

*L'accès à Internet est généralisé,
44 % des entreprises ont leur site*

L'agroalimentaire tisse sa Toile

Sur Internet, les firmes agroalimentaires accèdent à des services, présentent leur catalogue, mais proposent encore peu de services commerciaux. Des outils informatiques spécifiques s'imposent selon les secteurs.

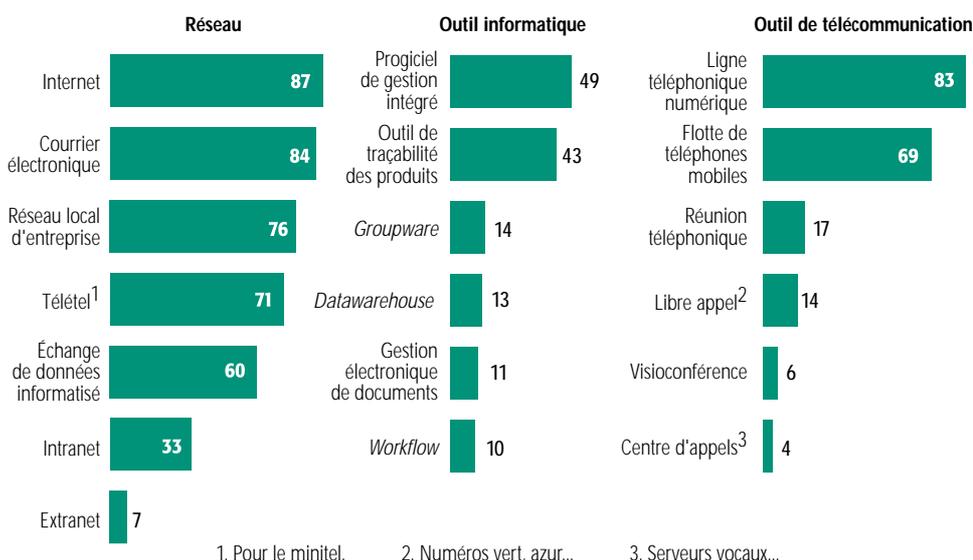
Les technologies de l'information et de la communication (Tic) sont bien implantées dans l'agroalimentaire. Le simple équipement en micro-ordinateurs relève du passé. La plupart des entreprises de 20 salariés et plus utilisent couramment, fin 2002, plusieurs autres technologies. Les taux d'équipement en connexion Internet, en logiciels de messagerie électronique ou en lignes numérisées à débit

rapide, dépassent les 80 %. Ils sont compris entre 60 et 75 % pour certains outils de réseau ou de communication. Les progiciels de gestion intégrés, facilitant la circulation de l'information entre services de l'entreprise, sont implantés dans la moitié des firmes. L'utilisation d'outils de traçabilité est attestée dans 40 % des sociétés, et celle d'un intranet dans un tiers des firmes. D'autres technologies ont en revanche une diffusion plus restreinte dans la sphère agroalimentaire. Certaines d'introduction récente sur le marché, qui traitent des données ou aident à la gestion du travail, sont en phase d'implantation. D'autres surtout de télécommunication, sont moins adaptées aux productions et aux préoccupations des industriels de l'agroalimentaire.

Surtout Internet

On comptabilise 87 % des entreprises agroalimentaires de 20 salariés et plus dotées d'une connexion Internet fin 2002. Elles sont 96 % dans l'industrie manufacturière. Cette différence s'explique essentiellement par la plus petite taille des firmes des industries agroalimentaires (IAA). Elle tient aussi au moindre équipement du secteur des viandes et des boulangeries >

Neuf entreprises sur dix disposent d'Internet
Taux d'équipement dans l'agroalimentaire en 2002
en %



Source : Agreste - Enquête 2002 sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique

Pour en savoir plus...

■ « L'industrie française à l'heure des technologies de l'information et de la communication », *Le 4 pages des statistiques industrielles*, n° 135, août 2000

■ « Les petites entreprises industrielles – Un ensemble dynamique », *Insee Première*, n° 135, juillet 2003

■ « Les technologies de l'information et de la communication dans l'industrie », édition 2001, *Chiffres clés*, ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie

et le site Internet du Scees : www.agreste.agriculture.gouv.fr

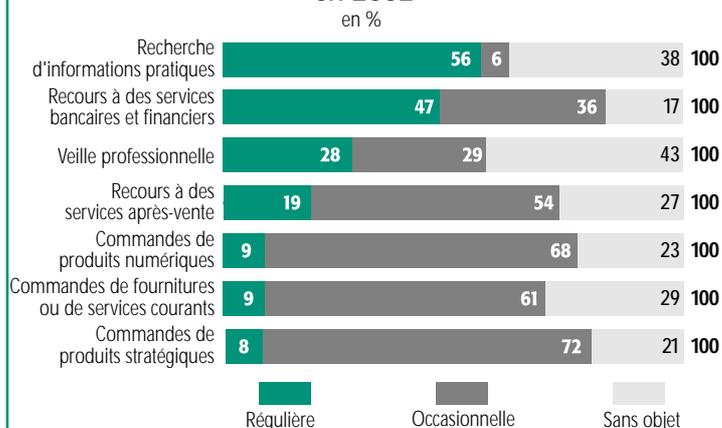
> et pâtisseries industrielles. Nombreuses y sont les entreprises qui ne ressentent pas la nécessité de s'en doter. Dans l'agroalimentaire, 56 % des firmes recherchent des informations pratiques sur Internet, et 47 % y ont recours pour accéder aux services bancaires et financiers. Seules 28 % des entreprises l'utilisent pour une veille professionnelle. Avoir Internet implique généralement l'usage d'une messagerie électronique et de connexions téléphoniques numériques, plus rapides que les lignes classiques et permettant le transfert, à côté des appels vocaux, de données et d'images. Elle n'exclut pas l'accès au réseau télérel qui offre des possibilités un peu similaires et qui équipe 71 % des entreprises agroalimentaires.

Près d'une entreprise sur deux est sur la Toile

En 2002, 44 % des entreprises agroalimentaires disposent d'un site web dont 35 % en propre. Les autres le partagent avec d'autres unités de leur groupe ou du même réseau commercial. La quasi-totalité des sites présentent les entreprises, et deux tiers proposent le catalogue de leurs produits. Seuls, un quart des sites recueillent

On consulte d'abord Internet pour des informations pratiques et des services financiers

Utilisation d'Internet dans l'agroalimentaire en 2002



Source : Agreste - Enquête 2002 sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique

des informations sur les clients. Environ 10 % prennent des commandes en ligne, autant diffusent ou recueillent des offres d'emplois. Un service de type intranet offre des fonctionnalités similaires. Réservé à la communication interne de l'entreprise

Une entreprise agroalimentaire sur dix envisage de créer son site en 2003

ou du groupe auquel elle appartient, il est utilisé par un tiers des unités agroalimentaires mais par quatre entreprises de 250 salariés et plus sur cinq. L'usage d'un extranet, extension protégée d'un intranet en direction des partenaires d'affaires habituels, ne concerne que 7 % des firmes agroalimentaires. Souvent en concurrence avec d'autres réseaux de communication, le site web souffre d'abord du coût lié à son développement et à sa maintenance. Les entreprises démunies de site sont néanmoins conscientes des avantages offerts par cette vitrine. Une entreprise agroalimentaire sur dix envisage ainsi de créer son site en 2003. Les industriels

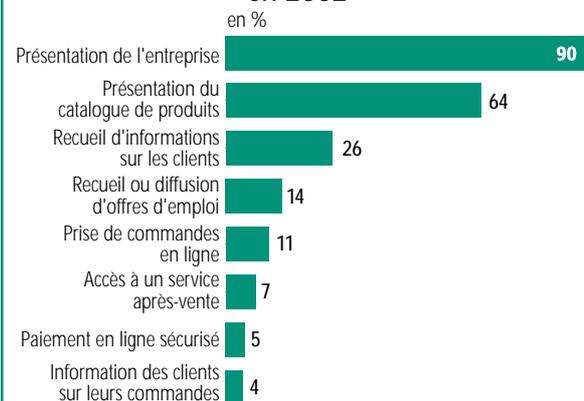
des boissons, très ouverts sur l'étranger, montrent un grand intérêt en la matière.

Des aides à la gestion

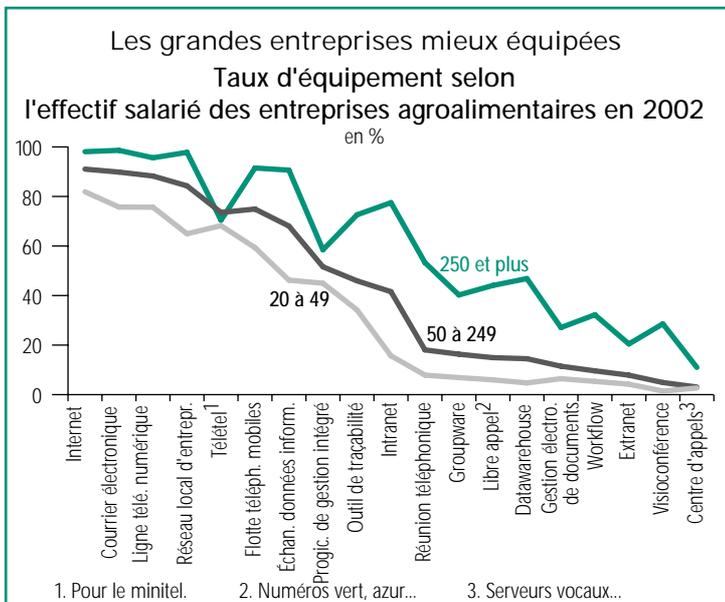
L'équipement informatique a trouvé sa place dans l'agroalimentaire, même s'il est plus présent dans les grosses entreprises. Près de 80 % des firmes agroalimentaires sont équipées de serveurs, et 8 % de gros systèmes informatiques. Ces équipements facilitent l'implantation de réseaux locaux d'entreprise reliant entre eux les micro-ordinateurs. Les trois quarts des entreprises agroalimentaires en utilisent déjà un. Six sur dix ont également recours à l'échange de données informatisé, une technique qui se substitue à l'envoi de documents papier pour les factures ou les bons de livraison. La moitié ont aussi mis en place des progiciels de gestion intégrés. Construits à partir d'une base de données unique optimisée en temps réel, ces outils transversaux fédèrent les informations détenues jusque-là par divers services de l'entreprise. Ils les rendent, dans certains cas, accessibles aux partenaires d'affaires habituels que sont clients, fournisseurs et prestataires. Les progiciels de gestion sont

Les sites web : une vitrine pour les entreprises

Fonctionnalités des sites web de l'agroalimentaire en 2002



Source : Agreste - Enquête 2002 sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique



Source : Agreste - Enquête 2002 sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique

> presque autant utilisés dans les petites que dans les grandes unités. Pour communiquer, près de 70 % des firmes agroalimentaires disposent d'un parc de téléphones mobiles.

Suivi de la traçabilité

Un peu plus de 40 % des entreprises sont dotées de progiciels de traçabilité. Ils permettent en particulier la recherche de l'origine des produits ainsi que le suivi des dates de péremption. Peu implantés dans certaines activités, ces progiciels équipent les deux tiers des firmes de viande de boucherie et plus de la moitié de celles de l'industrie du poisson. Leur implantation est loin d'être achevée. En 2003, près d'une entreprise agroalimentaire sur dix prévoit de se doter d'un outil semblable. Les domaines jusque-là peu équipés sont les plus intéressés : le travail des grains et la fabrication de produits amylacés, l'industrie des corps gras et, dans une moindre mesure, celle des fruits et légumes.

Des technologies moins utilisées

Sur la vingtaine de technologies de l'information et de la communication retenues dans

l'enquête, plus des trois quarts des entreprises agroalimentaires en utilisent une dizaine au maximum. La moyenne est comprise entre 7 et 8, et les mieux équipées en totalisent au plus 18. Très rares sont celles qui n'en ont aucune. Certains outils de

Les firmes agroalimentaires utilisent en moyenne de 7 à 8 outils

télécommunication demeurent cependant peu répandus en dehors d'un petit nombre de grandes entreprises. Les centres d'appels ou *call center* et les systèmes de visioconférence sont marginaux. Les numéros spéciaux de libre appel réservés aux clients, et les matériels d'audioconférence ou de réunion téléphonique sont un peu plus fréquents. Les technologies informatiques de stockage ou *datawarehouse*, d'analyse des données ou *datamining*, également peu répandues, sont plutôt choisies par de grandes entreprises. Même constat pour les logiciels de travail à distance ou *groupware*, de gestion des procédures de travail ou *workflow*, ou encore de gestion des

documents. Ces technologies, souvent onéreuses, sont en effet mieux adaptées aux grandes structures, en raison de leurs avantages de coûts et de leurs contraintes d'organisation interne. Mais ces technologies récentes progressent au sein des IAA. En particulier, de 5 à 10 % des firmes des boissons, du travail du grain et des produits amylacés prévoient de s'équiper en 2003.

Une base de données pour suivre les animaux

À chaque secteur ses outils. Celui de la viande est globalement le moins bien pourvu. Il est en revanche à la pointe dans le suivi de la traçabilité avec deux tiers des firmes de la viande de boucherie équipées. La création en 1999 de la Base de donnée nationale pour l'identification des bovins (BDNI) a été, pour ces entreprises, une forte incitation. Elle répertorie chaque animal et suit ses mouvements d'un élevage à l'autre. Fin 2002, l'industrie des corps gras et celle des fruits et légumes sont les mieux pourvues en technologies de l'information. Dans ces activités comptant un nombre restreint d'entreprises, l'organisation en groupe et la présence de quelques firmes de grande

Une diffusion prioritaire dans les services de gestion

■ Les personnels de gestion des entreprises agroalimentaires, des services administratifs, financiers ou commerciaux, sont les plus gros utilisateurs des technologies de l'information et de la communication. Ils travaillent à plus de 90 % sur micro-ordinateur. Un peu plus de 70 % utilisent le courrier électronique, et 45 % ont accès à internet. Parmi le personnel de production, qui constitue

l'essentiel de l'effectif, on ne compte que 20 % d'utilisateurs de micro-ordinateurs, 13 % du courrier électronique et 6 % d'internet. Au total 34 % des salariés des industries agroalimentaires utilisent un micro-ordinateur, 25 % se servent d'une messagerie électronique et 14 % d'internet. Les salariés de l'industrie des boissons font partie des plus gros utilisateurs de ces technologies.

Des outils pour chaque secteur Taux d'équipement des secteurs agroalimentaires en 2002 (en %)

	Internet	Réseau local d'entreprise	Progiciel de gestion intégré	Outil de traçabilité	Site Web	Intranet
Industrie des viandes	82	67	45	50	30	26
Industrie du poisson	96	79	58	53	49	24
Industrie des fruits et légumes	95	85	60	41	65	41
Industrie des corps gras	100	92	58	21	29	50
Industrie laitière	91	74	34	44	49	52
Travail des grains, pro. amylacés	98	86	57	39	58	40
Fabrication d'alim. pour animaux	91	92	48	42	34	41
Industries alimentaires diverses	83	77	56	34	46	29
Industrie des boissons	94	83	49	41	63	34
Ensemble agroalimentaire	87	76	49	43	44	33

Source : Agreste - Enquête 2002 sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique

> dimension favorisent l'utilisation des Tic. Les entreprises de l'industrie des boissons figurent parmi les plus grosses utilisatrices d'Internet. Souvent exportatrices, elles sont deux sur trois à disposer d'un site Web, généralement multilingue. Il exerce aussi, à la différence d'autres activités agroalimentaires, souvent une fonction commerciale effective. Il présente presque

toujours, le catalogue de l'entreprise, et permet une fois sur dix de commander avec un paiement sécurisé en ligne. L'industrie des boissons est aussi l'un des rares secteurs agroalimentaires, avec le travail des grains et la production de produits amylacés, à recourir de façon significative à des extranets dans ses relations avec ses partenaires commerciaux.

Des outils de gestion de groupe pour le lait

L'industrie du lait, où les organismes coopératifs sont nombreux, se distingue par le recours à un intranet pour une société sur deux. D'autres outils sont fréquemment utilisés pour la sphère agroalimentaire. L'utilisation de logiciels de travail à distance concerne 19 % des entreprises laitières, les outils de gestion des procédures de travail 18 %, les logiciels de gestion électronique de documents 17 %, et ceux de stockage et d'analyse de l'information 16 % des firmes. Près des trois quarts des entreprises laitières se servent aussi, pour communiquer avec leurs prestataires logistiques, d'échanges de données informatisés. En revanche, l'équipement en progiciels de gestion intégrés est peu développé.

Valérie Normand

Scees - Bureau des statistiques sur les entreprises agroalimentaires et Université de Pau et des pays de l'Adour

Méthodologie

■ L'enquête communautaire sur les technologies de l'information et de la communication (Tic) et le commerce électronique concerne l'ensemble des pays européens. Elle est, en France, effectuée par le service central des enquêtes et des études statistiques (Scees) du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires rurales pour les entreprises agroalimentaires. L'enquête s'est déroulée à l'automne 2002 et au début 2003.

■ L'enquête est exhaustive pour les entreprises agroalimentaires de plus de 250 salariés. Elle est réalisée par sondage pour celles de 20 à 249 salariés. Un peu plus de 1 000 entreprises ont été enquêtées par voie postale, soit

un échantillon représentatif par taille et par secteur, des 3 200 entreprises de 20 salariés et plus des industries agroalimentaires. Un peu plus de 90 % des firmes ont fourni des réponses exploitables.

■ L'enquête sur les technologies de l'information et de la communication est avant tout une enquête qualitative. Elle fait un état des lieux du déploiement et de l'utilisation des Tic et du commerce électronique dans les entreprises. Le questionnaire porte sur les équipements en outils et systèmes informatiques et de communication, et les projets d'équipement à court terme. Il concerne aussi l'utilisation des réseaux informatiques.