

## Un tiers des firmes pratiquent le commerce électronique

# L'industrie agroalimentaire en ligne

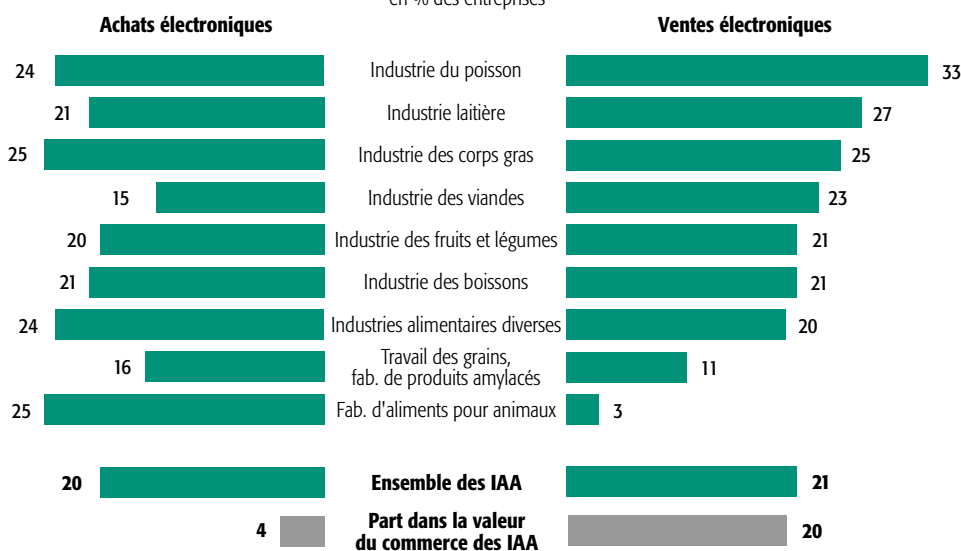
Les ventes électroniques représentent 20 % du chiffre d'affaires de l'industrie agroalimentaire. Elles se font en quasi-totalité par des réseaux d'échange de données informatisés. Plus limités, les achats électroniques des firmes passent surtout par Internet.

Le commerce électronique s'implante à petits pas dans l'agroalimentaire. On le définit comme l'ensemble des commandes passées ou reçues par Internet, les réseaux d'échange de données informatisés (EDI) ou le Minitel. Il concerne en 2002 un peu plus du tiers des entreprises agroalimentaires. Rares sont toutefois les firmes qui pratiquent à la fois la vente et les achats sur les réseaux.

Près de 20 % optent en 2002 pour la vente électronique, qui est souvent payée ou livrée par la suite selon des circuits traditionnels. La même proportion d'entreprises achètent sur les réseaux. Mais seules 6 % des firmes effectuent les deux opérations. Le recours au commerce électronique croît avec la taille de l'entreprise. À partir de 250 salariés, près de 60 % des unités agroalimentaires pratiquent cette nouvelle forme de commerce. Ce clivage est plus affirmé en matière d'achats que de ventes. Les industries du poisson et du lait ont une petite longueur d'avance dans le commerce électronique. Elles sont plus de 40 % à vendre ou à acheter via les réseaux. La nécessité d'écouler des produits périssables les pousse en effet à développer les ventes électroniques. Mais elles n'achètent pas beaucoup plus souvent en ligne que les autres entreprises agroalimentaires via les réseaux. Le commerce électronique peine à s'implanter dans le travail des grains et la fabrication de produits amylacés ou encore dans l'alimentation animale. Il n'a que peu de conséquences sur l'organisation logistique des entreprises. Elles ne sont que 5 % à avoir dans ce but modifié leur fonctionnement, le plus ➤

### Une longueur d'avance pour l'industrie du poisson

Entreprises agroalimentaires pratiquant le commerce électronique en 2002  
en % des entreprises



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

> souvent en se dotant d'outils informatiques spécifiques au traitement des commandes.

## Un cinquième des ventes

Les ventes électroniques des entreprises agroalimentaires représentent 20 % du chiffre d'affaires des IAA, et 50 % de celui des firmes qui vendent par un réseau. La quasi-totalité des ventes des entreprises sont effectuées par un échange de données informatisé. Les rares transactions qui passent par Internet correspondent davantage à du commerce entre entreprises qu'à des ventes à des particuliers. Les fonctionnalités des sites Web des entreprises agroalimentaires traduisent ce choix.

### Pour en savoir plus...

■ « L'agroalimentaire tisse sa Toile », *Agreste-Primeur*, n° 133, septembre 2003

■ « Informatique et télécommunication dans l'industrie française - Des entreprises de plus en plus communicantes », *Le 4 pages des statistiques industrielles*, n° 137, août 2000

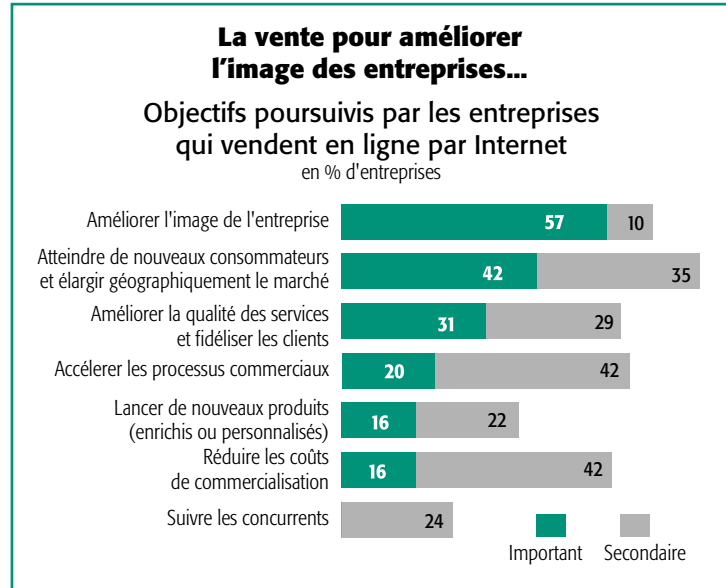
■ « Les technologies de l'information et de la communication - En marche vers l'entreprise numérique », *Le 4 pages des statistiques industrielles*, n° 184, décembre 2003

■ « 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](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

## Seuls 11 % des sites permettent la prise de commande en ligne

Seuls 11 % permettent la prise de commande en ligne et 15 % offrent des moyens de paiement sécurisés. Les quelques entreprises agroalimentaires qui vendent par Internet font principalement partie de l'industrie des boissons et de celle du poisson. Elles cherchent à améliorer leur image, à élargir leur clientèle, à



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

atteindre de nouveaux marchés, et à améliorer le service proposé aux acheteurs. Une majorité des industriels de l'agroalimentaire disposant d'un site web se déclarent peu favorables au développement des ventes par Internet. Ils considèrent leurs produits mal adaptés à cette forme de vente. Ils pensent également que leur clientèle demeure peu encline à acheter par Internet. Les coûts de développement et la sécurité des transactions sont, pour eux, des obstacles de moindre importance.

## Des achats sur Internet

Les achats électroniques des firmes agroalimentaires constituent 4 % des achats des IAA. Ils représentent 16 % des commandes des firmes qui achètent sur les réseaux. Internet est le support privilégié de ces transactions. Quelques firmes agroalimentaires utilisent les EDI pour leurs grosses commandes. Environ 5 % des entreprises passent aussi par Internet pour vendre et acheter sur des « places de marché ». Ces sites spécialisés par secteur d'activité permettent aux firmes d'échanger des produits et des services. Encore peu répandue dans l'agroalimentaire, cette pratique concerne plutôt des industries proches de l'amont agricole. On les trouve dans les secteurs des fruits et légumes, du travail des grains et des produits amyliacés, ou même du lait.

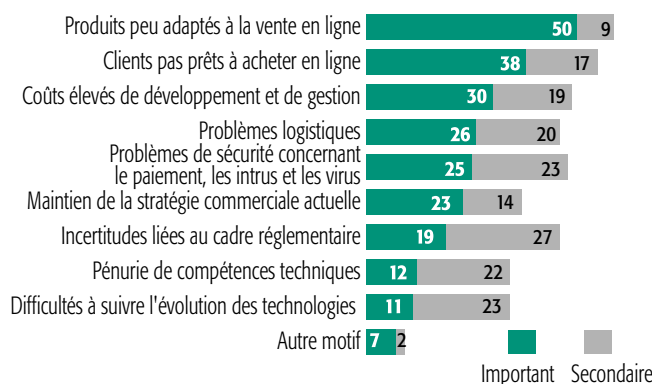
## Le réseau des clients

Plébiscités par les entreprises agroalimentaires pour vendre sur les réseaux, les échanges de données informatisés ont des utilisations variées. Ils sont aujourd'hui implantés dans près de 60 % des firmes agroalimentaires. Les EDI constituent les supports privilégiés des relations

### ...malgré des produits parfois mal adaptés

#### Freins et obstacles liés à la mise en place de vente en ligne par Internet

en % d'entreprises possédant un site Web



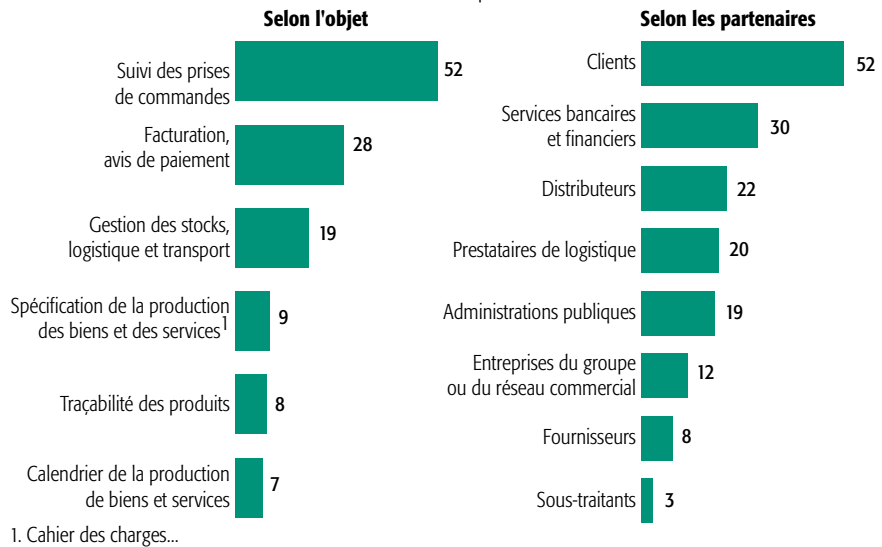
Source : Agreste - Enquête 2002 sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique

> avec les clients. Ils servent aussi pour les échanges avec les organismes financiers et dans une moindre mesure les administrations. En 2002, 52 % des firmes agroalimentaires de toutes tailles y ont recours pour suivre les commandes. En dématérialisant et automatisant un certain nombre de transactions, les EDI limitent les risques d'erreurs, simplifient et accélèrent les échanges. Ils les facilitent en utilisant des formats et des contenus établis en commun. Autre intérêt de ces réseaux : la facturation électronique. Elle remplace dans 28 % des entreprises tout ou partie des traditionnels envois par courrier. La gestion des stocks, de la logistique et du transport se fait de même sous forme magné-

### Échanges de données informatisés : les réseaux privilégiés pour les clients

#### Utilisation des échanges de données informatisés (EDI) par les entreprises agroalimentaires en 2002

en % des entreprises



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

### Des firmes de toutes tailles utilisent les échanges de données informatisés

tique dans 19 % des firmes. Les échanges avec la grande distribution favorisent souvent la mise en place de tels systèmes. C'est notamment le cas des entreprises agroalimentaires qui travaillent sous marque de distributeurs. Celles du secteur des fruits et légumes sont d'autres grosses utilisatrices. Un peu plus de la moitié de ces firmes s'en servent pour communiquer avec leurs clients, 22 % avec les distributeurs et 12 % avec les autres entreprises du groupe. Les industries laitières et du poisson, également contraintes par la nature souvent périssable de leurs produits, sont également bien équipées. Près de 30 % des entreprises agroalimentaires utilisent les EDI dans leurs rapports avec les banques et les autres organismes financiers. Seules 19 % le font avec les administrations fiscales ou les organismes de sécurité sociale.

### Place au haut débit

Le développement du commerce électronique va de pair avec celui des réseaux à haut débit. En 2002, les entreprises sont 23 % à accéder à Internet par des connexions de type ADSL. Cette proportion devrait passer à 33 % fin 2003. Les connexions numériques de type Numéris offrent une bonne solution aux firmes qui ne peuvent encore disposer de lignes ADSL. Environ 45 % des entre-

prises agroalimentaires en sont équipées en 2002. Le haut débit s'est toutefois implanté en priorité dans les grandes firmes. Les petites et moyennes entreprises accèdent encore en majorité à Internet par une ligne téléphonique ordinaire.

### Valérie Normand

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

### Le haut débit pour les grandes entreprises

Taux d'équipement des entreprises agroalimentaires en 2002 pour accéder à Internet (en %)

	Ligne téléphonique ordinaire	Ligne RNIS ou Numéris	Ligne haut débit xDSL <sup>1</sup>	Autre connexion haut débit <sup>2</sup>
20 à 49 salariés	61	41	18	4
50 à 249 salariés	50	49	28	10
250 salariés et plus	36	45	31	28
<b>Ensemble des IAA</b>	<b>53</b>	<b>45</b>	<b>23</b>	<b>9</b>
<b>Industrie manufacturière</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>7</b>

1. ADSL, SDSL...  
2. Fibre optique, câble, boucle locale radio...

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

<b>Achats sur Internet, ventes par échanges de données informatisés</b>				
Entreprises agroalimentaires pratiquant le commerce électronique en 2002 (en %)				
	Achats électroniques		Ventes électroniques	
	Tous réseaux	dont Internet	Tous réseaux	dont échanges de données informatisés
Industrie du poisson	24	22	33	28
Industrie laitière	21	20	27	25
Industrie des corps gras	25	26	25	18
Industrie des viandes	15	13	23	20
Industrie des fruits et légumes	20	18	21	20
Industrie des boissons	21	21	21	18
Industries alimentaires diverses	24	23	20	17
Travail des grains, fab. de produits amylicés	16	13	11	6
Fabrication d'aliments pour animaux	25	17	3	3
<b>Ensemble des industries agroalimentaires</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>18</b>
<b>Part du commerce électronique dans la valeur des échanges des entreprises agroalimentaires (en %)</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>19</b>

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

## 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.