

Analyse de l'enquête de Statistique Canada

Préparé par la direction générale du commerce électronique - Industrie Canada

Recours au commerce électronique et utilisation des technologies de l'information et des communications

Contexte

L'enquête de Statistique Canada est la première qui ait porté sur le cyber-commerce à l'échelle de toute l'économie.

- La première enquête du genre qu'ait menée un bureau national de statistique pour évaluer l'utilisation du commerce en ligne dans tous les secteurs de l'économie et publier les résultats.
- L'échantillon comprenait plus de 23 000 entreprises et organismes gouvernementaux.

Elle fournit des données de référence remontant à 1999

- Période visée : du 1^{er} janvier au 31 décembre 1999.
- D'autres enquêtes auront lieu pour évaluer la croissance du cybercommerce au Canada.

Principales conclusions

Les degrés de connectivité sont élevés dans les entreprises canadiennes.

- 52,8 % ont accès à Internet.
- 52,6 % ont accès au courrier électronique.
- 21,7 % ont un site Web.

Le secteur public canadien est un utilisateur modèle d'Internet.

- 95,4 % des organismes ont accès à Internet.
- 96,6 % des organismes ont accès au courrier électronique.
- 69,2 % des organismes ont un site Web.
- 59,0 % des employés du secteur public canadien ont accès à Internet, ce qui est mieux que dans le secteur privé.

Cependant, les secteurs privé et public mettent du temps à adopter le commerce en ligne.

- 10,1 % des entreprises privées utilisent Internet pour vendre des biens.
- 13,8 % des entreprises privées utilisent Internet pour faire des achats.
- 14,5 % des organismes du secteur public utilisent Internet pour vendre des biens.
- 44,2 % des organismes du secteur public utilisent Internet pour faire des achats.

Principales raisons pour lesquelles les entreprises privées n'utilisent pas le commerce en ligne.

- Elles croient que les biens ou les services se prêtent mal au cybercommerce.
- Elles préfèrent conserver les modèles de fonctionnement existants.
- Elles ont des réserves au sujet de la sécurité.

Les Canadiens sont branchés au Net . . .

- D'après les indicateurs de la connectivité, le gouvernement du Canada est en voie d'atteindre son objectif, qui est de « faire du Canada le pays le plus branché du monde » [l'indice de connectivité inaugural du Conference Board du Canada (**Figure 1**) montre que le pays se classe parmi les chefs de file mondiaux].

. . . Il nous faut maintenant l'utiliser.

- Dans le cadre de son programme de connectivité, le gouvernement a établi le cadre fondamental nécessaire pour faire du Canada un centre d'excellence pour le cyber-commerce.
- Le Canada est bien placé pour compter parmi les chefs de file dans l'économie numérique, comme le montrent les hauts niveaux de branchement à Internet chez les entreprises canadiennes et le nombre de sites Web créés par elles.
- À partir de l'an 2000, le Canada a la possibilité de miser sur un état de préparation élevé au commerce en ligne pour connaître une super-croissance (**Figure 2**). C'est maintenant au tour du Canada de passer à ce stade, d'après la maison Forrester Research (**Figure 4**).
- Les entreprises canadiennes doivent exploiter le marché mondial numérique en croissance, marché dont la valeur passera de 195 milliards de dollars CAN en 1999 à 3,9 billions en 2004. Selon les prévisions du secteur privé, le marché canadien sur Internet croîtra environ 13 fois plus vite au cours de cette période (**Figure 3**).
- Les résultats de Statistique Canada confirment l'évaluation faite par la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes dans son rapport paru en janvier 2000 sous le titre ***Pour une progression rapide : Comment faire du Canada un leader dans l'économie sur Internet***. La Table ronde y exhortait le secteur privé et les gouvernements à accélérer l'adoption et l'utilisation du commerce en ligne dans tous les secteurs de l'économie canadienne et surtout dans celui des PME.
- Une recherche menée auprès des chefs d'entreprise canadiens montre qu'ils sont bien disposés envers l'adoption du commerce électronique dans l'avenir et à l'égard des avantages éventuels de cet outil (**Figure 5**).

Importance des conclusions de Statistique Canada

- Pour la première fois, il est possible de comparer la croissance du cybercommerce au Canada à des données de référence et à des indicateurs utilisés sur le marché international.

- Les résultats peuvent valider les estimations du secteur privé sur la pénétration du commerce en ligne et d'Internet. Par exemple, la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante a fait une enquête sur le degré d'utilisation d'Internet et du commerce en ligne par les PME dans le dernier trimestre de 1999. Ses résultats sont semblables à ceux de Statistique Canada. **(Figure 6)**.

Prochaines étapes

- Analyser les données et produire plusieurs documents détaillant les résultats de l'enquête par secteur et selon la taille des entreprises.
- Partager les concepts de Statistique Canada avec l'OCDE et ses membres afin d'améliorer les données internationales et la comparabilité des éléments.
- Exécuter l'enquête 2000 de Statistique Canada, ce qui nous permettra d'étudier les tendances et d'évaluer la progression de l'utilisation d'Internet et de l'adoption du commerce en ligne au Canada.

Atteindre l'objectif de la connectivité

Le classement de la connectivité*
 Comparaison de 10 pays – Le Conference Board du Canada

	Connectivité globale	Infrastructure	Accès	Abordabilité	Utilisation	Déclencheurs socio-économique
É.-U.	1	1	4	4	1	1
Canada	2	2	3	1	2	2
Suède	3	6	1	1	4	6
Finlande	4	3	2	3	7	9
Australie	5	5	6	6	3	3
Japon	6	9	5	7	5	4
R.-U.	7	5	8	5	5	9
Allemagne	8	7	7	8	8	7
France	9	9	10	9	10	5
Italie	10	10	9	10	9	10

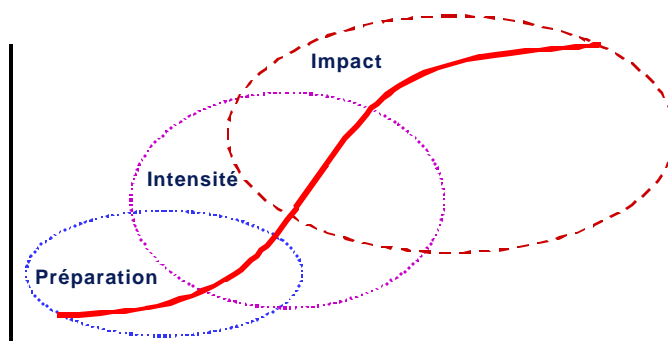
*Based on a composite index. The comparisons were based on the most current data available for all countries examined, that is, primarily 1997-98 data.
 Source: Conference Board of Canada

Figure 1

Développement du commerce électronique

La Courbe "S"

Niveau d'activité du commerce électronique



Temps

Source: OECD Information Technology Outlook



Figure 2

Part canadienne actuelle et prévue du commerce électronique mondial

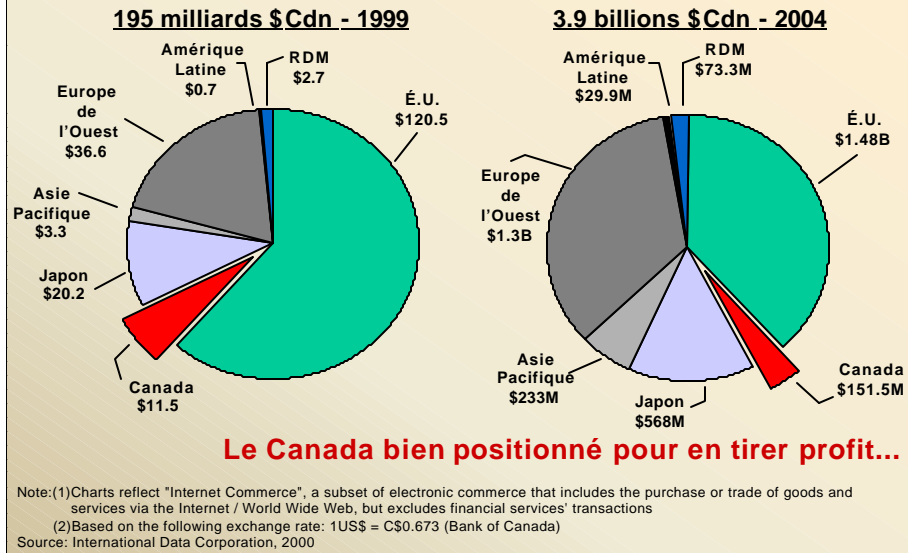


Figure 3

Le Canada au seuil du commerce électronique

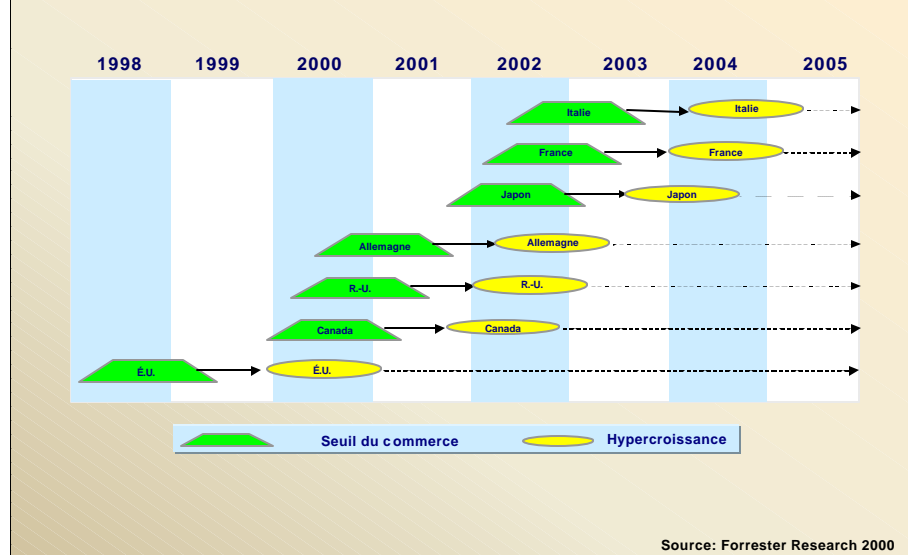


Figure 4

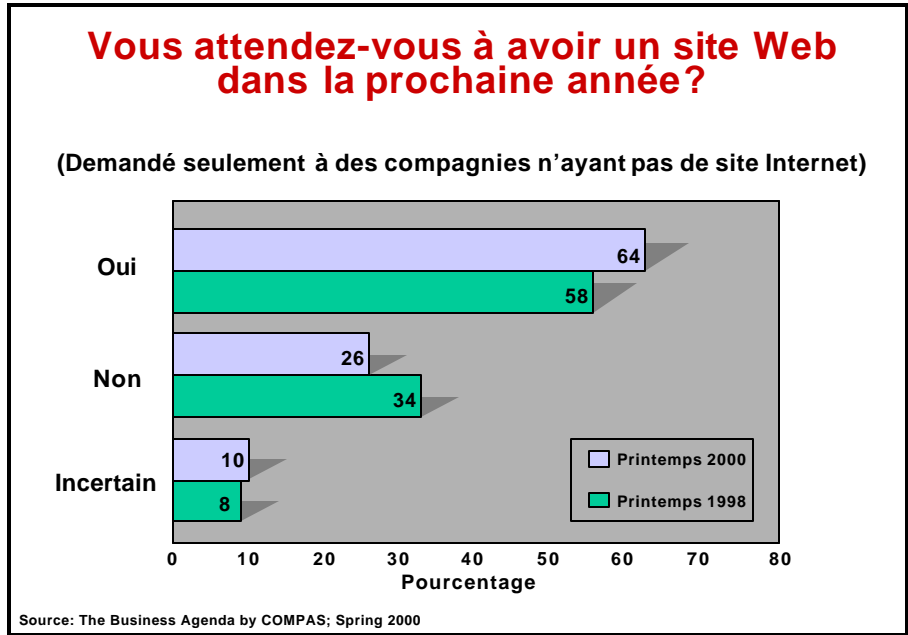


Figure 5

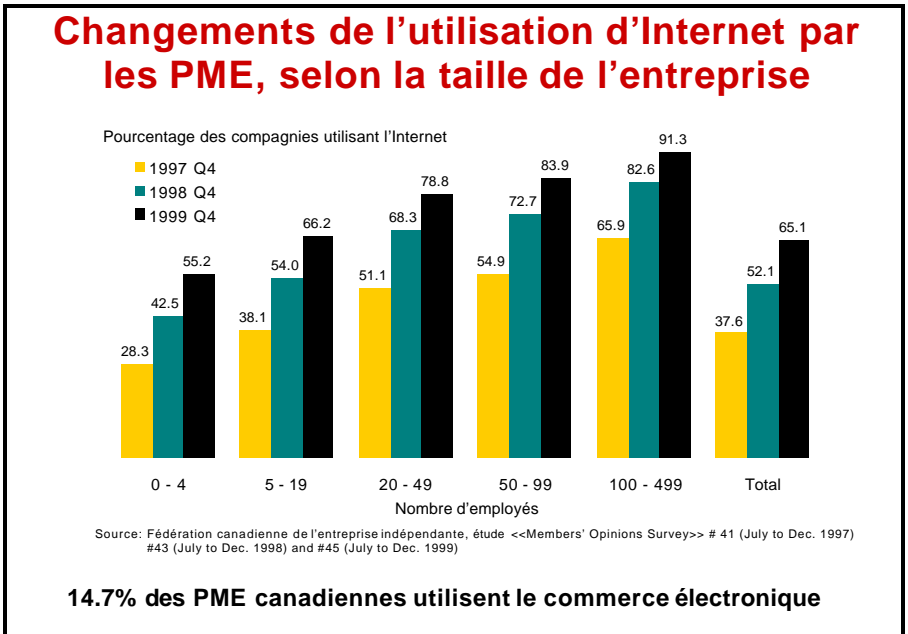


Figure 6