

L'Internet redéfinit les relations entre entreprises et consommateurs en donnant aux entreprises la possibilité de vendre leurs produits et services partout dans le monde et ce, à une échelle sans précédent. Les consommateurs peuvent acheter en ligne n'importe où et à n'importe quel moment. Par conséquent, le cybercommerce permet aux entreprises du monde entier de se livrer concurrence à moindre coût.

L'utilisation de l'Internet pour vendre des biens ou des services varie selon les secteurs et les pays. Dans les pays de l'OCDE, en moyenne, plus de 33 % de l'ensemble des entreprises (d'au moins 10 salariés) utilisent l'Internet pour des achats et 17 % environ l'utilisent pour vendre des biens ou des services.

Plus de la moitié des entreprises en Allemagne, en Australie, au Canada, en Irlande, en Nouvelle-Zélande et en Suisse effectuent des achats via l'Internet. Environ un tiers de toutes les entreprises en Australie, en Nouvelle-Zélande et au Royaume-Uni vendent des biens ou des services sur ce support.

C'est au Canada et en Corée que les écarts dans les proportions d'entreprises vendant et achetant sur l'Internet sont les plus marqués. Les différences correspondent à un taux exceptionnellement élevé d'achats via l'Internet et, de façon générale, à un taux de vente inférieur à la moyenne.

Dans la plupart des pays européens, le volume des cyberventes réalisées sur l'Internet et d'autres supports – y compris à l'aide de systèmes d'échange de données informatisées (EDI) propriétaires – est en augmentation par rapport au chiffre d'affaires total. En 2008, les parts les plus importantes ont été enregistrées par la Norvège, le Danemark, le Royaume-Uni et l'Irlande.

La mesure du commerce électronique

L'OCDE définit une transaction commerciale sur l'Internet comme étant « la vente ou l'achat de biens ou de services entre entreprises, ménages, particuliers, administrations ou autres organismes publics ou privés ». Les biens ou services sont commandés sur l'Internet, mais le paiement et la livraison proprement dite peuvent s'effectuer en ligne ou hors ligne. L'OCDE suggère d'englober dans cette définition les commandes reçues ou passées sur toute application Internet utilisée dans des transactions automatisées telles que les pages Internet, les extranets et d'autres applications Internet (par exemple, l'échange de données informatisé [EDI] sur l'Internet) ou sur toute autre application Internet indépendamment du mode d'accès (par exemple, téléphone portable, poste de télévision, etc.). Elle suggère de ne pas prendre en compte les commandes reçues ou passées par téléphone, télécopieur ou courrier électronique classique. Une transaction de commerce électronique au sens large est une transaction effectuée sur tout réseau informatique (y compris l'Internet). L'OCDE suggère d'englober dans ce type de transactions : les commandes reçues ou passées sur toute application en ligne utilisée dans les transactions automatisées, telles que les applications Internet, l'EDI sur réseaux propriétaires, le réseau Minitel ou les systèmes téléphoniques interactifs. Il convient de noter qu'il existe des différences dans le traitement statistique du cybercommerce selon les pays.

Sources

OCDE, *Base de données sur les TIC*, mai 2009.

Eurostat, *Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC dans les entreprises*, mai 2009.

Pour en savoir plus

OCDE (2008), « Le futur de l'économie Internet : Profil statistique », www.oecd.org/dataoecd/43/37/40831259.pdf.

OCDE (2009), « Guide to Measuring the Information Society 2009 », www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy/guide.

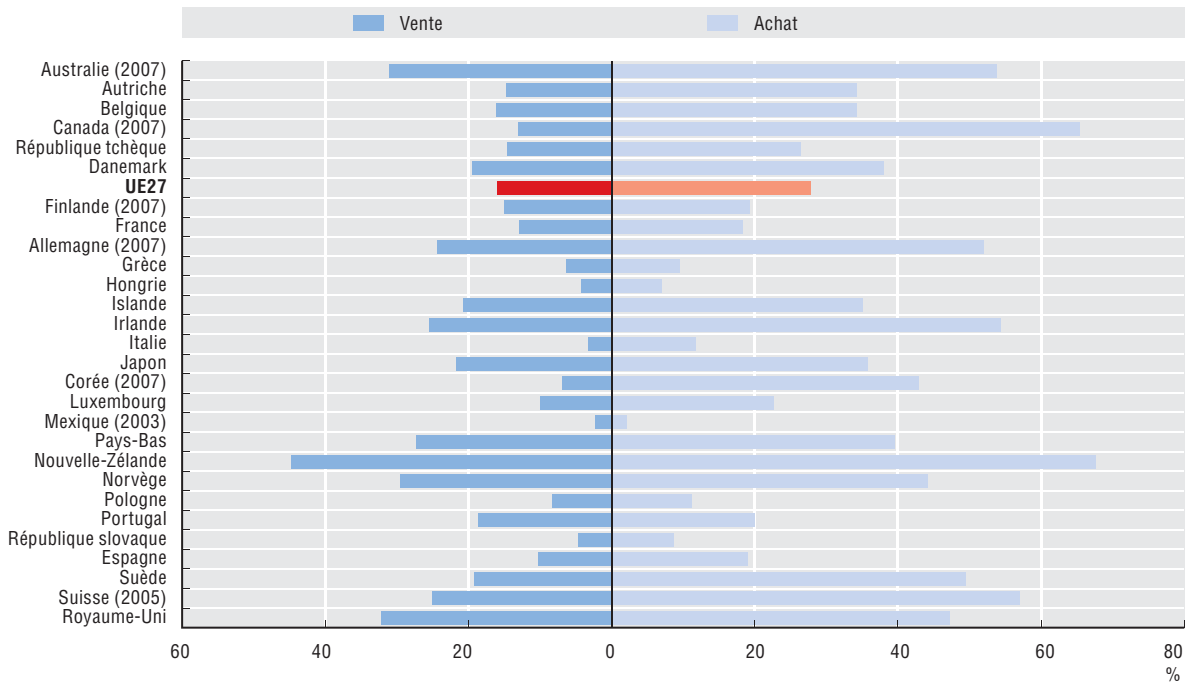
Notes des graphiques

La définition des ventes et achats réalisés sur l'Internet varie selon les pays. Certains y incluent explicitement les commandes passées par courrier électronique classique (par exemple, l'Australie et le Canada), d'autres les excluent explicitement (par exemple, l'Irlande, le Royaume-Uni et certains autres pays d'Europe). La plupart des pays utilisent explicitement le concept de commerce électronique défini par l'OCDE selon lequel les biens ou services sont commandés sur l'Internet, mais le paiement et/ou la livraison peuvent intervenir hors ligne. Pour l'Australie, les recettes réalisées sur l'Internet proviennent de commandes de biens ou de services reçues sur l'Internet, la commande constituant un engagement d'achat.

Total des ventes réalisées sur l'Internet ou d'autres réseaux pendant l'année de référence, hors TVA.

Ventes et achats réalisés sur l'Internet, tous secteurs d'activité confondus, 2008

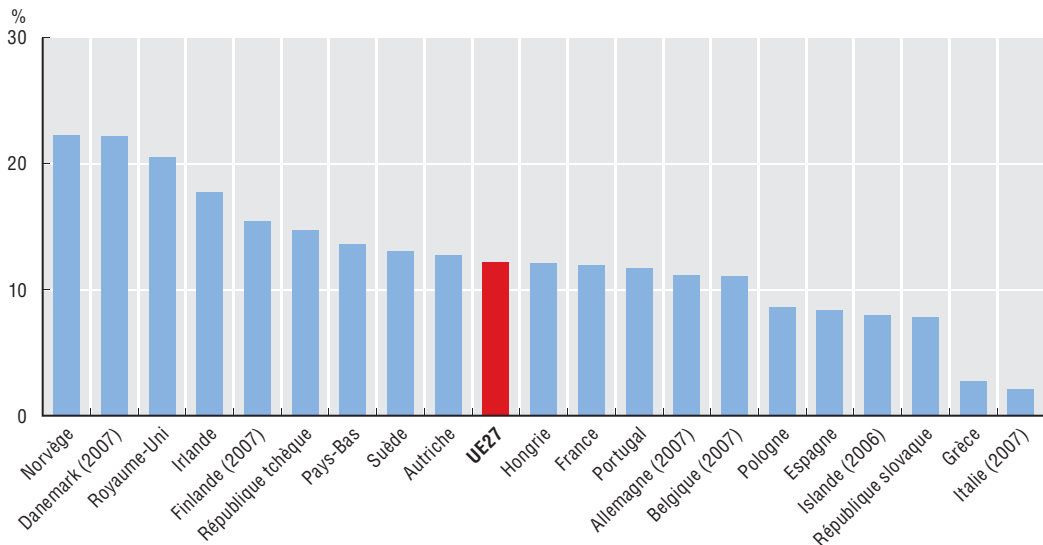
Pourcentage d'entreprises de dix salariés ou plus



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/783304007171>

Part du chiffre d'affaires total des entreprises provenant du cybercommerce, 2008

En pourcentage du chiffre d'affaires total des entreprises



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/783324334781>



Extrait de :
**OECD Science, Technology and Industry
Scoreboard 2009**

Accéder à cette publication :

https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2009-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2010), « Commerce électronique », dans *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2009*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2009-38-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.