



SAVOIR POUR AGIR

statec
LUXEMBOURG

I. Equipement des entreprises en Technologies de l'Information et de la Communication 2

II. Equipement et usage d'Internet par les entreprises et les salariés 3

1. Usage d'internet par les salariés 3
2. Pratiques de consommation de l'Internet 3
3. Présence sur Internet 4

III. Partage électronique de données en interne et avec les partenaires 5

1. Echange Automatique de Données avec les partenaires externes 5
2. Partage électronique d'informations relatives à la gestion de la chaîne logistique avec les partenaires 5
3. Partage électronique et automatique d'informations au sein de l'entreprise 5

IV. Pratiques des entreprises en matière d'e-commerce et obstacles ressentis .. 6

1. Pratiques d'achats et de ventes sur les réseaux informatiques 6
2. Barrières aux achats et ventes sur les réseaux informatiques 6

Conclusion 7

Annexes 9

- Annexe 1 : Classification sectorielle..... 9
- Annexe 2 : Quelques statistiques 10

L'usage des Technologies de l'Information et de la Communication par les entreprises en janvier 2008 : une analyse comparée par activités économiques

Nathalie LORENTZ, Ludivine MARTIN - CEPS/INSTEAD, Luxembourg

Cette publication présente les principaux résultats de l'enquête communautaire 'ICT Usage by Enterprises' réalisée en 2008 sous l'égide d'Eurostat, par l'unité de recherche 'Entreprises' du CEPS/INSTEAD en étroite collaboration avec le STATEC. Cette enquête permet d'évaluer les taux d'adoption et d'usage des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans les entreprises.

Cette publication présente une analyse comparative des comportements d'adoption et d'usage des TIC dans les entreprises, employant 10 salariés et plus, selon leurs activités économiques. Nous distinguons ainsi les entreprises dont les activités s'adressent essentiellement à une clientèle de particuliers (le commerce aux particuliers, les services aux particuliers, les services financiers)¹ des entreprises dont les activités s'adressent à d'autres entreprises (industrie, commerce de gros...)². Nous distinguons ainsi les

entreprises des secteurs pouvant, *a priori*, plus profiter de l'Internet grand public pour développer leurs activités commerciales en comparaison des entreprises des secteurs de l'industrie ou des services aux entreprises dont les transactions en ligne peuvent s'effectuer sur des plateformes Business to Business dédiées³.

Les données présentées ont été collectées au cours du deuxième trimestre de l'année 2008 par voie postale. L'enquête a été envoyée à près de 3300 entreprises employant 10 salariés et plus et appartenant à la quasi totalité des secteurs d'activités. Parmi celles-ci, 2319 y ont participé soit un taux de réponse d'environ 70%. Afin d'être représentatif de l'ensemble de la population des entreprises luxembourgeoises de 10 salariés et plus, les résultats présentés ici ont été pondérés.

La présentation des principaux résultats se décompose de la

¹ Les services financiers (activités de banque et d'assurance) sont distingués des services aux particuliers, d'une part, parce qu'ils peuvent s'adresser à la fois à des entreprises et à des particuliers et d'autre part, parce que le questionnaire spécifique qui leur est adressé n'inclut pas certaines questions notamment sur l'e-commerce.

² Une description détaillée de notre classification d'activités économiques est fournie dans l'annexe 1.

³ Il s'agit de places de marché virtuelles permettant à diverses entreprises de se rencontrer. Elles apportent une vue globale sur les prestataires et permettent une meilleure comparaison des offres.

manière suivante : la première partie de ce numéro analyse les équipements en TIC des entreprises. La seconde partie décrit plus particulièrement les équipements et usage d'Internet avec un intérêt tout particulier pour les interactions entre les entreprises et les autorités publiques *via* Internet (pratique de l'e-gouvernement). La troisième partie est consacrée aux pratiques des entreprises en matière d'échange électronique de données en interne et avec les partenaires. Enfin, la quatrième partie présente les pratiques de commerce électronique des entreprises ainsi que les obstacles perçus au développement de la vente par réseaux informatiques.

I. Equipement des entreprises en Technologies de l'Information et de la Communication

Quel que soit le secteur analysé, le taux d'informatisation est très élevé et semble avoir atteint son niveau de saturation oscillant ainsi autour de 98% depuis janvier 2006⁴.

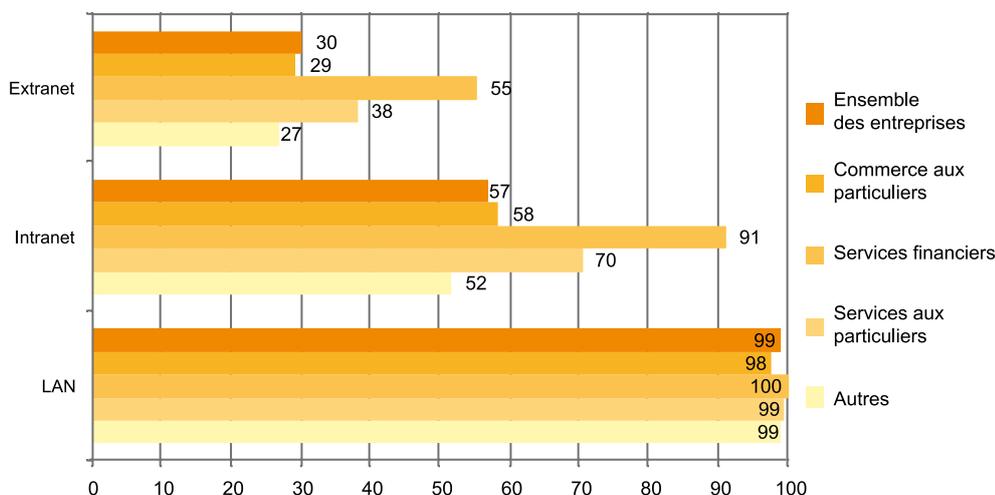
Quant à l'équipement en TIC des entreprises informatisées (cf. graphique 1), parmi les technologies analysées, le LAN (*Local Area Network*) et l'Intranet sont plus répandus que l'Extranet. Ainsi, en janvier 2008, le taux d'adoption du LAN est, en moyenne, proche de 99%. Concernant l'usage de l'Intranet, outil permettant de regrouper et de mettre en commun des ressources (informations, services, procédures, outils, etc.) au sein de l'entreprise, son taux de diffusion est, en moyenne, proche de 57%. Alors que 91% des entreprises du secteur financier en font usage, elles sont près de 70% dans les services aux particuliers et moins de 60% dans les autres secteurs et le commerce aux particuliers. Enfin, l'Extranet, outil favorisant le partage d'informations avec les partenaires externes, est utilisé dans près de 30% des entreprises informatisées. Le secteur financier et les services aux particuliers sont, là encore, les plus gros utilisateurs avec respectivement 55% et 38% des entreprises informatisées qui en font usage.

Globalement, on observe que les entreprises du commerce aux particuliers sont en moyenne moins équipées que celles appartenant aux secteurs des services financiers ou des services aux particuliers, mais plus que les entreprises dont les activités s'adressent à d'autres entreprises.

Concernant les usages de l'Intranet, on observe que les entreprises, selon leurs activités économiques, en font un usage spécifique (cf. graphique 2). Ainsi, les entre-

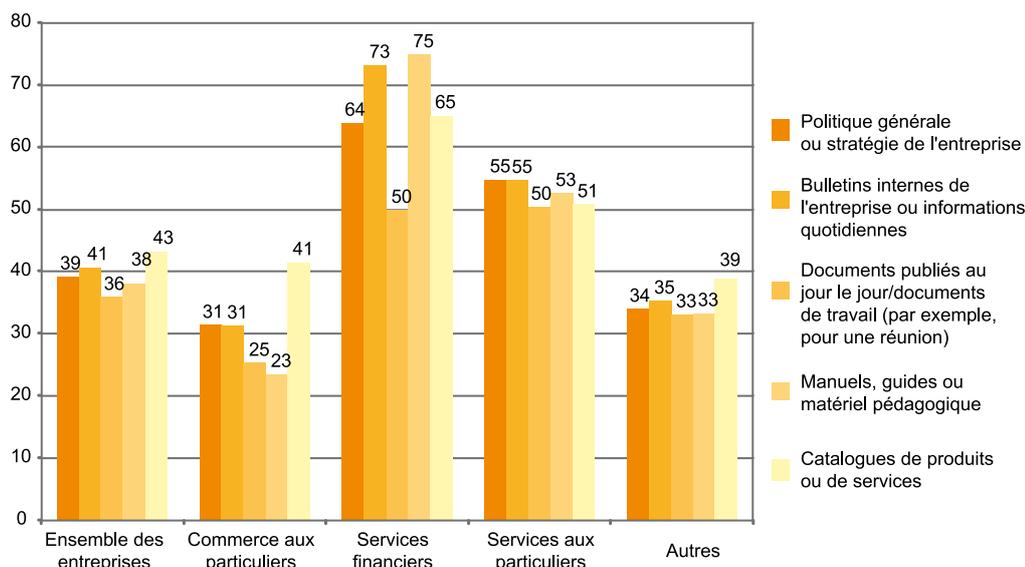
prises du secteur du commerce aux particuliers se servent de cet outil majoritairement pour diffuser en interne un catalogue de produits ou de services. Les entreprises du secteur financier l'utilisent en priorité pour partager des informations pédagogiques (manuels, guides,...) et pour diffuser des bulletins internes et des informations quotidiennes. En ce qui concerne les entreprises évoluant dans les deux autres classes d'activités économiques, aucun des usages proposés pour l'Intranet ne semble être plus utilisé qu'un autre.

G1 Equipement en TIC des entreprises selon leurs activités économiques en janvier 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises informatisées de 10 salariés et plus.
Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

G2 Informations diffusées sur l'Intranet des entreprises des différentes activités économiques en janvier 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées et disposant d'un Intranet.
Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

⁴ Pour connaître les principaux résultats des enquêtes réalisées entre 2003 et 2006, on pourra se reporter au N°2007-7 d'Economie & Entreprises : Anne-Sophie Genevois, « Les entreprises et les Technologies de l'Information et de la Communication en janvier 2006 », CEPS/INSTEAD, Economie & Entreprises n°7, septembre 2007.

II. Equipement et usage d'Internet par les entreprises et les salariés

En janvier 2008, les entreprises informatisées sont 98% à disposer d'une connexion à Internet. Le secteur le moins connecté est celui du commerce aux particuliers avec 94%, à l'inverse le plus connecté est le secteur financier avec un taux d'adoption de l'Internet de 100%.

1. Usage d'internet par les salariés

Au niveau de la proportion de salariés utilisant un ordinateur connecté à Internet, au moins une fois par semaine, en janvier 2008, on observe de larges différences selon le type d'activité économique (cf. graphique 3). Ainsi, dans le secteur des services financiers, plus de 80% des entreprises déclarent qu'au moins 75% des salariés accèdent à Internet sur leur lieu de travail. Dans le secteur des services aux particuliers, un peu plus de la moitié des entreprises (53%) déclarent qu'au moins 75% des salariés ont également accès à Internet au travail. En ce qui concerne les deux autres activités économiques étudiées (commerce aux particuliers et autres secteurs), l'accès à Internet est limité à un plus petit nombre de salariés (moins du quart). Ainsi, dans 51% des entreprises des autres secteurs, au plus 25% des salariés utilisent Internet au moins une fois par semaine, c'est également le cas dans 43% des entreprises du commerce aux particuliers.

Concernant le type de connexion à Internet, près de 92% des entreprises utilisatrices d'Internet le font, en janvier 2008, au moyen du haut débit filaire (connexions DSL ou autres connexions à bandes larges). Le taux d'usage du haut débit filaire est supérieur à 98% dans le secteur des services financiers mais inférieur à 90% dans le commerce aux particuliers (cf. Annexe 2).

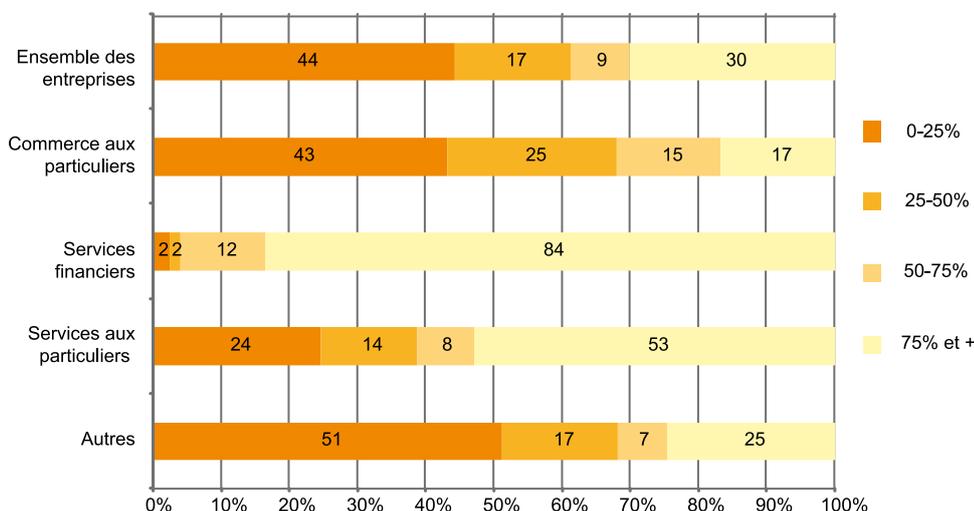
2. Pratiques de consommation de l'Internet

L'e-gouvernement est l'usage le plus répandu d'Internet par les entreprises (cf. graphique 4). Ainsi, en janvier

2008, près de 95% des entreprises utilisatrices d'Internet ont eu recours à l'e-gouvernement. Le secteur du commerce et des services aux particuliers sont les branches les moins utilisatrices avec respectivement 90% et 91%. La banque en ligne est également largement utilisée et ce par près de 80% des entreprises. On observe, toutefois, que seulement 69% des entreprises des services aux particuliers l'emploient. Suivre des formations en ligne est la pratique la moins répandue. En effet, en moyenne 24% des entreprises y ont recours et ce sont les entreprises du secteur financier qui sont les plus utilisatrices avec près de 39% qui

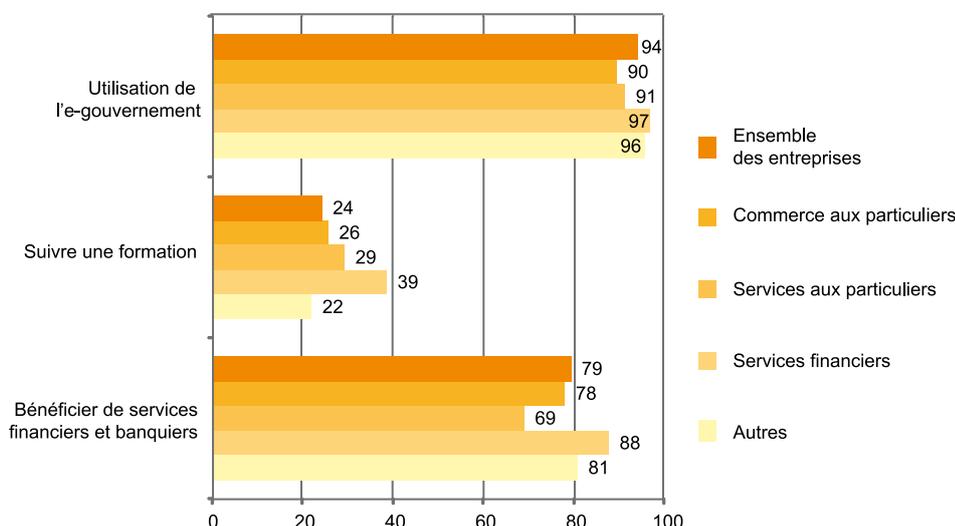
déclarent passer par Internet pour suivre des formations. L'utilisation d'Internet pour entrer en contact avec les autorités publiques (e-gouvernement) est, comme on l'a vu, très répandue dans les entreprises luxembourgeoises. Pour analyser plus finement cette activité, nous allons nous intéresser à quatre pratiques d'e-gouvernement auxquelles les entreprises ont eu recours pendant l'année 2007 : obtenir des informations, obtenir des formulaires, retourner des formulaires complétés et traiter une procédure administrative de manière entièrement électronique sans tirage papier supplémentaire.

G3 Proportion de salariés utilisant un ordinateur connecté à Internet au moins une fois par semaine en janvier 2008 selon l'activité économique de l'entreprise (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées et connectées à Internet. Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

G4 Les usages d'Internet par les entreprises selon les différentes activités économiques en janvier 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées et ayant accès à Internet. Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

Comme le montre le graphique 5, les entreprises ont le plus souvent recours à l'e-gouvernement pour obtenir des informations et/ou des formulaires. Ainsi, dans l'ensemble des secteurs, sauf le commerce aux particuliers, plus de 90% des entreprises naviguent sur des sites Internet dédiés à l'e-gouvernement pour obtenir des informations et près de 95% pour obtenir des formulaires. Concernant les autres usages possibles de l'e-gouvernement, on observe que le renvoi de formulaires complétés est utilisé par près de 70% des entreprises des services financiers et par plus de 45% des entreprises du commerce aux particuliers et des autres secteurs. Enfin, le traitement électronique des procédures administratives est quant à lui moins répandu. Il est, ainsi, employé par seulement 32% des entreprises utilisant l'e-gouvernement.

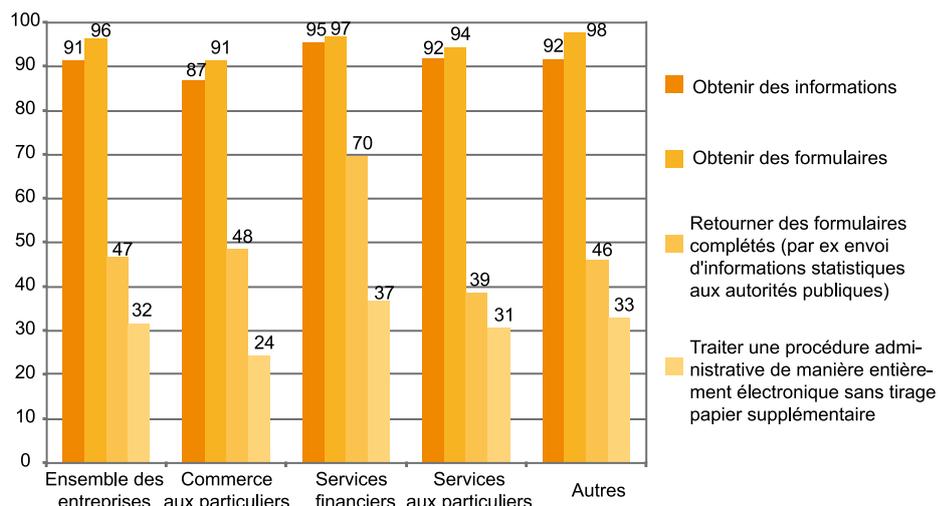
3. Présence sur Internet

Après une phase de décroissance du nombre d'entreprises informatisées et utilisatrices d'Internet possédant un site Web ou une page d'accueil sur la période 2003-2005⁵, ce taux d'adoption semble s'être stabilisé autour de 70%. Alors que dans les services aux particuliers et les services financiers, près de 85% des entreprises possèdent un site Web, les entreprises du commerce aux particuliers sont moins de 63% à en disposer en janvier 2008 (cf. Annexe 2).

En terme de contenus fournis par les entreprises sur leur site Web, comme le montre le graphique 6, la mise à la disposition des catalogues de produits ou services (ou au moins la liste de leur prix) est la fonctionnalité la plus présente sur les sites Web des entreprises et ce, quelle que soit la branche. Hormis dans le secteur du commerce aux particuliers, la publication des postes à pourvoir est la deuxième fonction la plus répandue. Dans le secteur du commerce aux particuliers, la seconde fonctionnalité la plus présente concerne les commandes en ligne. Ainsi, environ 32% des entreprises faisant du commerce aux particu-

liers offrent à leurs clients la possibilité de commander ou de réserver en ligne ; seul le secteur des services aux particuliers présente un taux supérieur, de l'ordre de 37%. Toutefois, la possibilité de payer en ligne n'est présente que sur 8% des sites des entreprises du commerce aux particuliers, sur 11% des sites des entreprises des services aux particuliers et sur 12% des sites des entreprises des services financiers.

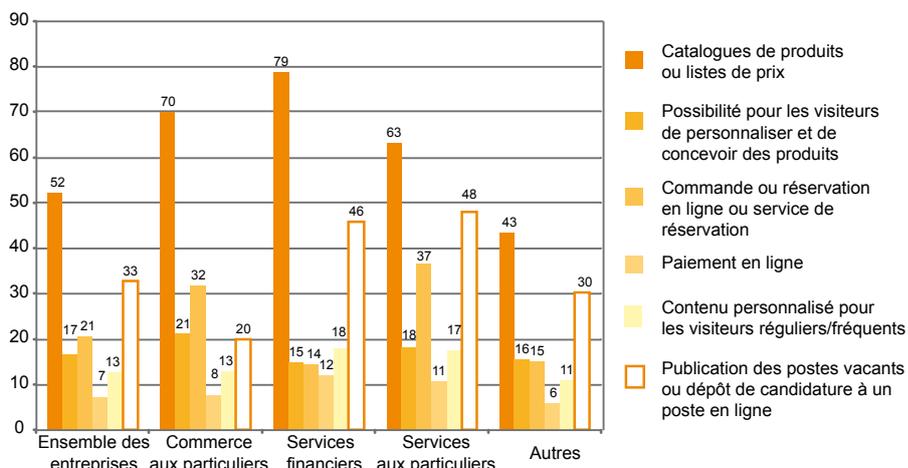
G5 Pratiques d'usage de l'e-gouvernement en 2007 par les entreprises des différentes activités économiques (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées, ayant accès à Internet et ayant recours à l'e-gouvernement.

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

G6 Services offerts sur le site Web des entreprises des différentes activités économiques en 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées, ayant accès à Internet et ayant un site Web.

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

⁵ Anne-Sophie Genevois (2006), « Les entreprises et les Technologies de l'Information et de la Communication en janvier 2005 », CEPS/INSTEAD, Economie & Entreprises, N°5, mars 2006.

III. Partage électronique de données en interne et avec les partenaires

1. Echange Automatique de Données avec les partenaires externes

Près de la moitié des entreprises informatisées (48%) déclarent avoir eu recours à l'Echange Automatique de Données (EAD) en janvier 2008 (cf. Annexe 2). Cet outil permet la transmission d'informations via Internet, XML, Edifact, etc. entre l'entreprise et des systèmes informatiques externes sans saisie manuelle des messages échangés (commandes, factures, paiements, etc.).

Comme le montre la distribution des usages présentée dans le graphique 7, les entreprises utilisatrices se servent principalement de l'EAD pour envoyer ou recevoir des informations sur les produits (67%) et pour envoyer des commandes aux fournisseurs (63%).

2. Partage électronique d'informations relatives à la gestion de la chaîne logistique avec les partenaires

Le partage d'informations relatives à la chaîne logistique (ou *Supply Chain Management*) entre l'entreprise et ses partenaires (fournisseurs et/ou clients) vise notamment à prévoir les livraisons de la part des fournisseurs et les évolutions de la demande de produits et services finaux. En janvier 2008, 24% des entreprises informatisées déclarent utiliser régulièrement le partage électronique d'informations relatives à la chaîne logistique avec les partenaires (cf. Annexe 2). C'est en priorité avec les fournisseurs que les entreprises échangent des informations (cf. graphique 8). Les entreprises du commerce aux particuliers partagent massivement par voie électronique des informations relatives à la chaîne de logistique avec leurs fournisseurs (95%) mais moins avec leurs clients (42%).

Quant aux moyens d'échange utilisés, le site Web est l'outil privilégié pour le partage électronique

d'informations relatives à la gestion de la chaîne de l'offre. Environ les trois-quarts des entreprises utilisatrices (75%) s'en servent contre 38% pour l'EAD (cf. Annexe 2).

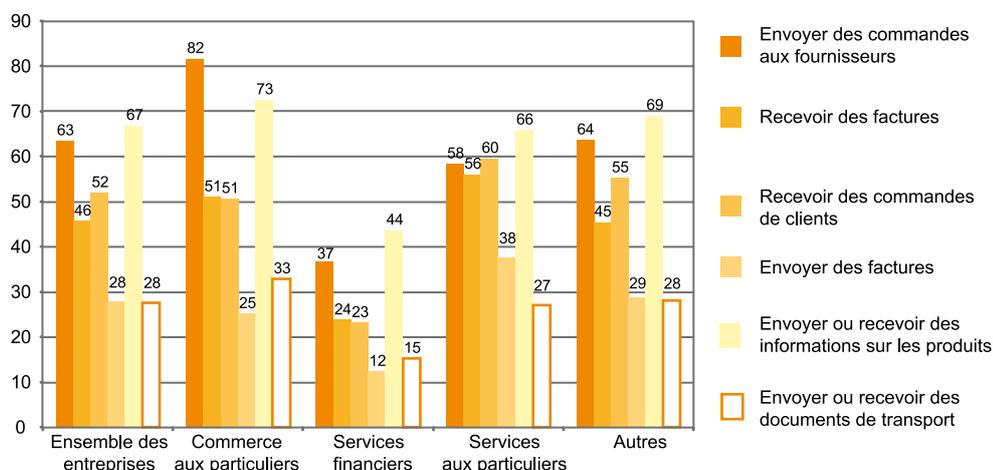
3. Partage électronique et automatique d'informations au sein de l'entreprise

Le partage électronique et automatique d'informations entre les différentes fonctions de l'entreprise est réalisé grâce à un logiciel permettant d'accéder aux données des dif-

férents départements de l'entreprise ou grâce à l'échange automatisé de données entre les diverses bases de données de l'entreprise pouvant être gérées par différents logiciels.

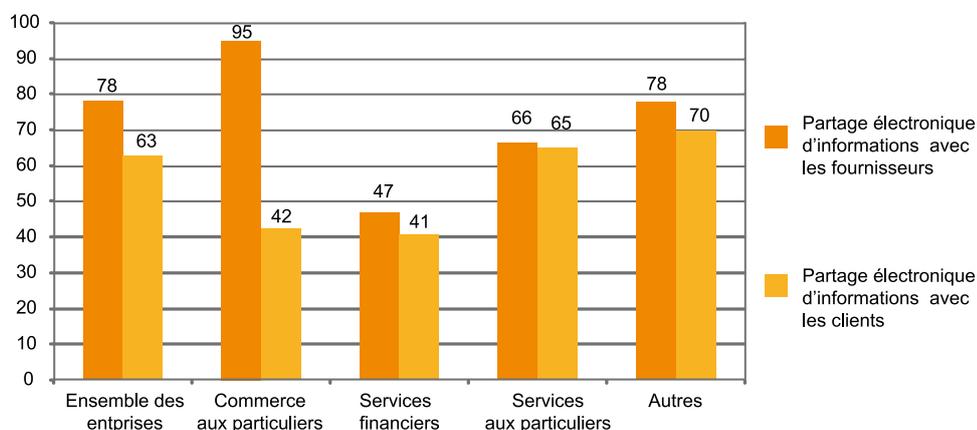
En janvier 2008, les entreprises informatisées de 10 salariés et plus sont 45% à partager, au sein de l'entreprise, électroniquement et automatiquement des informations lors de la réception d'une commande (par voie électronique ou non), et 39% lors de l'envoi d'un ordre d'achat (par voie électronique ou non). Le secteur le plus utilisateur

G7 Usage de l'EAD par les entreprises des différentes activités économiques ayant recours à l'outil en janvier 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées, et utilisatrices de l'EAD.
Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

G8 Partage d'informations relatives à la chaîne logistique avec les fournisseurs et les clients par les entreprises utilisatrices en janvier 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées, et partageant des informations relatives à la chaîne de l'offre.
Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

est celui du commerce aux particuliers avec plus de 50% d'entreprises, les moins utilisateurs sont les secteurs des services (financiers et aux particuliers) avec environ 40% d'entreprises en ce qui concerne les commandes et 35% pour les achats (cf. Annexe 2).

Pour environ 18% des entreprises informatisées de 10 salariés et plus, le partage des informations sur les ventes et/ou les achats entre les différentes fonctions de l'entreprise est basé sur l'usage d'un logiciel ERP (*Enterprise Resource Planning*) ou un Progiciel de Gestion Intégrée (PGI), en janvier 2008. Les entreprises des services aux particuliers, et celles des secteurs s'adressant aux entreprises sont près de 19% à en faire usage. Le taux de diffusion de l'ERP est proche de 14% pour les autres activités économiques étudiées (cf. Annexe 2).

Moins d'un tiers des entreprises (29%) font usage de logiciels pour la gestion des relations avec la clientèle (GRC ou *Customer Relationship Management*, CRM) que ce soit pour partager des informations relatives aux clients ou pour les analyser dans un but marketing (fixation des prix, promotions,...). On observe que le taux de diffusion de ces outils est supérieur à 50% pour les entreprises du secteur financier mais inférieur à 40% pour les entreprises des autres secteurs analysés (cf. Annexe 2).

IV. Pratiques des entreprises en matière d'e-commerce et obstacles ressentis

1. Pratiques d'achats et de ventes sur les réseaux informatiques

L'achat en ligne est plus développé que la vente en ligne. Ainsi, 34% des entreprises informatisées déclarent avoir fait des achats en ligne au cours de l'année 2007, et seulement 11% de la vente en ligne. Les entreprises des services aux particuliers sont, toutefois, plus de 20% à faire de la vente sur Internet ou sur d'autres réseaux informatiques⁶ (cf. Annexe 2).

2. Barrières aux achats et ventes sur les réseaux informatiques

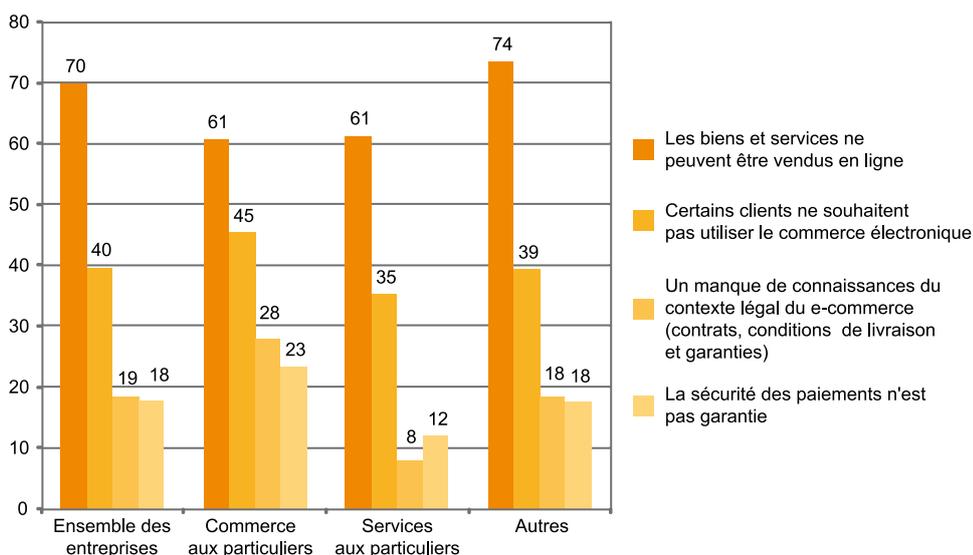
Différents obstacles liés au développement du commerce électronique ont été proposés aux entreprises dans le cadre de l'enquête 2008 pour tenter d'appréhender les freins au décollage de l'e-commerce (cf. graphique 9). Les obstacles proposés concernent notamment le fait que les produits ne sont pas vendables en ligne, que l'entreprise n'a pas suffisamment de connaissances sur le contexte légal. La sécurité des paiements en ligne ou des problèmes logistiques sont également évoqués.

Parmi ces obstacles, les quatre principaux cités par les entreprises sont, par ordre d'importance décroissant, le fait que les produits ne sont pas vendables en ligne (70% des entreprises), que certains clients ne souhaitent pas utiliser l'e-commerce (40% des entreprises), un manque de connaissances du contexte légal de l'e-commerce (19% des entreprises) et des craintes liées à la sécurité des paiements (18%

des entreprises). Ainsi, hormis des problèmes liés aux biens et services vendus, malgré les efforts des autorités pour la sensibilisation à la sécurité des transferts de données et pour la promotion de l'e-commerce, les entreprises sont encore nombreuses à freiner leurs investissements dans l'e-commerce par crainte de problèmes de sécurité des transactions et par manque de connaissance de la réglementation du e-commerce.

En ce qui concerne les barrières aux achats en ligne, là encore, le contexte légal et la sécurité des paiements apparaissent comme des obstacles majeurs à l'e-commerce, en particulier dans les entreprises du commerce aux particuliers et dans celles dont les activités sont tournées vers le commerce aux entreprises (cf. graphique 10). Les entreprises semblent toutefois être prêtes à acheter en ligne vu que l'obstacle majeur aux achats en ligne est relatif à une offre qui, selon les entreprises, est trop réduite sur les réseaux informatiques.

G9 Barrières liées aux ventes en ligne pour les entreprises des différentes activités économiques en 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus et informatisées.
Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Entreprises 2008"

⁶ Les entreprises du secteur financier ne sont pas concernées par la partie du questionnaire relative aux transactions en ligne, en conséquence, les chiffres de cette partie ne concernent que les autres activités économiques.

Conclusion

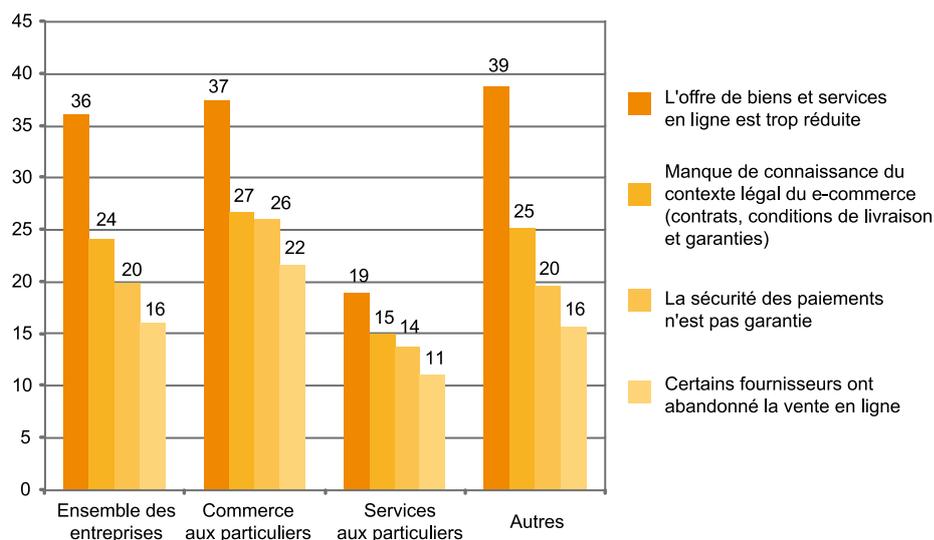
La réalisation de l'enquête communautaire "ICT Usages by Enterprises" permet de suivre l'évolution de l'adoption et de l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication par les entreprises.

Le principal enseignement que l'on peut tirer de l'exploitation de l'enquête "ICT Usages by Enterprises" réalisée en 2008 réside dans le fait que les entreprises appartenant à la branche des activités financières sont globalement mieux équipées et utilisent plus intensément les TIC que les entreprises appartenant aux autres branches⁷. A l'inverse, le secteur du commerce aux particuliers et celui des autres activités (s'adressant à une clientèle d'entreprises) sont moins équipés et moins utilisateurs des technologies telles que l'Intranet ou l'Internet.

Au niveau de l'adoption des technologies visant à rendre plus réactive la chaîne de production et de distribution de l'entreprise à des variations de demande, ce sont les entreprises financières qui sont le moins utilisatrices. On peut raisonnablement supposer que les technologies visant à gérer les commandes, les achats, les factures, etc. les concernent peu. A l'inverse, les entreprises du commerce aux particuliers sont très utilisatrices de l'échange automatique de données (EAD), des technologies de *supply chain management* et du partage électronique et automatique d'informations en interne concernant les ventes et les achats. Ainsi, par exemple, elles sont près de 95% à partager des informations avec leurs fournisseurs pour les prévisions de demande, le niveau des stocks, les plans de production. Ce secteur est donc, *a priori*, le secteur le plus réactif à des modifications rapides de la demande.

Concernant la présence des entreprises sur Internet, le taux de diffusion des sites Web est supérieur à 65% depuis 2006. Au niveau des pratiques en matière d'e-commerce des entreprises, les achats sur Internet ou d'autres réseaux informa-

G10 Barrières liées aux achats en ligne pour les entreprises des différentes activités économiques en 2008 (en %)



Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus et informatisées.

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

tiques progressent, avec 30% des entreprises (hors secteur financier) qui déclaraient en faire au cours de l'année 2005 et 43% au cours de l'année 2007. Toutefois, les entreprises actives à la fois du côté de l'offre et de la demande de biens et services sur Internet ont le sentiment que l'offre en ligne est trop réduite diminuant ainsi leurs incitations à acheter en ligne. On observe également, que la vente sur Internet ou sur d'autres réseaux informatiques peine à décoller avec seulement 10% des entreprises (hors secteur financier) qui déclaraient en faire au cours de l'année 2007. Parmi les principales barrières aux ventes en ligne, on trouve le fait que les entreprises pensent que les clients ne souhaitent pas utiliser l'e-commerce alors que les résidents luxembourgeois sont de gros consommateurs de biens commandés sur Internet : en 2008, 36% d'entre eux ont achetés sur Internet alors qu'au niveau de l'Union Européenne à 27, ce taux est de 24%. Deux autres barrières s'ajoutent à la première : un manque de connaissance de la législation relative à ce type de

commerce et des craintes liées à la sécurité des paiements.

Les actions de sensibilisation à l'e-commerce et à la sécurité des échanges de données en ligne auprès des entreprises semblent donc ne pas être suffisamment étendues ou connues pour aider au développement de l'e-commerce. Une analyse approfondie de ces barrières aux ventes et aux achats sur les réseaux informatiques et des actions de sensibilisation des autorités nationales en faveur de l'e-commerce devrait être menée pour comprendre les difficultés des entreprises et les aider à les surmonter.

⁷ Constat mis en évidence dans un précédent numéro : Ludivine Martin et Nicolas Poussing (2007), « Adoption et usages des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises de la branche des activités financières ». CEPS/INSTEAD, *Economie & Entreprises* n°08, novembre 2007.

La source des données

L'enquête "ICT Usage by Enterprises" est une enquête lancée en 2001 auprès d'un échantillon représentatif de la population des entreprises au Luxembourg (hors secteur financier qui n'est interrogé que depuis 2003) et est réalisée, depuis 2005, auprès d'un recensement de la population des entreprises de 10 salariés et plus. Cette enquête s'inscrit dans les plans d'action *eEurope* et *i2010* qui font partie de l'objectif fixé à l'horizon 2010 par la Stratégie de Lisbonne visant à faire de l'Union Européenne l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde, capable d'une croissance économique durable accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale. Grâce à la méthodologie mise en œuvre pour sa réalisation, les résultats issus de cette enquête effectuée auprès d'un échantillon initial de quelque 3000 entreprises constituent des estimations précises des chiffres concernant l'ensemble de la population.

L'Unité de Recherche Entreprises du CEPS/INSTEAD en collaboration étroite et pour le compte du STATEC collecte donc des indicateurs qui servent à comparer l'adoption et l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises. Afin de garantir une comparabilité des résultats entre les différents pays participant à l'enquête, le contenu du questionnaire et le protocole d'enquête sont définis par EUROSTAT en partenariat avec les Etats membres.

Annexes

Annexe 1 : Classification sectorielle

Tableau 1 : Classification sectorielle

Section	Division groupe, classe ou sous-classe	Activités	Ech.	Pop.	%
Commerce aux particuliers			332	499	15.3
G	50	Commerce et réparation automobile			
G	50.1	Commerce de véhicules automobiles			
G	50.2	Entretien et réparation de véhicules automobiles			
G	50.3	Commerce d'équipements automobiles			
G	50.4	Commerce et réparation de motocycles			
G	50.5	Commerce de détail de carburants			
G	52	Commerce de détail et réparation d'articles domestiques			
G	52.1	Commerce de détail en magasin non spécialisé			
G	52.2	Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé			
G	52.3	Commerces de détail de produits pharmaceutiques et de parfumerie			
G	52.4	Autres commerces de détail en magasin spécialisé			
G	52.5	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin			
G	52.6	Commerce de détail hors magasin			
G	52.7	Réparation d'articles personnels et domestiques			
Services financiers			130	164	5.0
J	65	Intermédiation financière			
J	66	Assurance			
Services aux particuliers			281	391	12.0
H	55.1	Hôtels			
H	55.2	Autres moyens d'hébergement de courte durée			
I	60.1	Transports ferroviaires			
I	60.21	Transports réguliers de voyageurs			
I	60.22	Transports de voyageurs par taxis			
I	60.23	Autres transports routiers de voyageurs			
I	60.241	Services de déménagement routier			
I	61.201	Transports fluviaux de personnes			
I	62.201	Transports aériens non réguliers de personnes			
I	63.3	Agences de voyage			
I	64	Postes et télécommunications			
K	70	Activités immobilières			
K	71	Location sans opérateur			
K	72	Activités informatiques			
Autres			1576	2217	67.8
D	DA-DN	Industrie manufacturière			
F	45	Construction			
I	51	Commerce de gros et intermédiaires du commerce			
I	60	Transports terrestres (autres que ceux relatifs aux particuliers)			
I	61	Transports par eau (autres que ceux relatifs aux particuliers)			
I	62	Transports aériens (autres que ceux relatifs aux particuliers)			
I	63	Services auxiliaires des transports (autres que ceux relatifs aux particuliers)			
K	73	Recherche-développement			
K	74	Services fournis principalement aux entreprises			
O	92.1	Activités cinématographiques et vidéo			
O	92.2	Activités de radio et de télévision			
Total			2319	3271	100.0

Annexe 2 : Quelques statistiques

Tableau 2 : Type de connexion à Internet dans les entreprises des différentes branches en 2008 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
Haut débit filaire	89.3	98.3	93.3	91.6	91.8
Bas débit filaire	10.7	1.7	6.7	8.4	8.2

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées, et ayant accès à Internet

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

Tableau 3 : Possession d'un site Web par les entreprises des différentes activités économiques en 2008 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
Site Web	62.7	84.6	86.5	64.8	68.2

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées et ayant accès à Internet

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

Tableau 4 : Recours à l'échange automatique de données (EAD) selon les différentes activités économiques en 2008 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
EAD	53.2	87.5	47.4	44.6	48.4

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

Tableau 5 : Recours au partage électronique d'informations relatives à la gestion de la chaîne logistique avec les fournisseurs ou les clients selon les différentes activités économiques en 2008 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
Partage électronique d'informations avec les partenaires	29.4	23.4	24.0	22.1	23.5

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Enterprises 2008"

Tableau 6 : Moyens utilisés pour le partage électronique d'informations relatives à la gestion de la chaîne logistique avec les partenaires par les entreprises des différentes activités économiques en 2008 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
Sites web (celui de l'entreprise ou du partenaire commercial)	74.8	88.7	77.8	71.1	73.5
Echange automatique de données	38.6	52.9	48.1	34.4	37.8

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées, et ayant partagé électroniquement des informations relatives à la gestion de la chaîne de l'offre avec les clients ou les fournisseurs

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Entreprises 2008"

Tableau 7 : Partage électronique et automatique d'informations au sein de l'entreprise selon les différentes activités économiques en 2008 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
A la réception d'une commande (par voie électronique ou non)	51.9	40.0	41.4	45.1	45.4
A l'envoi d'un ordre d'achat (par voie électronique ou non)	50.9	36.0	32.5	38.2	39.3
Outils pour le partage d'informations au sein de l'entreprise					
Utilisation d'un ERP (Enterprise Resource Planning) ou d'un PGI (Progiciel de Gestion Intégrée)	13.2	14.2	19.1	18.6	17.6
Utilisation d'un logiciel pour la gestion des relations avec la clientèle (GRC) ou Customer Relationship Management (CRM)	34.4	53.6	38.1	24.4	29.0

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Entreprises 2008"

Tableau 8 : Ventes et achats via des réseaux informatiques des entreprises des différentes activités économiques en 2007 (en %)

	Commerce aux particuliers	Services financiers	Services aux particuliers	Autres	Ensemble des entreprises
Ventes	10.1	.	22.6	9.6	11.4
Achats	42.8	.	42.7	31.3	34.5

Champ : ensemble des entreprises de 10 salariés et plus, informatisées

Sources : CEPS/INSTEAD, STATEC, Enquête "ICT Usages by Entreprises 2008"

Publications "Economie & Entreprises" 2004-2009

POUSSING Nicolas. Les déterminants de l'adoption de la Responsabilité Sociale des Entreprises. CEPS/INSTEAD, 2009, *Economie & Entreprises* n°12, 12 p.

DAUTEL Vincent. L'évolution, de 2000 à 2005, des ressources dédiées aux activités nationales de Recherche et de Développement. CEPS/INSTEAD, 2008, *Economie & Entreprises* n°11, 12 p.

POUSSING Nicolas. Un état des lieux de l'adoption de la Responsabilité Sociale des Entreprises. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2007, *Economie et Entreprises* n°10 12 p.

IGALENS Jacques, POUSSING Nicolas. Un audit de la Responsabilité Sociale des grandes entreprises luxembourgeoises : les défis de la RSE. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2007, *Economie et Entreprises* n°9, 12 p.

MARTIN Ludivine, POUSSING Nicolas. Adoption et usages des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises de la branche des activités financières. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2007, *Economie et Entreprises* n°8, 12 p.

GENEVOIS Anne-Sophie. Les entreprises et les Technologies de l'Information et de la Communication en janvier 2006. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2007, *Economie et Entreprises* n°7, 8 p.

GENEVOIS Anne-Sophie. Les entreprises de certaines branches d'activités du secteur des services en 2003. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2006, *Economie et Entreprises* n°6, 12 p.

GENEVOIS Anne-Sophie. Les entreprises et les Technologies de l'Information et de la Communication en janvier 2005. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2006, *Economie et Entreprises* n°5, 8 p.

LEDUC Kristell, POUSSING Nicolas. L'usage des TIC et l'activité partenariale des entreprises. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2005, *Economie et Entreprises* n°4, 8 p.

LE GUEL Fabrice, PENARD Thierry . Internet et les ménages luxembourgeois : peut-on encore parler de fracture numérique dans le Grand-Duché de Luxembourg. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2004, *Economie et Entreprises* n°3, 16 p.

GENEVOIS Anne-Sophie. Les Technologies de l'Information et de la Communication dans les ménages résidant au Luxembourg (année 2003). CEPS/INSTEAD, STATEC, 2004, *Economie et Entreprises* n°2, 8 p.

LEDUC Kristell. Les entreprises et les Technologies de l'Information et de la Communication en janvier 2003. CEPS/INSTEAD, STATEC, 2004, *Economie et Entreprises* n°1, 12 p.

ECONOMIE & ENTREPRISES

CEPS/INSTEAD

B.P. 48

L-4501 Differdange

Tél. : 58 58 55-801

e-mail : isabelle.bouvy@ceps.lu

<http://www.ceps.lu>

ISSN 1813-5129