

3.4 TIC et commerce électronique

Entre 2019 et 2021, la part des sociétés recourant à des applications d'appel *via* Internet (audio ou vidéo, par exemple Skype, Whatsapp, Teams, Zoom) a doublé : 56 % des sociétés utilisent ce type d'applications en 2021, contre 27 % en 2019 ► **figure 1**. Ce développement concerne les sociétés de toute taille ou activité (de + 22 points à + 35 points), y compris celles déjà habituées aux appels *via* Internet. L'utilisation est presque généralisée (plus de 93 %) dans l'information et communication et la réparation d'ordinateurs, et dans les très grandes sociétés. Pour ces dernières, le recours était déjà élevé en 2019 (plus de 70 %).

Pour neuf sociétés sur dix qui utilisent des applications d'appel *via* Internet, les restrictions de déplacement liées à la crise sanitaire en ont développé ou intensifié l'usage, de façon permanente pour plus de la moitié d'entre elles. Pour les sociétés les plus utilisatrices en 2021, l'intensification est permanente. En particulier, la quasi-totalité des très grandes sociétés ont renforcé l'usage des applications d'appel *via* Internet pendant la crise sanitaire et 82 % l'ont pérennisé.

Entre 2013 et 2021, la part de sociétés de 10 personnes ou plus qui utilisent les **médias sociaux** a triplé, progressant de 20 % en 2013 à 61 % en 2021 ► **figure 2**. L'utilisation des médias sociaux augmente pour les sociétés de toutes les tailles (de + 39 points pour les petites à + 48 points pour les grandes). Le commerce de détail enregistre la plus forte progression et devient l'un des plus grands utilisateurs en 2021 (71 %), après avoir été parmi ceux y ayant le moins recours en 2013 (18 %). Les médias

sociaux sont les plus utilisés dans l'information et communication et leur usage s'y est nettement répandu : 86 % en 2021, après 57 % en 2013.

Pour 42 % des sociétés disposant d'un profil sur un média social en 2021, leur usage s'est développé ou intensifié à la suite de la crise sanitaire. Bien que cet usage ait plus évolué dans les très grandes entreprises que dans les petites, l'effet est plus souvent durable pour ces dernières : si 49 % des grandes sociétés ont davantage utilisé leur profil à la suite de la crise sanitaire, dont un tiers de façon permanente, c'est le cas de 40 % des petites sociétés, dont la moitié de façon permanente.

En 2020, 18 % des sociétés de 10 personnes ou plus effectuent des ventes électroniques (ventes web et **EDI**), en légère augmentation par rapport à 2019 (+ 1 point) ► **figure 3**. L'hébergement-restauration et le commerce sont toujours les secteurs qui réalisent le plus de ventes électroniques : respectivement 37 % et 31 %, en progression de 2 et 3 points. Ces ventes sont marginales dans la construction (1 % des sociétés). Elles augmentent dans les activités spécialisées scientifiques et techniques (+ 5 points), en partie en raison de l'intégration des services vétérinaires dans le champ de l'enquête (+ 1 point). Les secteurs des transports et de l'information et communication enregistrent tous deux une baisse de 2 points, à respectivement 11 % et 16 %.

Les ventes électroniques représentent 22 % du chiffre d'affaires total des sociétés de 10 personnes ou plus et jusqu'à 29 % pour les sociétés de 250 personnes ou plus. ●

► Définitions

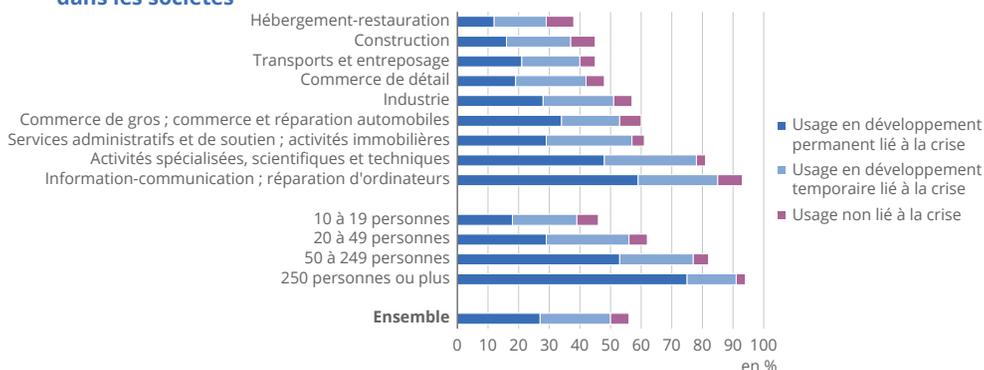
Les **médias sociaux** considérés sont les réseaux sociaux (Facebook ou LinkedIn), les blogs d'entreprise ou micro-blogs (Twitter), les sites web de partage de contenu multimédia (YouTube, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok) et les wikis (outils collaboratifs de partage de connaissances qui permettent aux utilisateurs de contribuer en éditant le contenu des pages web).

L'**échange de données informatisé (EDI)** est un terme générique pour désigner l'envoi ou la réception d'informations commerciales dans un format standard permettant leur traitement automatique (Edifact, XML, UBL, etc.) hors messages tapés manuellement. Il est essentiellement utilisé pour les échanges entre entreprises.

► Pour en savoir plus

- « Les TIC et le commerce électronique dans les entreprises en 2021 », *Insee Résultats*, juin 2022.
- « La crise sanitaire double le recours aux applications d'appels par Internet en entreprise », *Insee Première* n° 1905, juin 2022.

► 1. Impact de la crise sanitaire sur l'usage des applications d'appels via Internet dans les sociétés

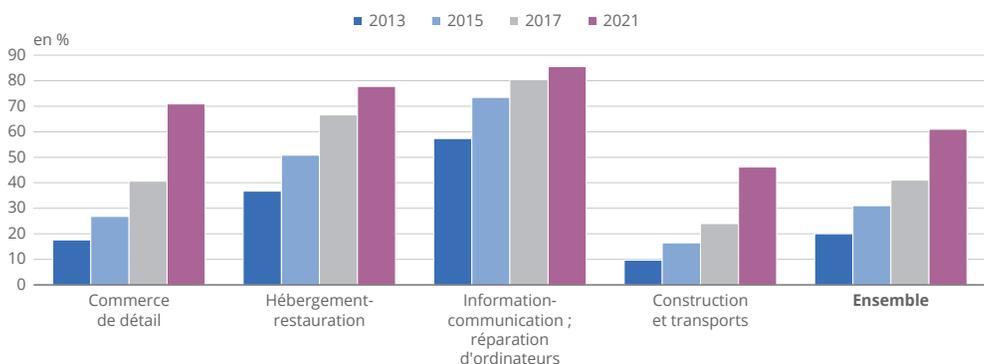


Lecture : en 2021, pour 6 % des sociétés, la crise n'a pas intensifié leur usage des applications d'appels via Internet.

Champ : sociétés de 10 personnes ou plus, implantées en France, des secteurs principalement marchands hors secteurs agricole, financier et d'assurance.

Source : Insee, enquête TIC entreprises 2021.

► 2. Utilisation des médias sociaux dans les sociétés



Lecture : en 2021, 78 % des sociétés françaises dans l'hébergement-restauration possèdent un profil sur les médias sociaux.

Champ : sociétés de 10 personnes ou plus, implantées en France, des secteurs principalement marchands hors secteurs agricole, financier et d'assurance.

Source : Insee, enquêtes TIC entreprises 2013 à 2021.

► 3. Ventes électroniques selon le secteur et la taille en 2020

	Part des sociétés qui ont réalisé des ventes électroniques en 2020	Part des ventes dans le chiffre d'affaires total du secteur en 2020
Industrie	21	31
Construction	1	2
Commerce	31	22
Transports	11	27
Hébergement-restauration	37	12
Information-communication ; réparation d'ordinateurs	16	18
Services administratifs et de soutien ; activités immobilières	9	4
Activités spécialisées scientifiques et techniques	8	6
De 10 à 19 personnes	14	5
De 20 à 49 personnes	20	12
De 50 à 249 personnes	28	17
250 personnes ou plus	45	29
Ensemble	18	22

Lecture : dans le secteur de l'industrie, 21 % des sociétés de 10 personnes ou plus ont réalisé des ventes électroniques au cours de l'année 2020.

Champ : sociétés de 10 personnes ou plus, implantées en France, des secteurs principalement marchands hors secteurs agricole, financier et d'assurance.

Source : Insee, enquête TIC entreprises 2021.