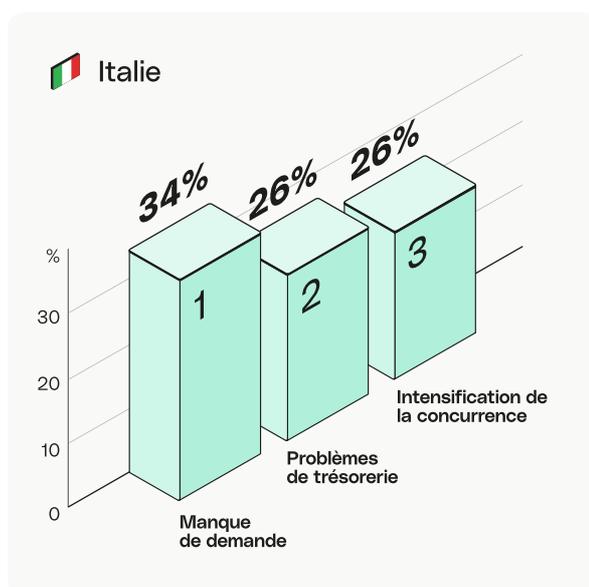
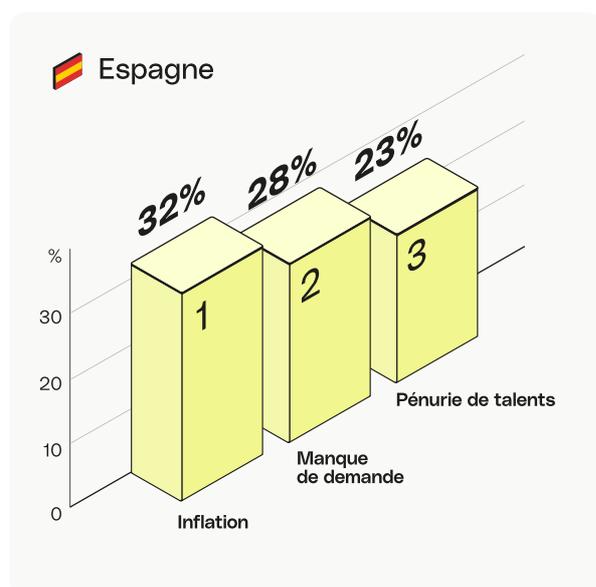
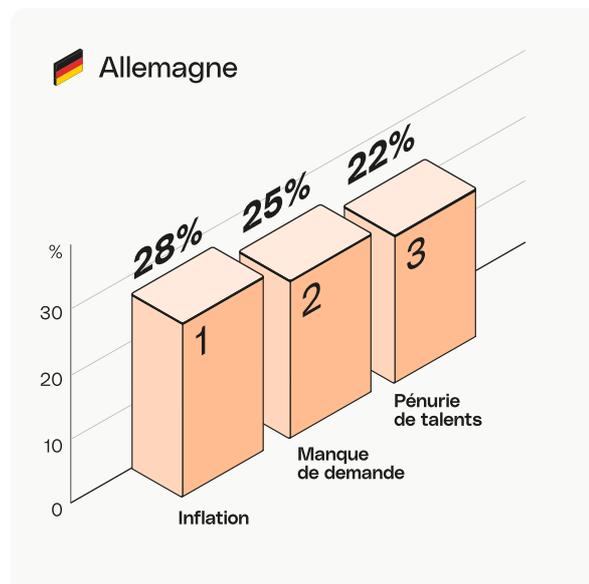
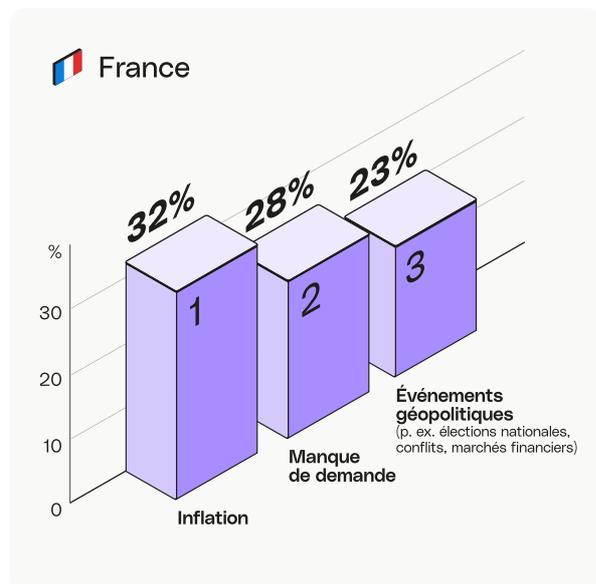
L'inflation et la faible demande continuent de freiner les TPE-PME

Les deux facteurs les plus souvent cités comme ayant un impact négatif sur les entreprises sont **l'inflation** et le **manque de demande**, tous deux mentionnés par 30 % des répondants à l'enquête. Ceux-ci sont suivis par l'augmentation de la concurrence et les difficultés de trésorerie, qui ont été pointées par 20 % des répondants.

Ces deux mêmes facteurs, l'inflation et le manque de demande, étaient également les plus préjudiciables à la performance des entreprises en 2023, selon le rapport de l'année dernière. Même si les taux d'inflation officiels ont baissé au cours des 12 derniers mois, les effets se font encore sentir fortement sur le terrain, suggérant que ces problèmes sont tenaces et pourraient prendre du temps à être surmontés par les entreprises.

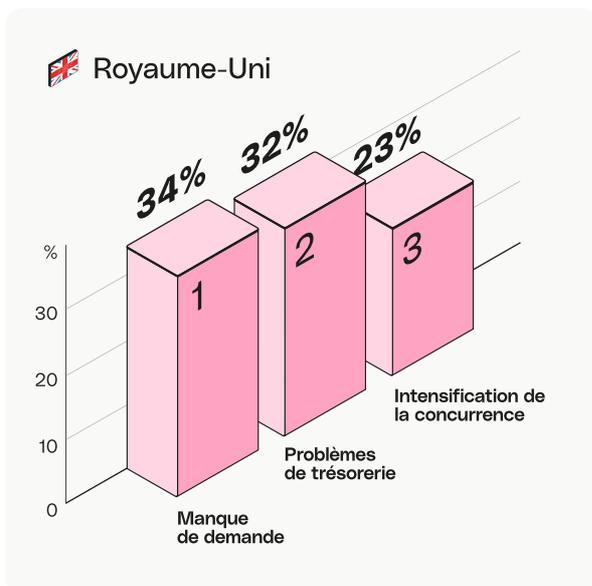
Autre information clé : la pénurie de talents disponibles reste une préoccupation, notamment pour les entreprises en Allemagne et en Espagne, où elle apparaît comme le troisième facteur négatif le plus cité en matière de performance.

Quels facteurs ont, selon vous, eu le plus grand impact négatif sur les performances de votre entreprise ? (% de répondant(e)s citant chaque facteur)

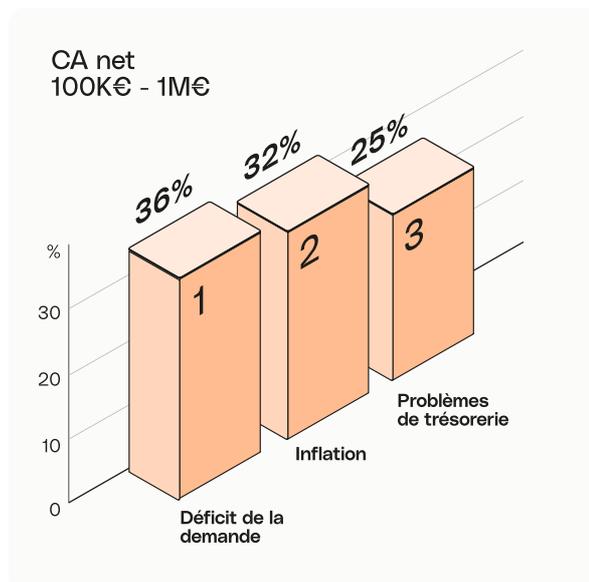
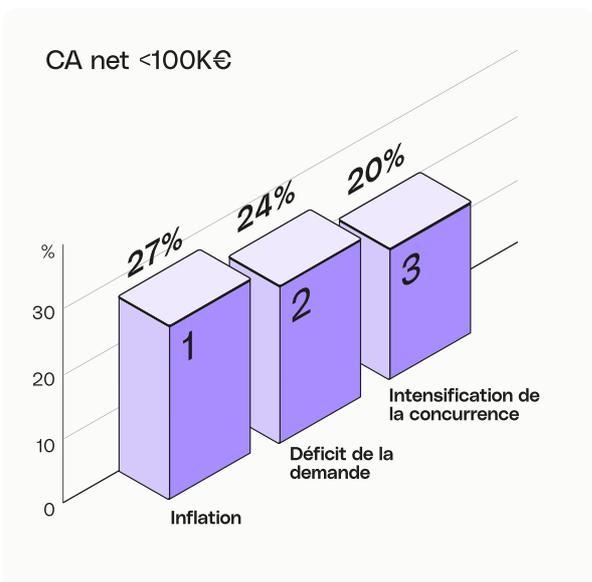


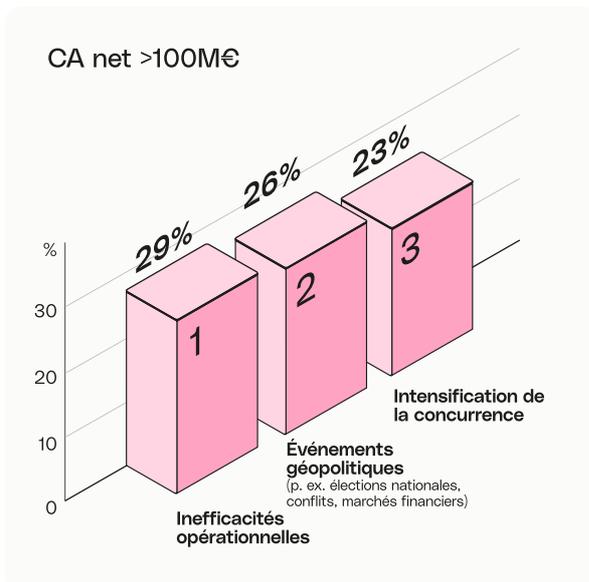
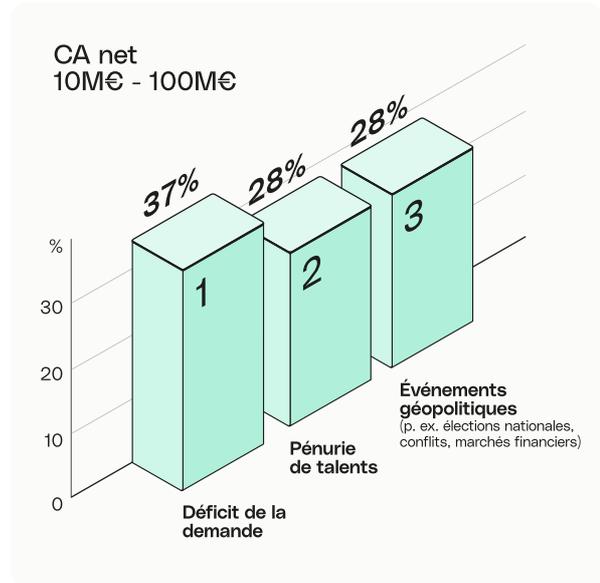
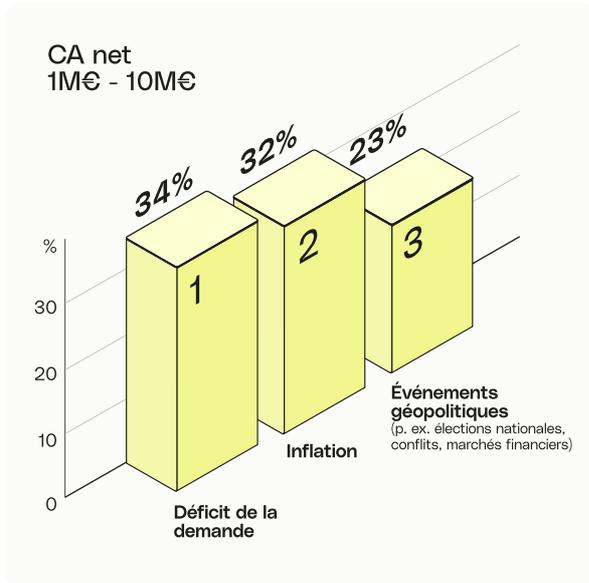
Les données révèlent d'autres facteurs négatifs spécifiques à certains secteurs et entreprises. Le principal obstacle à la performance dans le secteur des **Services financiers** est le manque de digitalisation, tandis que pour les entreprises du secteur de **l'Éducation**, il s'agit du manque de talents disponibles.

Les pénuries de talents ont également été ressenties plus sévèrement par les entreprises dont le chiffre d'affaires se situe entre 10 et 100 millions d'euros.



Les 3 principaux facteurs impactant négativement la performance de l'entreprise, en comparant le chiffre d'affaires de l'entreprise
 (% de répondant(e)s citant chaque facteur)





Impact positif et négatif par région

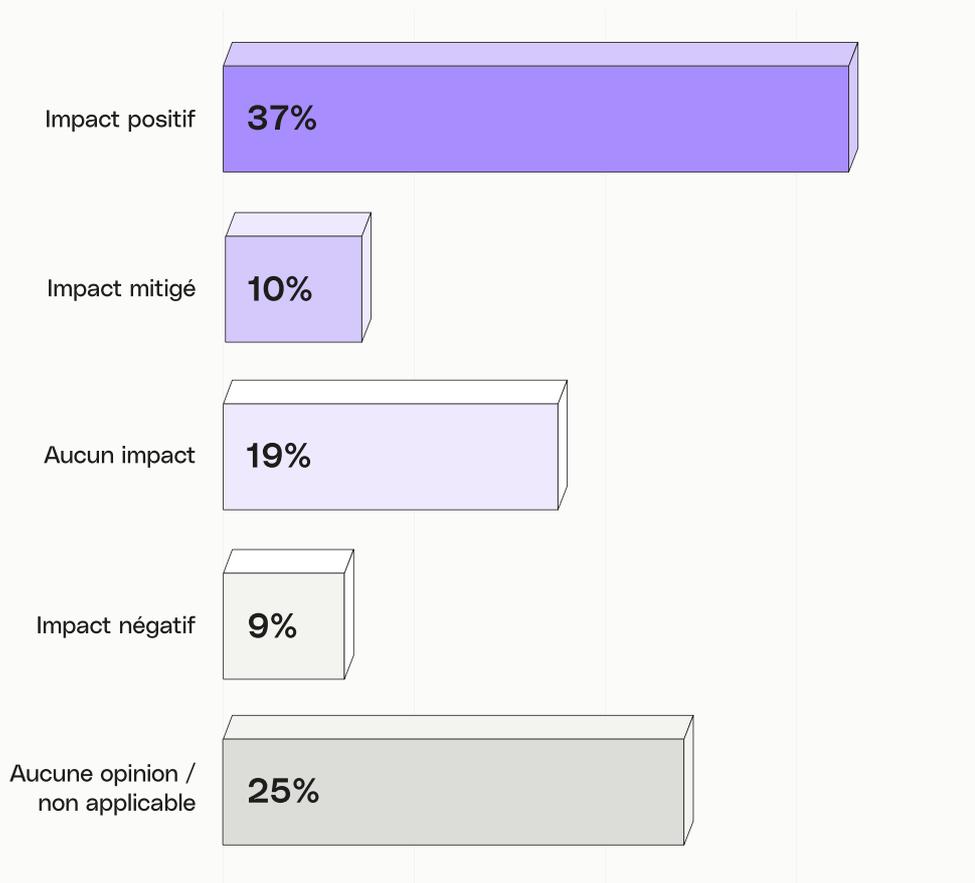
En 2024, les TPE-PME françaises ont fait face à divers défis et opportunités qui ont influencé leur performance. En Île-de-France, comme dans les autres régions, les TPE-PME ont principalement été confrontées au manque de demande, à l'inflation et aux difficultés de trésorerie. Sur une note plus positive, l'efficacité opérationnelle et une demande soutenue ont largement contribué à améliorer la performance dans la plupart des régions. Par ailleurs, l'adoption de nouvelles technologies comme l'IA et le machine learning a bénéficié aux TPE-PME d'Île-de-France et de PACA.

Télétravail : des bénéfices reconnus par les TPE-PME

Les politiques de télétravail, imposées par la pandémie de Covid, commencent à être remises en question dans certaines entreprises, dont les directions souhaitent le retour des employés au bureau.

Dans ce contexte, les répondants ont été invités à évaluer le succès de leurs politiques de télétravail. Pour 37 % d'entre eux, l'impact sur leurs entreprises a été positif, contre seulement 9 % qui ont constaté un impact négatif. Un quart des répondants ont déclaré que les politiques de télétravail n'étaient pas applicables, tandis que 19 % ont indiqué qu'il n'y avait eu aucun impact.

Quel impact pensez-vous que les politiques de télétravail ont eu sur votre entreprise en 2024 ? (Tous marchés confondus)



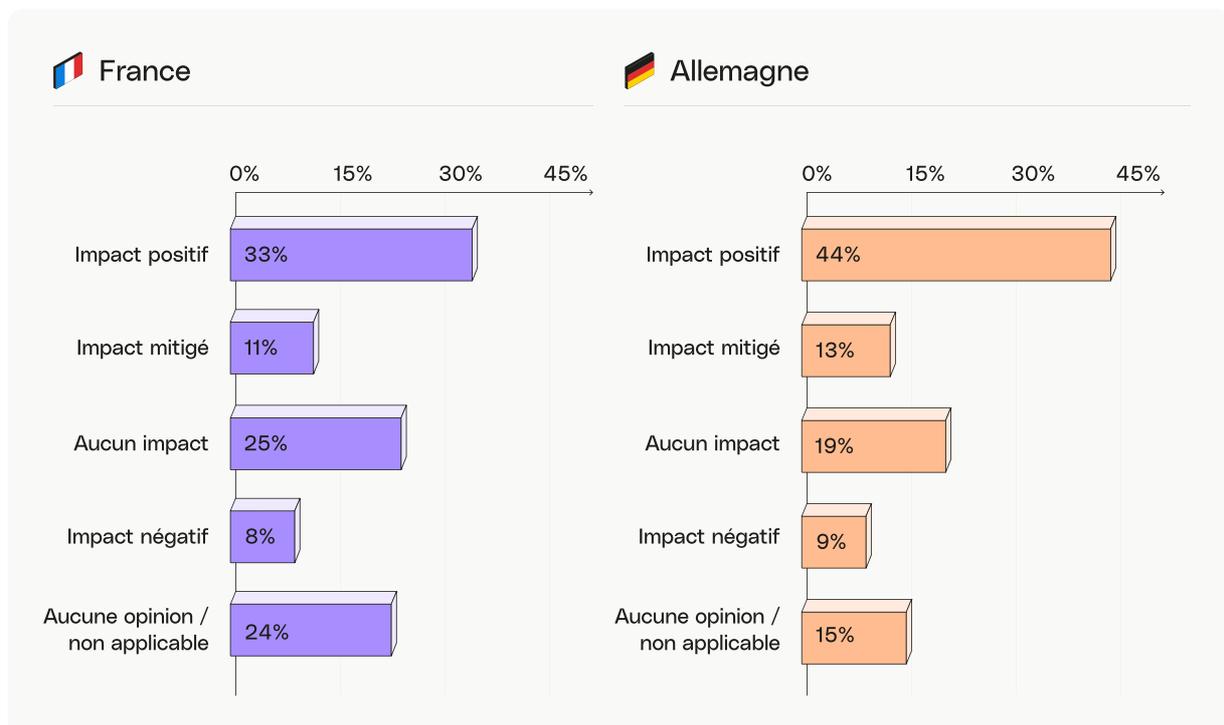
En comparant les différents pays, **les répondants en Allemagne ont montré le plus grand enthousiasme pour les politiques de télétravail**. 44 % ont souligné un impact positif, contre 32 % en Italie, 33 % en France, 37 % en Espagne et 39 % au Royaume-Uni.

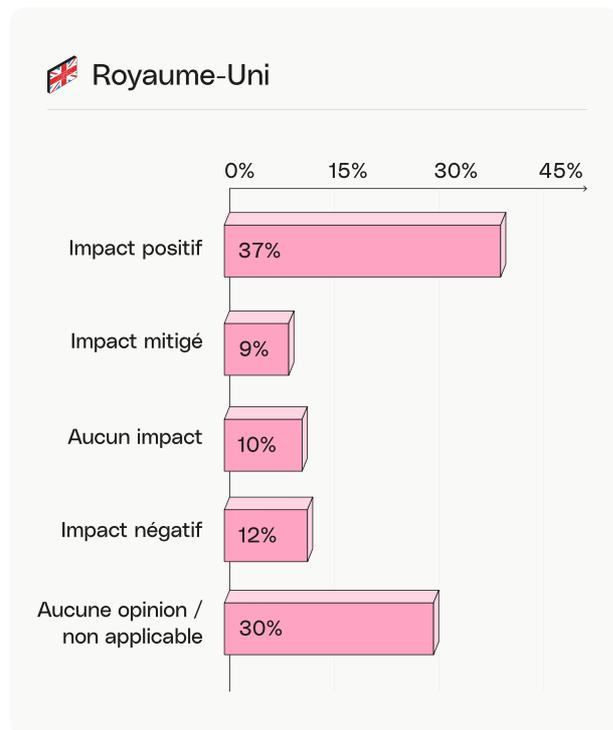
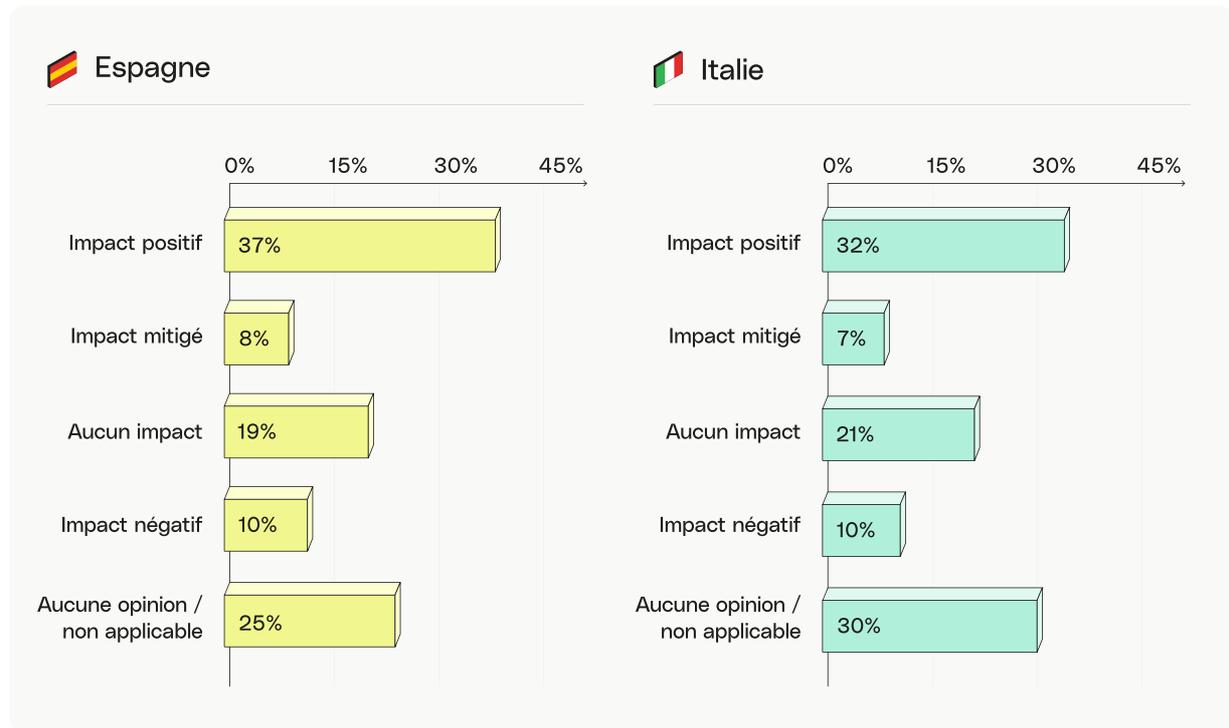


Impact du télétravail par région

En 2024, l'impact du télétravail a varié selon les régions françaises. Si la proportion d'entreprises rapportant des effets négatifs s'est établie autour de 10 % dans la plupart des régions, elle a atteint 20 % en Auvergne-Rhône-Alpes. En Normandie, 41 % des TPE-PME n'ont constaté aucun impact du télétravail. Les impacts positifs ont été particulièrement marqués en Île-de-France, où 40 % des TPE-PME déclarent en avoir tiré profit, tandis que des régions comme l'Occitanie, la Provence-Alpes-Côte d'Azur et les Hauts-de-France ont rapporté environ 30 % d'impacts positifs. Fait notable : des régions comme la Bretagne et la Nouvelle-Aquitaine ont enregistré des taux élevés de réponses « sans opinion/non applicable », respectivement 52 % et 42 %, ce qui laisse entendre une moindre adoption des politiques de télétravail dans ces territoires.

Quel impact pensez-vous que les politiques de télétravail ont eu sur votre entreprise en 2024 ?







La priorité donnée à l'acquisition client et au expansion des équipes des effectifs en 2025

Globalement, les besoins essentiels des entreprises pour réussir en 2025 tournent autour de la croissance financière.

L'**acquisition client** a été identifiée comme un besoin pour 31 % des sondés, ce qui en fait l'objectif le plus courant pour les TPE-PME.

Viennent ensuite l'**augmentation du chiffre d'affaires, la réduction des coûts et l'accès au financement**.

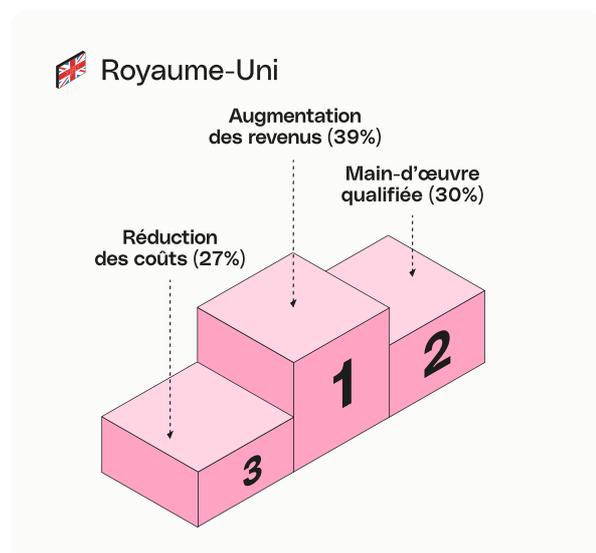
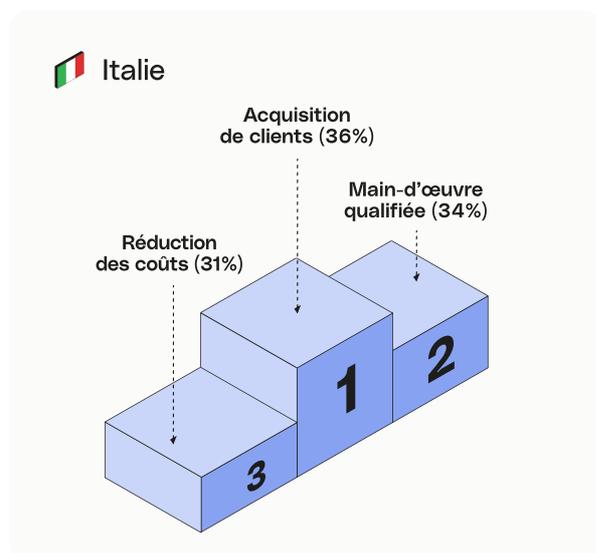
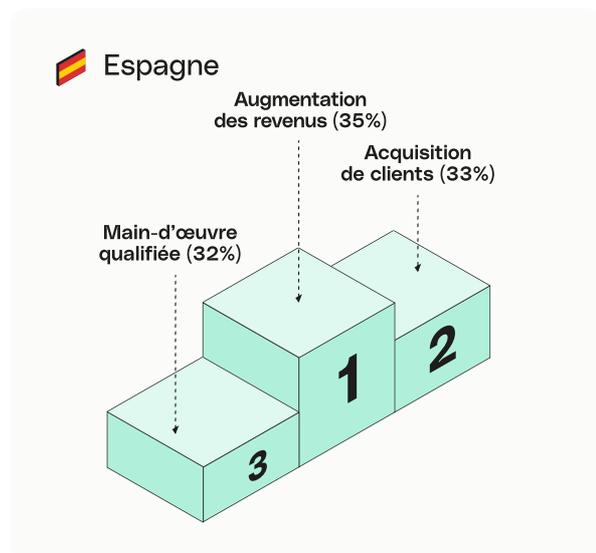
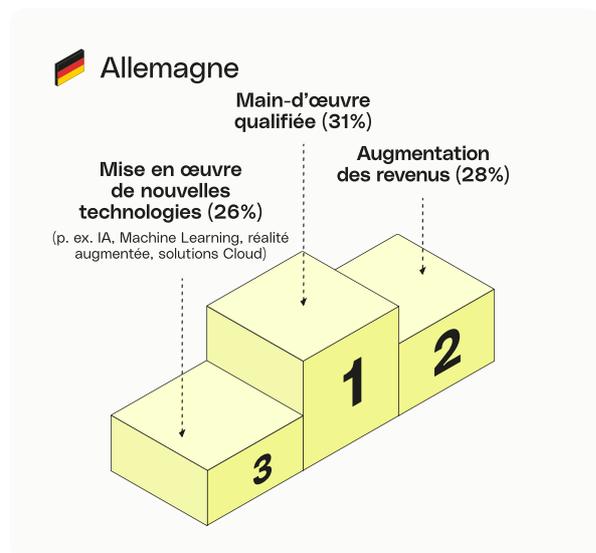
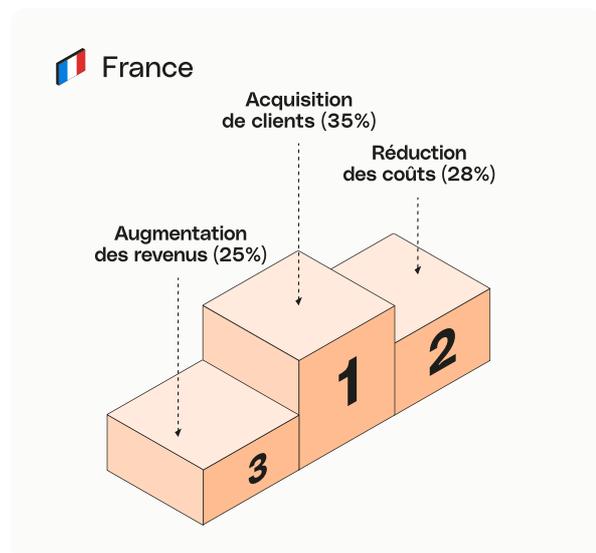
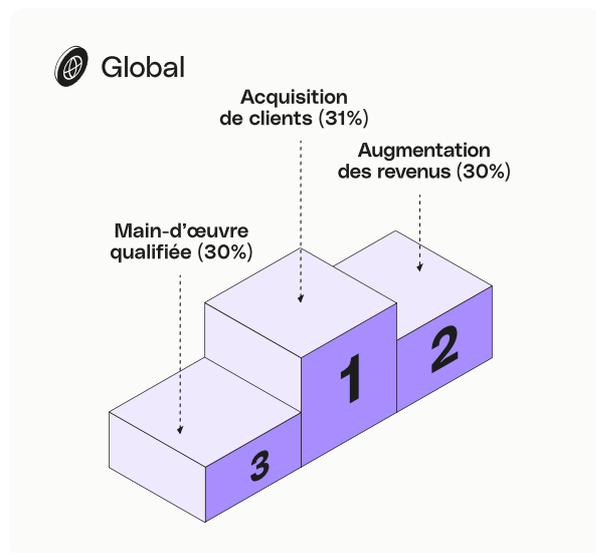
Parmi ces priorités axées sur les finances, le **besoin d'une main-d'œuvre qualifiée** était le deuxième besoin le plus cité.

Bien que les résultats soient généralement cohérents d'un marché à l'autre, **les données montrent un besoin particulier en Allemagne pour des employés qualifiés**. Pour les TPE-PME allemandes, la main-d'œuvre qualifiée est la priorité numéro 1.

L'implémentation de **nouvelles technologies telles que l'IA** est arrivée en troisième position parmi les TPE-PME basées en Allemagne, citée par plus d'un quart (26 %) des répondants, un chiffre nettement plus élevé que dans les autres marchés. Cette tendance révèle une stratégie qui privilégie le capital humain et l'innovation technologique comme moteurs de la performance financière.

Du côté des TPE-PME italiennes, le maintien d'une main-d'œuvre qualifiée apparaît comme un enjeu majeur, avec 34 % des entreprises qui le considèrent prioritaire.

Top 3 : Quels sont les besoins essentiels à la réussite de votre entreprise en 2025 ?
 (% de répondant(e)s citant chaque besoin)



Les TPE-PME investissent dans leurs produits pour répondre aux besoins d'acquisition clients

Si l'acquisition client est la priorité pour les TPE-PME en 2025, les entreprises prévoient de répondre à la demande croissante en **améliorant leurs produits et services tout en développant de nouvelles offres pour capter de nouveaux clients.**

Interrogées sur les leviers de croissance dans lesquels elles prévoient d'investir en 2025, la réponse la plus fréquente (donnée par 22 % des répondants) était **l'innovation et l'amélioration des produits existants.**

Juste derrière, avec 21 %, vient le **lancement de nouveaux services ou produits.** Le même pourcentage, 21 %, a déclaré vouloir investir dans de nouvelles **campagnes marketing et publicitaires**, un autre levier de croissance qui vise directement la visibilité de la marque et l'acquisition client.

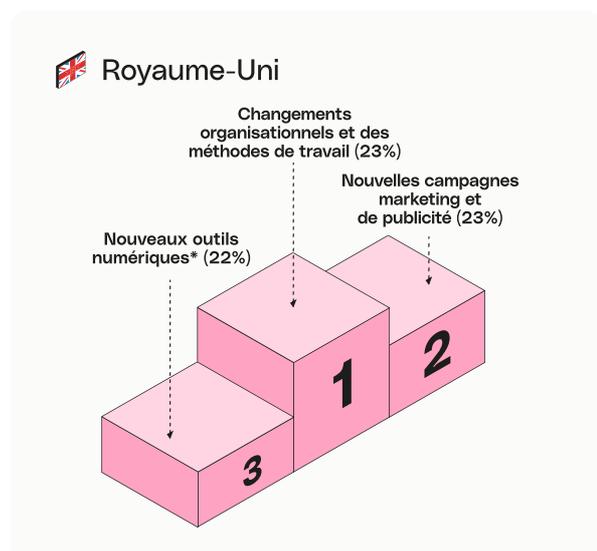
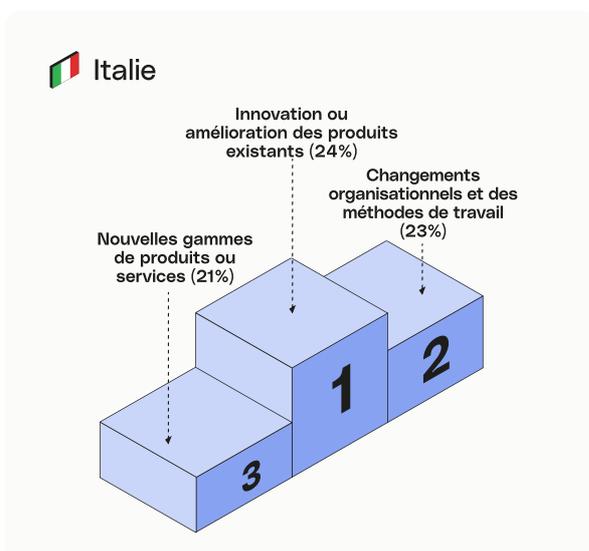
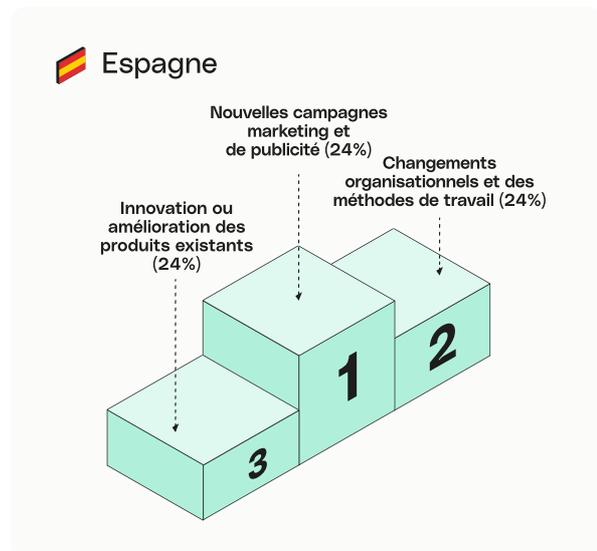
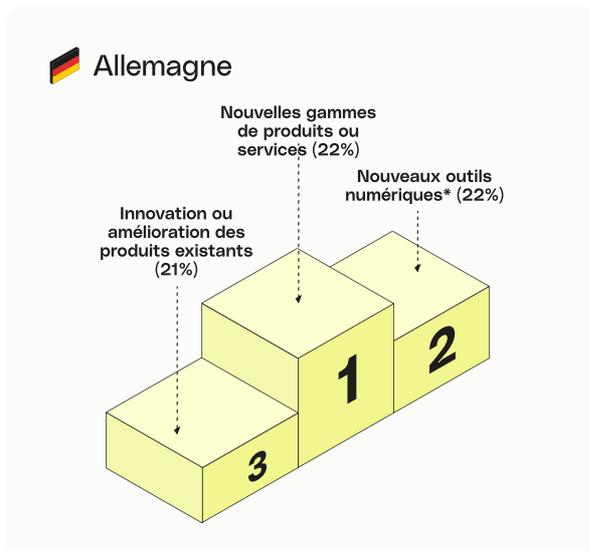
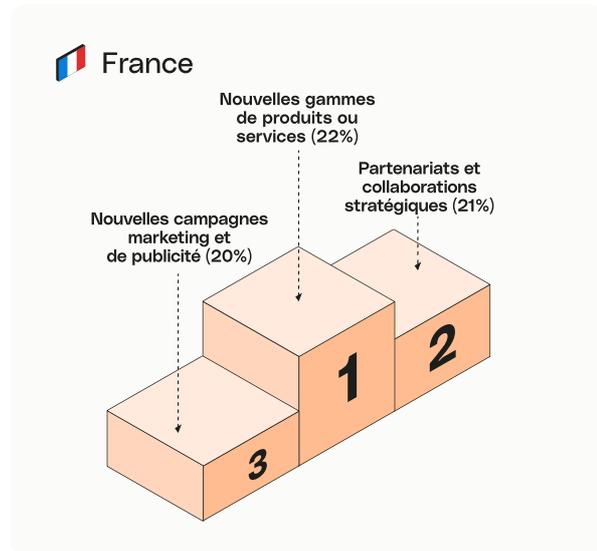
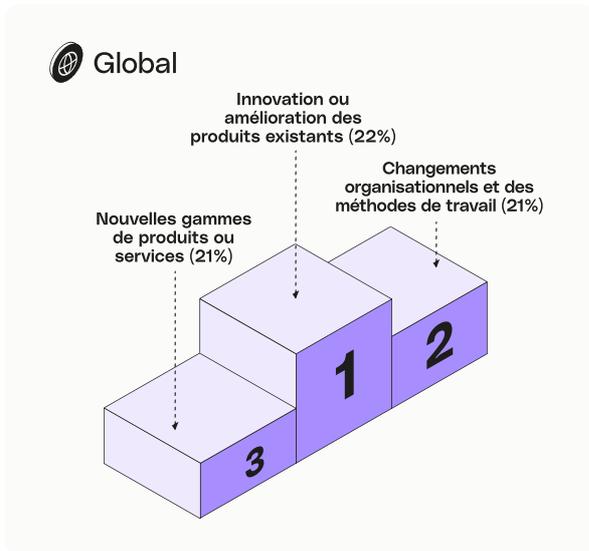
Les réponses suivantes les plus données concernent les **améliorations opérationnelles** (changements organisationnels et méthodes de travail, avec 21 %) et les **partenariats stratégiques et collaborations** (20 %).

Les données révèlent un intérêt marqué pour l'investissement dans les nouveaux outils digitaux et les nouvelles technologies, ces leviers de croissance figurant parmi les cinq réponses principales en Espagne, en Allemagne, en France et au Royaume-Uni.

Seuls 13 % des répondants citent les Initiatives de développement durable parmi leurs priorités d'investissement, les plaçant au même niveau que l'Expansion vers de nouveaux marchés et le Renforcement de la cybersécurité. Cette faible proportion suggère que les motivations économiques dominent encore les considérations environnementales.

En bas de la liste des priorités, cités par seulement 13 % des répondants, figurent les investissements dans les initiatives de durabilité, suggérant que les arguments économiques l'emportent encore sur les préoccupations environnementales, ainsi que **l'expansion vers de nouveaux marchés** et le **renforcement des mesures de cybersécurité.**

Top 3 : Dans quels leviers de croissance votre entreprise est-elle la plus susceptible d'investir en 2025 ? (% de répondant(e)s citant chaque levier de croissance)



*(p. ex. plateformes de e-commerce, logiciels de gestion de projets, plateformes collaboratives en ligne)

Les équipes tech restent la priorité en matière d'investissement futur

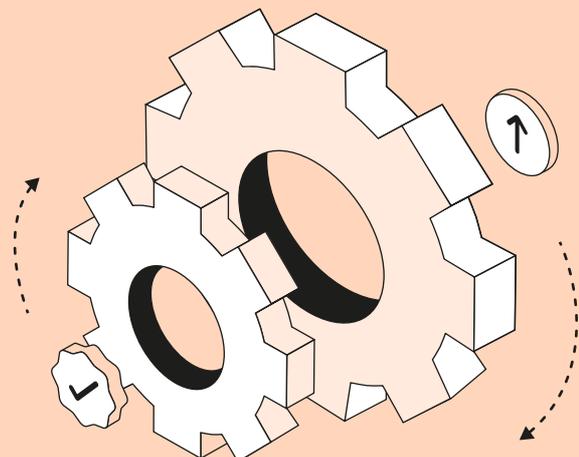
Dans une large mesure, reflétant les résultats du rapport de l'année dernière, les TPE-PME sont plus susceptibles d'investir dans leurs équipes Tech que dans toute autre unité commerciale l'année prochaine.

En moyenne, 28 % des répondants ont indiqué que leur entreprise investira dans leurs départements Tech, devant les départements Marketing/Communications (27 %) et Ventes/Acquisition de clients (25 %).

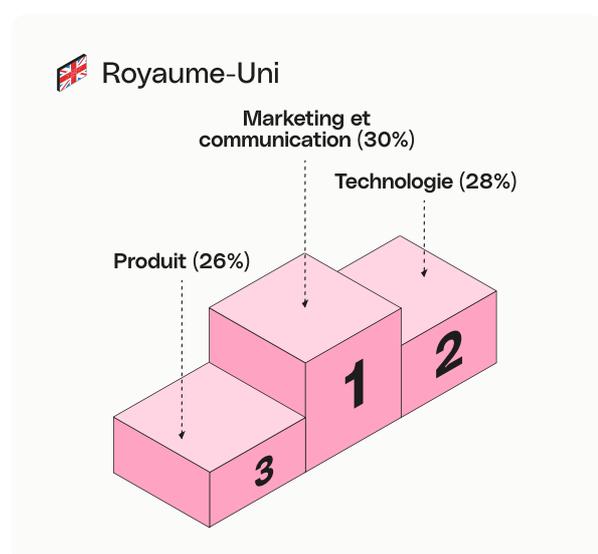
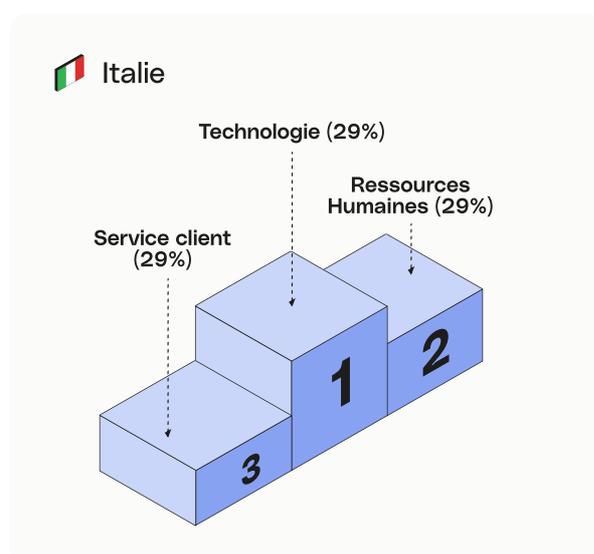
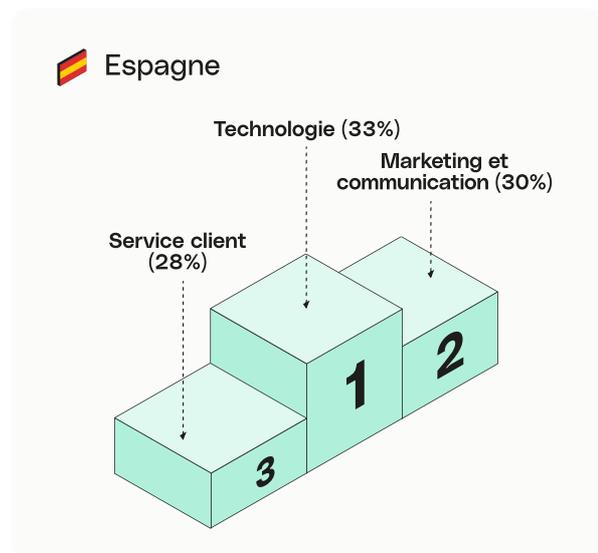
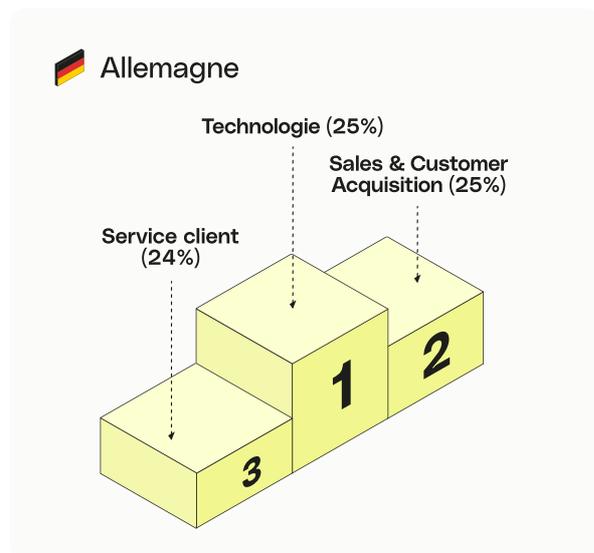
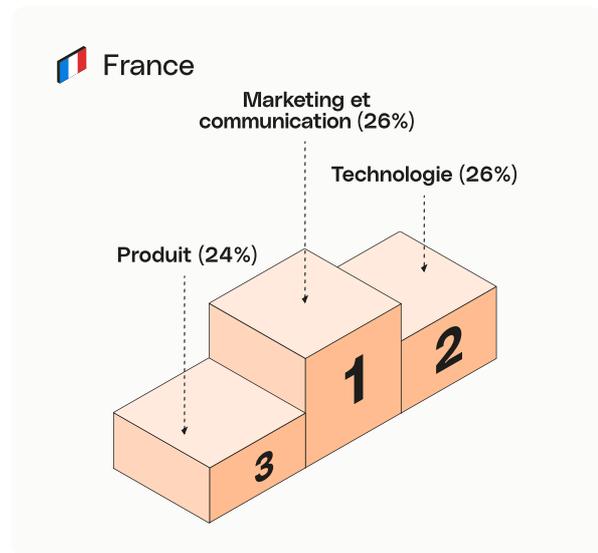
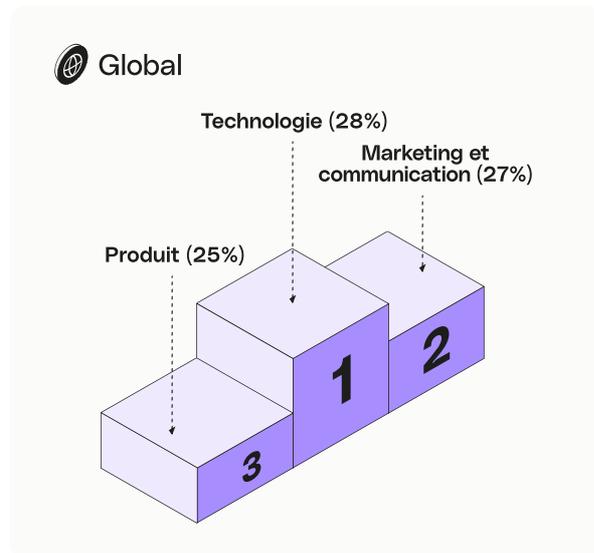
Lorsque nous filtrons les données par marché, nous constatons que la **Tech est la priorité d'investissement numéro un dans tous les pays étudiés sauf au Royaume-Uni**, où elle se classe deuxième derrière le pôle Marketing/Communications. Cela souligne l'importance de la technologie dans la stimulation de l'innovation et l'amélioration de l'efficacité opérationnelle.

Si les investissements dans le marketing et les ventes reflètent le besoin des TPE-PME de booster les revenus grâce à l'acquisition de clients, l'investissement dans le produit figure également en bonne place sur la liste des pôles prioritaires. Les équipes **Produit** et **Support client** ont été citées comme un investissement stratégique par environ un quart des TPE-PME interrogées. Cela semble corrélé avec les leviers de croissance essentiels (innovation produit et nouvelles lignes de produits) mentionnés ci-dessus.

L'Italie se démarque par un fort intérêt pour l'investissement dans le **Service client**. Avec 29 % des réponses, ce département se hisse au même niveau que la **Tech** et les **RH** en tête des intentions d'investissement. Les unités commerciales en bas de la liste des priorités d'investissement sont les **Affaires publiques** et **l'Impact et Diversité**, chacune étant citée par seulement 13 % des répondants dans les 5 marchés étudiés.



Top 3 : Dans quels départements votre entreprise est-elle la plus susceptible d'investir en 2025 ? (% de répondant(e)s citant chaque département)





La réduction de l'empreinte carbone, un objectif pour 4 entreprises sur 5

Près de la moitié des entreprises interrogées (49 %) ont déjà pris des mesures pour réduire leur empreinte carbone. De plus, 30 % d'entre elles n'ont pas encore mis en place de mesures, mais prévoient d'agir à l'avenir. La réduction des émissions carbone est une priorité absolue pour 9 % des répondants. À l'inverse, 21 % des entreprises déclarent n'avoir aucun projet spécifique prévu en matière de décarbonation.



La Commission européenne renforce son engagement en faveur du développement durable à travers le Pacte vert pour l'Europe (European Green Deal), qui comprend plus de 150 nouvelles directives et réglementations. L'objectif affiché par Bruxelles est de faire de l'Europe le premier continent neutre en carbone d'ici 2050, avec un objectif intermédiaire de réduction des émissions de carbone de 55 % à l'échelle européenne d'ici 2030.

Les entreprises italiennes sont les plus engagées dans la réduction de leur empreinte carbone : 87 % des répondants déclarent prévoir d'adopter ou de poursuivre des mesures de réduction carbone à l'avenir, tandis que seuls 13 % n'envisagent aucune action dans ce domaine.

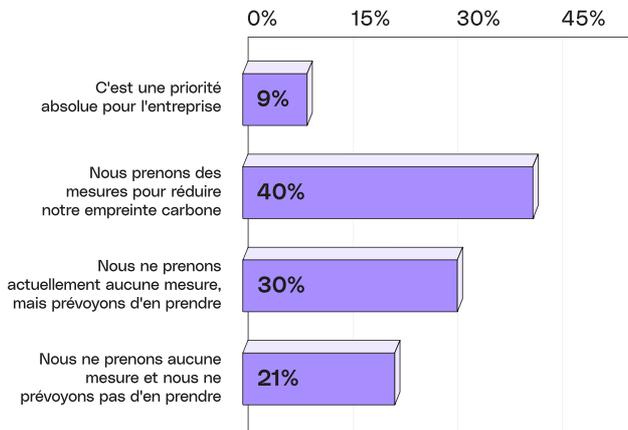
Sur l'ensemble des 5 marchés analysés, les entreprises allemandes manifestent la plus forte réserve vis-à-vis des initiatives de décarbonation. En effet, 29 % d'entre elles indiquent n'envisager aucune action de réduction de leurs émissions carbone, un taux significativement supérieur aux autres pays.

Découvrez l'approche de Qonto en matière de développement durable et ses progrès dans le [rapport d'impact de Qonto](#).

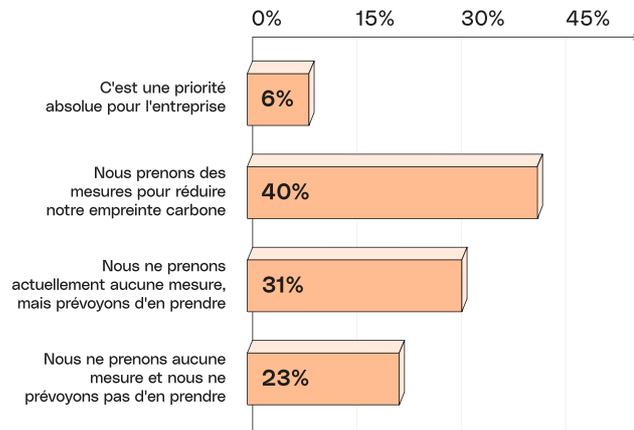
03

Comment décririez-vous le niveau d'engagement de votre entreprise à réduire son empreinte carbone ?

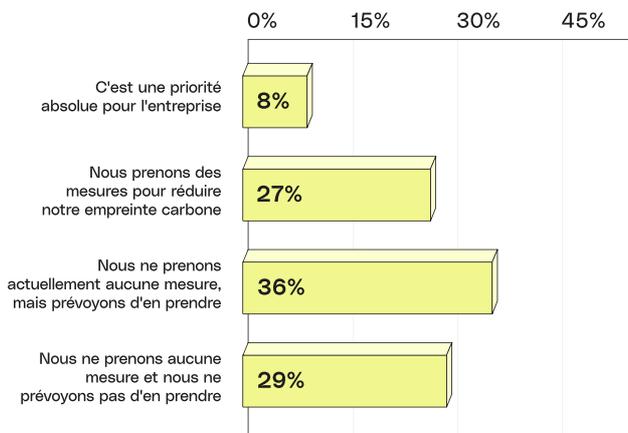
Global



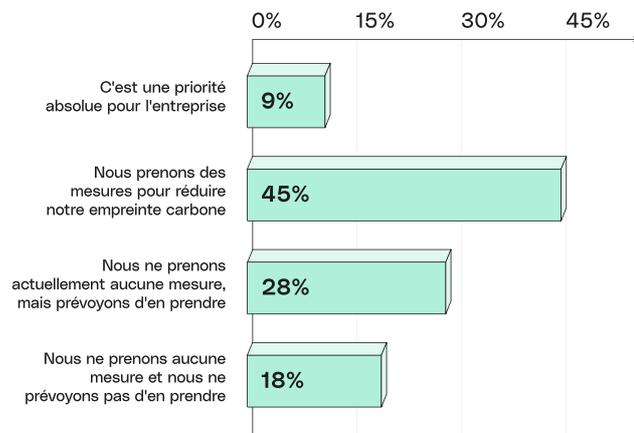
France



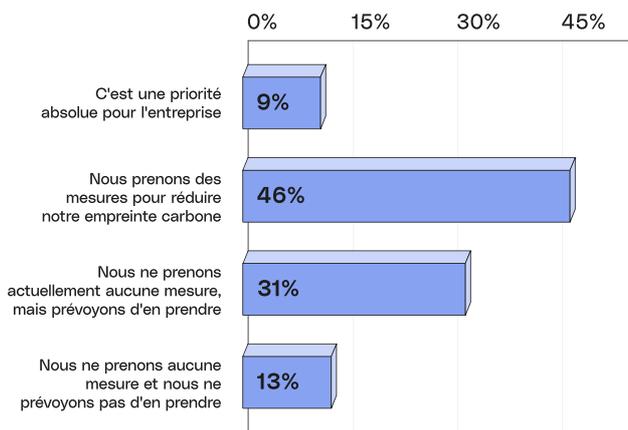
Allemagne



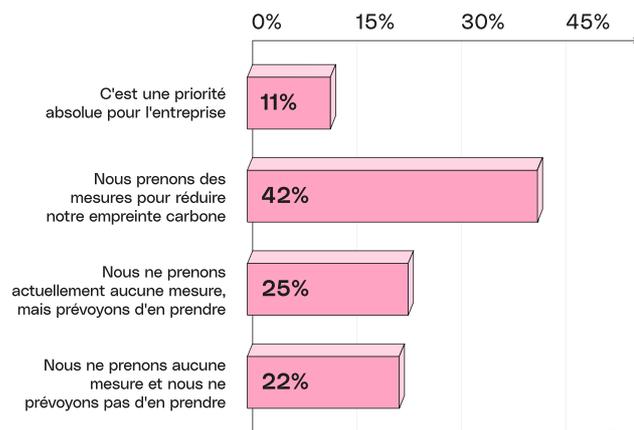
Espagne



Italie



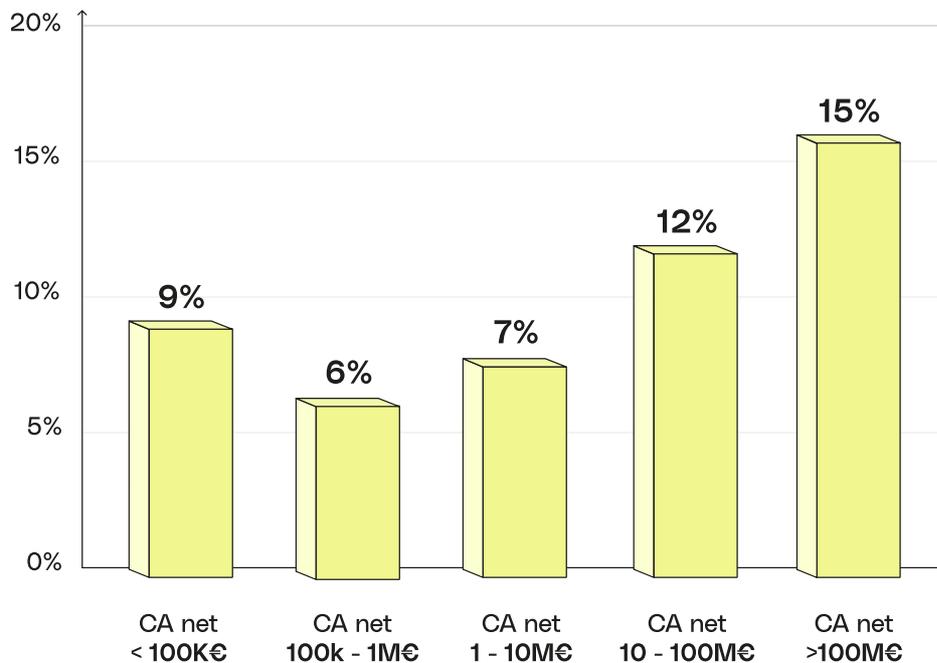
Royaume-Uni



Les grandes entreprises plus engagées dans la réduction carbone

L'engagement dans la réduction carbone varie selon la taille des entreprises : celles comptant plus de 50 salariés sont plus nombreuses à avoir déjà adopté des mesures concrètes, comparées aux structures plus petites (43 % contre 39 %). **Le chiffre d'affaires joue également un rôle déterminant.** Si seulement 8 % des entreprises réalisant moins d'un million d'euros de chiffre d'affaires en font une priorité absolue, ce taux atteint 15 % chez celles dépassant les 100 millions d'euros.

Pourcentage de répondant(e)s affirmant que réduire l'empreinte carbone est une priorité majeure pour l'entreprise



Les priorités de réduction carbone selon les régions françaises

La Directive sur les rapports de développement durable des entreprises (CSRD) de la Commission européenne va s'étendre au cours des prochaines années pour couvrir un nombre croissant de TPE-PME. À partir de 2026, les entreprises ayant plus de 250 employé(e)s, plus de 50 M€ de chiffre d'affaires ou plus de 25 M€ d'actifs devront publier des rapports sur leur impact environnemental et social. À partir de 2027, cette obligation s'appliquera aux TPE-PME qui remplissent 2 des critères suivants : plus de 10 employé(e)s, plus de 900 K€ de chiffre d'affaires, plus de 450 K€ d'actifs.

Pourquoi certaines entreprises agissent pour réduire leurs émissions carbone...

L'enquête a interrogé les entreprises déjà engagées dans la réduction de leurs émissions sur leurs motivations. Les raisons les plus fréquemment citées sont :

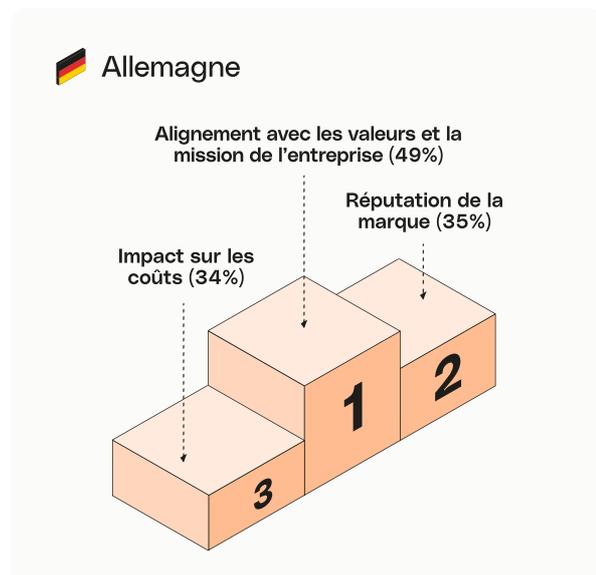
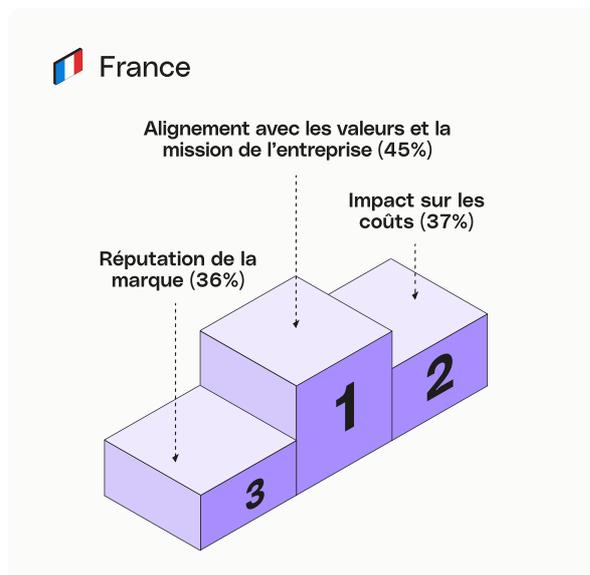
- L'alignement avec les valeurs et la mission de l'entreprise (43 % des répondants)
- La réputation de la marque (36 %)
- Les considérations financières (33 %)
- Les obligations légales (28 %)

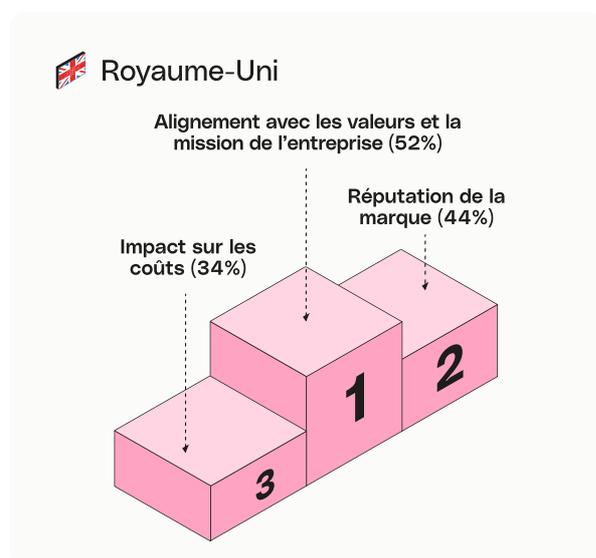
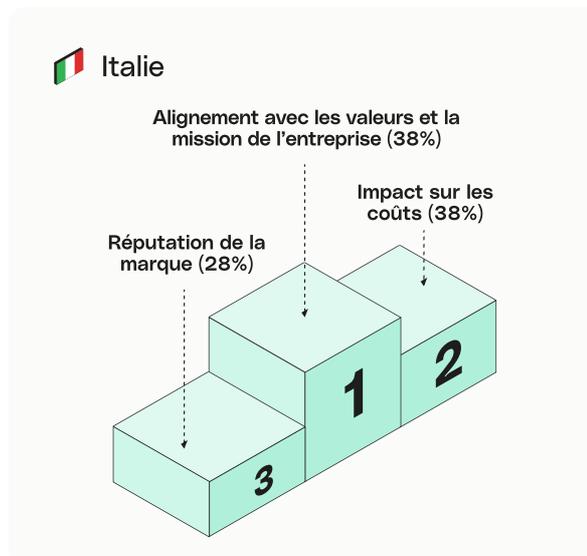
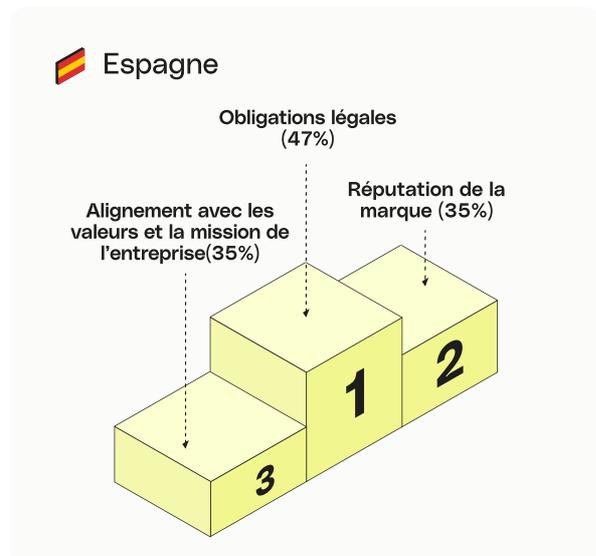
Des variations apparaissent selon les marchés, les secteurs d'activité et la taille des entreprises. Par exemple, les considérations financières pèsent davantage pour les petites entreprises de 2 à 49 salariés, tandis que les grandes entreprises sont plus susceptibles d'agir pour **s'aligner sur leurs valeurs** ou **renforcer leur réputation**.

Les motivations varient selon les secteurs. Les entreprises des **Médias/Marketing/Publicité/RP** agissent principalement pour s'aligner sur leurs valeurs (49 %) et préserver leur image de marque (48 %), alors que dans **l'immobilier**, ce sont les contraintes réglementaires qui priment pour près de la moitié des entreprises (47 %).

L'existence d'aides publiques pour les mesures de réduction carbone est un facteur déterminant pour 22 % des entreprises du **BTP**, contre seulement 10 % dans le secteur **Médias/Marketing/Publicité/RP**.

Top 3 : Vous avez indiqué que votre entreprise prenait des mesures pour réduire son empreinte carbone. Quelles principales ambitions ont motivé cet engagement ?





...et pourquoi d'autres ne le font pas

Les entreprises n'ayant pas prévu de réduire leurs émissions carbone ont également été interrogées sur les raisons de ce choix. Un tiers d'entre elles (33 %) considèrent que **leur empreinte carbone n'est pas significative**, tandis que 21 % **s'interrogent sur les bénéfices réels pour leur entreprise**. Une proportion identique évoque le manque de ressources pour relever les défis liés au carbone.

L'**absence de cadre réglementaire contraignant** est citée par 20 % des entreprises pour justifier leur inaction face aux enjeux climatiques.

Au Royaume-Uni, le **coût des mesures de réduction carbone** représente une préoccupation particulière, citée par 24 % des répondants, contre 19 % en moyenne sur les 5 marchés étudiés.

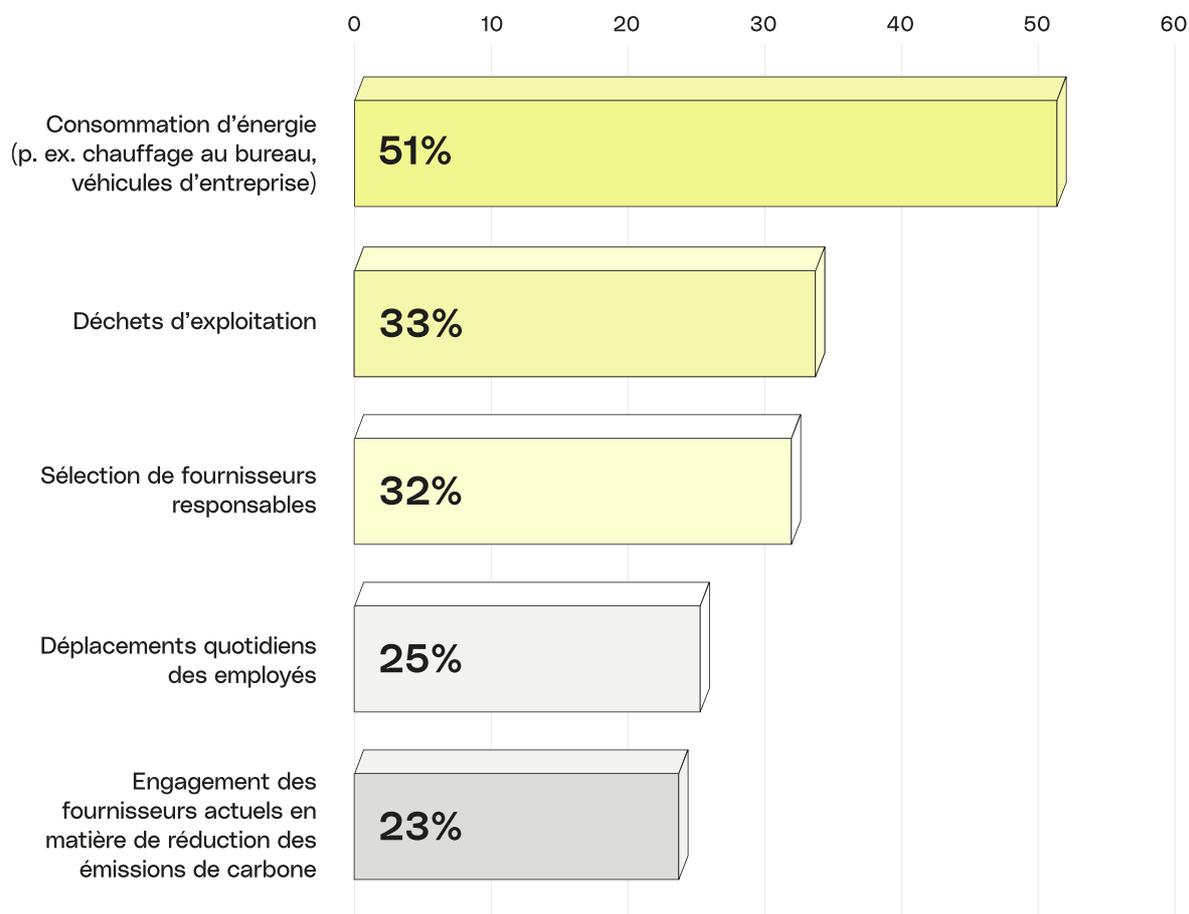
Ce que les entreprises prévoient de faire pour réduire leurs émissions de carbone

La moitié des entreprises (51 %) déjà actives dans la réduction de leur impact carbone misent sur la **diminution de leur consommation énergétique** pour atteindre leurs objectifs.

33 % d'entre elles prévoient de **réduire les déchets liés à leurs activités**. Une proportion similaire (32 %) envisage de **sélectionner des fournisseurs plus durables**. Un quart des sondés (25 %) considère que l'**adaptation des habitudes de déplacement des employés** contribuera à leurs objectifs de réduction carbone.

Ces 4 tactiques ont été les plus citées dans chacun des marchés étudiés, la réduction de la consommation d'énergie en interne étant en tête de liste dans les 5 pays.

Top 3 : Vous avez indiqué que votre entreprise prenait des mesures pour réduire son empreinte carbone. Dans quels domaines pensez-vous pouvoir réduire de manière réaliste l'empreinte carbone de votre entreprise ?
(Tous marchés confondus)



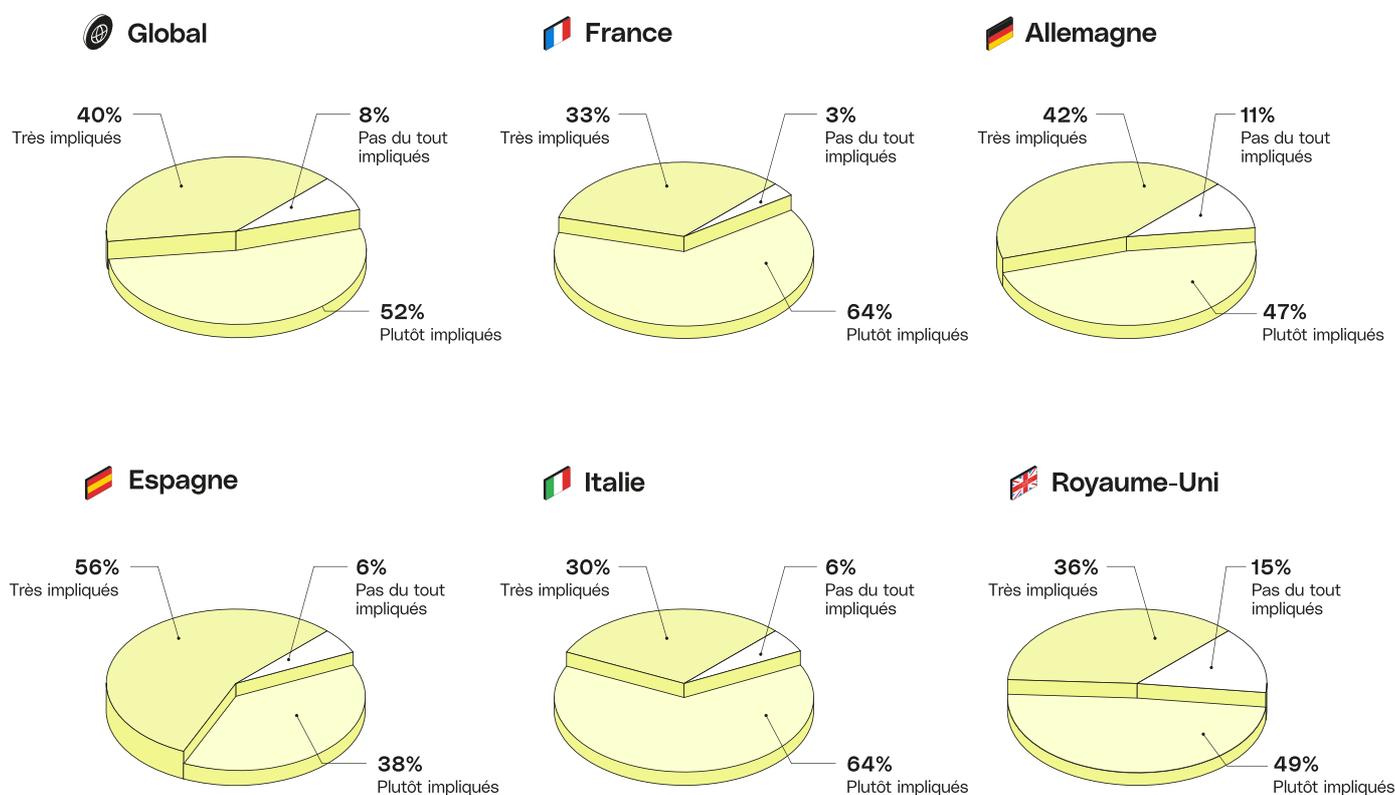
Les salariés espagnols, les plus mobilisés pour le climat

Les salariés des entreprises espagnoles sont nettement plus impliqués dans les actions environnementales que leurs homologues. Plus de la moitié (56 %) des répondants en Espagne ont déclaré que le personnel était « très impliqué » dans les initiatives de développement durable de leur entreprise. Seulement 6 % des sondés ont indiqué que les employés n'étaient « pas impliqués ».

En revanche, au Royaume-Uni, la proportion de personnel « non impliqué » est de 14 %, avec seulement 36 % des salariés décrits comme « très impliqués ».

En France, relativement peu d'employés sont considérés comme « non impliqués » (3 %) ou « très impliqués » (33 %), laissant une large majorité (63 %) qualifiée de « moyennement impliquée ».

Vous avez indiqué que votre entreprise prenait des mesures pour réduire son empreinte carbone. Dans quelle mesure vos employés sont-ils impliqués dans les initiatives liées au développement durable de votre entreprise ?



Diversité, Équité et Inclusion : focus sur la parité hommes-femmes, la diversité générationnelle et culturelle

En matière de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI), environ les trois quarts des entreprises déclarent s'attaquer à au moins une forme de biais discriminatoire.

La parité hommes-femmes est l'objectif le plus courant. Plus d'un tiers (34 %) des entreprises affirment qu'elles y travaillent. Viennent ensuite la **diversité générationnelle** et la diversité culturelle, avec respectivement 32 % et 30 % des répondants indiquant que leur entreprise prend des mesures pour promouvoir ces enjeux. L'**inclusion des personnes en situation de handicap** est abordée par 27 % des entreprises interrogées.

Les sujets DEI un peu moins couramment traités sur le lieu de travail sont la **diversité socio-économique** (23 %) et l'**inclusion LGBTQ+** (19 %).

Selon les données, 26 % des entreprises ne mènent actuellement aucune initiative DEI.

Il existe également de nombreuses différences d'un pays à l'autre.

Le Royaume-Uni compte la plus forte proportion d'entreprises sans initiatives DEI formelles (39 % des répondants). Paradoxalement, c'est aussi le pays qui affiche le plus fort engagement en matière d'**inclusion LGBTQ+** (25 %) parmi les 5 marchés étudiés.

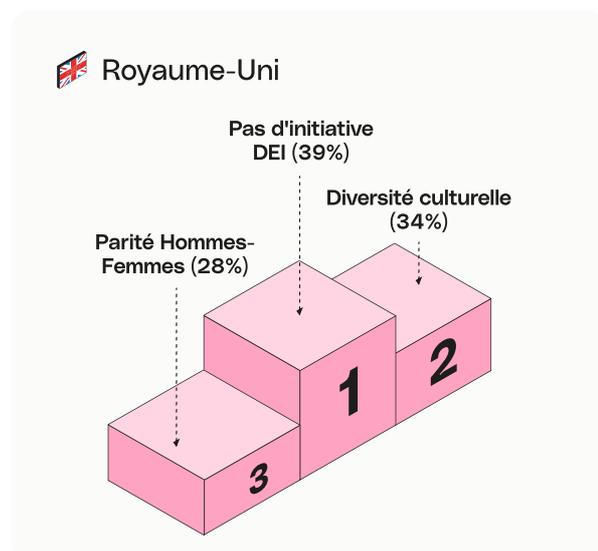
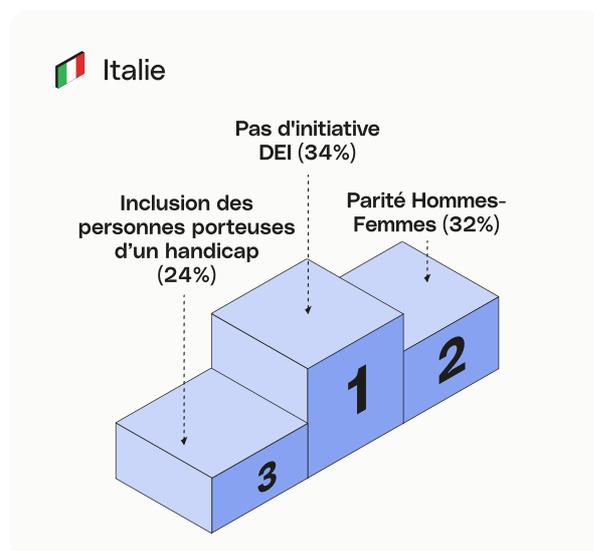
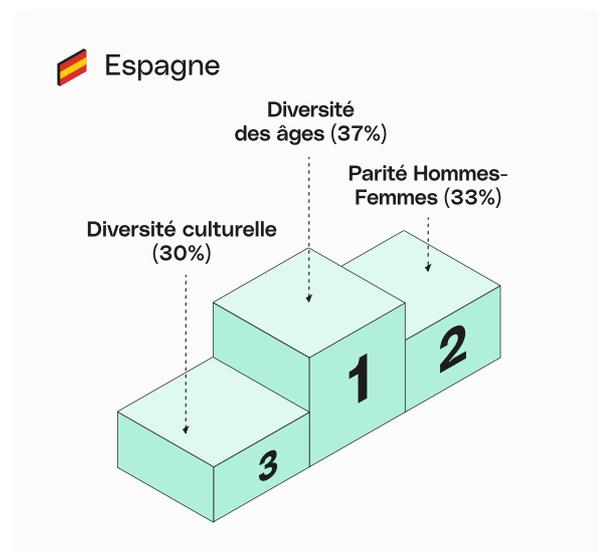
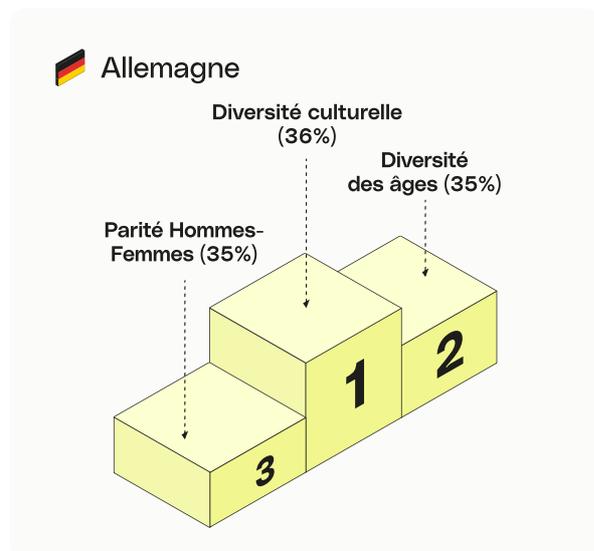
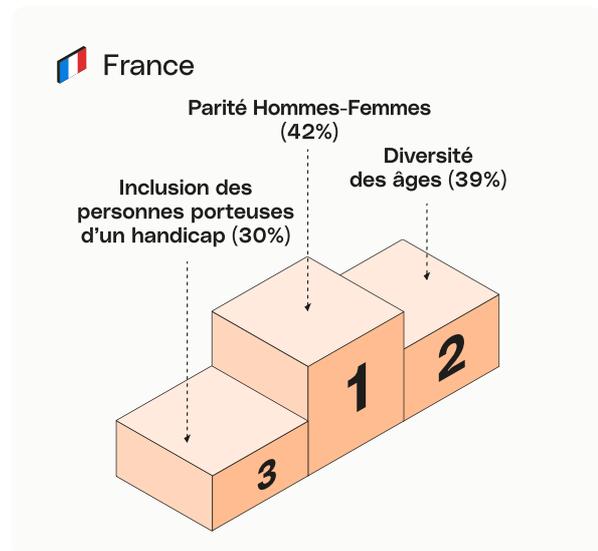
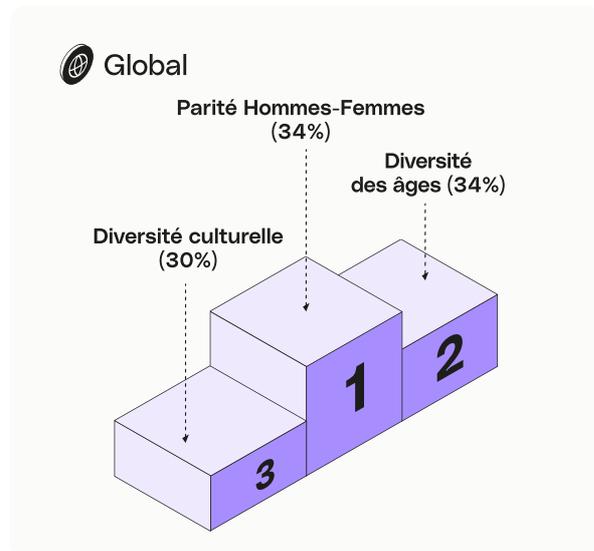
En France, 83 % des entreprises ont mis en place des mesures DEI, avec un accent plus marqué que sur les autres marchés sur la **parité femmes-hommes** (42 %) et la **diversité générationnelle** (32 %).

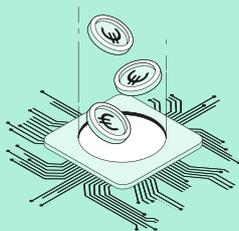
Parmi les 66 % d'entreprises italiennes ayant instauré des politiques DEI formelles, la **parité femmes-hommes** est la plus largement mise en œuvre (32 %).

Les TPE-PME allemandes, très engagées dans les politiques DEI (84 %), concentrent leurs efforts sur la diversité culturelle (36 % des actions).

En Allemagne, où 84 % des TPE-PME ont des politiques DEI en place, la **diversité culturelle** est le principal objectif. En Espagne, la priorité va à la diversité générationnelle, citée par 37 % des entreprises.

Top 3 : Votre entreprise s'intéresse-t-elle à un ou plusieurs des sujets de diversité, d'équité et d'inclusion suivants ?





Adoption de l'IA : l'Allemagne mène la course, portée par ses grandes entreprises

Dans l'ensemble, **un peu plus des deux tiers (67 %) des entreprises déclarent utiliser des outils d'intelligence artificielle (IA)** dans leurs activités.

Parallèlement, 22 % des répondants affirment ne pas utiliser l'IA et ne prévoient pas de le faire en 2025. Une minorité de seulement 11 % n'utilise pas encore l'IA mais prévoit de l'introduire dans leur entreprise l'année prochaine.

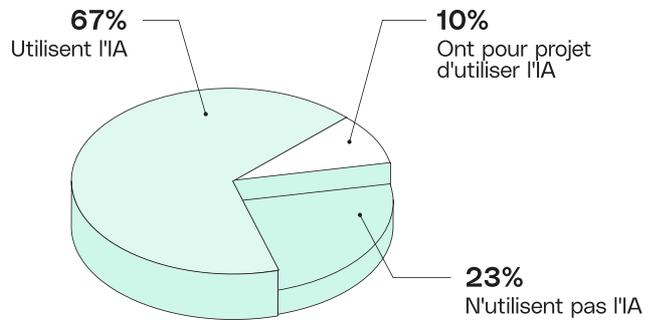
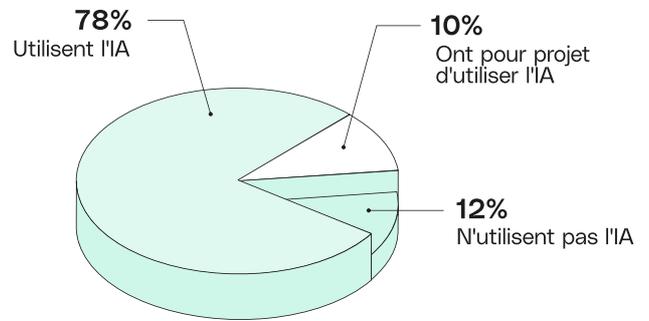
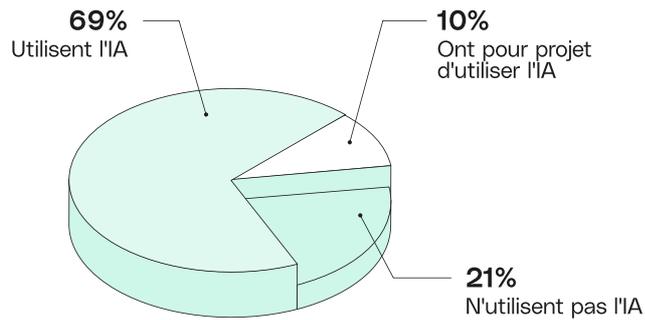
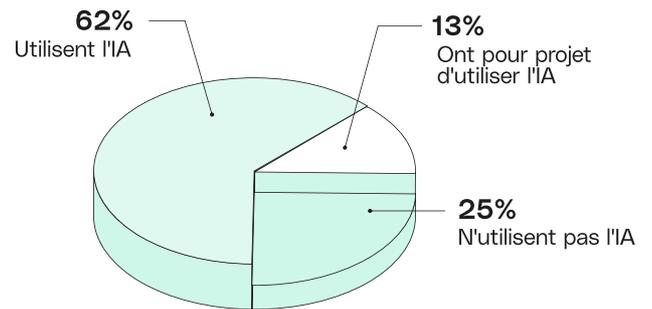
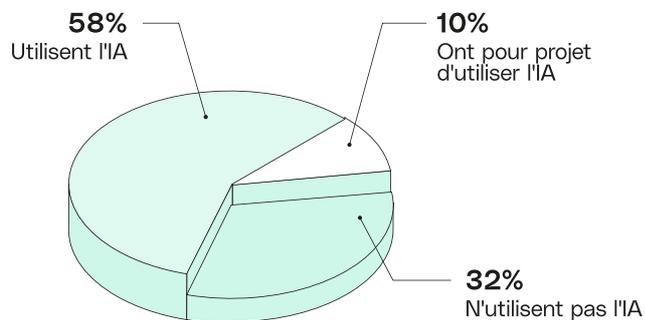
Les grandes entreprises sont plus susceptibles d'avoir déjà introduit des outils d'IA. 76 % des entreprises comptant 50 employés ou plus l'utilisent, contre 62 % des entreprises de moins de 50 employés à temps plein.

Les entreprises plus récentes adoptent davantage l'IA que les structures plus établies. Trois quarts (75 %) des entreprises fondées au cours des 5 dernières années utilisent actuellement l'IA, un chiffre qui tombe à 61 % parmi celles qui ont été créées il y a plus de 35 ans.

Sur les marchés nationaux, **nous observons la plus forte adoption des outils d'IA en Allemagne**, où 78 % des répondants déclarent l'utiliser déjà, et seulement 12 % disent ne pas avoir l'intention de l'exploiter l'année prochaine.

La plus faible adoption de l'IA parmi les 5 marchés étudiés est observée au Royaume-Uni où seulement 58 % des entreprises l'utilisent. Près d'une TPE-PME sur trois (31 %) dit ne pas l'utiliser et ne pas planifier de le faire en 2025

Utilisation de l'IA générative

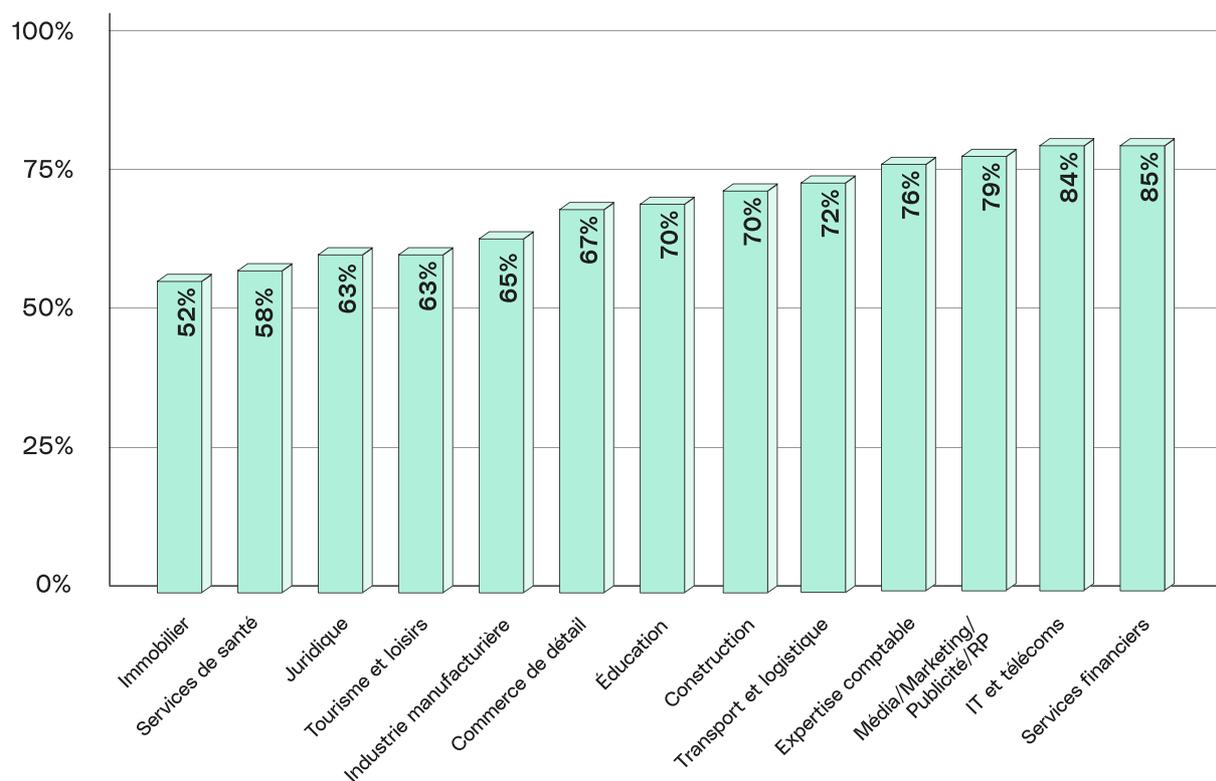
 France Allemagne Espagne Italie Royaume-Uni

Ces chiffres se confirment lorsque nous croisons la taille de l'entreprise et sa localisation. En Allemagne, 89 % des entreprises de 50 employés ou plus utilisent déjà l'IA, contre 69 % des structures plus petites. À l'opposé, 36 % des petites entreprises britanniques (2-49 salariés) excluent toute utilisation de l'IA.

En comparant les différents secteurs d'activité, les **services financiers** et l'**IT/Télécoms** sont les deux domaines qui utilisent le plus couramment des outils d'IA (respectivement 85 % et 84 % des entreprises). Ce chiffre tombe à environ deux tiers (64 %) pour le secteur **Commerce/Hôtellerie**.

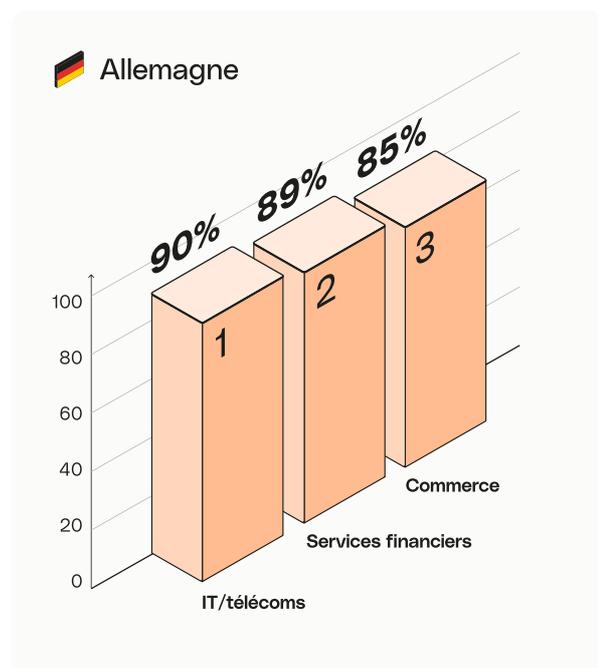
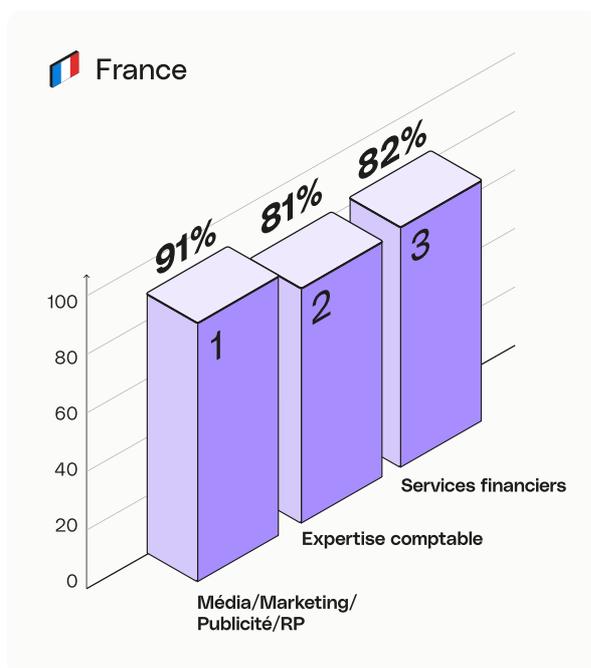
Secteurs avec la plus forte adoption de l'IA générative sur les 5 marchés

(indique le % d'entreprises utilisant déjà l'IA)

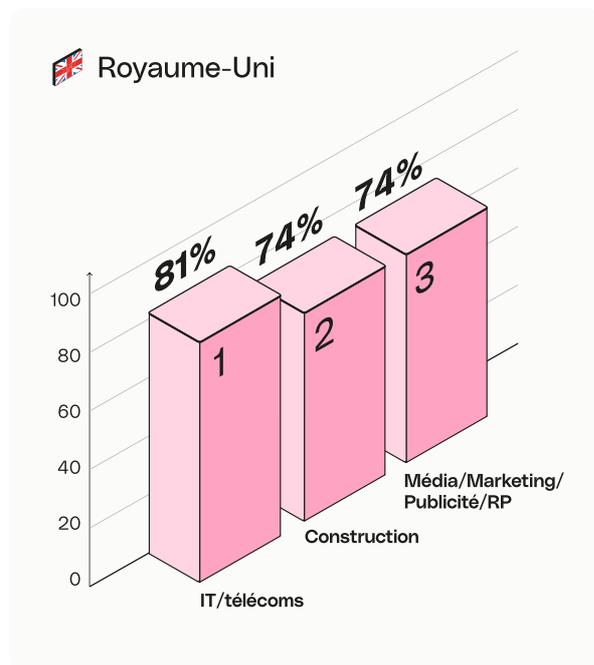
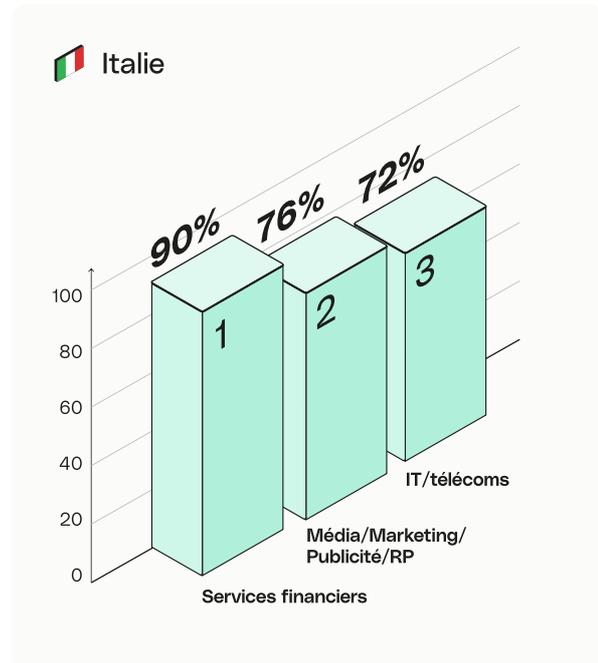
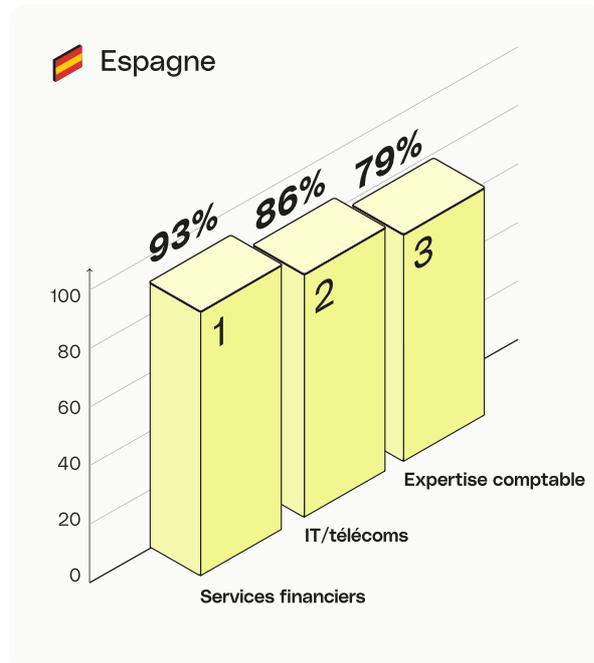


Les entreprises françaises opérant dans les domaines médicaux/soins de santé utilisent l'IA de manière significativement plus importante que leurs homologues européens. La moyenne des 5 marchés des entreprises utilisant déjà l'IA dans ce secteur est de 58 %, mais ce chiffre passe à 69 % chez les répondants basés en France. Au Royaume-Uni, moins de la moitié (47 %) des entreprises médicales/soins de santé déclarent utiliser des solutions d'IA.

Top 3 des secteurs adoptant le plus l'IA générative dans chaque marché



Top 3 des secteurs adoptant le plus l'IA générative dans chaque marché



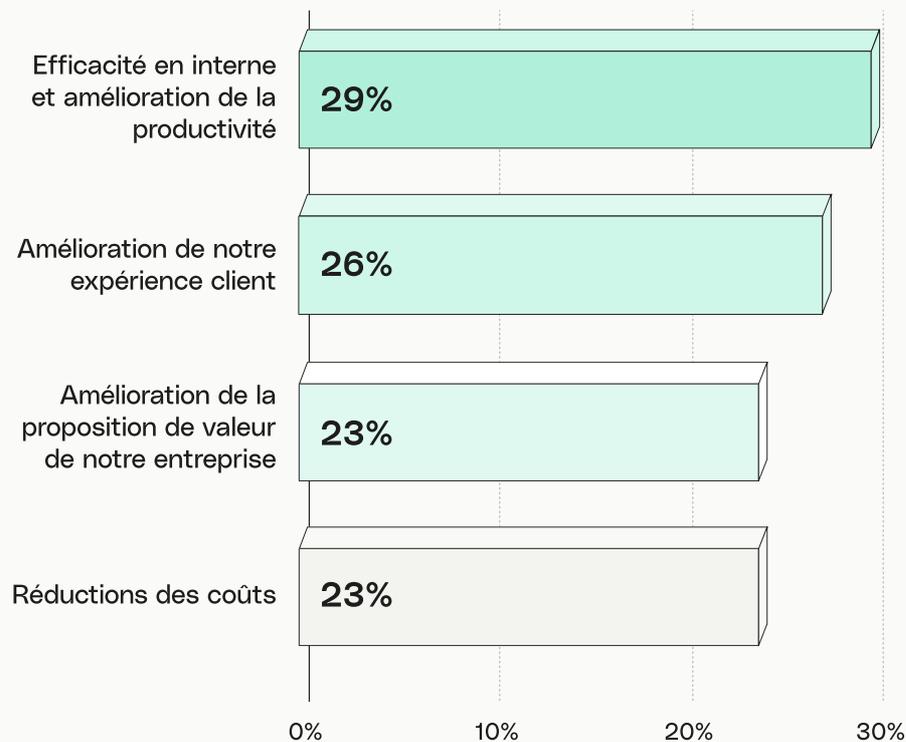
L'IA, un atout pour la productivité mais un défi pour la confidentialité des données

En termes d'utilisation de l'IA par les entreprises, le bénéfice le plus fréquemment cité est l'**augmentation de l'efficacité et de la productivité** (29 % des personnes interrogées).

Pour 26 %, l'IA est utilisée pour **améliorer l'expérience client**, tandis que l'**amélioration de la proposition de valeur et la réduction des coûts** sont citées comme cas d'usage par 23 % des répondants.

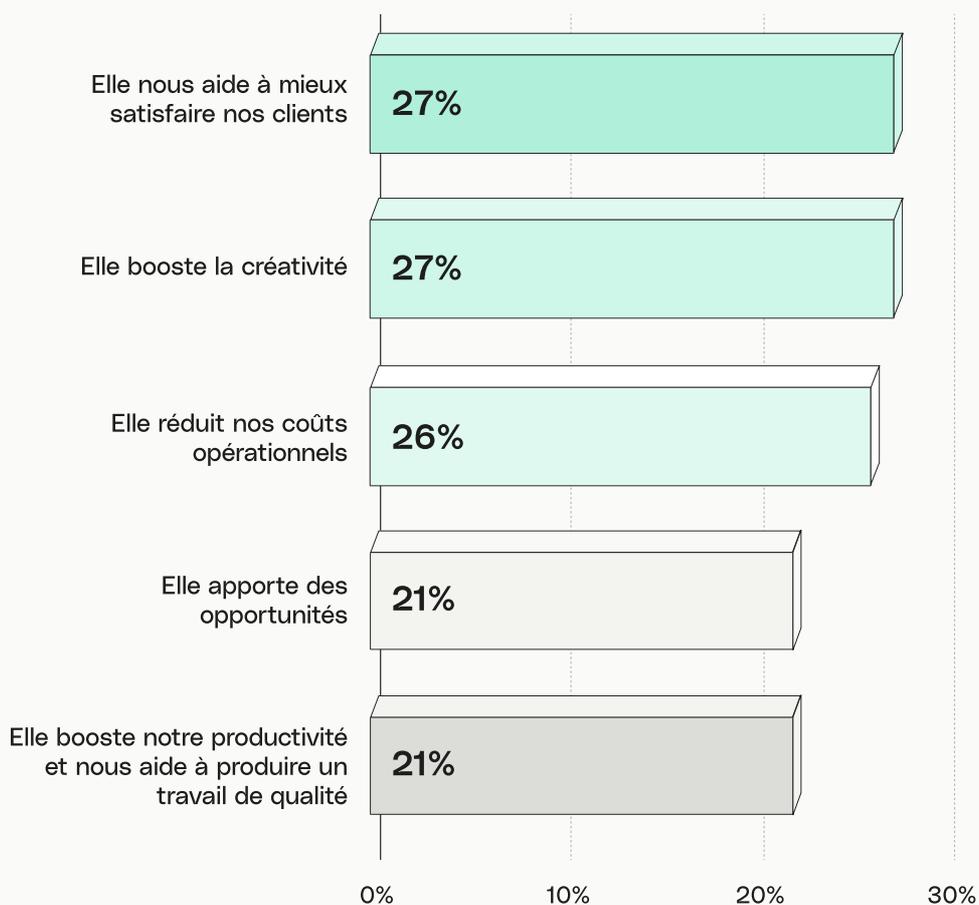
À quelle(s) fin(s) votre entreprise utilise-t-elle l'IA générative ?

(Tous marchés confondus)



L'expérimentation actuelle de l'IA confirme son potentiel : les entreprises misent particulièrement sur l'expérience client, la créativité et l'optimisation des coûts.

Selon votre entreprise, quels sont les principaux avantages et opportunités liés à l'essor de l'IA générative ? (Tous marchés confondus)

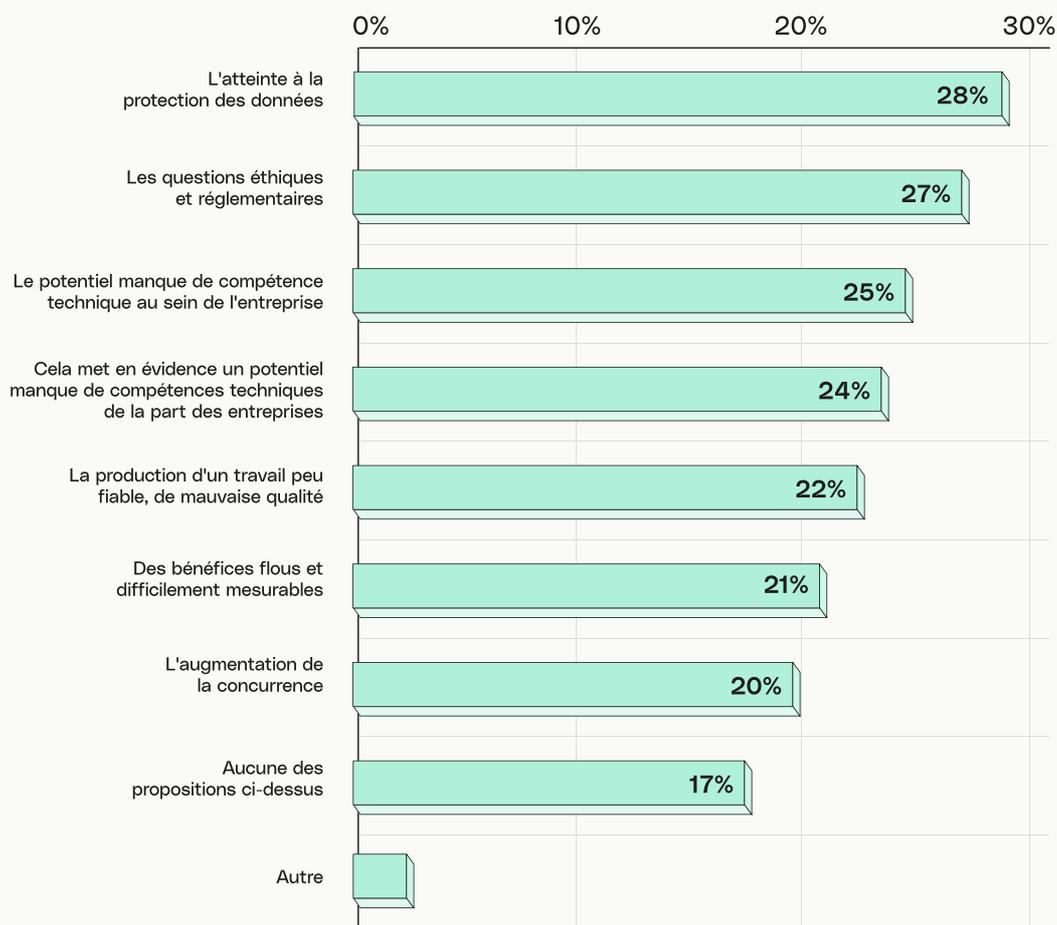


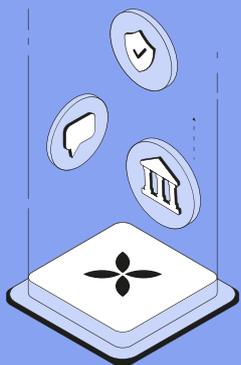
Concernant les risques potentiels, la **confidentialité des données** est la préoccupation majeure. Interrogés sur les défis de la mise en œuvre des solutions d'IA, 31 % des répondants citent la confidentialité des données comme principale difficulté, devant le **manque d'expertise** et la **complexité d'intégration aux systèmes existants** (29 %).

À travers les différents secteurs, le risque lié à la confidentialité des données est ressenti plus fortement dans le secteur **Services de santé**, où 38 % des répondants indiquent avoir rencontré des difficultés pour concilier déploiement de l'IA et protection des données.

Qu'elles utilisent l'IA ou non, les entreprises identifient trois zones de vigilance : la **confidentialité des données (28 %)**, la **conformité éthique et réglementaire (27 %)** et la **préservation de l'emploi (25 %)**.

Selon votre entreprise, quels sont les principaux défis et préoccupations liés à l'essor de l'IA générative ? (Tous marchés confondus)





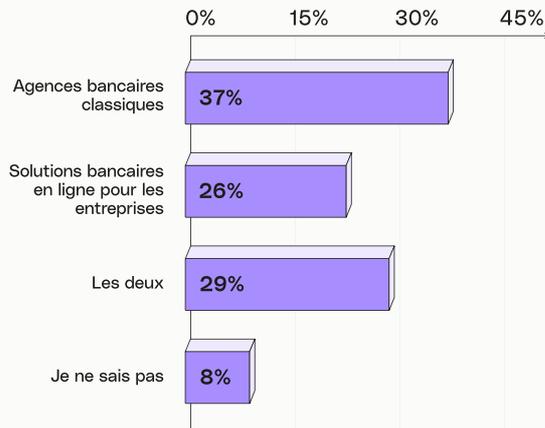
Les solutions financières en ligne rattrapent les banques traditionnelles

En matière de gestion bancaire et financière quotidienne, les données montrent que **davantage de petites et moyennes entreprises utilisent des solutions en ligne (31 %) que des banques traditionnelles (29 %)**. Une proportion similaire (31 %) déclare s'appuyer sur une combinaison des deux solutions, en ligne et traditionnelle.

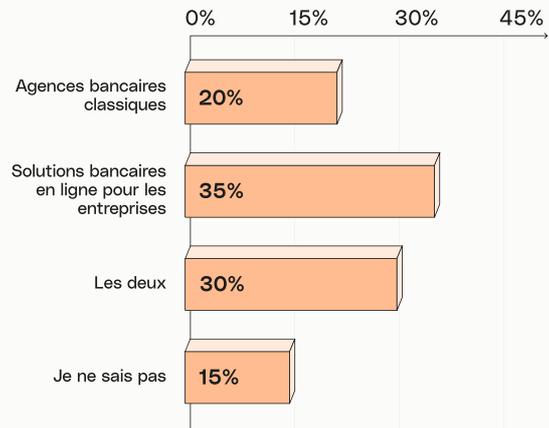
Les entreprises en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne sont les plus grandes utilisatrices de solutions bancaires digitales. La France, parmi les 5 marchés étudiés, reste la plus attachée aux banques traditionnelles (37 % les utilisent exclusivement contre 26 % pour les alternatives en ligne).

Lequel des services suivants votre entreprise emploie-t-elle pour gérer ses opérations bancaires ?

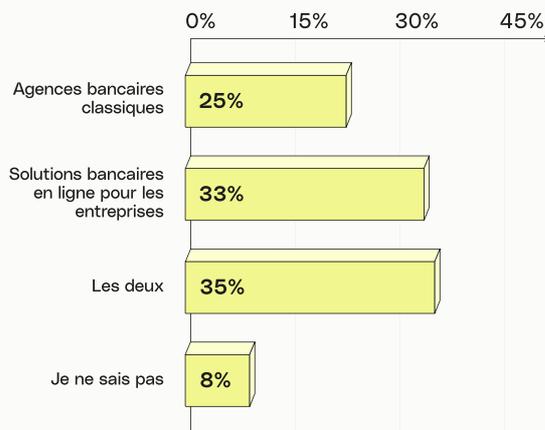
France



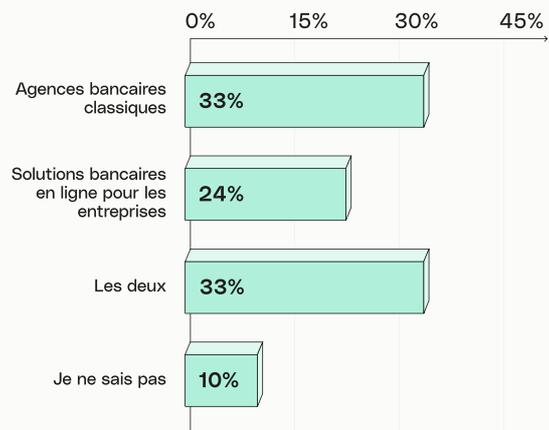
Allemagne



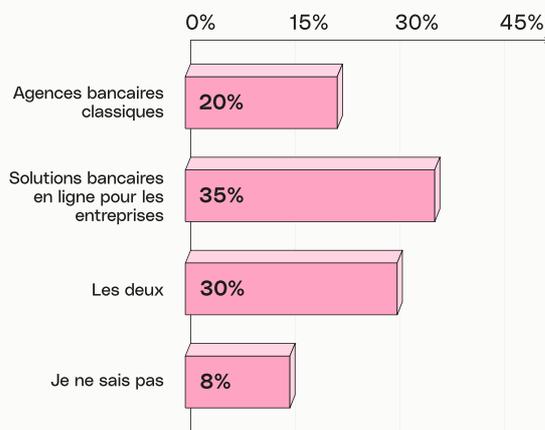
Espagne



Italie



Royaume-Uni



Le digital séduit davantage les jeunes entreprises. 38 % des structures de moins de 5 ans privilégient les solutions en ligne exclusives, une proportion qui chute à 24 % chez celles créées il y a plus de 35 ans.

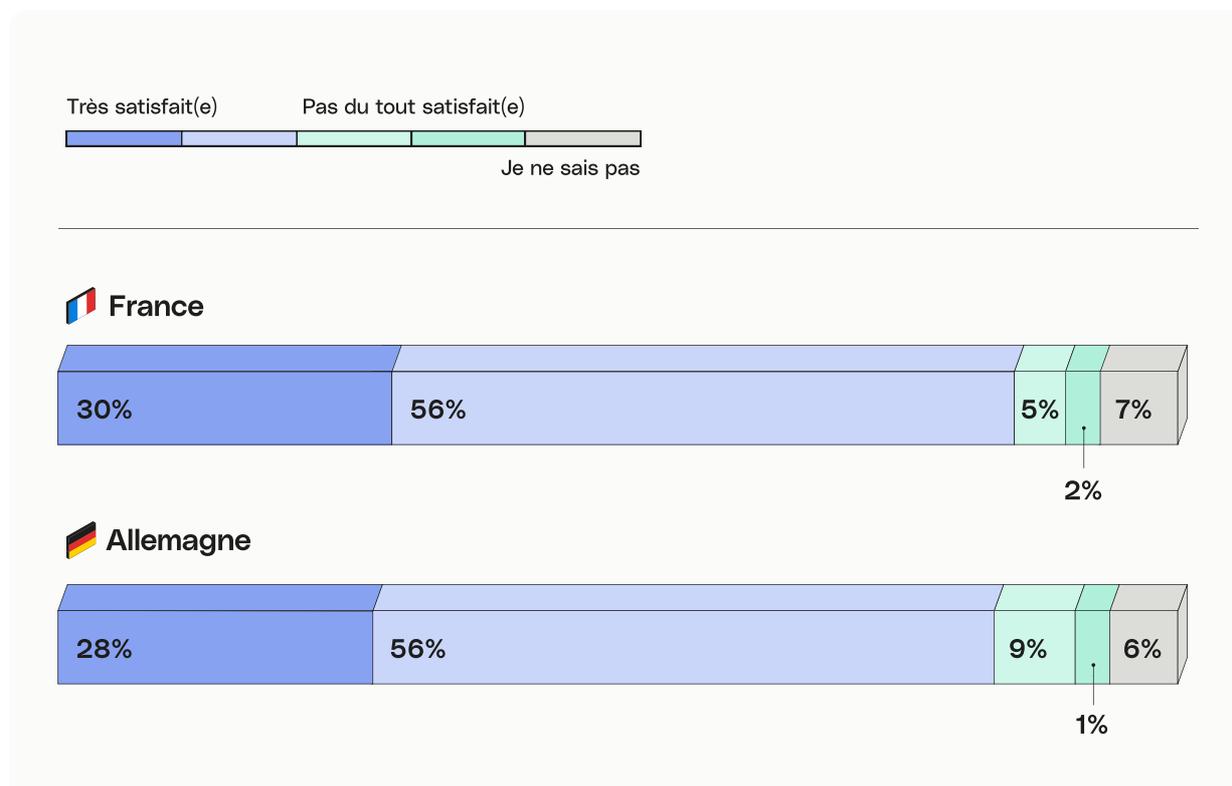
Un secteur se démarque particulièrement dans cette transition vers les solutions financières en ligne : celui des services financiers lui-même, où 44 % des entreprises interrogées utilisent ce type d'outils.

Les TPE-PME satisfaites des solutions bancaires, mais vigilantes sur les tarifs

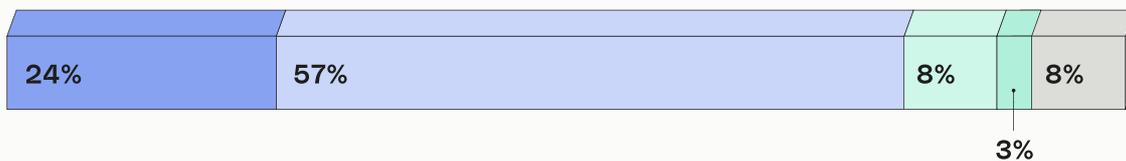
Globalement, les TPE-PME semblent satisfaites de leurs prestataires bancaires. 8 entreprises sur 10 se déclarent « satisfaites » ou « très satisfaites ».

Le taux net de satisfaction le plus élevé est observé en France (86 %) et en Allemagne (83 %). C'est au Royaume-Uni que la marge de progression est la plus importante (70 %).

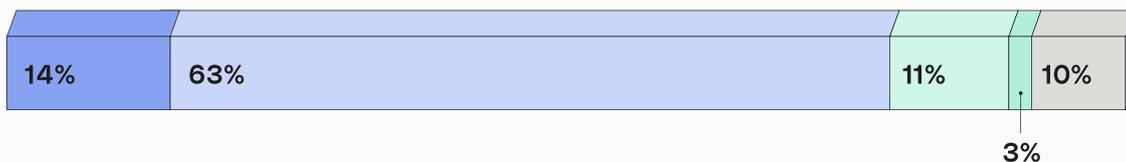
Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) des services bancaires et financiers qu'utilise votre entreprise ?



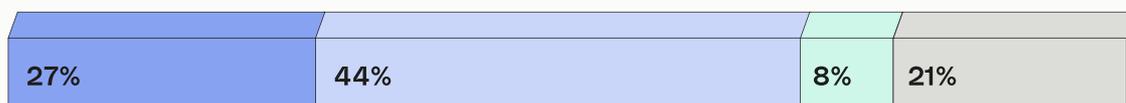
Espagne



Italie



Royaume-Uni



Les entreprises plébiscitent d'abord l'**expérience utilisateur des solutions bancaires** (76 % de satisfaction), suivie par la **diversité de l'offre** (72 %) et la **qualité du support client** (71 %). Cette observation est valable sur tous les marchés, que les entreprises utilisent une solution bancaire en ligne, traditionnelle, ou les deux.

De même, les axes d'amélioration souhaités sont très similaires partout. Le **prix** arrive en tête, avec 25 % des entreprises insatisfaites ou très insatisfaites. Les entreprises attendent aussi des progrès sur deux points clés : l'**accès au financement** (20 % d'insatisfaction) et la **transparence** (19 %).

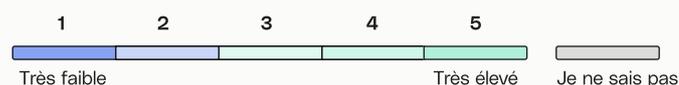
La charge administrative pèse plus lourd sur les entreprises espagnoles

Les répondants à l'étude ont été invités à évaluer leur niveau de charge administrative sur une échelle de 1 à 5, 5 représentant la charge la plus lourde.

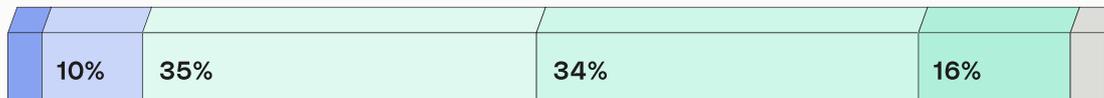
Les réponses suggèrent que l'**administration est plus contraignante pour les entreprises en Espagne**. Plus de la moitié (55 %) des répondants espagnols ont attribué une note de 4 ou 5. En comparaison, seuls 39 % des répondants allemands et 40 % des répondants britanniques ont donné une note aussi élevée.

Après l'Espagne, c'est en France que la charge administrative financière est ressentie comme la plus lourde, avec 50 % des sondé(e)s lui attribuant une note de 4 ou 5.

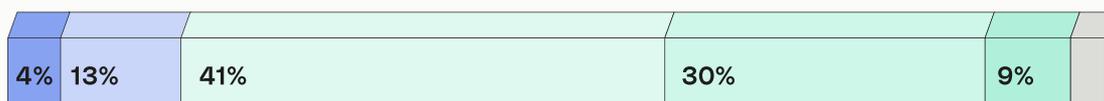
Sur une échelle de 1 à 5, comment évalueriez-vous le niveau actuel de la charge administrative sur votre entreprise ?



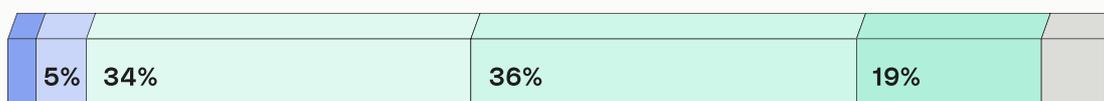
France



Allemagne



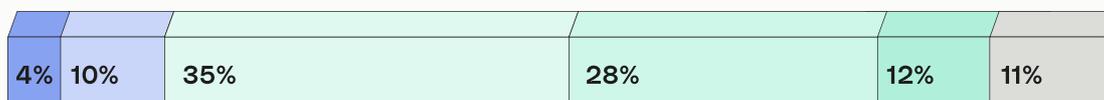
Espagne



Italie



Royaume-Uni

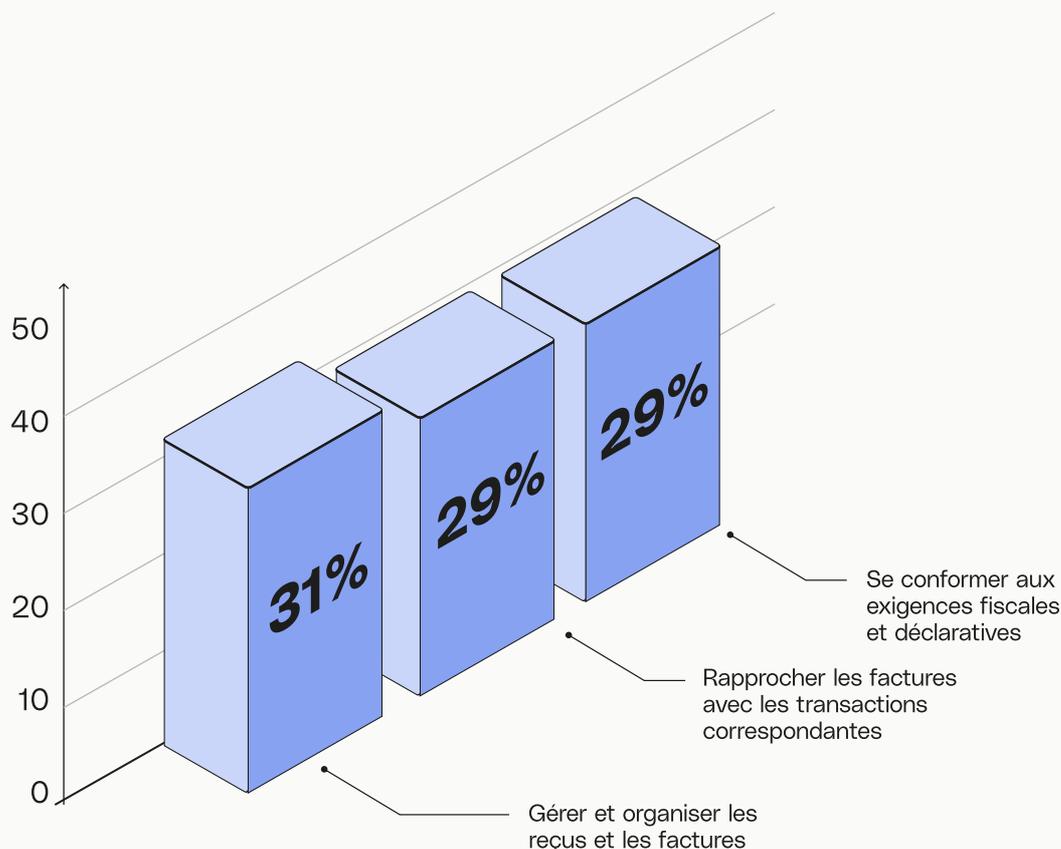


De même, **les entreprises espagnoles et françaises consacrent plus de temps aux tâches administratives que leurs homologues allemandes et britanniques**. Près d'une entreprise espagnole sur 5 (19 %) et 17 % des entreprises françaises passent plus de 30 heures par semaine sur les tâches administratives financières, contre seulement 12 % des entreprises en Allemagne et au Royaume-Uni, et 13 % en Italie.

Plus l'effectif d'une entreprise est important, plus la charge administrative est élevée. En Espagne, 25 % des entreprises de 50 employés ou plus consacrent plus de 30 heures par semaine à l'administration, contre 16 % pour celles de moins de 50 salariés.

Une grande partie de ce temps consacré à l'administration financière est liée à la facturation. Sur l'ensemble des 5 marchés, la tâche la plus fréquemment citée comme la plus chronophage est la gestion et l'organisation des reçus et factures, une préoccupation pour 31 % des sondés.

Parmi les propositions suivantes, quelles sont les tâches liées à la gestion financière qui vous paraissent les plus chronophages ?



Les entreprises espagnoles privilégient la gestion comptable en interne

La majorité des entreprises interrogées dans chacun des 5 marchés ont externalisé au moins une partie de leur comptabilité.

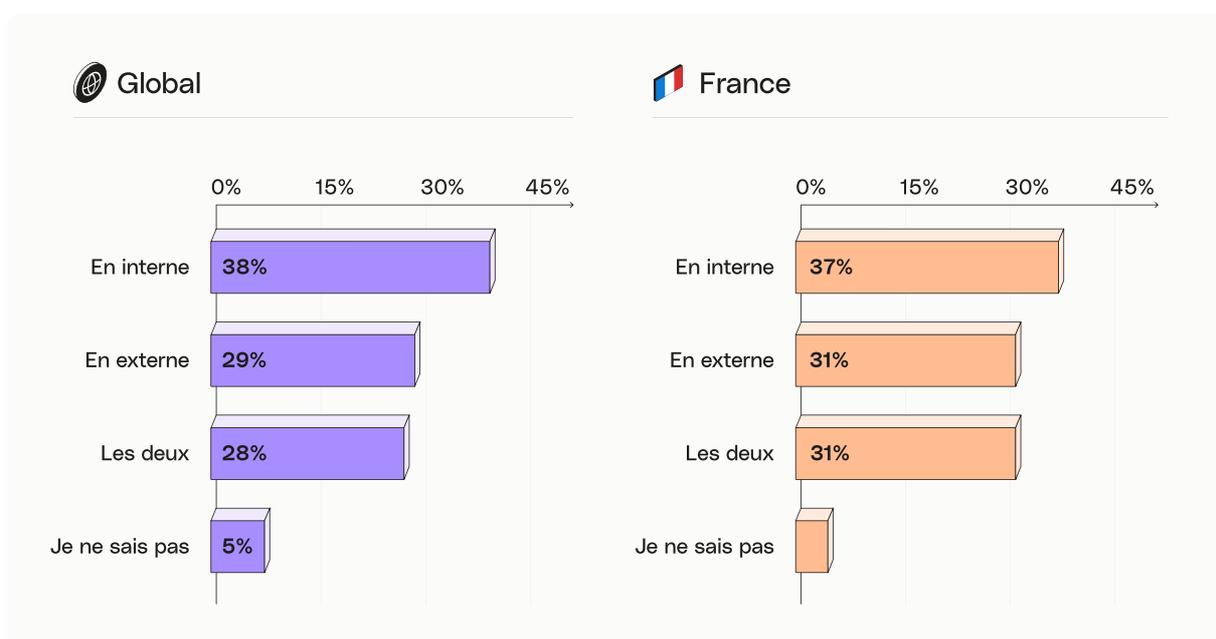
En moyenne, 38 % des répondants déclarent que leur comptabilité est gérée exclusivement en interne, 29 % qu'elle est entièrement externalisée auprès d'un ou d'une expert(e)-comptable et 28 % indiquent avoir recours à une combinaison entre expertise interne et cabinet expertise-comptable externe.

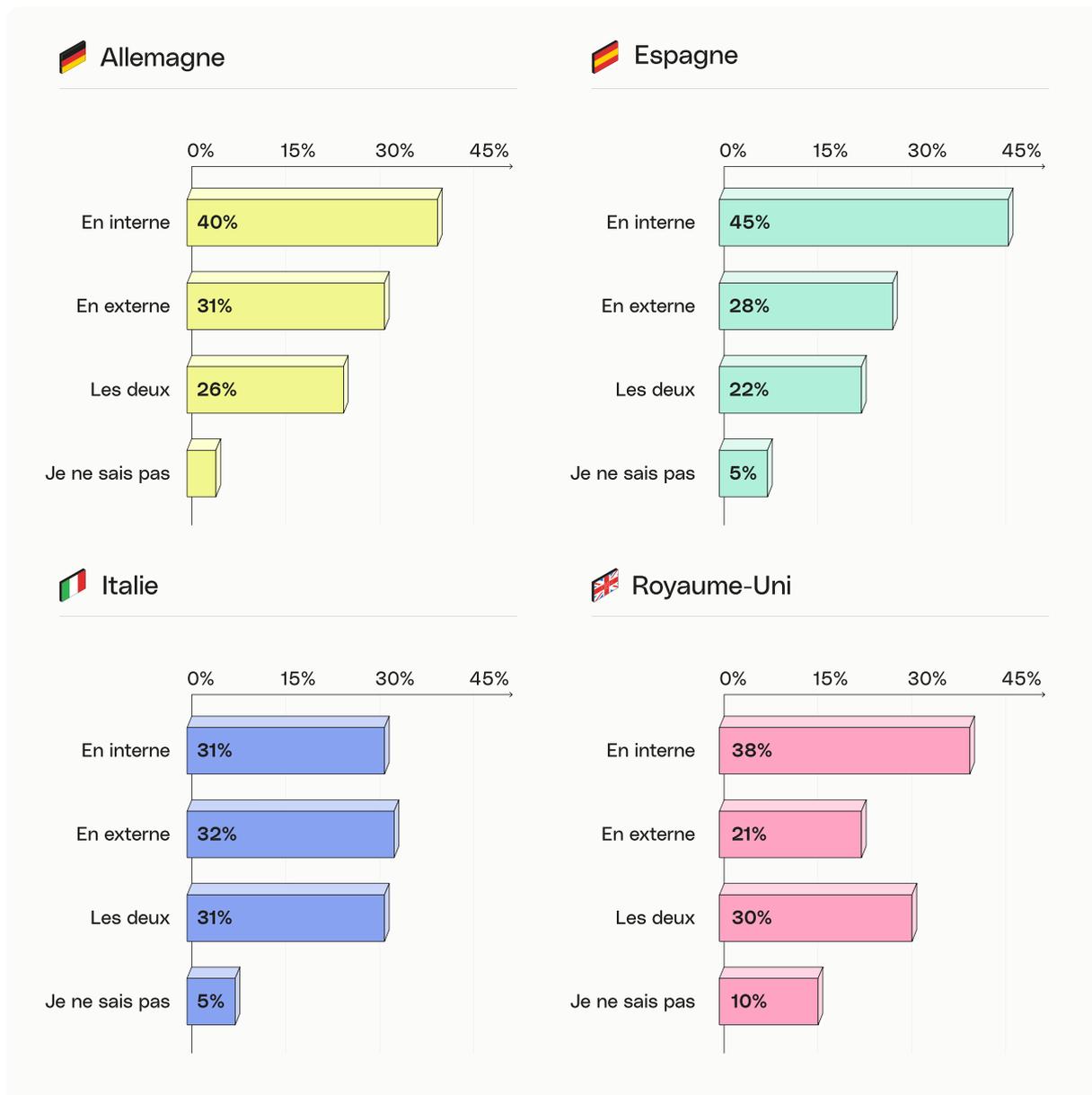
Les entreprises en Espagne sont plus susceptibles de gérer leur comptabilité en interne, ce qui est le cas pour 45 % d'entre elles. Ce chiffre monte à 55 % pour les structures de plus de 50 employés et descend à 38 % pour celles de moins de 10 employés. Ceci montre que plus l'entreprise est grande, plus elle est susceptible de gérer sa comptabilité en interne.

C'est en Italie que l'on trouve la plus faible proportion d'entreprises gérant leur comptabilité uniquement en interne, soit 31 % des sondés.

Votre entreprise gère-t-elle la comptabilité en interne ou en externe

(p. ex. via un expert-comptable tiers) ?

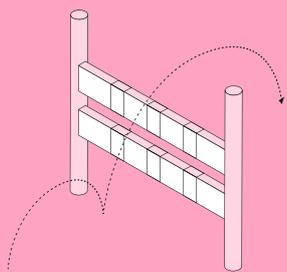




Interrogées sur les moyens d'améliorer la collaboration avec leurs expert(e)s-comptables externes, les entreprises ont majoritairement cité :

- **La réorganisation des processus pour un échange plus efficace des données financières et comptables** (citée par 29 % des répondants)
- **L'utilisation d'outils collaboratifs en temps réel** (28 %)
- **Une communication plus régulière avec l'expert(e)-comptable externe** (28 %)

En moyenne sur les 5 marchés étudiés, trois critères ressortent comme essentiels pour la gestion comptable : la transparence, le contrôle, mentionnés par 40 % des entreprises, suivis du prix, cité par 33 % d'entre elles.



Focus sur les enjeux spécifiques aux entreprises françaises

Jeux Olympiques de Paris : des avis partagés chez les entreprises

Plus d'un tiers (35 %) des entreprises basées en Île-de-France estiment que leur performance n'a pas été affectée par les Jeux Olympiques 2024.

Si 28 % rapportent un impact positif du plus grand événement sportif mondial, plus d'une entreprise francilienne sur cinq (23 %) déclare avoir été impactée négativement.

Les grandes entreprises semblent avoir davantage bénéficié de l'événement : alors que 25 % des entreprises franciliennes de moins de 50 salariés ont rapporté un impact positif des Jeux, ce chiffre atteint 34 % pour les entreprises de 50 à 249 employés.

En revanche, le bilan est plus négatif pour les entreprises d'Île-de-France opérant dans le domaine du **Commerce/Distribution**. 42 % des répondants déclarent avoir été touchés négativement, soit plus du double de celles qui disent en avoir bénéficié.

En dehors de la région Île-de-France, 47 % des entreprises n'ont constaté aucun impact, 14 % ont observé un impact positif et 16 % ont subi un impact négatif.

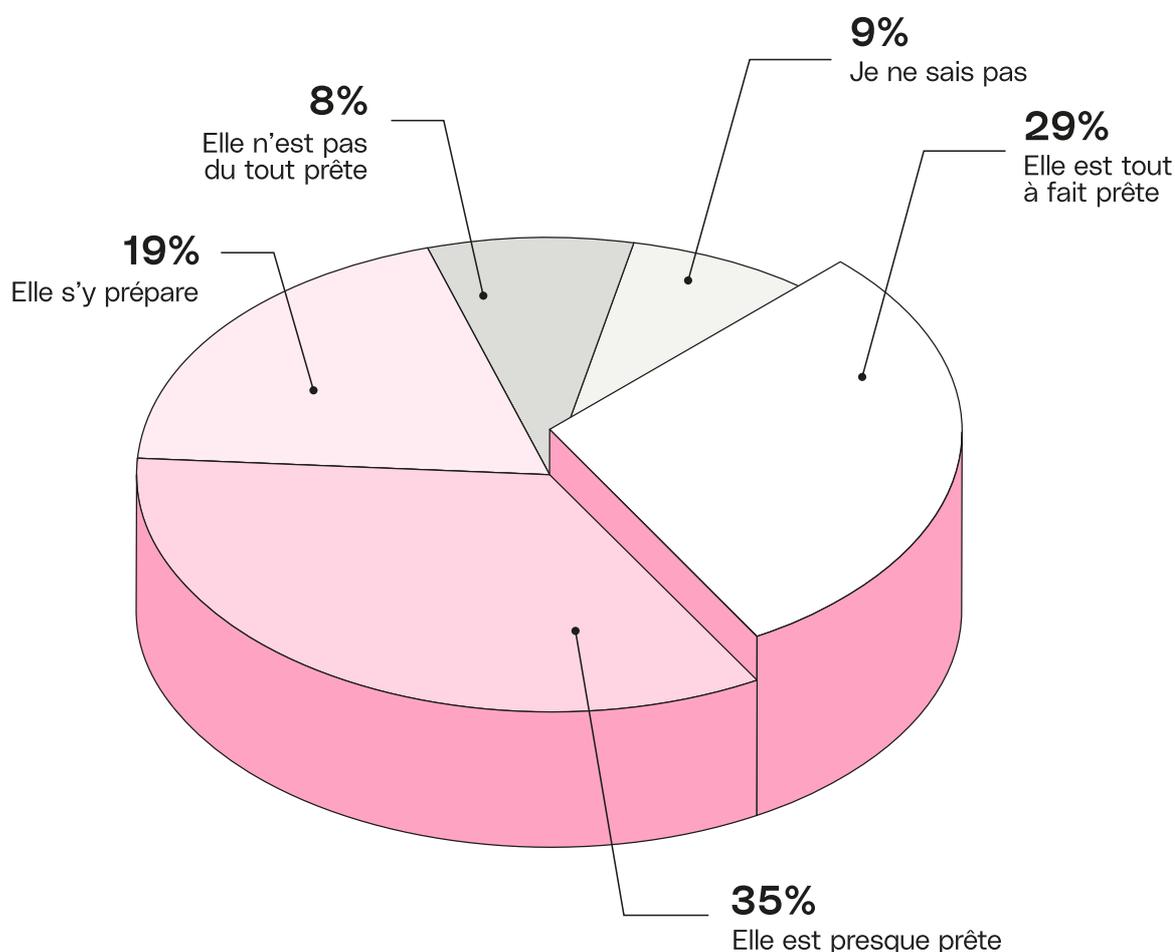
Les TPE-PME peu préparées à l'échéance de la facturation électronique

Les TPE-PME françaises sont dans l'ensemble peu préparées à la prochaine réglementation sur la facturation électronique obligatoire. Seulement 29 % d'entre elles se déclarent totalement prêtes, ce qui signifie que 71 % ont encore du travail avant d'être en conformité avec l'échéance de septembre 2026.

L'analyse par secteur montre que l'**Industrie et les TIC/Télécoms** sont les mieux préparés, avec respectivement 43 % et 41 % d'entreprises totalement prêtes.

À l'inverse, le **secteur de l'Éducation et le secteur Juridique** accusent un retard, avec respectivement 19 % et 10 % des répondants qui se sentent pleinement préparés.

Votre entreprise est-elle prête à se conformer à la nouvelle réforme sur la facturation électronique ?



Élections législatives anticipées, une mauvaise surprise pour les TPE-PME

Face aux élections législatives anticipées de juillet en France, plus d'un tiers des entreprises françaises (36 %) ne s'attendaient à aucun impact sur leur activité, malgré le risque d'une assemblée sans majorité et d'un blocage législatif.

Cependant, les entreprises étaient plus nombreuses à anticiper des répercussions négatives que positives.

Les petites entreprises (2-49 employés) se sont montrées plus pessimistes, près d'un quart d'entre elles (24 %) s'attendant à un impact négatif.

À l'inverse, les grandes entreprises étaient plus optimistes, 22 % anticipant des bénéfices contre 14 % craignant des effets défavorables.

Par secteur d'activité, le **Transport/Distribution** (29 %) et l'**Industrie** (31 %) se sont révélés les plus optimistes. À l'opposé, les secteurs des **Services Financiers**, de l'**Hôtellerie/Loisirs**, du **Juridique** et de l'**Immobilier** ont affiché un pessimisme plus marqué, jusqu'à 30 % des entreprises dans chacun de ces secteurs redoutant des effets négatifs.

La nomination du gouvernement dirigé par Michel Barnier en septembre est intervenue après la réalisation de cette enquête.

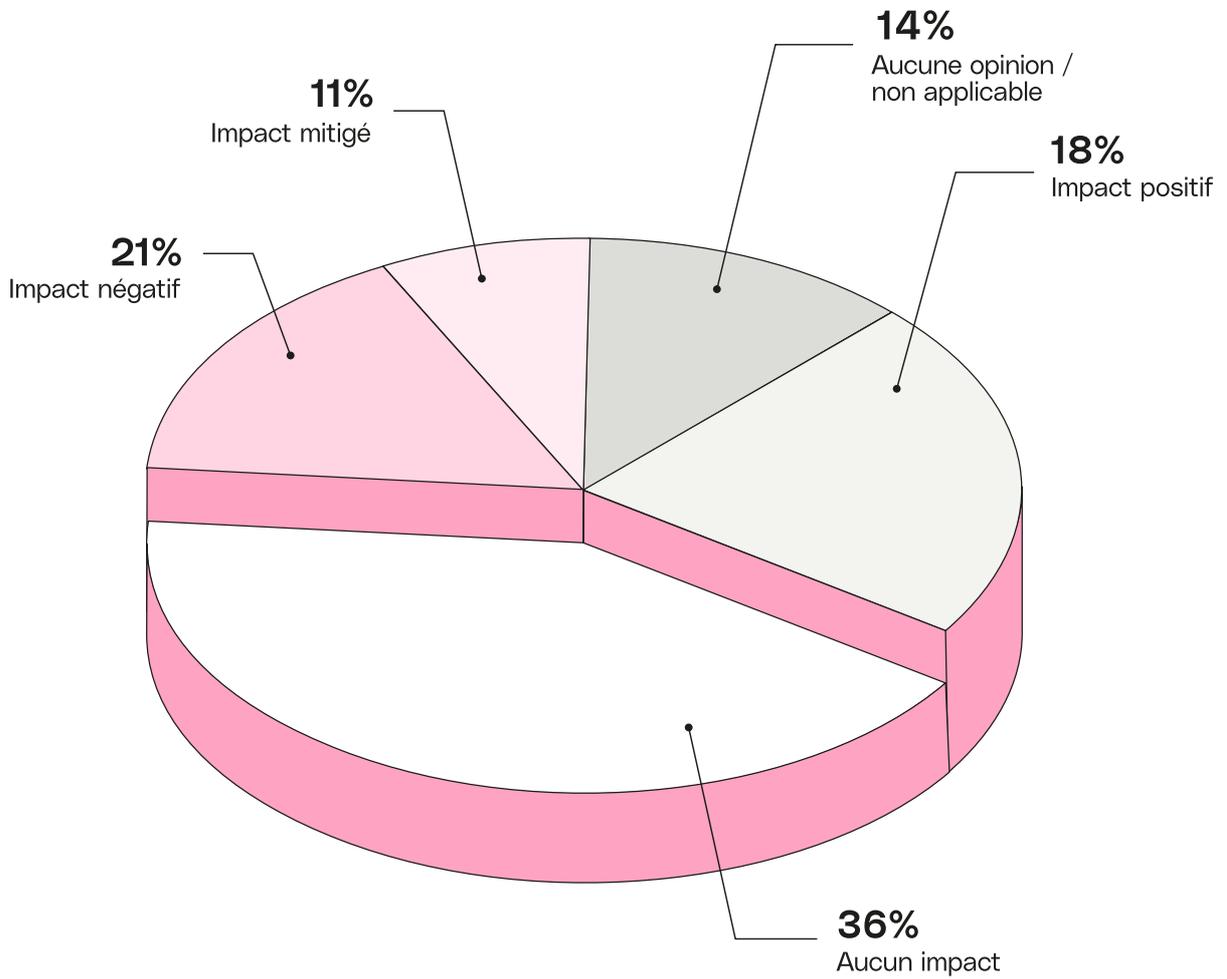
Résultats par région : L'Île-de-France et les Pays de la Loire se distinguent avec respectivement 25 % et 18 % des TPE-PME qui anticipaient des impacts positifs des élections législatives.

En revanche, la plupart des autres régions n'anticipaient un impact positif qu'à un taux beaucoup plus faible, autour de 10 %.

À l'inverse, les perspectives négatives étaient plus prononcées dans certaines régions, notamment en AURA (26 %), en Normandie (28 %) et en Centre-Val de Loire (36 %).

Parallèlement, une part importante des TPE-PME en Nouvelle-Aquitaine (46 %), Bourgogne-Franche-Comté (45 %) et PACA (44 %) n'anticipaient aucun impact.

Quel a été l'impact des dernières élections législatives sur l'activité de votre entreprise ?



Qonto

Your business, powered up.

[Qonto.com](https://qonto.com)