

Australie

L'environnement

Quiconque suit de près l'évolution d'Internet au plan mondial doit regarder ce qui se passe en Australie, pays en pointe dans ce secteur, ce qui est finalement assez peu connu. L'éloignement de l'Australie, sa pratique de l'anglais, la dispersion de ses habitants (le tiers de la population française sur un territoire grand comme 14 fois la France) ont favorisé le décollage spectaculaire d'Internet : un taux de connexion actuellement trois fois plus élevé qu'en France, un code pays (.au, pour Australie) qui vient en troisième position parmi les codes pays dans le monde, un volume de commerce électronique représentant aujourd'hui la moitié du volume asiatique...

Comme partout ailleurs, Internet explose en Australie, mais on trouve dans ce pays des percées originales qui méritent d'être connues car il y a de fortes chances qu'elles se généralisent sous peu dans d'autres pays : paiement des factures et opérations financières en ligne beaucoup plus répandus qu'aux Etats-Unis et largement favorisés par les banques, télé-médecine, télé-enseignement avec les premiers doctorats en ligne, commerce en ligne du vin, densité des services de proximité et notamment des cyber-cafés (100 en Australie, 500 aux Etats-Unis, 100 en France,...), télé-travail, applications agricoles, etc...

Les services publics australiens, au niveau fédéral, et au niveau des Etats, sont eux aussi à la pointe du service et de la diffusion d'informations sur Internet. Un site portail baptisé "government entry point" permet d'accéder aux sites de l'ensemble des Ministères du pays. Les sites sont très détaillés, riches en informations thématiques, régaliennes, d'actualités législatives, réglementaires et politiques. L'Etat du Victoria (Melbourne) a eu le privilège d'avoir, au début des années 90, l'un des premiers "Ministre du Multimédia" au monde.

Chaque Etat et Territoire a des équipes travaillant sur le sujet, sous l'angle de l'aide au développement d'activités liées aux NTIC et sous celui de l'attraction des investissements étrangers sur leur territoire. Aux côtés d'administrations elles aussi dotées de sites performants, (citons à titre d'exemple les sites du service des douanes australiennes, du

Ministère de l'Immigration, ou encore celui du Ministère des affaires étrangères), les services fiscaux et sociaux offrent deux exemples d'administration utilisant le Web et ses possibilités pour offrir à la fois information et services en ligne. Dans les deux cas, simulation pour le calcul des impôts ou des allocations, composition et traitement des dossiers en ligne, conseils par e-mail, informations sur l'état d'avancement d'un dossier et réseaux de liens très performants sont offerts. L'Australian Taxation Office (ATO) et Centrelink (sécurité sociale) utilisent aussi Internet à des fins de simplification et d'allègement des procédures administratives en permettant de faire entièrement certaines formalités en ligne. Ainsi, une entreprise pourra demander et obtenir l'équivalent d'un numéro de SIREN/SIRET ou une immatriculation pour l'Australian Taxation Office (ATO) depuis son siège.

Les conseils du PEE

Les spécificités d'un site australien efficace : Il faut savoir susciter la confiance. Des précautions sont à prendre pour appréhender le marché australien et gagner la confiance de ses consommateurs. Elles touchent à la présentation précise de l'entreprise, à l'indication de ses références, à la présence de témoignages de clients, à la sécurité du paiement (préciser clairement sur un lien optionnel le principe de paiement sécurisé)... Les malls virtuels sont très développés en Australie, mais il ne s'agit pas systématiquement de la meilleure solution pour une entreprise désireuse de vendre sur le net en Australie.

Le nom de domaine doit être de préférence en ".com.au", et à enregistrer de préférence auprès du Netregistry de Melbourne. Une solution logicielle de commerce électronique modeste suffit pour vendre en ligne jusqu'à une centaine d'articles, mais le serveur doit posséder un bon niveau de sécurité. Il faut également garder à l'esprit que le ".com.au" est attractif pour tout le marché asiatique qui achète beaucoup sur ce domaine. Il faut prévoir entre 6 000 et 8 000 dollars pour la conception et la promotion d'un site par un concepteur local. Il est, par ailleurs, possible d'avoir une présence efficace sur le web pour moins de 10 000 AUD par an. Pour réaliser des transactions sur un serveur sécurisé, il faut compter 700-800 AUD par an, tandis que le coût d'une "shopping card" est inférieure à 1 000 AUD.

Un système de paiement sécurisé en temps réel coûte 750 à 1 500 dollars par an pour l'accès, auxquels s'ajoutent 1 à 2% prélevés

lors de chaque transaction. Certains portails sont incontournables pour assurer la promotion d'un site, mais la presse spécialisée et quotidienne doit être une cible à privilégier pour promouvoir un site de commerce électronique en Australie. En matière de logistique, la priorité est donnée aux livraisons sous 48 heures, qui restent bien souvent un objectif ambitieux. Dans les faits, la livraison prend plutôt deux à trois jours. L'offre des transporteurs est encore peu adaptée à la livraison des particuliers. La situation la plus satisfaisante pour livrer sur le territoire australien consiste, bien sûr, à disposer d'une implantation, d'un distributeur ou d'un réseau de distribution avec stocks de marchandises sur place.

CHIFFRES CLÉS

D'après une récente étude de Roy Morgan Research, 48% de la population s'est déjà connectée à l'Internet. Le taux de connexion est trois fois plus élevé en Australie qu'en France.

- Quatrième rang mondial pour la connexion à l'Internet avec 5,5 millions de personnes connectées. 4,5 millions d'utilisateurs réguliers (au moins une fois par semaine) et 6,8 millions d'utilisateurs occasionnels, fin 1999, pour 19 millions d'habitants (source Computer Industry Almanach).

- Plus d'une centaine de cybercafés.
- 47% des foyers possèdent un PC, soit un des taux les plus élevés au monde.
- 8% des foyers connectés à l'Internet -soit 3 millions de personnes- envisagent d'effectuer des dépenses en ligne dans les six prochains mois.

La publicité en ligne

- 9 millions d'AUD en 1998, 300 millions AUD prévus en 2001 (source ABS).
- Prix moyen du CPM : entre 45 et 50 AUD.
- 867 fournisseurs d'accès à la fin de 1999 (140 en France).
- Le commerce électronique B to C a représenté un chiffre d'affaires de 920 millions d'AUD en 1999. 650 000 personnes ont acheté en ligne en 1999. 10,9 milliards d'AUD prévus en 2002 (consult.com).
- Le commerce électronique B to B a représenté un chiffre d'affaires de 3,6 milliards d'AUD en 1999 (Gartner group). En 2003, il devrait être de 44,8 milliards d'AUD.

Les caractéristiques du B to B australien

- 83% des entreprises sont connectées à l'Internet.
- L'espace internet ".au" est le troisième code espace le plus utilisé au monde, tiré par les entreprises qui déposent généralement leur nom en ".com.au".
- 48% d'entre elles ont un site web.
- 54% des entreprises ayant un site web l'utilisent pour recevoir des commandes (source : CCI de l'Etat du Victoria).
- 12% des petites entreprises et 18% des entreprises moyennes ont mis en place un système de vente en ligne. 270 000 entreprises utilisaient l'Internet à des fins commerciales en février 2000.
- 34% des entreprises ont une personne ressources sur l'e-commerce ou la technologie Internet. En revanche, seulement 7% des PME disent avoir déjà réglé un achat en ligne.

Projet en cours d'Australian Automotive Network Exchange, destiné à doter l'industrie automobile d'un réseau commun de commandes et d'échange en ligne.

Les secteurs porteurs du commerce électronique B to C

Le tourisme : 10% des dépenses en ligne y sont liées (Source ABS), soit 84 millions d'AUD en 1999. La société Travel.com.au réalise 95% de son CA (102 M AUD prévus en 2000) sur Internet.

Le courtage en ligne est très répandu. Les deux principaux acteurs du trading sont Comsec (50% du marché, plus de 100 000 clients) et E-trade Australia (31,5% du marché).

La vente de vin en ligne est particulièrement développée: les ventes de vin ont représenté 1,1 M AUD en décembre 1999 (Source Internet wine retailer). Le leader Wineplanet a réalisé un CA de 1,4 M AUD au dernier trimestre 1999.

Très nombreuses épiceries en ligne : greengrocer.com.au, mygrocer.com.au, shopfast.com.au, olesonline.com.au, butchershop.com.au...
Le leader de la distribution australienne, Coles

Myers, réalise 4% de son chiffre d'affaires en ligne et va investir 800 millions AUD cette année dans le développement d'un réseau de magasins virtuels.

Les grandes agences immobilières ont un site Internet. domain.com.au propose 16 000 propriétés à la vente, à l'achat ou à la location.

La musique en ligne : 15,4 millions d'AUD de CA en 1999, 95 millions prévus en 2002. Les prix sont 30% inférieurs à ceux des magasins, car l'envoi de plis personnels par la Poste dispense du paiement des droits et taxes.

Noël 1999 a constitué un test concluant pour le e-commerce (source consult.com) : 550 000 Australiens ont acheté en ligne, soit une hausse de 350% par rapport à Noël 1998. 61% des achats concernaient des sites australiens, contre 43% en août 1999.

Les stratégies de "cercles" coopératifs se développent entre sites de e-commerce, à l'image du "web ring" formé par dstore.com.au, greengrocer.com.au, travel.com.au, wineplanet.com.au, wishlist.com.au.

Le cadre légal

Dépôt du nom de domaine

(www.ina.com.au) : l'entreprise doit démontrer qu'elle possède les droits du nom commercial ou doit être enregistrée par une autorité gouvernementale ou industrielle. Pour une société étrangère, l'identification à l'ARBN (Australian registered business number) ainsi que la reconnaissance de l'Australian securities commission est un prérequis. Les noms de domaine sont enregistrés par l'achat d'une licence de deux ans.

Législation du commerce électronique

En matière de commerce électronique, le principe consiste à traiter l'environnement électronique de la même manière que l'environnement "non électronique". La législation pour valider les signatures digitales et les transactions électroniques -electronic transaction bill- a été récemment votée par le Parlement fédéral. Cette loi confère aux signatures digitales la même valeur que les signatures "papier". C'est l'autorité de régulation de l'audiovisuel (Australian broadcasting authority) qui est chargé depuis cette année de veiller aux contenus de l'Internet. Le conseil national consultatif pour le consommateur a posé, fin 99, douze principes pour la protection du consommateur en matière de commerce électronique.

Les formalités douanières

L'ampleur des mesures quaranténaires et phytosanitaires est considérable et conduit à une large prohibition des importations de plantes vivantes ou mortes, d'animaux, de viandes, de produits carnés, laitiers ou frais. Une exemption de droits de douane et de Sales tax s'applique pour les produits d'une valeur inférieure à 1 000 AUD arrivant par voie postale, à condition que ces droits, s'ils étaient appliqués, n'excèdent pas 50 AUD.

Dépenses personnelles en ligne en Australie en millions de dollars

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	% +
Logiciels	3	15	42	76	129	236	438	125
Équipements divers	2	8	21	38	64	118	219	125
Abonnements	11	45	110	190	322	590	1096	115
Livres	4	17	45	84	142	259	438	125
CD, Musique/Vidéo	1	6	21	46	77	142	263	171
Courtage	-	3	17	30	51	94	175	80
Voyages/Loisirs	7	31	84	152	257	472	877	125
Autres	6	29	80	145	245	448	833	125
TOTAL	33	155	422	762	1 287	2 359	4 384	125

[Source : IDC]

Les produits les plus vendus à l'heure actuelle sur Internet sont des produits informatiques ou des dérivés : micro-ordinateurs et logiciels, mais aussi équipement complémentaire (modems, outils graphiques...). D'autres produits se vendent bien : les vêtements, les réservations de vacances...

FICHE E-EXPORT

Ces fiches sont réalisées conjointement par les Postes d'Expansion Economique, le Centre Français du Commerce Extérieur et par l'équipe de E-Business.



Centre Français
du Commerce Extérieur

Contact CFCE Paris

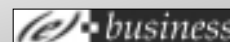
Mme Caroline Laporte
Mail : caroline.laporte@cfce.fr
Site : www.cfce.fr

.....

Contact PEE Australie :

M. Gael Hamon
35th floor, St Martins Tower, 31 Market Street 2000
Tel. : (61 2) 92 64 27 11 Fax : (61 2) 92 64 59 88
Mail : gael.hamon@dree.org
Site : www.dree.org/australie

.....



E-Business Lyon

63, rue de la République 69002 Lyon
Tél. : 04 78 92 40 60

E-Business Paris

19, boulevard de Sébastopol 75001 Paris
Tél. : 01 42 33 61 85 Fax : 01 42 33 61 88
Mail : al@ebusiness.org

TOP 5 DES SITES

Les meilleurs sites australiens*

www.ninems.com.au (portail)
www.looksmart.com.au (portail)
www.bigpond.com.au (portail)
www.whitepages.com.au (annuaire)
www.anzwers.com.au (moteur de recherche)

Mais aussi www.yahoo.com.au,
www.altavista.com.au, www.ozemail.com.au,
www.webwombat.com.au, www.aussie.com.au....

Les meilleurs commerçants*

www.gofish.com.au (enchères)
www.tradingpost.com.au (petites annonces)
www.sold.com.au (enchères)
www.start.com.au (vente de services)
www.travel.com.au (voyages)

* (source IMR worldwide)

SITES DE RÉFÉRENCE*

Le Gouvernement

The National Office for Information
www.noie.gov.au
Australian Customs
www.customs.gov.au

Le gouvernement et les NTIC

Australian Electronic Business network
www.aebn.org.au/
Office of Government Information Technology (OGIT)
www.ogit.gov.au/

Les associations professionnelles

Australian Information Industry Association (AIIA)
www.aiaa.com.au
Australian Public Access Network Association
www.apana.org.au

* Nous vous invitons à consulter la liste détaillée des sites de références du commerce électronique australien sur notre site : www.ebusiness-europe.com