



Observatoire des Technologies de l'Information

Introduction

La troisième édition de l'enquête nationale sur les Technologies de l'Information au Maroc initiée par l'ANRT a été réalisée dans la continuité des deux précédentes afin d'assurer une cohérence dans les résultats et les comparaisons qui peuvent en être faites.

La méthodologie des enquêtes demeure donc inchangée. Cette année, le champ de l'enquête permet désormais de décrire les entreprises de moins de 4 employés. Cette catégorie est traitée à part entière sous le libellé « indépendants ».

Les objectifs assignés à cet observatoire sont multiples :

- ▶ Il doit être un support de communication avec l'extérieur permettant à toute personne d'obtenir de l'information sur l'état de développement des technologies de l'information au Maroc.
- ▶ Il doit permettre d'alimenter les bases de données développées par l'ANRT dans leur composante TI.
- ▶ C'est un instrument permettant à l'ANRT de remplir ses obligations en matière d'engagements internationaux notamment à l'égard des demandes d'informations de l'UIT (La liste des indicateurs qui a servi de base à cette étude a été inspirée des indicateurs proposés par les organismes spécialisés internationaux et notamment par l'UIT).
- ▶ Enfin, il doit être un outil de connaissance d'une composante actuellement mal connue de la société marocaine et permettre à l'ANRT de remplir son rôle de force de proposition auprès des décideurs grâce à la connaissance qu'il lui donnera des forces et faiblesses caractérisant les technologies de l'information au Maroc.

Enquête de collecte des indicateurs TIC

Éléments méthodologiques

Les indicateurs

Les indicateurs retenus peuvent être classés en trois grands groupes, selon qu'ils décrivent :

- le niveau d'équipement,
- l'accès à Internet,
- l'usage d'Internet.

L'échantillon « ménages/particuliers »

L'échantillon est constitué en prenant en considération les quotas structurels de la population marocaine qui autorisent la répartition de la population selon :

- le milieu de résidence,
- le sexe et l'âge des individus,
- la région et la taille de la ville,
- la CSP du chef de ménage.

La base de référence pour la population à étudier fait appel à l'échantillon maître issu du dernier recensement disponible (2004)¹.

La population cible est constituée des individus âgés de 12 ans et plus (jusqu'à 65 ans), vivant dans un ménage résidant dans une zone électrifiée sur le territoire national marocain, indépendamment de leur nationalité. Un ménage est un foyer composé de 1 ou plusieurs individus demeurant à une même adresse. Pour le milieu rural, concernant la population vivant en zones non électrifiées, difficile à atteindre, nous faisons l'hypothèse raisonnablement acceptable d'un défaut d'équipement en TI. L'enquête, réalisée en février/mars 2007 en face-à-face, a porté sur un échantillon de 1 324 individus: 868 urbains et 456 ruraux, et le calcul des intervalles de confiance donne :

- urbains : Intervalle de confiance de +/- 3,3% avec une probabilité de 95%,
- ruraux : Intervalle de confiance de +/- 4,6% avec une probabilité de 95%.

L'échantillon « entreprises »

L'analyse est basée sur les résultats d'une enquête téléphonique réalisée en février/mars 2007 auprès d'un échantillon de 406 entreprises établies au Maroc (soit près du double de l'échantillon consulté en 2006). Celles-ci ont été choisies selon un procédé de tirage aléatoire dans la base de l'annuaire des professionnels marocain Kompass, qui recense 10 001 entreprises marocaines. L'échantillon a été constitué par quotas de taille, et redressé afin d'obtenir une représentativité au sein de l'échantillon équivalente à la structure nationale (89 280 entreprises selon le recensement économique 2002).

L'intervalle de confiance des résultats est de plus ou moins 4,8% avec une probabilité de 95%.

Les entreprises de plus de 4 salariés ont été réparties au sein de 4 secteurs:

- Le secteur technologique : Web et Multimédias, Construction de Réseaux, Solutions Intégrées d'Entreprises, Développement de logiciels, Mobile (applicatifs et services sur le mobile), Centres d'Appels (CRM), Télé-services et Outsourcing, Équipements, Electronique, Services Informatiques, Enseignement à distance, Consulting
- Le secteur primaire : Pêche, Forêts/Chasse, Culture, Élevage, Activités annexes à l'agriculture
- Le secteur Industrie/Construction : Électricité et eau, Pétrole et carburant, Extraction et préparation des minéraux et minerais divers, Transformation de métaux, Industrie chimique, Industrie alimentaire, boissons, tabacs, Textiles et confections,

¹ Au moment de la réalisation de l'enquête, les projections de la population/ménages, au-delà de 2004, selon les variables citées plus haut n'étaient pas disponibles.

Cuir et chaussures, Bois et ameublement, papiers et cartons, imprimeries, presse et édition, Matériaux de construction et travaux publics

· Le secteur Services/Transport : Transport et communication, Commerce, Finance, Hôtellerie et restauration, Intermédiaires et auxiliaires du service et de l'industrie, Affaires immobilières, Services domestiques, Hygiène, Autres services.

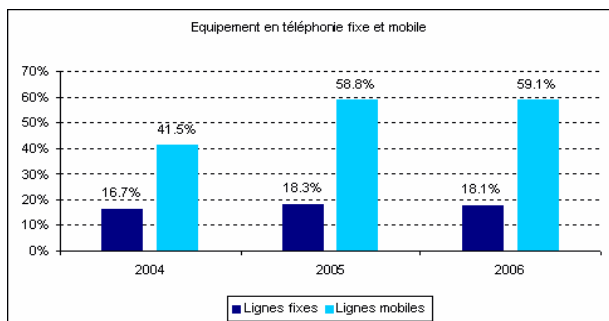
L'échantillon « indépendants »²

Cet échantillon est constitué par quotas de type de professionnels. L'enquête a porté sur les professions libérales uniquement, dont les individus sont inscrits dans la base Tele-contact. Les questionnaires ont été administrés par téléphone auprès d'un échantillon de 100 professionnels du Maroc en mars 2007. L'Intervalle de confiance des résultats est de plus ou moins 9,8% avec une probabilité de 95%.

Téléphonie fixe et mobile

Selon les dernières données opérateurs publiées, la pénétration du fixe dans la population marocaine est en baisse à 4,24% fin 2006 (contre 4,49% en 2005 et 4,38% en 2004). Le parc résidentiel s'établit dès lors à 813 000 lignes à fin décembre 2006 contre 884 546 en 2005.

Les données de l'enquête permettent d'évaluer la pénétration dans les foyers à 18,1% en 2006 (contre 18,3% pour l'année 2005 et 16,7% en 2004). Près de 69% des foyers étudiés ne disposent d'aucune ligne fixe, et près d'un tiers d'une seule ligne fixe : très peu de multi-équipement dans ce domaine puisque seuls 1,7% des foyers ont plus d'une ligne fixe. Le taux d'équipement des foyers a augmenté de manière très significative dans les mobiles entre 2004 et 2005 mais après avoir assisté à ce véritable boom nous constatons un ralentissement net de l'accroissement de ce taux pour 2006. Le suréquipement en téléphonie mobile est par ailleurs confirmé cette année encore puisqu'on observe qu'environ 68% (contre 61,2% en 2005 et 53,3% en 2004) des personnes disposent de plusieurs téléphones mobiles dans leur foyer.

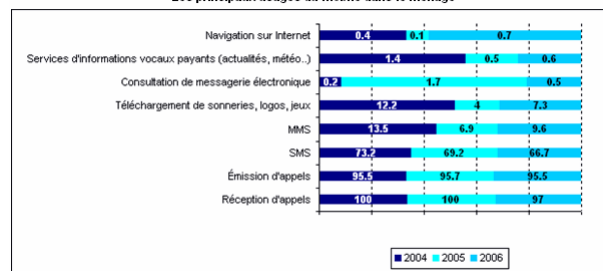


Base : ensemble des ménages marocains

Parmi les services les plus populaires du téléphone mobile hormis, et sans variations particulières d'une année à l'autre, la réception et l'émission d'appels. Les SMS sont utilisés par près de 67% des détenteurs de téléphone mobile et même si ce chiffre est en légère baisse par rapport à l'an dernier c'est de loin le service à valeur ajoutée préféré des marocains. Les utilisateurs de MMS sont quasiment exclusivement des habitants de zone urbaine tandis que 20% des utilisateurs de SMS résident en zone rurale. Les autres services à valeur ajoutée (téléchargement de sonneries, logos, jeux, services d'informations vocaux payants, navigation sur Internet, e-mails) n'attirent toujours que peu d'utilisateurs, essentiellement concentrés en milieu urbain.

² L'échantillon a été limité aux professions libérales faute de base complète et fiable pour les artisans et les commerçants.

Les principaux usages du mobile dans le ménage

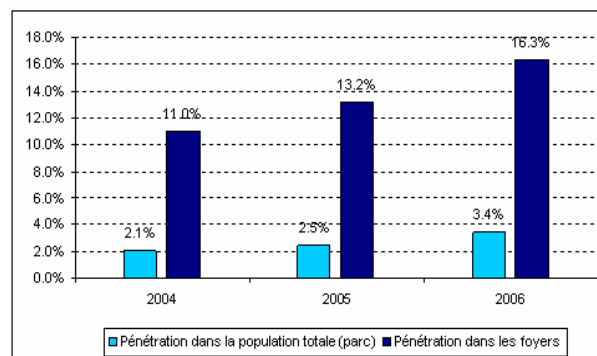


Individus disposant d'un téléphone mobile au sein du ménage et l'utilisant personnellement

L'ordinateur individuel

L'équipement des ménages en PC

Taux d'équipement en ordinateur 2004 - 2006



Base : ménages / individus

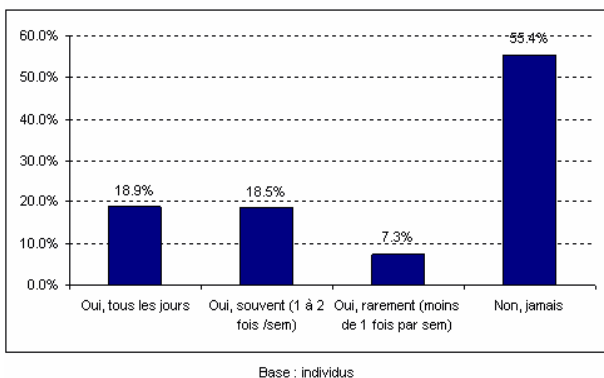
Les individus vivant en zone rurale ne sont quasiment pas équipés d'ordinateurs au sein de leur foyer, seulement 1.8% en sont dotés en 2006 (soit à peine plus qu'en 2005), le constat est bien meilleur en zone urbaine avec près de 24% des personnes qui ont au moins un ordinateur à disposition au sein de leur foyer. La présence d'un enfant peut également être significative, d'une part car les enfants ont tendance à s'approprier l'usage du micro-ordinateur durant leur cursus scolaire, et d'autre part car ils en font la demande au sein du foyer ; ainsi en 2006 près de 15% des individus dont le foyer est équipé d'un ordinateur appartiennent à un ménage ayant un ou plusieurs enfants de moins de 16 ans, chiffre en progression de 1,2 points par rapport à 2005.

Parmi les individus disposant d'un ordinateur à domicile, quatre raisons principales d'utilisation de cet ordinateur se dégagent en 2006 : les loisirs (photo, etc.), la bureautique, les jeux et Internet. Globalement les usages se sont légèrement « professionnalisés » depuis deux ans puisqu'auparavant les loisirs venaient largement en tête des citations. Internet, cité essentiellement par les individus vivant en milieu urbain, affiche par rapport à 2004 une nette progression.

L'accès au PC hors domicile

Parmi les personnes interrogées, on enregistre une baisse sensible des personnes qui déclarent ne jamais avoir accès à un ordinateur (hors domicile) : 55% en 2006 contre 64,3% en 2005 soit près de 10 points de moins. Désormais on ne compte plus que 41% (contre 53% en 2005 et 56% en 2004) des marocains de plus de 12 ans habitant en milieu urbain qui n'ont pas accès à un ordinateur en dehors de leur domicile tandis qu'en milieu rural (en zone électrifiée) ce taux baisse à 78% en 2006 (contre 82,5% en 2005 et 89% en 2004).

Fréquence d'utilisation d'un ordinateur hors du ménage (2006)



Les causes du non-équipement

Parmi les 5 raisons les plus citées en 2006, les individus invoquent en tout premier lieu le prix trop élevé de l'ordinateur comme frein majeur à son acquisition avec 52,5% (47,5% en 2005) suivi de l'absence d'utilité 18,8% (27,7% en 2005) et l'analphabétisme 17,4% en sensible baisse (36,7% en 2005). Par contre, le fait de disposer d'un équipement en dehors du domicile (travail, école,...) ne semble pas un motif valable du non équipement.

Les 5 raisons principales du non équipement en ordinateur en 2005 – 2006 (en %)

Raisons du non-équipement	2005	2006
Le prix est trop élevé	47.5	52.5
Problème d'analphabétisme	36.7	17.4
Absence de besoin, les ordinateurs ne sont pas utiles	27.7	18.8
Utilisation trop compliquée	12.1	4.2
Manque de moyens	3.7	2.2

Base : ménages non équipé en PC

Les intentions d'achat

Enfin, si l'on en croit les intentions d'achats déclarées, on pourrait s'attendre à une hausse durant l'année 2007 : si en 2004, plus de 25% des individus interrogés déclaraient une intention d'achat au cours des douze prochains mois, en 2005 ces mêmes intentions sont en baisse de près de deux points à 23,6% mais en 2006 près de 34% des individus interrogés déclarent une intention d'équipement durant l'année.

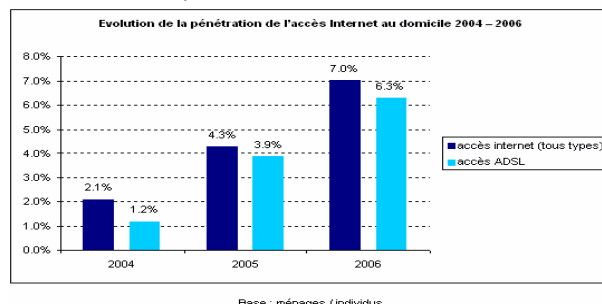
Internet et les particuliers

Internet à domicile : très forte adoption de l'ADSL

Le taux de pénétration de l'accès à Internet à domicile était faible en 2004, on estimait que seulement 120 000 ménages disposaient d'une connexion à Internet à domicile, soit un taux de pénétration dans la population totale de 0,4%. En 2005 ce taux est monté à 0,8% de la population totale (ou encore 4,3% des ménages) pour une estimation de 240 000 lignes (tous débits confondus). En 2006 nous atteignons 390 000 lignes (plus exactement à la date de l'enquête en mars 2007), soit 7,0% des ménages (ou encore 1,3% de la population totale). Notons qu'en 2006, 62% des foyers qui déclarent posséder au moins un ordinateur déclarent également disposer d'un accès internet au domicile.

La forte pénétration de l'accès de type ADSL, déjà mis en valeur depuis deux ans, est encore une nouvelle fois confirmée cette année avec une valeur déclarée de 89% des accès à domicile soit 350 000 ménages équipés, ou encore 1,2% de la population totale du Maroc (contre 220 000 en 2005 et 60 000 en 2004).

Evolution de la pénétration de l'accès Internet au domicile 2004 – 2006



Dans les douze prochains mois, près de 28% des ménages qui ne sont pas encore équipés expriment le souhait de se doter d'une connexion Internet à leur domicile, ce qui représente un potentiel de 1 million d'accès supplémentaires, si les anticipations des ménages se concrétisent.

La catégorie socioprofessionnelle reste toujours un indéniable facteur de discrimination dans la disposition d'une connexion Internet à domicile. Cependant on note une certaine « démocratisation » par rapport à 2004 où les CSP les plus favorisées (A,B) totalisaient plus de 80% des accès Internet à domicile alors qu'elles ne représentent que 66% des accès environ en 2006.

La notion d'internaute

Internaute de niveau 1 et internaute de niveau 2

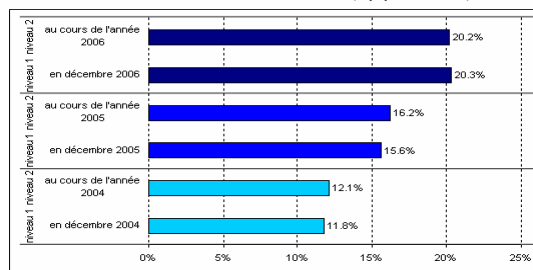
Cette notion d'internaute est par essence difficile à cerner précisément. Toutefois, l'enquête a retenu les deux définitions suivantes :

- Est considérée comme internaute de type 1 toute personne physique qui s'est connectée à Internet au moins une fois au cours du dernier mois, indépendamment du lieu et de la méthode d'accès utilisée.
- Est considérée comme internaute de type 2 toute personne physique qui s'est connectée à Internet au moins une fois au cours des douze derniers mois, indépendamment du lieu et de la méthode d'accès utilisés.

Evolution du nombre d'internautes 2004 - 2006 (projection population totale)

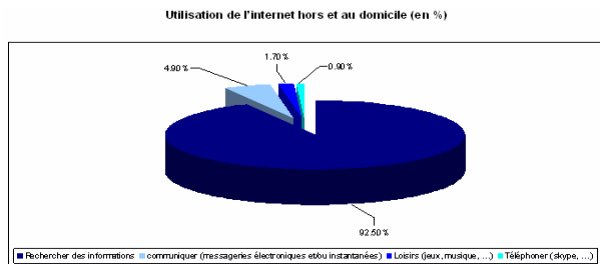
Internautes (en millions)	2004	2005	Evolution 2004.05	2006	Evolution 2005.06
niveau 1	3,5	4,6	+31%	6,1	+33%
niveau 2	3,6	4,8	+33%	6,1	+27%

Evolution du nombre d'internautes 2004 - 2006 (% population totale)



Le nombre d'internautes (de type 1 ou de type 2) a enregistré une hausse sensible d'une année sur l'autre et se situe aux alentours de 6,1 millions en 2006, contre 4,6 millions en 2005 (soit une augmentation de plus de 30% déjà par rapport à 2004). Ce chiffre confirme l'essor remarqué de l'Internet au Maroc et plus particulièrement celui enregistré dans l'ADSL.

Les principaux usages d'Internet



En 2004, 96% des individus disposant d'une connexion (tous lieux confondus) utilisaient Internet pour rechercher des informations contre 91% en 2005 et 92,5% en 2006 : les loisirs et l'utilisation des différents types de messageries (instantanées ou email) constituent les autres usages déclarés.

Les freins liés à Internet

Le prix est une des principales raisons qui freine l'accès à Internet 53,5% en 2006 (contre 41,3% seulement en 2005).

Les raisons principales du non-équipement en accès Internet au domicile (en %)

Raisons du non-équipement	2005	2006	Evolution
Le prix est trop élevé abonnement, communications...	41.3	53.4	+12.1
Analphabétisme ou manque de formation	37.2	15.3	-21.9
Vous ne disposez pas d'ordinateur	34.3	10.7	-23.6
Vous n'en avez pas l'usage/l'utilité	15.8	7.3	-8.5
Ne sait pas à qui s'adresser	8.5	1.0	-7.5
Disponibilité d'une connexion en dehors du domicile	4.5	2.1	-2.4
Manque de moyens	3.9	1.7	-2.2

Base : individus ne disposant pas d'accès au domicile

L'achat sur Internet

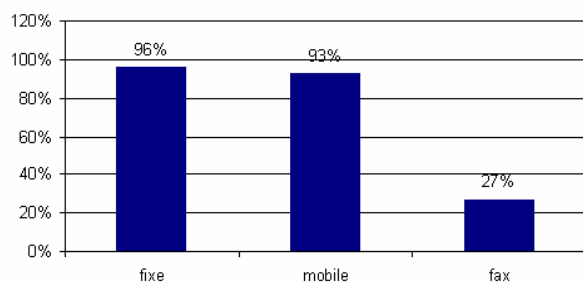
Peu de ménages effectuent des achats en ligne et peu d'entre eux expriment le désir d'effectuer des achats en ligne dans les 12 prochains mois :

- Parmi les individus qui disposent d'un accès au domicile/hors domicile, 96% n'ont jamais fait d'achat en ligne durant les 12 derniers mois.
- Les ménages qui ont exprimé le désir d'effectuer des achats en ligne représentent en 2006 seulement 8% des individus disposant d'un accès au domicile/hors domicile.

Les indépendants et les TIC

L'équipement des indépendants

Taux d'équipement en fixe, mobile et fax



L'équipement des indépendants marocains en téléphonie fixe est élevé (plus de 96% de taux d'équipement). L'équipement en téléphonie mobile (au titre de l'activité professionnelle) est également supérieur à 90% mais légèrement en dessous de celui observé pour la téléphonie fixe. L'équipement en fax est peu important, puisque seuls 26% des indépendants sont équipés.

Nombre d'ordinateurs utilisé pour l'exercice de l'activité

Base	population enquêtée
0	18.0%
1	43.0%
2	18.0%
3	11.0%
4 et plus	10.0%

Le taux d'équipement en PC des indépendants est élevé puisque seuls 18% des indépendants ne sont pas équipés d'un ordinateur.

Internet chez les indépendants

42% des indépendants consultés disposent d'une connexion à Internet sur le lieu d'exercice de leur activité.

Disposition d'une connexion internet sur le lieu d'exercice de l'activité

Base	Population enquêtée	Population disposant d'un ou plusieurs ordinateurs personnels
Non	58.0%	49.0%
Oui	42.0%	51.0%

Dans les douze derniers mois, 71% de la population d'indépendant enquêtée s'est connecté plus d'une fois. En termes de fréquence d'utilisation, près de 32% des indépendants ayant accès à une connexion internet (quelque soit le lieu de connexion) se connectent au moins une fois par jour et 66% se connectent au moins une fois par semaine pour des durées de connexion moyenne relativement élevée (40% déclarent se connecter en moyenne entre 1 heure et 5 heures par semaine) et 41% se connectent plus de 5 heures par semaine.

Les usages d'Internet chez les indépendants

Les usages d'internet déclarés dans le cadre de l'activité professionnelle concernent la recherche d'information (96%) et la messagerie (68%).

Usages d'Internet dans le cadre de l'activité professionnelle

Base	Population disposant d'une connexion tous lieux confondus
Rechercher des informations	95,7
Communiquer (messageries électroniques et/ou instantanées)	68,1
Téléphoner (skype, ...)	39,1
Formation (études, apprentissage personnel)	27,5
Accomplir des formalités administratives	11,6
Loisirs (téléchargement/pratique de jeux, musique/mim, ...)	10,1
Banque en ligne	8,7
Achat en ligne	2,9

Le commerce en ligne

Le faible attrait du e-commerce se confirme également sur cette population (moins de 3% ont réalisé une opération d'achat en ligne sur les douze derniers mois). Les intentions affichées sont plus importantes (33% des indépendants déclarent vouloir utiliser le e commerce dans les douze prochains mois). Cette réticence à l'égard du e commerce est essentiellement due à un manque de confiance dans la sécurité des transactions (30%) et dans le sérieux du marchand en ligne (30%).

Les raisons du non usage du commerce en ligne

Base	Population disposant d'une connexion tous lieux confondus
Problème de sécurité des transactions	30,4
Problème de confiance dans le marchand	30,4
Prix trop élevé	23,2
Pas d'utilité/usage	20,3
Disponibilité des produits	11,6
N'a dispose pas d'une carte de paiement internationale	8,7
Absence de services de vente en ligne	5,8
Autres (délais de livraisons, pas informé...)	9,9

Focus sur le changement d'opérateur mobile : chez les indépendants et les ménages

Cette année, pour accompagner la mise en œuvre de la portabilité du numéro mobile au Maroc, un jeu de questions concernant le changement d'opérateur mobile, ses motivations, ses freins a été introduit dans les enquêtes ménages et indépendants.

Indépendants

En moyenne, les indépendants sont satisfaits de leur opérateur mobile. Peu de changement au cours de l'année 2006 (6%), changements motivés par des considérations de prix essentiellement. Les intentions de changement sont relativement peu importantes et les freins au changement ne sont dus que dans une faible part au risque de perdre son numéro, la principale raison de non changement étant la satisfaction exprimée vis-à-vis de l'opérateur actuel.

Les raisons qui conduisent à changer

base	Population ayant changé d'opérateur en 2006
Le prix des communications	50,0
Une offre promotionnelle d'un opérateur concurrent	50,0
Une meilleure couverture réseau	33,3

Les intentions de changement d'opérateur dans les 12 prochains mois

Base	Population enquêtée
Oui	31,0
Non	53,0
Ne sait pas	13,0
Pas de réponse	3,0

Les ménages/particuliers

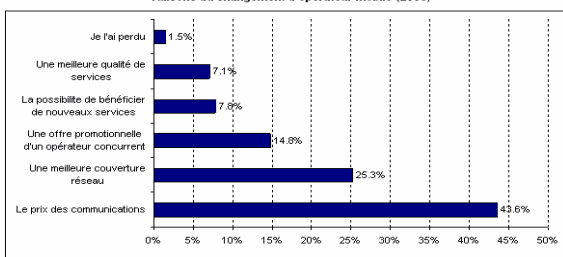
Personnes ayant changé d'opérateur mobile en 2006 (%)

Churn (%)	2006
Oui	13.5%
Non	86.5%

Base : individus disposant d'un téléphone mobile

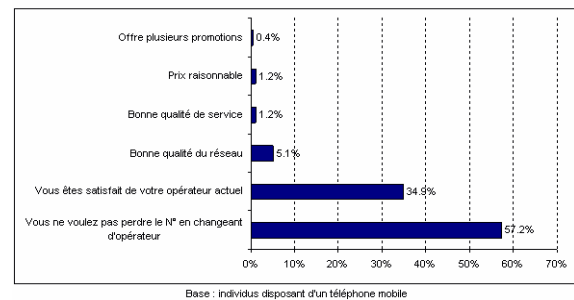
Le taux de churn des enquêtés est de 13,5% ce qui ne nous semble pas très élevé si on compare ces valeurs avec celles observées dans les pays d'Europe où on se situe plutôt aux alentours des 20%. Il est intéressant de constater que près de 21% des personnes interrogées déclarent vouloir changer d'opérateur dans les 12 mois car ce taux se rapproche de la valeur évoquée plus haut sur les marchés européens.

Raisons du changement d'opérateur mobile (2006)



Parmi les principales raisons invoquées pour justifier un changement d'opérateur nous retrouvons très largement en tête le prix des communications suivi des problèmes de couverture du réseau et dans une moindre mesure de l'opportunité de bénéficier d'offres promotionnelles chez un opérateur concurrent.

Freins au changement d'opérateur mobile (2006-07)



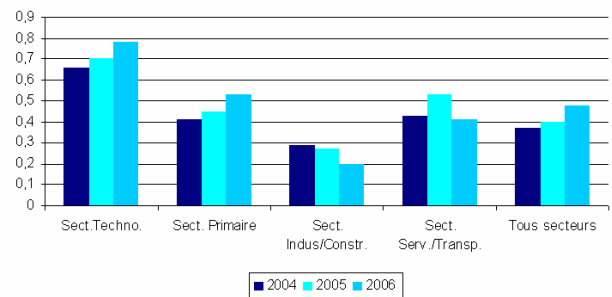
La principale raison évoquée comme un frein au changement est la crainte de perdre son numéro.

Les Entreprises et les TIC

L'équipement informatique des entreprises

Le nombre moyen d'ordinateur par employé progresse et atteint 0,48 ordinateur par employé (0,40 en 2005). Toutefois, ce ratio moyen tous secteurs confondus masque des différences importantes d'un secteur à l'autre.

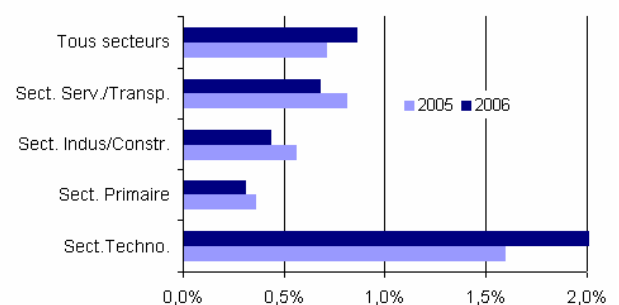
Ratio nombre d'ordinateurs par employé



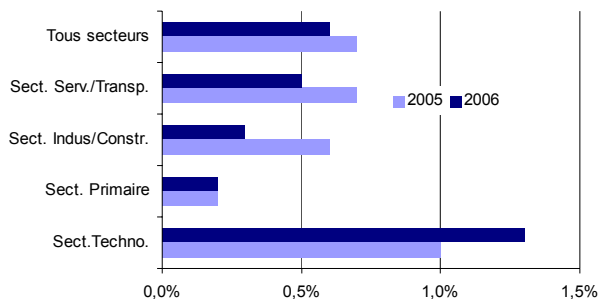
Investissement et TIC

Afin de capter l'importance accordée par les entreprises à la pénétration des TIC, il leur a été demandé d'une part quelle part de leurs investissements elles consacraient à des équipements TIC et quelle part de leurs budgets formations relevaient de formations consacrées aux TIC. Il est intéressant de constater que cette année la part de l'investissement TIC progresse en moyenne tandis que l'effort en termes de formation est lui moins important que l'année précédente.

Part des TIC dans les investissements



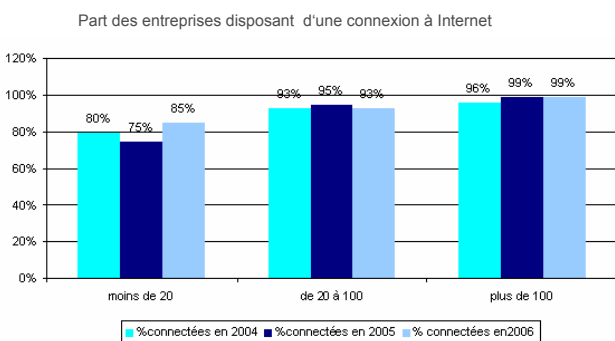
Part des TIC dans les budgets formation



Internet et entreprises

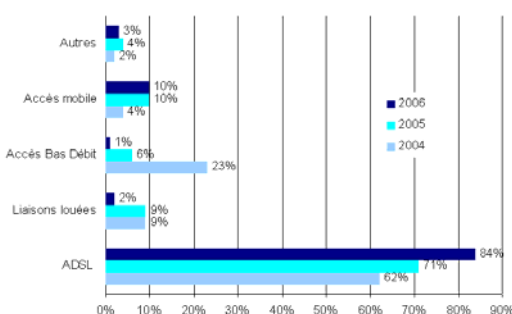
Connexion à Internet

En moyenne, 91% des entreprises disposent d'une connexion à Internet. L'analyse de la connectivité en fonction des caractéristiques de l'entreprise (secteurs et effectifs) met en évidence une moindre connectivité (mais en progression des entreprises de moins de 20 personnes).



Si le nombre d'entreprises disposant d'une connexion Internet évolue peu par rapport à 2005, par contre les modes de connexion se modifie en faveur d'une part croissante des connexions de type ADSL et ce notamment au détriment des connexions de type RTC mais également cette année des liaisons louées. Ainsi, l'ADSL représente désormais plus de 84% des entreprises (contre 71% en 2005) tandis que dans le même temps les connexions RTC passent en dessous de 1%. La part des connexions via des liaisons louées diminue et ne représente plus que 2%.

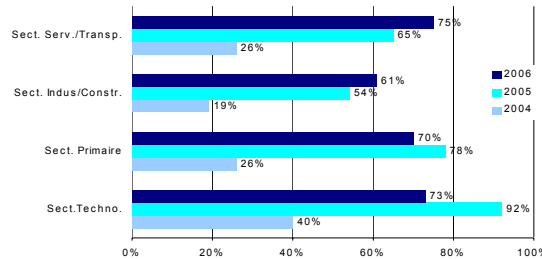
Les modes de connexion à Internet des entreprises



L'accès personnalisé à Internet

L'indicateur privilégié pour rendre compte de la disponibilité d'Internet auprès des employés est constitué par le ratio entre le nombre d'ordinateurs de bureau connecté à Internet et le nombre total d'ordinateurs dans l'entreprise. Or l'évolution intéressante cette année est la stabilisation autour de 70% des postes connectés à internet. Toutefois cette convergence profite essentiellement aux cadres. En moyenne, parmi les entreprises déclarant disposer d'une connexion Internet, 70% des postes sont connectés (62% en 2005).

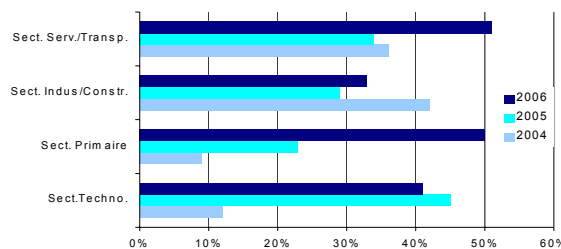
Part des ordinateurs de bureau connectés à Internet



Les usages d'Internet dans l'entreprise

Modulo, les biais statistiques qui peuvent expliquer certaines « petites » variations atypiques (baisse dans le secteur Techno), la disposition d'un intranet tend à se généraliser ;

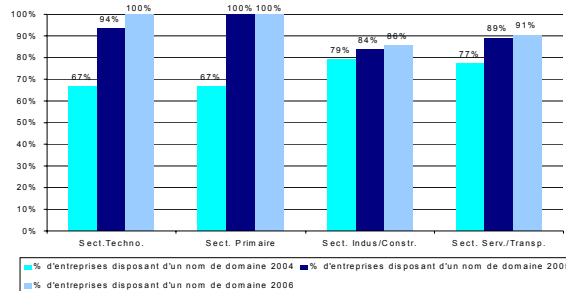
Part des entreprises déclarant disposer d'un Intranet



Site Web et nom de domaine

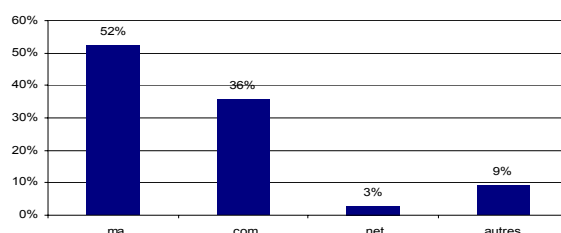
Sur l'ensemble des entreprises, 42% déclarent disposer d'un site Web (contre 43% en 2004). La tendance observée l'année dernière se poursuit puisque désormais 94% des entreprises disposent d'un nom de domaine propre.

Part des entreprises disposant d'un nom de domaine



Parmi ces noms de domaines le plus utilisé (52%) est l'extension .ma suivi de l'extension .com

Noms de domaines utilisés par les entreprises marocaines



Le commerce en ligne

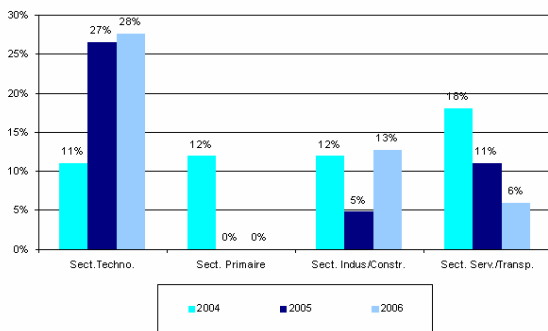
Le commerce en ligne demeure cette année encore le point noir de ce panorama. En effet, sa pratique ne parvient pas à décoller.

L'achat en ligne

Sur l'ensemble des entreprises, environ 12% déclarent avoir recours à des achats en ligne contre 9% en 2005. Ainsi, le commerce en ligne, malgré une légère progression, ne parvient pas à s'imposer au sein des entreprises. Le seul élément positif est l'augmentation de la part des achats effectués en ligne. Ainsi, parmi les entreprises déclarant avoir recours à des

achats en ligne, ceux-ci représentent désormais plus de 4% du volume global pour 50% des entreprises alors qu'en 2005 le montant des achats en ligne ne dépassaient pas 20% du volume global des achats de l'entreprise dans 95% des cas. Ainsi, si peu d'entreprises recourent aux achats en ligne, pour celles le pratiquant les volumes en jeu sont plus importants. Apparemment seul le secteur « Technologique » s'est engagé dans une réelle utilisation du « B to B » déclarant avoir recours à l'achat en ligne dans 28% des cas contre une moyenne de 12% pour les autres secteurs. La prédominance de ce secteur peut s'expliquer en partie par le fait que les intrants (logiciels, matériels de haute technologie) de ce secteur sont par définition plus susceptibles de faire l'objet d'achat en ligne sur des sites étrangers..

Part des entreprises déclarant recourir à l'achat en ligne



Enfin, il est à noter que la notion d'achat en ligne n'implique pas obligatoirement un paiement en ligne puisque parmi les entreprises pratiquant le B to B, 88% se contentent de passer des commandes en ligne sans procéder au paiement de leur commande en ligne.

La vente en ligne : pratique, volume et intentions

De même que pour les achats en ligne, la vente en ligne n'arrive pas à décoller. Moins de 5% des entreprises déclarent pratiquer la vente en ligne (soit la même proportion que l'année passée). L'utilisation de galeries marchandes virtuelles est inexistante, 99,3% des entreprises pratiquant la vente en ligne réalisant ces ventes via leur propre site web. Mais comme le B to B, les volumes concernés sont plus importants puisque pour les entreprises concernées, les ventes en ligne représentent désormais pour près de la moitié des entreprises concernées une part du chiffre d'affaires supérieure à 10%.

Part des entreprises déclarant effectuer des ventes en ligne

