

L'usage d'Internet par les sociétés en 2013 :

Un recours minoritaire aux médias sociaux

Thomas Vacher
Chargé d'enquêtes TIC



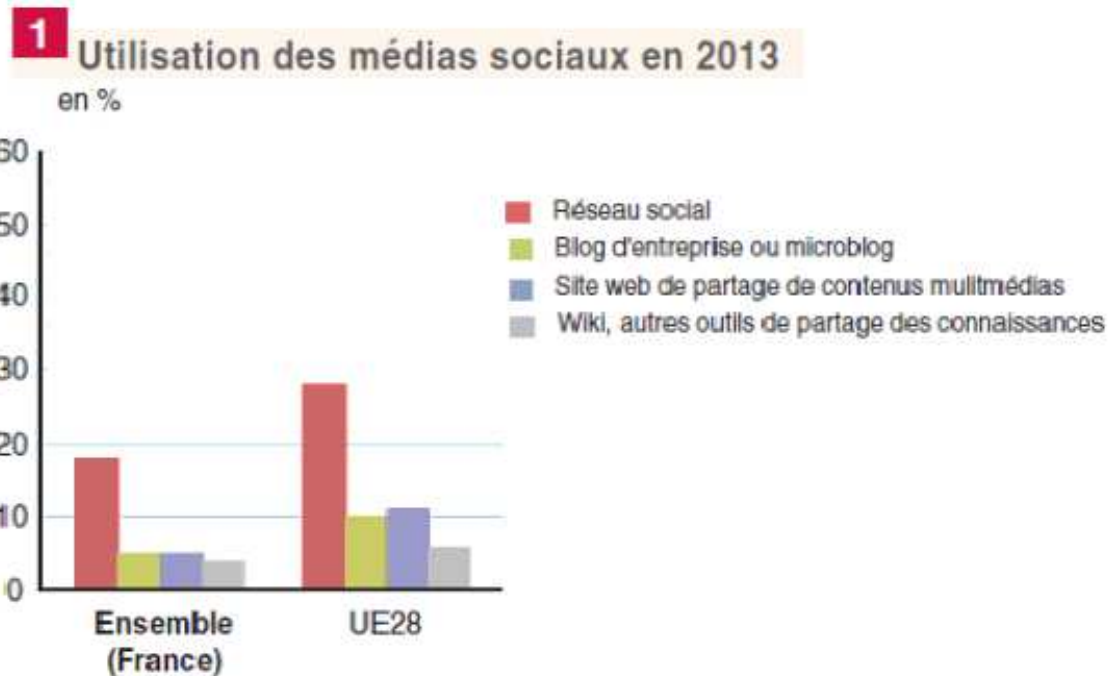
Mesurer pour comprendre



L'utilisation des médias sociaux

- En 2013, 20 % des sociétés d'au moins 10 personnes implantées en France utilisent au moins un média social ...
- ... contre 30 % pour l'UE à 28 pays

L'utilisation des médias sociaux



Note : les données relatives aux secteurs de l'industrie, des transports et de la construction ne figurent pas sur ce graphique, car ces secteurs sont peu utilisateurs de médias sociaux (voir *figure 3*). La modalité « Ensemble (France) » comprend tous les secteurs, donc, y compris ceux de l'industrie, des transports et de la construction.

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

Sources : Insee, Eurostat, enquêtes TIC 2013.

L'utilisation des médias sociaux

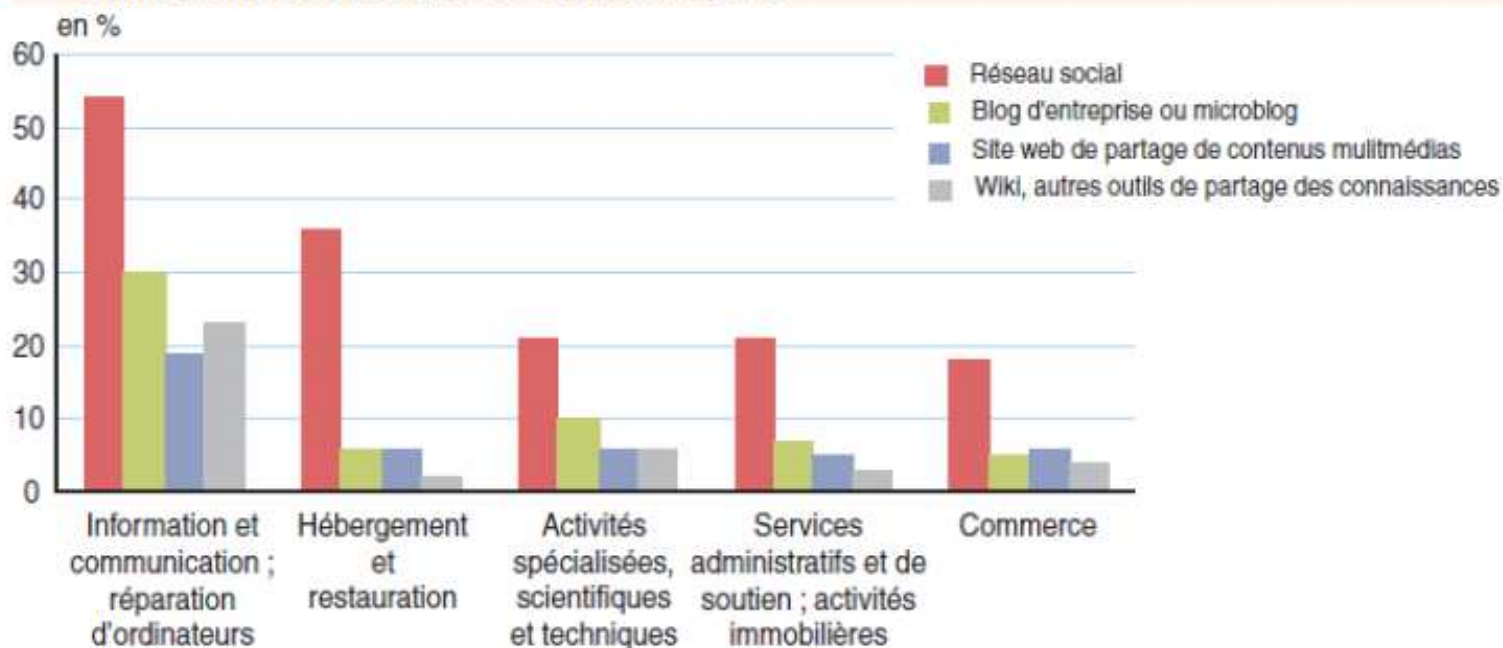
PLUS UTILISATRICES :

- les plus grandes (43% parmi les 250 et plus)
- 1 société e-commerçante sur 2 utilise les médias sociaux
- secteurs information-communication et hébergement-restauration

LES RESEAUX SOCIAUX SONT LES MEDIAS SOCIAUX
LES PLUS UTILISES

L'utilisation des médias sociaux

1 Utilisation des médias sociaux en 2013



Note : les données relatives aux secteurs de l'industrie, des transports et de la construction ne figurent pas sur ce graphique, car ces secteurs sont peu utilisateurs de médias sociaux (voir *figure 3*). La modalité « Ensemble (France) » comprend tous les secteurs, donc, y compris ceux de l'industrie, des transports et de la construction.

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

Sources : Insee, Eurostat, enquêtes TIC 2013.

Les motifs d'utilisation des médias sociaux

Un usage tourné vers le client :

- recueillir des avis
- développer l'image et commercialiser des produits
- faire participer les clients

Un usage pour répondre à des besoins internes :

- recruter du personnel
- échanger au sein de l'entreprise
- collaborer avec partenaires

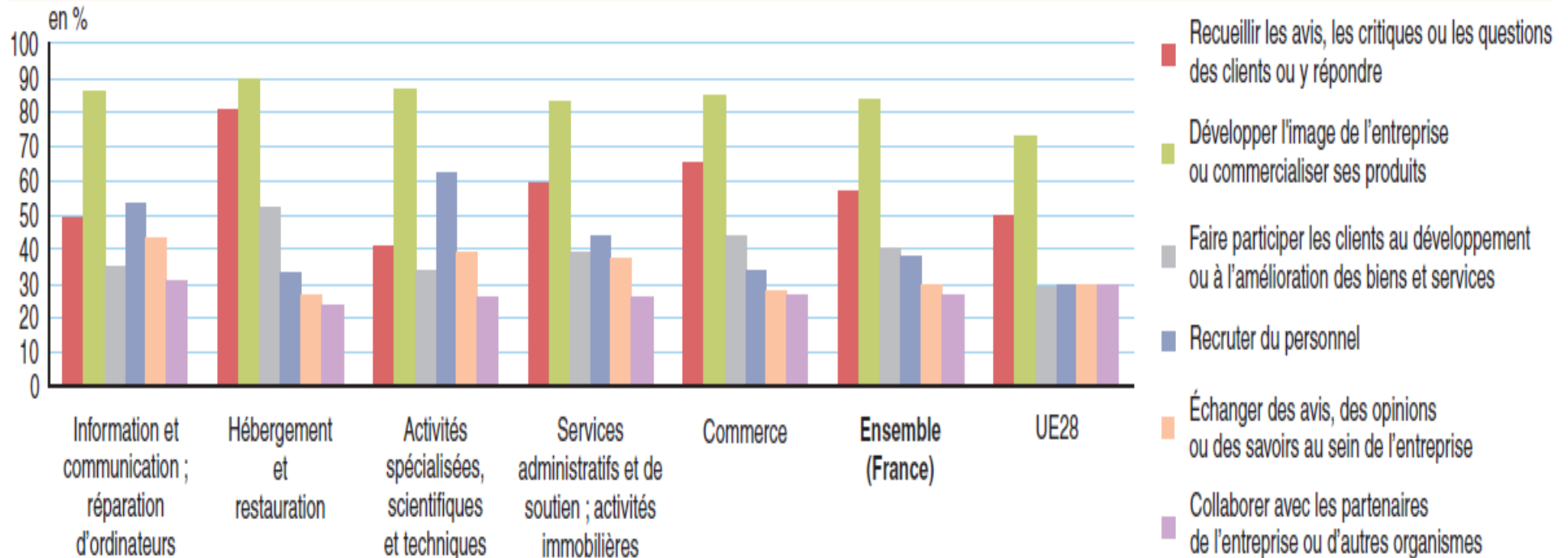
Les motifs d'utilisation des médias sociaux

- 8 sociétés utilisatrices sur 10 utilisent les médias sociaux pour développer leur image ou commercialiser des produits
- 6 sociétés utilisatrices sur 10 utilisent les médias sociaux pour recueillir l'avis, les critiques ou les questions des clients ou y répondre

Les motifs d'utilisation des médias sociaux

2

Motifs d'utilisation des médias sociaux en 2013



Note : les données relatives aux secteurs de l'industrie, des transports et de la construction ne figurent pas sur ce graphique, car ces secteurs sont peu utilisateurs de médias sociaux (voir figure 3). La modalité « Ensemble (France) » comprend tous les secteurs, donc, y compris ceux de l'industrie, des transports et de la construction.

Champ : sociétés d'au moins 10 personnes implantées en France des secteurs principalement marchands hors secteurs agricole, financier et d'assurance, utilisant au moins un média social.

Sources : Insee, Eurostat, enquêtes TIC 2013.

L'utilisation d'un site web

- En 2013, 65 % des sociétés d'au moins 10 personnes implantées en France possèdent un site ou une page d'accueil web ...
- ... contre 73 % pour l'UE à 28 pays
- La présence sur le web est liée à la taille de l'entreprise
- Les sociétés du secteur de l'information-communication et réparation d'ordinateurs sont les plus présentes

Les services proposés sur le site web

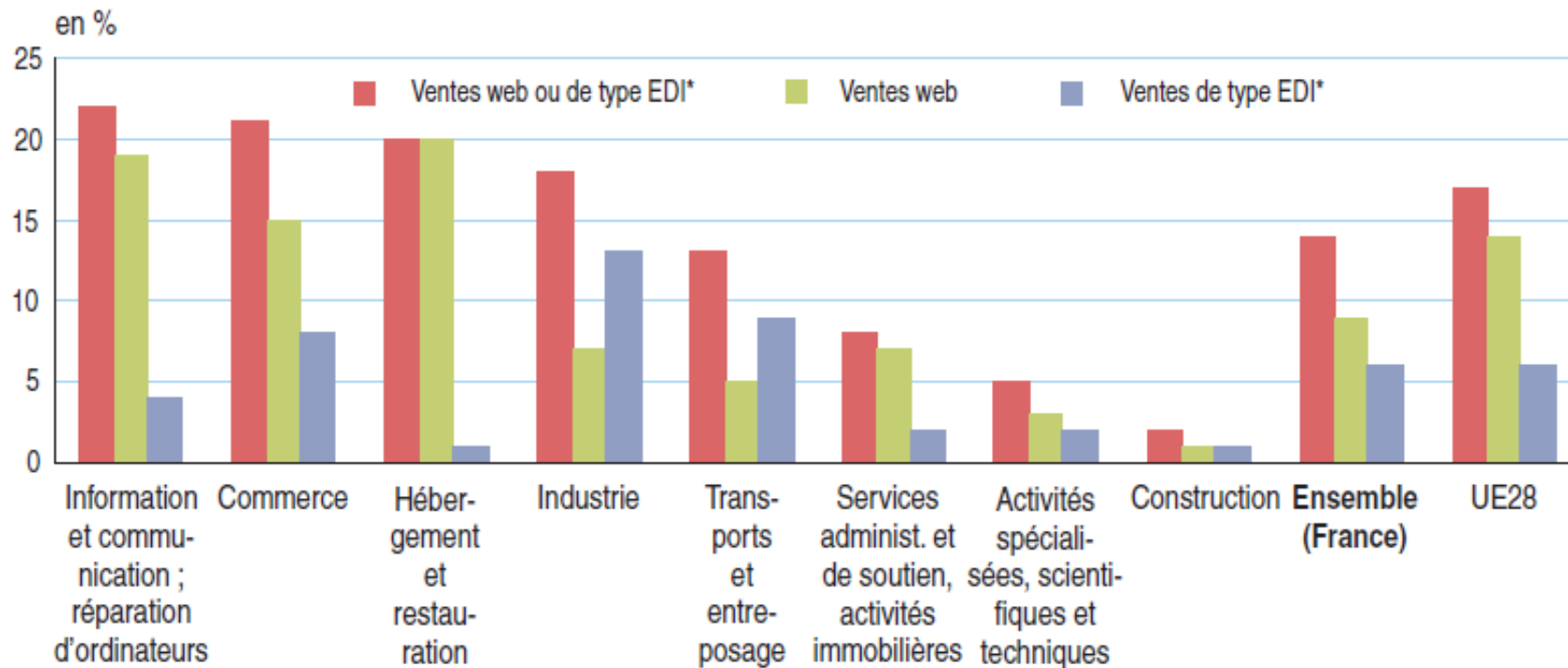
- 44 % des sociétés d'au moins 10 personnes implantées en France proposent un catalogue/liste de prix sur leur site web
- 23% la commande ou la réservation en ligne
- Les sociétés du commerce et de l'hébergement-restauration proposent davantage ces services

Les ventes électroniques

- En 2012, 14% des sociétés ont reçu des commandes électroniques
- Vente EDI moins fréquente que la vente web...
- ... mais représente 10% du CA de l'ensemble des sociétés contre 4% pour la vente web

Les ventes électroniques

5 Part des sociétés qui réalisent des ventes électroniques en 2012



* EDI : échange de données informatisé.

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

Sources : Insee, Eurostat, enquêtes TIC 2013.

Les freins à la vente web

6 Part des sociétés ayant rencontré des obstacles à la vente web en 2012

Obstacles ayant limité ou empêché la vente web	en %	
	Sociétés n'ayant pas vendu <i>via</i> un site web	Sociétés ayant vendu <i>via</i> un site web
Biens ou services inadaptés à la vente <i>via</i> un site web	55	16
Problèmes logistiques liés à la vente web	27	14
Problèmes liés au paiement sur le web	20	18
Problèmes liés à la sécurité ou à la protection des données sur le web	19	11
Problèmes de ventes web liés au cadre juridique	21	9
Coût de mise en place des ventes web trop important comparé aux bénéfices	30	18

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

Source : Insee, enquête TIC 2013.

L'usage d'Internet par les sociétés en 2013

Merci de votre attention !

Insee

18 bd Adolphe-Pinard
75675 Paris Cedex 14

www.insee.fr  

Informations statistiques :
www.insee.fr / Contacter l'Insee
09 72 72 4000
(coût d'un appel local)
du lundi au vendredi de 9h00 à 17h00