



Les dirigeants de TPE et la digitalisation de leur entreprise – Vague 6

Ifop pour Mastercard

Flora Baumlin / Julie Louet-Guillen

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

122320 – Mai 2026

01. **La méthodologie** **3**

02. **Les résultats de l'étude** **5**

- A. La cybersécurité et les TPE
- B. L'IA et les TPE
- C. La digitalisation des services financiers
- D. La facturation électronique



01

Méthodologie

MÉTHODOLOGIE

Echantillon

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **630 dirigeants de TPE** employant entre 1 et 9 salariés, selon la répartition géographique suivante :

- **104** entreprises en Ile-de-France
- **145** entreprises dans la région Nord-Est
- **131** entreprises dans la région Nord-Ouest
- **112** entreprises dans la région Sud-Ouest
- **138** entreprises dans la région Sud-Est

Les résultats sur certaines régions sont affichés quand le nombre de répondants le permettait, c'est-à-dire quand les effectifs étaient supérieurs à 30 :

- | | |
|--|--|
| - 75 entreprises en Auvergne et Rhône-Alpes | - 104 entreprises en Ile-de-France |
| - 45 entreprises en Bourgogne-Franche-Comté | - 94 entreprises en Nouvelle Aquitaine |
| - 35 entreprises en Centre-Val de Loire | - 51 entreprises en Occitanie-Pyrénées-Méditerranée |
| - 50 entreprises en Grand Est | - 42 entreprises en Pays de la Loire |
| - 39 entreprises en Hauts-de-France | - 44 entreprises en Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse |

Méthodologie

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas, raisonnés puis redressés sur les critères de taille d'entreprise, de secteur d'activité et de région d'implantation de l'entreprise

Mode de recueil

Les interviews ont été réalisées par téléphone du **14 avril au 30 avril 2026**.

Les différences significatives * sont indiquées ainsi :

XX% / XX% : le résultat apparaît en rouge lorsqu'il est significativement inférieur à la moyenne, en vert lorsqu'il est significativement supérieur à la moyenne.

NB : pour faciliter la lecture des résultats, l'ordre de présentation des questions est légèrement différent de celui dans lequel le questionnaire a été administré aux interviewés.

Rappels :

Vague 2021 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 400 dirigeants de TPE employant entre 1 et 9 salariés. Les interviews ont été réalisées par téléphone du 7 décembre au 22 décembre 2020.

Vague 2022 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 403 dirigeants de TPE employant entre 1 et 9 salariés. Les interviews ont été réalisées par téléphone du 7 au 21 janvier 2022.

Vague 2023 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 601 dirigeants de TPE employant entre 1 et 9 salariés. Les interviews ont été réalisées par téléphone du 8 au 24 mars 2023.

Vague 2024 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 613 dirigeants de TPE employant entre 1 et 9 salariés. Les interviews ont été réalisées par téléphone du 29 avril au 27 mai 2024.

Vague 2025 : L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 607 dirigeants de TPE employant entre 1 et 9 salariés. Les interviews ont été réalisées par téléphone du 15 avril au 03 mai 2025



02

Les résultats de l'étude

LES GRANDS ENSEIGNEMENTS

DES TPE TOUJOURS INÉGALEMENT PROTÉGÉES FACE AUX CYBERATTQUES

L'exposition effective aux cyberattaques marque un certain recul en 2026. Sur la période cumulée avant ou depuis début 2026, 11% des TPE déclarent avoir été victimes d'une attaque (-3pts vs 2025), dont 4% à plusieurs reprises (stable). Les TPE de taille intermédiaire (3 à 5 salariés : 14%) et les plus grandes (6 à 9 salariés : 15%) restent les plus exposées, de même que celles ayant déjà subi une attaque, dont 35% ont été à nouveau touchées.

La proportion de TPE ayant mis en place des mesures de prévention contre les cyberattaques recule légèrement cette année : 58% ont pris ou envisagent de prendre des mesures (contre 61% en 2025), dont 51% ayant effectivement déployé des dispositifs et 7% qui comptent le faire dans l'année à venir. À l'inverse, 42% des TPE ne prévoient pas de se prémunir prochainement (+3pts vs 2025), et parmi elles, 26% estiment que cela n'est pas nécessaire, tandis que 16% jugent la démarche trop complexe. A noter que ce recul intervient après plusieurs années de progression continue depuis 2022 (49%).

Les TPE les mieux dotées en ressources humaines et financières restent davantage engagées : 70% de celles comptant 6 à 9 salariés, et 71% de celles dont le CA dépasse le million d'euros ont mis en place ou envisagent des mesures. À l'opposé, les TPE de plus petite taille sont nettement en retrait (54% pour 1 à 2 salariés, 51% pour un CA inférieur à 200 000 €). L'expérience directe d'une cyberattaque reste, de loin, le principal facteur déclenchant : 81% des TPE victimes ont pris ou envisagent des mesures.

Parmi les TPE effectivement équipées, les déclencheurs externes priment (57%) : exigences de conformité (26%), campagnes de sensibilisation (25%), et dans une moindre mesure, demandes explicites de clients ou prestataires (10%). L'expérience directe ou indirecte d'une cyberattaque constitue un levier pour 28% d'entre elles : une tentative d'attaque ou un incident évité de justesse (12%), une cyberattaque subie par un client, un prestataire ou un concurrent (11%), ou encore une cyberattaque subie directement par l'entreprise (9%). A noter toutefois que 18% des TPE équipées ne font référence à aucun déclencheur identifiable, ce qui suggère que pour une part d'entre elles, la mise en place de mesures relève davantage d'une démarche spontanée que d'une réaction à un événement précis. Enfin, 6% citent une autre raison (« bon sens », « conscience morale »...).

Sur le détail des mesures mises en place parmi les TPE équipées, les dispositifs les plus répandus restent quasi universels : antivirus (96%), sauvegardes régulières (95%), mises à jour logicielles (95%), pare-feu (90%) et rotation des mots de passe (86%). La formation des collaborateurs se stabilise à 48%. Du côté des mesures impliquant les partenaires, les tendances divergent : l'exigence de mesures spécifiques envers les fournisseurs recule à 42% (-5pts), tandis que le processus d'évaluation des risques progresse fortement à 41% (+11pts vs 2025), témoignant d'une prise de conscience croissante des risques liés à la chaîne de valeur.

LES GRANDS ENSEIGNEMENTS

UNE ADOPTION DE L'IA QUI S'ACCÉLÈRE, PORTÉE PAR LES USAGES MÉTIER, MAIS DES FREINS QUI SE RECOMPOSENT

L'intelligence artificielle poursuit sa diffusion au sein des TPE à un rythme soutenu. La part des entreprises ayant déjà mis en place au moins une solution d'IA ou en ayant l'intention atteint 42% en 2026 (+7pts vs 2025), et plus d'un tiers a d'ores et déjà franchi le pas (35%, +9pts). Les usages liés au cœur de métier progressent le plus fortement (35% pour faciliter l'exercice de l'activité, +7pts ; 33% pour les fonctions support, +7pts), tandis que l'intégration de l'IA dans l'offre client reste minoritaire (19%, +3pts). Le secteur des services se distingue comme moteur de l'adoption (41% pour les fonctions support), à rebours du commerce (25%).

Les freins à l'adoption connaissent une recomposition notable. L'argument de l'absence d'utilité, qui avait fortement progressé l'an passé, recule pour revenir au niveau de 2024 (62%, -10pts). En revanche, la complexité de mise en place s'affirme désormais comme le deuxième obstacle majeur (52%, +7pts), portée par le manque de confiance et le risque de fuite de données (20%, +7pts), l'incompatibilité avec les outils existants (20%, +3pts), le coût (14%, +7pts) et le manque de temps (14%, +5pts). La nécessité de former ses collaborateurs (9%, +4pts), une mise en place jugée trop compliquée en elle-même (8%, +2pts) ou les réticences, qu'elles viennent des collaborateurs ou des clients (8%, +3 pts et 6%, +3 pts), constituent des obstacles plus secondaires toutefois en progression.

Du côté des perceptions, 82% des dirigeants adhèrent à au moins une affirmation positive sur l'IA (+6pts). En effet, l'IA est désormais considérée comme un outil adapté aux TPE par 53% d'entre eux (+6pts). La perception des bénéfices est progression, qu'il s'agisse des gains de productivité (61%, +9pts), de l'accès à de nouvelles compétences (48%, +4pts) ou du potentiel d'innovation (44%, +11pts). Les craintes en matière de cybersécurité se renforcent toutefois en parallèle, et avec une acuité accrue : 77% des dirigeants estiment que l'IA va conduire à une augmentation des cyberattaques (+11pts vs 2025) et 73% y voient un risque majeur pour la sécurité des données (+8pts). La confiance dans l'IA comme outil de défense reste minoritaire et stable (44%, -1pt).

LES GRANDS ENSEIGNEMENTS

DES TPE MIEUX OUTILLÉES, MAIS RÉTICENTES À FRANCHIR LE PAS DE L'INTÉGRATION FINANCIÈRE

L'équipement en outils digitaux financiers progresse et se diversifie. Quasi universellement équipées d'au moins un outil digital (97%, +4pts vs 2025), les TPE sont également plus nombreuses à combiner plusieurs outils : 75% disposent d'au moins trois outils digitaux (+10pts). Le tableur Excel reste l'outil le plus répandu (76%, stable), suivi de la banque en ligne (59%, -4pts), du logiciel de comptabilité (54%, stable) et du logiciel de facturation (52%, +4pts). Les dispositifs d'acceptation des paiements par carte atteignent désormais 50%. Les outils de gestion relation client progressent (CRM : 35%, +3pts), de même que les logiciels de prise de rendez-vous (27%, +2pts) et les plateformes d'e-commerce (26%, +1pt).

Par ailleurs, la proportion de TPE utilisant un outil centralisant la gestion de leurs différents logiciels progresse à 35% (+8pts). Malgré ces avancées, 18% des dirigeants estiment encore qu'il est difficile de s'y retrouver face à la multiplicité des logiciels et outils (+1pt), et 13% rencontrent des difficultés à suivre ou encaisser les paiements clients (-5pts). L'intérêt pour une intégration plus poussée des services financiers dans les outils de gestion reste très contenu : seules 14% des TPE se déclarent intéressées par un outil intégrant directement des services bancaires (+1pt).

Parmi les raisons du désintérêt pour ce type d'offres, la satisfaction envers les outils actuels domine (64%), suivie du sentiment que la banque répond déjà aux besoins (35%, -5pts vs 2025) et du coût de la solution, en hausse notable (14%, +6pts). Les craintes liées à la sécurité et la confidentialité des données (10%, -1pt) et le manque de connaissance sur ces solutions (10%, +2pts) sont mentionnés à égalité, devant la complexité d'utilisation ou d'intégration (6%, -1pt) et d'autres raisons (4%, -1pt).

LES GRANDS ENSEIGNEMENTS

UNE OBLIGATION BIEN ANTICIPÉE DE LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE, MAIS UNE MISE EN PRATIQUE ENCORE PARTIELLE

À l'horizon du 1er septembre 2027, l'obligation de facturation électronique est globalement bien intégrée dans les esprits. Une large majorité de dirigeants exprime confiance dans leur capacité à se conformer dans les délais (84%), et des proportions similaires déclarent avoir identifié une solution (83%) et les étapes concrètes à mettre en œuvre (82%). Le niveau d'information déclaré sur la réglementation est également très satisfaisant (80%). En revanche, la concrétisation opérationnelle accuse encore un retard : si 62% affirment avoir commencé à faire évoluer leurs processus de facturation, seules 47% utilisent déjà la facturation électronique au quotidien : un écart révélateur entre la préparation déclarative et la transformation effective des pratiques.

Sur le plan opérationnel, la facturation électronique est perçue avant tout comme une complexité supplémentaire par une majorité de dirigeants (64%), contre 36% qui y voient une mesure de simplification. Cette perception négative est plus prononcée en province (65%) qu'en Île-de-France (56%) et dans les très petites structures (69% des TPE de 1 à 2 salariés). Sur le plan financier, 73% des dirigeants la considèrent comme un coût supplémentaire (formation des salariés, recours à un prestataire, coûts d'archivage) contre seulement 27% qui y voient une mesure d'économie, avec là encore une exception francilienne plus nuancée (63% de coût supplémentaire).

Parmi les bénéfices perçus, l'amélioration de la traçabilité des factures est l'atout le plus reconnu (80%), suivie de l'encouragement à des paiements plus digitaux (57%) et de la simplification administrative (56%). En revanche, la réduction des coûts de gestion (40%), la réduction des délais de paiement (34%) et la possibilité de proposer davantage de moyens de paiement (33%) convainquent moins.

Sur le plan des usages de paiement, le recours à la carte progresse au sein des TPE : 69% paient au moins occasionnellement certains fournisseurs ou prestataires par carte (dont 26% systématiquement ou régulièrement), et 60% acceptent d'être réglées par carte par leurs clients, avec une intensité particulièrement forte dans le commerce (81%) et le tertiaire en général (70%), nettement moins dans le BTP (30%) et l'industrie (41%).



A

Les TPE et la cybersécurité

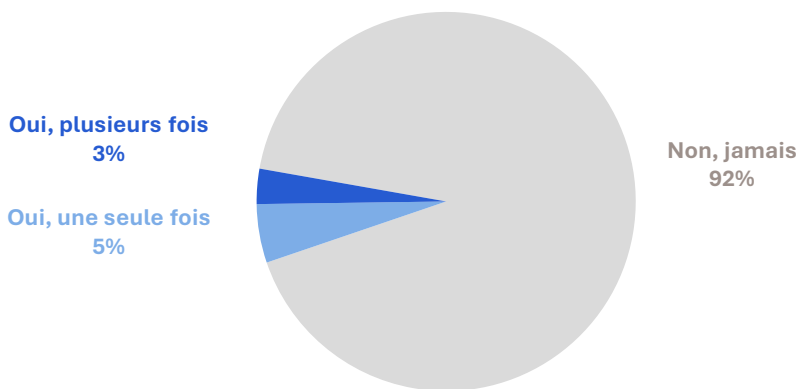
L'EXPÉRIENCE D'UNE CYBERATTAQUE AU SEIN DE SON ENTREPRISE

QUESTION : Votre entreprise a-t-elle déjà subi une « cyberattaque », c'est-à-dire un acte malveillant envers son dispositif informatique ?

AVANT 2025

8%

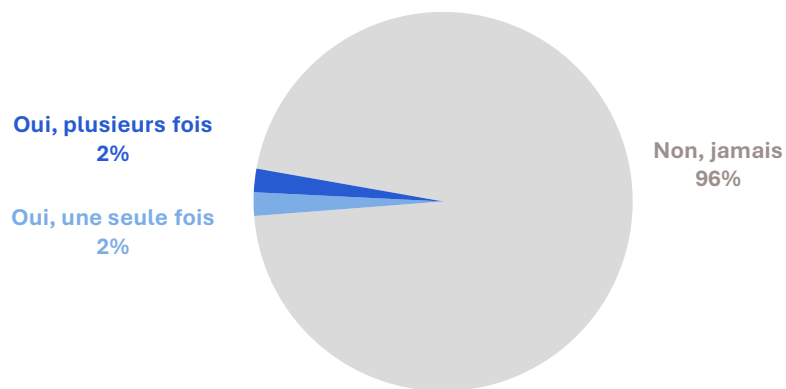
DES DIRIGEANTS DÉCLARENT AVOIR DÉJÀ SUBI UNE CYBERATTAQUE



EN 2025

4%

DES DIRIGEANTS DÉCLARENT AVOIR DÉJÀ SUBI UNE CYBERATTAQUE

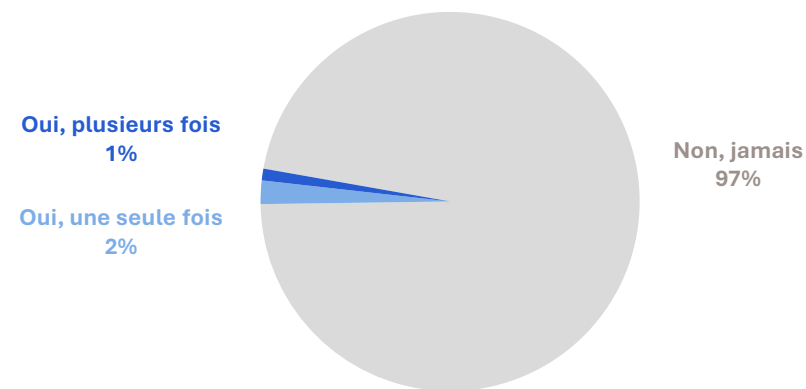


En 2022 : 6%
En 2023 : 6%
En 2024 : 7%

DEPUIS DÉBUT 2026

3%

DES DIRIGEANTS DÉCLARENT AVOIR DÉJÀ SUBI UNE CYBERATTAQUE



L'EXPÉRIENCE D'UNE CYBERATTAQUE AU SEIN DE SON ENTREPRISE

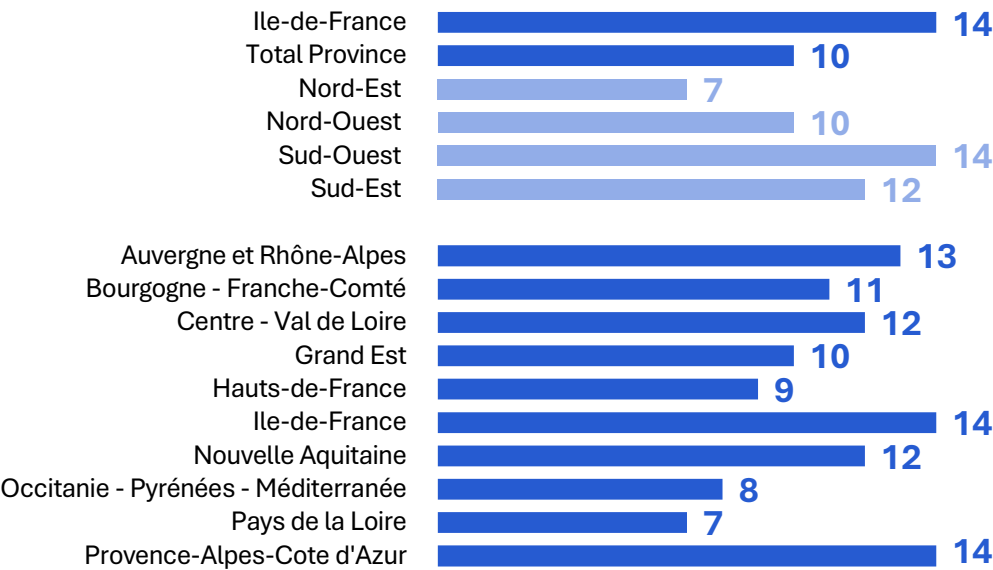
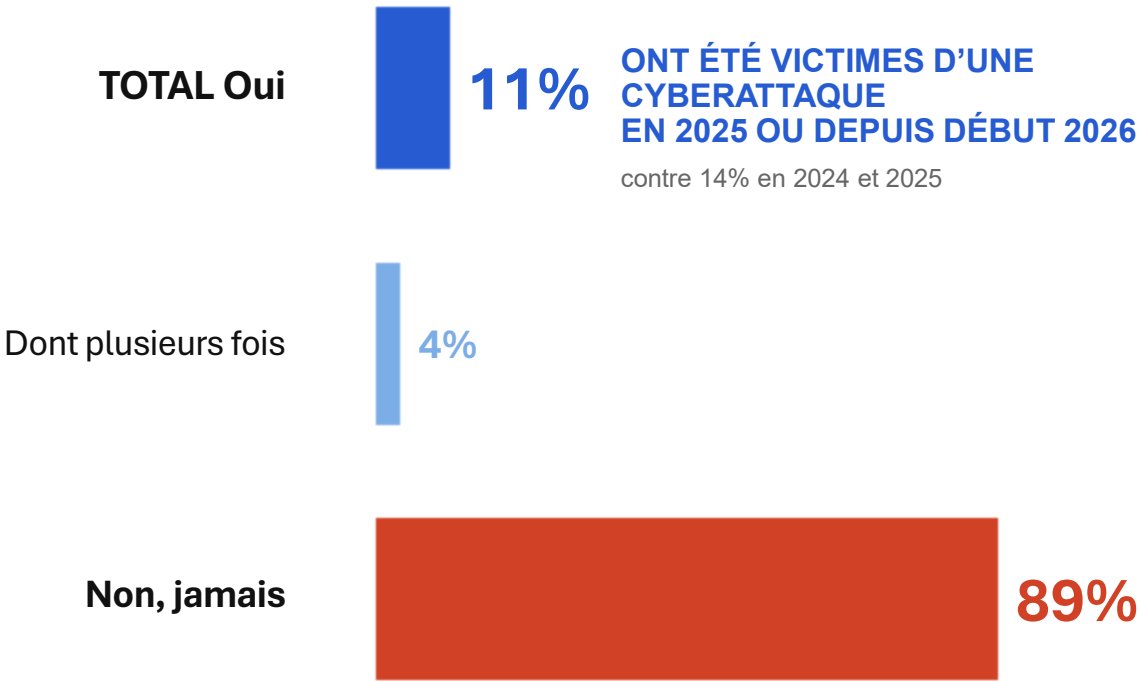
QUESTION : Votre entreprise a-t-elle déjà subi une « cyberattaque », c'est-à-dire un acte malveillant envers son dispositif informatique ?

Récapitulatif – A déjà subi une cyberattaque

11% des dirigeants déclarent avoir été victimes d'une cyberattaque en 2025 ou depuis début 2026, soit un niveau inférieur aux vagues précédentes.

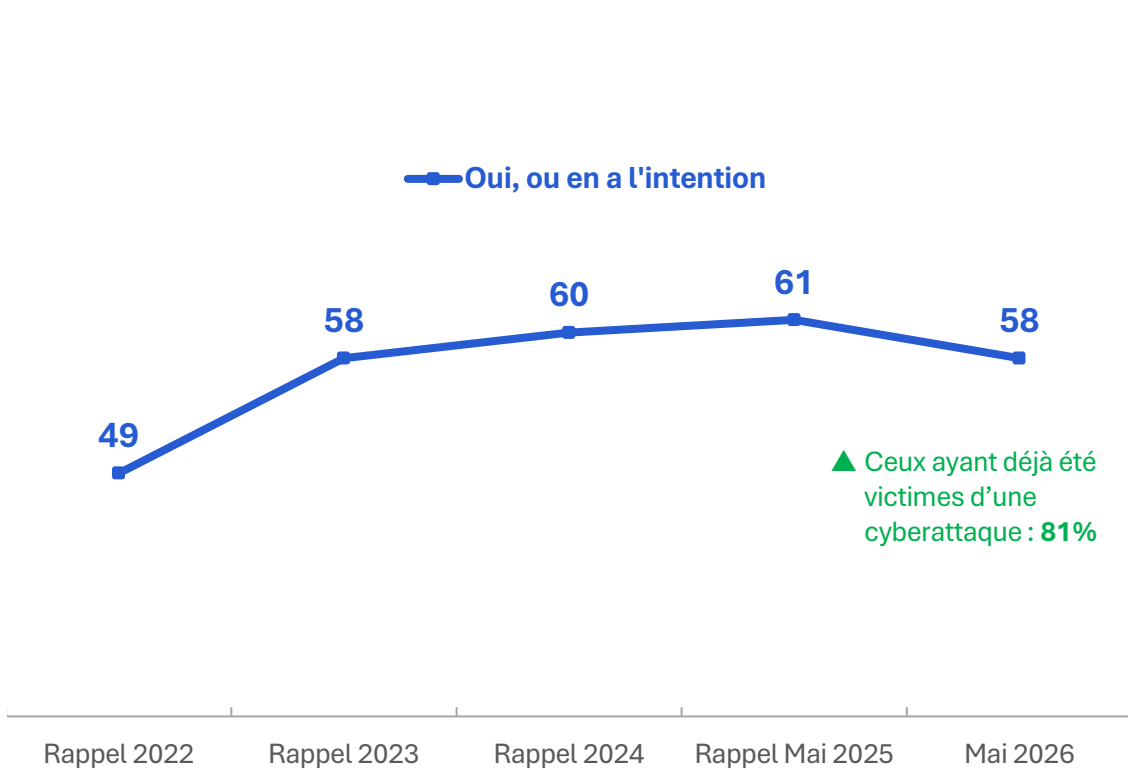


TOTAL « A subi une cyberattaque »
Selon la région

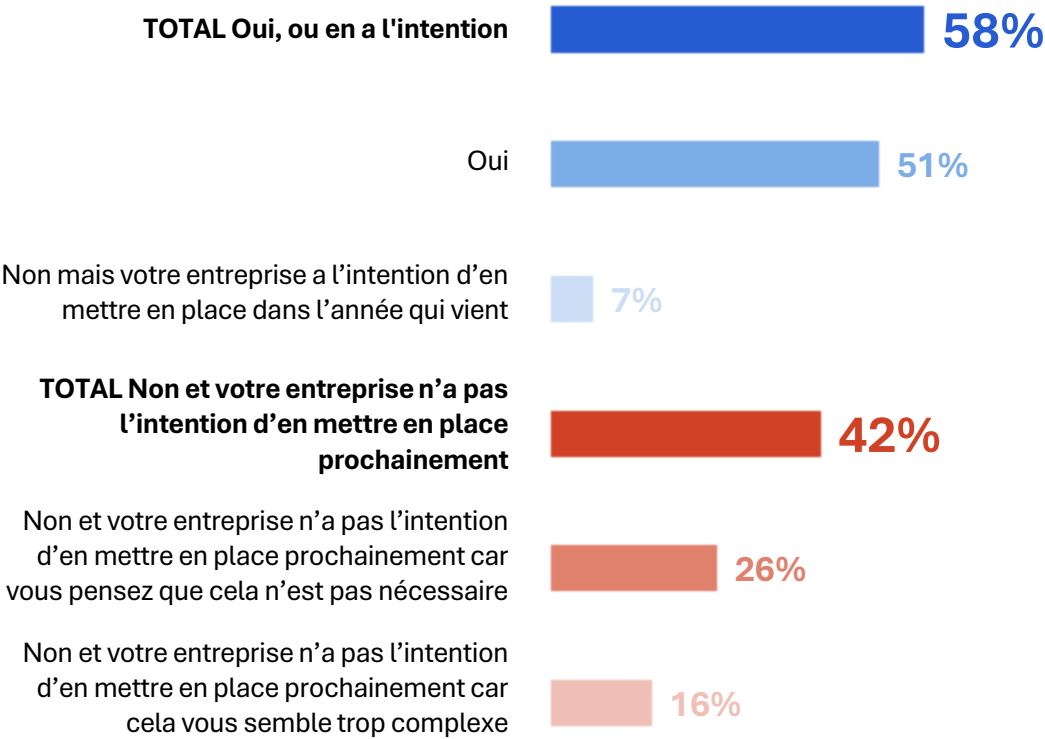


LA MISE EN PLACE DE MESURES DE PRÉVENTION CONTRE LES CYBERATTQUES

QUESTION : Votre entreprise a-t-elle mis en place une ou plusieurs mesures de prévention et outils de détection pour se prémunir contre des cyberattaques ?*



DÉTAILS 2026



*Avant 2025, l'intitulé de la question était : « Votre entreprise a-t-elle mis en place une ou plusieurs mesures de prévention pour se prémunir contre des cyberattaques ? »

LA MISE EN PLACE DE MESURES DE PRÉVENTION CONTRE LES CYBERATTAQUES

QUESTION : Votre entreprise a-t-elle mis en place une ou plusieurs mesures de prévention et outils de détection pour se prémunir contre des cyberattaques ?*

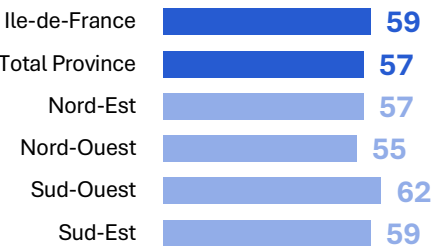


TOTAL « Oui, ou en a l'intention »

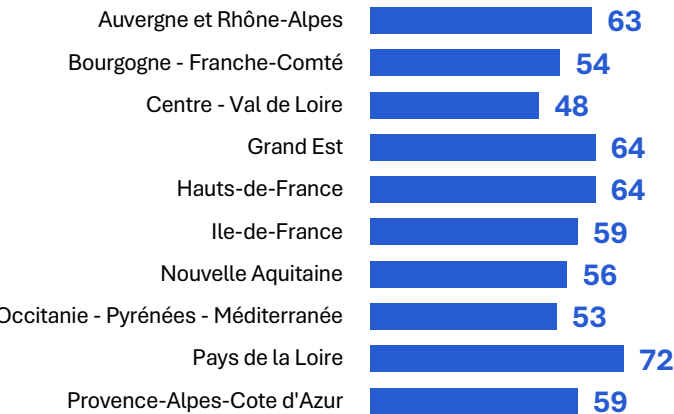
Moyenne : 58%

RÉGIONS

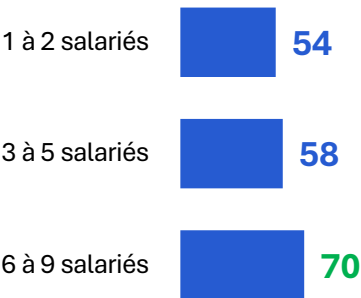
RÉGION EN 5



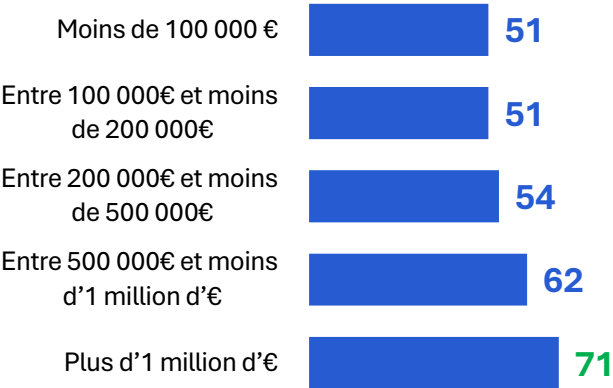
RÉGION DÉTAILLÉE



TAILLE DE L'ENTREPRISE



CHIFFRE D'AFFAIRES

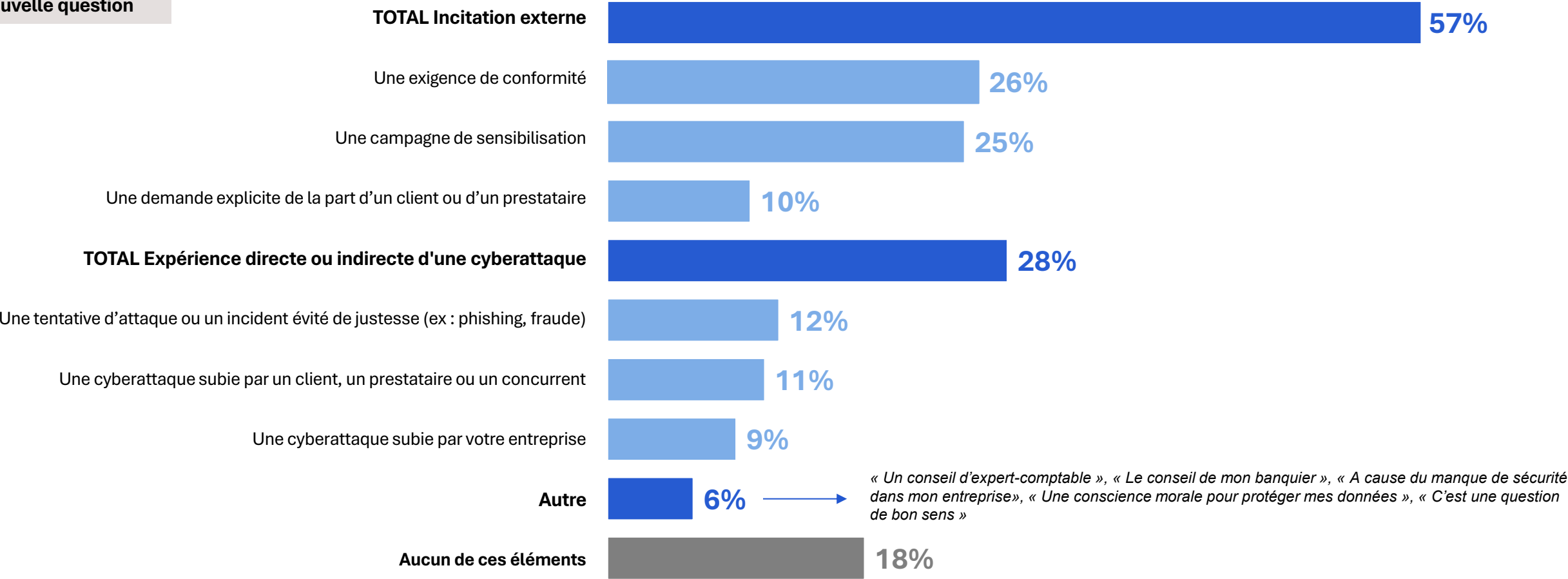


LES ÉLÉMENTS AYANT MOTIVÉ SON ENTREPRISE À METTRE EN PLACE OU À ENVISAGER DES MESURES POUR SE PRÉMUNIR CONTRE DES CYBERATTQUES

QUESTION : Quels éléments ont motivé votre entreprise à mettre en place ou à envisager des mesures pour se prémunir contre des cyberattaques ?*

Base : à ceux qui ont mis en place des mesures ou qui en ont l'intention, soit 58% de l'échantillon

Nouvelle question

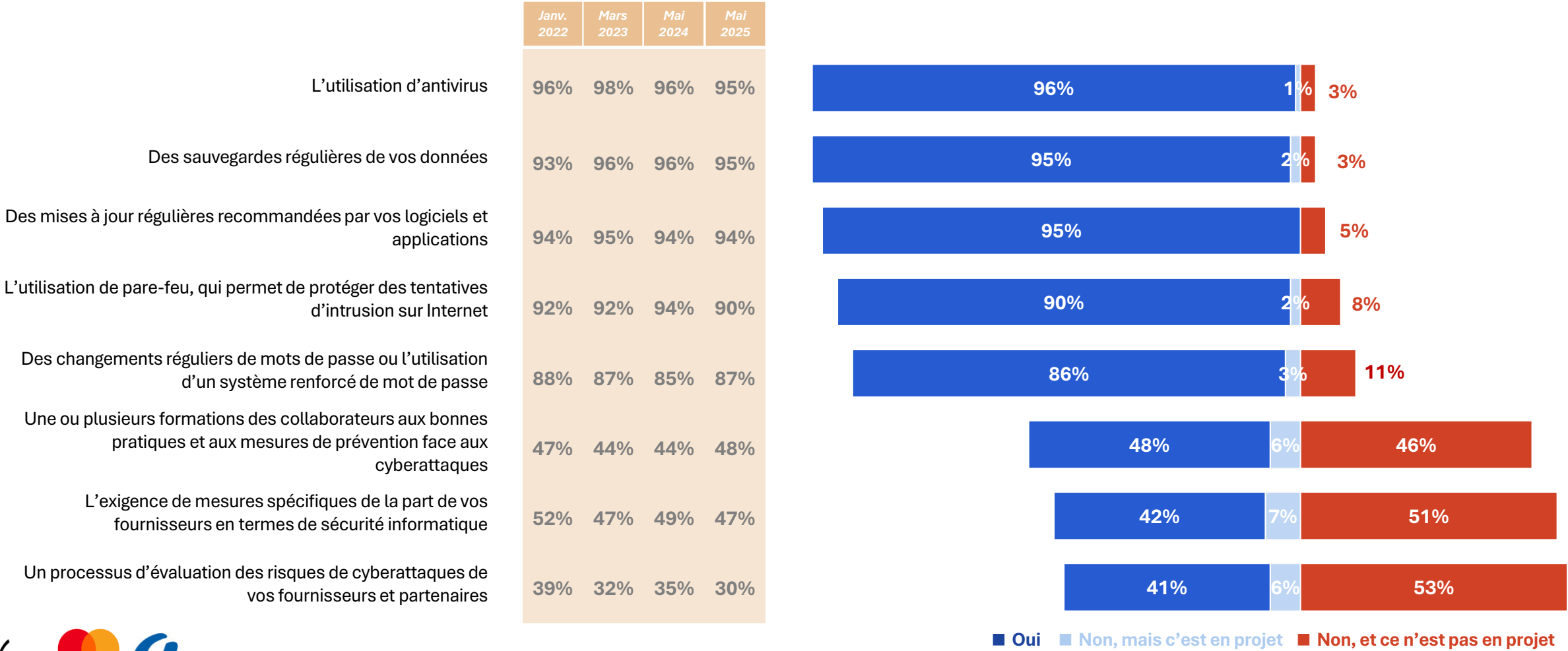


* Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses.

LES MESURES DE PRÉVENTION CONTRE LES CYBERATTAQUES MISES EN PLACE OU EN PROJET

QUESTION : Plus précisément, votre entreprise a-t-elle mis en place les mesures de prévention suivantes pour se prémunir contre des cyberattaques ?

Base : A ceux dont l'entreprise a mis en place des mesures de prévention, soit 54% de l'échantillon



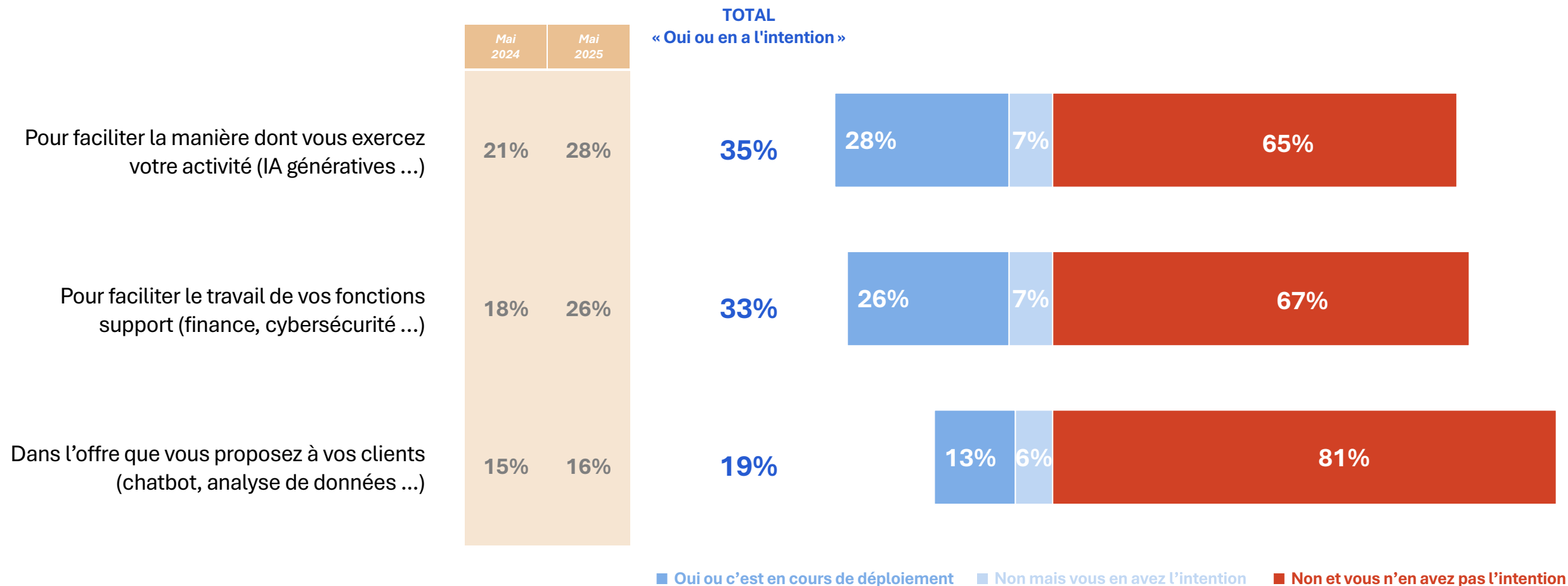


B

L'IA et les TPE

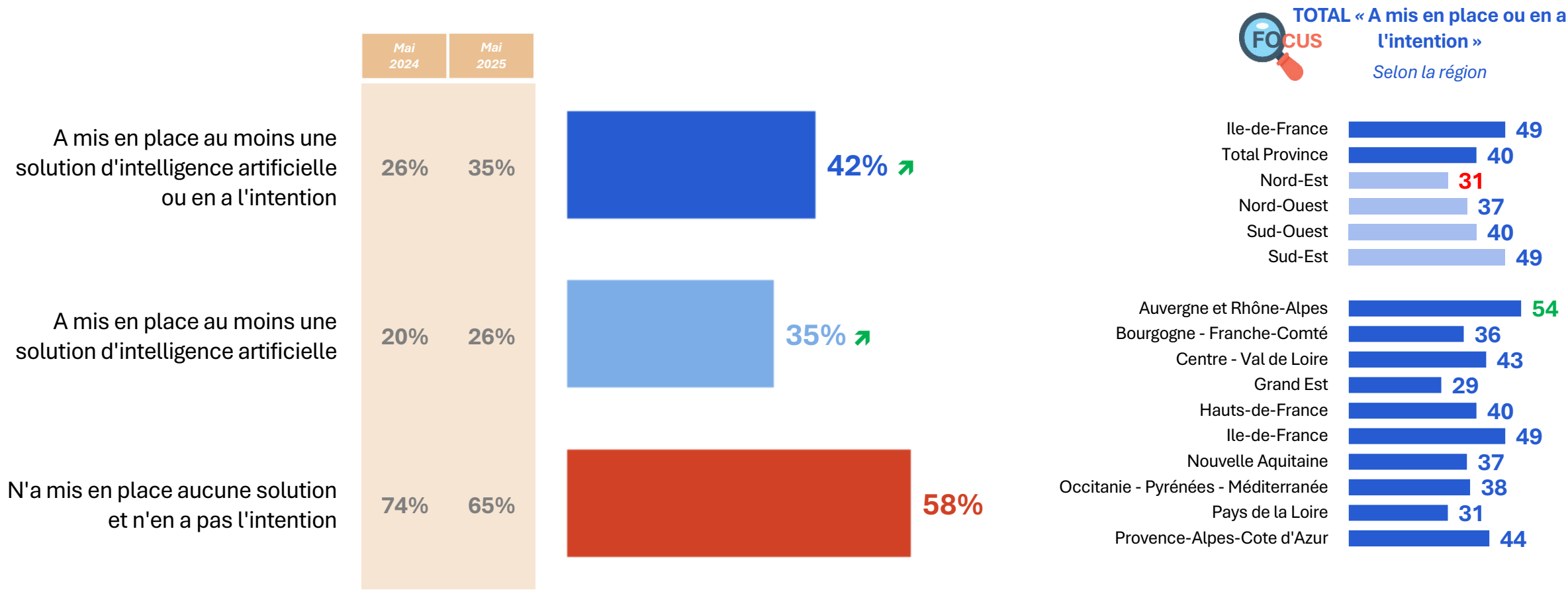
LA MISE EN PLACE DE SOLUTIONS D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

QUESTION : Avez-vous déjà mis en place des solutions d'intelligence artificielle (IA) dans votre entreprise...?



LA MISE EN PLACE DE SOLUTIONS D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

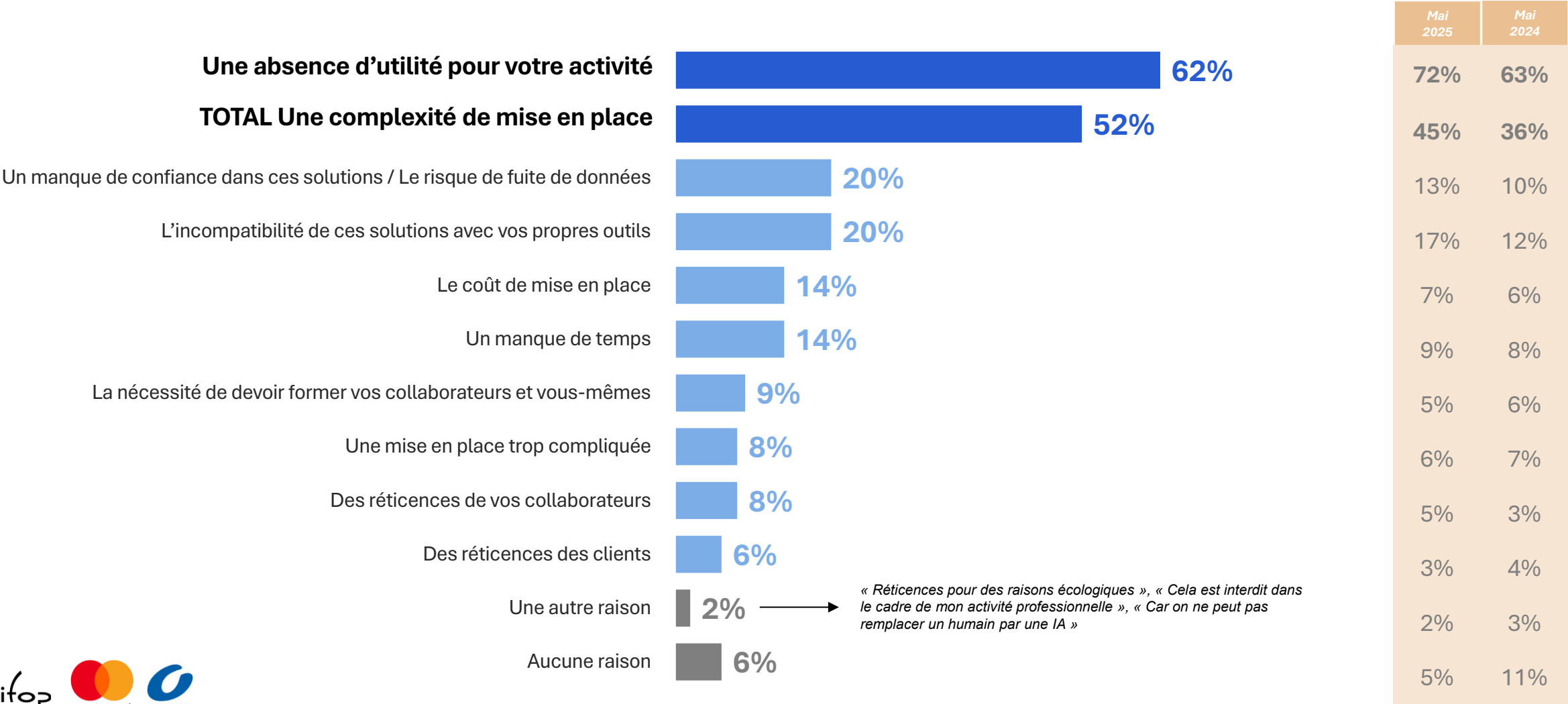
QUESTION : Avez-vous déjà mis en place des solutions d'intelligence artificielle (IA) dans votre entreprise...?



LES RAISONS EXPLIQUANT L'ABSENCE DE SOLUTIONS D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

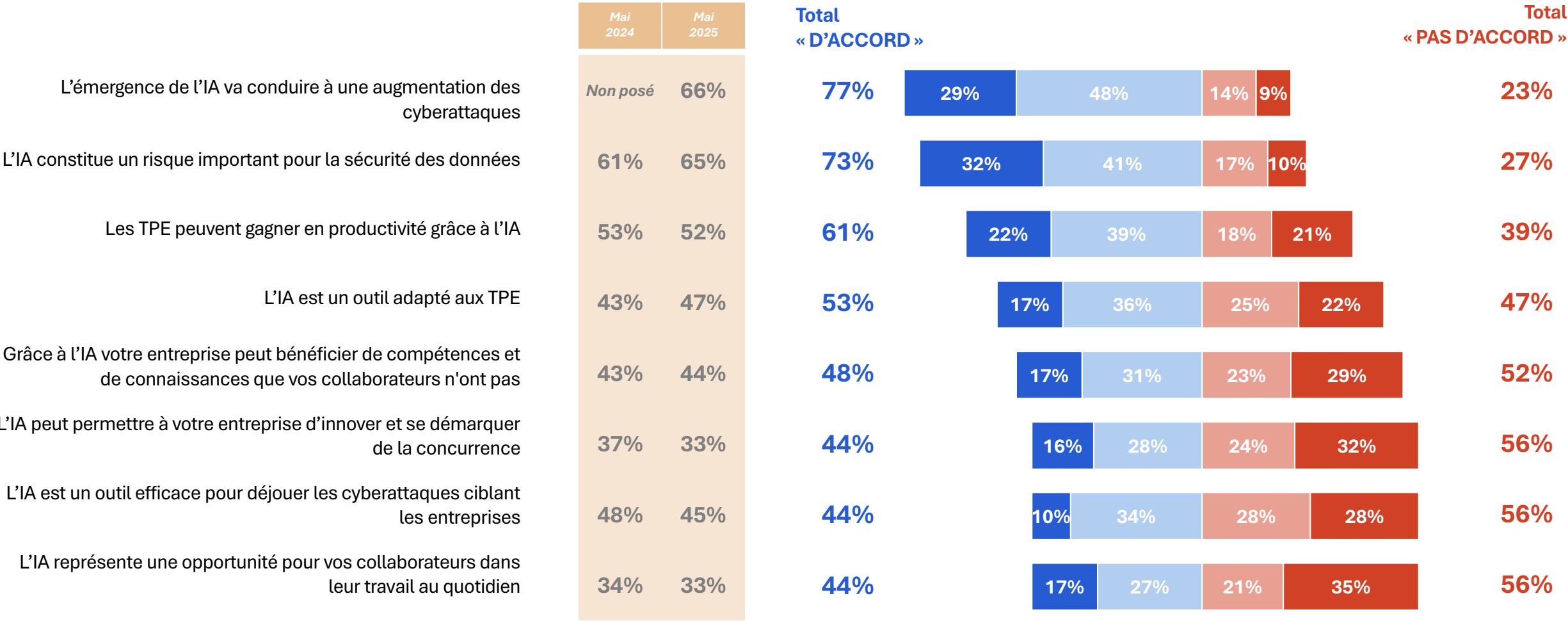
QUESTION : Vous n'avez pas l'intention de mettre en place des solutions d'intelligence artificielle dans votre entreprise, quelles en sont les raisons ?*

Base : A ceux qui n'ont pas mis en place des solutions d'intelligence artificielle dans tous les domaines cités et qui n'en ont pas l'intention, soit 58% de l'échantillon



L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES AFFIRMATIONS RELATIVES À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

QUESTION : Êtes-vous plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant l'intelligence artificielle (IA) ?



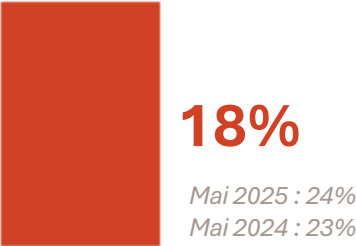
L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES AFFIRMATIONS RELATIVES À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

QUESTION : Êtes-vous plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant l'intelligence artificielle (IA) ?

D'accord avec au moins une affirmation positive relative à l'IA

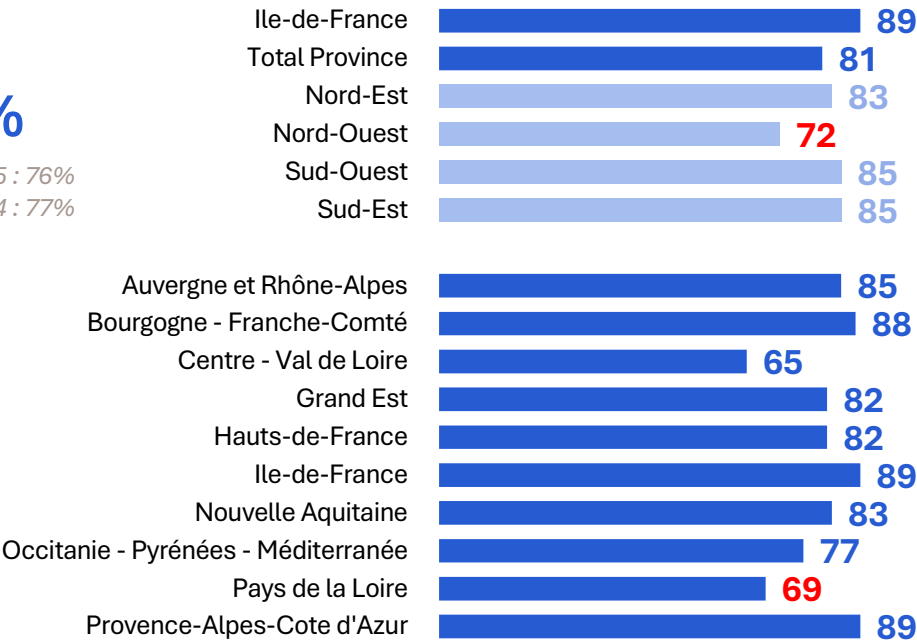


D'accord avec aucune affirmation positive relative à l'IA



D'accord avec au moins une affirmation positive relative à l'IA

Selon la région



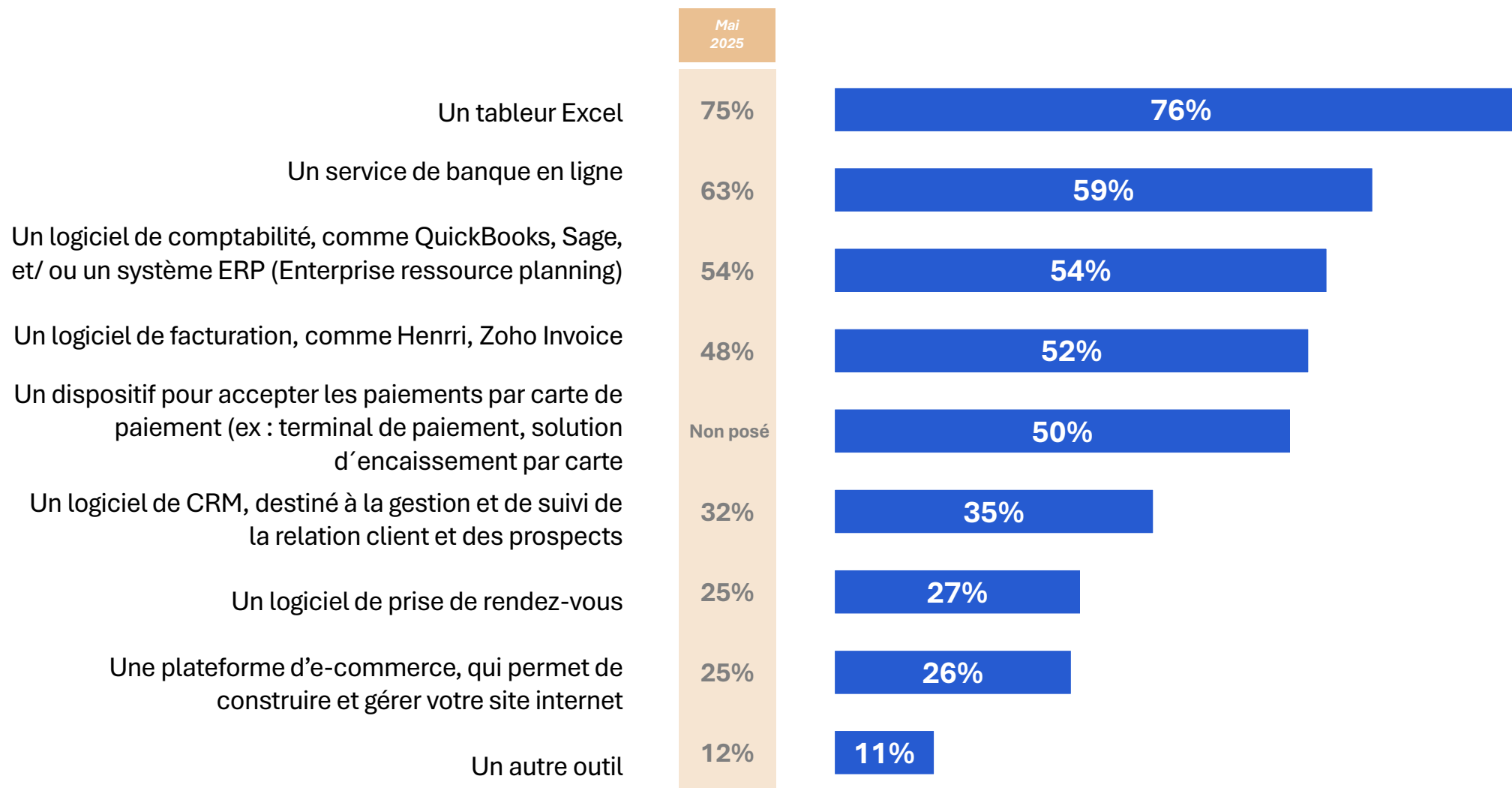


C

La digitalisation des services financiers

L'ÉQUIPEMENT D'OUTILS DIGITAUX AU SEIN DE L'ENTREPRISE

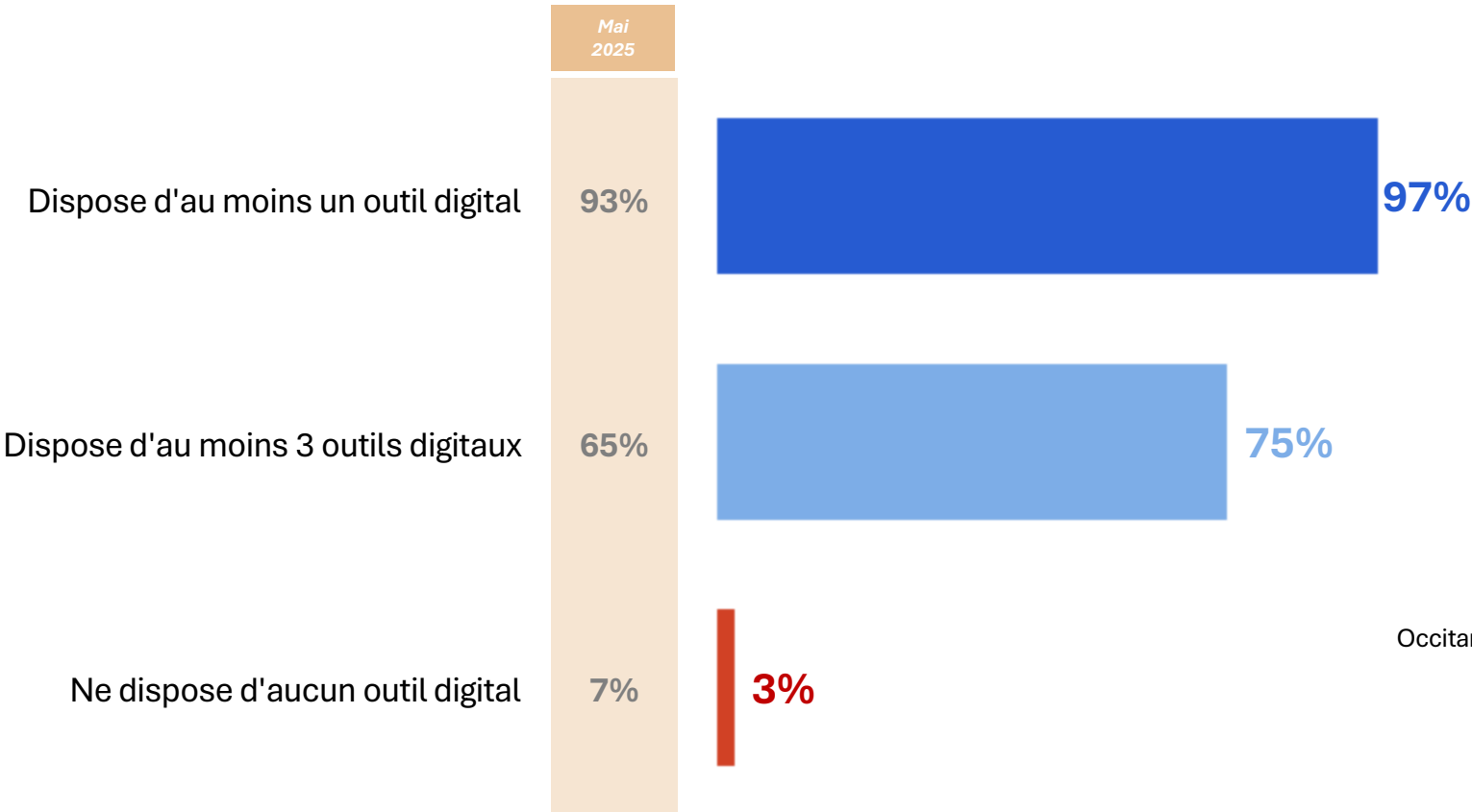
QUESTION : Au sein de votre entreprise, disposez-vous des éléments suivants ?



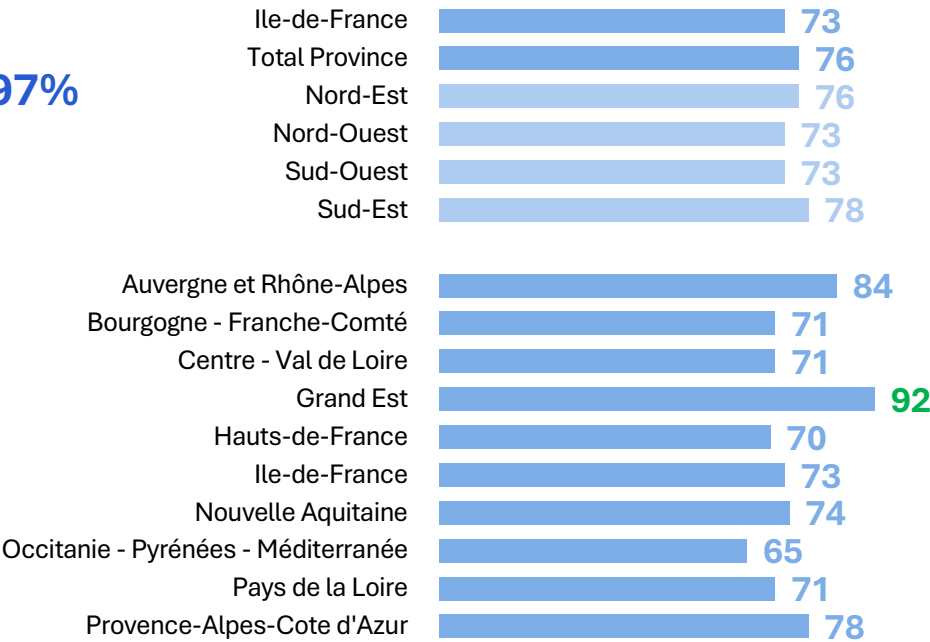
L'ÉQUIPEMENT D'OUTILS DIGITAUX AU SEIN DE L'ENTREPRISE

QUESTION : Au sein de votre entreprise, disposez-vous des éléments suivants ?

Nouvelle question



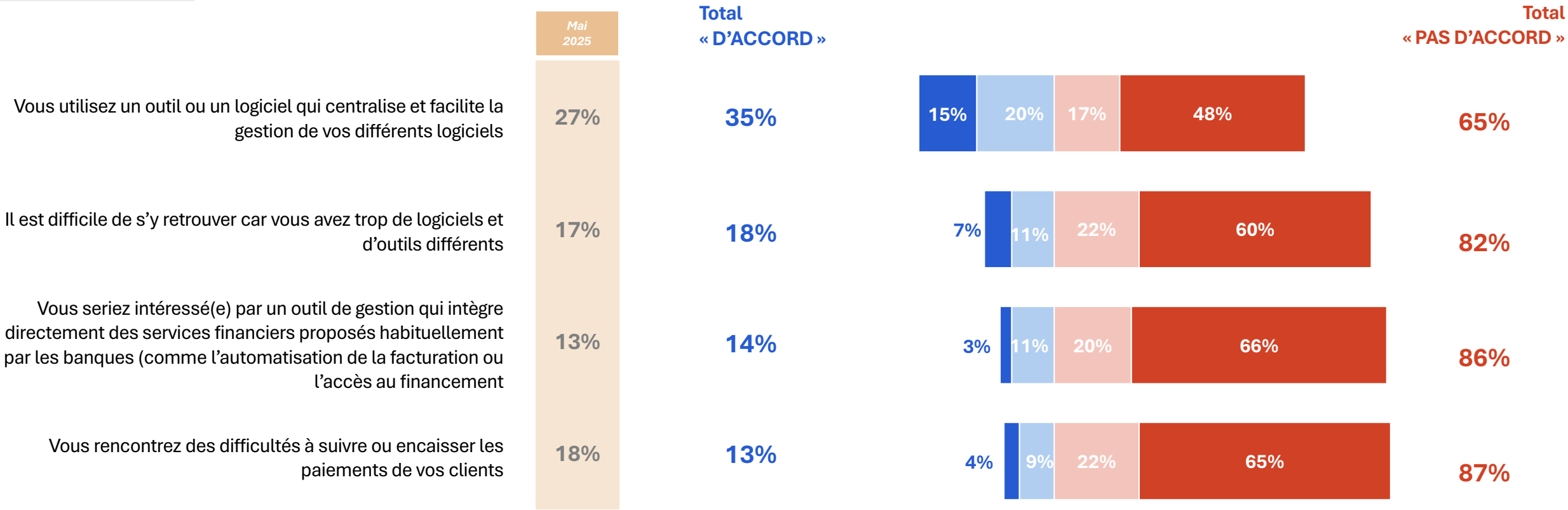
FOCUS TOTAL Dispose d'au moins trois outils digitaux
Selon la région



L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES AFFIRMATIONS VIS-À-VIS DES OUTILS DE GESTION FINANCIÈRE

QUESTION : Êtes-vous plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant vos outils de gestion financière ?

Nouvelle question

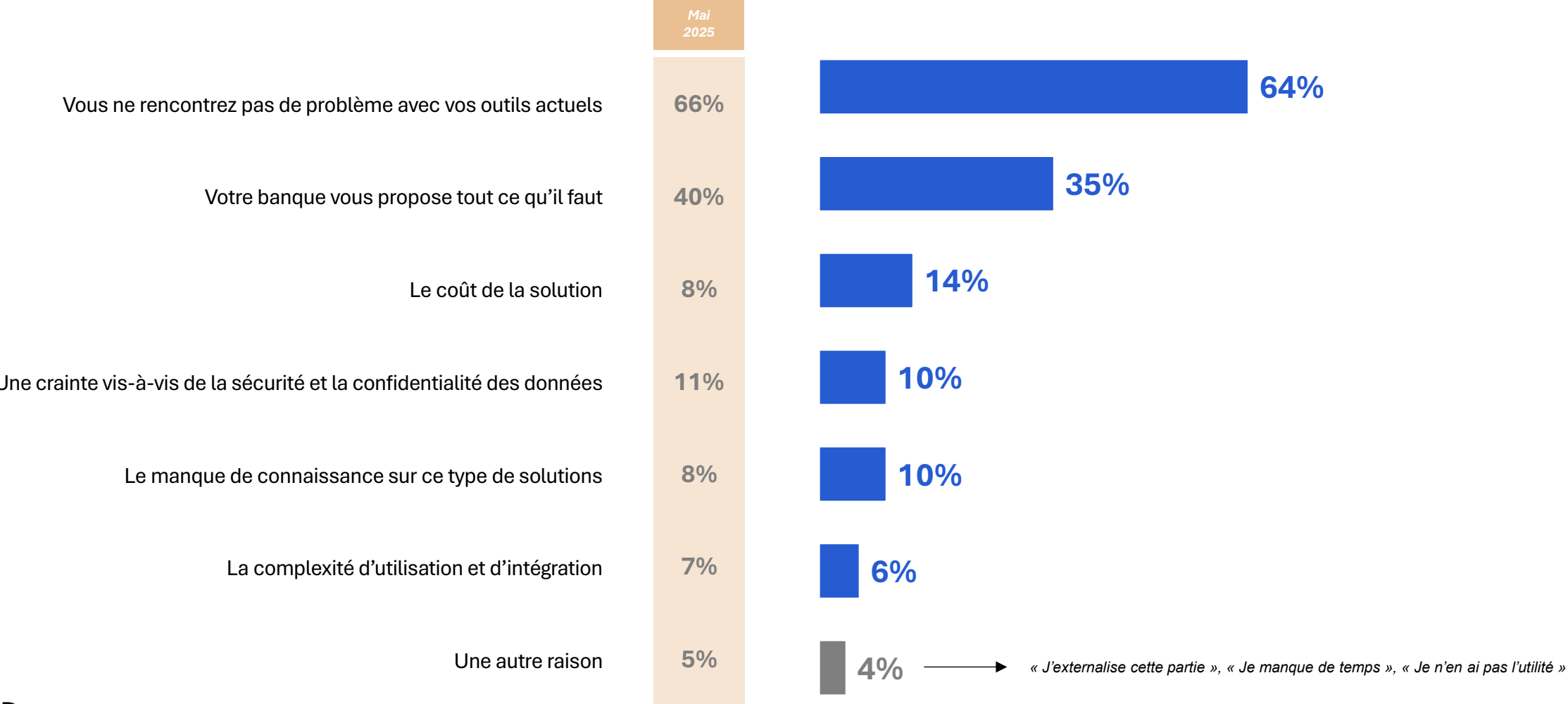


■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

LES RAISONS DU DÉSINTÉRÊT POUR LES SERVICES PROPOSÉS PAR CERTAINS LOGICIELS DE GESTION

QUESTION : Vous avez déclaré ne pas être intéressé(e) par les services que pourrait vous proposer votre logiciel de gestion. Quelles en sont les raisons ?*

Base : A ceux qui ne sont pas intéressé(e)s par les services que pourrait proposer leur logiciel de gestion, soit 86% de l'échantillon





D

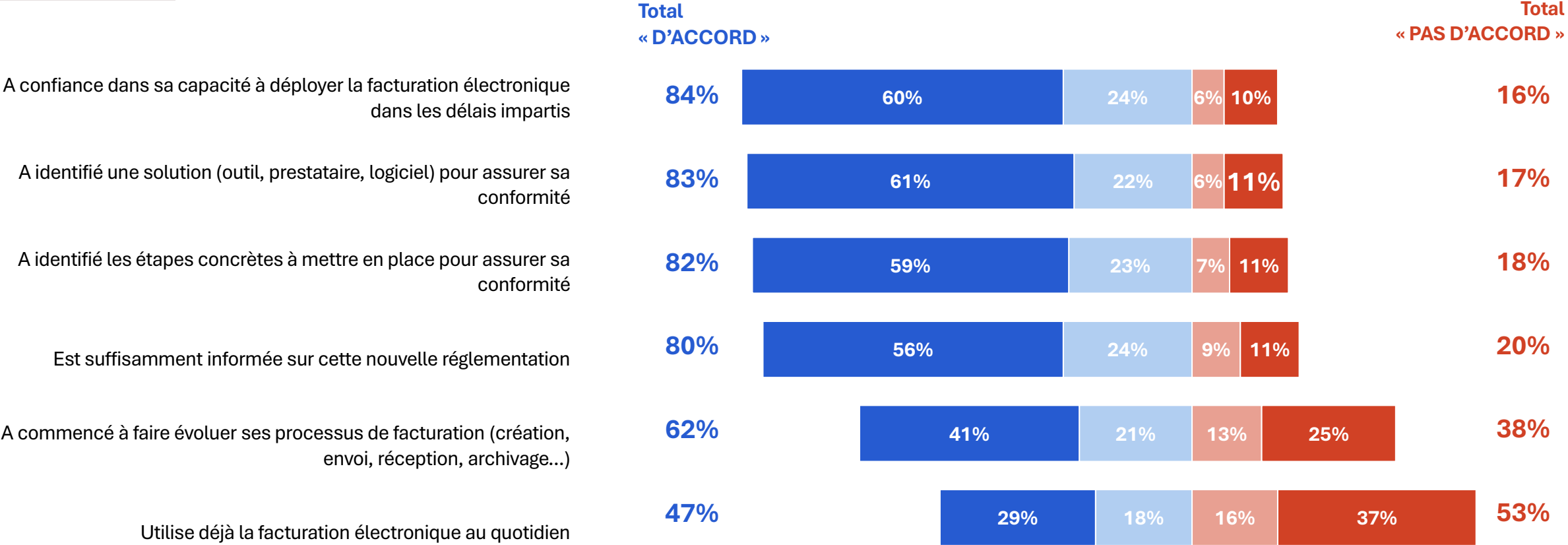
La facturation électronique

L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES AFFIRMATIONS VIS-À-VIS DE L'OBLIGATION À VENIR DE LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE

Remise à niveau : À partir du 1er septembre 2027, les TPE et micro-entreprises devront émettre leurs factures au format électronique via une plateforme agréée, et transmettre à l'administration les informations de transaction ainsi que, le cas échéant, les données de paiement (e-reporting).

QUESTION : Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant l'obligation à venir de la facturation électronique ?
Votre entreprise...

Nouvelle question

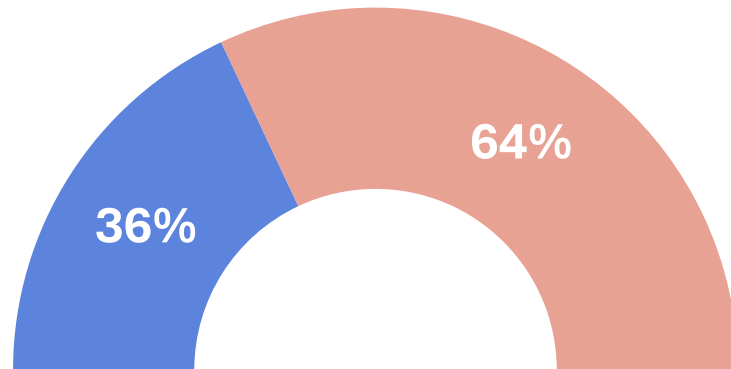


■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

LA PERCEPTION DE LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE SUR LE PLAN OPÉRATIONNEL ET FINANCIER

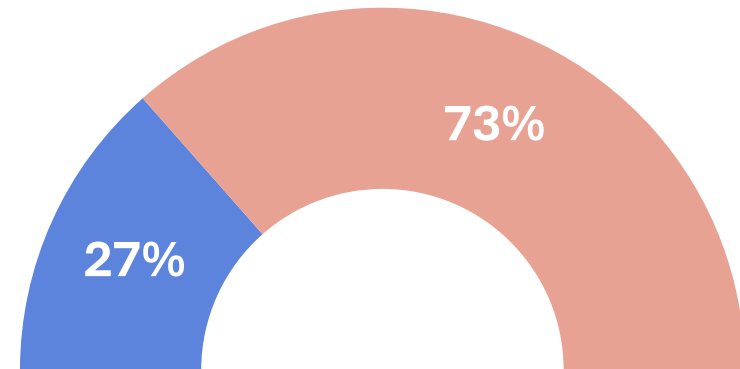
QUESTION : Pour vous personnellement, la facturation électronique représente-t-elle plutôt... ?

Nouvelle question



Une mesure de
simplification

Une **complexité**
supplémentaire



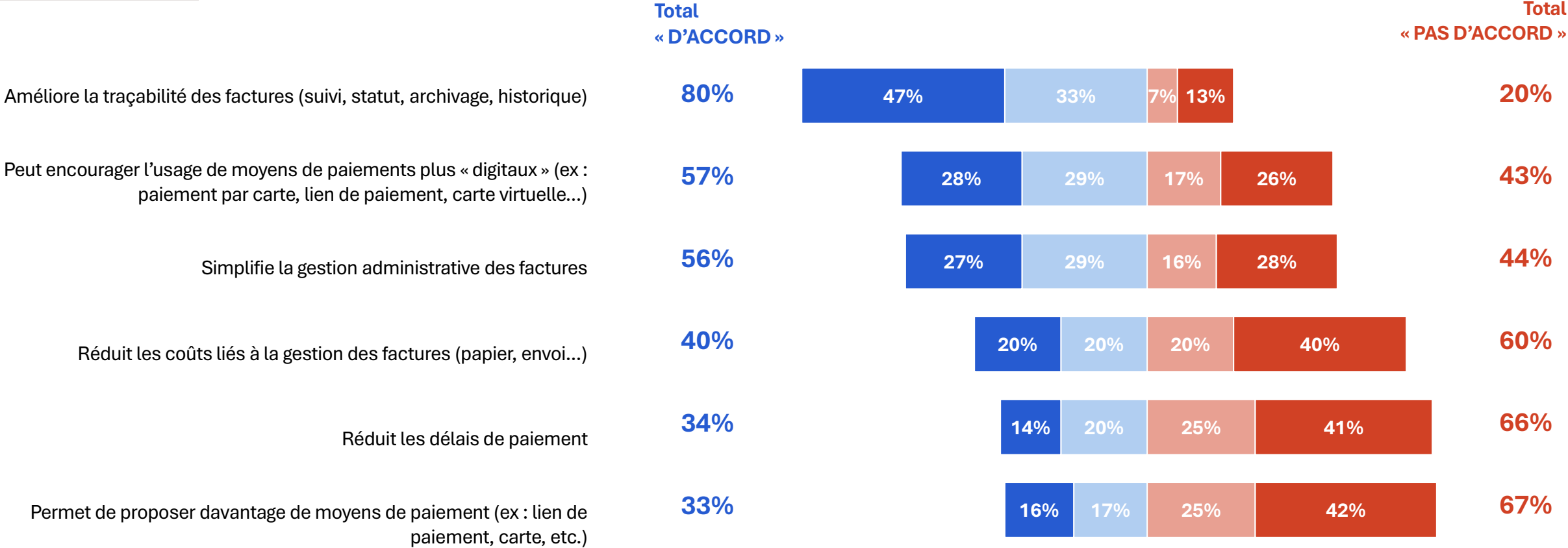
Une mesure
d'économie
(gestion du papier et courrier, gain de temps, réduction des retards de paiement...)

Un **coût**
supplémentaire
(formation des salariés, recours à un prestataire, coûts de mise à jour et d'archivage...)

L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES AFFIRMATIONS CONCERNANT LES AVANTAGES DE LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE

QUESTION : Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant la facturation électronique ? La facturation électronique...

Nouvelle question

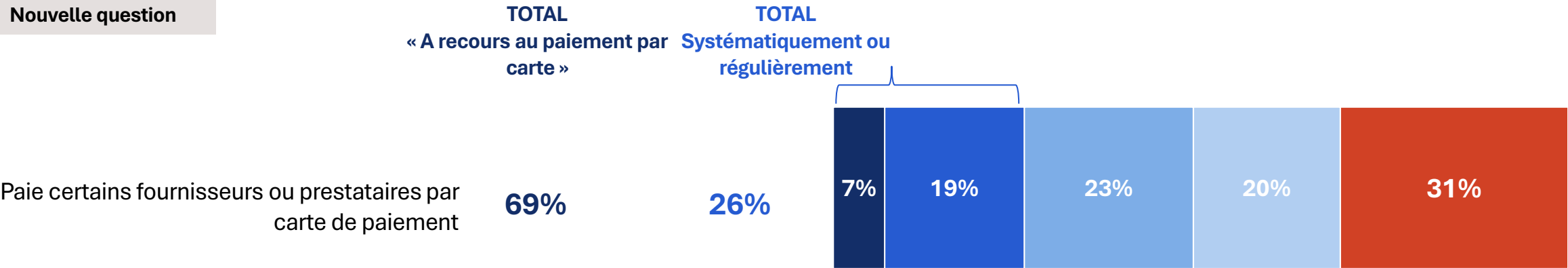


■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

LA FRÉQUENCE DU RECOURS AU PAIEMENT PAR CARTE DANS LES TRANSACTIONS FINANCIÈRES DE SON ENTREPRISE

QUESTION : Aujourd’hui, diriez-vous que... ? Votre entreprise...

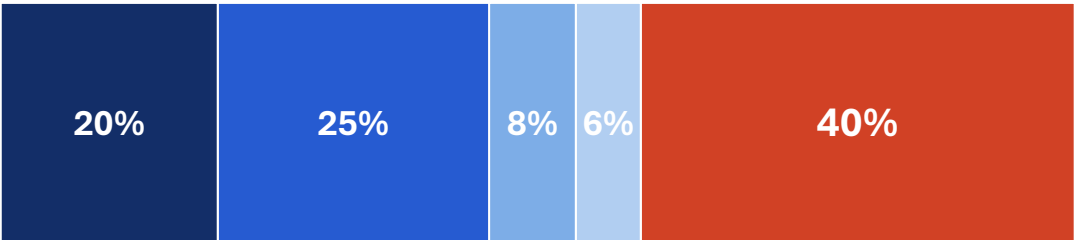
Nouvelle question



Accepte d’être payée par carte de paiement par ses clients

60%

46%



■ Systématiquement ■ Régulièrement ■ De temps en temps ■ Rarement ■ Jamais