

BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine

Réalisé par Médiamétrie

Première édition - 4^e trimestre 2011

Un nouvel outil :

- **Initié par la chaire Économie numérique** de l'Université Paris-Dauphine
- **Réalisé avec Médiamétrie**
- **Chaque trimestre**
- **Consacré à l'économie numérique sous toutes ses formes** : Internet, télécommunications, information et médias, contenus et services numériques, e-commerce, m-commerce...
- Permettant de **suivre l'évolution des équipements**, des **consommations** et des **usages** numériques des Français

Au travers de **trois volets** :

I. Les **Grands indicateurs numériques**

II. Les **Questions barométriques**

III. Les **Questions d'actualité**

I. Grands indicateurs numériques

1. Équipement des foyers
2. Usages Internet par individu
3. Usages mobile par individu

1. Équipement des foyers

1. Équipement des foyers

Foyers équipés micro-ordinateurs

Ensemble des foyers équipés d'au moins un ordinateur

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
20 162 000	73,9 %	+ 1 %

Fin 2011, près de 3 foyers sur 4 sont équipés d'un ordinateur au moins.

1. Équipement des foyers

Foyers accédant Internet

Ensemble des foyers possédant un accès à Internet à domicile, quel que soit le moyen de connexion (micro-ordinateur, téléphone mobile ou autre)

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
19 896 000	72,9 %	+ 1,8 %

Fin 2011, près de 3 foyers sur 4 également sont équipés d'un accès à Internet à leur domicile : la quasi-totalité des foyers équipés en micro-ordinateur sont connectés à Internet.

1. Équipement des foyers

Foyers accédant Internet haut débit

Ensemble des foyers ayant accès à Internet via l'un des moyens suivants : accès ADSL, accès câble, accès fibre optique

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
18 526 000	67,9%	+ 1,2 %

93 % des foyers accédant à Internet sont connectés en haut débit.

1. Équipement des foyers

Foyers équipés TV connectée

Ensemble des foyers équipés d'un téléviseur leur permettant grâce à la télécommande d'accéder directement à des services Internet sur leur téléviseur

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
2 073 000	7,6 %	+ 31 %

Durant le dernier trimestre 2011, 491 000 foyers se sont équipés d'une télévision qui leur permet d'accéder à des services Internet grâce à leur télécommande, soit une hausse de 31 % en un trimestre.

2. Usages Internet par individu

2. Usages Internet par individu

Nombre d'internautes (dernier mois)

Individus s'étant connectés à Internet au cours du dernier mois

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
39 878 000	74 %	+ 1,3 %

Près des trois quarts des Français de 11 ans et + se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit plus de 39 millions d'individus.

Le nombre d'internautes continue de progresser, avec 500 000 internautes supplémentaires par rapport au 3^e trimestre 2011.

2. Usages Internet par individu

Achat en ligne (dernier mois)

Ensemble des acheteurs en ligne affirmant avoir effectué un achat sur Internet au cours du dernier mois

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
18 666 000	34,6 %	+ 11,3 %

Les pratiques d'achat en ligne sont devenues courantes sur la toile : elles concernent plus d'un tiers des Français et continuent de se développer rapidement. On constate une hausse de 11,3 % des achats en ligne entre le 3^e et le 4^e trimestre 2011, soit près de 2 millions de personnes en un trimestre.

2. Usages Internet par individu

Banque en ligne (dernier mois)

Ensemble des internautes de 16 ans ou + affirmant avoir utilisé le service de banque à domicile de leur banque sur Internet au cours du dernier mois

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
20 923 000	38,8 %	- 2 %

Les pratiques de banque en ligne concernent également plus d'un tiers des Français. Mais si le e-commerce progresse au dernier trimestre 2011, la banque en ligne marque le pas.

2. Usages Internet par individu

Inscrit au moins à un site communautaire

Ensemble des internautes (dernier mois) déclarant être inscrits sur au moins un site communautaire du type Facebook, Myspace, Youtube, Viadéo...

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
25 920 000	48,1 %	- 1 %

La moitié des internautes de 11 ans et + sont inscrits sur un site communautaire fin 2011. On note cependant une légère baisse entre le 3^e et le dernier trimestre de l'année. Erosion, stabilité après plusieurs trimestres de forte croissance ? A suivre d'ici fin 2012.

3. Usages mobile par individu

3. Usages mobile par individu

Nombre d'utilisateurs principaux téléphone mobile

Ensemble des individus affirmant être l'utilisateur principal (la personne du foyer l'utilisant le plus souvent) d'au moins un téléphone mobile du foyer

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
44 460 000	82,5 %	+ 0,4 %

Plus de 8 Français sur 10 sont équipés d'un téléphone mobile.

3. Usages mobile par individu

Nombre d'équipés smartphone

Ensemble des individus affirmant être l'utilisateur principal d'un téléphone mobile disposant d'un système d'exploitation (OS)

Troisième trimestre 2011	
17 004 000	40 %

40 % des téléphones mobiles des Français sont des smartphones.

3. Usages mobile par individu

Nombre de mobinautes (dernier mois)

Ensemble des individus déclarant avoir consulté au moins un service mobile ou ayant utilisé une des fonctions suivantes sur leur téléphone mobile au cours du dernier mois : email (consultation ou envoi), messagerie instantanée, télévision, téléchargement via un site...

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
19 019 000	42,8 %	+ 4,1 %

Parmi les Français équipés d'un mobile, 43 %, soit plus de 19 millions d'individus, se sont connectés à l'Internet mobile au cours du dernier mois. Une pratique qui gagne encore 4 % en 3 mois.

3. Usages mobile par individu

Envoi/consultation d'email sur mobile (dernier mois)

Ensemble des individus déclarant avoir envoyé ou consulté des emails sur leur mobile au cours des 30 derniers jours

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
14 084 000	31,7 %	+ 2,7 %

Près d'un tiers des équipés mobile a envoyé ou consulté un email au cours du dernier mois de l'année 2011.

3. Usages mobile par individu

Achat sur mobile

Ensemble des individus déclarant avoir déjà effectué un achat depuis un téléphone mobile

Fin 2011		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
4 538 000	10,2 %	+ 2,8 %

Au 3^e trimestre 2011, plus d'un quart des équipés smartphone (25,9 %) avait déjà effectué un achat depuis leur mobile.

Ils sont 124 000 de plus au dernier trimestre 2011 à avoir déjà acheté en ligne sur leur mobile : le m-commerce est une réalité.

II. Questions barométriques

1. Vous, personnellement, combien payez-vous votre forfait mobile (hors dépassement) ?
2. Quelles sont les principales raisons qui pousseraient votre foyer à changer de fournisseur d'accès à Internet ?
3. Savez-vous qu'il est possible d'acheter depuis votre mobile sur Internet des produits et des services ?

1. Vous, personnellement,
combien payez-vous votre
forfait mobile (hors dépassement) ?

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

Moins de 10 €	7,4 %
De 11 à 20 €	25,2 %
De 21 à 30 €	25,9 %
De 31 à 50 €	21,4 %
De 51 à 80 €	6,5%
Plus de 80 €	< 1 %
Je n'ai pas de forfait mobile	6,8 %
Je ne sais pas car il est compris dans un autre abonnement	2,8 %
Je ne sais pas, je n'en connais pas le montant	< 1 %
Je n'ai pas de mobile en ce moment	2,7 %

La quasi-totalité des Français ont une idée précise de leur forfait mobile : moins de 3 % ne connaît pas le montant de son forfait parce qu'il est compris dans un autre abonnement.

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

Près de $\frac{3}{4}$ des internautes déclarent payer leur forfait mobile entre 11 € et 50 € par mois, avec quelques disparités entre profils, qui restent cependant assez faibles.

	TOTAL	AGE			CSP		
		15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Moins de 10 €	7,4 %	7,5 %	7,4 %	7,2 %	6,8 %	8,3 %	7 %
De 11 à 20 €	25,2 %	24,5 %	20,5 %	30,1 %	20,1 %	21,5 %	33,7 %
De 21 à 30 €	25,9 %	32,2 %	24,1 %	20,2 %	24,1 %	26,1 %	27,4 %
De 31 à 50 €	21,4 %	23,5 %	24,1 %	16,5 %	27 %	22,9 %	14,4 %
De 51 à 80 €	6,5%	5,2 %	8 %	6,7 %	8,7 %	6,4 %	4,6 %
Pas de forfait mobile	2,7 %	4 %	7,6 %	9,1 %	4,7 %	7,8 %	7,8 %

Les 50 ans et +, ainsi que les inactifs, dépensent moins que l'ensemble des Français : une majorité paie son forfait mobile entre 11 € et 20 €.

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

	SEXE		AGE		
	Homme	Femme	15-34	35-49	50 et +
Moins de 10 €	8,3 %	6,4 %	7,5 %	7,4 %	7,2 %
De 11 à 20 €	23,1 %	27,3 %	24,5 %	20,5 %	30,1 %
De 21 à 30 €	21,6 %	30,4 %	32,2 %	24,1 %	20,2 %
De 31 à 50 €	22,2 %	20,5 %	23,5 %	24,1 %	16,5 %
De 51 à 80 €	8,7 %	4,3 %	5,2 %	8 %	6,7 %
Pas de forfait mobile	6,8 %	6,7 %	4 %	7,6 %	9,1 %

Les femmes et les 15-34 ans paient légèrement plus cher leur forfait : entre 21 € et 30 € pour la majorité.

Cette photographie a été réalisée 3 jours avant l'annonce de la nouvelle offre de Free et la réaction de ses concurrents. Elle servira donc de repère pour mesurer l'évolution de la dépense en forfait mobile des Français au cours des prochains trimestres.

2. Quelles sont les principales raisons qui pousseraient votre foyer à changer de fournisseur d'accès à Internet ?

2. Quelles raisons pousseraient votre foyer à changer de FAI ?

Le prix de l'abonnement	85 %
La qualité de la connexion (fiabilité, disponibilité)	36,7 %
Le débit (rapidité, puissance) de la connexion	33,4 %
L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film...)	30,1 %
Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur...)	22,7 %
L'assistance, le service client	22,5 %
Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur	12,7 %

Concernant leur fournisseur d'accès à Internet, les personnes interrogées témoignent d'une forte sensibilité au prix, offrant ainsi l'opportunité à des FAI moins chers de s'imposer.

Est-ce un effet de la crise ? De la hausse des autres postes de dépense (logement, énergie...) ?

2. Quelles raisons pousseraient votre foyer à changer de FAI ?

	AGE		
	15-34	35-49	50 et +
Le prix de l'abonnement	86,6 %	88,7 %	79,8 %
La qualité de la connexion	41,3 %	33,4 %	34,2 %
Le débit (rapidité, puissance) de la connexion	39 %	31,5 %	28,9 %
L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film...)	38,7 %	29,2 %	21 %
Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur...)	26,3 %	21,3 %	20,1 %
L'assistance, le service client	21,9 %	19 %	26,5 %
Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur	16,6 %	9,6 %	11 %

Les 15-34 ans, plus technophiles et aux usages plus développés (vidéo, audio...) que les autres cibles, accordent plus d'intérêt que l'ensemble à la connexion (qualité et débit), aux services proposés par le fournisseur (services exclusifs et accès de services) et aux fonctionnalités du matériel fourni : les jeunes en veulent le maximum pour le minimum.

De ce point de vue, ils apparaissent comme la cible potentiellement la moins fidèle à leur FAI.

2. Quelles raisons pousseraient votre foyer à changer de FAI ?

	AGE		
	15-34	35-49	50 et +
Le prix de l'abonnement	86,6 %	88,7 %	79,8 %
La qualité de la connexion	41,3 %	33,4 %	34,2 %
Le débit (rapidité, puissance) de la connexion	39 %	31,5 %	28,9 %
L'assistance, le service client	21,9 %	19 %	26,5 %
L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film...)	38,7 %	29,2 %	21 %
Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur...)	26,3 %	21,3 %	20,1 %
Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur	16,6 %	9,6 %	11 %

Les 50 ans et + sont davantage sensibles à l'assistance et au service client.

3. Savez-vous qu'il est possible d'acheter depuis votre mobile, sur Internet, des produits et services ?

3. Savez-vous qu'il est possible de faire des achats sur Internet depuis votre mobile ?

	TOTAL	SEXE		AGE			CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
OUI	86 %	89,7 %	82 %	87,3 %	83,6 %	86,1 %	88,9 %	86 %	82,9 %
NON	14,2 %	10,3 %	18,3 %	12,7 %	16,4 %	14 %	11,1 %	14,3 %	17,1 %

La possibilité de faire des achats sur Internet directement depuis son mobile est très bien connue par les internautes âgés de 15 ans et +.

Seuls les femmes et les inactifs sont moins nombreux en proportion à connaître cette possibilité.

On voit un fort potentiel de développement du m-commerce si l'on rapproche la notoriété du m-commerce avec les chiffres des acheteurs sur mobile : plus d'un quart des équipés smartphone fin 2011.

III. Questions d'actualité

1. Parmi les noms de marques suivants, quel est selon vous le 4^e opérateur qui vient de se lancer dans la téléphonie mobile ?
2. Avez-vous déjà revendu sur Internet un ou des cadeaux que vous avez reçus à Noël ?

1. Parmi les noms de marques suivants, quel est selon vous le 4^e opérateur qui vient de se lancer dans la téléphonie mobile ?

1. Quel est selon vous le 4^e opérateur qui vient de se lancer dans la téléphonie mobile ?

Orange	Non significatif
SFR	1,9 %
Free	85,9 %
Darty	2,1 %
Bouygues Telecom	Non significatif
Virgin	Non significatif
NRJ	Non significatif
M6	Non significatif
Autre	Non significatif
Ne sais pas	5,7 %

Seulement 3 jours après son annonce officielle, déjà 86 % des internautes sont au courant du lancement de Free en tant que nouvel opérateur de téléphonie mobile.

1. Quel est selon vous le 4^e opérateur qui vient de se lancer dans la téléphonie mobile ?

	SEXE		AGE			CSP		
	H	F	15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Free	91,6 %	80%	87 %	87,5 %	83,3 %	91,4 %	85,2 %	81,3 %
Darty	NS*	3,6 %	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Ne sais pas	NS	9 %	NS	5,3 %	8,6 %	NS	7,2 %	8,5 %

* NS : Non significatif = < 1 %

Les hommes et les CSP+ sont particulièrement bien informés.

A noter, seules quelques femmes interrogées déclarent ne pas connaître le nom du nouvel opérateur.

Au global, Free possède une très forte notoriété, à suivre pour voir si et comment elle se traduit dans le montant du forfait mobile, suivi dans la question barométrique : « Vous, personnellement, combien payez vous votre forfait mobile (hors dépassement) ? »

2. Avez-vous déjà revendu sur Internet un ou des cadeaux que vous avez reçus à Noël ?

2. Avez-vous déjà revendu des cadeaux de Noël sur Internet ?

Oui, je l'ai fait et je me suis racheté autre chose	4,6 %
Oui, et j'ai gardé l'argent	4,8 %
Non, mais je n'exclus pas de le faire un jour	47,4 %
Non, et je ne le ferai jamais	43,2 %

On en entend beaucoup parler. C'est un marronnier dans la presse.
Qu'en est-il en réalité ?

Plus de 90 % des internautes n'ont jamais revendu sur Internet un ou des cadeaux qu'ils avaient reçus à Noël même si, parmi eux, une majorité n'exclut pas de le faire.

La crise, le changement des mentalités, la technologie favoriseront-elles cette pratique ?

4 internautes sur 10 se disent aujourd'hui définitivement réticents.

2. Avez-vous déjà revendu des cadeaux de Noël sur Internet ?

	AGE			Région	
	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province
Oui, je l'ai fait et je me suis racheté autre chose	6,3 %	6,2 %	NS*	NS	4,5 %
Oui, et j'ai gardé l'argent	6,9 %	5,4 %	NS	NS	5,2 %
Non, mais je n'exclus pas de le faire un jour	50,9 %	50,2 %	41 %	46,9 %	47,6 %
Non, et je ne le ferai jamais	35,8 %	38,2 %	56,1 %	45,2 %	42,8 %

* NS : Non significatif = < 1 %

Pour ceux qui le font, il s'agit aussi bien de satisfaire une envie immédiate (je rachète) que de mettre du liquide dans son porte-monnaie, en particulier chez les plus jeunes et en région.

Il est également à noter que les 50 ans et + déclarent n'avoir jamais revendu de cadeaux de Noël sur Internet : ils apparaissent comme les plus réticents devant cette pratique.

Méthodologie

I. Grands indicateurs numériques

Méthodologie

Résultats issus de **3 études de référence** de Médiamétrie :

1. Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk
T4 et T3 2011
2. Observatoire des usages Internet
T4 et T3 2011
3. Mobile Consumer Insight-Téléphonie et Services Mobiles
T4 et T3 2011

Méthodologie

1. Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk T4 et T3 2011

- **22 000 foyers interrogés par an**
- en face à face
- et via un système CAPI (Computer Assisted Personal Interview)
- recensement rapproché des ventes réelles issues des panels distributeurs du groupe GFK

Méthodologie

2. Observatoire des usages Internet T4 et T3 2011

- enquête téléphonique dédiée
- réalisée **chaque mois**
- auprès de **1 000 individus** âgés de 11 ans et +
- dont 15 % d'exclusifs mobile

- population de référence établie à partir des données INSEE
- dispersion optimale des interviews sur l'ensemble du territoire
- représentativité assurée en amont et contrôlée en aval

Méthodologie

3. Mobile Consumer Insight-Téléphonie et Services Mobile T4 et T3 2011

Téléphonie et Services Mobiles

- enquête réalisée **chaque trimestre**
- auprès d'un échantillon de **3 000 individus** de 11 ans et +
- représentatif de la population française
- interrogé par téléphone fixe ou mobile

Mobile Consumer Insight

- méthodologie alliant téléphone et internet
- **12 000 interviews chaque trimestre**

II. Questions barométriques

III. Questions d'actualité

Méthodologie

Les résultats des **Questions barométriques** et des **Questions d'actualité** sont issus de MédiaFit, l'enquête Omnibus exclusive Médiamétrie :

- enquête réalisée par Internet
- auprès de **1051 internautes** de 15 ans et +
- entre le 13 janvier 2011 et le 18 janvier 2011

Chaire Économie Numérique

Fondation Dauphine

Place du Maréchal de Lattre de Tassigny

75775 PARIS Cedex 16

<http://www.fondation.dauphine.fr/nos-chaire/chaire-Économie-numerique/chaire/9/>

Responsable scientifique

Professeur Dominique Roux, Professeur émérite à l'université Paris-Dauphine, Président de Bolloré Telecom

Chargée de mission

Laure Protat - 01 44 05 42 65 - laure.protat@fondation-dauphine.fr