

Commerce électronique et Internet dans les entreprises du Grand-Duché de Luxembourg

Etat de la situation à la fin de l'année 2000



Rapport de l'enquête réalisée en collaboration par
la Chambre de Commerce du G.-D. de Luxembourg
et le Centre de Recherche Public – Gabriel Lippmann

Mars 2001

Benoît Otjacques,
CRP-Gabriel Lippmann

Table des matières

TABLE DES MATIÈRES	3
REMERCIEMENTS.....	5
MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE.....	6
1 CONSTRUCTION DE L'ÉCHANTILLON AUQUEL L'ENQUÊTE A ÉTÉ ENVOYÉE	6
1) <i>Mode opératoire</i>	6
2) <i>Données numériques</i>	7
2 MISE EN OEUVRE DE L'ENQUÊTE 'COURRIER'	9
1) <i>Planning</i>	9
2) <i>Questionnaire</i>	9
3 LES RÉPONSES.....	10
a) Distribution de la réception au cours du temps	10
b) Taux de réception par secteur	11
4 L'ENQUÊTE TÉLÉPHONIQUE	14
5 CORRECTIONS DES RÉSULTATS	15
1) <i>Questions de type 1</i>	15
2) <i>Questions de type 2</i>	15
3) <i>Questions de type 3</i>	15
4) <i>Remarque sur la présentation des résultats</i>	16
RÉSULTATS.....	17
1 REMARQUES PRÉALABLES	17
2 L'INFORMATIQUE DANS LES ENTREPRISES	17
1) <i>Présence d'ordinateurs dans les entreprises (type 1)</i>	17
2) <i>Nombre d'informaticiens employés (type 2)</i>	19
3 LES ENTREPRISES ET INTERNET.....	21
1) <i>Accès à Internet (type 1)</i>	21
2) <i>Utilisation du courrier électronique (type 2)</i>	22
3) <i>Présence d'un site web (type 1)</i>	24
4) <i>Fonctionnalités du site web (type 3)</i>	25
5) <i>Activités dans le commerce électronique (type 2)</i>	26
a) Planifications actuelles (type 2)	26
b) Influence interne d'Internet (type 2)	27
c) Influence d'Internet sur l'environnement de l'entreprise (type 2).....	28
4 LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE	32
1) <i>Expérience d'achat sur Internet (type 1)</i>	32
2) <i>Pourquoi faire du commerce électronique ? (type 3)</i>	34
3) <i>Pourquoi ne pas faire de commerce électronique ? (type 2)</i>	35
5 LA SÉCURITÉ SUR INTERNET	37
1) <i>Connaissance des certificats numériques (type 1)</i>	37
2) <i>Sentiment vis-à-vis de la sécurité sur Internet (type 2)</i>	38
3) <i>Motivations pour ne pas faire de commerce électronique (type 2)</i>	40
4) <i>Conclusions</i>	40
6 ASPECTS FINANCIERS.....	42
1) <i>Chiffre d'affaire généré par le commerce électronique</i>	42
2) <i>Rentabilité des activités de commerce électronique</i>	43
3) <i>Conclusions</i>	44
CONCLUSIONS.....	45
BIBLIOGRAPHIE	47
QUESTIONNAIRE ENVOYÉ PAR COURRIER	50
QUESTIONNAIRE TÉLÉPHONIQUE.....	67

Remerciements

Cette enquête a été menée à bien grâce à la collaboration entre la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et la cellule CREDI¹ du Centre de Recherche Public – Gabriel Lippmann, à Luxembourg.

Divers membres du personnel de ces deux institutions ont participé à différentes phases de ce projet. Nous les remercions pour leur aide précieuse. Nous mentionnerons en particulier M. Breier, en charge de ce projet au sein de la Chambre de Commerce.

Le CEPS, par l'intermédiaire de M. Poussing et M. Bienvenue, nous a conseillé au niveau méthodologique ainsi que pour le calcul des résultats. Nous leur faisons part de notre gratitude pour cette collaboration.

Nous tenons également à remercier le STATEC, et plus précisément M. Molling, pour les commentaires judicieux qu'il nous a transmis concernant ce rapport.

Enfin, cette enquête a fourni des résultats essentiellement parce que plus de mille entreprises luxembourgeoises ont pris le temps de répondre à notre sollicitation. Merci à tous ces responsables de nous avoir consacré quelques minutes à la fin de l'année 2000.

Nous espérons que cette contribution permettra d'entreprendre de nouvelles actions, dans le but de faire du Luxembourg un pays gagnant en matière de commerce électronique.

Benoît Otjacques,
CRP-Gabriel Lippmann

¹ Cellule de Recherche, d'Etude et de Développement en Informatique

Méthodologie de l'enquête

1 Construction de l'échantillon auquel l'enquête a été envoyée

1) Mode opératoire

L'enquête a été réalisée sur base du fichier des ressortissants de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, à l'état d'octobre 2000. En vertu de la loi du 4 avril 1924 portant création de chambres professionnelles à base élective, telle qu'elle a été modifiée par la suite, sont ressortissantes de la Chambre de Commerce :

- toutes les personnes physiques,
 - toutes les sociétés commerciales, ainsi que
 - toutes les succursales de sociétés étrangères établies au Grand-Duché,
- exerçant une activité commerciale, financière ou industrielle et figurant au Registre de Commerce.

La classification par branche d'activité se base sur la définition des 8 groupes électoraux de la Chambre de Commerce, tels que prévus par la loi du 4 avril 1924 précitée.

- ◆ **Dans le groupe électoral 1** (commerce de gros), toutes les entreprises ont été reprises dans l'échantillon (soit un total de 2659 entreprises). Les codes NACE² concernés sont les suivants³ : 50.101, 50.301, 50.401, 51.2, 51.3, 51.4, 51.5, 51.6, 51.7.
- ◆ **Dans le groupe électoral 2** (commerce de détail et autres activités commerciales non spécialement dénommées), 1622 entreprises ont été considérées (sur un total de 11250). Les codes NACE associés à ce groupe sont les suivants : 01, 02, 05, 50.102, 50.103, 50.2, 50.302, 50.303, 50.310, 50.402, 50.403, 50.404, 50.5, 51.1, 52, 60, 61, 62, 63, 64, 7, 8, 92.114, 92.120, 92.130, 92.3, 92.4, 92.5, 92.6, 92.7, 93, 95.
- ◆ **Le groupe électoral 3**, regroupant les établissements métallurgiques occupant régulièrement plus de 200 salariés ainsi que leurs comptoirs de vente, a été complètement repris dans l'échantillon (soit 23 entreprises). Le code NACE associé est le suivant : 27.
- ◆ Dans le **groupe électoral 4** (banques), seules les banques universelles ont été contactées (206 entreprises). Les codes NACE associés à ce groupe sont les suivants : 65, 67.1.
- ◆ **Le groupe électoral 5** (assurances) a été repris entièrement dans l'échantillon (soit 471 entreprises). Les codes NACE associés à ce groupe sont les suivants : 66, 67.2.
- ◆ Dans le **groupe électoral 6** (établissements d'hébergement), tous les hôtels ont été considérés (soit 281 établissements). Les codes NACE associés à ce groupe sont les suivants : 55.1, 55.2.

² Nomenclature statistique des activités économiques dans l'Union Européenne

³ Lorsque le code renseigné comprend moins de chiffres que la nomenclature NACE officielle, cela signifie que tous les codes commençant par ce préfixe sont inclus dans le groupe électoral concerné. Exemple : 51.5 reprend tous les codes commençant par 51.5.

- ◆ **Le groupe électoral 7** (cafetiers et restaurateurs) n'a pas été inclus dans l'enquête (2125 entreprises). La prise en compte du groupe 6 permet cependant d'approcher le comportement des restaurants. Les codes NACE associés à ce groupe sont les suivants : 55.3, 55.4, 55.5.
- ◆ **Le groupe électoral 8** (petite et moyenne industrie) a été complètement intégré dans l'échantillon (soit 1854 entreprises). Les codes NACE concernés sont les suivants : 1, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 4, 90, 92.111, 92.112, 92.113, 92.2.

La description des activités économiques référencées par les codes NACE cités ci-dessus est placée en annexe (cf. p. 69).

Le fichier complet de la Chambre de Commerce contient 29737 entreprises actives représentant environ 80 % du PIB luxembourgeois. Les entreprises pour lesquelles le code NACE n'a pas pu être déterminé (soit 2579 entreprises) n'ont pas été reprises dans l'échantillon.

Finalement, **7116 entreprises**, issues des différents groupes électoraux de la Chambre de Commerce, **font partie de l'échantillon**.

2) Données numériques

Compte tenu du problème étudié, nous avons opté pour une répartition sectorielle des entreprises sur base de leur réactivité potentielle face au commerce électronique. Pour les besoins de l'enquête, nous avons donc regroupé les entreprises en 8 secteurs d'activité. Cette classification sectorielle permet de distinguer certains types d'entreprises (exemple : informatique, télécommunications) qui sont a priori susceptibles de présenter une attitude spécifique vis-à-vis de la problématique étudiée.

- Le secteur 1 inclut principalement les banques et les sociétés d'assurances. Il donne une image du **secteur financier**.
- Le secteur 2 rassemble les différentes **industries** (grandes entreprises et PME/PMI).
- Le secteur 3 concerne le monde de la **construction** (architectes, entrepreneurs, grossistes en matériaux...) et de l'immobilier (agences immobilières...)
- Le secteur 4 inclut les différents types de **commerce** (gros et détail), à l'exclusion de ceux actifs dans le secteur de la construction qui ont été placés dans le secteur 3.
- Le secteur 5 est dédié aux **technologies de l'information et de la communication**.
- Le secteur 6 rassemble les différentes **sociétés de service et de conseil** aux entreprises (conseil en gestion, publicité, secrétariat, sélection de personnel...).
- Le secteur 7 s'intéresse aux activités de transport de biens et de **logistique**.
- Le secteur 8 inclut les acteurs du secteur de **l'hôtellerie, du tourisme et des voyages**. Il faut remarquer que ce n'est pas l'équivalent du secteur Horeca (hôtels, restaurants, cafés).

Secteur	Nombre total d'entreprises	Part relative
1. banques, assurances, finances	1249	7.2%
2. industrie, énergie, eau	1612	9.3%
3. construction, immobilier	3216	18.5%
4. commerce (gros et détail)	7449	42.8%
5. informatique, télécommunications	590	3.4%
6. conseil aux entreprises, consultance	1880	10.8%
7. transport de biens, logistique	841	4.8%
8. hôtels, voyages, tourisme	561	3.2%
<i>Total</i>	<i>17398</i>	<i>100.0%</i>

T 1

Le tableau T 1 indique la part relative de chaque secteur, calculée sur base du nombre d'entreprises prises en compte dans notre étude.

Secteur	Nombre d'entreprises dans l'échantillon	% par rapport au nombre d'entreprises du secteur
1. banques, assurances, finances	677	54.2%
2. industrie, énergie, eau	1612	100.0%
3. construction, immobilier	877	27.3%
4. commerce (gros et détail)	3129	42.0%
5. informatique, télécommunications	144	24.4%
6. conseil aux entreprises, consultance	188	10.0%
7. transport de biens, logistique	168	20.0%
8. hôtels, voyages, tourisme	321	57.1%
<i>Total</i>	<i>7116</i>	<i>40.9%</i>

T 2

Pour chaque secteur, des entreprises ont été choisies au hasard, dans une proportion déterminée. Le taux de sélection dans chaque secteur est détaillé dans le tableau T 2. Pour corriger la représentation supérieure de certains secteurs dans l'échantillon (et dans les réponses), les pourcentages globaux présentés dans ce rapport seront calculés en pondérant chaque secteur selon le nombre d'entreprises qu'il contient (cf. part relative, T 1).

2 Mise en oeuvre de l'enquête 'courrier'

1) Planning

Les questionnaires ont été envoyés par courrier aux entreprises de l'échantillon en deux jours : les 23 et 24 novembre 2000. Les réponses ont été acceptées jusqu'au 15 février 2001. L'étude repose sur une démarche volontaire des entreprises contactées. La réponse n'était pas obligatoire.

2) Questionnaire

Le questionnaire se compose de deux parties (A et B). La première (A) vise à qualifier l'entreprise (secteur d'activité, nombre d'employés, poste occupé par le répondant...), à évaluer son utilisation de l'informatique et à connaître sa position globale vis-à-vis d'Internet. La seconde partie (B) est destinée aux entreprises déjà actives dans le commerce électronique (au sens large). Elle contient des questions plus précises liées à l'expérience de l'entreprise dans ce domaine (raisons pour faire de l'*e-commerce*, fonctionnalités du site *web*...)

Le questionnaire comportait à la fois des questions à choix multiple (QCM) et des questions à réponse libre. Cependant, ce rapport se base uniquement sur des questions où la personne interrogée devait choisir une ou plusieurs réponses parmi plusieurs propositions (QCM).

Le questionnaire complet est placé en annexe.

3 Les réponses

a) Distribution de la réception au cours du temps

Les réponses furent nombreuses au cours des deux premières semaines qui ont suivi l'envoi. Ensuite, le nombre moyen de questionnaires reçus chaque jour a nettement diminué. Le graphique ci-dessous (Figure 1) illustre la distribution des réponses en fonction du temps (jours ouvrables).

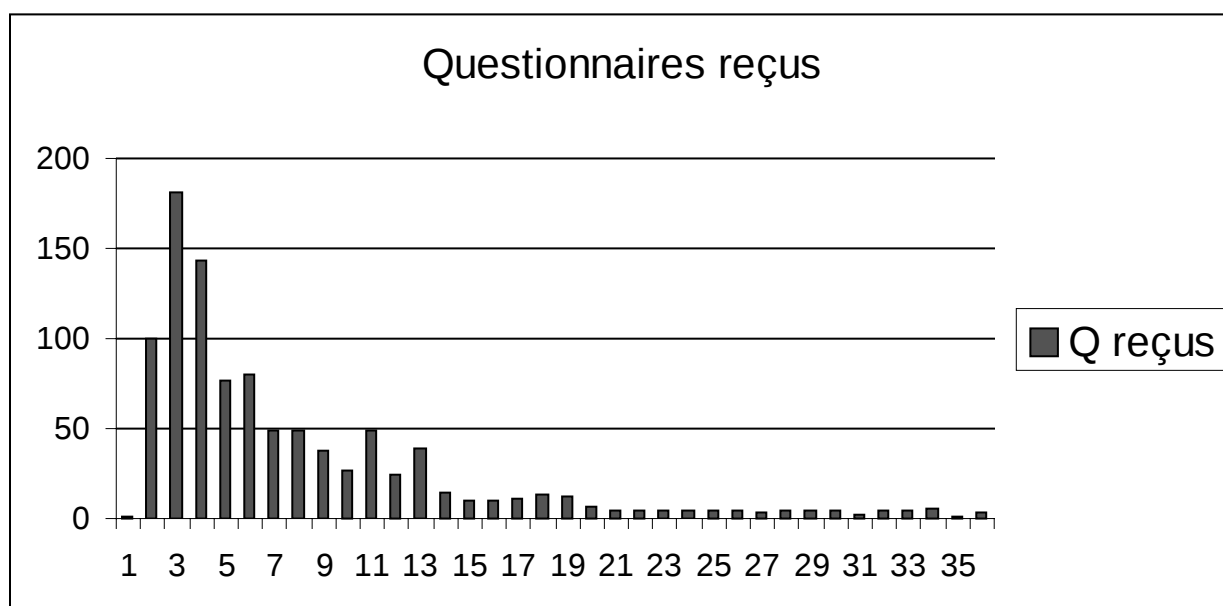


Figure 1

A la fin de la période de réception autorisée, **1004 questionnaires ont été reçus**. Ceci correspond à un **taux de réponse de 14 %**, qui s'avère supérieur au taux de réponse habituel de ce genre d'enquête.

Ce résultat peut sans doute s'expliquer par deux arguments. D'une part, la position officielle de la Chambre de Commerce vis-à-vis des entreprises et la neutralité du CRP-Gabriel Lippmann au point de vue commercial ont probablement incité les personnes interrogées à répondre. D'autre part, le sujet traité (Internet et le commerce électronique) fait partie des préoccupations actuelles des responsables d'entreprise. Cet état d'esprit a vraisemblablement aussi joué un rôle positif sur le taux de réponse.

Comme la figure ci-dessous nous l'indique, les personnes qui ont répondu à l'enquête occupent principalement des postes de direction ou des fonctions à grande responsabilité. En effet, 77 % d'entre elles ont déclaré occuper le poste de directeur / chef d'entreprise ou de chef de service / responsable d'une branche d'activité dans son ensemble. **Nos résultats reflètent donc l'avis des personnes qui influencent effectivement l'évolution de l'entreprise.**

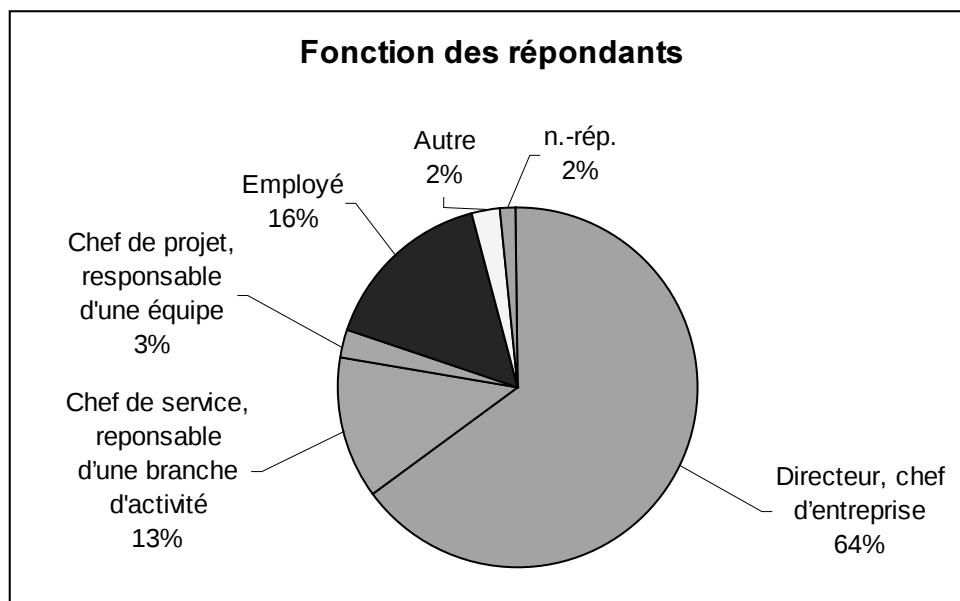


Figure 2 (1004 réponses) *

b) Taux de réception par secteur

Le nombre d'entreprises ayant répondu à l'enquête varie avec le secteur d'activité. Cela semble assez logique car la problématique d'Internet et du commerce électronique concerne les différents secteurs de manière plus ou moins intense, ce qui influe sur la propension à répondre des personnes contactées.

Le tableau **T 3** fournit le taux de réponse sectoriel à l'enquête. Nous considérons ici les entreprises qui ont répondu à la partie A du questionnaire, indépendamment du fait qu'elles aient répondu à la partie B (cf. p. 9).

Secteur	Nombre de questionnaires reçus (partie A)	Taux de réponse
1. banques, assurances, finances	142	21.0%
2. industrie, énergie, eau	147	9.1%
3. construction, immobilier	221	25.2%
4. commerce (gros et détail)	267	8.5%
5. informatique, télécommunications	48	33.4%
6. conseil aux entreprises, consultance	77	41.0%
7. transport de biens, logistique	40	23.8%
8. hôtels, voyages, tourisme	62	19.3%
<i>Total</i>	<i>1004</i>	<i>14.1%</i>

T 3

Nous avons également jugé utile de renseigner les taux de réponse relatifs à la partie B du questionnaire, c.-à-d. la partie destinée aux entreprises qui se considèrent comme déjà actives, d'une

* Dans les figures présentées, l'abréviation 'n.-rép.' signifie 'non-réponses'.

manière ou d'une autre dans le commerce électronique (voir tableau T 4). Nous rappelons que les entreprises qui ont répondu à la partie B ont également répondu à la partie A.

Secteur	Nombre de questionnaires reçus (parties A et B)	Taux de réponse
1. banques, assurances, finances	38	5.6%
2. industrie, énergie, eau	30	1.9%
3. construction, immobilier	41	4.7%
4. commerce (gros et détail)	64	2.0%
5. informatique, télécommunications	19	13.2%
6. conseil aux entreprises, consultance	17	9.0%
7. transport de biens, logistique	4	2.4%
8. hôtels, voyages, tourisme	29	9.0%
<i>Total</i>	<i>242</i>	<i>3.4%</i>

T 4

Compte tenu du nombre de réponses reçues, la précision des statistiques associées à des questions appartenant à la partie B du questionnaire sera naturellement inférieure à celles associées à la partie A.

Cette mise au point devait être faite pour éviter d'induire le lecteur en erreur. Dans la même optique, nous indiquerons toujours sous les figures proposées le nombre de réponses sur lequel sont basées les proportions calculées.

Notre enquête ne voulait pas limiter son champ d'étude aux "grandes" entreprises (ayant un effectif important). La répartition des entreprises (ayant répondu) en fonction de leur taille, exprimée par le nombre de personnes employées (voir Figure 3), nous rassure à ce sujet. Si on considère le chiffre d'affaires de l'entreprise (cf. Figure 4) on remarque également que le questionnaire a été renvoyé principalement par des entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 100 millions de LUF.

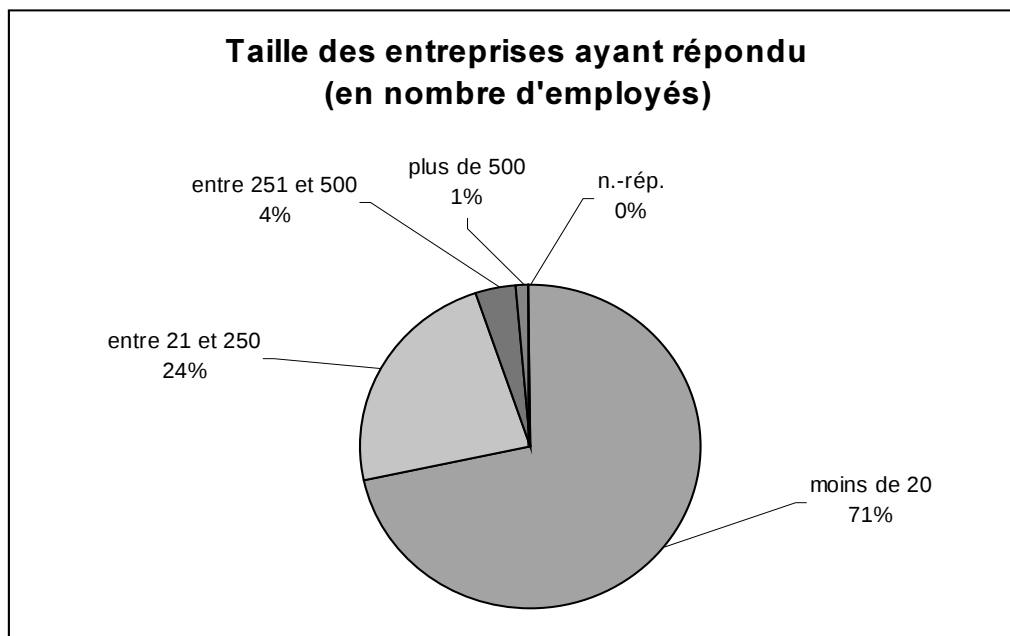


Figure 3 (1004 réponses)

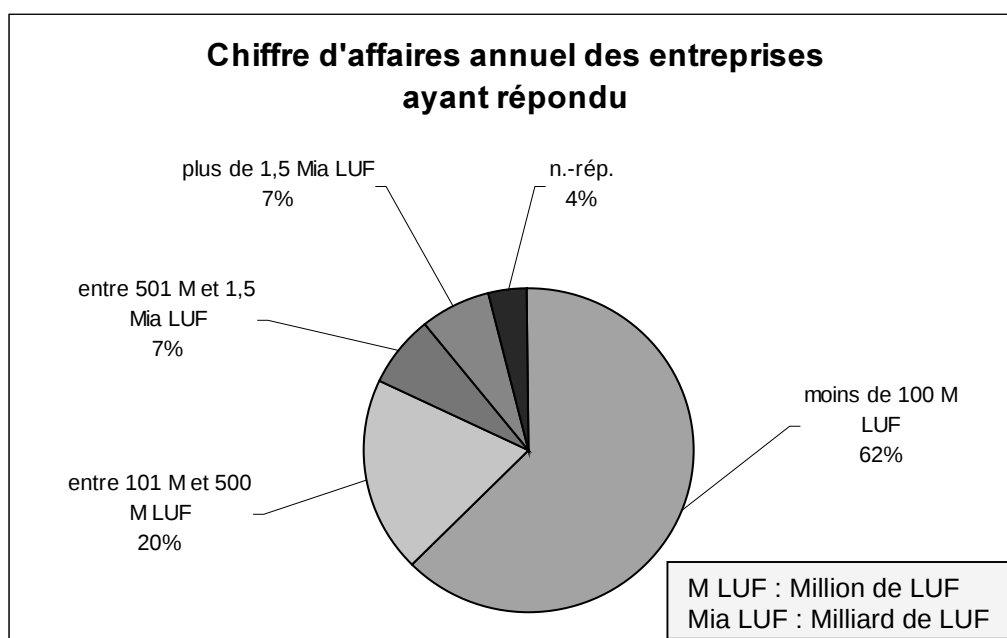


Figure 4 (1004 réponses)

4 L'enquête téléphonique

Afin de pouvoir appréhender le comportement des entreprises qui n'ont pas répondu au questionnaire envoyé par courrier, une enquête complémentaire a été réalisée. Cette seconde campagne s'est déroulée entre le 1 et le 16 février 2001.

Elle a consisté à contacter par téléphone une centaine d'entreprises (106 exactement) de la catégorie des 'non-répondants'. Les entreprises ont été sélectionnées au hasard mais réparties dans tous les secteurs d'activité concernés par l'enquête courrier.

Secteur	Entreprises contactées par téléphone
1. banques, assurances, finances	10
2. industrie, énergie, eau	10
3. construction, immobilier	25
4. commerce (gros et détail)	20
5. informatique, télécommunications	10
6. conseil aux entreprises, consultance	10
7. transport de biens, logistique	10
8. hôtels, voyages, tourisme	11
<i>Total</i>	<i>106</i>

T 5

La répartition sectorielle des entreprises est indiquée dans le tableau T 5.

Un nombre limité de questions furent posées au cours de ce complément d'enquête. Il s'agit principalement de questions clés pour lesquelles nous souhaitons améliorer la précision des résultats.

Les résultats issus de ce complément d'enquête seront intégrés à ceux issus de l'enquête courrier. Ils permettront de réduire partiellement le biais lié à l'influence de l'intérêt de la personne interrogée sur le taux de réponse. En effet, les entreprises les plus intéressées par le commerce électronique auront probablement plus tendance à répondre que celles qu'il ne concerne pas du tout.

Ce biais s'avérera sans doute optimiste en faveur des activités de commerce électronique. En d'autres termes, les résultats d'une question qui vise à évaluer la diffusion d'une technologie ou d'une activité liée à Internet, seront probablement surévalués par rapport à la diffusion dans la population globale des entreprises.

Nous sommes également conscients du fait que des motivations autres que le manque d'intérêt peuvent conduire à ne pas répondre. Nous pensons notamment au manque de temps.

5 Corrections des résultats

Toutes les questions posées dans le questionnaire courrier n'ont pas pu être analysées dans ce rapport. Différentes raisons expliquent cet état de fait mais un taux de réponse insuffisant constitue la plus fréquente.

1) Questions de type 1

Nous regrouperons dans le type 1 les questions du questionnaire courrier qui ont également été posées dans le questionnaire téléphonique (ou dont la réponse peut être logiquement déduite de celui-ci).

Les résultats des deux enquêtes seront combinés pour fournir une approximation de la proportion d'entreprises ayant répondu à chaque question, au niveau de la population étudiée (soit 17398 entreprises, cf. p. 6). Dans ce cadre, l'enquête téléphonique est utilisée pour tenter d'approcher le comportement des entreprises n'ayant pas répondu spontanément à l'enquête courrier.

Les résultats globaux indiqués incluent également une pondération basée sur le nombre d'entreprises dans chacun des 8 secteurs d'activité étudiés (cf. p. 7).

D'un point de vue rigoureux, l'enquête ne peut pas être considérée comme statistiquement représentative de l'ensemble de l'économie luxembourgeoise. Cependant, elle donne une indication raisonnable de la situation des entreprises, vu que les membres de la Chambre de Commerce génèrent environ 80% du PIB luxembourgeois.

2) Questions de type 2

Nous regrouperons dans le type 2 les questions appartenant à la partie A du questionnaire courrier et qui n'ont pas été posées dans le questionnaire téléphonique (ou dont la réponse ne peut être déduite de celui-ci).

Les résultats relatifs à ces questions ne seront pas corrigés pour tenir compte des non-répondants et ne fourniront dès lors pas un résultat extrapolable à l'ensemble de la population. Ils seront présentés tels qu'issus de l'enquête et ne seront donc représentatifs que des entreprises ayant répondu à l'enquête courrier. Les chiffres globaux présentés seront basés sur une pondération de chaque secteur d'activité en fonction du nombre d'entreprises du secteur (cf. p. 7).

Ces résultats présentent néanmoins un intérêt certain car ils fournissent une image des **entreprises les plus concernées ou les plus motivées en matière de commerce électronique et d'Internet**.

3) Questions de type 3

Nous regrouperons dans le type 3 les questions appartenant à la partie B du questionnaire courrier et qui n'ont pas été posées dans le questionnaire téléphonique (ou dont la réponse ne peut être déduite de celui-ci).

Comme pour le type 2, les résultats relatifs à ces questions ne seront pas corrigés. Ils seront présentés tels qu'issus de l'enquête et ne seront donc représentatifs que des entreprises ayant répondu à la partie B de l'enquête courrier. Comme dans le cas précédent, les chiffres globaux présentés seront basés sur une pondération de chaque secteur d'activité en fonction du nombre d'entreprises du secteur.

La présentation de ces résultats mérite elle aussi une attention certaine. Le nombre d'entreprises concernées se voit encore réduit par rapport au type 2. La précision des chiffres indiqués est donc moindre. Il s'agit cependant d'**entreprises qui sont non seulement intéressées par l'utilisation d'Internet à des fins commerciales mais qui s'y impliquent activement**. Leur attitude et leur expérience est donc certainement digne d'intérêt.

4) Remarque sur la présentation des résultats

Les résultats seront rassemblés par thème plutôt que par type de question. Cela permet d'englober plus facilement la problématique complète associée à une question. Cependant, pour ne pas induire le lecteur en erreur, nous renseignerons pour chaque question le type auquel elle appartient. Il sera dès lors aisé de connaître les réserves à appliquer lors de l'analyse des résultats.

	Résultats	Entreprises
Type 1	Globalisés	Membres de la Chambre de Commerce et appartenant aux secteurs économiques étudiés
Type 2	Bruts, représentatifs des répondants (partie A)	Concernées par le commerce électronique
Type 3	Bruts, représentatifs des répondants (parties A et B)	Actives dans le commerce électronique

Résultats

1 Remarques préalables

Nous attirons l'attention du lecteur sur les biais inévitables associés à une enquête telle que la nôtre.

La première distorsion concerne la propension à renvoyer le questionnaire. On peut raisonnablement penser que les entreprises les plus concernées par le sujet de l'enquête auront plus tendance à répondre que celles qui ne s'y intéressent pas du tout.

La seconde imprécision est causée par l'intérêt et les connaissances de la personne qui va concrètement répondre à l'enquête, et ce indépendamment du secteur d'activité de l'entreprise.

2 L'informatique dans les entreprises

1) Présence d'ordinateurs dans les entreprises (type 1)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **De combien d'ordinateurs dispose votre entreprise ?** » Elle fait référence à la question 1.2.1 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50) et à la question 5 du questionnaire téléphonique (voir p. 50).

Le tableau T 6 présente les résultats basés sur les deux types d'enquête.

Secteur	0	1 à 10	11 à 50	plus de 50	n-rép.
1. banques, assurances, finances	2.2%	24.2%	28.6%	45.0%	0.0%
2. industrie, énergie, eau	0.4%	40.9%	20.7%	37.8%	0.1%
3. construction, immobilier	0.9%	71.7%	22.3%	4.9%	0.1%
4. commerce (gros et détail)	5.0%	75.3%	19.4%	0.2%	0.0%
5. informatique, télécommunications	0.0%	40.6%	41.9%	17.5%	0.0%
6. conseil aux entreprises, consultance	0.5%	65.2%	25.7%	8.6%	0.0%
7. transport de biens, logistique	8.8%	55.4%	26.4%	9.4%	0.0%
8. hôtels, voyages, tourisme	1.3%	81.8%	15.9%	1.0%	0.0%
Cumulé	3.0%	64.8%	22.4%	9.7%	0.0%

T 6 (1110 réponses)

On remarque tout d'abord que presque toutes les entreprises (97 %) disposent d'une infrastructure informatique, même minime. Ce chiffre est cohérent avec l'étude du CEPROS⁴ conduite en 1999, qui renseignait que 97 % des entreprises luxembourgeoises interrogées possédaient des ordinateurs. Nous tenons néanmoins à avertir le lecteur que l'enquête du CEPROS visait plutôt les entreprises de taille moyenne à grande (plus de 85 employés) ou celles les plus susceptibles d'utiliser les technologies de l'information et de la communication. Le rapport du CEPROS précisait clairement que l'échantillon était sujet à un biais en direction des entreprises les plus grandes.

⁴ CEPROS, 2000, p. 51.

Si on regroupe les résultats du tableau précédent en fixant comme limite le fait de posséder plus ou moins de 10 ordinateurs (cf. Figure 5), les conclusions apparaissent plus clairement encore.

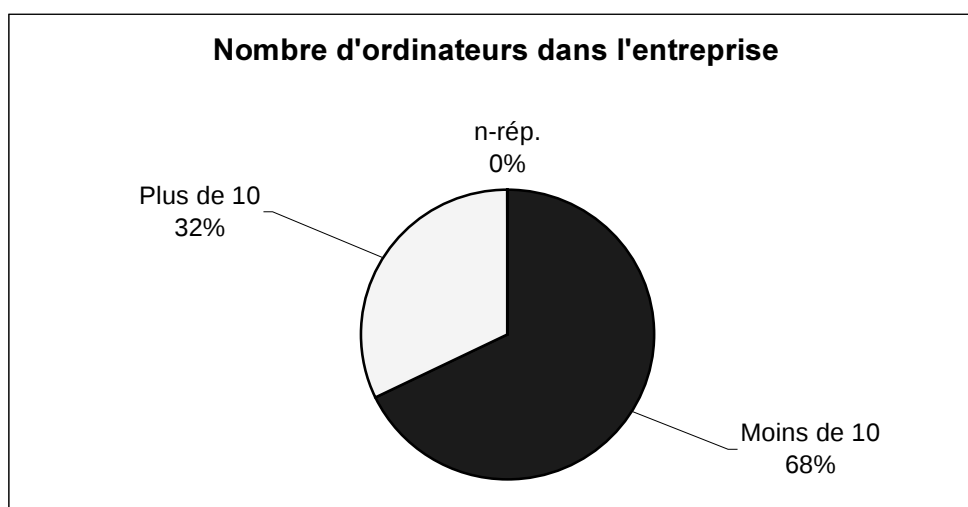


Figure 5 (1110 réponses)

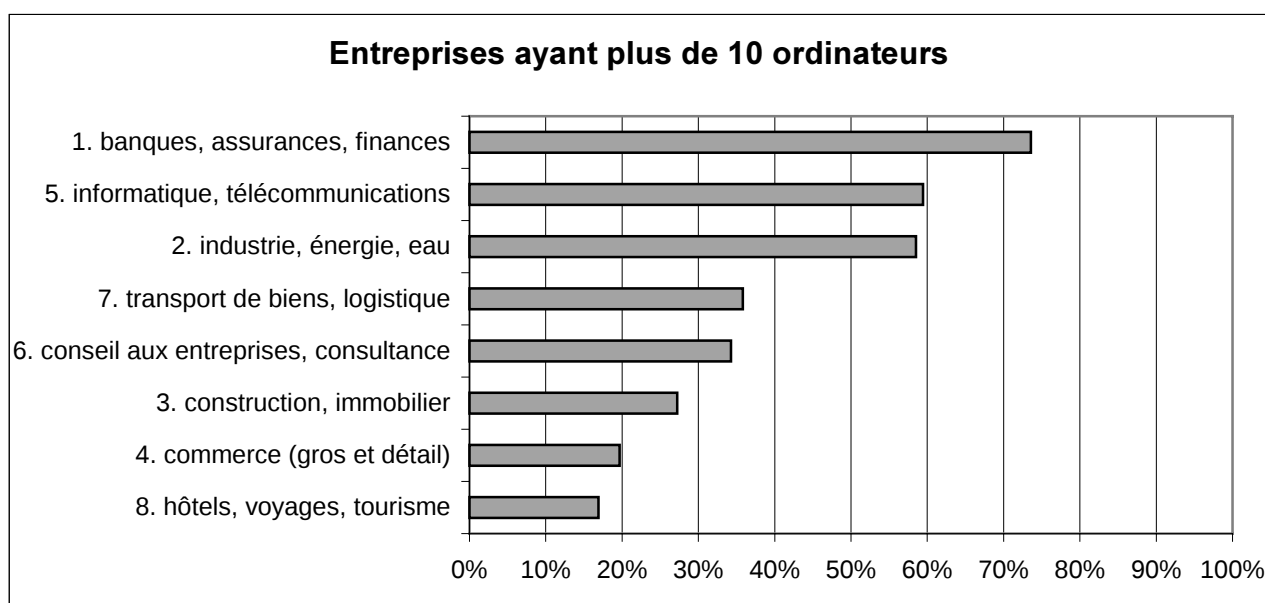


Figure 6 (1110 réponses)

Le secteur financier (1) s'impose comme celui dans lequel la plus grande proportion d'entreprises (73.6 %) dispose d'un parc informatique important. Les secteurs de l'industrie (2) et des technologies de l'information et de la communication (5) suivent avec près de six entreprises sur dix disposant de plus de dix ordinateurs. Dans les autres secteurs (3, 4, 6, 7, 8), au moins deux tiers des entreprises n'ont à leur disposition qu'une infrastructure informatique réduite (moins de dix ordinateurs).

2) Nombre d'informaticiens employés (type 2)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Le personnel de votre entreprise comprend-il des informaticiens, si oui combien ?** » Elle fait référence à la question 1.2.2 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

Secteur	inférieur ou égal à 5 informaticiens	supérieur à 5 informaticiens	n.-rép.
1. banques, assurances, finances	78.2%	21.1%	0.7%
2. industrie, énergie, eau	85.0%	12.9%	2.0%
3. construction, immobilier	96.8%	0.9%	2.3%
4. commerce (gros et détail)	96.3%	2.2%	1.5%
5. informatique, télécommunications	60.4%	39.6%	0.0%
6. conseil aux entreprises, consultance	92.2%	7.8%	0.0%
7. transport de biens, logistique	92.5%	5.0%	2.5%
8. hôtels, voyages, tourisme	100.0%	0.0%	0.0%
Cumulé	92.3%	6.3%	1.4%

T 7 (1004 réponses)

Le tableau T 7 rassemble les résultats à cette question. Les chiffres sont relatifs aux entreprises ayant répondu au questionnaire courrier, il est dès lors probable qu'ils surestiment quelque peu le pourcentage d'entreprises employant des informaticiens dans la population globale.

Bien que la quasi-totalité d'entre elles disposent d'au moins un ordinateur (cf. p. 17), on constate que l'immense majorité des sociétés disposent, au mieux, d'une très petite équipe informatique (cf. Figure 7). **Seule une entreprise sur vingt emploie plus de 5 informaticiens.** Pour être complets, nous précisons que les sociétés qui n'en emploient pas sont incluses dans les 93 %.

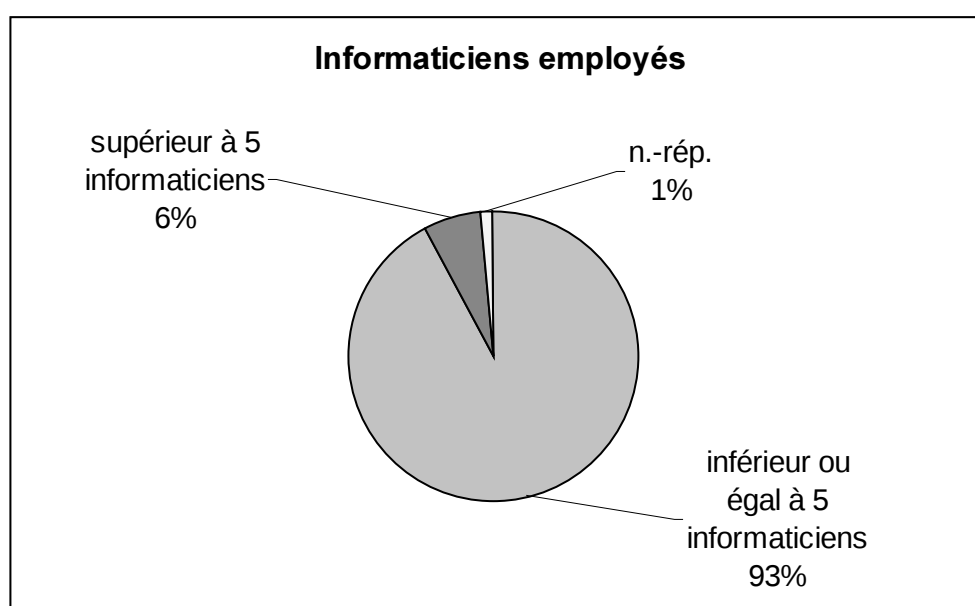


Figure 7 (1004 réponses)

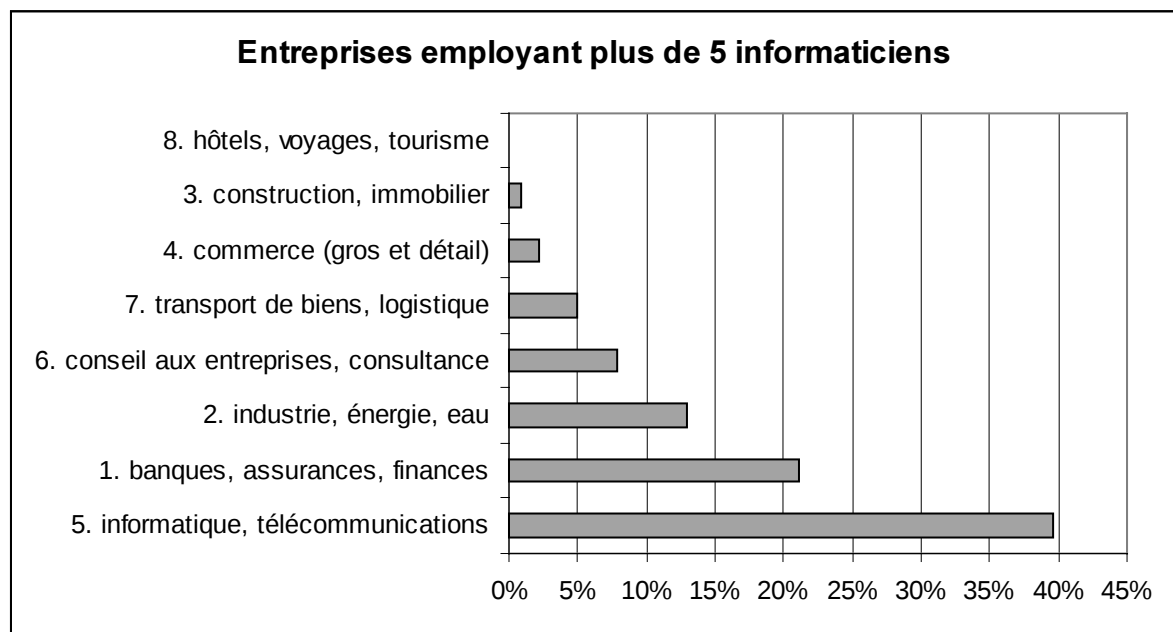


Figure 8 (1004 réponses)

On voit apparaître quatre grandes catégories de secteurs (cf. Figure 8).

- ◆ Les entreprises actives dans la branche '**informatique, télécommunications**' (5) arrivent en tête quant à l'utilisation de personnel informatique. Cela semble tout à fait normal.
- ◆ Dans le **secteur financier** (1), environ une entreprise sur cinq dispose d'une équipe informatique assez importante. Il faut se rappeler que l'appel à la sous-traitance permet dans certains cas, d'éviter à l'entreprise l'embauche directe d'informaticiens.
- ◆ Les **entreprises industrielles** (2) emploient plus de 5 informaticiens dans un cas sur huit environ.
- ◆ Enfin, dans **les autres branches d'activité** (3, 4, 6, 7, 8), les sociétés ne disposent généralement que de très peu d'informaticiens dans leur personnel, voire d'aucun.

3 Les entreprises et Internet

1) Accès à Internet (type 1)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **L'entreprise a-t-elle accès à Internet ?** » Elle fait référence à la question 3.2 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50) et à la question 6 du questionnaire téléphonique (voir p. 50).

Il est important de ne pas confondre la notion d'accès à Internet avec celle d'accès au *web*. L'accès peut se résumer à la présence d'un client de messagerie électronique, par exemple.

Si on combine les résultats des deux types d'enquête, on obtient le résultat global résumé par la Figure 9.

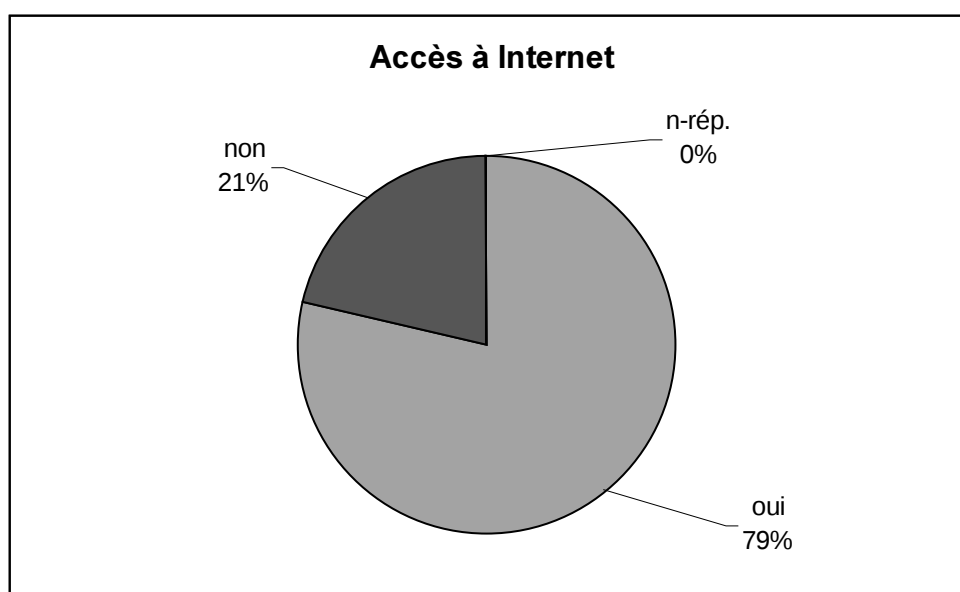


Figure 9 (1110 réponses)

D'après notre enquête, environ **80 % des entreprises étudiées disposeraient d'un accès à Internet**. Ce pourcentage est sans doute soumis à un biais optimiste (surévaluation), compte tenu de la propension des entreprises concernées par le questionnaire à y répondre.

L'enquête du CEPROS⁵ datant de 1999 avait conclu que 54 % des entreprises du G.-D. de Luxembourg accédaient fréquemment à Internet. Les chiffres ne sont pas contradictoires. En effet, d'une part, notre enquête s'est déroulée plus d'un an après celle du CEPROS et il est donc fort probable que le nombre d'entreprises ayant accès à Internet ait augmenté pendant cette période. D'autre part, notre enquête ne permet pas d'évaluer avec quelle intensité la connexion à Internet est utilisée et il va de soi que toutes les entreprises n'utilisent pas activement leur connexion.

L'enquête du CEPROS avait également mis en évidence le fait que 82 % des entreprises étudiées disposaient d'au moins un modem.

⁵ CEPROS, 2000, p. 51.

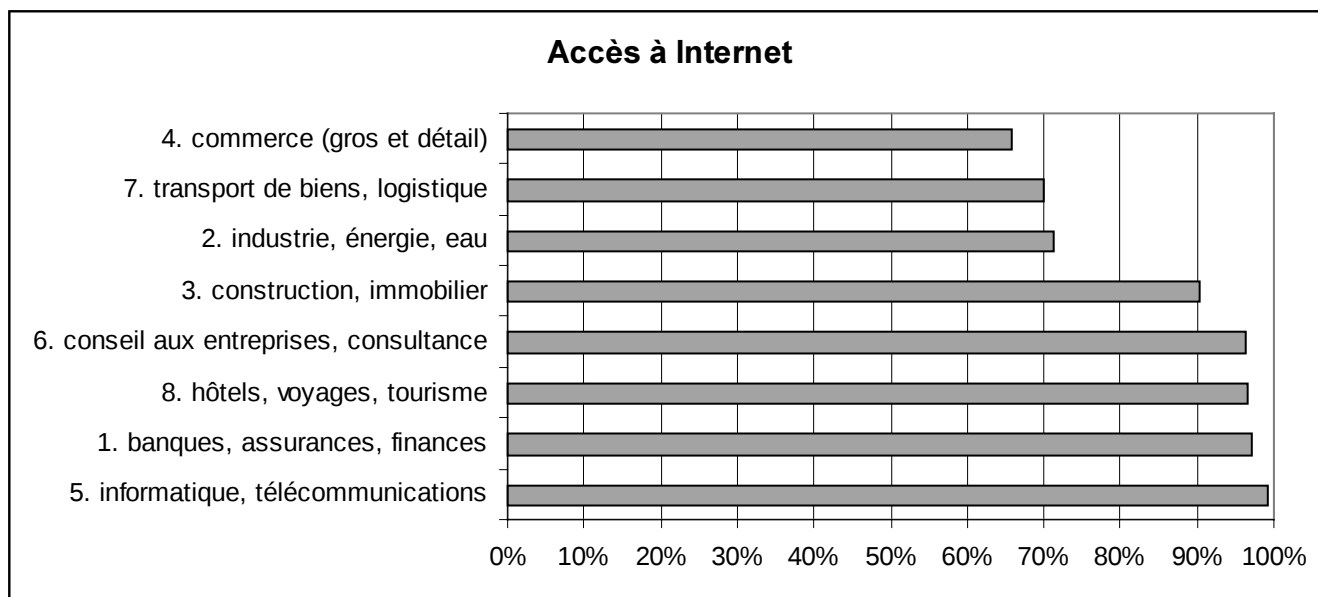


Figure 10 (1110 réponses)

Au point de vue sectoriel (cf. Figure 10), certaines branches d'activité se démarquent par le fait que la quasi-totalité des entreprises possèdent un accès à Internet. Très logiquement, il s'agit tout d'abord du secteur des technologies de l'information et de la communication (5), du secteur financier (1), des sociétés actives dans le conseil et les services à d'autres entreprises (6). Le secteur 8 (hôtels, voyages, tourisme) s'avère lui aussi très largement 'connecté' à Internet. Enfin, le monde de la construction présente également une majorité de sociétés disposant d'un accès Internet.

Dans les autres secteurs (industrie, logistique, commerce), environ deux tiers des entreprises disposent d'un accès à Internet.

2) Utilisation du courrier électronique (type 2)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **L'entreprise utilise-t-elle la messagerie électronique (e-mail) dans le cadre de ses activités ?** » Elle fait référence à la question 3.3 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

La messagerie électronique est largement utilisée au sein des entreprises (74, 1 %). Il faut toutefois noter que dans certains cas, elle est limitée à l'intérieur de l'entreprise et n'utilise pas Internet. L'enquête menée à bien par le CEPROS⁶ en 1999 au Luxembourg indiquait que 57 % des firmes utilisaient la messagerie électronique en interne et 48 % l'utilisaient vers l'extérieur. Notre enquête confirmerait donc la progression de la pénétration de l'*e-mail* dans les entreprises du Grand-Duché.

⁶ CEPROS, 2000, Appendix IV, p. 24.

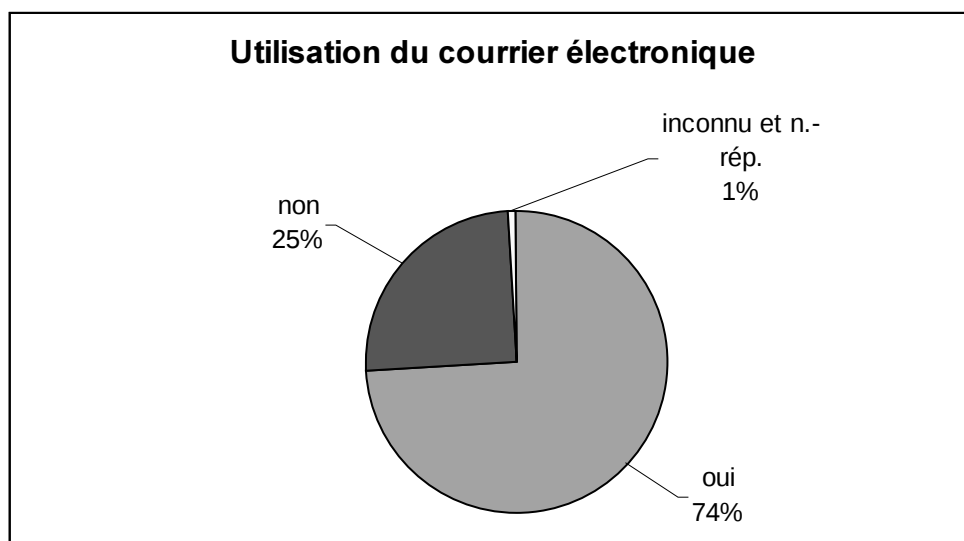


Figure 11 (1004 réponses)

Une étude plus fine au niveau sectoriel s'avère néanmoins nécessaire. Deux secteurs semblent accuser un léger retard dans l'utilisation du courrier électronique : le monde de la construction et les commerces. Comme pour la question précédente, les secteurs informatique (5), financier (1) et de conseil aux entreprises (6) occupent les premières places en s'avérant être de grands utilisateurs de la messagerie électronique.

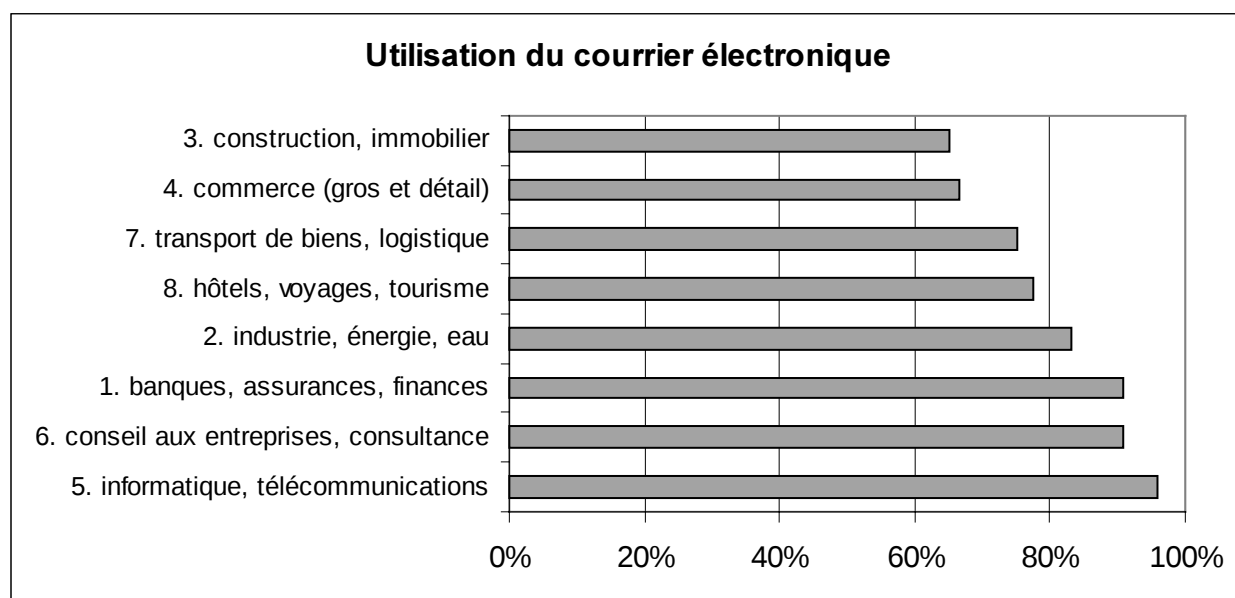


Figure 12 (1004 réponses)

3) Présence d'un site web (type 1)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Votre entreprise dispose-t-elle d'un site web ?** » Elle fait référence à la question 1 de la partie B du questionnaire courrier (voir p. 50) et à la question 7 du questionnaire téléphonique (voir p. 50).

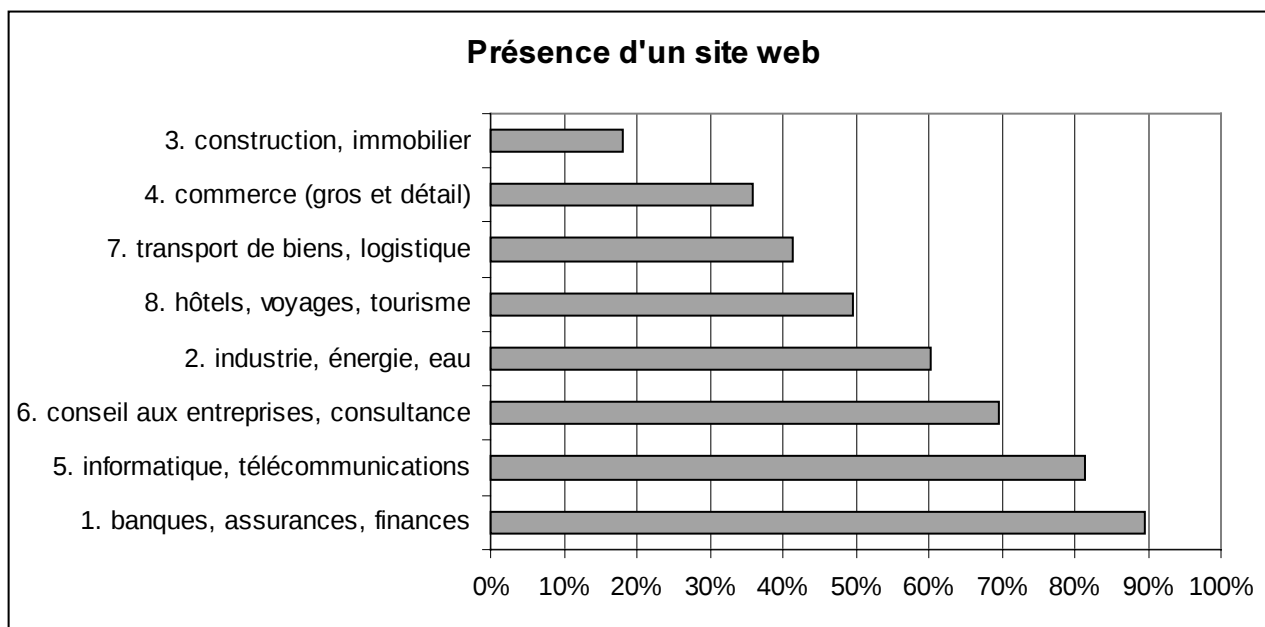


Figure 13 (348 réponses)

La répartition sectorielle des résultats nous indique une très grande variation selon les activités de l'entreprise. Les deux secteurs présentant la plus grande proportion d'entreprises possédant un site *web* (1, 5) sont ceux dans lequel la part relative d'entreprises disposant de plus de dix ordinateurs (cf. p. 17) et de plus de cinq informaticiens (cf. p. 19) est la plus grande. **La présence d'un site est donc peut-être favorisée par l'importance de l'équipe informatique (effectifs et rôle) et l'infrastructure *hardware* et *software* de l'entreprise.**

Nous attirons l'attention du lecteur sur un point. Les pourcentages présentés ici ne peuvent pas être considérés comme représentatifs de l'ensemble des entreprises luxembourgeoises. Ils indiquent simplement une estimation de la proportion d'entreprises possédant un site *web* parmi celles qui sont intéressées par le commerce électronique. Il s'agit dès lors très probablement de chiffres surestimant la réalité.

4) Fonctionnalités du site web (type 3)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Si votre entreprise dispose d'un site web, quelles fonctions remplit-il actuellement ?** » Elle fait référence à la question 2 de la partie B du questionnaire courrier (voir p. 50).

Motif	Cité par...
Présentation entreprise	80.8%
Présentation produits/services	78.2%
Renseignements utilisation produits/services	33.1%
Vente en ligne	21.1%
Démos	5.7%

T 8 (191 réponses)

Les pourcentages expriment dans ce cas la proportion d'entreprises qui ont choisi la fonction considérée parmi l'ensemble des entreprises (interrogées) ayant affirmé au cours de l'enquête courrier qu'elles disposaient d'un site *web* (soit 191 entreprises).

Les sites *web* semblent donc principalement utilisés comme des vitrines, soit pour l'entreprise elle-même, soit pour ses produits. L'enquête CEPROS⁷ avait conclu que les sites *web* étaient essentiellement utilisés pour le marketing et la publicité (63 %) et pour la communication d'entreprise (55 %). Elle annonçait de plus une nette croissance pour ces fonctionnalités (respectivement 93 % et 85 %). Environ une année plus tard, cette prévision semble donc en voie de réalisation.

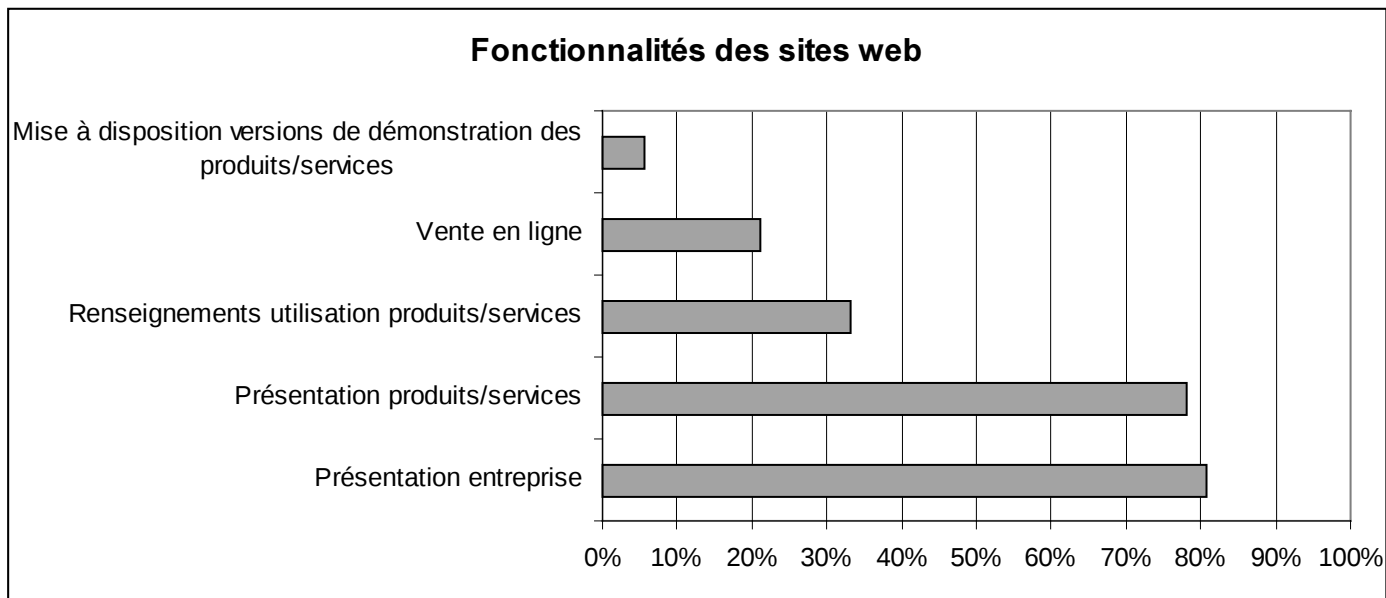


Figure 14 (191 réponses)

En ce qui concerne la vente en ligne, il faut avouer qu'elle n'est encore que très peu utilisée. L'enquête CEPROS proposait le chiffre de 13 % des sites *web* implémentant cette fonctionnalité. Nos chiffres tendent à indiquer tout au plus une légère augmentation. **Les prévisions relatives à la croissance des ventes en ligne tardent à se réaliser.**

⁷ CEPROS, 2000, Appendix IV, p. 24.

5) Activités dans le commerce électronique (type 2)

a) Planifications actuelles (type 2)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Votre entreprise envisage-t-elle de faire du commerce électronique ?** » Elle fait référence à la question 3.10 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50). La figure ci-dessous (cf. Figure 15) illustre la proportion d'entreprises ayant répondu qu'elles envisageaient de faire du commerce électronique aux différentes échéances proposées.

Ces chiffres sont relatifs aux entreprises suffisamment concernées par le commerce électronique pour avoir renvoyé le questionnaire. Ils surestiment donc probablement la réalité en ce qui concerne l'ensemble des entreprises luxembourgeoises.

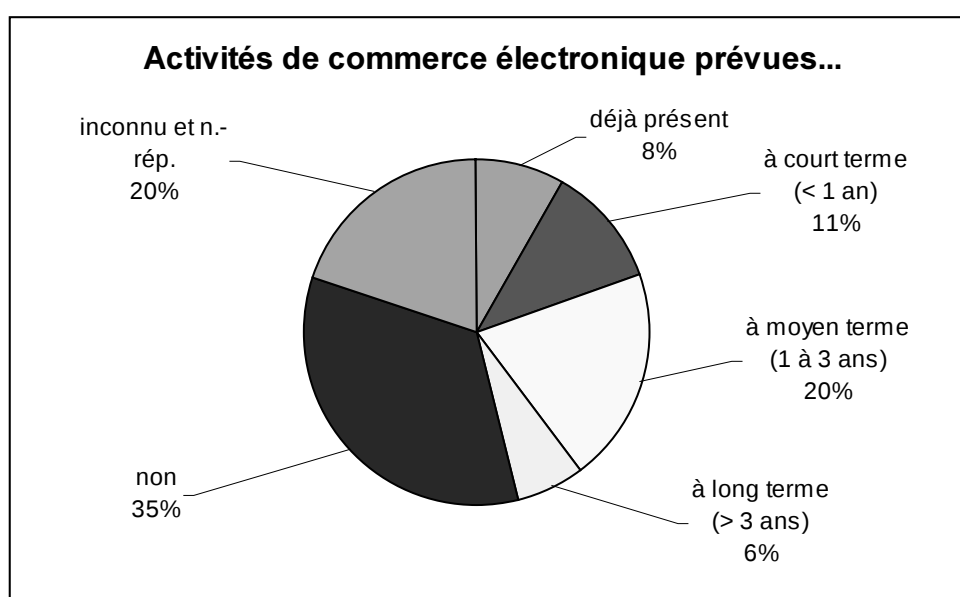


Figure 15 (1004 réponses)

Nous remarquons tout d'abord que plus de la moitié des entreprises ne planifient pas de mettre sur pied des activités de commerce électronique concrètes ou ignorent si elles vont le faire. Rappelons qu'il s'agit d'un pourcentage relatif aux entreprises les plus motivées dans ce domaine...

Très peu d'entreprises (8 %) ont mis sur pied dès à présent des activités d'e-commerce.

L'enquête Eurochambres 2001⁸ concluait qu'à la fin du mois d'octobre 2000, 10,7 % des entreprises réalisaient une partie de leur chiffre d'affaires par le commerce électronique. Les deux enquêtes présentent donc des chiffres relativement proches et on peut raisonnablement penser qu'ils reflètent correctement la réalité.

D'autre part, près d'un tiers des sociétés (31 %) prévoient de passer à l'acte concrètement dans un avenir prévisible (moins de 3 ans).

Les années 2001-2003 risquent donc de voir tripler (au moins) le nombre d'entreprises luxembourgeoises actives dans l'e-commerce.

⁸ Merkur, janvier 2001, p 9.

Il semble raisonnable d'essayer de découvrir les motivations à la base de cette évolution. Les questions 3.12, 3.13, 3.14 et 3.15 de la partie A du questionnaire courrier peuvent nous aider dans cette réflexion. Ces questions sont de type 2, ce qui signifie que les résultats présentés fournissent une image de la situation des entreprises les plus motivées par Internet et le commerce électronique. Cette contrainte ne limite cependant pas exagérément la portée de notre réflexion car ce sont ces entreprises qui possèdent sans doute la meilleure appréciation de la situation future dans ce domaine.

b) Influence interne d'Internet (type 2)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Pensez-vous qu'Internet va changer la manière de travailler dans votre entreprise ?** » Elle fait référence à la question 3.12 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

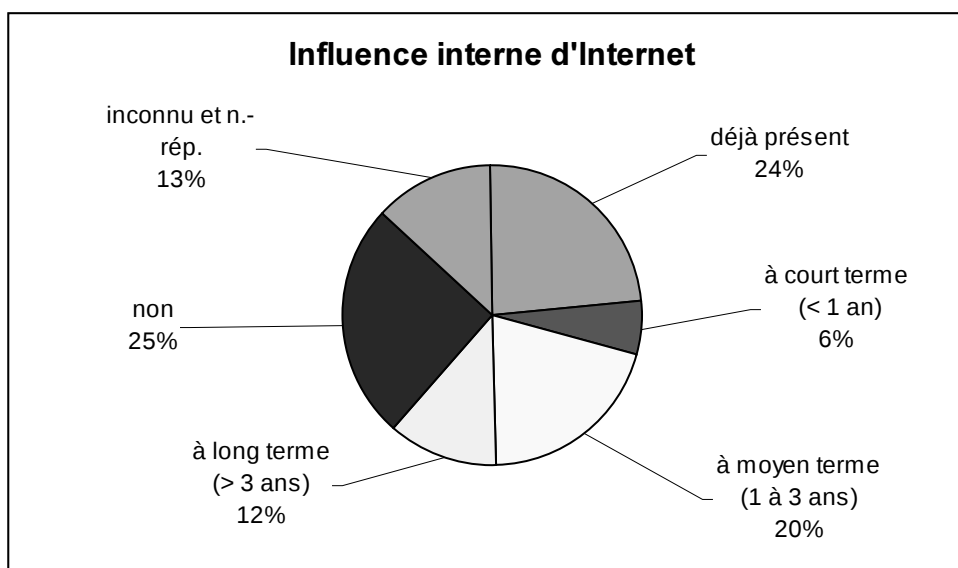


Figure 16 (1004 réponses)

Tout d'abord, on notera qu'une majorité d'entreprises (62 %) estime qu'Internet finira par influencer leur fonctionnement interne, d'une manière ou d'une autre.

Les résultats détaillés incitent à penser qu'il existe trois grands types d'attitude face à cette question.

- ♦ Internet joue déjà un rôle (24 %).
- ♦ Internet aura une influence, mais pas dans un futur proche (influence dans plus d'un an, 32 %)
- ♦ Internet ne jouera aucun rôle ou son rôle est inconnu (38 %).

Le faible taux relevé pour l'influence à court terme (6 %) est assez surprenant. Il indique que l'année **2001 pourrait être une année de transition assez calme**. A partir de 2002, par contre, les entreprises pourraient s'investir de manière plus intensive dans le commerce électronique.

c) Influence d'Internet sur l'environnement de l'entreprise (type 2)

Les questions étudiées dans cette section sont les suivantes :

« **Pensez-vous qu'Internet va changer la manière d'acheter de vos clients ?** » Elle fait référence à la question 3.13 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

« **Pensez-vous qu'Internet va intervenir dans vos relations avec vos fournisseurs ?** » Elle fait référence à la question 3.14 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

« **Pensez-vous que vos concurrents vont modifier leur manière d'agir suite à l'avènement d'Internet ?** » Elle fait référence à la question 3.15 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

Nous chercherons ici à analyser comment les entreprises perçoivent la modification de leur environnement d'affaires suite à l'apparition d'Internet. Les résultats auront naturellement une influence sur le positionnement concurrentiel de l'entreprise dans le futur. Nous attirons l'attention du lecteur sur le fait que la question n'évalue pas la modification effective de l'environnement d'affaires mais la manière dont les entreprises prennent conscience de cette modification.

❖ Les clients

Nous commencerons par nous intéresser à un acteur fondamental pour l'entreprise, à savoir **le client** et plus précisément à son comportement d'achat. Il semble assez clair que si Internet modifie celui-ci, l'entreprise a intérêt à s'adapter pour en tenir compte. La Figure 17 illustre les résultats globaux relatifs à cette question.

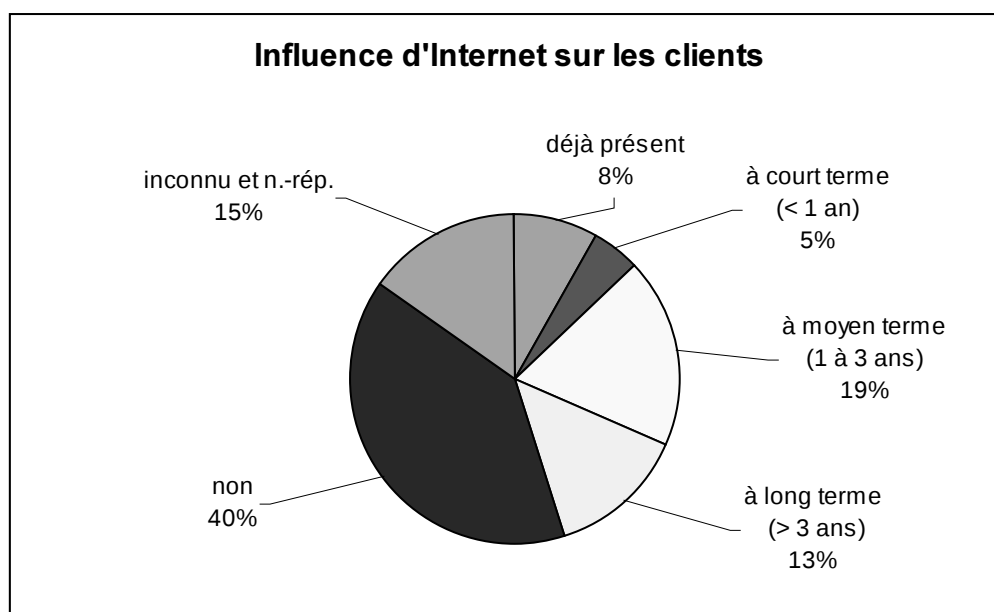


Figure 17 (1004 réponses)

Malgré la publicité dont bénéficie actuellement Internet, les entreprises pensent qu'il n'a pour le moment et à court terme que très peu d'impact sur le comportement d'achat des clients. Nous insistons

sur le fait que les chiffres reflètent le sentiment des entreprises et pas celui des clients eux-mêmes. Nous ne pouvons donc pas trancher entre deux situations possibles : une influence réelle sur les clients qui ne serait pas perçue par les entreprises ou l'absence d'influence sur les clients.

Il nous paraît également utile de mentionner qu'une petite moitié (44,8 %) des entreprises seulement pensent qu'à un moment ou à un autre, Internet finira par modifier l'acte d'achat de leurs clients. Ici encore, on peut imaginer que se côtoient dans cette catégorie des entreprises dont les clients ne seront effectivement pas influencés par Internet et d'autres qui n'ont pas (encore) pris conscience d'une influence future.

❖ Les fournisseurs

Les fournisseurs constituent un second groupe d'intervenants avec lesquels l'entreprise est en relation. Ici encore, il est capital pour elle de déceler aussi tôt que possible une évolution afin de pouvoir s'adapter.

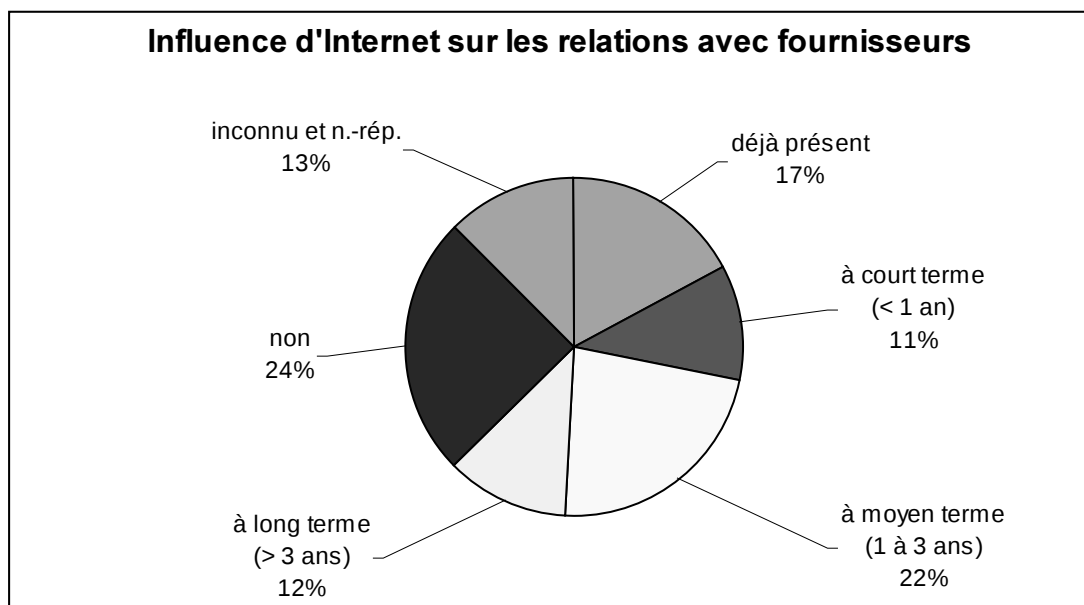


Figure 18 (1004 réponses)

Internet semble destiné à jouer un rôle plus important dans la relation avec les fournisseurs qu'avec les clients. En effet, une majorité d'entreprises (62 %) estiment que leur fournisseurs modifieront leur attitude à cause d'Internet. Il intervient déjà à ce niveau pour près d'une entreprise sur cinq (17 %) actuellement et cette proportion pourrait évoluer vers une entreprise sur trois dans un an (28 %), soit environ le double par rapport à au comportement d'achat des clients (13 %).

❖ Les concurrents

Les **concurrents** de l'entreprise constitueront le dernier type d'acteurs que nous étudierons. Un positionnement stratégique avantageux représente en effet un atout fondamental pour celle-ci.

Une bonne moitié des entreprises (57 %) semblent penser qu'Internet modifiera le comportement de leurs concurrents, à plus ou moins long terme. Une question précédente nous a indiqué que 61,3 % des entreprises déclarent qu'Internet modifiera leur manière de travailler. La cohérence entre ces deux chiffres est rassurante car il est évident que parmi les entreprises étudiées, certaines sont concurrentes les unes vis-à-vis des autres.

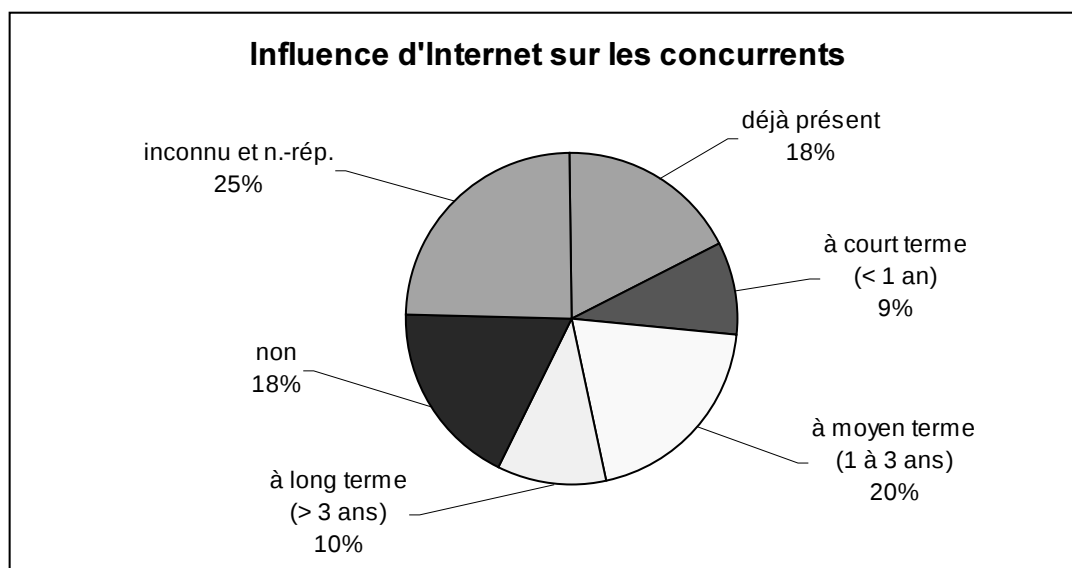


Figure 19 (1004 réponses)

Afin de tenter de percevoir dans quels domaines Internet risque d'influencer le plus d'entreprises à court ou moyen terme, nous proposons une nouvelle figure (cf. Figure 20). Elle illustre la proportion d'entreprises qui pensent qu'Internet influence actuellement ou influencera dans un avenir relativement proche (moins de 3 ans) différents facteurs conditionnant sa position sur le marché.

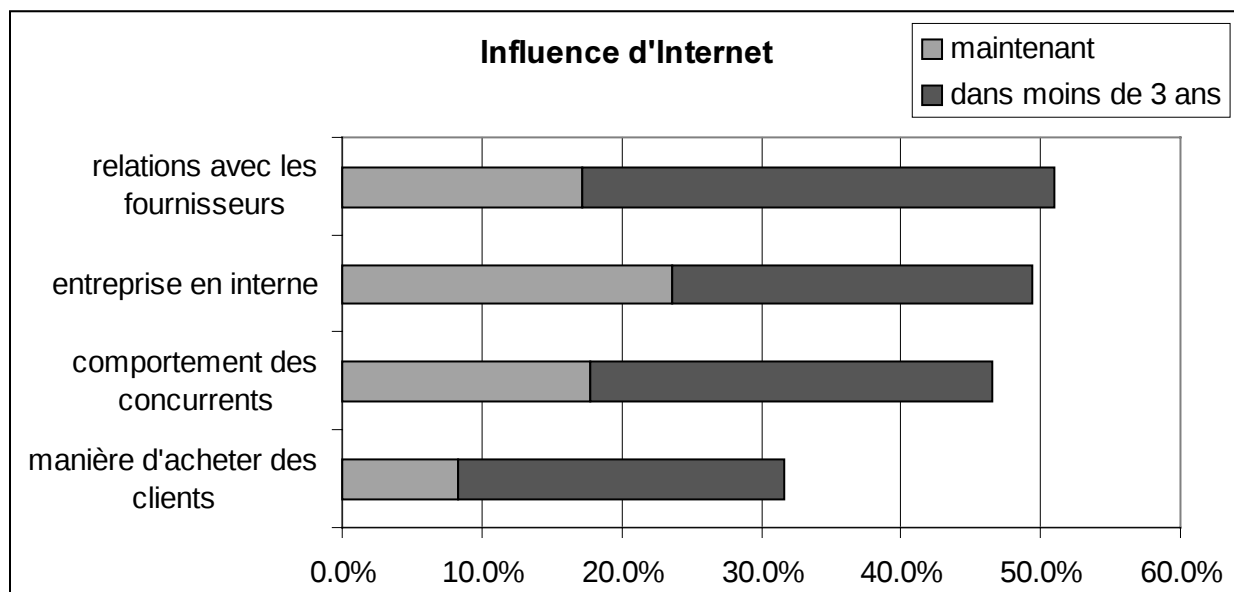


Figure 20 (1004 réponses)

Les décideurs pensent qu'à court ou moyen terme, Internet aura un impact sur les entreprises et les relations entre elles plus que sur les clients (privés et professionnels). Notre enquête semblerait dès lors corroborer donc les multiples prévisions qui annoncent une prédominance du commerce électronique entre entreprises (*Business-to-Business*) sur Internet. Ces résultats prospectifs doivent naturellement être soumis à la nécessaire réserve associée à toute projection dans l'avenir.

4 Le commerce électronique

1) Expérience d'achat sur Internet (type 1)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Avez-vous déjà acheté personnellement quelque chose sur Internet ?** » Elle fait référence à la question 3.5 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50) et à la question 9 du questionnaire téléphonique (voir p. 50).

Nous tenons à faire remarquer que les résultats présentés ici ne reflètent pas le comportement de la population luxembourgeoise mais celui de personnes (essentiellement des responsables) employées dans des entreprises du Grand-Duché de Luxembourg.

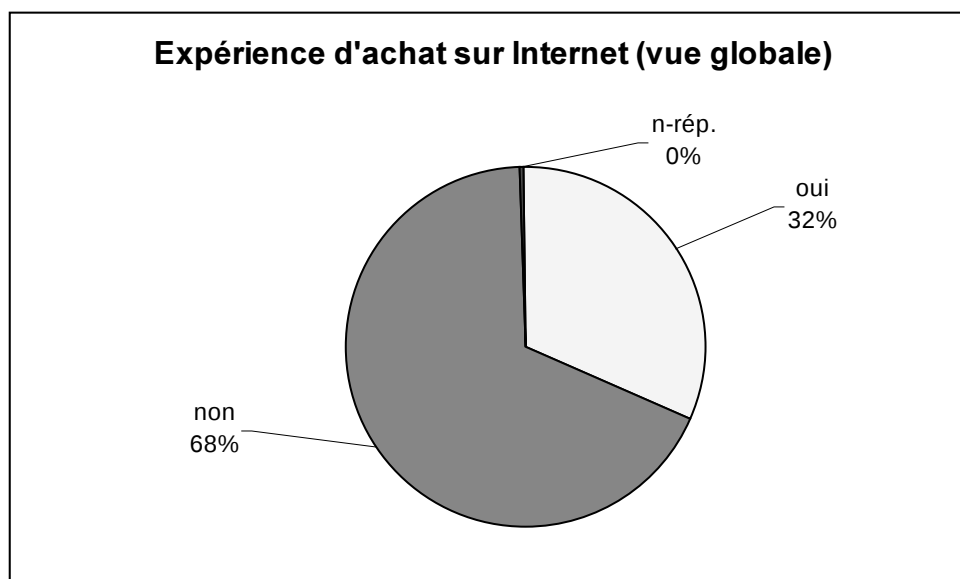


Figure 21 (1110 réponses)

D'un point de vue global, tous secteurs confondus, les professionnels ne sont environ qu'un tiers (32 %) à avoir déjà expérimenté personnellement l'achat sur Internet. Le secteur d'activité de l'entreprise qui emploie la personne interrogée exerce une influence prépondérante à ce niveau. La figure ci-dessous (cf. Figure 22) illustre le pourcentage d'entreprises ayant répondu 'oui' à la question étudiée. Quatre grands groupes peuvent être distingués.

- ◆ Les secteurs où l'expérience de l'achat est largement répandue (81,5 %). Très logiquement, on retrouve les secteurs de l'informatique et des télécommunications dans lesquels la connaissance technique relative à cette problématique est sans doute la plus élevée.
- ◆ Les secteurs où l'achat sur Internet a été expérimenté dans environ la moitié des cas (secteurs 1, 6,7,8).
- ◆ La troisième catégorie rassemble les secteurs de l'industrie et de la construction (secteurs 2 et 3) dans lesquels environ un tiers des personnes concernées par l'enquête ont déjà acheté quelque chose sur Internet.

- ♦ L'expérience d'achat est la plus faible dans le secteur du commerce (gros et détail) avec une minorité de personnes (16,8 %) ayant déjà utilisé Internet pour un achat.

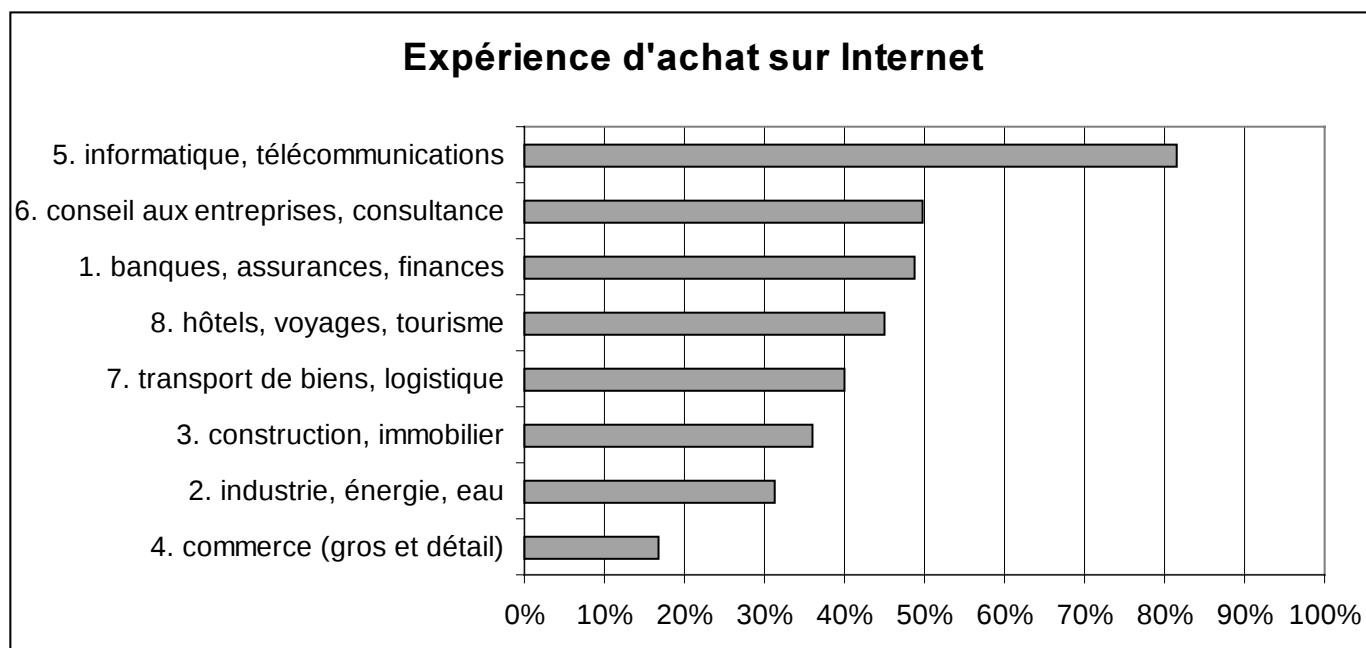


Figure 22 (1110 réponses)

Une réflexion nous vient à l'esprit. Le dialogue entre les entreprises informatiques et les commerçants doit être bien difficile au moment de discuter de la mise en place d'une solution de commerce électronique. Les commerçants connaissent bien leurs clients et le marché mais n'ont bien souvent jamais rien acheté eux-mêmes sur Internet. A l'opposé, les informaticiens maîtrisent bien la technologie et ont, pour la plupart, déjà acheté quelque chose en ligne. Ils doivent cependant avouer posséder une connaissance limitée des clients des commerçants. Pour pallier à cet inconvénient, les grandes entreprises peuvent faire appel aux services de sociétés de conseil qui les aideront à définir leur stratégie en matière d'*e-business*. Les PME, par contre, risquent d'éprouver plus de difficultés à ce propos.

Le succès mitigé des sites de commerce électronique pourrait peut-être trouver ici une de ses causes profondes : la coopération insuffisante entre les acteurs qui maîtrisent la technologie et ceux qui connaissent le marché.

Il est également instructif de connaître la répartition des achats entre la sphère privée et le monde professionnel. Ceci est illustré par le tableau T 9.

Secteur	oui, privé	oui, professionnel	oui, privé et prof.	non	n-rép.
1. banques, assurances, finances	12.5%	16.8%	19.4%	51.3%	0.0%
2. industrie, énergie, eau	11.1%	18.4%	1.9%	68.5%	0.2%
3. construction, immobilier	15.7%	9.5%	10.7%	63.6%	0.5%
4. commerce (gros et détail)	6.1%	5.1%	5.6%	83.1%	0.1%
5. informatique, télécommunications	11.5%	24.2%	45.8%	17.8%	0.7%
6. conseil aux entreprises, consultance	12.3%	10.7%	26.8%	50.3%	0.0%
7. transport de biens, logistique	21.8%	9.4%	8.8%	59.4%	0.6%
8. hôtels, voyages, tourisme	12.3%	7.6%	25.1%	54.9%	0.0%
Cumulé	10.6%	9.5%	11.6%	68.0%	0.2%

T 9 (1110 réponses)

2) Pourquoi faire du commerce électronique ? (type 3)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Pour quel(s) motif(s) votre entreprise a-t-elle choisi de faire du commerce électronique ?** » Elle fait référence à la question 11 de la partie B du questionnaire courrier (voir p. 50). Neuf motifs étaient proposés et il était possible d'en choisir plusieurs. Les pourcentages cités dans cette section sont calculés par rapport au nombre d'entreprises ayant répondu à la partie B. En effet, les autres ont implicitement déclaré qu'elles n'étaient pas actives dans le commerce électronique en ne remplissant pas cette seconde partie et dès lors, la question ne s'applique pas à elles.

Accroître leur notoriété sur le marché constitue actuellement la principale raison pour laquelle les entreprises font du commerce électronique. Ce résultat s'avère cohérent avec le fait que leurs sites *web* sont principalement utilisés pour promouvoir l'entreprise ou ses produits / services (cf. p. 25).

L'extension des activités (soit par la conquête de nouveaux marchés, soit par l'accroissement du chiffre d'affaires) représente également une motivation essentielle des entreprises en matière d'*e-commerce*.

Près de la moitié des entreprises ont choisi d'entamer des activités de commerce électronique dans le but de simplifier certaines tâches. Il pourrait être intéressant d'étudier cette question plus en détail afin de déterminer quelles activités sont concernées en priorité.

L'attitude des concurrents semble également importante dans la motivation à se lancer dans l'*e-commerce*. Il s'agit alors, soit de prendre un avantage (différenciation), soit de combler un retard (mise à niveau).

Il nous paraît utile de faire remarquer que la demande de la part de fournisseurs n'intervient que très peu (21 % des cas) comme motivation pour entreprendre des activités de commerce électronique. Il

faut cependant remarquer que l'entreprise peut prendre elle-même l'initiative d'utiliser Internet pour communiquer avec ses fournisseurs. Selon le rapport de force qui la lie à eux, elle pourrait même le leur imposer.

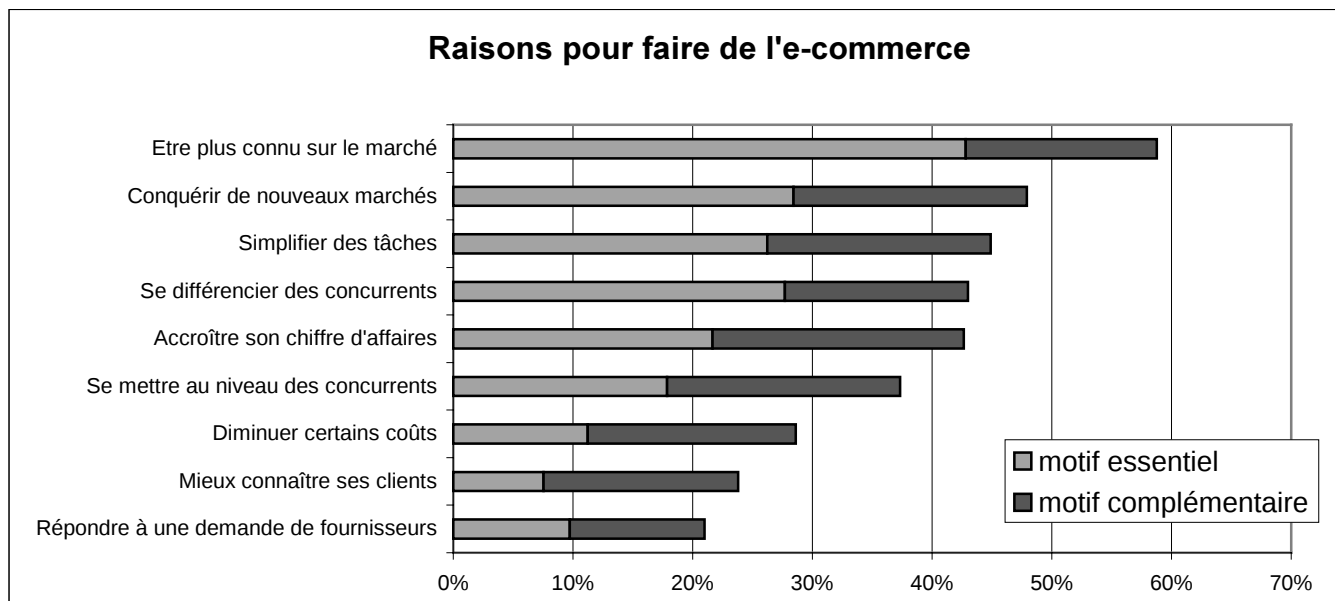


Figure 23 (242 réponses)

3) Pourquoi ne pas faire de commerce électronique ? (type 2)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Si votre entreprise n'a pas d'activité de commerce électronique, quelles sont les raisons principales de cette situation ?** » Elle fait référence à la question 3.11 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50). Dix motivations étaient proposées et il était possible d'en choisir plusieurs.

La Figure 24 renseigne la proportion d'entreprises ayant répondu que le motif considéré était une des raisons pour lesquelles elles n'étaient pas actives dans l'*e-commerce*. Par souci de cohérence, seules les entreprises n'ayant répondu qu'à la partie A du questionnaire sont considérées dans les statistiques présentées ici. En effet, celles qui ont répondu à la partie B ont implicitement déclaré être déjà actives dans le commerce électronique.

Nous limiterons notre analyse à la grande tendance qui se dégage de ces résultats. Une raison principale s'impose aux autres : le fait que le commerce électronique ne s'applique pas à l'activité de l'entreprise. Dans le cadre d'une analyse des cas individuels, il serait sans doute instructif de savoir dans quelle mesure l'*e-commerce* n'est effectivement pas indiqué ou s'il s'agit d'une méconnaissance de son potentiel d'application. Notre résultat peut être comparé avec celui de l'enquête Eurochambres 2001⁹ qui précisait que 60,6 % des entreprises luxembourgeoises déclaraient qu'elles n'étaient pas concernées par ce mode de communication. Comme le biais attaché à notre enquête surpondère les réponses favorables à l'*e-commerce*, nous pouvons sans doute considérer **qu'environ la moitié des entreprises luxembourgeoises pensent qu'elles ne sont pas concernées par le commerce électronique.**

⁹ Merkur, janvier 2001, p 9.

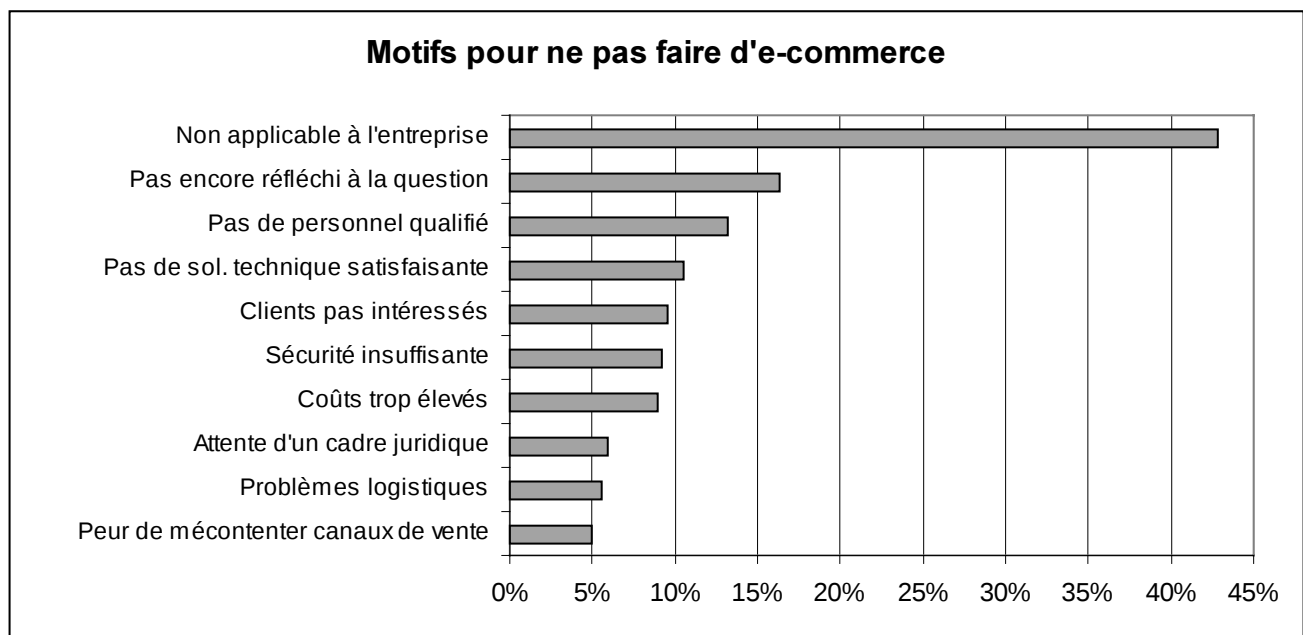


Figure 24 (762 réponses)

Globalement, les entreprises qui ne sont pas actives dans le commerce électronique ont choisi d'adopter ce comportement pour des raisons essentiellement internes (non applicable, question pas encore étudiée, manque de personnel qualifié), bien plus que pour des motifs liés à l'environnement général (cadre juridique, sécurité, intérêt des clients...).

5 La sécurité sur Internet

1) Connaissance des certificats numériques (type 1)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Savez-vous ce qu'est un certificat numérique ?** » Elle fait référence à la question 12 de la partie B du questionnaire courrier (voir p. 50) et à la question 8 du questionnaire téléphonique (voir p. 50).

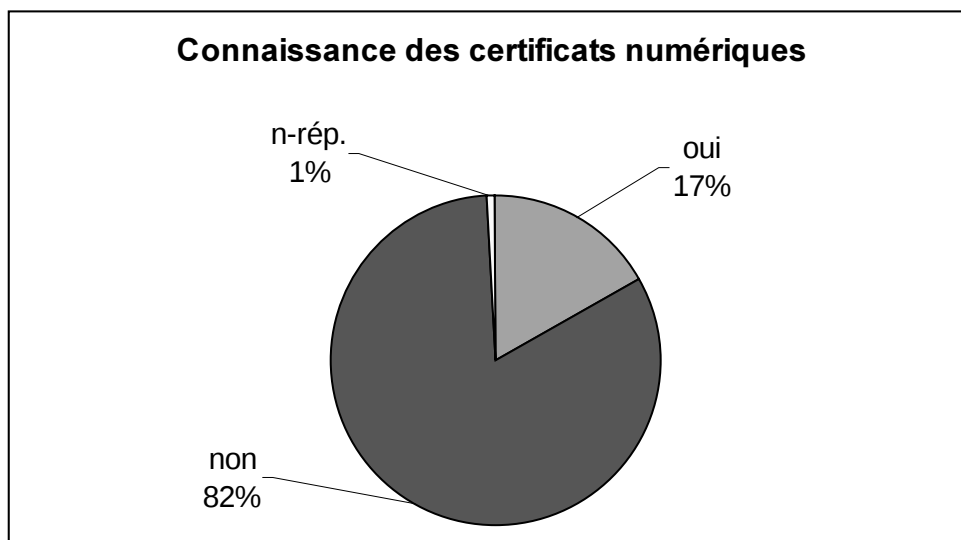


Figure 25 (348 réponses)

D'un point de vue général, on peut dire que **la grande majorité des entreprises ignorent ce qu'est un certificat numérique**. La figure ci-dessous (cf. Figure 26) met néanmoins en lumière une assez forte disparité entre les secteurs d'activité.

Le secteur 5 (informatique, télécommunications) s'avère assez logiquement celui dans lequel la connaissance de cette technologie est la plus répandue.

Dans trois autres domaines (conseil, finances, industrie), on observe qu'une petite moitié des entreprises sont informées sur cette question.

Enfin, un troisième groupe (7, 8, 3, 4) rassemble les sociétés qui, dans leur grande majorité, ne connaissent pas les certificats. A l'avenir, ils pourraient pourtant s'avérer aussi indispensables pour elles que pour les autres types d'entreprises.

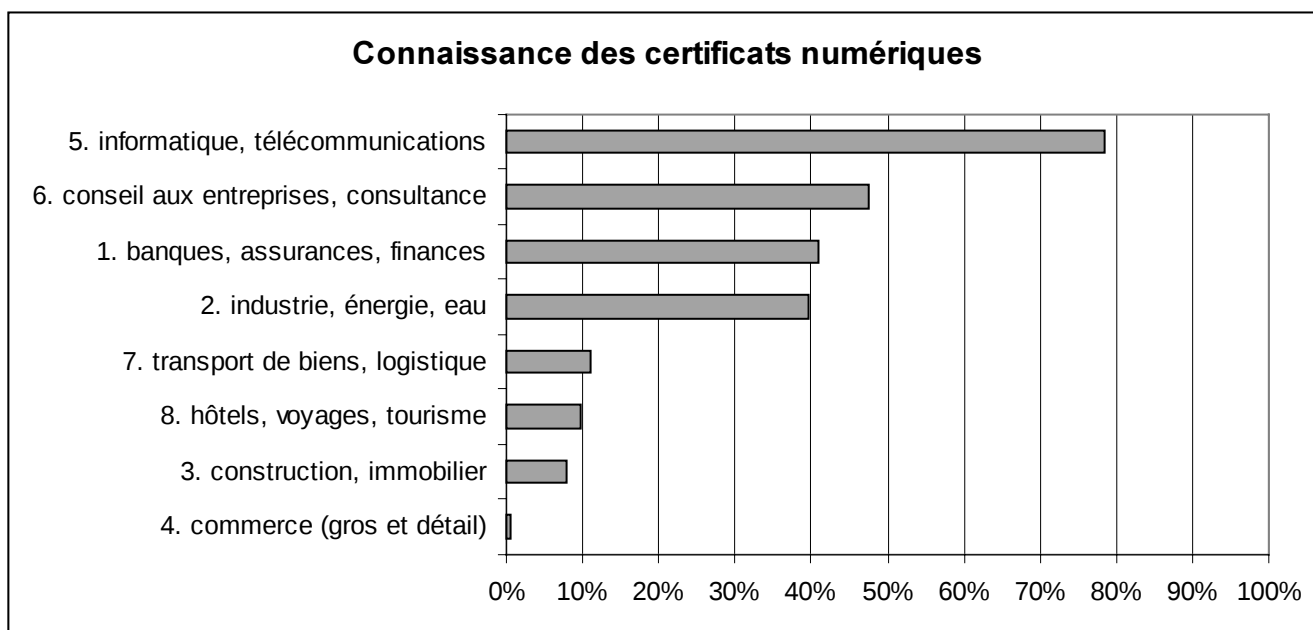


Figure 26 (348 réponses)

2) Sentiment vis-à-vis de la sécurité sur Internet (type 2)

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Actuellement, en règle générale, la sécurité sur Internet est ... déjà suffisante pour faire des affaires ; suffisante dans un premier temps mais doit encore être améliorée ; certainement insuffisante pour faire des affaires ; inconnu.** » Elle fait référence à la question 3.7 de la partie A du questionnaire courrier (voir p. 50).

Nous insistons auprès du lecteur sur le caractère subjectif de la question. Elle ne vise pas à évaluer la sécurité réelle présente sur Internet mais plutôt la sécurité perçue par les personnes. Il semble, en effet, que la dimension psychologique soit primordiale dans le processus de création de confiance.

La conclusion la plus évidente indique qu'une infime minorité (4,4 %) des personnes interrogées avouent faire confiance à l'état actuel de la sécurité sur Internet sans exiger d'améliorations. Ce chiffre surestime certainement le sentiment de la population globale des professionnels car il est relatif aux entreprises ayant répondu à l'enquête (question de type 2).

Il est également intéressant de remarquer qu'environ un tiers des professionnels (36,6 %) ne se prononcent pas ('inconnu' ou non-réponse).

Secteur	déjà suffisante	suffisante, mais à améliorer	insuffisante	inconnu et n.- rép.
1. banques, assurances, finances	10.6%	40.1%	31.7%	17.6%
2. industrie, énergie, eau	7.5%	34.7%	20.4%	37.4%
3. construction, immobilier	3.2%	32.1%	22.2%	42.5%
4. commerce (gros et détail)	3.7%	34.1%	23.2%	39.0%
5. informatique, télécommunications	8.3%	56.3%	22.9%	12.5%
6. conseil aux entreprises, consultance	3.9%	37.7%	27.3%	31.2%
7. transport de biens, logistique	0.0%	37.5%	17.5%	45.0%
8. hôtels, voyages, tourisme	1.6%	37.1%	17.7%	43.5%
<i>Cumulé</i>	<i>4.4%</i>	<i>35.6%</i>	<i>23.3%</i>	<i>36.6%</i>

T 10 (1004 réponses)

La tendance générale penche pour un **avis majoritairement méfiant** (insuffisant ou inconnu) vis-à-vis de la sécurité sur Internet. Cependant, deux secteurs doivent être dissociés de l'ensemble.

- ◆ Le secteur **‘informatique et télécommunications’** se distingue avec environ deux tiers d'avis **plutôt confiants**. Ceci peut s'expliquer par la meilleure connaissance technique des professionnels du secteur 5. Les résultats de la question (cf. 1)) précédente confirment par ailleurs cette justification.
- ◆ Dans le **secteur financier**, la moitié des personnes interrogées semblent faire confiance à la sécurité. Par contre, c'est ici que l'on trouve la plus grande proportion d'entreprise déclarant clairement que la sécurité est insuffisante. Il faut se rappeler à ce point de vue que les exigences de ce secteur en matière de sécurisation sont plus élevées que la moyenne.

Il nous semble intéressant de noter que ces deux secteurs présentent un taux de non réponses ou de réponses 'inconnu' nettement inférieur aux autres (12,5 % et 17,6 %). Il s'agit donc des secteurs dans lesquels la question de la sécurité semble la plus étudiée.

Ces résultats inciteraient donc à cibler les campagnes d'information relatives à la sécurité vers les autres secteurs économiques. **La méconnaissance de la problématique de la sécurité pourrait être une des raisons du faible taux de confiance de certains secteurs.**

3) Motivations pour ne pas faire de commerce électronique (type 2)

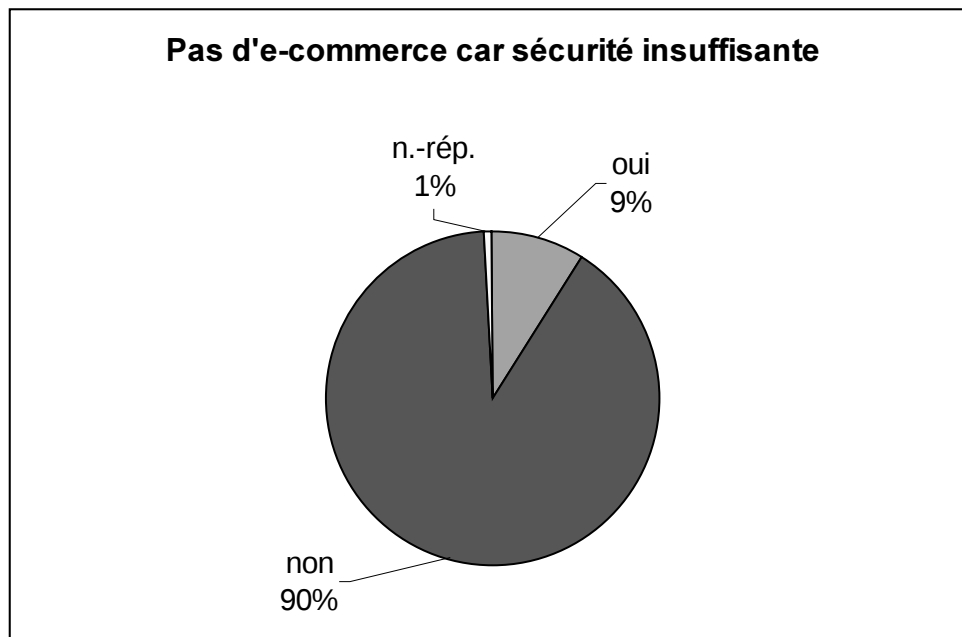


Figure 27 (762 réponses)

La Figure 27 indique le pourcentage d'entreprises ayant répondu à l'enquête courrier (partie A uniquement) affirmant que le manque de sécurité sur Internet est une des raisons principales pour lesquelles elles ne font pas d'*e-commerce* (voir p. 35, pour une analyse plus détaillée).

Il semblerait donc que la question de la sécurité ne soit véritablement un frein que pour une minorité d'entreprises, même si le chiffre de 9 % d'entreprises dans ce cas doit sans doute être quelque peu majoré.

4) Conclusions

Nous commencerons nos conclusions par une analyse globale des entreprises mais il ne faut pas oublier que les entreprises appartenant au secteur 'informatique, télécommunications' se distinguent des autres à ce point de vue.

Les technologies de sécurisation sur Internet semblent peu connues des entreprises. Cette constatation pourrait constituer une des justifications au peu de confiance des entreprises dans la sécurité sur Internet.

D'autre part, il est assez intéressant de faire remarquer que le manque de sécurité ne représenterait pas une raison majeure pour ne pas mettre sur pied des activités de commerce électronique. Nous attirons l'attention du lecteur sur les répondants à l'enquête. Il s'agit de professionnels et en grande partie de décideurs. Certaines problématiques, telles que celle de la protection de la vie privée, ne se posent pas pour eux dans les mêmes termes que pour des personnes privées. La question posée ne doit donc pas être comprise comme une évaluation des raisons pour lesquelles des particuliers ne veulent pas acheter quelque chose sur Internet.

On pourrait imaginer que le monde professionnel considère la problématique de la sécurité comme une question de spécialistes auxquels il fera appel quand le besoin s'en fera sentir. **La demande pour des solutions sécurisées serait donc subordonnée à l'intérêt intrinsèque de faire de l'e-commerce.**

Les entreprises réfléchiraient alors dans ces termes :

« Je pense que je peux (dois) utiliser Internet pour développer (conserver) mes affaires. Je me mets donc à la recherche de solutions de sécurisation satisfaisantes. »

plutôt que dans ceux-ci :

« Vu que la sécurité sur Internet n'est pas suffisante, je ne mets pas sur pied d'activités de commerce électronique. ».

La promotion des caractéristiques techniques de la sécurité devrait peut-être se rattacher à l'intérêt commercial d'être actif sur Internet. La demande croissante des entreprises entraînerait ensuite la diffusion des technologies de sécurisation.

6 Aspects financiers

1) Chiffre d'affaires généré par le commerce électronique

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Pour votre entreprise, le commerce électronique génère un chiffre d'affaires annuel d'environ... ?** » Elle fait référence à la question 16 de la partie B du questionnaire courrier (voir p. 50). Les conclusions proposées seront donc relatives aux entreprises déjà actives dans le commerce électronique.

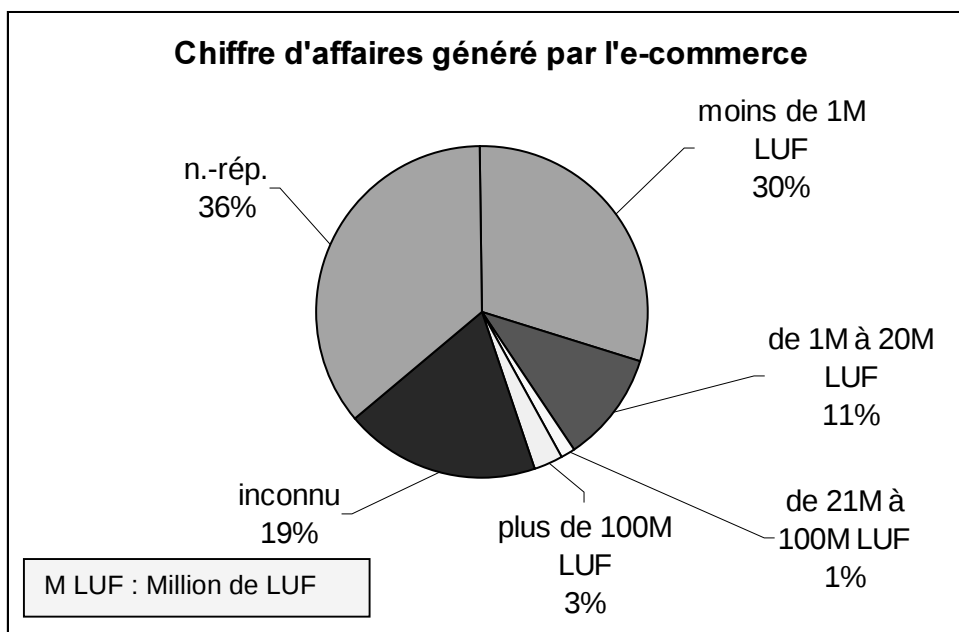


Figure 28 (242 réponses)

Avant toute analyse, nous tenons à insister sur le taux de non réponse important (36 %) associé à cette question. Différents motifs peuvent inciter à ne pas répondre dans ce cas précis : le fait de ne pas connaître la réponse, le fait de ne pas vouloir la donner, le fait de ne pas vouloir avouer qu'on ne la connaît pas...

Malgré l'imprécision due à ce taux élevé de non réponses, nous pensons que certaines conclusions peuvent être tirées de ces résultats.

- ◆ Très peu d'entreprises (4 %) déclarent réaliser actuellement un chiffre d'affaires important (supérieur à 20 millions de LUF par an) par le biais du commerce électronique.
- ◆ Un tiers des entreprises affirment que le commerce électronique n'a généré qu'un faible chiffre d'affaires (moins de 1 million de LUF par an).
- ◆ Près d'une entreprise sur cinq avoue qu'elle ignore le chiffre d'affaire généré par le commerce électronique. Nous rappelons ici que les personnes qui ont répondu au questionnaire sont en grande majorité des décideurs. Si on se rappelle que les sites *web*¹⁰ sont principalement utilisés à

¹⁰Nous n'ignorons pas que le commerce électronique peut être implémenté sous d'autres formes qu'un site *web*.

des fins promotionnelles sans possibilité de vente en ligne, on peut sans doute mieux comprendre la difficulté à évaluer le chiffre d'affaires qu'ils génèrent.

2) Rentabilité des activités de commerce électronique

La question étudiée dans cette section est la suivante : « **Votre activité de commerce électronique est...déjà rentable maintenant ; planifiée pour être rentable dans moins de 3 ans ; planifiée pour être rentable à long terme (plus de 3 ans) ; pas planifiée pour être rentable ; rentabilité inconnue ; ne souhaite pas répondre.** » Elle fait référence à la question 17 de la partie B du questionnaire courrier (voir p. 50). Nous étudions donc ici les entreprises les plus motivées en matière de commerce électronique puisqu'elles sont déjà passées à l'acte.

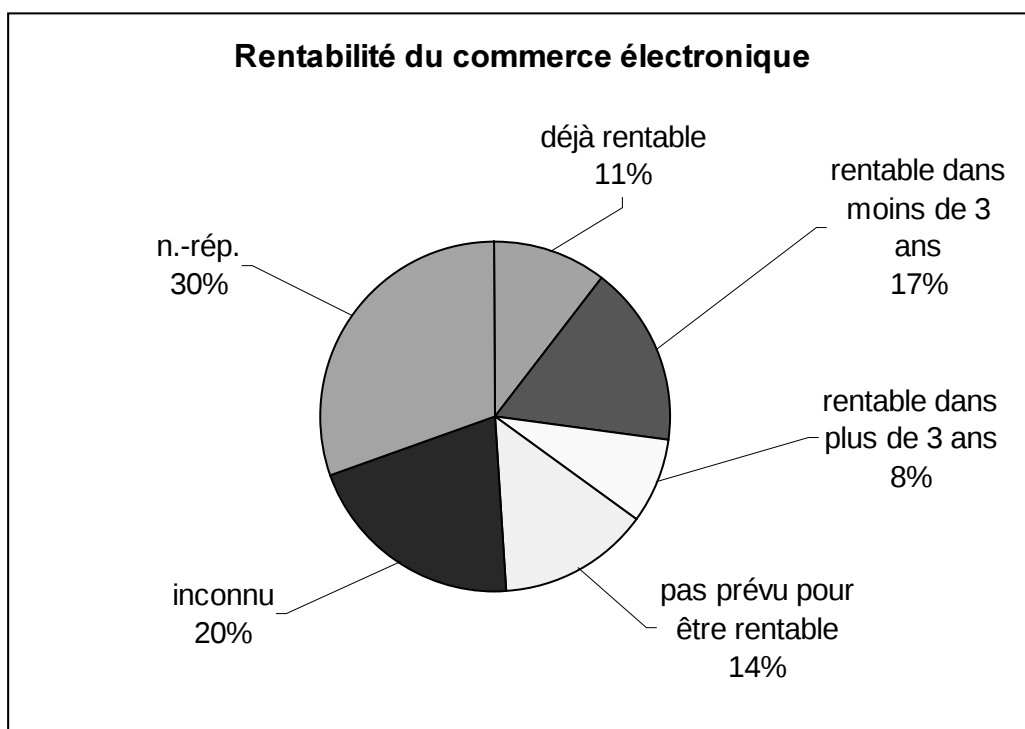


Figure 29 (242 réponses)

Tout comme pour la question précédente, le taux de non réponse est relativement élevé (30 %). Cette constatation limitera les possibilités d'analyse.

Quels fait marquants peut-on déduire de ces résultats ?

- ♦ Très peu d'entreprises (11 %) déclarent avoir atteint dès à présent le seuil de rentabilité de leurs activités de commerce électronique.
- ♦ Une part non négligeable (14 %) d'entreprises avouent clairement que leurs activités de commerce électronique ne sont pas planifiées pour être rentables.
- ♦ Un cinquième des entreprises ne connaissent pas la rentabilité de leur engagement dans l'*e-commerce*.

3) Conclusions

Un sentiment d'incertitude se dégage des questions relatives aux considérations financières. Il nous semble que beaucoup d'entreprises n'ont pas encore réellement évalué la rentabilité de leur démarche en matière de commerce électronique.

Peut-être est-ce dû à la difficulté, voire à l'impossibilité de cette tâche. En effet, il peut s'avérer ardu de distinguer clairement les revenus générés par l'*e-commerce*. Un seul exemple suffit à illustrer ce propos. Dans quelle mesure la publicité sur un site *web* influence-t-elle la notoriété d'une marque ou d'un produit, qui s'avère, par ailleurs, également sujet de publicité via les médias classiques (télévision, radio...) ?

Il peut être utile de se rappeler les raisons pour lesquelles les entreprises décident de mettre en œuvre des activités de commerce électronique (cf. p. 34). Parmi les motivations principales, il en est certaines (meilleure notoriété, simplification des tâches, différenciation vis-à-vis des concurrents) dont le lien à la rentabilité n'est pas aisé à évaluer.

De plus, il faut noter qu'en matière financière, les entreprises font plus confiance à Internet pour augmenter leur chiffre d'affaires que pour diminuer leurs coûts. Le rythme de progression relatif de ces deux facteurs influencera naturellement la rentabilité de l'activité mais actuellement à peine un tiers des entreprises (28 %) déclare pouvoir atteindre le seuil de rentabilité dans les trois ans.

Conclusions

Notre enquête a mis en évidence quelques constatations intéressantes que nous résumons ci-dessous.

- ◆ **Les entreprises qui emploient plus de 5 informaticiens sont très rares (6,3 %).** Les compétences informatiques sont donc limitées pour l'immense majorité des entreprises bien que la quasi totalité d'entre elles (97 %) disposent d'au moins un ordinateur. Compte tenu de la charge de travail exigée par les activités opérationnelles, on peut imaginer que **les quelques informaticiens présents ne disposent pas de beaucoup de temps** à consacrer pour réfléchir à l'intégration d'Internet dans le système d'information de l'entreprise.
- ◆ **Trois secteurs semblent sortir du lot** en ce qui concerne l'utilisation des services de base associés à Internet (*e-mail*, connexion, site *web*). Très logiquement, il s'agit du secteur **des technologies de l'information et de la communication**, du secteur **financier** et des sociétés actives dans **le conseil ou les services aux entreprises**.
- ◆ Actuellement, moins d'une entreprise sur dix a mis sur pied des activités de commerce électronique. Par contre, **les années 2001-2003 risquent de voir tripler (au moins) le nombre d'entreprises luxembourgeoises actives dans l'e-commerce**. Le pourcentage de ces entreprises par rapport à la population globale des entreprises est par contre difficile à évaluer.
- ◆ Les sites *web* sont principalement utilisés dans deux buts : la présentation de l'entreprise et la présentation de ses produits et services. **La vente en ligne n'est présente que dans une minorité de sites**.
- ◆ Environ **une entreprise sur deux pense que d'ici trois ans, au plus, Internet influencera sa manière de fonctionner en interne ou les relations avec ses fournisseurs**. Par contre, un tiers des entreprises seulement estime qu'Internet influencera la façon d'acheter de ses clients.
- ◆ Le fait qu'il ne soit pas applicable à l'activité de l'entreprise constitue la raison la plus souvent citée pour expliquer l'absence de commerce électronique. **Environ la moitié des entreprises considèrent qu'elles ne sont pas concernées par l'e-commerce**.
- ◆ Globalement, **les entreprises qui ne sont pas actives dans le commerce électronique ont choisi d'adopter ce comportement pour des raisons essentiellement internes** (non applicable, question pas encore étudiée, manque de personnel qualifié), **bien plus que pour des motifs liés à l'environnement général** (cadre juridique, sécurité, intérêt des clients...).
- ◆ **Les technologies de sécurisation sur Internet**, telles que les certificats numériques, **sont très peu connues des entreprises**. Seul le secteur 'informatique et télécommunications' semble, assez logiquement, se démarquer par une meilleure connaissance à ce niveau.

C'est dans les secteurs de l'informatique et de la finance que la problématique de la sécurité semble faire l'objet du plus grand intérêt. C'est là en effet que l'on observe la plus grande proportion (80 %) de responsables interrogés ayant un avis à ce sujet. Par contre, dans d'autres secteurs (hôtellerie, construction, commerce...), presque la moitié des personnes interrogées n'a pas d'avis sur le niveau de sécurité présent sur Internet.

La confiance dans la sécurité sur Internet semble actuellement associée à une bonne connaissance de la technologie concernée. Ceci ne peut constituer une position satisfaisante à long terme. Une évolution vers une confiance basée sur d'autres éléments que la compétence technologique personnelle s'avère indispensable. Nous voyons poindre ici la différence entre '*hard trust*' et '*soft trust*'. La première repose sur la composante technique tandis la seconde s'appuie sur des éléments plus psychologiques (confiance dans un label, une marque, une opinion largement admise...). Les deux aspects sont évidemment complémentaires. Il semblerait que nous soyons maintenant arrivés au point où la confiance de type '*soft trust*' doit prendre le relai pour permettre une large diffusion de cette notion auprès des non-spécialistes.

- ◆ **Très peu d'entreprises (11 %) affirment que leurs activités de commerce électronique sont rentables dès à présent.** Dans le même ordre d'idées, une minorité d'entreprises (4 %) avouent réaliser un chiffre d'affaires important (supérieur à 20 millions de LUF par an) grâce à l'*e-commerce*. Cette constatation peut être mise en relation avec l'utilisation actuelle des sites *web*. La plupart d'entre eux sont uniquement dédiés à la promotion de l'entreprise ou des produits sans possibilité de vente en ligne.
- ◆ De plus, il faut noter qu'en matière financière, **les entreprises se lancent dans le commerce électronique plutôt pour augmenter leur chiffre d'affaires que pour diminuer leurs coûts.**
- ◆ **Un sentiment d'incertitude se dégage des aspects financiers du commerce électronique.** Parmi les entreprises les plus concernées par ce sujet, une part non négligeable déclare ignorer le chiffre d'affaires généré par les activités d'*e-commerce* ou la rentabilité de celles-ci. Ce qui peut s'expliquer par le fait qu'actuellement, les sites *web* sont surtout utilisés pour améliorer l'image de marque de l'entreprise ou pour promouvoir ses produits ou services. Or le lien de ces activités avec le chiffre d'affaires est parfois difficile à établir.

Bibliographie

1. Luxembourg Business in the Digital Economy, rapport du CEPROS, Luxembourg, novembre 2000.
2. Enquête Eurochambres 2001, Merkur (édité par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg), janvier 2001.

Annexes

Questionnaire envoyé par courrier

Questionnaire anonyme: partie A



Nous sommes conscients que votre temps est très précieux. Voilà pourquoi **moins de 15 minutes** sont nécessaires pour répondre à ce questionnaire. Ne soyez pas impressionné par le nombre de pages. Pour répondre à la majorité des questions, il suffit seulement d'entourer la réponse adaptée à votre entreprise.

Nous nous permettons d'insister sur le fait que lire ces quelques pages pourrait déjà vous donner des idées pour **améliorer la rentabilité** de votre entreprise.

Si vous choisissez de nous renvoyer le questionnaire, nous pourrions orienter notre travail vers ce qui est réellement **utile pour vous** et donc améliorer encore le service que nous vous offrons.

1. Votre entreprise

1.1 Généralités

1. **Votre entreprise emploie ...**
(entourer la réponse choisie)

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <i>a. moins de 20 personnes</i> | <i>b. entre 21 et 250 pers.</i> |
| <i>c. entre 251 et 500 pers.</i> | <i>d. plus de 500 pers.</i> |

2. **Votre entreprise est-elle la filiale d'une autre entreprise ?** *a. oui* *b. non*
(entourer la réponse choisie)

Si vous avez répondu *oui* à la question 2, **le groupe dont fait partie votre entreprise emploie au total...**

- | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| <i>a. moins de 100 personnes</i> | <i>b. entre 101 et 500 personnes</i> | <i>c. plus de 500 personnes</i> |
|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|

3. A quelle catégorie appartient votre entreprise ?

(entourer la réponse choisie)

- | | |
|--|--|
| <i>a. Banques, Assurances, Finances</i> | <i>g. Conseil aux entreprises, Consultance</i> |
| <i>b. Industrie, Energie, Eau</i> | <i>h. Transport de biens, Logistique</i> |
| <i>c. Construction</i> | <i>i. Hôtels, Restaurants, Voyages, Tourisme</i> |
| <i>d. Commerce de gros</i> | <i>j. Immobilier</i> |
| <i>e. Commerce de détail</i> | <i>k. Autre : (à préciser) _____</i> |
| <i>f. Informatique, Télécommunications</i> | |

4. Les clients de votre entreprise sont essentiellement ...

(entourer la réponse choisie)

- a. d'autres entreprises (ou des organismes publics)*
- b. des particuliers ou des consommateurs individuels*
- c. autant d'entreprises que de particuliers*

5. Votre chiffre d'affaire annuel s'élève à ...

(veuillez à ne pas confondre le chiffre d'affaire, c. à d. le total des ventes, et le bénéfice)

- | | |
|---|--|
| <i>a. moins de 100 millions de LUF</i> | <i>c. entre 501 et 1,5 milliard de LUF</i> |
| <i>b. entre 101 millions et 500 millions de LUF</i> | <i>d. plus de 1,5 milliard de LUF</i> |

6. Votre entreprise exporte-t-elle ses produits ou services en dehors du G.-D. de Luxembourg ?

- | | | |
|------------------------------|---|---------------|
| <i>a. oui, régulièrement</i> | <i>b. oui, de manière occasionnelle</i> | <i>c. non</i> |
|------------------------------|---|---------------|

7. Quelle est votre fonction dans votre entreprise ?

- a. directeur / chef d'entreprise*
- b. chef de service / responsable d'une branche d'activité dans son ensemble*
- c. chef de projet / responsable d'une petite équipe de personnes*
- d. employé*
- e. autre (à préciser): _____*

Si votre entreprise est organisée par services, dans quel service travaillez-vous (principalement) ?

(exemples: comptabilité, production, ...)

service: _____

1.2 L'informatique en général

1. De combien d'ordinateurs dispose votre entreprise ?

a. aucun

b. entre 1 et 10

c. entre 11 et 50

d. plus de 50

2. Le personnel de votre entreprise comprend-il des informaticiens ?

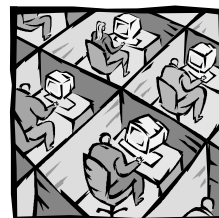
(entourer la réponse choisie)

a. oui, moins de 5

b. oui, entre 6 et 50

c. oui, plus de 50

d. non



Si vous avez répondu *oui* à la question précédente, ces informaticiens possèdent-ils en général...

a. un diplôme d'informaticien

b. un diplôme scientifique mais pas en informatique (exemple: physique, économie, ...)

c. ils se sont formés eux-mêmes par la pratique

3. La gestion de votre infrastructure informatique est réalisée ...

(la gestion de l'infrastructure inclut l'achat de matériel, le renouvellement de licences, la maintenance des ordinateurs, la gestion du réseau, ...)



a. par du personnel de votre entreprise

b. par une firme extérieure

c. par du personnel de votre entreprise et par une firme extérieure

d. notre entreprise n'a pas d'infrastructure informatique

4. Quels sont les problèmes liés à l'informatique les plus ennuyants auxquels votre entreprise doit faire face? (réponse facultative)

-

-

2. L'informatique et l'organisation de votre entreprise

Si votre entreprise n'utilise pas du tout l'informatique, vous ne devez **pas répondre** aux questions de la partie 2 et vous pouvez **directement passer** à la partie 3 (page 5).

2.1 Administration en général

Utilisez-vous l'informatique pour les tâches générales d'administration dans votre entreprise ?

a. oui b. non c. inconnu



Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise

b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____

c. inconnu

2.2 Comptabilité

Utilisez-vous l'informatique pour la comptabilité de votre entreprise ?

a. oui b. non c. inconnu



Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise

b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____

c. inconnu

2.3 Gestion du personnel

Utilisez-vous l'informatique pour la gestion du personnel de votre entreprise ?



- a. oui b. non c. inconnu

Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

- a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise
b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____
c. inconnu

2.4 Gestion de la production

Utilisez-vous l'informatique pour la gestion de la production de votre entreprise ?



- a. oui b. non c. inconnu

Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

- a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise
b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____
c. inconnu

2.5 Relations avec les fournisseurs

Utilisez-vous l'informatique pour gérer les relations avec vos fournisseurs ?



- a. oui b. non c. inconnu

Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

- a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise
b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____
c. inconnu

2.6 Vente

Utilisez-vous l'informatique dans le cadre de la vente de vos produits / services ?

- a. oui b. non c. inconnu



Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

- a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise
b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____
c. inconnu

2.7 Publicité, marketing

Utilisez-vous l'informatique pour vos actions de publicité ou de marketing ?

- a. oui b. non c. inconnu



Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

- a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise
b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____
c. inconnu

2.8 Service après-vente

Utilisez-vous l'informatique pour votre service après-vente ?

- a. oui b. non c. inconnu



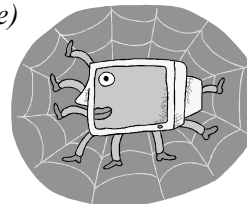
Si votre réponse est *oui*, **utilisez-vous principalement ...**

- a. un programme (logiciel) développé spécifiquement pour votre entreprise
b. un programme (logiciel) standard. Son nom est _____
c. inconnu

3. Internet et le commerce électronique

1. **Pour vous, le commerce électronique et Internet, c'est ...** (une seule réponse)

- a. une mode qui passera comme toutes les modes*
- b. une nouvelle opportunité fort prometteuse*
- c. une véritable révolution que l'on ne peut pas négliger*
- d. quelque chose qui ne s'applique pas à l'activité de mon entreprise*
- e. quelque chose qui ne m'intéresse pas*



2. **Votre entreprise dispose-t-elle d'un accès à Internet ?**

- a. oui*
- b. non*
- c. inconnu*

3. **Votre entreprise utilise-t-elle la messagerie électronique (e-mail) dans le cadre de ses activités ?**

- a. oui, mais seulement pour envoyer des messages à l'intérieur de l'entreprise*
- b. oui, pour envoyer des messages à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise*
- c. non*
- d. inconnu*

4. **Votre entreprise dispose-t-elle d'un moyen de signer électroniquement le courrier électronique ?**

- a. oui*
- b. non*
- c. inconnu*

5. **Avez-vous déjà acheté personnellement quelque chose sur Internet ?**

- a. oui, à titre privé*
- c. oui, à titre privé et à titre professionnel*
- b. oui, à titre professionnel*
- d. non*

6. **A votre avis, mettre sur pied une activité de commerce électronique ...** (une seule réponse)

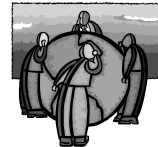
- a. coûte très cher
- b. a un coût raisonnable
- c. est une opération bon marché
- d. je ne connais pas les coûts associés à ce type d'activité

7. **Actuellement, en règle générale, la sécurité des échanges sur Internet est ...** (une seule réponse)

- a. déjà suffisante pour faire des affaires
- b. suffisante dans un premier temps, mais doit encore être améliorée
- c. certainement insuffisante pour faire des affaires
- d. je ne sais pas si la sécurité sur Internet est suffisante pour faire des affaires

8. **Un site Internet est accessible dans le monde entier. Indiquez les conséquences les plus utiles pour votre entreprise.** (Plusieurs réponses sont possibles)

- a. cela n'a aucune influence
- b. cela pourrait servir à faire connaître l'entreprise au niveau international
- c. cela pourrait servir à conquérir de nouveaux marchés
- d. cela pourrait servir à établir des contacts d'un nouveau type avec les clients actuels de l'entreprise
- e. cela pourrait servir à établir des contacts d'un nouveau type avec les fournisseurs de l'entreprise
- f. autre (à préciser):



9. **De plus en plus de personnes privées et d'entreprises disposent d'un accès à Internet. Indiquez les conséquences les plus utiles pour votre entreprise.** (Plusieurs réponses sont possibles)

- a. cela n'a aucune influence
- b. cela offre un nouveau moyen de contacter ses clients
- c. cela offre un nouveau moyen de contacter ses fournisseurs
- d. autre (à préciser):

10. Votre entreprise envisage-t-elle de faire du commerce électronique ? (une seule réponse)

- a. elle en fait déjà c. oui, à moyen terme (entre 1 et 3 ans) e. je ne sais pas
b. oui, à court terme (moins de 1 an) d. c. oui, à long terme (plus de 3 ans) f. non

11. Si votre entreprise n'a pas d'activité de commerce électronique, quelles sont les raisons principales de cette situation ? (*Plusieurs réponses sont possibles*)

- a. le commerce électronique ne s'applique pas à l'activité de l'entreprise
- b. nous n'y avons pas encore réfléchi au sein de l'entreprise
- c. le coût est trop élevé
- d. la sécurité des échanges sur Internet est insuffisante
- e. les clients de l'entreprise ne sont pas intéressés
- f. l'entreprise attend que des lois soient en application pour encadrer le commerce électronique
- g. l'entreprise ne dispose pas de personnel qualifié pour gérer l'activité de commerce électronique
- h. l'entreprise n'a pas encore trouvé de solutions techniques satisfaisantes
- i. le commerce électronique pose des problèmes de logistique trop importants
- j. l'entreprise ne veut pas mécontenter ses canaux de vente actuels (grossistes, détaillants, ...)
- k. autre (à préciser):

12. **Pensez-vous qu'Internet va changer la manière de travailler dans votre entreprise ?** (une seule réponse)

- a. Internet a déjà eu une influence à ce niveau
b. oui, à court terme (moins de 1 an)
c. oui, à moyen terme (entre 1 et 3 ans)
d. oui, à long terme (plus de 3 ans)
e. non
f. je ne sais pas

13. Pensez-vous qu'Internet va changer la manière d'acheter de vos clients ? *(une seule réponse)*

- a. Internet a déjà eu une influence à ce niveau
b. oui, à court terme (moins de 1 an)
c. oui, à moyen terme (entre 1 et 3 ans)
d. oui, à long terme (plus de 3 ans)
e. non
f. je ne sais pas

14. **Pensez-vous qu'Internet va intervenir dans vos relations avec vos fournisseurs ?** (une seule réponse)

- | | |
|--|---|
| <i>a. Internet a déjà eu une influence à ce niveau</i> | <i>d. oui, à long terme (plus de 3 ans)</i> |
| <i>b. oui, à court terme (moins de 1 an)</i> | <i>e. non</i> |
| <i>c. oui, à moyen terme (entre 1 et 3 ans)</i> | <i>f. je ne sais pas</i> |

15. **Pensez-vous que vos concurrents vont modifier leur manière d'agir suite à l'avènement d'Internet ?**
(une seule réponse)

- | | |
|--|---|
| <i>a. Internet a déjà eu une influence à ce niveau</i> | <i>d. oui, à long terme (plus de 3 ans)</i> |
| <i>b. oui, à court terme (moins de 1 an)</i> | <i>e. non</i> |
| <i>c. oui, à moyen terme (entre 1 et 3 ans)</i> | <i>f. je ne sais pas</i> |

16. **Votre entreprise dispose-t-elle un Intranet ?**

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------|
| <i>a. oui, depuis plus de 1 an</i> | <i>b. oui, depuis moins de 1 an</i> | <i>c. non</i> | <i>d. inconnu</i> |
|------------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------|

17. **Votre entreprise utilise-t-elle l'EDI (*Electronic Data Interchange*) ?** (Exemple: EDIFACT, X.12,...)

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------|
| <i>a. oui, depuis plus de 1 an</i> | <i>b. oui, depuis moins de 1 an</i> | <i>c. non</i> | <i>d. inconnu</i> |
|------------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------|

Si votre entreprise n'est pas active dans le commerce électronique, vous avez fini de répondre aux questions. Par contre, si elle a déjà franchi le pas du "e-commerce", nous vous demandons de remplir aussi la partie B.

Merci beaucoup de votre collaboration.



Le temps presse et votre entreprise a sans doute besoin de vous.

N'oubliez pas de nous renvoyer ce questionnaire, même si vous n'avez pas répondu à toutes les questions. Ce questionnaire est anonyme. Il ne sera utilisé que pour réaliser des statistiques globales. Les réponses aux questionnaires resteront confidentielles.

Bon travail.

Si vous n'avez pas répondu à la partie B du questionnaire, ne renvoyez que la partie A.

Questionnaire anonyme: partie B

La partie B du questionnaire ne doit être remplie que si votre entreprise est déjà active dans le commerce électronique.

Dans ce cas, votre entreprise a accumulé une **expérience très utile**. En répondant à cette seconde partie du questionnaire, vous contribuerez à faire évoluer nos services liés au commerce électronique, pour qu'ils vous aident à mettre en oeuvre cette activité d'une façon encore **plus efficace et rentable**.



1. **Votre entreprise possède-t-elle un site web (site Internet) ?** *a. oui* *b. non*

Si oui, depuis combien de temps ?

- a. moins de 1 an* *b. entre 1 et 2 ans* *c. entre 2 et 3 ans* *d. plus de 3 ans*

2. **Si votre entreprise dispose d'un site web, quelles fonctions remplit-il actuellement ?**
(vous pouvez choisir plusieurs réponses)

- a. présentation générale de l'entreprise*
b. présentation des produits et services de l'entreprise
c. vente en ligne (online) des produits et services de l'entreprise
d. mise à disposition de versions de démonstrations des produits et services de l'entreprise
e. fourniture de renseignements précis sur l'utilisation des produits et services de l'entreprise
f. autre (à préciser):



3. **Votre activité de commerce électronique est-elle actuellement destinée ...**

- a. principalement à des entreprises*
b. principalement à des consommateurs ou des particuliers
c. autant à des entreprises qu'à des particuliers

4. **Quel(s) logiciel(s) utilisez-vous pour faire du commerce électronique ?**
(citez les noms)

5. **L'infrastructure informatique utilisée pour mettre en œuvre vos activités de commerce électronique est ...**

a. gérée au sein de votre entreprise

b. sous-traitée à une entreprise extérieure

6. **Voici différentes activités qu'une entreprise peut réaliser sous la forme de commerce électronique. Pour chacune, indiquez si votre entreprise utilise actuellement le commerce électronique pour la mettre en œuvre et quelle technologie elle utilise.**

(Pour chaque activité, indiquez une croix dans les colonnes choisies. Si une même activité est réalisée par plusieurs techniques en parallèle, inscrivez une croix dans chaque colonne concernée).

Activité	Réalisée par site web	Réalisée par e-mail	Réalisation manuelle	Réalisée par autre moyen (à préciser)
L'achat à vos fournisseurs				
Le marketing, la publicité				
La vente de vos produits ou services				
L'information des clients				
Le service après-vente				
Autre : (à préciser)				

7. **Dans quelle(s) tâche(s) liée(s) à l'activité de votre entreprise, planifiez-vous, à court terme (c.-à-d. dans moins d'un an), de commencer à faire du commerce électronique?**

(vous pouvez choisir plusieurs réponses)

a. l'achat à vos fournisseurs

e. le service après-vente

b. le marketing, la publicité

f. rien n'est planifié actuellement

c. la vente

g. autre tâche (précisez): _____

d. l'information des clients

8. Dans le futur, pensez-vous faire évoluer votre activité de commerce électronique pour la **destiner ...**

(entourer la réponse choisie)

a. principalement à des entreprises

b. principalement à des consommateurs ou à des particuliers

c. autant à des entreprises qu'à des particuliers

d. pas d'évolution prévue à ce niveau

9. Quels avantages principaux le commerce électronique a-t-il rapportés à votre entreprise ?

(max. 3 réponses)

- _____

- _____

- _____



10. Quelles difficultés majeures le commerce électronique a-t-il causées à votre entreprise ?

(max. 3 réponses)

- _____

- _____

- _____

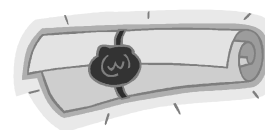
11. **Pour quel(s) motif(s) votre entreprise a-t-elle choisi de faire du commerce électronique ?**
(pour chaque motif, indiquez une croix dans la colonne choisie)

Motif	Motif essentiel	Motif complémentaire	Pas pour ce motif	Pas d'avis
<i>Pour diminuer certains coûts</i>				
<i>Pour se différencier de ses concurrents</i>				
<i>Pour accroître son chiffre d'affaires</i>				
<i>Pour être plus connue sur le marché</i>				
<i>Pour se mettre au même niveau que ses concurrents</i>				
<i>Pour mieux connaître ses clients</i>				
<i>Pour répondre à une demande de certains fournisseurs</i>				
<i>Pour conquérir de nouveaux marchés</i>				
<i>Pour simplifier certaines tâches</i>				
<i>Autre:</i>				

12. **Savez-vous ce qu'est un certificat numérique ?**
(entourer la réponse choisie)

a. oui

b. non



Si vous avez répondu *oui* à la question précédente, faites-vous confiance aux certificats numériques ?

a. oui

b. non

Votre entreprise utilise-t-elle des certificats numériques ?

a. oui

b. non

c. inconnu

Voici des organisations qui pourraient vous délivrer un certificat numérique à l'avenir. Indiquez au moyen d'une croix le niveau de confiance que vous accordez à chacune pour distribuer des certificats numériques. (Ne répondez que si vous connaissez la technologie des certificats numériques)

Organisation	Grande confiance	Confiance moyenne	Peu de confiance
<i>Une société privée spécialisée</i>			
<i>L'administration publique</i>			
<i>Une banque</i>			
<i>La Chambre de Commerce</i>			

13. Pour vous, un certificat numérique sert à ...
(vous pouvez choisir plusieurs réponses)

- a. je ne sais pas
- b. identifier une société
- c. signer ou encrypter un courrier électronique (e-mail)
- d. identifier une personne
- e. identifier un site web
- f. autre (à préciser): _____

14. Disposez-vous d'un moyen de paiement en ligne (*online*) sur votre site web ?

- a. oui
- b. non
- c. notre entreprise n'a pas de site web
- d. je ne sais pas

15. Votre site web permet-il une connexion sécurisée ?

- a. oui
- b. non
- c. notre entreprise n'a pas de site web
- d. je ne sais pas



16. Pour votre entreprise, le commerce électronique génère un chiffre d'affaire annuel d'environ...

- a. moins de 1 million de LUF
- b. entre 1 et 20 millions de LUF
- c. entre 21 et 100 millions de LUF
- d. plus de 100 millions de LUF
- e. je ne sais pas
- f. je ne souhaite pas répondre

17. Votre activité de commerce électronique est...

- a. déjà rentable maintenant
- b. planifiée pour être rentable dans moins de 3 ans
- c. planifiée pour être rentable à long terme (plus de 3 ans)
- d. pas planifiée pour être rentable
- e. je ne connais pas la rentabilité de cette activité
- f. je ne souhaite pas répondre



18. Votre entreprise est-elle active dans le commerce électronique par le biais d'une place de marché sur Internet (*Internet market place*) ?

- a. oui
- b. non
- c. inconnu

19. Indiquez quels problèmes précis votre entreprise a rencontré pour implémenter sa solution de commerce électronique. (pour chaque problème général possible, indiquez une croix dans la colonne correspondant à l'expérience de votre entreprise)

- a. votre entreprise n'a pas rencontré ce problème
- b. votre entreprise a facilement résolu ce problème
- c. ce problème était complexe et votre entreprise l'a résolu avec des difficultés
- d. votre entreprise a rencontré ce problème mais n'a pas encore réussi à le résoudre
- e. je ne sais pas si l'entreprise a rencontré ce problème



Problème général	a	b	c	d	e
Trouver une solution informatique suffisamment sécurisée.					
Faire face à des coûts élevés, associés au démarrage des activités de commerce électronique.					
Définir la présentation et l'organisation du site web.					
Trouver du personnel qualifié pour gérer l'activité de commerce électronique .					
Convaincre vos clients de faire du commerce électronique avec votre entreprise.					
Intégrer la solution de commerce électronique avec le système informatique de votre entreprise.					
Evaluer la rentabilité de votre activité de commerce électronique.					
Trouver un fournisseur de solutions informatiques compétent.					
Convaincre vos fournisseurs de faire du commerce électronique avec votre entreprise.					
Faire face à des coûts élevés, associés à l'utilisation journalière du commerce électronique.					
Mettre en place un moyen de paiement de ce que vous vendez via Internet.					
Faire connaître votre site web.					
Trouver une solution de commerce électronique rentable.					
Organiser la logistique associée à l'activité de commerce électronique.					
Modifier l'organisation de votre entreprise.					
Mettre à jour votre site web.					
Résoudre des problèmes techniques informatiques.					
Autre :					

Merci beaucoup de votre collaboration.



Le temps presse et votre entreprise a sans doute besoin de vous.

N'oubliez pas de nous renvoyer ce questionnaire, même si vous n'avez pas répondu à toutes les questions. Nous vous rappelons que le questionnaire est anonyme. Il ne sera utilisé que pour réaliser des statistiques.

Bon travail.

Si vous avez répondu aux deux parties du questionnaire (A et B), n'oubliez pas de les renvoyer toutes les deux **dans la même enveloppe.**

Questionnaire téléphonique

Enquête sur le commerce électronique dans les entreprises luxembourgeoises

N° de l'entreprise :

Secteur d'activité :

Nom de l'entreprise :

Téléphone :

Combien de fois avez-vous contacté l'entreprise ?

1. Position/poste de la personne de contact :

a. Directeur/chef d'entreprise

d. Employé

b. Chef de service/resp. branche d'activité

e. Autre :

c. Chef de projet/resp. d'équipe

2. Nombre d'emplois :

a. moins de 20 personnes

c. entre 251 et 500 personnes

b. entre 21 et 250 personnes

d. plus de 500 personnes

3. L'entreprise a répondu au questionnaire.

Partie A : a. oui

b. non

Partie B : a. oui

b. non

4. L'entreprise n'a pas répondu au questionnaire. Pour quelle raison ?

- 1 - pas de contact, pas de réponse par téléphone*
- 2 - entreprise en faillite ou sous liquidation judiciaire*
- 3 - entreprise a arrêté ses activités*
- 4 - entreprise pas concernée par le commerce électronique*
- 5 - questionnaire trop compliqué*
- 6 - manque de temps pour répondre*
- 7 - par principe, ne répond jamais aux questionnaires*

5. De combien d'ordinateurs dispose votre entreprise ?

- a. aucun*
- b. entre 1 et 10*
- c. entre 11 et 50*
- d. plus de 50*

6. Votre entreprise dispose-t-elle d'un accès à Internet ?

- a. oui*
- b. non*
- c. inconnu*

7. Votre entreprise dispose-t-elle d'un site web ?

- a. oui*
- b. non*

Si oui,

- a. oui, < 1 an*
- b. oui, entre 1 et 2 ans*
- c. oui, entre 2 et 3 ans*
- d. oui, > 3 ans*

8. Savez-vous ce qu'est un certificat numérique ?

- a. oui*
- b. non*

9. Avez-vous déjà acheté personnellement quelque chose sur Internet ?

- a. oui, privé*
- b. oui, professionnel*
- c. oui, privé et professionnel*
- d. non*

Descriptif des codes NACE utilisés

Groupe électoral 1

Code Nace	Intitulé
50101	Commerce de gros de véhicules automobiles
50301	Commerce de gros d'équipements automobiles
50401	Commerce de gros de motocycles et accessoires
51210	Commerce de gros de céréales et aliments pour le bétail
51220	Commerce de gros de fleurs et plantes
51230	Commerce de gros d'animaux vivants
51240	Commerce de gros de cuirs et peaux
51250	Commerce de gros de tabac non manufacturé
51310	Commerce de gros de fruits et légumes
51320	Commerce de gros de viandes
51330	Commerce de gros de produits laitiers, oeufs, huiles
51340	Commerce de gros de boissons
51350	Commerce de gros de tabac
51360	Commerce de gros de sucre, chocolat et confiserie
51370	Commerce de gros de café, thé, cacao et épices
51381	Commerce de gros de poissons, crustacés et mollusques
51382	Commerces de gros alimentaires spécialisés divers
51391	Commerce de gros de produits surgelés
51392	Commerce de gros alimentaire non spécialisé
51410	Commerce de gros de textiles
51421	Commerce de gros d'habillement
51422	Commerce de gros de chaussures
51430	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radio-télévision
51441	Commerce de gros de vaisselle et de verrerie de ménage
51442	Commerce de gros de papiers peints et de produits d'entretien
51450	Commerce de gros de parfumerie et de produits de beauté
51460	Commerce de gros de produits pharmaceutiques
51471	Commerce de gros de meubles, d'appareils ménagers non électriques et de
51472	Commerce de gros de livres, périodiques et journaux
51473	Commerce de gros d'appareils photographiques et cinématographiques
51474	Commerce de gros d'horlogerie et d'articles de bijouterie
51475	Commerce de gros d'articles de papeterie et de fournitures de bureau
51476	Commerce de gros d'articles de sport et de camping, de cycles et de jeux
51477	Commerce de gros de maroquinerie et d'articles de voyage

Code Nace	Intitulé
51478	Autres commerces de gros d'articles de consommation n.c.a.
51511	Commerce de gros de combustibles liquides
51512	Commerce de gros de combustibles solides
51521	Commerce de gros de minerais et de métaux ferreux
51522	Commerce de gros de minerais et de métaux non ferreux
51531	Commerce de gros de bois et de produits dérivés
51532	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires
51541	Commerce de gros de quincaillerie
51542	Commerce de gros de fournitures pour plomberie et chauffage
51550	Commerce de gros de produits chimiques
51560	Commerce de gros d'autres produits intermédiaires
51570	Commerce de gros de déchets et débris
51610	Commerce de gros de machines-outils
51620	Commerce de gros d'équipements pour la construction
51630	Commerce de gros de machines pour l'industrie textile et l'habillement
51641	Commerce de gros de mobilier et d'installations de bureau
51642	Commerce de gros de machines de bureau et de matériel informatique
51650	Commerce de gros d'autres équipements industriels
51660	Commerce de gros de matériel agricole
51700	Autres commerces de gros

Groupe électoral 2

Code Nace	Intitulé
01110	Culture de céréales; cultures industrielles
01121	Culture de légumes
01122	Horticulture; pépinières
01131	Viticulture
01132	Culture d'autres fruits
01210	Elevage de bovins
01220	Elevage d'ovins, caprins et équidés
01230	Elevage de porcins
01240	Elevage de volailles
01250	Elevage d'autres animaux
01300	Culture et élevage associés
01411	Services annexes à la culture (hors viticulture)
01412	Services annexes à la viticulture
01413	Jardiniers-paysagistes
01420	Services annexes à l'élevage
01500	Chasse
02010	Sylviculture, exploitation forestière
02020	Services forestiers
05010	Pêche
05020	Pisciculture, aquaculture
50102	Intermédiaires du commerce en véhicules automobiles
50103	Commerce de détail de véhicules automobiles
50200	Entretien et réparation de véhicules automobiles
50302	Intermédiaires du commerce en équipements automobiles
50303	Commerce de détail d'équipements automobiles
50402	Intermédiaires du commerce en motocycles et accessoires
50403	Commerce de détail de motocycles et accessoires
50404	Entretien et réparation de motocycles
50500	Commerce de détail de carburants
51110	Intermédiaires du commerce en matières premières agricoles, animaux vivants
51121	Intermédiaires du commerce en fer et acier
51122	Intermédiaires du commerce en métaux, minéraux, et produits chimiques
51130	Intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction
51140	Intermédiaires du commerce en équipements industriels, navires et avions
51150	Intermédiaires du commerce en meubles, articles de ménage et quincaillerie
51160	Intermédiaires du commerce en textiles, chaussures et articles en cuir

Code Nace	Intitulé
51170	Intermédiaires du commerce en denrées, boissons et tabac
51180	Autres intermédiaires spécialisés du commerce
51190	Intermédiaires du commerce en produits divers
52110	Commerce de détail en magasin non spécialisé à prédominance alimentaire
52120	Commerce de détail en magasin non spécialisé sans prédominance alimentaire
52210	Commerce de détail de fruits et légumes
52220	Commerce de détail de viandes et produits à base de viande
52230	Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques
52241	Commerce de détail du pain
52242	Commerce de détail de la pâtisserie
52243	Commerce de détail de la confiserie
52250	Commerce de détail de boissons
52260	Commerce de détail de tabac
52270	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé
52310	Commerce de détail de produits pharmaceutiques
52320	Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques
52330	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté
52410	Commerce de détail de textiles
52421	Commerce de détail de vêtements de confection pour hommes, femmes, enfants
52422	Commerce de détail de vêtements de confection pour hommes et garçons
52423	Commerce de détail de vêtements de confection pour dames et fillettes
52424	Commerce de détail de vêtements de confection pour enfants et nourrissons
52425	Commerce de détail de sous-vêtements, lingerie et vêtements de bain
52426	Commerce de détail de fourrures
52431	Commerce de détail de chaussures
52432	Commerce de détail de maroquinerie et articles de voyage
52441	Commerce de détail de meubles
52442	Commerce de détail d'appareils d'éclairage et d'équipements du foyer
52450	Commerce de détail d'appareils électroménagers et de radio-télévision
52460	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres
52471	Commerce de détail de livres, journaux et revues
52472	Commerce de détail d'articles de papeterie et fournitures pour le bureau
52481	Commerce de détail de produits d'entretien

Code Nace	Intitulé
52482	Commerce de détail de tapis et de revêtements de sols et de murs
52483	Commerce de détail d'articles de cadeau, d'objets d'art et religieux
52484	Commerce de détail de bicyclettes
52485	Commerce de détail d'équipements de bureau et d'ordinateurs
52486	Commerce de détail de timbres et de monnaies
52487	Commerce de détail d'articles pour la photo et l'optique
52488	Commerce de détail d'horlogerie et d'articles de bijouterie et d'argenterie
52489	Commerce de détail de jeux et de jouets
52491	Commerce de détail d'articles de sport et de camping
52492	Commerce de détail d'armes, de munitions et d'articles de chasse
52493	Commerce de détail de fleurs et de plantes
52494	Commerce de détail d'animaux vivants et de fournitures pour animaux
52495	Commerce de détail de semences et d'engrais
52496	Commerce de détail de combustibles
52497	Autres commerces de détail spécialisés
52501	Commerce de détail d'antiquités
52502	Commerce de détail d'articles d'occasion (sauf véhicules)
52610	Vente par correspondance
52621	Commerce de détail alimentaire
52622	Commerce de détail d'habillement et de chaussures
52623	Commerce de détail de brocante
52624	Autres commerces de détail spécialisés hors magasin
52631	Commerce de détail de produits laitiers, oeufs, huiles
52632	Commerce de détail de boissons
52633	Autres commerces de détail de produits alimentaires
52710	Réparation de chaussures et d'articles en cuir
52720	Réparation d'articles électriques à usage domestique
52730	Réparation de montres, horloges et bijoux
52740	Réparation d'articles personnels et domestiques n.c.a.
60100	Transports ferroviaires
60211	Transports urbains de voyageurs
60212	Autres transports routiers réguliers de voyageurs
60213	Autres transports réguliers de voyageurs
60220	Transports de voyageurs par taxis
60230	Autres transports routiers de voyageurs
60241	Services de déménagement routier
60242	Transports routiers de marchandises
60300	Transports par conduites

Code Nace	Intitulé
61100	Transports maritimes et côtiers
61201	Transports fluviaux de personnes
61202	Transports fluviaux de marchandises
62101	Transports aériens réguliers de personnes
62102	Transports aériens réguliers de marchandises
62201	Transports aériens non réguliers de personnes
62202	Transports aériens non réguliers de marchandises
62300	Transports spatiaux
63110	Manutention
63120	Entreposage
63210	Gestion d'infrastructures de transports terrestres
63220	Services portuaires, maritimes et fluviaux
63230	Services aéroportuaires
63301	Agences de voyages
63302	Représentation des lignes aériennes étrangères
63303	Services d'assistance touristique
63400	Organisation du transport de fret
64110	Postes nationales
64120	Autres activités de courrier
64201	Télécommunications nationales
64202	Réseaux de télédistribution
64203	Autres activités de télécommunications
70110	Promotion immobilière
70120	Marchands de biens immobiliers
70201	Location de biens immobiliers à l'intérieur
70202	Location de biens immobiliers à l'extérieur
70310	Agences immobilières
70320	Administration de biens immobiliers
71100	Location de véhicules automobiles
71210	Location d'autres matériels de transport terrestre
71220	Location de matériels de transport par eau
71230	Location de matériels de transport aérien
71310	Location de matériel agricole
71320	Location de machines et équipements pour la construction
71330	Location de machines de bureau et de matériel informatique
71340	Location de machines et équipements divers
71401	Location de vêtements et d'articles de ménage
71402	Location de supports audiovisuels
71403	Location d'autres biens de consommation
72100	Conseil en systèmes informatiques
72200	Réalisation de logiciels
72300	Traitement de données
72400	Activités de banques de données

Code Nace	Intitulé
72500	Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique
72600	Autres activités rattachées à l'informatique
73100	Recherche-développement en sciences physiques et naturelles
73200	Recherche-développement en sciences humaines et sociales
74111	Avocats et conseillers juridiques
74112	Notaires
74113	Huissiers de justice
74114	Agents de brevets et de licences
74115	Franchisage
74120	Activités comptables
74130	Etudes de marché et sondages
74140	Conseil pour les affaires et la gestion
74150	Administration d'entreprises
74201	Activités d'architecture
74202	Ingénierie, études techniques
74203	Métreurs, géomètres
74301	Contrôle technique automobile
74302	Autres essais et analyses techniques
74401	Gestion de supports de publicité
74402	Agences, conseil en publicité
74501	Sélection de personnel et placement
74502	Agences d'intérimaires et fourniture de personnel temporaire
74600	Enquêtes et sécurité
74700	Activités de nettoyage
74811	Studios de photographie
74812	Laboratoires photographiques
74820	Conditionnement à façon
74830	Secrétariat, traduction et routage
74841	Organisation de foires et salons
74842	Décoration d'intérieur
74843	Création de modèles
74844	Recouvrement de factures et évaluation de la solvabilité
74845	Autres services aux entreprises n.c.a.
75111	Administration centrale
75112	Administrations communales
75120	Tutelle des activités sociales
75130	Tutelle des activités économiques
75140	Activités de soutien aux administrations
75210	Affaires étrangères
75220	Défense
75230	Justice

Code Nace	Intitulé
75241	Police
75242	Gendarmerie
75250	Protection civile
75300	Sécurité sociale obligatoire
80100	Enseignement primaire
80210	Enseignement secondaire général
80220	Enseignement secondaire technique ou professionnel
80300	Enseignement supérieur
80410	Ecoles de conduite
80420	Formation permanente et enseignements divers
85110	Activités hospitalières
85120	Pratique médicale
85130	Pratique dentaire
85141	Laboratoires d'analyses médicales
85142	Activités paramédicales
85143	Autres activités relatives aux soins médicaux
85200	Activités vétérinaires
85311	Orphelinats et instituts pour enfants en difficulté
85312	Instituts pour handicapés
85313	Maisons de retraite
85314	Autres activités d'action sociale avec hébergement
85321	Crèches et garderies d'enfants
85322	Ateliers protégés
85323	Autres activités d'action sociale sans hébergement
92114	Services annexes à la production de films
92120	Distribution de films
92130	Projection de films cinématographiques
92310	Art dramatique et musique
92320	Gestion de salles de spectacle
92330	Manèges forains et parcs d'attractions
92340	Activités diverses du spectacle
92400	Agences de presse
92510	Gestion des bibliothèques
92520	Gestion du patrimoine culturel
92530	Gestion du patrimoine naturel
92610	Gestion d'installations sportives
92620	Autres activités sportives
92710	Jeux de hasard et d'argent
92720	Autres activités récréatives
93010	Blanchisserie-teinturerie
93021	Coiffure
93022	Soins de beauté
93031	Pompes funèbres

Code Nace	Intitulé
93032	Cimetières et crématoires
93040	Entretien corporel
93050	Autres services personnels
95000	Services domestiques

Groupe électoral 3

(condition supplémentaire : l'entreprise doit occuper régulièrement plus de 200 salariés)

Code Nace	Intitulé
27101	Fabrication de fonte et d'acier brut; laminage à chaud et à froid de tôles
27102	Fabrication de tôles revêtues (CECA)
27210	Fabrication de tubes en fonte
27220	Fabrication de tubes en acier
27310	Etirage à froid
27320	Laminage à froid de feuillards
27330	Profilage à froid par formage ou pliage
27340	Tréfilage à froid
27350	Production de ferro-alliages et autres produits non CECA
27410	Production de métaux précieux
27420	Métallurgie de l'aluminium
27430	Métallurgie du plomb, du zinc ou de l'étain
27440	Métallurgie du cuivre
27450	Métallurgie des autres métaux non ferreux
27510	Fonderie de fonte
27520	Fonderie d'acier
27530	Fonderie de métaux légers
27540	Fonderie d'autres métaux non ferreux

Groupe électoral 4

Code Nace	Intitulé
65110	Banque centrale
65121	Banques universelles
65122	Caisses rurales
65210	Crédit-bail
65220	Distribution de crédit
65231	Fonds communs de placement
65232	Sociétés d'investissement à capital variable
65233	Autres organismes de placements collectifs
65234	Holdings financiers
65235	Autres intermédiations financières
67110	Administration de marchés financiers
67121	Courtiers et commissionnaires
67122	Gérants de fortunes
67123	Distributeurs de parts d'O.P.C.
67124	Sociétés de gestion d'O.P.C.
67125	Services d'information boursières et financières
67131	Dépositaires professionnels de titres ou d'autres instruments financiers
67132	Conseillers en opérations financières
67133	Autres auxiliaires financiers

Groupe électoral 5

Code Nace	Intitulé
66011	Opérations directes d'assurances Vie
66012	Réassurances Vie acceptées
66013	Entreprises d'assurances multibranches à prédominance Vie
66020	Caisses de retraite
66031	Opérations directes d'assurances Non Vie
66032	Réassurances Non Vie
66033	Entreprises d'assurances multibranches à prédominance Non Vie
67201	Agents et courtiers d'assurances
67202	Experts en dommages et risques
67203	Gestion de réassurances

Groupe électoral 6

Code Nace	Intitulé
55110	Hôtels avec restaurant
55120	Hôtels sans restaurant
55210	Auberges de jeunesse et refuges
55220	Exploitation de terrains de camping
55230	Moyens d'hébergement divers

Groupe électoral 7

Code Nace	Intitulé
55301	Restaurants
55302	Restaurants forains ou stands de restauration forains
55401	Débites de boissons sans spectacle
55402	Débites de boissons forains
55403	Discothèques, dancings et similaires
55510	Cantines et restaurants d'entreprises
55521	Restauration collective sous contrat ("catering")
55522	Traiteurs et organisation de réceptions

Groupe électoral 8

Code Nace	Intitulé
10100	Extraction et agglomération de la houille
10200	Extraction et agglomération du lignite
10300	Extraction et agglomération de la tourbe
11100	Extraction d'hydrocarbures
11200	Services annexes à l'extraction d'hydrocarbures
12000	Extraction de minerais d'uranium
13100	Extraction de minerais de fer
13200	Extraction de minerais de métaux non ferreux
14110	Extraction de pierres pour la construction
14120	Extraction de calcaire industriel, de gypse et de craie
14130	Extraction d'ardoise
14210	Extraction de sables et de granulats
14220	Extraction d'argiles et de kaolin
14300	Extraction de minéraux pour l'industrie chimique et d'engrais naturels
14400	Production de sel
14500	Activités extractives n.c.a.
15110	Production de viandes de boucherie
15120	Production de viandes de volailles
15130	Production de produits à base de viande
15200	Industrie du poisson
15310	Transformation et conservation de pommes de terre
15320	Préparation de jus de fruits et légumes
15330	Transformation et conservation de fruits et légumes n.c.a.
15410	Fabrication d'huiles et graisses brutes
15420	Fabrication d'huiles et graisses raffinées
15430	Fabrication de margarine
15511	Préparation de lait, beurreries, fromageries
15512	Préparation de lait de conserve
15520	Fabrication de glaces et sorbets
15610	Travail des grains
15620	Fabrication de produits amylacés
15710	Fabrication d'aliments pour animaux de ferme
15720	Fabrication d'aliments pour animaux de compagnie
15811	Boulangeries et pâtisseries industrielles
15812	Boulangeries et boulangeries-pâtisseries artisanales
15813	Pâtisseries artisanales
15820	Biscotterie, biscuiterie, pâtisserie de conservation
15830	Fabrication de sucre
15840	Chocolaterie, confiserie
15850	Fabrication de pâtes alimentaires

Code Nace	Intitulé
15860	Transformation du thé et du café
15870	Fabrication de condiments et assaisonnements
15880	Fabrication d'aliments adaptés à l'enfant et diététiques
15890	Industries alimentaires n.c.a.
15911	Production d'eaux-de-vie naturelles
15912	Production de spiritueux (y compris les apéritifs à base autre que de vin)
15920	Production d'alcool éthylique de fermentation
15931	Vinification
15932	Fabrication de vins mousseux
15940	Cidrerie
15950	Production d'autres boissons fermentées
15960	Brasserie
15970	Malterie
15980	Industrie des eaux et des boissons rafraîchissantes
16000	Industrie du tabac
17110	Filature de l'industrie cotonnière
17120	Filature de l'industrie lainière - cycle cardé
17130	Préparation et filature de l'industrie lainière - cycle peigné
17140	Préparation et filature du lin
17150	Moulinage, texturation de la soie et des textiles artificiels, synthétiques
17160	Fabrication de fils à coudre
17170	Préparation et filatures d'autres fibres
17210	Tissage de l'industrie cotonnière
17220	Tissage de l'industrie lainière - cycle cardé
17230	Tissage de l'industrie lainière - cycle peigné
17240	Tissage de soieries
17250	Tissage d'autres textiles
17300	Ennoblement textile
17400	Fabrication d'articles textiles
17510	Fabrication de tapis et moquettes
17520	Ficellerie, corderie, fabrication de filets
17530	Fabrication de non-tissés
17540	Industries textiles n.c.a.
17600	Fabrication d'étoffes à mailles
17710	Fabrication d'articles chaussants à mailles
17720	Fabrication de pull-overs, gilets et articles similaires
18100	Fabrication de vêtements en cuir
18210	Fabrication de vêtements de travail
18221	Confection de vêtements de dessus pour hommes, femmes et enfants

Code Nace	Intitulé
18222	Confection de vêtements de dessus sur mesure
18230	Fabrication de vêtements de dessous
18241	Fabrication sur mesure de chapeaux; modistes
18242	Fabrication d'autres vêtements et accessoires
18300	Industrie des fourrures
19100	Apprêt et tannage des cuirs
19200	Fabrication d'articles de voyage et de maroquinerie
19300	Fabrication de chaussures
20100	Sciage, rabotage, imprégnation du bois
20200	Fabrication de panneaux de bois
20300	Fabrication de charpentes et de menuiseries
20400	Fabrication d'emballages en bois
20510	Fabrication d'objets divers en bois
20520	Fabrication d'objets en liège, vannerie et sparterie
21110	Fabrication de pâte à papier
21120	Fabrication de papier et de carton
21210	Fabrication de carton ondulé et d'emballages en papier ou en carton
21220	Fabrication d'articles en papier à usage sanitaire ou domestique
21230	Fabrication d'articles de papeterie
21240	Fabrication de papiers peints
21250	Fabrication d'autres articles en papier ou en carton
22110	Edition de livres
22120	Edition de journaux
22130	Edition de revues et périodiques
22140	Edition d'enregistrements sonores
22150	Autres activités d'édition
22210	Imprimerie de journaux
22220	Autre imprimerie (labeur)
22230	Reliure et finition
22240	Composition et photogravure
22250	Autres activités graphiques
22310	Reproduction d'enregistrements sonores
22320	Reproduction d'enregistrements vidéo
22330	Reproduction d'enregistrements informatiques
23100	Cokéfaction
23200	Raffinage de pétrole
23300	Elaboration et transformation de matières nucléaires
24110	Fabrication de gaz industriels
24120	Fabrication de colorants et de pigments
24130	Fabrication d'autres produits chimiques inorganiques de base
24140	Fabrication d'autres produits chimiques organiques de base

Code Nace	Intitulé
24150	Fabrication de produits azotés et d'engrais
24160	Fabrication de matières plastiques de base
24170	Fabrication de caoutchouc synthétique
24200	Fabrication de produits agrochimiques
24300	Fabrication de peintures et vernis
24410	Fabrication de produits pharmaceutiques de base
24420	Fabrication de préparations pharmaceutiques
24510	Fabrication de savons, détergents et produits d'entretien
24520	Fabrication de parfums et de produits pour la toilette
24610	Fabrication de produits explosifs
24620	Fabrication de colles et gélatines
24630	Fabrication d'huiles essentielles
24640	Fabrication de produits chimiques pour la photographie
24650	Fabrication de supports de données
24660	Fabrication de produits chimiques à usage industriel
24700	Fabrication de fibres artificielles ou synthétiques
25110	Fabrication de pneumatiques
25120	Rechapage de pneumatiques
25130	Fabrication d'autres articles en caoutchouc
25210	Fabrication de plaques, feuilles, tubes et profilés en matières plastiques
25220	Fabrication d'éléments d'emballage en matières plastiques
25230	Fabrication d'éléments en matières plastiques pour la construction
25240	Fabrication d'autres articles en matières plastiques
26110	Fabrication de verre plat
26120	Façonnage et transformation du verre plat
26130	Fabrication de verre creux
26140	Fabrication de fibres de verre
26150	Fabrication et façonnage d'autres articles en verre
26211	Fabrication de poterie en terre commune
26212	Fabrication de vaisselle et d'articles de ménage en faïence ou porcelaine
26220	Fabrication d'appareils sanitaires en céramique
26230	Fabrication d'isolateurs et pièces isolantes en céramique
26240	Fabrication d'autres produits céramiques à usage technique
26250	Fabrication d'autres produits céramiques
26260	Fabrication de produits céramiques réfractaires
26300	Fabrication de carreaux en céramique
26400	Fabrication de tuiles et briques en terre cuite
26510	Fabrication de ciment
26520	Fabrication de chaux

Code Nace	Intitulé
26530	Fabrication de plâtre
26610	Fabrication d'éléments en béton pour la construction
26620	Fabrication d'éléments en plâtre pour la construction
26630	Fabrication de béton prêt à l'emploi
26640	Fabrication de mortiers et bétons secs
26650	Fabrication d'ouvrages en fibre-ciment
26660	Fabrication d'autres ouvrages en béton ou en plâtre
26700	Travail de la pierre
26810	Fabrication de produits abrasifs
26820	Fabrication de produits minéraux non métalliques n.c.a.
27101	Fabrication de fonte et d'acier brut; laminage à chaud et à froid de tôles
27102	Fabrication de tôles revêtues (CECA)
27210	Fabrication de tubes en fonte
27220	Fabrication de tubes en acier
27310	Etirage à froid
27320	Laminage à froid de feuillards
27330	Profilage à froid par formage ou pliage
27340	Tréfilage à froid
27350	Production de ferro-alliages et autres produits non CECA
27410	Production de métaux précieux
27420	Métallurgie de l'aluminium
27430	Métallurgie du plomb, du zinc ou de l'étain
27440	Métallurgie du cuivre
27450	Métallurgie des autres métaux non ferreux
27510	Fonderie de fonte
27520	Fonderie d'acier
27530	Fonderie de métaux légers
27540	Fonderie d'autres métaux non ferreux
28110	Fabrication de constructions métalliques
28120	Fabrication de charpentes et menuiseries métalliques
28210	Fabrication de réservoirs, citernes et conteneurs métalliques
28220	Fabrication de radiateurs et de chaudières pour le chauffage central
28300	Chaudronnerie
28401	Forge; estampage-matriçage
28402	Découpage, emboutissage
28403	Métallurgie des poudres
28510	Traitement et revêtement des métaux
28520	Opérations de mécanique générale
28610	Fabrication de coutellerie
28620	Fabrication d'outillage
28630	Fabrication de serrures et de ferrures

Code Nace	Intitulé
28710	Fabrication de fûts et emballages métalliques similaires
28720	Fabrication d'emballages métalliques légers
28730	Fabrication d'articles en fils métalliques
28740	Visserie et boulonnerie; fabrication de chaînes et de ressorts
28750	Fabrication d'ouvrages divers en métaux n.c.a.
29110	Fabrication de moteurs et turbines
29120	Fabrication de pompes, compresseurs et systèmes hydrauliques
29130	Fabrication d'articles de robinetterie
29140	Fabrication d'engrenages et d'organes mécaniques de transmission
29210	Fabrication de fours et brûleurs
29220	Fabrication de matériel de levage et de manutention
29230	Fabrication d'équipements aérauliques et frigorifiques industriels
29240	Fabrication d'autres machines d'usage général
29310	Fabrication de tracteurs agricoles
29321	Fabrication d'autres machines agricoles
29322	Réparation d'autres machines agricoles
29400	Fabrication de machines-outils
29510	Fabrication de machines pour la métallurgie
29520	Fabrication de machines pour l'extraction ou la construction
29530	Fabrication de machines pour l'industrie agro-alimentaire
29540	Fabrication de machines pour les industries textiles
29550	Fabrication de machines pour les industries du papier et du carton
29560	Fabrication de machines diverses d'usage spécifique
29600	Fabrication d'armes et de munitions
29710	Fabrication d'appareils électroménagers
29720	Fabrication d'appareils ménagers non électriques
30010	Fabrication de machines de bureau
30020	Fabrication d'ordinateurs et d'autres équipements informatiques
31100	Fabrication de moteurs, génératrices et transformateurs électriques
31200	Fabrication de matériel de distribution et de commande électrique
31300	Fabrication de fils et câbles isolés
31400	Fabrication d'accumulateurs et de piles électriques
31500	Fabrication de lampes et d'appareils d'éclairage
31610	Fabrication de matériels électriques pour moteurs et véhicules
31620	Fabrication de matériels électriques sauf pour moteurs et véhicules
32100	Fabrication de composants électroniques
32200	Fabrication d'appareils d'émission et de transmission

Code Nace	Intitulé
32300	Fabrication d'appareils de réception et de reproduction pour son et image
33101	Fabrication d'appareils médico-chirurgicaux
33102	Fabrication de prothèses dentaires
33103	Fabrication d'autres prothèses et articles orthopédiques
33200	Fabrication d'instruments de mesure et de contrôle
33300	Fabrication d'équipements de contrôle des processus industriels
33400	Fabrication de matériels optique et photographique
33500	Horlogerie
34100	Construction de véhicules automobiles
34200	Fabrication de carrosseries pour véhicules et remorques
34300	Fabrication d'équipements automobiles
35110	Construction et réparation de navires
35120	Construction de bateaux de plaisance
35200	Construction de matériel ferroviaire roulant
35300	Construction aéronautique et spatiale
35410	Fabrication de motocycles
35420	Fabrication de bicyclettes
35430	Fabrication de véhicules pour invalides
35500	Fabrication de matériels de transport n.c.a.
36110	Fabrication de sièges
36120	Fabrication d'autres meubles de bureau et de magasin
36130	Fabrication de meubles de cuisine
36140	Fabrication d'autres meubles
36150	Fabrication de matelas
36210	Fabrication de monnaies et médailles
36220	Bijouterie, joaillerie, orfèverie
36300	Fabrication d'instruments de musique
36400	Fabrication d'articles de sport
36500	Fabrication de jeux et jouets
36610	Bijouterie de fantaisie
36620	Industrie de la broserie
36630	Autres activités manufacturières n.c.a.
37100	Récupération de matières métalliques
37200	Récupération de matières non métalliques
40101	Production d'énergie électrique
40102	Distribution d'énergie électrique
40103	Autoproduction d'énergie électrique
40200	Production et distribution de combustibles gazeux
40300	Production et distribution de chaleur
41000	Captage, traitement et distribution d'eau
45111	Démolition d'immeubles
45112	Terrassements

Code Nace	Intitulé
45120	Forages et sondages
45211	Construction de bâtiments
45212	Construction de ponts et de tunnels
45213	Construction de canalisations à longue distance, de réseaux de
45221	Travaux de charpente
45222	Travaux d'étanchéification
45223	Réalisation de couvertures par éléments
45230	Construction voies ferrées, chaussées, pistes aviation, complexes sportifs
45240	Travaux maritimes et fluviaux
45251	Montage d'échafaudages
45252	Ravalement et entretien de façades
45253	Autres travaux spécialisés de construction
45310	Travaux d'installation électrique
45320	Travaux d'isolation
45331	Installation de gaz et eau
45332	Installation d'équipements thermiques et de climatisation
45340	Autres travaux d'installation
45410	Plâtrerie
45420	Menuiserie
45431	Pose de carrelages
45432	Pose de revêtements en marbre et autres pierres naturelles
45433	Pose de revêtements en d'autres matériaux
45441	Peinture
45442	Vitrerie
45450	Autres travaux de finition
45500	Location avec opérateur de matériel de construction
90001	Epuration des eaux usées
90002	Enlèvement et traitement des ordures ménagères
90003	Elimination et traitement des autres déchets
92111	Production de films cinématographiques
92112	Production de films pour la télévision
92113	Production d'autres films
92201	Production et diffusion de programmes de radio et de télévision
92202	Production de programmes de télévision
92203	Activités de radio