



## Vue d'ensemble du commerce électronique

### Les cybermarchés

Mars 2004

Alors que les échanges en ligne s'avèrent être le mécanisme le plus actuel pour la conduite des affaires, les entreprises canadiennes reconnaissent que transiger en ligne n'est plus une option, mais plutôt une nécessité pour garder leur parité concurrentielle.

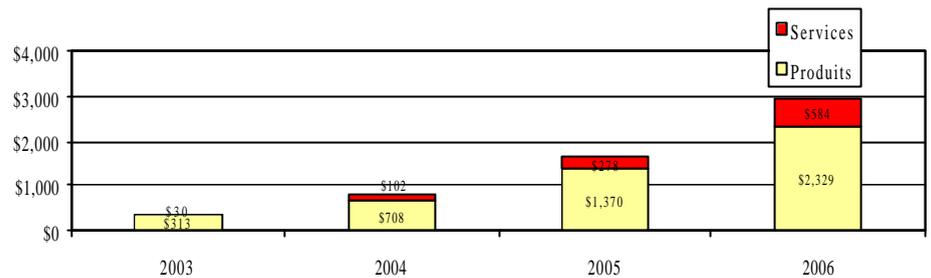
#### Type de cybermarchés

Les centres verticaux desservent un secteur industriel particulier, par exemple Quadrem dans le secteur de l'exploitation minière et le marché canadien des soins de santé (Canadian Healthcare Marketplace) (CHM.ca). Les caractéristiques de convivialité sont adaptées aux exigences d'une industrie particulière, et la structure concurrentielle de chaque industrie régit les types d'échanges créés et leur évolution.

Les centres horizontaux desservent plusieurs secteurs industriels ou la totalité de ceux-ci, et leurs caractéristiques de convivialité ne sont pas particulières à une industrie. Comme point de départ, les chefs de file émergents, comme Onvia et Firmbuy, ont ciblé les approvisionnements de bureau et l'entretien, la réparation et le fonctionnement.

Les cybermarchés parrainés par le gouvernement, tel SourceCAN ([www.sourcecan.com](http://www.sourcecan.com)), ont été mis en place pour accélérer l'adoption du commerce électronique et l'accès au marché mondial. L'élément moteur a été la transparence, et l'atteinte de l'équilibre coût-efficacité pour le gouvernement et ses partenaires commerciaux. Ceci a produit un système de soumission en ligne largement utilisé par toutes les industries et qui évolue vers un marché électronique. Cette plateforme gouvernementale vise également à promouvoir les exportations en jumelant des entreprises canadiennes à des débouchés commerciaux internationaux d'autres gouvernements<sup>1</sup>.

A- Le marché des cybermarchés en Amérique du Nord<sup>2</sup>, 2002



(Milliards \$US)

- On prévoit que le marché des cybermarchés en Amérique du Nord passera de 343 milliards \$US en 2003 à 2 913 milliards \$US en 2006.
- Les cybermarchés devraient détenir plus de 40 % du commerce en ligne dans de nombreux secteurs, tels les services aux entreprises, l'informatique et l'électronique, les biens de consommation et les services publics d'ici 2006.
- 28 % des marchés de l'industrie des services publics seront des cybermarchés d'ici 2006.

B- Le marché des cybermarchés par secteur en Amérique du Nord<sup>2</sup>, 2002

(Milliards de \$ US)	2003	2004	2005	2006	% total de l'industrie en 2006	% des ventes en ligne en 2006
Aérospatial et défense	\$ 0.30	\$ 1.10	\$ 3.50	\$ 8.70	4%	23%
Agriculture, alimentation, foresterie & pêche	\$ 9.70	\$ 30.70	\$ 79.10	\$ 159.20	7%	35%
Services aux entreprises	\$ 8.90	\$ 24.00	\$ 49.70	\$ 83.00	16%	54%
Produits chimique	\$ 10.20	\$ 31.30	\$ 79.40	\$ 161.50	9%	35%
Informatique et électronique	\$ 151.60	\$ 263.10	\$ 366.80	\$ 453.60	18%	57%
Construction	\$ 31.90	\$ 84.90	\$ 175.30	\$ 292.70	7%	40%
Produits de consommation	\$ 28.50	\$ 72.40	\$ 141.00	\$ 220.70	15%	48%
Services financiers	\$ 8.20	\$ 34.60	\$ 120.10	\$ 303.10	9%	40%
Machinerie et équipement industriel	\$ 16.80	\$ 47.70	\$ 103.50	\$ 176.20	18%	50%
Assurances	\$ 8.80	\$ 31.40	\$ 78.80	\$ 138.90	9%	44%
Mines et métaux	\$ 4.90	\$ 16.60	\$ 46.30	\$ 102.00	10%	35%
Véhicules à moteur et équipement de transport	\$ 3.40	\$ 13.00	\$ 41.50	\$ 103.90	5%	26%
Papier et produits reliés	\$ 4.30	\$ 13.70	\$ 34.80	\$ 68.90	9%	38%
Raffinage des produits pétroliers	\$ 8.60	\$ 20.10	\$ 35.60	\$ 50.10	12%	44%
Produits et services de télécommunication	\$ 1.70	\$ 7.50	\$ 26.10	\$ 67.20	7%	33%
Services de transport	\$ 4.00	\$ 12.00	\$ 29.70	\$ 59.00	10%	41%
Utilité	\$ 40.60	\$ 106.00	\$ 237.30	\$ 464.00	28%	45%
<b>Total</b>	<b>\$ 342.40</b>	<b>\$ 810.10</b>	<b>\$ 1,648.50</b>	<b>\$ 2,912.70</b>	<b>11%</b>	
<b>Goods</b>	<b>\$ 312.70</b>	<b>\$ 708.10</b>	<b>\$ 1,370.10</b>	<b>\$ 2,328.80</b>	<b>12%</b>	
<b>Services</b>	<b>\$ 29.90</b>	<b>\$ 101.80</b>	<b>\$ 278.20</b>	<b>\$ 584.00</b>	<b>10%</b>	

**SourceCAN**

## Le commerce électronique sur les cybermarchés

### Tendances

Les marchés publics, ouverts à plusieurs entreprises clientes et fournisseuses, et les marchés privés, qui se limitent à une seule entreprise cliente ou fournisseuse, intègrent plusieurs fonctions d'une entreprise dans leurs systèmes.

N'ayant au départ qu'une simple capacité de jumelage, les cybermarchés adoptent maintenant des applications de synchronisation de la chaîne d'approvisionnement telles que la planification en collaboration et les prévisions de réapprovisionnement (CPFR), l'état d'une commande et le partage des catalogues électroniques à l'avance sur Internet. Les entreprises chefs de file ont maintenant tendance à se doter de ressources de gestion des relations avec les clients (GRC) et d'intégration à des systèmes financiers.

### Avantages

Les marchés électroniques publics permettent aux entreprises de trouver de nouveaux clients puisqu'elles ont ainsi accès aux milliers de débouchés potentiels offerts sur le marché. Attirer de nouveaux clients est la première raison citée dans tous les secteurs pour expliquer l'augmentation des recettes (voir le diagramme D).

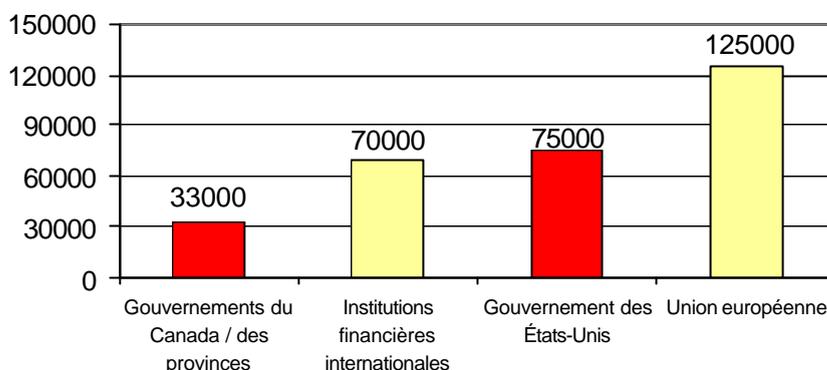
Les applications de pointe du commerce électronique qui intègrent les systèmes opérationnels des partenaires permettent aux entreprises de réduire leurs dépenses reliées aux ventes et à l'administration générale de 8,2 % dans le secteur de la fabrication, de 9,4 % dans la vente de détail et de gros et de 12 % au sein des organismes du secteur public. Le coût de la marchandise vendue diminue habituellement de 7 à 15 % selon les applications propres au secteur<sup>3</sup>.

### Tendances à venir

Les cybermarchés, publics et privés, devraient s'accroître et devenir un outil essentiel pour le commerce, les finance, les relations avec la clientèle et la gestion de la chaîne d'approvisionnement.

Très peu d'entreprises canadiennes, surtout parmi les PME, participent actuellement à des cybermarchés. Il est essentiel que les PME adoptent cet outil pour garder leur avantage concurrentiel ou se doter d'un tel avantage.

### C- Marchés d'appels d'offres internationaux / internes accessibles grâce aux cybermarchés du gouvernement<sup>5</sup>



➤ **Attirer de nouveaux clients est la première raison expliquant l'augmentation des recettes dans la stratégie du commerce électronique; 79 % dans la fabrication, 75 % dans le commerce de gros et de détail et 91 % dans les organismes du secteur public.**

➤ **Les cybermarchés publics du gouvernement permettent à toutes les entreprises d'avoir accès à des milliers de débouchés grâce aux capacités de jumelage et de soumission électroniques.**

➤ **Plus de 200 000 débouchés domestiques et internationaux sont offerts gratuitement aux entreprises canadiennes.**

### D- Raisons de l'augmentation des recettes des stratégies du commerce électronique<sup>3</sup>, 2003

Raisons de l'accroissement des recettes	Fabrication	Services financiers	Commerce de gros et de détail	Secteur public
Les clients existants achètent plus souvent	27%	37%	33%	40%
Les clients existants achètent en plus grande quantité	28%	11%	30%	15%
La capacité d'augmenter les prix	11%	34%	16%	4%
<b>Attirer des nouveaux clients</b>	<b>79%</b>	<b>69%</b>	<b>75%</b>	<b>91%</b>

**Pour faire des affaires sur Internet et pour avoir accès à de nouveaux débouchés sur Internet, inscrivez**

**votre entreprise à [www.sourcecan.com](http://www.sourcecan.com)**

**Pour de plus amples renseignements sur le Commerce électronique, consultez le site <http://strategis.gc.ca/ebizenable>**

**SourceCAN**

**ebiz.enable**

Source :

- 1- Canadian Online Marketplaces Report, E-Search Canada, 2001-2002
- 2- eBusiness Propels Productivity, Forrester Research Inc, 2002
- 3- Net Impact Study Canada, Canadian e-Business Initiative, 2003
- 4- Tirez Profit des Portails, Cefrio, 2002
- 5- SourceCAN, Mai 2003