

**Les entreprises sénégalaises face aux nouvelles  
technologies de l'information et de la communication**

**Abdoulaye Ndiaye**

Document préparé pour le projet de l'UNRISD  
"Les nouvelles technologies de l'information et de la communication  
et le développement social au Sénégal"

mai 2002



**L'Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social (UNRISD)** est une institution autonome qui entreprend des recherches multidisciplinaires sur les dimensions sociales de problèmes contemporains du développement. L'Institut est guidé, dans son travail, par la conviction qu'il est indispensable, pour définir des politiques efficaces de développement, de bien comprendre le contexte social et politique. L'Institut tente donc de donner aux gouvernements, aux organismes de développement, aux organisations de base et aux universitaires, les moyens de mieux comprendre comment les processus et les politiques de développement, que modifient la situation économique et sociale et l'environnement, affectent divers groupes sociaux. Travaillant par l'intermédiaire d'un vaste réseau de centres nationaux de recherche, l'UNRISD vise à encourager une recherche originale et à renforcer la capacité de recherche des pays en développement.

Le programme de recherche de l'UNRISD s'organise autour de cinq domaines: Politique sociale et développement; Démocratie, gouvernance et droits de l'homme; Identités, conflit et cohésion; Société civile et mouvements sociaux; et Technologie, entreprise et société.

Pour obtenir des publications de l'Institut, veuillez prendre contact avec le Centre de référence.

UNRISD  
Centre de référence  
Palais des Nations  
CH-1211 Genève 10  
Suisse

Téléphone: +41 (0)22 917 3020  
Fax: +41 (0)22 917 0650  
E-mail: [info@unrisd.org](mailto:info@unrisd.org)  
Internet: <http://www.unrisd.org>

Copyright © Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social (UNRISD).

Le présent document ne constitue pas une publication officielle de l'UNRISD. La responsabilité des opinions exprimées dans les études signées n'engagent que leurs auteurs et la disponibilité de telles études sur le site Internet de l'UNRISD (<http://www.unrisd.org>) ne signifie en aucun cas qu'il existe un soutien quelconque de l'UNRISD aux opinions qui y sont exprimées. Aucune publication ou distribution de tels documents ne peut être permise sans l'autorisation préalable de leurs auteurs, à l'exception d'un usage personnel.

L'accélération des mutations technologiques et économiques a entraîné la convergence de secteurs traditionnellement cloisonnés comme l'informatique, l'audiovisuel et les télécommunications, jetant ainsi les bases d'une nouvelle économie. Parallèlement à cette évolution, on observe une numérisation de plus en plus poussée du son, de la voix et de l'image, permettant à l'ordinateur de les lire, de les stocker et de les restituer avec une fidélité presque parfaite.

De nombreuses entreprises intègrent ces technologies dans les différents maillons de la chaîne de la valeur ajoutée. En conséquence, les gains de productivité réalisés ont sensiblement modifié les règles classiques de compétitivité adossées auparavant sur les coûts du facteur travail et sur des aspects techniques comme l'énergie et les télécommunications. Aussi, peut-on mieux comprendre les fusions, les absorptions ou les alliances menées par les grandes entreprises. Nous assistons à une course effrénée vers la maîtrise ou le contrôle des autoroutes de l'information, les points de passage obligés des acteurs de la nouvelle économie.

Il résulte de ces constats l'urgente nécessité, pour le Sénégal, de disposer d'informations précises relatives à la place des nouvelles technologies de l'Information et de la communication (NTIC) dans les entreprises. C'est pour répondre à un tel besoin que cette contribution a été élaborée. Elle propose les résultats d'une étude conduite pendant le second semestre de l'an 2000 auprès des petites et moyennes entreprises. Elle exploite également les résultats d'un travail similaire effectué sur la grappe des NTIC qui a été fait auprès de 275 entreprises de tous les secteurs d'activités. Des sources secondaires ont étayé cette étude qui propose en annexe une série de tableaux sur lesquels les commentaires qui suivent prennent appui.

Pendant la préparation de l'enquête, une recherche documentaire a permis de dresser une liste d'entreprises (petites, moyennes et grandes) des secteurs du commerce, de l'industrie et des services. Plusieurs sources d'informations ont été utilisées, en particulier les listes des membres des organisations patronales telles que l'Union des Entreprises du Domaine industriel de Dakar (UEDID), la Confédération des Entreprises du Sénégal (CNES) et la Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Dakar (CCIAD).

Après l'élaboration du questionnaire, plusieurs enquêteurs ont été sélectionnés et formés. Les données ont été collectées auprès de 79 entreprises. Les questionnaires ont été administrés sous forme d'entretiens semi-directifs. Les informations ont été traitées grâce au logiciel Sphinx. Tous les tableaux sont dérivés de ce logiciel.

### ***Profil des entreprises étudiées***

La distribution des entreprises par secteur s'est effectuée de la manière suivante : industrie : 25%, services : 53%, commerce : 21%. Compte tenu du fait que la même enquête a été menée auprès des grandes unités industrielles<sup>1</sup>, un accent particulier a été mis sur le secteur des services dont beaucoup d'entreprises<sup>2</sup> font des prestations dans le domaine des NTIC.

---

<sup>1</sup> La contribution de Barry et Diop a été menée auprès des entreprises industrielles dont la plupart sont membres du Syndicat professionnel des Industries du Sénégal (SPIDS). Le besoin d'harmoniser les deux études en vue d'en faciliter l'exploitation future a conduit à cibler les PME/PMI de différents secteurs plutôt que les grandes entreprises industrielles.

<sup>2</sup> Les formes juridiques les plus répandues sont les Sociétés à responsabilités limitées (SARL), suivies des Sociétés anonymes (SA). Il y a eu très peu d'entreprises individuelles ou de groupements d'intérêt économique (GIE). Aucun établissement ne se présente sous la forme de l'entreprise unipersonnelle à responsabilités limitées (EURL) qui est une nouvelle disposition de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA).

L'enquête a surtout concerné les petites et moyennes entreprises (PME). 72% des de l'échantillon ont moins de 50 employés, 69% moins de cinq cadres supérieurs. 68% des entreprises réalisent un chiffre d'affaires inférieur à un milliard de francs CFA. En analysant le chiffre d'affaires par secteur d'activités (voir tableau n° 3, en annexe), on constate que les unités de production industrielles sont de taille plutôt petite (83% réalisent moins d'un milliard de francs CFA de chiffre d'affaires dont 44% font moins de 100 millions de francs CFA), que les entreprises de services sont plutôt de taille moyenne (42% font entre 100 millions et un milliard de chiffre d'affaires) et que les sociétés commerciales sont de grande taille (57% font plus d'un milliard de chiffre d'affaires).

La plupart des dirigeants (82%) sont de nationalité sénégalaise, les autres étant de nationalité française et libanaise. Ces leaders sont relativement âgés (78% ont plus de 40 ans, dont 35% ont plus de 50 ans). Les jeunes de moins de 30 ans ne représentent que 4%. Les dirigeants des entreprises enquêtées ont, dans leur grande majorité (85%), atteint un niveau d'instruction supérieur. Ils sont surtout présents dans le secteur des services.

Plus de la moitié des établissements de l'échantillon sont tournés vers l'exportation (voir tableau n° 1 en annexe), particulièrement les entreprises de services (67%) et du commerce (53%). Le premier marché d'exportation est la zone UEMOA (pour 64% des entreprises), et le second la France (23%). La grande majorité des entreprises, (78%), importent des produits finis ou des intrants (tableau n°2, en annexe), ce qui donne une idée du degré d'ouverture de l'économie sénégalaise et de sa forte dépendance vis-à-vis de l'extérieur. Les importations proviennent essentiellement de la France (57%), de la zone UEMOA (20%), des États-Unis (8%).

### **Impact des NTIC dans les entreprises**

La petite et moyenne industrie est généralement sous-équipée (79% ont moins de cinq micro-ordinateurs), les entreprises de commerce moyennement équipées (la moitié a moins de cinq postes, et l'autre a plus de dix postes de travail) et les entreprises de services relativement mieux équipées (77% ont plus de cinq postes dont 48% totalisent plus de dix postes de travail). Ces dernières sont généralement de grandes utilisatrices de l'informatique à cause du nombre et de la diversité des informations qu'elles traitent quotidiennement. Beaucoup d'entre elles évoluent dans le secteur des NTIC. Enfin, 85% de leurs dirigeants ont une formation de niveau universitaire, ce qui facilite les décisions d'informatisation (tableau T20).

Les tableaux T22 et T23 (en annexe) confirment le faible degré d'informatisation des PMI : seules 19% des entreprises ont des ordinateurs connectés en réseau. Le contraire est observé dans les entreprises de services (72%) et les sociétés commerciales (79%). La taille des réseaux est en général modeste (moins de 10 postes).

Les réseaux de type *extranet* prédominent avec une ouverture vers des partenaires extérieurs de l'entreprise (clients, fournisseurs, banquiers). Il existe très peu de réseaux *intranet* distants reliant plusieurs sites d'une même entreprise (tableaux T24 et T25). Cependant, le faible nombre de réponses obtenues dans cette enquête ne permet pas de tirer des conclusions statistiquement significatives en matière d'*extranet*. Par contre, l'étude de la grappe NTIC qui a porté sur un échantillon beaucoup plus important (275 entreprises), a confirmé que le quart des entreprises avait un *extranet* et que 13% des *intranets* étaient distants.

Il existe trois types de freins au développement des réseaux distants. On note d'abord, la complexité des technologies utilisées. C'est ce qui explique le recours répété aux réseaux privés virtuels en passant par l'opérateur national. Ensuite, le coût actuel du déploiement des technologies *intranet* et *extranet* est hors de portée de la plupart des PME, surtout lorsque s'y ajoutent les coûts de possession qui incluent la prise en charge du personnel technique chargé de l'administration du système et de la sécurité. Enfin, la sécurité peut être un frein majeur si les PME ne sont pas convaincues de la fiabilité des technologies de sécurité disponibles.

L'étude de la grappe NTIC a montré que les partenaires des réseaux *extranet* sont en général des clients, des fournisseurs ou des banquiers (Consultants associés 2001 :28). Les autres partenaires sont souvent des maisons mères situées dans les pays du Nord. L'usage des technologies de l'information de la communication (TIC) dans ces pays a nécessairement un impact sur leurs filiales ou sociétés apparentées installées au Sénégal. Au niveau national, l'usage du réseau SENPAC X.25

a donné l'occasion à certaines entreprises de se familiariser avec le fonctionnement de l'*extranet*. On peut en dire autant avec le système *Gaïnde* utilisé par les transitaires.

Les PME/PMI semblent bien sensibilisées sur l'importance d'Internet en général, car 65% des dirigeants ont une connexion personnelle tandis que 78% des entreprises enquêtées sont connectées (tableaux T28 et T29). De même, la plupart des cadres supérieurs ont une adresse *e-mail*. C'est bien entendu le secteur des services qui est le plus dynamique dans ce domaine pour les raisons évoquées précédemment. Ces entreprises se connectent plusieurs fois par jour. Il en est de même pour 77% des sociétés commerciales.

Dans le secteur industriel (tableau T31), ce sont les agents de l'administration qui se connectent le plus (38%), suivis du personnel chargé de la production (23%). Dans les entreprises de services et de commerce, les agents se connectent le plus, suivis de ceux du service commercial.

Très peu d'entreprises ont un site *web* (environ le quart) et ce sont celles offrant des prestations de services qui ont la plus forte présence dans Internet (tableau T32). Néanmoins, 70% des établissements qui ne disposaient pas de site au moment de l'enquête avaient l'intention d'en créer avant fin 2001 (tableau T33). Le tableau T46 indique que les principales raisons pour lesquelles les entreprises ont créé leur site *web* sont la notoriété (70%) et le besoin d'augmenter les relations d'affaires (25%).

Deux raisons principales sont évoquées par les entreprises qui n'ont pas de site *web*. La première est que sa mise en place n'est pas encore une priorité. Pour justifier cette position, elles insistent sur l'inutilité d'un pareil site, qui conviendrait sied plutôt aux sociétés importatrices ou exportatrices. La deuxième porte sur le coût de la mise en place et de la gestion d'un site *web*. Les prestataires locaux n'auraient pas suivi la baisse tendancielle observée sur la scène internationale des coûts de développement et d'hébergement des sites. Par ailleurs, le manque d'informations constitue un autre obstacle. Beaucoup d'entreprises ignorent les énormes possibilités de s'y faire héberger à des coûts très bas. Toutefois, cette dernière option porte préjudice, au plan local, aux fournisseurs d'accès à Internet (FAI). Ces derniers ne pourront jamais s'aligner sur les tarifs internationaux si l'opérateur national disposant du monopole de connexion sur la dorsale Internet n'abaisse pas ses tarifs deux à cinq fois plus élevés que ceux du marché international.

L'effort déployé par les entreprises pour former leur personnel sur Internet est assez notable (tableau T34). 46% d'entre elles ont effectivement pris ce type d'initiatives. L'organisation, depuis 1996, de campagnes de sensibilisation soutenues par les organismes d'appui au développement a produit des effets auprès des PME et du public.

Environ le quart des établissements déclare avoir créé des emplois liés aux NTIC (tableaux T35 et T36). Le secteur des services se montre encore le plus dynamique dans ce domaine (32%). Le nombre de postes de travail créés permet d'accueillir entre deux et vingt personnes par entreprise. Les emplois créés sont logés dans l'informatique, les services Internet (développement de sites *web*, Internet multimédia) et les télécommunications.

Très peu d'entreprises avaient un site *web* et un quart offre des services télématiques (services à distance empruntant les voies de télécommunication). Celles-ci entreprises utilisent essentiellement Internet pour offrir leurs services télématiques (T47 et T48). À l'exception des sociétés prestataires de services, l'intérêt accordé à l'*intranet* est encore faible. Par contre, 44% des entreprises reçoivent des services télématiques de leurs banques, de leurs fournisseurs, de leur maison mère, etc. (tableau T49 et T50). Là encore, Internet est le moyen privilégié de communication à distance.

Le faible recours aux *extranets* et aux *intranets* par les entreprises qui disposent de plusieurs sites distants peut s'expliquer par la méconnaissance des avantages que procurent de tels réseaux de communication (T51 et T52). Pourtant, si 30% d'entre elles possèdent un réseau télématique interne, la moitié ne comptait pas en mettre en place (T53).

S'agissant des besoins en formation exprimés par les entreprises (tableau 1), l'initiation à Internet figure au premier plan. Il s'agit d'une gamme de connaissances de base comprenant l'envoi et la réception d'*e-mail*, la navigation sur Internet, la recherche d'informations sur le *web*. La formation dans des logiciels spécifiques concerne la comptabilité, le dessin assisté par ordinateur (DA0), la gestion,

etc. Les unités de production industrielle ont le plus exprimé ce type de besoin. L'initiation à l'informatique est cependant un besoin pour beaucoup d'établissements. L'administration de réseaux constitue aussi un besoin pour le développement et la gestion de bases de données pour les sociétés de prestation de services.

Tableau n°1 : Besoins en formation des entreprises

Besoins	Industrie	Services	Commerce	Total
Types de besoins en formation				
Initiation à l'Internet	24% ( 6)	22% ( 7)	36% ( 4)	25% (17)
Logiciels spécifiques	32% ( 8)	13% ( 4)	9% ( 1)	19% (13)
Initiation à l'informatique	12% ( 3)	9% ( 3)	36% ( 4)	15% (10)
<i>Webmaster</i>	8% ( 2)	13% ( 4)	9% ( 1)	10% ( 7)
Administration de réseaux	4% ( 1)	16% ( 5)	9% ( 1)	10% ( 7)
Bases de données	4% ( 1)	9% ( 3)	0% ( 0)	6% ( 4)
Maintenance informatique	4% ( 1)	6% ( 2)	0% ( 0)	4% ( 3)
Bureautique	8% ( 2)	3% ( 1)	0% ( 0)	4% ( 3)
Programmation	4% ( 1)	6% ( 2)	0% ( 0)	4% ( 3)
Systèmes d'information	0% ( 0)	3% ( 1)	0% ( 0)	1% ( 1)
Total	100% (25)	100% (32)	100% (11)	100% (68)

### L'utilisation des NTIC dans les entreprises

Une forte majorité de dirigeants d'entreprises (66%) estiment qu'Internet est très important pour leurs activités. Seuls 11% d'entre eux affirment le contraire (tableau T37).

Le tableau n°2 donne les principales raisons évoquées par les entreprises sur l'importance d'Internet. La première est l'ouverture sur l'extérieur. Cet indicateur concerne aussi bien les établissements déjà en relation avec le monde extérieur que ceux qui tentent de le faire, notamment en recherchant des partenaires. Il englobe également le besoin de notoriété des entreprises. C'est dans le secteur industriel que ce besoin est surtout ressenti. La recherche d'informations spécifiques, variées et d'actualité est la deuxième raison évoquée. La recherche de clients et fournisseurs vient en troisième position. Internet est ainsi perçu comme un outil capable d'améliorer les approvisionnements et de favoriser la pénétration des marchés étrangers, de faire gagner beaucoup de temps, de réduire les coûts d'accès aux informations et donc d'augmenter la productivité.

Tableau n°2 : Raisons de l'utilisation d'Internet selon les secteurs d'activités

Raisons	Industrie	Services	Commerce	Total
Ouverture sur l'extérieur	50% ( 9)	34% (14)	20% ( 3)	35% (26)
Recherche d'informations	17% ( 3)	27% (11)	27% ( 4)	24% (18)
Recherche de clients et fournisseurs	17% ( 3)	17% ( 7)	13% ( 2)	16% (12)
Gain de temps,	11% ( 2)	12% ( 5)	13% ( 2)	12% ( 9)
Transmission de données	6% ( 1)	10% ( 4)	27% ( 4)	12% ( 9)
Total	100% (18)	100% (41)	100% (15)	100% (74)

Les tableaux T38 et T39 indiquent que les domaines dans lesquels les entreprises utilisent le plus leurs ordinateurs sont la bureautique et la comptabilité. Viennent ensuite la gestion du personnel, celle des stocks et la communication. Très peu de sociétés utilisent leur outil informatique pour le *marketing*. Les logiciels les plus répandus sont le traitement de textes et les tableurs (36% et 33%

respectivement). Les bases de données suivent en troisième position. Seuls 2% des répondants utilisent des logiciels de gestion électronique des documents (GED).

Les dirigeants tout comme le personnel des entreprises utilisent Internet pour la messagerie électronique (46%) et la quête d'informations (43%). (cf. T40 et T41). Les types d'informations recherchées sont les produits et services, les fournisseurs, les partenaires, les clients et les équipements. Mais l'analyse sectorielle fait ressortir que les industries mettent l'accent sur la recherche de fournisseurs (27%), de partenaires (24%) et de clients (21%). En revanche, les prestataires de services et les sociétés commerciales privilégient la recherche de produits et services puis celle de fournisseurs. Les entreprises se trouvent ainsi au stade primaire du commerce électronique où Internet est utilisé pour accéder à l'information. Elles ne réalisent pas encore de véritables transactions commerciales sur le *web*. Par ailleurs, 90% d'entre elles sont généralement satisfaites de leurs recherches sur Internet (tableau T43), ce qui peut les encourager à passer aux étapes supérieures de *l'e-business*.

Les fournisseurs et les clients sont les principaux correspondants avec lesquels les entreprises échangent des *e-mails* (tableaux T44 et T45). Les sociétés industrielles échangent prioritairement avec l'Union européenne (moins la France) et les correspondants locaux. Les entreprises de services échangent plus avec la France, les correspondants locaux et les États-Unis alors que les établissements de commerce échangent avec la France, le Sénégal et l'Asie. Ces échanges reflètent l'intensité des relations d'affaires que ces entreprises entretiennent avec leur environnement national et international.

Pour 61% des entreprises, le coût d'accès à Internet ne semble pas être un frein majeur à sa généralisation. Pour 39% de leurs homologues qui pensent le contraire, la principale raison évoquée est relative aux coûts élevés des liaisons téléphoniques. En effet, si les tarifs d'accès à Internet au Sénégal sont faibles, comparés à ce qui se fait en Afrique, ceux des communications locales restent néanmoins élevés. On y a même connu une hausse de 50% entre 1999 et 2000, alors que les prix fixés pour les communications internationales connaissaient une baisse tendancielle. Mais à partir de l'an 2000, l'opérateur national a mis en place des formules visant à fixer des forfaits Internet selon la durée ou les plages horaires.

### Stratégies des entreprises en matière de NTIC

La plupart des entreprises n'ont pas de stratégie clairement définie en matière de NTIC. 95% d'entre elles sont conscientes des opportunités qu'Internet peut leur procurer (T57). En outre, elles ont une perception plus ou moins claire de la nature de ces opportunités.

Tableau n°3 : Raisons évoquées par les entreprises

Raisons	Industrie	Services	Commerce	Total
Ouverture,	44% (12)	33% (18)	17% (4)	32% (34)
Informations,	33% (9)	22% (12)	35% (8)	28% (29)
Compétitivité	11% (3)	20% (11)	26% (6)	19% (20)
Développement de l'entreprise	7% (2)	24% (13)	17% (4)	18% (19)
Commerce électronique	4% (1)	2% (1)	4% (1)	3% (3)
Total	100% (27)	100% (55)	100% (23)	100% (105)

Le tableau n°3 recense les principales raisons évoquées par les dirigeants d'entreprises. Ces derniers sont conscients qu'Internet aide à trouver plus facilement des partenaires (financiers, techniques et commerciaux) et à promouvoir l'image de leur société sur la scène internationale. Le tableau montre que seules les entreprises de services (24%) mettent à profit ces avantages.

La possibilité de prendre part au commerce électronique est l'argument le moins mentionné. Les entreprises sénégalaises qui s'approvisionnent par le biais de ce commerce restent très minoritaires. En dehors des sociétés de télé-services, aucun établissement n'a encore effectué de vente par

Internet. Les rares sites de commerce électronique démarrent à peine leurs activités en faisant de la publicité sur leur site *web*<sup>3</sup>, malgré les efforts du *Trade Point*, qui encadre les PME à travers son programme *Web Incubator*. Certaines PME bénéficient d'un hébergement de leur site *web* où leurs produits sont exposés. Mais il existe encore de nombreux obstacles à franchir, notamment en matière de paiement électronique.

Quelles stratégies ont été déployées par les entreprises face aux opportunités que leur offre Internet ? Certaines (39%) ont déjà pris des initiatives telles que la mise en place d'un site *web* en vue d'assurer une présence sur le réseau des réseaux. Ce site est en effet une étape incontournable pour entrer dans la nouvelle économie. D'autres (33% des établissements enquêtés) cherchent des solutions idoines pour saisir ces opportunités. Elles auront besoin, pour réussir leurs démarches d'une assistance technique. Enfin, une troisième catégorie d'entreprises n'a initié aucune action. Une plus grande sensibilisation et une bonne formation aux NTIC doivent être envisagées pour modifier ce dernier type de rapport à Internet.

Tableau n°4 : Prise en compte des opportunités offertes par Internet

Opportunités	Industrie	Services	Commerce	Total
Oui, actions en cours	42% ( 8)	38% (13)	36% ( 5)	39% (26)
Recherche de solutions	32% ( 6)	29% (10)	43% ( 6)	33% (22)
Non, pas encore	26% ( 5)	32% (11)	21% ( 3)	28% (19)
Total	100% (19)	100% (34)	100% (14)	100% (67)

17% des entreprises perçoivent les NTIC comme une menace (tableau T 58). Leurs dirigeants énoncent cependant des arguments pertinents sur les raisons de cette menace. Ils évoquent surtout la présence de *hackers* qui accèdent aux systèmes informatiques à travers Internet malgré des systèmes de sécurité de plus en plus sûrs et consistant en des techniques de cryptage. Ils nomment aussi les virus informatiques qui causent des dégâts irréparables de données (effacement, neutralisation de systèmes d'information). Les chefs d'entreprise citent la compétitivité internationale comme une menace non moins importante. Avec la possibilité d'une plus grande ouverture des frontières grâce aux effets combinés des NTIC et de la mondialisation, ils ont compris que des compagnies étrangères viendront bientôt les concurrencer sur leur propre marché. L'inertie des entreprises sénégalaises est leur dernier énoncé. Certains établissements sont conscients des lourdes conséquences que ne manquera pas de produire la non-utilisation des NTIC. D'où la nécessité de réagir rapidement en les intégrant dans les stratégies de développement.

### Le potentiel de développement des téléservices

S'il existe un secteur où le Sénégal dispose d'avantages comparatifs lui permettant de créer des milliers d'emplois, c'est bien celui des téléservices. Les établissements de ce secteur utilisent massivement les NTIC. Ils emploient aussi des logiciels très spécialisés pour leurs prestations, en

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=5\\_21551](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=5_21551)

