

L'environnement

L'année 1999 peut être considérée comme celle du "décollage" d'Internet et du commerce électronique en Italie. Cinq millions d'Italiens surfent actuellement sur le Web contre 2,1 millions en 1998, soit une croissance de 138% en un an. La valeur totale des transactions effectuées en Italie sur les sites de commerce électronique, à la fois italiens et étrangers, est estimée à 300 milliards de lires (155 millions d'euros) et on prévoit une croissance de 184% pour l'an 2000.

Toutefois, les indicateurs mettent en évidence le retard de la péninsule, de 1 ans en moyenne selon les experts, à l'égard des autres pays européens. En effet, la conception d'Internet comme environnement commercial, nouveau canal de distribution, n'est pas encore totalement ancré dans la culture des entreprises italiennes. Pour l'heure, seul 44% des entreprises italiennes ont accès à Internet.

On estime ainsi qu'à la fin 1998, la diffusion d'Internet dans le secteur des finances s'est élevée à 30%, alors que tous les autres secteurs ont enregistré un taux de pénétration compris entre 8% et 10%, à l'exception du commerce qui enregistre un taux d'environ 3%.

Le taux de pénétration augmente considérablement en fonction de la taille de l'entreprise. Seul 5,5% des entreprises ayant moins de 10 salariés sont connectées à Internet, or le marché italien est constitué pour l'essentiel de ces petites entreprises, qui représentent 77,2% du total des entreprises italiennes. Ces pionnières de l'Internet cherchent ainsi à augmenter leur chiffre d'affaires à l'étranger.

Les conseils du PEE

Malgré la tendance des sociétés italiennes à se servir d'Internet comme vitrine (en 2003 les sites d'information devraient dépasser les 460 000 sites), les sites en mesure de proposer de vrais services de commerce électronique, aujourd'hui moins de 700, ne seront pas plus de 5 à 6000 en 2003.

L'offre italienne ne sera pas en mesure de satisfaire une demande potentielle de plus de 24 000 milliards de lires (12,3 milliards d'euros), favorisant ainsi la concurrence internationale. Le retard italien dans la mise en place de sites de commerce électronique est très important car il influence directement la balance commerciale italienne. En effet, si les entre-

prises ne développent pas rapidement leur propre site de commerce en ligne, d'une part elles verront leurs exportations diminuer, d'autre part leurs parts de marché national seront progressivement prises par les entreprises étrangères qui auront su être plus rapide dans l'offre par internet de leurs produits et services.

L'Italie présente donc de grandes opportunités d'affaires qui ne demandent qu'à être saisies en raison du retard constaté par rapport à ses voisins européens.

CHIFFRES CLÉS

- Nombre d'internautes : 5 millions (plus 138% en un an)
- Répartition par sexe et âge : 29% de femme, 27% moins de 24 ans, 37% 25-34 ans, 24% 35-44 ans.
- Nombre d'entreprises disposant d'un site Internet : 165 000.
- Nombre d'ordinateurs : 5 millions de familles avec un PC (plus 16,2%).
- Nombre de site de commerce électronique : 921 en mai 1999, dont 515 liés au tourisme. 49% de ces sites acceptent le paiement en ligne. Seulement 7% des Italiens ont une carte de crédit.
- 70% des sites s'adressent exclusivement au marché italien.
- CA du commerce en ligne : 300 milliards de lires (155 millions d'euros).
- Prévisions 2003, en milliards d'euros : Italie : 16,7; France : 26,4; Allemagne : 58,3.
- CA de la publicité en ligne : 30 milliards de lires.

Le cadre légal

Le gouvernement italien a décidé de promouvoir le développement du commerce électronique et a envisagé une série d'actions, pour ce faire, dans un décret daté du 31 mars 1998.

Les noms de domaine en .it sont protégés par la loi sur la protection intellectuelle. Le gouvernement envisage de créer une commission d'arbitrage pour pallier les lenteurs de la justice en matière de noms de domaine.

Pas de limitations particulières en terme de cryptologie. Des autorités de certification privées ont été instituées par un décret de 1998, qui reconnaît la signature électronique sous certaines conditions. En matière de taxation des produits vendus en ligne, c'est le droit commercial commun qui s'applique.

Politique en matière de e-commerce :
www.minindustria.it/Osservatorio/documenti.html

Organismes spécialisés :

Aicel (association italiana commercio elettronico) : www.aicel.org
Commercenet Italy : www.commercenet.it
Osservatorio SDA Baccon i : www.sda.uni-bocconi.it
Assintel Iniziative : ai@assintel.it
Les salons : www.smau.it

Box Office :

Les 5 principaux portails
Yahoo italia : www.yahoo.it
Arianna : www.arianna.it
Virgilio : www.virgilio.it
Il Trovatore : www.iltrovatore.it
Shinyseek : www.shinyseek.it

Les 5 principaux marchands

Cybermercato : www.cybermercato.it (informatique)
Best of Italy : www.bestof.it (cadeaux, vins)
Sit com : [vinoplease.it](http://www.vinoplease.it) (vins)
Centro HL : www.centrohl.it (informatique)
Internet bookshop : www.internetbookshop.it (livres)



Benjamin Seguillon,
responsable export d'Aquarelle,
site de vente de fleurs en ligne :
www.aquarelle.com

»» Attention à la logistique !

"La logistique est certainement le point faible de l'Italie en matière de commerce électronique. Les sociétés de livraison ne sont pas très bonnes. Il y a des délais importants qui obligent à stocker. Le problème est particulièrement aigu pour les produits frais. Nous avons fait des tests avec TNT et SDA et, dans le Sud de l'Italie, le taux de perte atteint 3%. Pour ces raisons, nous avons décidé de ne pas descendre en deça de Rome. Le faible équipement de la population en carte de crédit ne nous pose pas trop de problème, car la catégorie que nous visons est plutôt bien équipée. Contrairement à d'autres pays européens, nous avons décidé de ne pas nous implanter en direct, mais par le biais d'un partenaire licencié. Il est assez difficile de trouver un partenaire, car la vente au noir est une telle institution que les entreprises ne sont pas toujours d'accord pour accepter le paiement exclusivement par carte de crédit."

Commerce en ligne en Italie : la part des marchands étrangers

	Marché italien	Marchands italiens	Marchands étrangers
1998	297	93	204
1999	852	364	488
2000	1895	1279	716
2001	4542	2688	1854
2002	11027	5168	5859
2003	32618	8480	24138

Source : DataBank Consulting, 1999.
Chiffres en milliards de lire (X 0,0005165 pour obtenir la somme en euros)

Sites italiens de commerce électronique. Répartition sectorielle.

Tourisme	515	Musique	21
Informatique	50	Services	19
Mode	43	Auto /moto	16
Alimentaire	38	Fleurs / cadeaux	14
Livre / revues	37	Sport	12
Divers	36	Animaux	3
Finance	35	Portails	3
Maison / art	34	Beauté santé	2
Amusement	27		
Electronique	26	Total :	931

(source : SDA Bocconi, 1999)

Motivations d'achat des Italiens.

Achats plus pratiques	36%
Choix plus important	35%
Meilleur service	13%
Prix plus bas	13%
Autre	3%

(source : SDA Bocconi, 1999)

Achats effectués par les Italiens en ligne.

Produits informatiques	41%
Publications	29%
CD Musicaux	18%
Voyages et loisirs	9%

(source : SDA Bocconi, 1999)

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.



Contact CFCE Paris

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

Contact PEE Italie :

Mme Thérèse de Alba,
PEE de Milan
Tel : 39 02 48 54 73 20
Fax : 39 02 48 12 774
Mail : therese.dealba@dree.org
Site : www.dree.org/italie

