

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE L'EMPLOI

*Les TIC et le commerce électronique
entreprises-ménages*

en quelques chiffres

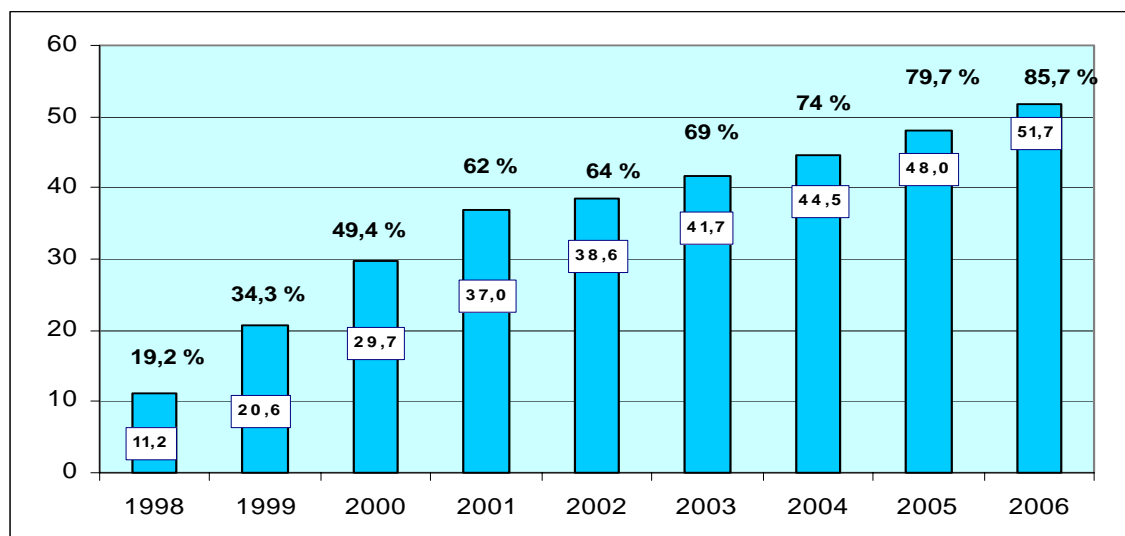
Édition 2007 / 2008

*Service des études et des statistiques industrielles
www.industrie.gouv.fr/sessi*

A - Équipement des ménages et particuliers

Téléphone mobile en France

en millions et taux de pénétration de la population

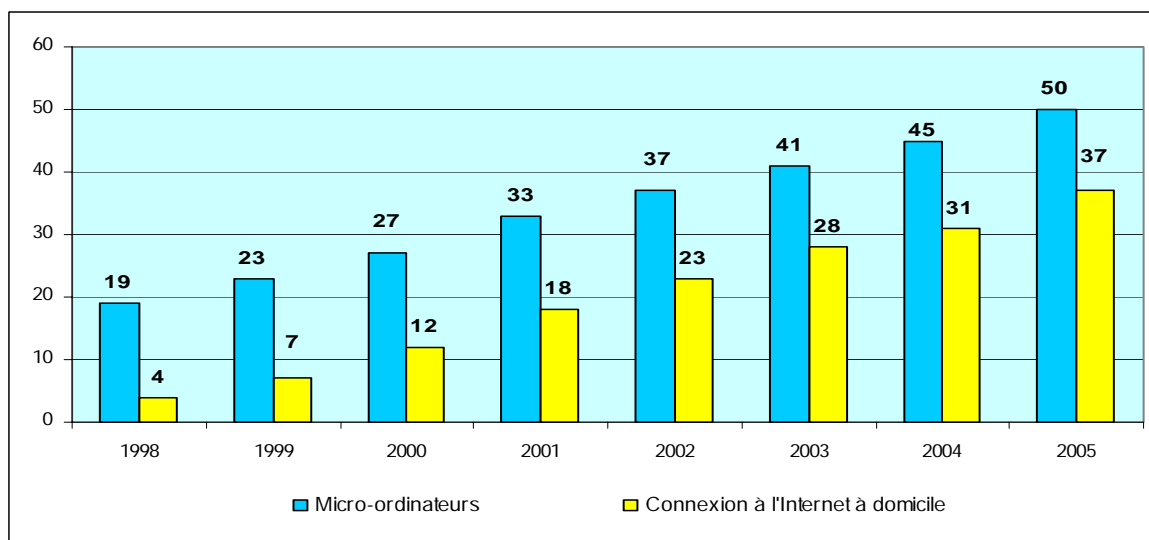


Source : ARCEP - Observatoire des mobiles – janvier 2007

Fin 2006, les services de téléphonie mobile comptent 52 millions de clients, soit 86 % de la population française. L'équipement en téléphone mobile devrait encore progresser. Grâce à la téléphonie troisième génération, le mobile permet d'accéder à l'internet à haut débit et donne la possibilité de transmettre davantage d'informations. En plus de ces différentes fonctions (TV, vidéo, téléchargement de musique et de films, etc...), le téléphone mobile pourrait bientôt être utilisé comme moyen de paiement, notamment pour des petits achats.

Micro-ordinateurs et connexion à l'internet à domicile

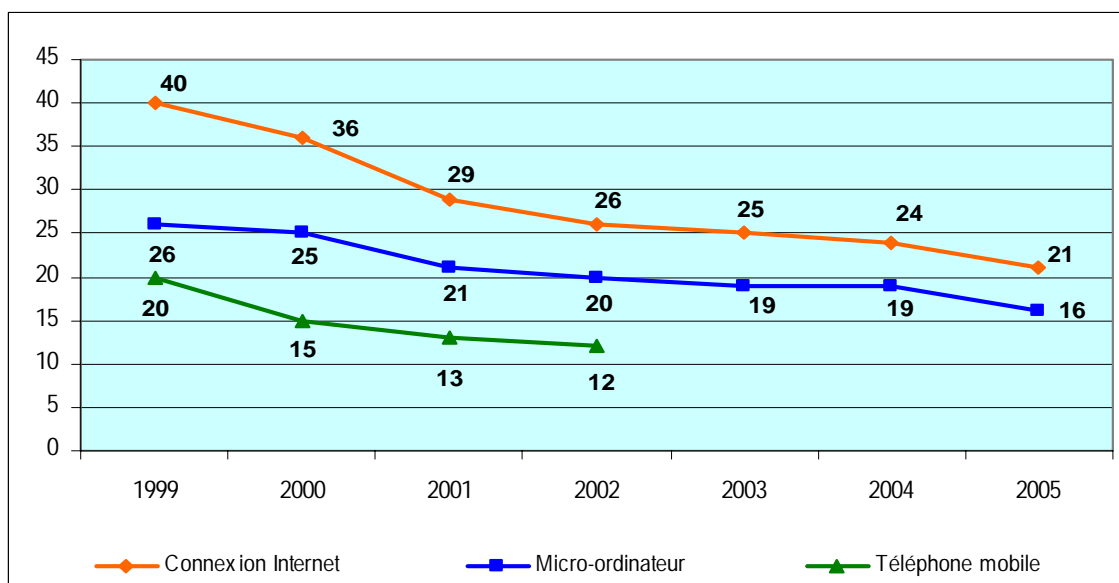
en % des ménages



Source : Insee – Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Fin 2005, plus d'un foyer sur deux est équipé en micro-ordinateur (50,4 %). Les ménages dont la personne de référence est âgée de moins de 30 ans et jusqu'à 49 ans sont les mieux équipés. De plus, la présence de jeunes (12 à 17 ans) au sein du foyer augmente nettement le taux d'équipement au niveau des ménages. Les cadres et les professions libérales sont les mieux équipés. Par ailleurs, 37 % des ménages sont connectés à l'internet à la fin 2005.

Réduction de la fracture numérique : indice d'inégalité



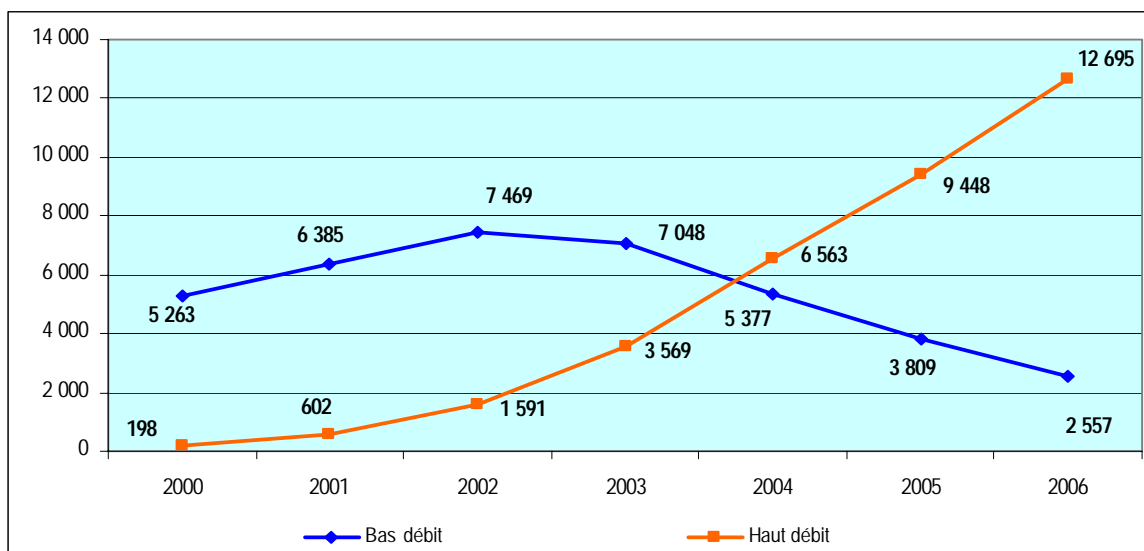
Source : Crédoc - Enquêtes sur les conditions de vie et aspirations des Français – publication novembre 2005

Selon le Crédoc, les inégalités, mesurées par l'évolution du coefficient de Gini*, diminuent progressivement entre 1999 et 2005. Pour le micro-ordinateur, les inégalités baissent lentement et sont équivalentes aux différences générales de revenus prévalant en France.

* Un coefficient de Gini est calculé pour chaque critère (âge, revenu, diplôme, PCS et taille d'agglomération), une moyenne est ensuite calculée sur l'ensemble des critères. Le coefficient de Gini tend vers 0 lorsque la répartition est égalitaire entre chaque groupe ; il tend vers 100 lorsque la répartition est complètement inégalitaire (un seul groupe détient l'ensemble d'un bien).

Nombre d'abonnements à l'internet, bas débit et haut débit

en milliers de connexions



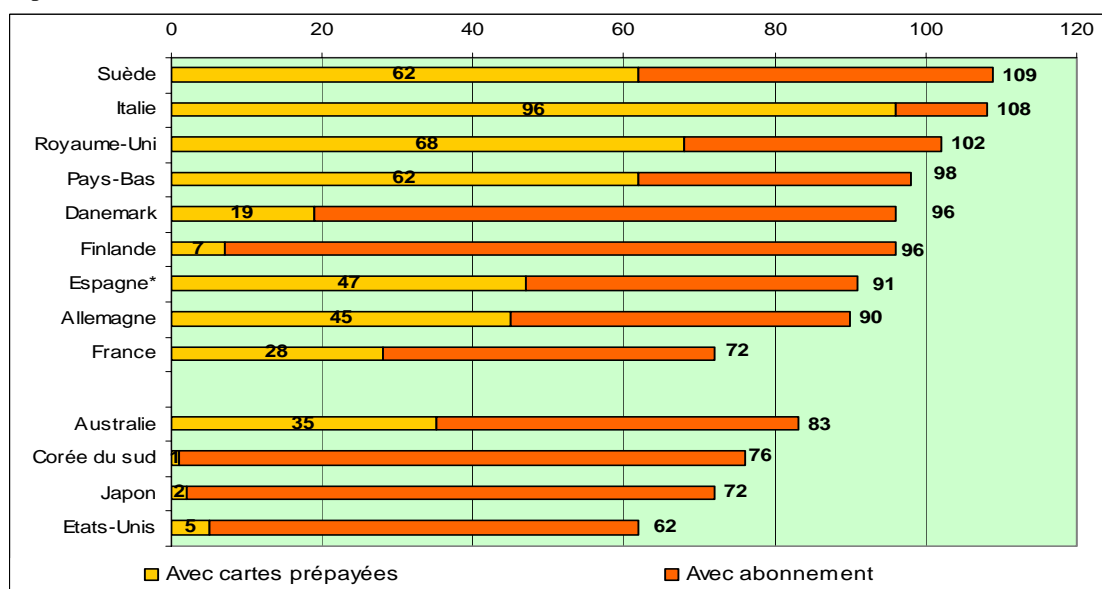
Source : ARCEP- Observatoire des marchés de l'internet – publication avril 2007

Fin 2006, l'internet à haut débit rassemble cinq fois plus d'abonnements que le bas débit selon l'ARCEP. La connexion haut débit ADSL demeure prépondérante avec 12 millions d'abonnés alors que le haut débit par le câble concerne seulement 650 000 abonnés.

Comparaison internationale

Téléphone mobile à l'étranger par pays

abonnés pour 100 habitants

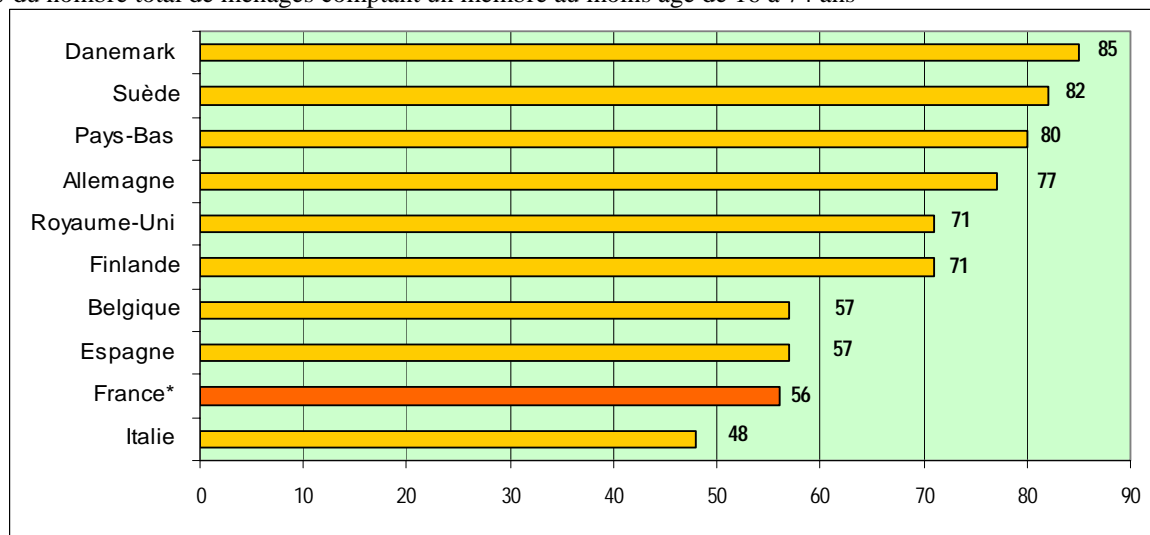


Source : OCDE – ICT Key Indicators – 2005, chiffre de l'année 2004 (*Espagne : estimation).

Fin 2004, trois pays, la Suède, l'Italie et le Royaume-Uni se détachent très nettement des pays de l'Europe, avec un taux d'équipement en téléphones mobiles supérieur à 100 %. Deux options sont utilisées pour la commercialisation du téléphone mobile : les cartes prépayées ou l'abonnement. L'Italie a une majorité de clients du téléphone mobile avec cartes prépayées, en revanche, la Finlande et le Danemark font plus usage de l'abonnement.

Micro-ordinateurs à domicile, par pays

en % du nombre total de ménages comptant un membre au moins âgé de 16 à 74 ans

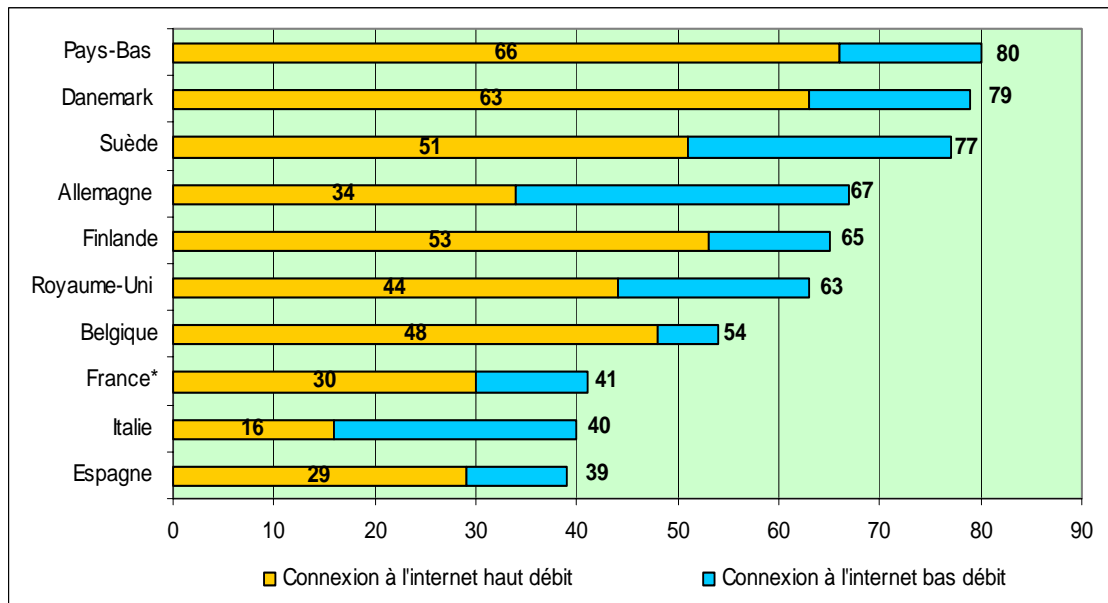


Source : Eurostat - Enquêtes communautaires sur l'utilisation des TIC – début 2006 (* France : enquête fin 2005)

Le taux d'équipement en micro-ordinateurs des pays de l'Europe du Nord est parmi le plus élevé dans le monde. La France, avec 56 % des ménages (comptant un membre au moins âgé de 16 à 74 ans) se situe toujours en deçà de la moyenne de l'UE 15 (64 %). La présence d'enfants dans le ménage est un facteur déterminant pour l'accès aux TIC : dans l'UE 25, 81 % des ménages avec enfants à charge sont équipés d'un micro-ordinateur à domicile, contre 55 % des ménages sans enfants.

Connexion à l'internet et à l'internet haut débit, par pays

en % du nombre total de ménages comptant un membre au moins âgé de 16 à 74 ans

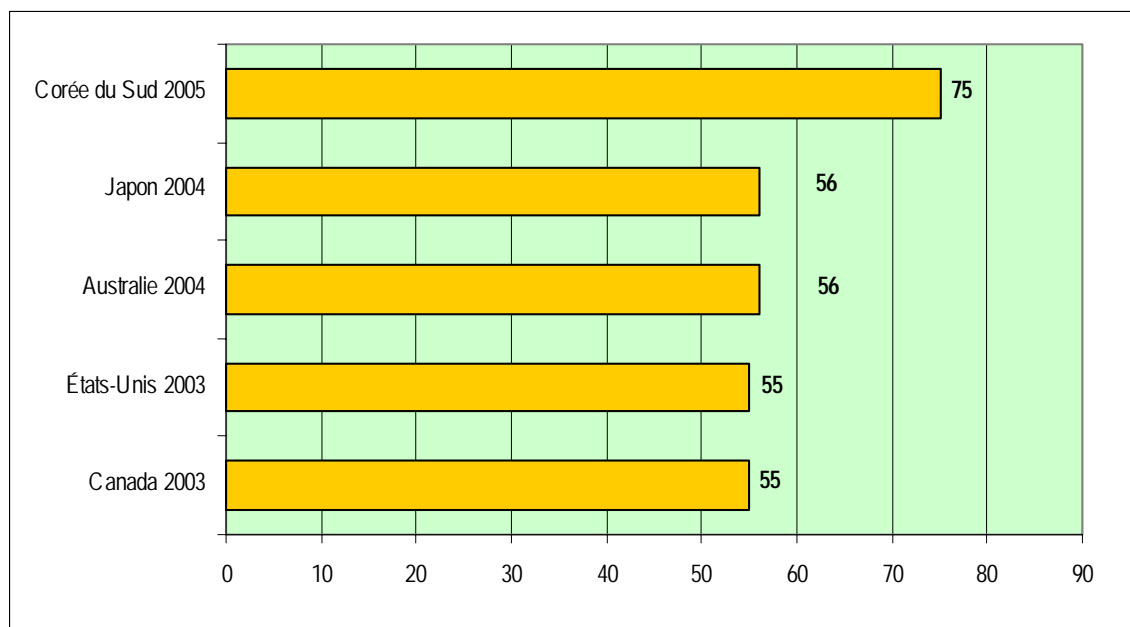


Source : Eurostat - Enquêtes communautaires sur l'utilisation des TIC – début 2006 (* France : enquête fin 2005)

Les pays de l'Europe du Nord se distinguent par un fort taux d'équipement des ménages à l'internet. Parmi les ménages comptant un membre au moins âgé de 16 à 74 ans, quatre sur cinq sont équipés à l'internet aux Pays-Bas et au Danemark, avec plus de 60 % des ménages à l'internet haut débit. La France, avec 30 % des ménages équipés à l'internet haut débit, se rapproche lentement de l'UE 15 en 2006 (34 %)

Connexion à l'internet, par pays extra-européens,

en % du nombre total des ménages

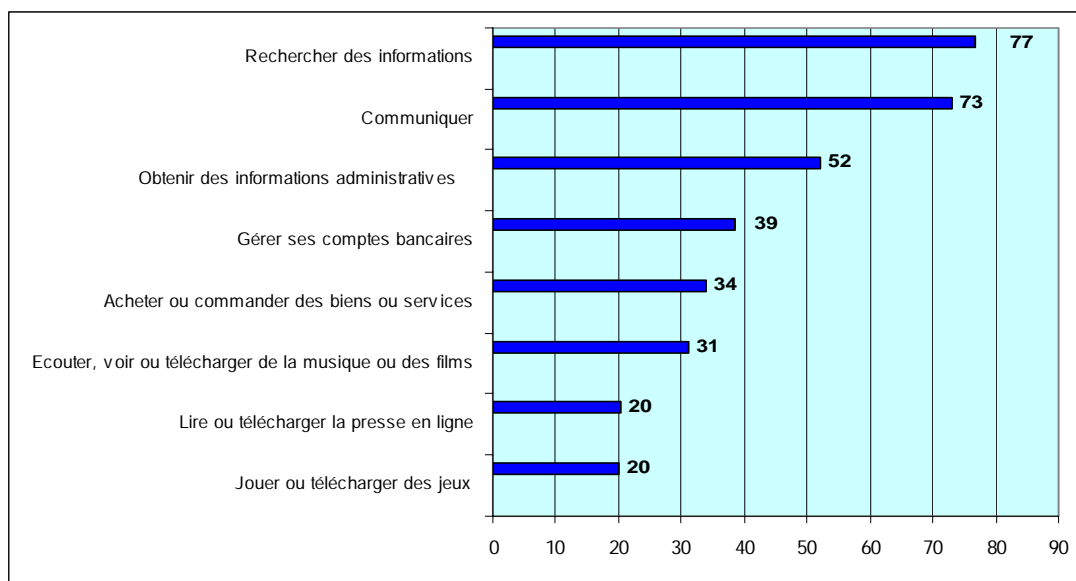


Source : OCDE, Key ICT indicators (database) – mars 2006

Fin 2005, la Corée du Sud atteint 75 % des ménages équipés à l'internet via un micro-ordinateur, voire 86 % si l'on inclut les accès à l'internet par un téléphone mobile. Bien que les données soient déjà anciennes, les autres pays ont des taux d'équipement inférieurs aux pays de l'Europe du Nord.

Principaux types d'utilisation de l'internet

en % des internautes



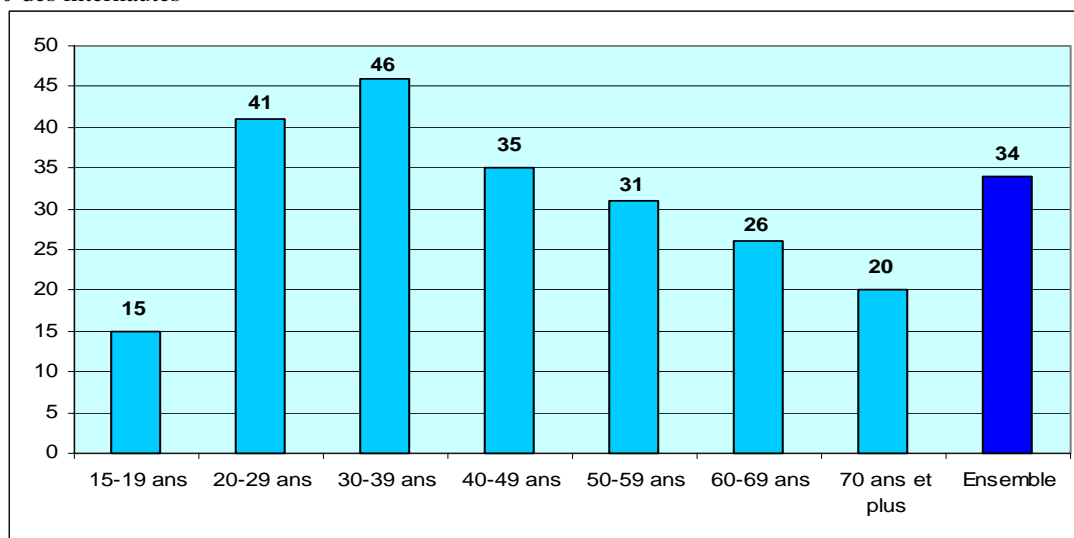
Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Pour les internautes, la recherche d'information et la communication restent les principales utilisations de l'internet. La moitié des internautes ont déjà demandé des informations administratives et 39 % d'entre eux gèrent leurs comptes bancaires. En revanche, seulement un tiers achètent ou commandent des biens/services sur internet.

Achats des particuliers via l'internet

Internautes ayant effectué des achats en ligne par tranche d'âge au cours du dernier mois

en % des internautes

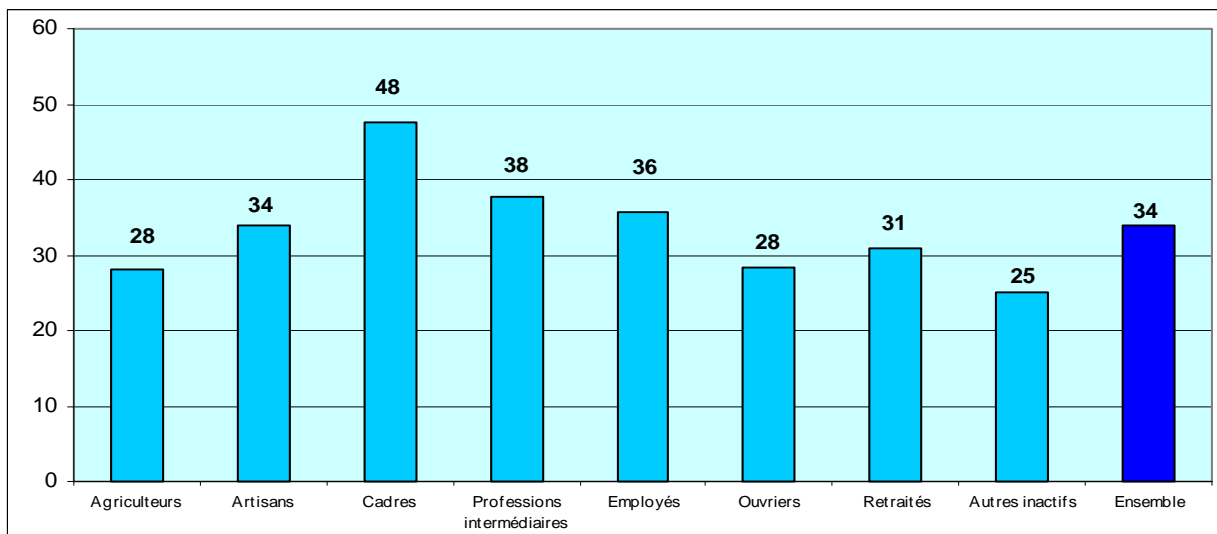


Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Plus de trois internautes sur dix ont acheté pour leur usage privé des produits ou des services via l'internet. Cela représentait 7,8 millions d'internautes. La propension à acheter en ligne varie avec l'âge : les 30-39 ans sont les plus concernés (46 %), suivis des 20-29 ans (41 %) ; viennent ensuite les 40-49 ans qui se situent dans la moyenne. Certainement à cause d'un manque d'autonomie financière, les 15-19 ans sont un peu acheteurs sur l'internet.

Internautes ayant effectué des achats en ligne par catégorie socioprofessionnelle, au cours du dernier mois

en % des internautes

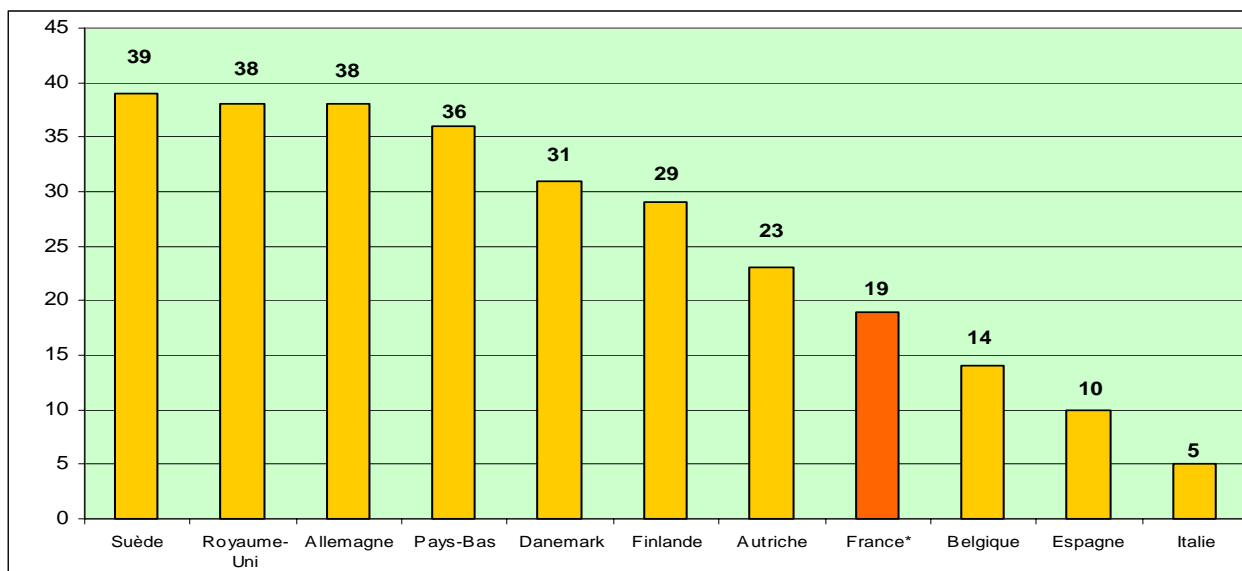


Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Surfer sur la Toile permet d'obtenir une meilleure information sur les produits, sur leurs caractéristiques et leurs prix, ce qui explique le développement des achats en ligne. Les cadres se distinguent par leur dynamisme en termes d'achats (48 % de cyberacheteurs) Les professions intermédiaires et les employés suivent, avec respectivement 38 % et 36 %. Les catégories socioprofessionnelles qui recourent le moins au commerce électronique restent les agriculteurs et les inactifs.

Particuliers ayant effectué des achats sur internet pour leur usage personnel, au cours des trois derniers mois

en % du nombre total d'individus



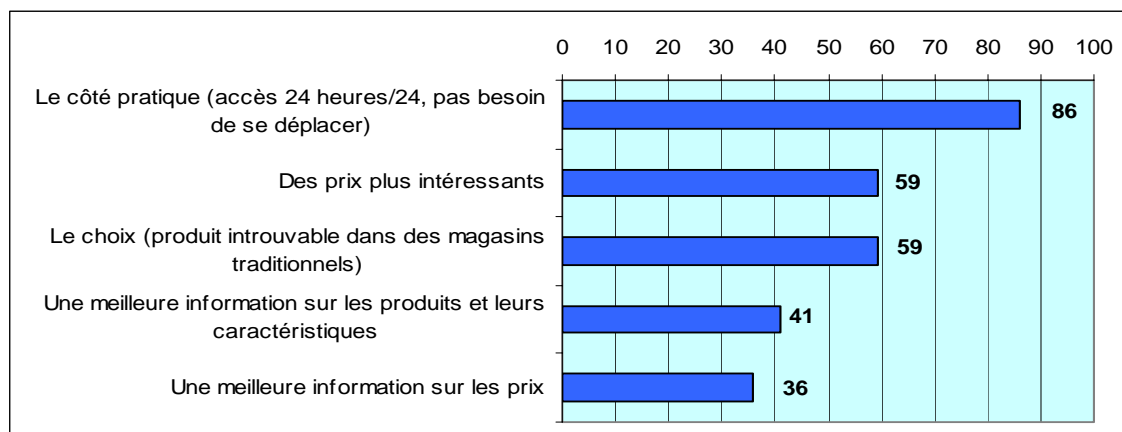
Source : Eurostat - Enquêtes communautaires sur l'utilisation des TIC – début 2006 (*France : Enquête fin 2005)

Début 2006, la moyenne européenne représente 23 % de particuliers qui ont commandé des biens ou des services sur Internet. Les Français sont 19 % à avoir effectué des achats, ce qui les situe loin derrière les Suédois (39 %), les Britanniques (38 %), les Allemands (38 %) et les Néerlandais (36 %). Ils précèdent cependant les Espagnols (10 %) et les Italiens (5 %). Les achats en ligne progressent fortement en Allemagne et aux Pays-Bas.

Le choix de l'internet comme canal commercial

Les raisons pour lesquelles vous avez choisi d'effectuer vos achats sur Internet plutôt que le commerce traditionnel

en % des acheteurs en ligne



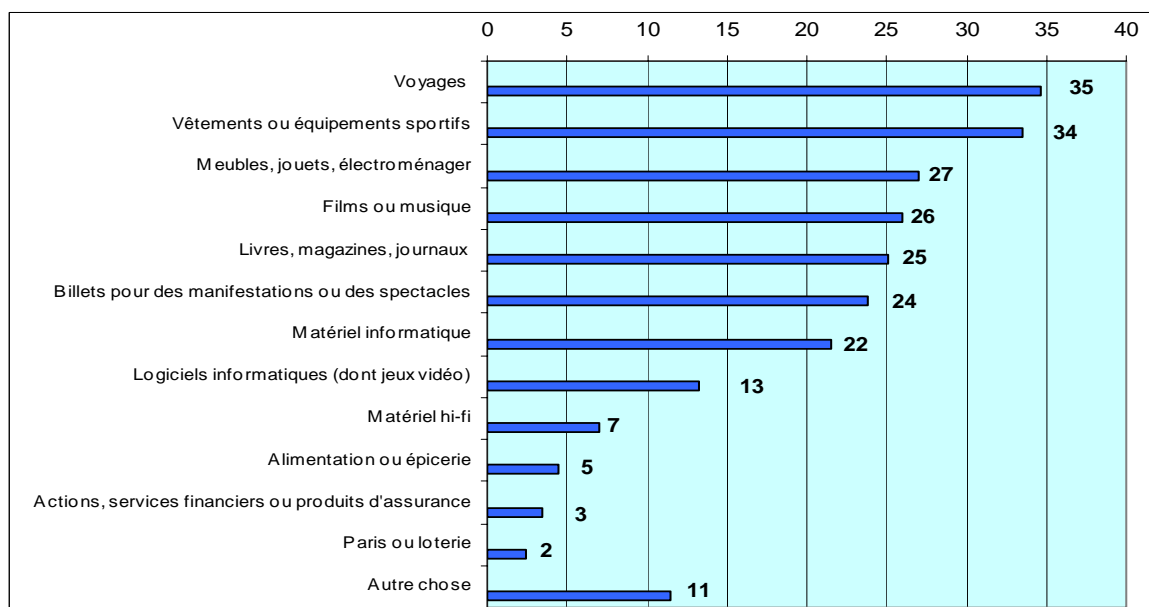
Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Le côté pratique de l'internet, lié à l'absence de déplacement et à l'accessibilité 24 h sur 24, constitue la raison essentielle de ce choix comme canal d'achat. Près de neuf acheteurs en ligne sur dix soulignent cet avantage en gain de temps. Des raisons commerciales viennent ensuite, qui sont liées soit à des prix plus intéressants soit à la richesse de l'offre sur la Toile (59 %). Par ailleurs, rechercher le bien ou le service le plus adapté à ses besoins et au meilleur prix est souvent plus aisé *via* l'internet qu'en ayant recours aux magasins traditionnels. 41 % des acheteurs citent une meilleure information sur les caractéristiques des produits.

Les principaux achats effectués via internet

Biens et services les plus achetés sur Internet pour un usage privé, au cours des 12 derniers mois

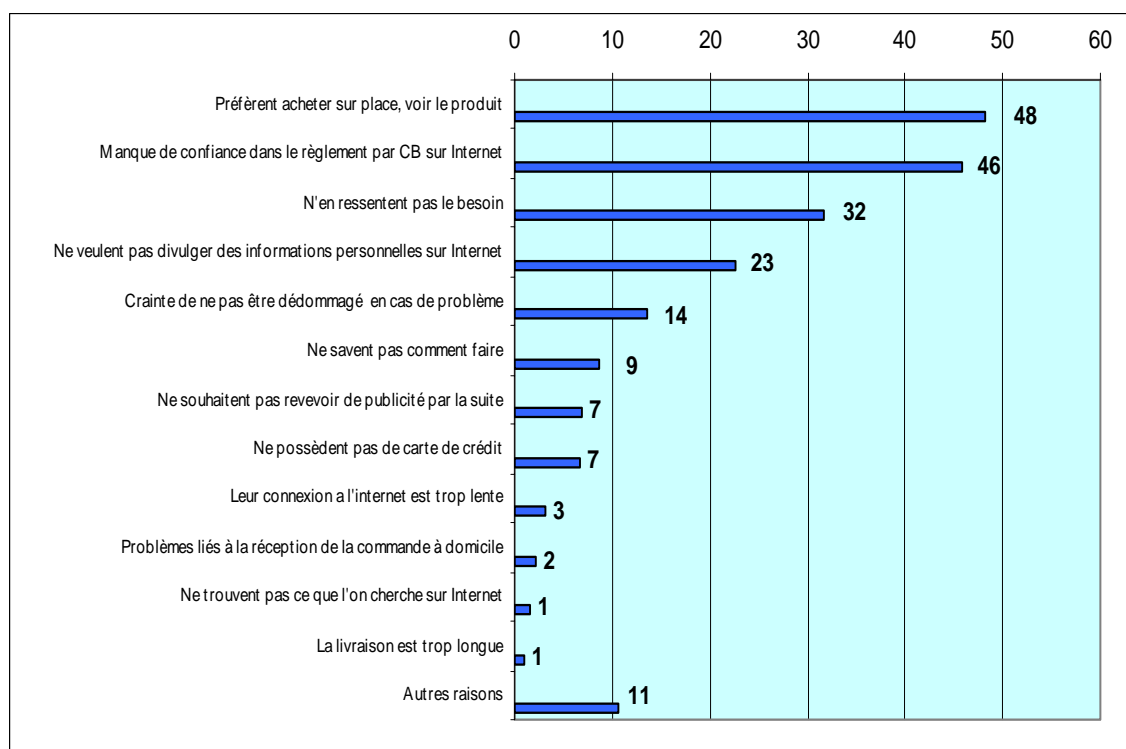
en % des acheteurs en ligne



Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Problèmes rencontrés sur internet

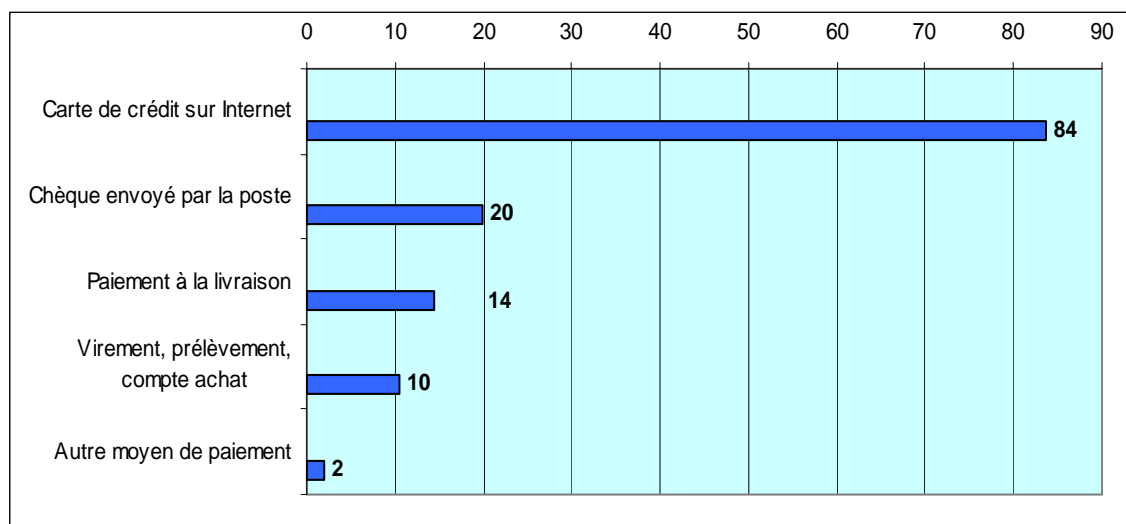
Les raisons pour lesquelles les internautes n'ont pas effectué d'achat sur Internet en % des internautes n'ayant pas fait d'achat



Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Les différents modes de paiement utilisés pour les achats des biens ou services sur internet

en % des acheteurs en ligne



Source : Insee - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication (EPCV) – fin 2005

Bien que 36 % des acheteurs en ligne restent méfiants sur la sécurité des paiements par Internet, le paiement des achats par carte bleue est le plus utilisé et aussi le plus pratique (84 %). De plus, les craintes liées à ce mode de paiement diminuent progressivement chaque année. Le chèque envoyé par la poste ne représente qu'un cinquième des paiements. Le virement, le prélèvement et le compte achat sont encore plus rares.

B - Équipement en TIC des entreprises

<i>En % des entreprises en 2006</i>	<i>Industrie manufacturière</i>	<i>Services aux entreprises</i>	<i>Ensemble des entreprises</i>
Technologie de l'information			
Micro-ordinateurs	99	99	98
Réseau local d'entreprise (LAN)	53	64	52
EDI (échange de données informatisées)	30	37	31
Internet	96	97	94
Site sur la Toile (en propre)	65	69	61
Intranet	35	54	40
Extranet	18	31	21
Progiciel de gestion intégré (ERP de type SAP)	24	18	17
Outil de travail collaboratif (groupware, PDM)	12	23	12
Entrepôt de données, outil d'analyse des données	38	38	36
Outil de gestion des procédures de travail (workflow)	10	10	7
Logiciel de gestion de la relation client (CRM)	9	14	11

Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE
Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus.

Les outils électroniques de base (micro-ordinateurs, connexion à Internet) se généralisent dans toutes les entreprises. Au-delà, les entreprises adoptent de nouveaux outils électroniques pour faciliter la communication interne (intranet) et mieux coordonner leurs processus internes (progiciel ERP). Enfin, pour améliorer leurs relations commerciales (clients et fournisseurs), les entreprises développent leur présence sur la Toile ou mettent en place des réseaux extranet.

Réseau local d'entreprise (LAN) : réseau spécifique installé dans une zone réduite (bâtiment ou site).

Échange de données informatisées (EDI) : technique remplaçant les échanges de documents (commandes, factures, bons de livraison, etc.) et le paiement entre entreprises par des échanges entre ordinateurs, connectés par liaisons spécialisées ou un réseau (privatif) à valeur ajoutée (RVA). Les données sont structurées selon des normes techniques de référence (ex : *Edifact, Etebac*).

Site sur la Toile : permet aux entreprises de manifester leur présence sur la Toile. Cet outil peut être utilisé pour faire connaître l'entreprise, pour présenter le catalogue de produits et de prix, pour faire de la mercatique ou du commerce électronique.

Réseau intranet : utilisation locale d'internet, au moyen de navigateurs Web, accessible seulement à l'intérieur d'une entité organisationnelle. En décroissant ainsi les savoirs et en rapprochant les compétences, le réseau intranet est appelé à devenir le support de la gestion des connaissances dans l'entreprise.

Réseau extranet : extension d'un intranet, avec consultation en accès sécurisé réservée à certaines catégories d'intervenants externes, en général les clients ou les fournisseurs de l'entreprise. Permet d'optimiser les échanges avec leurs fournisseurs ou sous-traitants. C'est en quelque sorte « l'intranet de l'entreprise étendue ».

Progiciel de gestion intégré : (PGI) ou *Enterprise Resources Planning (ERP)* : progiciel qui permet de gérer les processus d'une entreprise et de partager les informations entre les métiers par le biais d'une base de données unique. Les PGI sont divisés en modules qui correspondent à des fonctions de l'entreprise (SAP, Oracle, etc.)

Équipement en TIC, par secteur et par taille d'entreprise

<i>En % des entreprises en 2006</i>	<i>Réseau local</i>	<i>EDI et autres liaisons informatiques</i>	<i>Site sur la Toile</i>	<i>Réseau Intranet</i>	<i>Réseau Extranet</i>
Industrie :					
G1 Combustibles, carburants	88	57	90	90	73
G2 Eau, gaz, électricité	89	32	84	79	46
C3 Pharmacie, parfumerie, reproduction	86	63	67	53	29
D0 Industrie automobile	73	44	78	62	38
F6 Composants électroniques et électroniques	81	39	73	63	31
E1 Navale, aéronautique, ferroviaire	64	40	84	48	33
F4 Chimie, caoutchouc, plastiques	68	40	78	51	25
E3 Équipements électriques et électroniques	66	23	77	54	28
C2 Édition, imprimerie, cuir	59	27	64	35	24
E2 Equipements mécaniques	60	24	66	31	15
F1 Produits minéraux	48	28	63	34	19
C4 Équipement du foyer	42	30	64	34	17
F5 Métallurgie, transformation des métaux	52	29	65	29	12
F3 Bois, papier	46	29	66	30	15
F2 Textile	50	30	52	29	16
BO Industrie agroalimentaire	31	30	63	27	14
C1 Habillement, cuir	39	28	35	23	18
Quelques autres secteurs :					
J1 Commerce et réparation automobile	59	39	66	61	46
N2 Conseils et assistance	70	41	73	63	37
P1 Hôtels et restaurants	33	17	65	23	14
Ensemble des entreprises	52	31	61	40	21
Par taille des entreprises :					
- de 10 à 19 salariés	40	20	53	27	15
- de 20 à 49 salariés	57	34	64	43	22
- de 50 à 249 salariés	76	53	77	68	35
- de 250 salariés et plus	88	72	92	86	53

Les secteurs industriels sont classés par ordre décroissant d'équipement en TIC, l'ordre étant calculé sur la moyenne des taux d'équipement des différentes technologies.

Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus.

Workflow : (logiciel de gestion électronique des processus) : technologie logicielle ayant pour objectif l'amélioration de l'efficacité des processus internes d'une entreprise. Cela implique la modélisation des procédures de travail avec la prise en compte des acteurs, des tâches et des documents.

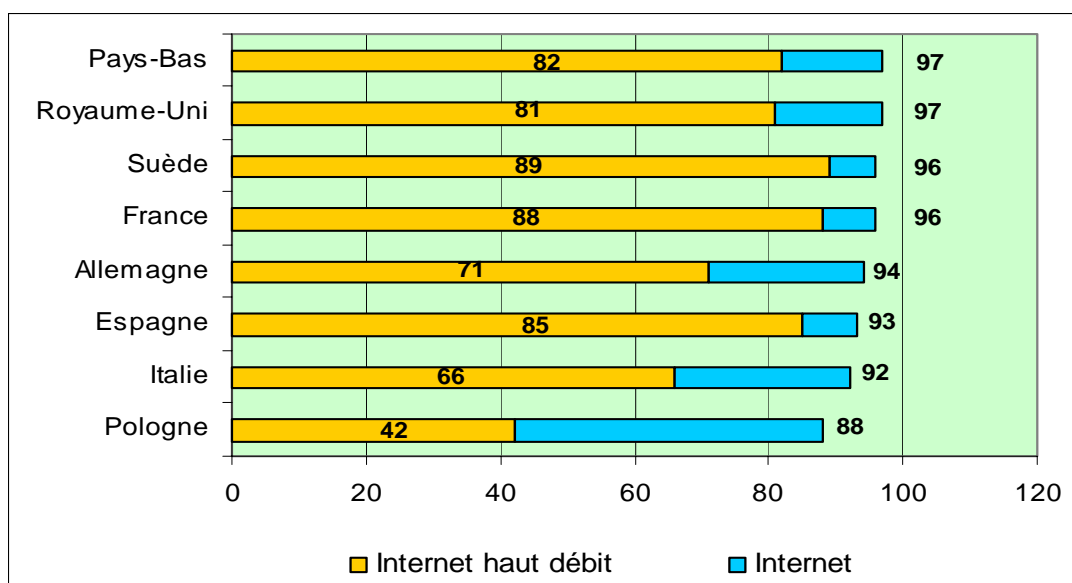
Groupware : outil de travail collaboratif qui comporte des fonctions d'annuaire, d'agenda et d'applications partagées, permettant à des utilisateurs éloignés de travailler ensemble.

Datamining : Outil d'analyse exploratoire des données (*datamining*) système d'information indépendant de tout système de production, dont le rôle est de stocker des informations.

Progiciel de gestion des relations clients : « *Customer Relationship Management* » (CRM) : gère l'ensemble des relations client dans un même processus, en regroupant la gestion des campagnes de marketing, l'informatisation des forces de vente, le suivi de la relation client au quotidien, etc.

Comparaison européenne

Entreprises manufacturières ayant un accès internet et internet haut débit, en % des entreprises



Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006
Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

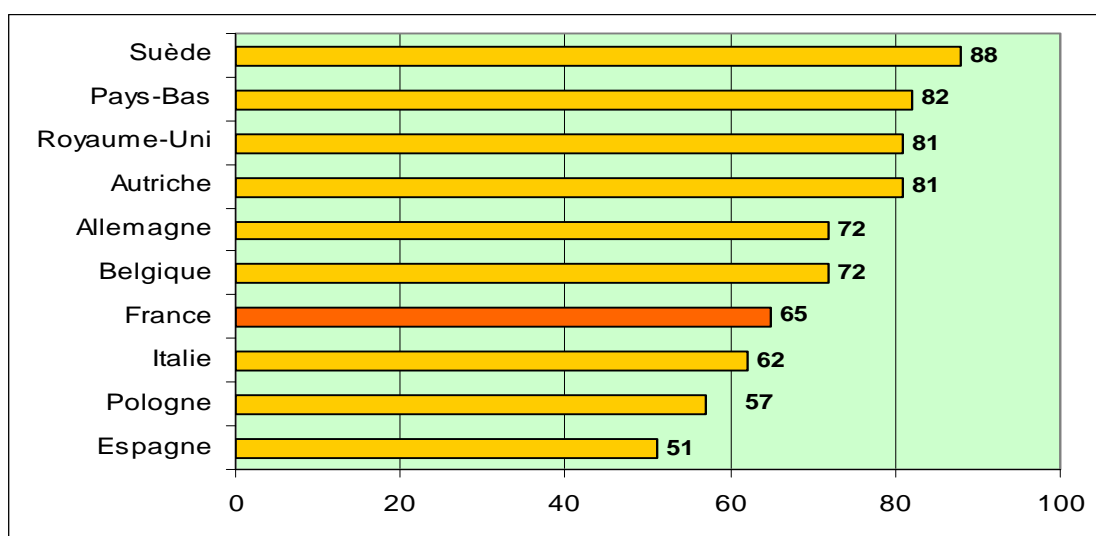
A partir des enquêtes communautaires sur les TIC, la Commission européenne a fait établir un « indice synthétique mesurant l'adoption et l'utilisation des TIC », qui met en évidence :

- le *leadership* de la Suède, de la Finlande et du Danemark en termes d'équipement en TIC ;
- celui du Danemark, de la Finlande, de l'Allemagne et des Pays-Bas en termes d'usage des TIC. Suivent plus loin l'Autriche et le Royaume-Uni.

D'une façon générale, les pays du sud de l'Europe apparaissent le plus souvent distancés par rapport aux pays du nord de l'Europe en termes d'équipement et d'usage des TIC.

Entreprises manufacturières ayant un site sur la Toile (Web)

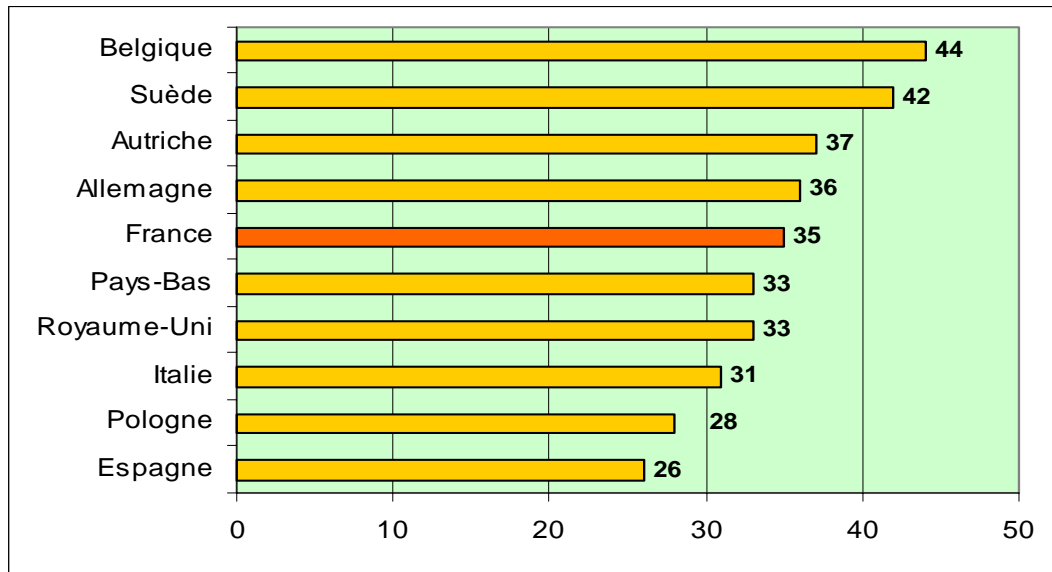
en % des entreprises



Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006
Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

Entreprises manufacturières utilisant l'intranet

en % des entreprises



Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

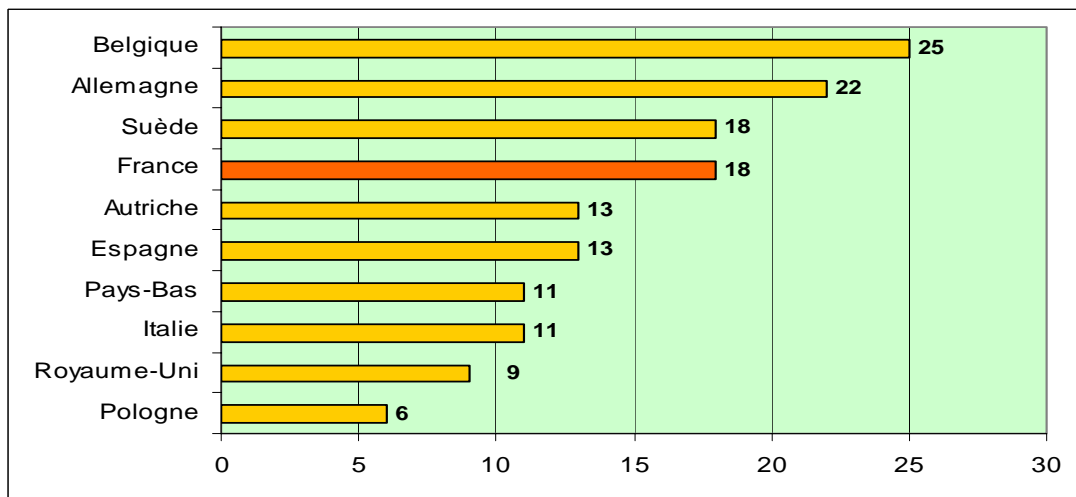
Selon la dernière enquête communautaire sur les TIC réalisée en 2006, la France progresse en termes de connectivité (accès à l'internet) et développe un certain nombre de points forts (connexion large bande, réseaux intranet et extranet).

Des points faibles subsistent :

- la présence sur la Toile via un site Web des entreprises, qui reste en dessous de la moyenne européenne, en particulier pour les PMI ;
- le nombre limité de réseaux locaux d'entreprises, condition indispensable au développement de l'informatique communicante.

Entreprises manufacturières utilisant l'extranet

en % des entreprises



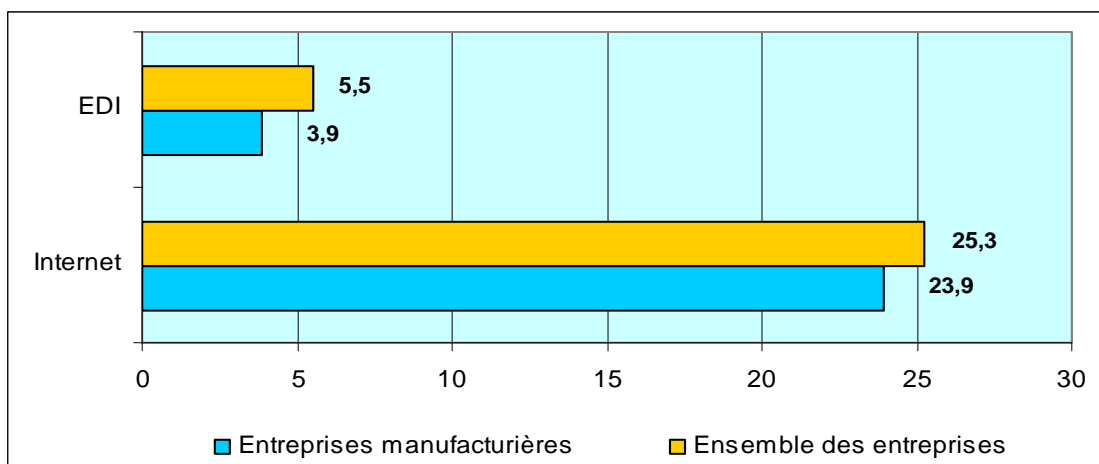
Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

Achats en ligne des entreprises

Achats en ligne selon le type de réseau utilisé (Internet, EDI)

en % des entreprises



Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus.

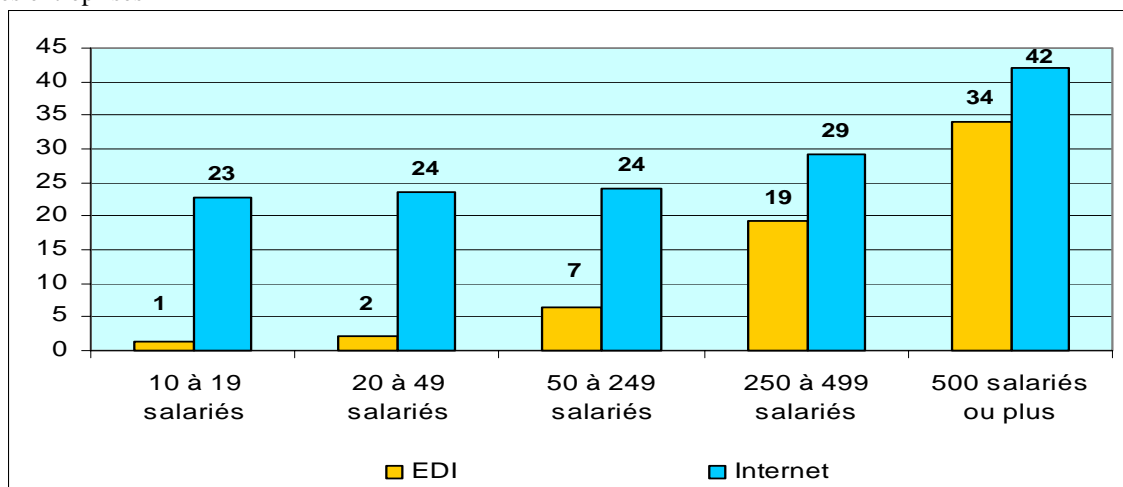
L'achat par un réseau électronique est plus répandu que la vente : 28 % des entreprises le pratique, 25,3 % déclarent acheter par l'internet et 5,5 % par l'EDI. Les proportions sont légèrement inférieures dans l'industrie manufacturière.

Les entreprises les plus enclines à acheter *via* l'internet appartiennent aux secteurs des activités informatiques (59 %), de l'énergie (52 %) et du commerce et de la réparation automobile (44 %). Dans l'industrie manufacturière, la part des entreprises procédant à des achats en ligne est la plus élevée dans le secteur des biens de consommation (29 %) ; en revanche seulement 12 % des entreprises des industries agroalimentaires achètent en ligne.

Les entreprises réalisant des achats par l'EDI, support électronique déjà ancien, sont minoritaires. Les entreprises du commerce de détail sont les plus nombreuses à pratiquer les achats *via* l'EDI (16 %) ; suivent les industries de la construction navale, aéronautique, ferroviaire pour 15 %, et le secteur de l'automobile pour 12 %.

Achats en ligne (Internet, EDI) selon la taille des entreprises manufacturières

en % des entreprises



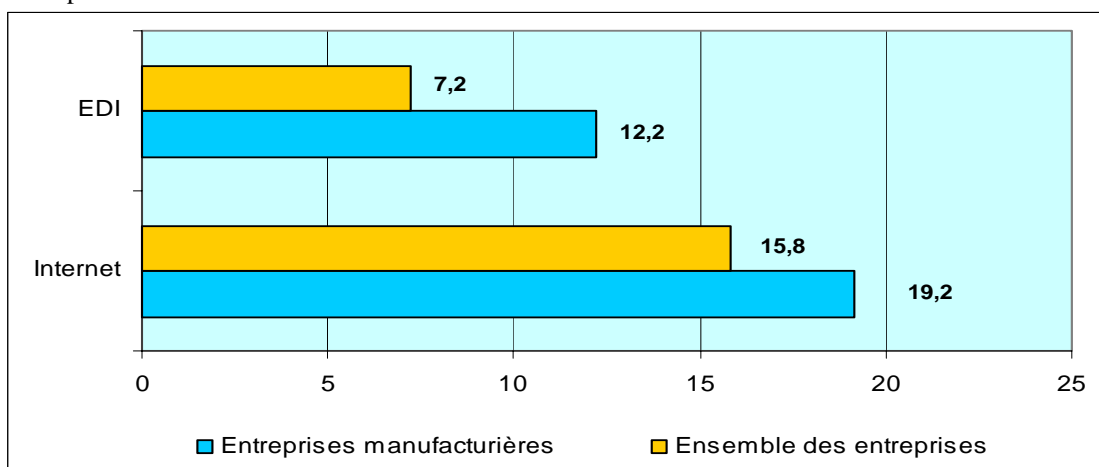
Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

Ventes en ligne des entreprises

Ventes en ligne selon le type de réseau utilisé (Internet, EDI)

en % des entreprises



Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus.

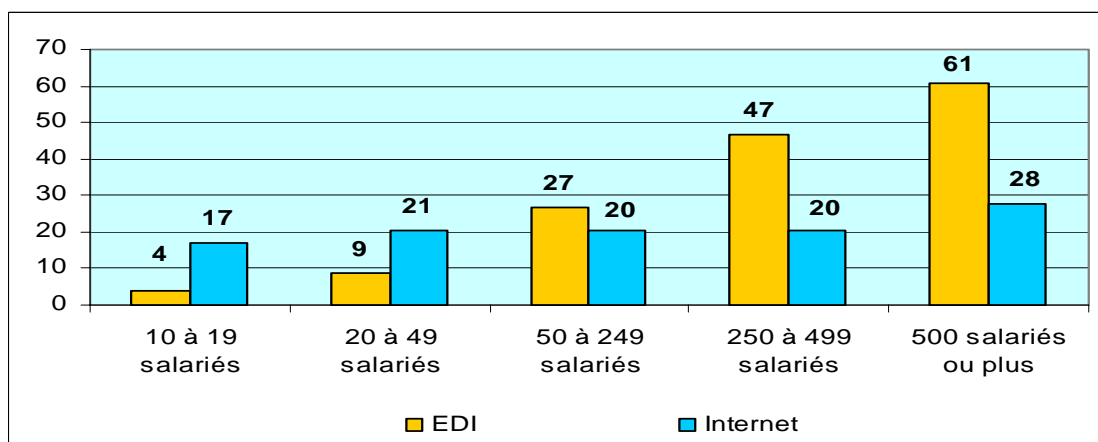
Début 2006, 21 % des entreprises de 10 salariés ou plus font du commerce électronique : 7 % vendent une partie de leurs produits ou de leurs services par EDI hors internet et 16 % par Internet, 2 % utilisant les deux technologies. Il s'agit soit de transactions interentreprises, soit de ventes aux particuliers (commerce, hôtels, etc...).

Dans le secteur de l'édition, imprimerie, reproduction, les entreprises sont les plus nombreuses à vendre en ligne (33 %). Un peu plus d'un quart des entreprises du textile (27 %) pratiquent la vente par internet, de même que celles des industries des combustibles, celles des équipements électriques et électroniques et les hôtels et restaurants (26 %). Suivent, les entreprises de commerce de gros intermédiaires (18 %) et du commerce et réparation automobile (17 %).

Les ventes par l'EDI sont notables dans le commerce de gros (15 % des entreprises), les transports et les postes et télécommunication (12 %). Dans l'industrie, la vente *via* l'EDI est importante dans la pharmacie (38 %), dans la construction automobile (23 %) ainsi que dans les industries agroalimentaires (19 %).

Ventes en ligne (Internet, EDI) selon la taille des entreprises manufacturières

en % des entreprises



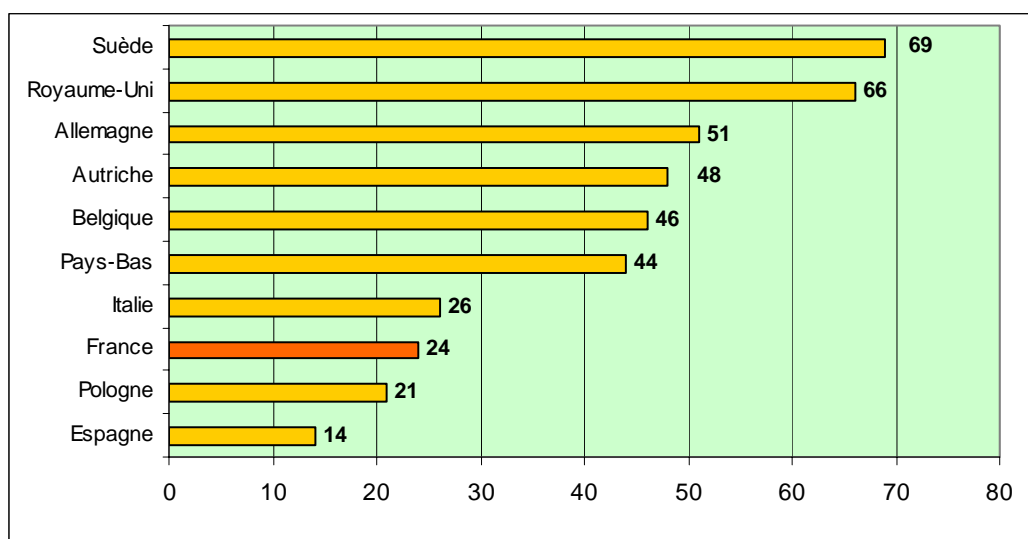
Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus.

Comparaison européenne

Achats en ligne *via* l'internet, par pays

en % des entreprises



Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

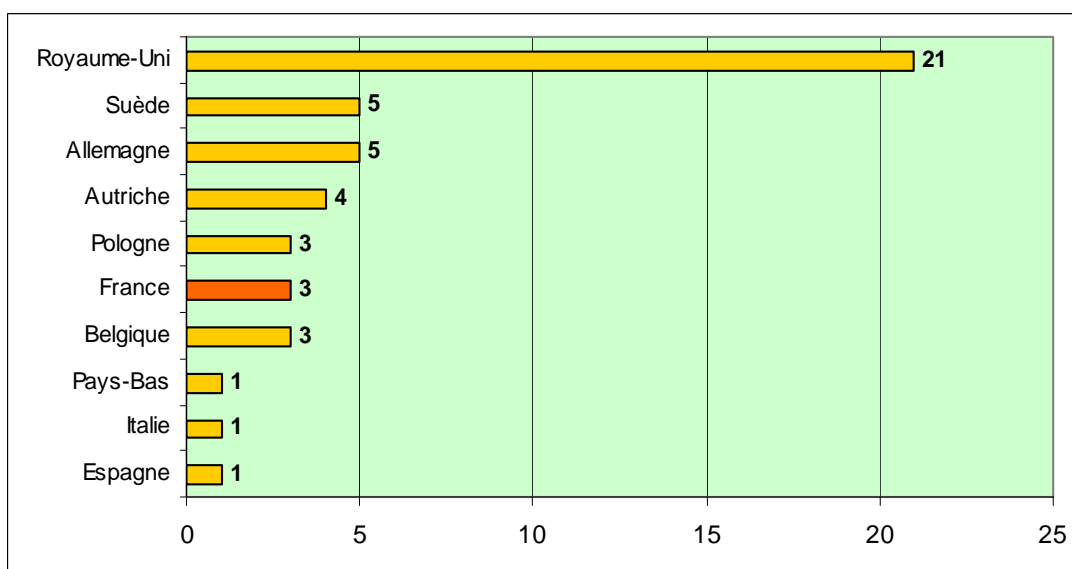
Dans la plupart des pays européens, la pratique des achats en ligne *via* l'internet se développe plus rapidement que la pratique des ventes *via* l'internet.

Les achats en ligne sont plus répandus dans le secteur des services, notamment pour les activités informatiques et connexes (56 %), les postes et télécommunications (36 %) tandis que le pourcentage global pour le secteur manufacturier s'élève à 24 %.

Le Royaume-Uni se situe largement en tête dans l'Union européenne, avec presque une entreprise sur cinq qui pratique des achats *via* l'EDI selon l'enquête communautaire sur les TIC.

Achats en ligne *via* l'EDI, par pays

en % des entreprises

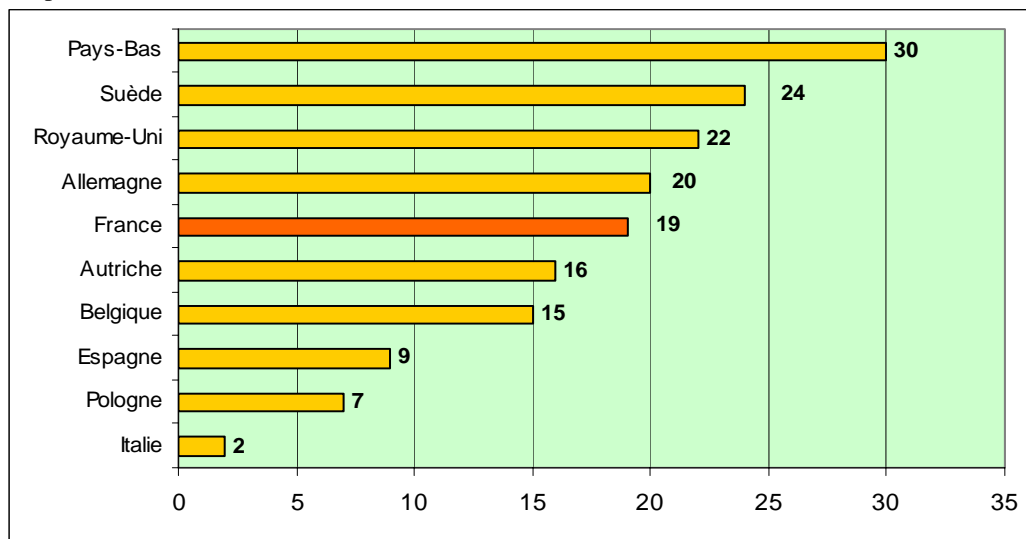


Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

Ventes en ligne *via* l'internet, par pays

en % des entreprises



Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

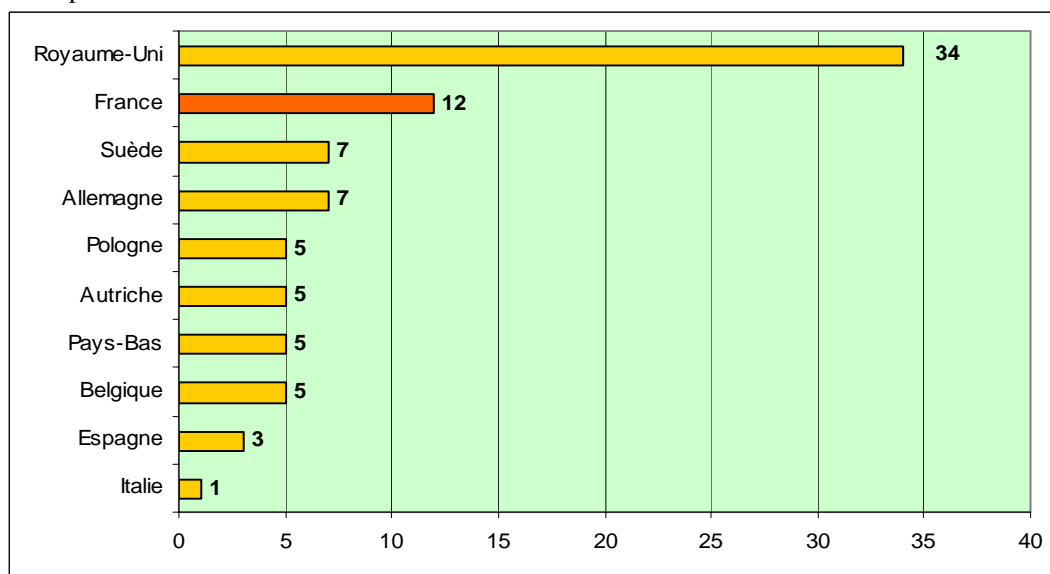
La conversion s'avère plus complexe pour la vente en ligne que pour les achats en ligne, dans la mesure où la vente peut exiger l'adoption par l'entreprise d'un nouveau modèle économique.

Les disparités de pénétration du commerce électronique sont toujours fortes en Europe début 2006, allant de 2 % pour les entreprises italiennes à 30 % pour celles du Royaume-Uni.

Le modèle commercial de la vente en ligne est le plus fréquemment utilisé par les hôtels et d'autres modes d'hébergement, plus d'un tiers des entreprises l'ayant adopté. Suivent ensuite les secteurs des activités informatiques et du commerce de gros.

Ventes en ligne *via* l'EDI, par pays

en % des entreprises



Source : Eurostat - enquêtes communautaires sur les TIC – début 2006

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus de l'industrie manufacturière (y compris les IAA, nc. énergie).

Importance en valeur du commerce électronique *via* l'internet

Achats <i>via</i> l'internet	En % des achats en 2005	Ventes <i>via</i> l'internet	En % du chiffre d'affaires en 2005
<i>Secteurs industriels</i>		<i>Secteurs industriels</i>	
Industrie des biens de consommation	6	Industrie des biens de consommation	8
Industries des biens d'équipement*	10	Industries des biens d'équipement*	5
Industries des biens intermédiaires	3	Industries des biens intermédiaires	3
Énergie	2	Énergie	8
Industries agricoles et alimentaires	4	Industries agricoles et alimentaires	2
<i>Quelques autres secteurs</i>		<i>Quelques autres secteurs</i>	
Activités informatiques	9	Activités informatiques	3
Commerce et réparation automobile	13	Commerce et réparation automobile	5
Postes et télécommunications	9	Postes et télécommunications	10
Commerce de gros, intermédiaires	3	Commerce de gros, intermédiaires	3
Ensemble des entreprises	5,3	Ensemble des entreprises	3,9

Source : Enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE

Champ : Entreprises de 10 salariés ou plus,

* biens d'équipement (y compris automobile).

Les achats en ligne

Sur l'année 2005, tous secteurs confondus excepté le secteur financier, les achats effectués *via* l'internet sont estimés à 5,3 % des achats globaux, ceux effectués par l'EDI à 15,9 % des achats globaux.

Certains secteurs d'activité se situent plus en pointe ; ainsi, dans le commerce et la réparation automobile, les achats *via* l'internet représentent 13 % des achats. Parallèlement, 38 % des achats des secteurs du commerce de détail et 20 % des achats du commerce et de la réparation automobile transiteraient par l'EDI.

Le nombre d'entreprises françaises procédant à des achats *via* l'internet reste en très retrait par rapport à la pratique des entreprises britanniques et allemandes notamment.

Les ventes en ligne

Sur l'année 2005, tous secteurs confondus excepté le secteur financier, la part des ventes réalisées *via* l'internet est estimée à 3,9 % du chiffre d'affaires global et la part des ventes effectuées par l'EDI à 13,1 %. Ainsi, même s'il concerne un moins grand nombre d'entreprises, le chiffre d'affaires des ventes *via* l'EDI, 280 milliards d'euros, est nettement plus important que celui réalisé par le biais d'internet et estimé à 86 milliards d'euros.

Ces ventes correspondent principalement à du commerce interentreprises (dit « Business to Business », ou B to B) mais aussi à du commerce électronique vers les particuliers (dit « Business to Consumer », ou B to C), notamment dans les cas d'entreprises de commerce, d'entreprises d'hôtels restaurants, etc.

La part du chiffre d'affaires réalisée grâce à la vente *via* l'internet est encore modeste en France (3,9 %) par rapport à l'ensemble de l'Union européenne (4,1 %).

Définition

Le commerce électronique

« La vente ou l'achat de biens ou de services, effectués par une entreprise, un particulier, une administration ou toute autre entité publique ou privée, et réalisées au moyen d'un réseau électronique (computer-mediated networks) ».

Cette définition inclut non seulement les achats et ventes réalisés au travers d'un site sur la Toile mais également les achats par minitel, par un système téléphonique interactif (type audiotel) ou encore, entre les entreprises, au travers de relations directes et automatisées d'ordinateur à ordinateur (type EDI).

Elle exclut les transactions passées sur un mode non interactif, par exemple par téléphonie et téléphone, mais aussi les méls quand ils ne sont pas échangés dans le cadre d'une application interactive (message simple suivi d'un traitement manuel).

Par ailleurs, les biens et les services sont commandés par l'intermédiaire de ces réseaux électroniques, mais le règlement financier et la livraison peuvent être réalisés en ligne ou par d'autres moyens.

Le commerce électronique recouvre les transactions électroniques à destination des particuliers (B to C : Business to Customer) ainsi que les transactions électroniques interentreprises (B to B : Business to Business).

Bibliographie

*« Le commerce électronique : Un internaute sur trois achète via Internet »
le 4 Pages, Sessi, n° 226 – décembre 2006.*

*« Internet au quotidien : un Français sur quatre »
Insee Première, N° 1076 – mai 2006.*

*« Des TIC de plus en plus diversifiées dans les entreprises »,
Insee Première, n° 1126, mars 2007.*

*« Déploiement accru et diversification des TIC dans l'industrie manufacturière »,
le 4 Pages, Sessi, n° 231- mai 2007.*

Contenu :

Les TIC et le commerce électronique des ménages et des particuliers...

Équipements en téléphones mobiles, micro-ordinateurs,
connexion à l'internet et à l'internet à haut débit

Achats et ventes en ligne

Comparaisons internationales

...et des entreprises de l'industrie manufacturière

Équipement en TIC, par secteur et par taille d'entreprise
Connexions à l'internet et internet haut débit
Sites sur la Toile, intranet et extranet, EDI, etc

Achats et ventes en ligne (Internet, EDI)

Comparaisons européennes

Pour en savoir plus :

Tableau de bord des TIC et du commerce électronique
sur le site
du ministère de l'économie, des finances et de l'emploi
(www.industrie.gouv.fr/sessi)

Directeur de la publication
Yves Robin

Réalisation : Martine Dayan et Raymond Heitzmann