

Zoho Europe Digital Health Study 2026

Les entreprises françaises progressent en maturité numérique, mais restent en retrait par rapport à leurs voisines européennes

- *La part des entreprises à forte maturité numérique reste plus faible en France (24 %) qu'en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne.*
- *Les entreprises à forte maturité numérique obtiennent un retour sur investissement (ROI) positif de leurs projets d'IA nettement plus souvent que celles à faible maturité.*
- *La hausse des coûts pousse les entreprises à revoir leurs décisions d'investissement.*

Lille, 6 août 2026 – [Zoho](#), entreprise technologique internationale, annonce les résultats de son [Europe Digital Health Study](#) sur la santé numérique des entreprises. L'étude examine comment les entreprises évaluent leurs fondations numériques, la manière dont elles font avancer leur transformation numérique, et l'impact de cette dernière sur leurs résultats commerciaux. En France, 300 décideurs d'entreprise responsables de la transformation numérique ont été interrogés.

Les entreprises françaises restent prudentes sur l'IA, mais l'écart de ROI est sans appel

Avec moins d'un quart (24 %) d'entreprises à forte maturité numérique, la France se classe en quatrième position des cinq marchés européens étudiés, derrière l'Allemagne (37 %), en tête pour la deuxième année consécutive, le Royaume-Uni (35 %) et l'Espagne (25 %), mais devant les Pays-Bas (14 %). Comme l'ensemble des marchés étudiés, la France progresse toutefois par rapport à l'année précédente.

Pourtant, ces résultats soulignent un lien direct entre maturité numérique et succès de l'IA, une tendance qui vaut aussi pour les entreprises françaises. Parmi celles à forte maturité numérique, 97 % obtiennent un ROI de leurs cas d'usage IA, contre 45 % seulement pour celles à faible maturité. Pour les entreprises françaises encore en retrait sur leur maturité numérique, l'enjeu est donc crucial : rattraper leur retard sur les fondations numériques pour réussir à capter la même valeur de leurs investissements en IA.

La hausse des coûts redéfinit les décisions d'investissement

À l'échelle européenne, 50 % des entreprises interrogées ont constaté une hausse de leurs coûts cloud et plateformes numériques au cours de l'année écoulée (rapporté au coût par employé). En parallèle, 17 % des entreprises européennes indiquent que la hausse des coûts les a contraintes à réduire la qualité de service offerte à leurs clients.

Face à cette pression financière, 31 % des décideurs français citent le prix comme leur premier critère de décision, un poids nettement supérieur à celui observé en Allemagne, où la fiabilité du fournisseur (25 %) et l'évolutivité de l'outil (24 %) arrivent en tête.

Satisfaction client et collaborateur : des leviers clés de la transformation numérique

L'étude de Zoho met également en évidence les écarts de satisfaction client entre les entreprises selon leur maturité numérique. À l'échelle européenne, les organisations aux fondations numériques solides évaluent bien mieux leur capacité à innover dans ce domaine. En effet, 52 % des entreprises à forte

maturité numérique jugent excellente leur innovation en matière, contre seulement 5 % de celles à faible maturité.

Sur ce plan, la France se situe d'ailleurs parmi les marchés où les initiatives numériques sont considérées comme les plus faciles à mettre en œuvre : seules 35 à 49 % des démarches liées à l'expérience client y sont jugées difficiles (notamment sur le traitement des requêtes par l'IA ou l'anticipation des besoins), contre 73 à 76 % en Allemagne et aux Pays-Bas.

En parallèle de cette dimension client, les entreprises françaises considèrent de plus en plus l'expérience collaborateur comme un facteur de compétitivité déterminant. 48 % des décideurs français déclarent qu'améliorer le quotidien de leurs équipes les aide à rester attractifs en tant qu'employeur, contre 27 % il y a deux ans, soit une progression de 21 points de pourcentage, la plus forte parmi les cinq marchés étudiés.

La souveraineté des données devient un critère de décision stratégique

La souveraineté des données évolue d'une simple exigence réglementaire vers un enjeu stratégique pour la direction. À l'échelle européenne, 86 % des entreprises interrogées considèrent la souveraineté des données comme un facteur important ou essentiel dans le choix de leurs plateformes numériques (38 % la jugent essentielle, 48 % importante). Par ailleurs, 75 % d'entre elles déclarent ne pas vouloir que leurs données soient stockées dans un autre pays et attendent de leurs fournisseurs qu'ils proposent un stockage local ou régional.

« De solides fondations numériques produisent des bénéfices mesurables, déclare Sridhar Iyengar, Directeur Général Europe de Zoho. Si la France affiche encore une marge de progression significative dans le paysage européen, les résultats montrent que même les entreprises les plus avancées doivent continuer à investir dans leurs fondations numériques. En centralisant les données, en intégrant leurs systèmes et la souveraineté des données au cœur de leur stratégie, les entreprises se donnent les moyens de rester compétitives. »

- L'étude est disponible dans son intégralité via [ce lien](#).
- Une synthèse des chiffres clés est également consultable [ici](#).

Méthodologie et remarques

Pour le Zoho Digital Health Study, les grandes entreprises sont définies comme des organisations comptant au moins 1 000 employés, les entreprises de taille moyenne comme des organisations comptant entre 250 et 999 employés, et les petites entreprises comme des organisations comptant entre 25 et 249 employés.

Censuswide a interrogé 1 500 décideurs de la transformation numérique dans des entreprises d'au moins 25 employés en Allemagne, en France, au Royaume-Uni, en Espagne et aux Pays-Bas, entre le 9 et le 22 janvier 2026. L'échantillon français comptait 300 décideurs d'entreprise, répartis de manière équilibrée entre les trois tailles d'entreprise.

L'évaluation de la maturité numérique repose sur un modèle de notation prenant en compte des facteurs tels que la capacité d'innovation, l'adoption de nouvelles technologies, les difficultés techniques, la stabilité des plateformes, le ROI de l'IA et la gestion informatique. Sur la base de leur score global, les entreprises ont été réparties en trois catégories : maturité numérique élevée, moyenne ou faible.

À propos de Zoho

[Zoho Corporation](#) est une entreprise technologique privée et rentable. Fondée en 1996, Zoho Corporation est devenue une multinationale technologique, exploitant quatre marques distinctes : [ManageEngine](#), [Zoho](#), [Qntrl](#) et [TrainerCentral](#). Zoho propose plus de 55 applications dans presque toutes les grandes catégories d'activité, notamment les ventes, le marketing, le support client, la comptabilité et les opérations back office, ainsi qu'un ensemble d'outils de productivité et de collaboration.

Zoho est basé à Chennai en Inde, et dispose d'une présence mondiale importante avec plus de 90 bureaux dans 28 pays, 19 000 employés dans le monde, et une base de clients en croissance dans les organisations Entreprise et les PME. Les bureaux européens se trouvent aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France et en Espagne.

Zoho possède et exploite 20 data centers dans le monde, dont deux en Europe. Plus de 150 millions d'utilisateurs et plus de 1 million de clients payants dans le monde s'appuient chaque jour sur Zoho pour gérer leurs activités, y compris Zoho elle-même.

Zoho respecte la vie privée des utilisateurs et ne dispose d'aucun modèle de revenus publicitaires dans aucune partie de son activité, y compris ses produits gratuits. Pour en savoir plus sur l'engagement de Zoho en matière de confidentialité, consultez : <https://www.zoho.com/privacy.html>.

Pour plus d'information, veuillez contacter :

Finn Partners pour Zoho

ZohoFR@finnpartners.com

01 89 53 50 00