

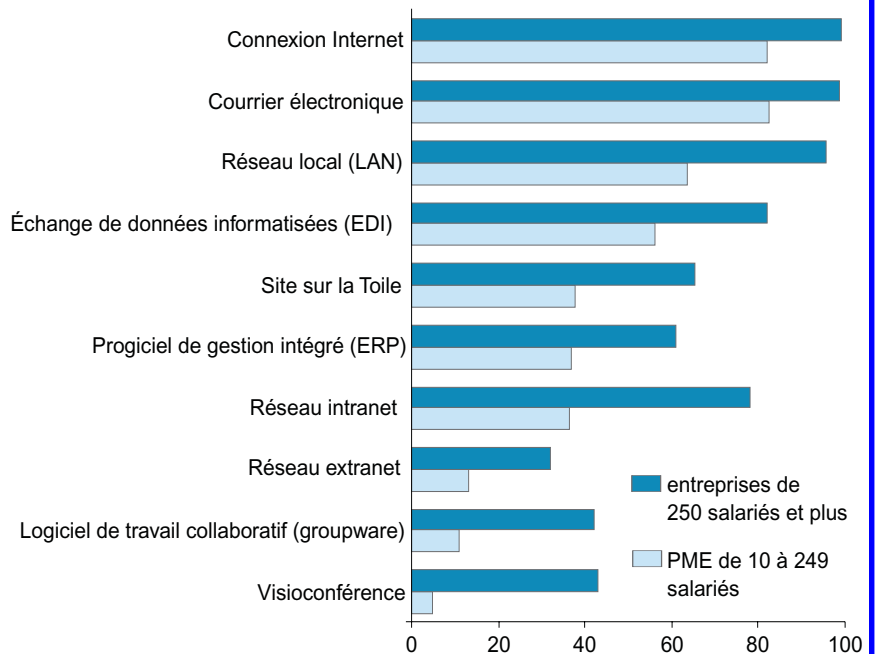
L'utilisation des TIC dans les entreprises L'industrie et les services plus « branchés » que le commerce

Fin 2002, 97 % des entreprises de l'industrie, des services et du commerce étaient équipées en micro-ordinateurs et 83 % d'entre elles étaient connectées à l'internet. Globalement, plus de la moitié des salariés avaient accès à un micro-ordinateur et moins du tiers à l'internet. Pour améliorer leur fonctionnement interne, 38 % des entreprises disposaient d'un réseau intranet et 38 % avaient mis en place un progiciel de gestion intégrée (ERP). Les secteurs des technologies de l'information et de la communication, de la chimie-pharmacie, de l'énergie et des transports (automobile et aéronautique) sont en pointe en ce domaine. Pour optimiser les relations avec leurs partenaires externes (fournisseurs, sous-traitants, clients), 56 % des entreprises utilisaient l'EDI, 39 % disposaient d'un site sur la Toile et seulement 14 % avaient mis en place un réseau extranet. Les taux d'équipement les plus forts concernent les services liés aux TIC, la pharmacie, l'automobile et l'énergie. Près d'un tiers des entreprises achetaient des produits ou des services *via* l'internet. En revanche, moins de 9 % des entreprises procédaient à des ventes par l'internet. Pour les ventes, l'hôtellerie-restauration, les services opérationnels, l'édition et la chimie notamment ont pris de l'avance. Les ventes par l'internet ne représentaient que 1,8 % du chiffre d'affaires.

Plus de 97 % des entreprises françaises de plus de dix salariés de l'industrie, des services et du commerce

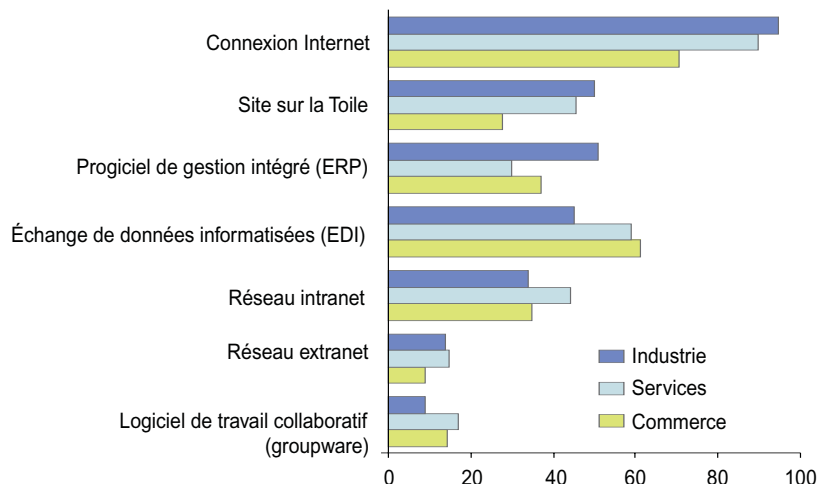
Équipement en TIC des entreprises françaises par taille d'entreprise

(en % des entreprises)



par secteur d'activité

(en % des entreprises)



Champ : entreprises industrielles de 20 salariés et plus ; entreprises du commerce et des services de 10 salariés et plus

Sources : Sessi, Scees et Insee, enquête TIC et commerce électronique fin 2002

sont équipées en micro-ordinateurs à la fin 2002. Près de 83 % d'entre elles sont connectées à l'internet et autant utilisent une messagerie électronique. Dans les grandes entreprises (250 salariés et plus), ces taux d'équipement atteignent, voire dépassent, 99 %.

Dans l'industrie, les entreprises sont bien dotées en outils de base des TIC. Les secteurs des TIC, de la pharmacie, de l'édition et de l'énergie sont parmi les plus avancés. Les entreprises des services de télécommunications et de l'informatique, voire de l'audiovisuel, sont également très bien équipées.

En revanche, moins de huit entreprises sur dix du commerce sont connectées à l'internet et à une messagerie électronique, une sur deux dans le commerce de détail.

Large utilisation des TIC par les salariés dans les services

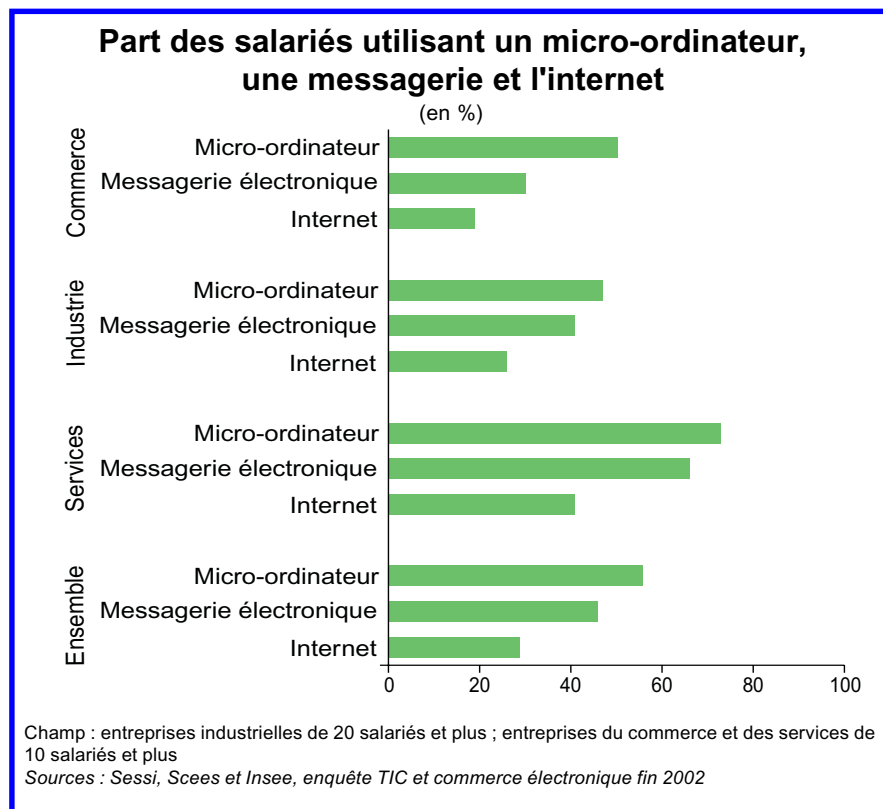
Dans l'ensemble des secteurs (industrie, services et commerce), plus de la moitié des salariés utilisent un micro-ordinateur, un peu moins de la moitié une messagerie électronique et moins du tiers ont accès à l'internet.

Dans les services, les trois quarts des salariés se servent d'un micro-ordinateur, les deux tiers de la messagerie électronique et quatre sur dix de l'internet. La proportion de salariés ayant accès aux outils TIC est nettement plus faible dans l'industrie et le commerce. Dans le commerce, les salariés utilisant un micro-ordinateur (environ la moitié) sont légèrement plus nombreux que dans l'industrie. En revanche, les salariés de l'industrie ont un plus large accès à l'internet et à la messagerie. D'une façon générale, les salariés des grandes entreprises disposent plus largement des outils de base. Ceux des PME utilisent notablement moins la messagerie électronique.

L'intranet, pour partager l'information dans les grandes entreprises

Fin 2002, près de quatre entreprises sur dix avaient mis en place un réseau intranet et près de 6 % envisageaient de franchir le pas en 2003. Prenant toute sa valeur lorsqu'il permet de relier un grand nombre de salariés parfois éloignés, l'intranet existe dans trois quarts des grandes entreprises.

L'intranet s'est particulièrement développé dans les services (44 %), en particulier dans les entreprises des activités informatiques et des télécommunications. En revanche, dans le commerce et l'industrie, la diffusion de l'intranet touche



un tiers des entreprises. Dans les secteurs de la pharmacie, des TIC et de l'énergie, les réseaux intranet sont plus présents.

L'ERP, pour coordonner les processus opérationnels dans l'industrie

Afin d'optimiser leur fonctionnement interne, les entreprises recourent de plus en plus à un progiciel de gestion intégrée (PGI ou ERP, entreprise resource planning). Cet outil qui permet de gérer et de coordonner différents processus opérationnels (commercial, production, contrôle de gestion, stocks, trésorerie), à partir d'une base de données unique, rend possible une meilleure coordination des processus opérationnels.

Ce type de progiciel est adopté par 38 % des entreprises à la fin 2002, en

particulier les grandes (plus de six grandes entreprises sur dix). Il est particulièrement bien implanté dans l'industrie, où une entreprise sur deux l'utilise. Il est encore plus dans les secteurs de la pharmacie, de la construction automobile et aéronautique, des TIC et de l'énergie. En revanche, les progiciels ERP ne sont diffusés que dans un tiers des entreprises des services et du commerce.

L'EDI, surtout dans les grandes entreprises et dans les services

Afin d'améliorer les échanges d'informations avec leurs partenaires d'affaires (fournisseurs, sous-traitants, distributeurs), les entreprises utilisent depuis longtemps le système d'échanges de données informatisées (EDI). Ce système assure la rapidité et la fiabilité des

L'enquête sur les TIC et le commerce électronique

L'enquête sur « les TIC et le commerce électronique » a été effectuée conjointement par le Sessi, le Scees et l'Insee en fin d'année 2002. Le questionnaire a été établi sur la base d'un modèle diffusé par Eurostat.

L'enquête du Sessi dans l'industrie a porté sur les entreprises de 20 salariés et plus, soit 22 000 entreprises. L'échantillon comprenait 5 000 unités, avec une interrogation exhaustive au-dessus de 500 salariés.

L'enquête du Scees a porté sur les entreprises des industries agroalimentaires de 20 salariés et plus, soit 3 200 entreprises. L'échantillon comprenait 1 000 entreprises, avec une interrogation exhaustive des entreprises de 250 salariés et plus.

L'enquête de l'Insee utilisée ici a porté sur les entreprises de 10 salariés et plus dans les secteurs des services et du commerce. Pour le commerce, une entreprise sur sept a été interrogée dans l'échantillon EAE commerce et, pour le secteur des services, une entreprise sur vingt a été interrogée dans l'échantillon EAE services. Ainsi, 3 600 entreprises pour le commerce et 1 030 entreprises pour les services ont été interrogées. Environ 85 % des entreprises interrogées dans l'ensemble des secteurs ont répondu.

Équipement en TIC par secteur d'activité

en % des entreprises	Pratiques**									
	Internet	Courrier électronique	Réseau local LAN	Réseau intranet	Progiciel ERP	EDI	Extranet	Site sur la Toile	Achats en ligne	Ventes en ligne
Ensemble des secteurs	83	83	65	38	38	56	14	39	36	12
Commerce	71	76	59	35	37	61	15	28	32	10
Services	90	88	65	44	30	59	17	45	34	13
Industrie (y compris énergie et IAA)	95	89	76	34	51	45	9	50	44	14
Industries agroalimentaires	87	84	76	33	49	60	7	35	21	22
Habillement, cuir	92	86	57	18	37	43	4	48	44	23
Édition, imprimerie, reproduction	99	93	87	46	46	38	19	56	66	20
Pharmacie, parfumerie et entretien	96	94	85	54	64	52	19	56	55	15
Industries des équipements du foyer	94	89	75	28	44	43	6	55	41	11
Industrie automobile	92	82	78	45	53	43	42	46	63	18
Const. navale, aéronautique et ferrov.	98	95	77	41	65	47	14	58	49	15
Ind. des équipements mécaniques	97	88	76	27	47	41	6	54	46	9
Ind. des équipements élect. et électron.	100	95	85	50	61	41	17	68	52	11
Industries des produits minéraux	89	86	74	35	46	37	8	35	34	10
Industrie textile	87	82	72	28	48	44	10	43	34	9
Industries du bois et du papier	96	90	72	31	48	33	10	50	37	9
Chimie, caoutchouc et plastiques	98	94	83	44	63	52	13	55	56	18
Métallurgie et transf. des métaux	96	91	72	27	52	45	5	50	43	13
Ind. des composants élect. et électron.	97	92	80	43	66	42	11	61	44	9
Prod. de combustibles et de carburants	100	94	96	62	69	59	14	65	68	6
Prod. et distrib. d'eau, de gaz et d'élect.	100	97	82	68	73	68	21	55	47	14
Commerce et réparation automobile	79	80	63	43	46	69	26	31	33	8
Commerce de gros et intermédiaire	84	86	72	33	46	66	13	39	33	11
Commerce de détail	54	65	44	33	25	52	11	16	30	8
Activités immobilières	88	84	82	44	42	66	17	35	24	9
Services des télécommunications	91	91	79	89	43	80	52	69	78	28
Activités informatiques	100	100	94	72	28	69	39	77	64	7
Services de conseil assistance *	92	93	68	50	31	58	17	36	34	6
Services opérationnels	84	76	49	25	28	55	7	40	25	22
Services : hôtellerie, restauration	83	84	41	25	21	43	12	62	27	30
Activités audiovisuelles	100	96	79	45	31	79	17	65	39	15

Champ : entreprises industrielles de 20 salariés et plus et entreprises du commerce et des services de 10 salariés et plus

Sources : Sessi, Scees et Insee - enquête sur les TIC et le commerce électronique-fin 2002

* hors activités informatiques

** transactions commerciales effectuées via l'internet, l'EDI ou le minitel

transferts de données d'ordinateur à ordinateur, par un réseau spécifique et selon des normes standardisées.

Les avantages (zéro papier, zéro délai, zéro erreur) de ce système expliquent que l'EDI concerne plus de la moitié des entreprises à la fin 2002. Ce sont même plus de trois grandes entreprises sur quatre qui l'utilisent.

C'est surtout dans le commerce (61 %) et les services (58 %) que l'EDI est largement mobilisé, notamment dans les services liés aux activités informatiques, audiovisuelles et des télécommunications. Si, dans le secteur de l'énergie, le taux d'utilisation de l'EDI est élevé, il est plus faible dans l'industrie manufacturière, à l'exception des industries agroalimentaires et de la chimie-pharmacie.

L'extranet, en vogue dans les entreprises des services liés aux TIC

Parmi les nouveaux outils permettant d'améliorer les échanges entre partenaires d'affaires figure le réseau extranet, qui offre l'accès à une partie des informations de l'entreprise. Les entreprises restent encore réticentes à s'engager dans cette

direction : seulement une entreprise sur sept a franchi le pas.

Cette prudence concerne surtout les PME, les grandes entreprises l'ayant adopté plus largement : un tiers d'entre elles s'en sont dotées.

La mise en place d'un réseau extranet s'est surtout développée dans les services (17 %), principalement dans les activités informatiques et de télécommunications. Le commerce se situe dans la moyenne. Dans l'industrie, moins d'une entreprise sur dix a mis en oeuvre un tel outil. Néanmoins, dans certains secteurs comme l'édition, la pharmacie, les équipements électriques et électroniques, l'extranet a été plus souvent adopté.

Un site sur la Toile, très fréquent dans le secteur des TIC

39 % des entreprises françaises disposent d'un site sur la Toile (en propre) et 7 % prévoient d'en acquérir un en 2003. Près de deux grandes entreprises (250 salariés et plus) sur trois s'en sont dotées.

Dans l'industrie, la moitié des entreprises ont mis en place un site Internet ; elles sont beaucoup plus nombreuses dans les secteurs des TIC et de

l'énergie. Dans les services, les entreprises sont un peu en retrait, sauf dans les services liés aux TIC. En revanche, les sites sont nettement moins répandus dans le commerce, 28 % seulement des entreprises en ont créé, voire 16 % dans le commerce de détail. Le site sur la Toile présente sans doute moins d'intérêt dans ce secteur, les activités commerciales de proximité se déroulant en face à face.

Dans neuf cas sur dix, le site sur la Toile présente l'entreprise et son activité et, deux fois sur trois, il permet aussi la consultation du catalogue de produits et de prix. La fonction prise de commande en ligne reste encore peu répandue (16 % des sites) et le paiement sécurisé est marginal (6 %).

Un tiers des entreprises achètent via l'internet

L'essor du commerce électronique se manifeste surtout à travers les achats en ligne. Fin 2002, plus du tiers des entreprises le font via l'internet, l'EDI ou le minitel, soit une progression de 19 % par rapport à 2001. Cette pratique est plus largement répandue dans les grandes entreprises, où plus d'une sur deux achète en ligne.

Ce sont les achats *via* l'internet qui sont à l'origine de cet essor, les autres supports électroniques plus anciens (EDI et minitel) ne progressant plus. Environ 31 % des entreprises françaises utilisent l'internet pour des achats en ligne, soit cinq ou sept fois plus que pour le minitel ou l'EDI.

La plus forte progression des achats *via* l'internet concerne surtout le secteur de l'industrie, où quatre entreprises sur dix déclarent fin 2002 avoir effectué des achats sur la Toile. À cet égard, les entreprises des secteurs de l'édition, de l'automobile et de la chimie sont en pointe.

Dans les services, près d'un tiers des entreprises achètent sur la Toile. Mais cette proportion double quasiment dans le domaine des services liés aux TIC. En revanche, dans le commerce, moins du quart des entreprises ont effectué des achats *via* l'internet, un peu plus dans le commerce de gros.

Environ 5 % des entreprises utilisent l'EDI pour acheter des produits en ligne. Ce taux moyen est nettement dépassé dans le commerce de détail, où plus d'une entreprise sur dix y a eu recours en 2002. Enfin, 7 % des entreprises achètent via le minitel, surtout dans le commerce, voire les services.

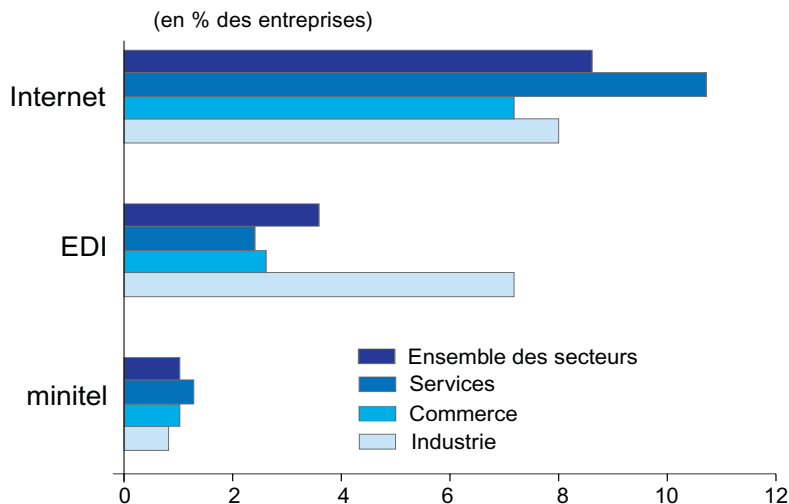
Si les achats *via* l'internet sont en plein développement, ils ne représentent qu'une part limitée (3,7 %) des achats globaux. Le taux est plus fort pour les entreprises des services informatiques, l'industrie des composants électriques et électroniques et dans la chimie.

Le montant des achats effectués par l'EDI reste largement prédominant parmi les achats électroniques ; il représente 12 % des achats globaux. Cette part est plus élevée encore dans le commerce de détail et surtout dans le secteur des transports (automobile et aéronautique).

■ Une entreprise sur douze vend des produits *via* l'internet

12 % des entreprises vendent des biens ou services via un réseau électronique (EDI, minitel et internet). La taille des entreprises joue un rôle majeur. Plus d'un tiers des grandes entreprises (250 salariés

Ventes en ligne (Internet, EDI, minitel) par secteur



Champ : entreprises industrielles de 20 salariés et plus ; entreprises du commerce et des services de 10 salariés et plus

Sources : Sessi, Scees et Insee, enquête TIC et commerce électronique fin 2002

et plus) vendent en ligne. Cela est dû en grande partie à l'importance de l'EDI comme support de vente pour 18 % des grandes entreprises, contre 3 % pour les PME.

Dans l'industrie, les entreprises des secteurs de l'habillement, de l'édition, des IAA et de la chimie-caoutchouc sont en avance pour la vente électronique. Dans le commerce, les entreprises sont un peu moins nombreuses que dans l'industrie à vendre en ligne. Alors que les ventes effectuées via l'EDI ou le minitel stagnent, voire régressent, les ventes via l'internet concernent 9 % des entreprises à la fin 2002, contre 8 % en 2001. Une grande entreprise sur cinq a franchi le pas.

Les ventes via l'internet sont plus fréquentes, notamment dans les services, en particulier l'hôtellerie et la restauration (30 %), ainsi que les services opérationnels (17 %) (location, nettoyage, sécurité, personnel, etc.). Dans l'industrie, les ventes via l'internet concernent désormais un plus grand nombre d'entreprises (8 %) que les ventes par l'EDI, et cela pour la première fois en 2002.

Cependant, le poids économique des ventes effectuées *via* l'internet reste marginal, environ 1,8 % du chiffre d'affaires. Les services se situent légèrement au-dessus de la moyenne. La production de combustibles et carburants, les services opérationnels, l'hôtellerie et la restauration, la construction aéronautique et la chimie sont les secteurs les plus en pointe.

Au total, l'essentiel du montant des ventes électroniques passe encore par l'EDI, qui réalise 11 % du chiffre d'affaires global.

Cela est dû à l'importance de l'EDI dans la construction automobile, l'édition-imprimerie, l'industrie des composants électriques et électroniques et la production des combustibles et carburants.

Dans les services, les ventes par l'internet ont pris le pas, alors que dans le commerce l'EDI prédomine toujours.

■ Raymond HEITZMANN Guillaume LEFORESTIER

À lire

- HEITZMANN (Raymond) et DAYAN (Martine) : « Le tableau de bord du commerce électronique » sur le site de la Mission pour l'économie numérique.

www.men.minifi.gouv.fr et sur le site www.industrie.gouv.fr/sessi/



Directeur de la publication
Yves Robin

Rédaction en chef
Alain Chauvet - Marie-Jeanne Dupont

Secrétaire de rédaction
Alain Bentolila

Composition par P A O
Brigitte Baroin

Abonnement : 40 €
(12 n° au minimum) - par fax au 01 41 63 58 59

Sessi, service de la Direction générale de l'information et des postes (DIGITIP)

<http://www.industrie.gouv.fr/sessi>
N° ISSN : 1241-1515