

COLLECTION DES RaPPORTS

NOVEMBRE 2001



N° 220

BAROMÈTRE DE LA DIFFUSION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES EN FRANCE

*Étude réalisée à la demande
du CGTI (Conseil Général des Technologies
de l'Information - Ministère de l'Économie,
des Finances et de l'Industrie*

Régis BIGOT

Département "Conditions de vie et aspirations des français"

CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

Crédoc - Collection des
rapports. N° 0220. Novembre
2001.

R 303



0000124191/ ex 01

CRÉDOC Bibliothèque

Alexandrie™



CRÉDOC

Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »

(vague de juin 2001)

**Baromètre de la diffusion
des nouvelles technologies en France**

Collection des Rapports n° 220

Régis BIGOT

**Document réalisé à la demande du CGTI (Conseil Général des Technologies de l'Information -
Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie)**

NOVEMBRE 2001

**142, rue du Chevaleret
75013 - PARIS**

CONDITIONS DE VIE ET ASPIRATIONS DES FRANÇAIS

Document réalisé à la demande du Conseil Général des Technologies de l'Information (CGTI)

Le département « Conditions de vie et Aspirations des Français » est composé de :

- . Georges Hatchuel (Directeur Général Adjoint du CREDOC)
- . Samuel Bellot, Isabelle Bérard, Régis Bigot, Patricia Croutte, Isabelle Delakian, Catherine Duflos, Laurent Ortalda

CREDOC

Président : Bernard Schaefer
Directeur Général : Robert Rochefort

Sommaire

PRÉAMBULE	5
NOTE DE SYNTHÈSE	6
CHAPITRE 1. LA TÉLÉPHONIE FIXE ET MOBILE	12
1. EN FRANCE, LES PERSONNES QUI NE DISPOSENT PAS D'UN TÉLÉPHONE MOBILE SONT AUJOURD'HUI MINORITAIRES	12
a) <i>Le rythme exceptionnel de la diffusion du téléphone mobile</i>	13
b) <i>La progression du téléphone mobile semble marquer le pas en juin 2001</i>	13
c) <i>Huit personnes sur dix équipées en 2005 ?</i>	17
d) <i>84% des moins de 25 ans sont déjà équipés</i>	20
e) <i>Evolutions intra-catégorielles</i>	24
2. LE TÉLÉPHONE FIXE CONTINUE DE PERDRE DES ABONNÉS	28
a) <i>Plus d'une personne sur neuf ne disposent pas de ligne fixe</i>	28
b) <i>Les possesseurs d'un mobile tendent à abandonner le fixe lorsqu'ils ont peu de moyens</i>	31
c) <i>Quel avenir pour le téléphone fixe ?</i>	34
d) <i>La concurrence entre les opérateurs s'intensifie</i>	34
CHAPITRE 2. LA MOITIÉ DES FRANÇAIS EST FAMILIARISÉE AVEC L'ORDINATEUR	38
1. L'ÉQUIPEMENT À DOMICILE	38
a) <i>Plus d'une personne sur trois est équipée</i>	38
b) <i>Le « fossé numérique »</i>	41
c) <i>Les intentions d'achat restent élevées</i>	47
d) <i>Un Français sur deux équipé en 2005 ?</i>	50
e) <i>La micro-informatique demande toujours plus de capacité de stockage</i>	52
f) <i>Les ordinateurs semblent trop chers</i>	52
2. L'UTILISATION DE L'ORDINATEUR SUR SON LIEU D'ACTIVITÉ	57
a) <i>Bientôt une personne sur deux utilisera un ordinateur dans le cadre de son activité professionnelle</i>	57
b) <i>L'utilisation au travail est le privilège des classes supérieures</i>	58
c) <i>Les personnes qui utilisent un ordinateur à leur travail bénéficient de rémunérations supérieures</i>	62
3. AU TOTAL, UN FRANÇAIS SUR DEUX EST FAMILIARISÉ AVEC L'ORDINATEUR	63
CHAPITRE 3. UN FRANÇAIS SUR TROIS A ACCÈS À INTERNET	69
1. LES MOYENS D'ACCÉDER À INTERNET	69
a) <i>Près d'une personne sur cinq dispose d'une connexion à domicile</i>	69
b) <i>17% des Français ont accès à Internet sur leur lieu d'activité</i>	73
c) <i>Plus d'une personne sur dix s'est déjà connectée dans un lieu public</i>	77
d) <i>Au total, un Français sur trois est familiarisé avec Internet</i>	79
e) <i>Les internautes préfèrent passer par un ordinateur personnel à domicile</i>	82
f) <i>Surfer sur Internet à partir d'un téléphone mobile : 13% d'individus tentés</i>	85
2. LES UTILISATIONS D'INTERNET	88
a) <i>Internet est un bon outil pour trouver des offres d'emploi</i>	88
b) <i>Près d'un individu sur deux utilise Internet à son bureau à des fins personnelles</i>	94
c) <i>Internet coûte encore trop cher</i>	95

3. LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE	98
a) <i>Trois millions de personnes ont déjà effectué des achats par Internet</i>	98
b) <i>La peur vis-à-vis de la sécurité des paiements est la principale entrave au développement du commerce en ligne</i>	101
CHAPITRE 4. LE « RETARD » FRANÇAIS DANS L'ADOPTION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES	105
1. TÉLÉPHONE MOBILE : LA FRANCE EN QUEUE DE PELOTON.....	105
a) <i>La vitesse de diffusion du téléphone mobile varie suivant les pays</i>	106
b) <i>Dans les pays européens, le taux de pénétration pourrait atteindre 80 à 90%</i>	107
2. LE MICRO-ORDINATEUR : UN RETARD TRÈS NET	109
3. TROIS FOIS PLUS DE CONNEXIONS INTERNET AUX ÉTATS-UNIS QU'EN FRANCE.....	110
4. TROIS FOIS MOINS DE CYBER-CONSOMMATEURS EN FRANCE QU'EN ALLEMAGNE.....	111
ANNEXES	112
LIBELLÉ DES QUESTIONS INSÉRÉES DANS LA VAGUE DE JUIN 2001	113
TABLEAUX COMPLÉMENTAIRES	118
ESTIMATIONS ÉCONOMÉTRIQUES.....	136

Préambule

Ce rapport présente les résultats des questions relatives à la diffusion des nouvelles technologies en France, insérées par le Conseil Général des Technologies de l'Information, dans la vague de juin 2001 de l'enquête du CREDOC sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ». C'est la deuxième année consécutive de participation du CGTI à ce **baromètre de la diffusion des nouvelles technologies en France**¹.

L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 2000 individus de 18 ans et plus, sélectionnés selon la méthode des quotas (région, taille d'agglomération, âge, sexe, PCS). Les interviews se sont déroulées « en face à face ».

Le rapport comporte quatre chapitres :

- **Le premier chapitre s'intéresse à la téléphonie fixe et mobile** : effets de substitution du téléphone fixe avec le téléphone mobile, concurrence entre les opérateurs de téléphonie fixe, diffusion du téléphone mobile, prévisions du taux de pénétration, etc.
- **Le deuxième chapitre aborde les usages du micro-ordinateur** : taux d'équipement à domicile, utilisation au bureau, accès dans les grandes écoles et les universités, éléments explicatifs du « fossé numérique », freins à l'utilisation, etc.
- **Le troisième chapitre développe un certain nombre d'aspects concernant Internet** : nombre de connexions à domicile, au travail, à l'université, dans les lieux publics, inégalités d'équipement entre les individus, projection du taux d'équipement, obstacles à l'adoption du Web, commerce électronique, etc.
- **Le quatrième chapitre présente des données de cadrage internationales** : comparaison des taux d'équipement en téléphone mobile, micro-ordinateur et Internet et commerce électronique.

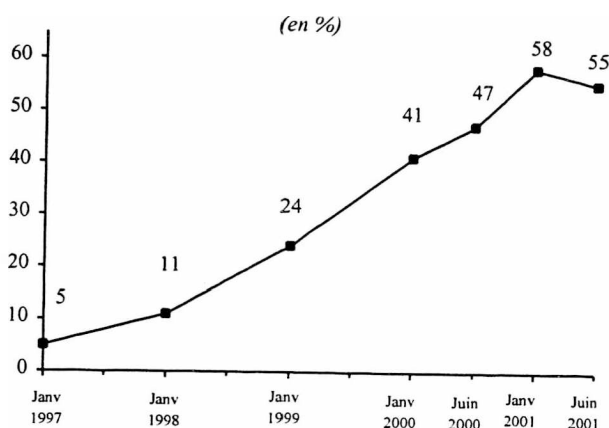
¹ L'étude de l'année dernière a donné lieu à la publication d'un rapport : « La diffusion, l'usage et l'acceptabilité des nouvelles technologies en France », Collection des rapports du CREDOC, n° 214, janvier 2001.

Note de synthèse

Dans notre pays, les personnes qui ne disposent pas de téléphone mobile sont aujourd'hui minoritaires

En juin 2001, 55% de la population disposent d'un téléphone mobile. Ce chiffre mérite d'être mis en perspective : depuis 1997, 24 millions de Français ont radicalement changé leurs habitudes en matière de télécommunications en adoptant le téléphone cellulaire. Rappelons que, par rapport à des produits de consommation plus anciens, le téléphone mobile s'est diffusé à une vitesse exceptionnelle : huit fois plus vite que le téléphone fixe, trois fois plus rapidement que le magnétoscope, deux fois plus vite que la télévision couleur.

Taux d'équipement individuel en téléphone mobile



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Pourtant, on observe un léger retrait entre le mois de janvier 2001 et le mois de juin 2001 : le taux de pénétration a perdu trois points. Cette variation n'implique pas que le taux d'équipement ait effectivement baissé : la différence est à peine significative d'un point de vue statistique, et

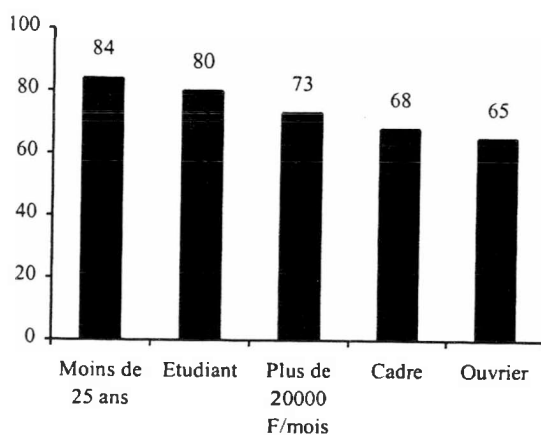
chacun sait que la diffusion du téléphone mobile en France est particulièrement saisonnière (la plupart des ventes ont lieu au second semestre). En dehors de l'effet de saisonnalité, le taux d'équipement a grimpé de 47% à 55% entre juin 2000 et juin 2001. Un coup d'œil sur nos voisins européens montre, en outre, que le potentiel de croissance est encore important : l'Italie, la Norvège ou la Grande-Bretagne ont déjà atteint le seuil des 75%.

Il est vrai, cependant, que les Français baignent, depuis plus d'un an, dans une sorte de « désenchantement technologique » faisant suite au retournement des marchés boursiers dans le secteur des nouvelles technologies ; de nombreuses *start-up* ont mis la clé sous la porte, et le rêve d'un nouvel Eldorado a tourné court. Néanmoins, seul un retournement de la conjoncture économique nous paraît aujourd'hui susceptible de « casser » la croissance du téléphone mobile en France. Les intentions d'achat restent soutenues et nos prévisions anticipent une progression de l'équipement de l'ordre de 10 points d'ici le mois de janvier 2002. En tout état de cause, le seuil de saturation est loin d'être atteint ; il reste encore au moins trois années de croissance avant d'atteindre un plafond que nous estimons aux alentours de 80% (niveau que certains pays devraient bientôt atteindre ou dépasser légèrement).

D'ores et déjà, 84% des moins de 25 ans et 80% des étudiants possèdent un téléphone cellulaire ; plus de deux actifs sur trois sont équipés, et l'on n'observe quasiment pas de différences entre les cadres supérieurs (68 %) et les ouvriers (65 %), ce qui témoigne de l'engouement pour ce produit.

Force est donc de constater qu'avec la diffusion de plus en plus large du téléphone mobile, le « fossé numérique » se réduit progressivement (ce qui n'est pas encore le cas pour l'ordinateur et Internet).

Taux d'équipement en téléphone mobile pour certains groupes (en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

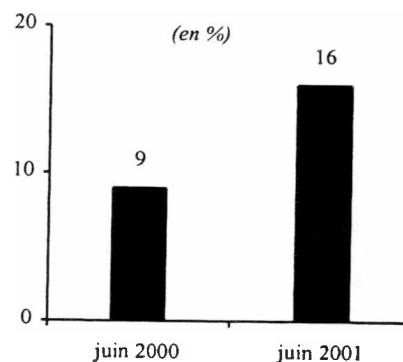
Quel avenir pour le téléphone fixe?

Parallèlement, la proportion d'individus qui n'ont pas d'abonnement au téléphone fixe continue de s'accroître. Aujourd'hui, plus d'une personne sur neuf ne dispose pas d'accès au réseau filaire : surtout les jeunes (26% des moins de 25 ans) et les plus démunis (21% des titulaires de revenus inférieurs à 6 000 F par mois). En fait, les possesseurs d'un mobile tendent à abandonner le fixe lorsqu'ils ont peu de moyens. L'effet de substitution est très net chez les ouvriers et les étudiants. A la vérité, l'avenir du téléphone fixe dépend non seulement de la progression du téléphone mobile, mais aussi de la bataille que se livrent actuellement les fournisseurs d'accès à Internet : le choix des internautes (une simple connexion, le câble, l'ADSL, etc.) déterminera en grande partie les perspectives du réseau filaire.

Il reste qu'aujourd'hui, 16% des abonnés au téléphone fixe utilisent les services de plusieurs opérateurs. L'an passé, la proportion n'était encore que de 9% : c'est dire la compétition qui règne sur le marché. Trois ans après la dérégulation partielle du marché, les consommateurs n'ont pas hésité à faire jouer la concurrence entre les opérateurs. Cette tendance devrait encore s'accélérer avec l'abandon total du monopole de France Telecom sur les communications locales.

Proportion d'individus abonnés, pour leur ligne fixe, chez plusieurs opérateurs (France Telecom, Cégétel, Télé 2...)

– Champ : personnes disposant d'une ligne de téléphonie fixe, soit 88 % de la population en juin 2001 –

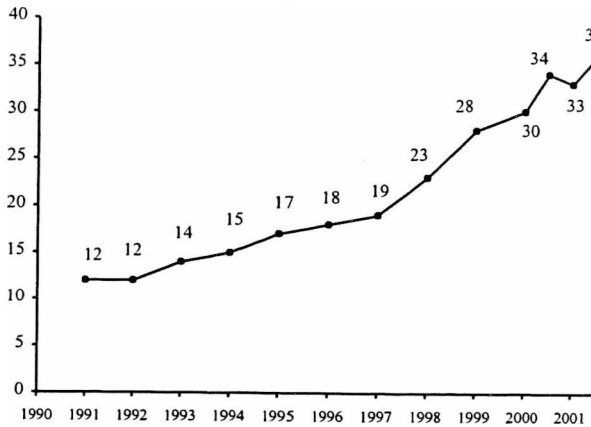


Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

La moitié des Français sont familiarisés avec le micro-ordinateur

En juin 2001, 36% des Français disposent d'un ordinateur à leur domicile. Par ailleurs, 33% des actifs en utilisent sur leur lieu de travail et 60% des étudiants y ont accès à l'université ou à leur école. Au total, la moitié de nos concitoyens est « familiarisée » avec le micro-ordinateur.

**Proportion d'individus équipés
d'un micro-ordinateur à domicile
(en %)**



Source : CREDOC, Enquêtes sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français »

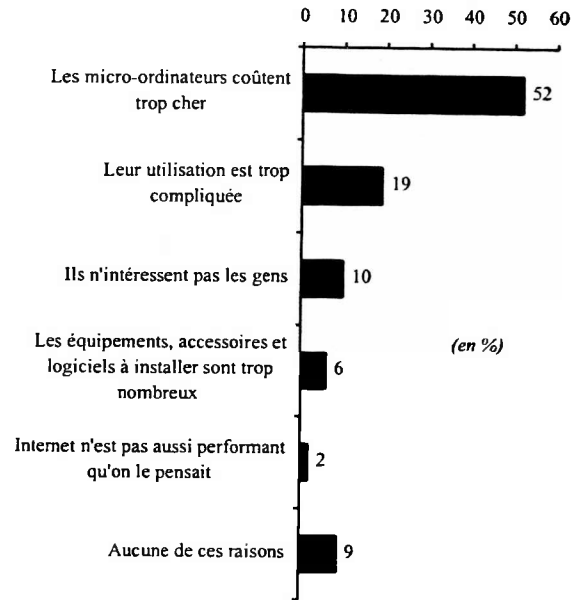
Au domicile, on constate de très fortes inégalités d'accès entre les groupes. D'un côté, les trois quarts des cadres supérieurs et des titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois sont équipés, de même que 67% des diplômés du supérieur et 58% des étudiants ; de l'autre, seulement 5% des plus de 70 ans, 12% des retraités, 13% des non-diplômés et 20% des titulaires de moins de 10 000 F mensuels possèdent un ordinateur personnel.

Premier élément d'explication : **le micro-ordinateur coûte cher.** Plus de la moitié de nos concitoyens pensent d'ailleurs que son prix excessif explique qu'il ne se vend pas très bien. Les ménages les plus modestes ne peuvent pas tous se permettre d'investir environ 10 000 F dans un produit qui, de surcroît, perdra très rapidement toute valeur de revente.

Deuxièmement, **c'est un appareil compliqué à utiliser** : un quart des Français pensent que son usage est trop complexe et que les équipements et les logiciels à installer sont trop nombreux. Ce manque d'ergonomie dissuade les plus âgés et les moins diplômés d'acheter un ordinateur, d'autant

qu'ils ne s'y sont pas forcément familiarisés pendant leur période d'activité ou leurs études.

Pour quelle raison les particuliers n'achètent pas autant d'ordinateurs qu'on pouvait le penser ?



Source : CREDOC, Enquêtes sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français »

En tout état de cause, on ne voit pas comment les écarts pourraient se réduire à court terme (contrairement à ce qui se produit avec le téléphone mobile) : **tant que le micro-ordinateur restera à des niveaux de prix élevés, il y a fort à parier que le « fossé numérique » ne se comblera pas rapidement.**

Malgré ces entraves, nous avons plusieurs raisons de penser que le potentiel de progression du micro-ordinateur dans les foyers reste encore important. D'abord, la France est largement sous-équipée par rapport à l'ensemble des pays industrialisés. Aux Etats-Unis, en Suède, au Danemark ou en Grande-Bretagne, le taux de pénétration de l'ordinateur a franchi le seuil des 60%. Il est probable que les consommateurs français suivront leurs homologues, avec quelques années de décalage, comme c'est déjà le cas pour le téléphone mobile. En vérité, rien

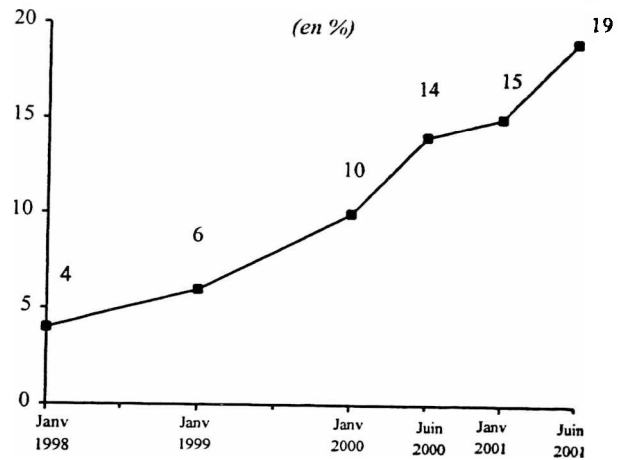
n'indique qu'ils pourraient adopter des comportements de consommation radicalement différents. Du reste, **les intentions d'achat d'un ordinateur personnel sont soutenues** : plus de 2 millions de personnes pensent s'en procurer un dans les 12 prochains mois.

Il est vrai que, **malgré son prix et sa complexité, l'ordinateur est un produit qui séduit les Français**. Ses multiples usages en font un appareil domestique attractif : il permet d'accéder à Internet, de communiquer par *mail* avec ses proches, de se divertir grâce aux jeux électroniques, d'écouter de la musique, de s'informer, de proposer des activités d'éveil aux enfants du plus jeune âge, d'archiver ses photographies, etc. Rares sont les consommateurs qui lui sont totalement indifférents (de fait, seuls 10% de la population pensent que « les micro-ordinateurs n'intéressent pas les gens »).

Un Français sur trois « surfe » déjà sur Internet

Au mois de juin 2001, près d'un Français sur cinq dispose, chez lui, d'un accès à Internet. Depuis 1999, le rythme de diffusion est particulièrement soutenu ; il n'est, certes, pas aussi vif que le taux de croissance du téléphone mobile, mais il est indubitablement plus élevé que celui du micro-ordinateur. Les intentions d'achat donnent à penser qu'il faudrait même s'attendre à une nouvelle accélération dans l'année qui vient. **A ce rythme, le taux de pénétration d'Internet dans les foyers pourrait atteindre 25% dans un an, et 30% en 2003.**

Proportion d'individus ayant, à leur domicile, une connexion à Internet

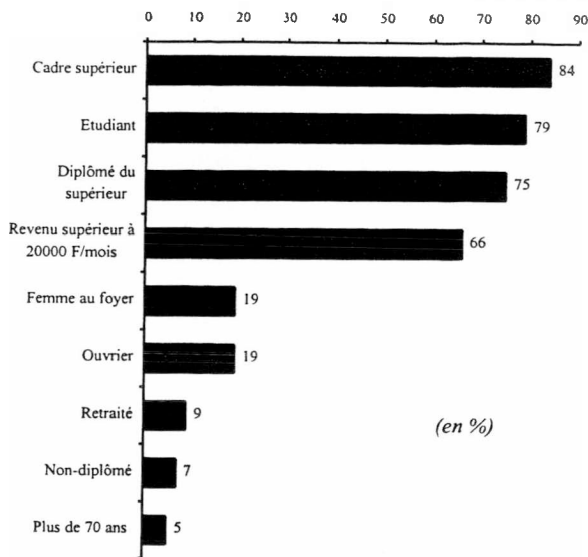


Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Or, les Français ne se connectent pas seulement à leur domicile ; une partie d'entre eux y ont également accès sur leur lieu de travail ou d'études (c'est le cas de 23% des actifs et de 54% des étudiants). De plus, 11% de nos concitoyens profitent aujourd'hui des points d'entrée sur le réseau à partir des lieux publics pour naviguer sur la toile. **Entre les connexions à domicile, sur le lieu de travail, à l'université et dans les lieux publics, un Français sur trois est aujourd'hui « familiarisé » avec Internet.**

Malgré cette diversité des lieux de connexion, on constate des inégalités vertigineuses dans les taux d'accès : 84% des cadres supérieurs ont déjà utilisé Internet, de même que 79% des étudiants, 75% des diplômés du supérieur et 66% des titulaires de plus de 20 000 F par mois dans leur foyer. A côté, 95% des plus de 70 ans n'ont jamais eu accès à Internet, 93% des non-diplômés non plus, ni même 91% des retraités, 81% des femmes au foyer et 81% des ouvriers.

Proportion d'individus ayant déjà accédé à Internet, selon les groupes



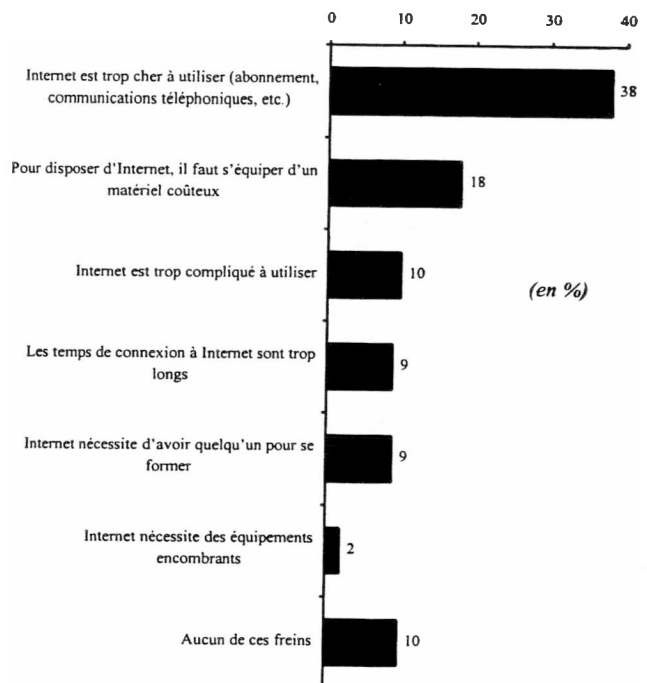
Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Précisons que pour la plupart des internautes (80%), l'ordinateur personnel à domicile est le meilleur moyen d'accéder à Internet. Même chez les non-utilisateurs, les autres « portails » ne font pas recette (un boîtier branché sur la télévision, une console de jeux, le téléphone mobile ne sont évoqués qu'à la marge). On peut se demander si ce plébiscite est un révélateur de l'attirance de nos concitoyens pour le micro-ordinateur ou s'il n'est que le reflet, tout simplement, de la difficulté qu'ils ont à se représenter ce que pourraient être les autres modes de connexion.

L'enquête de l'an passé montrait que l'utilisation de la messagerie électronique constitue, pour les internautes, le service le plus utile d'Internet, avant la recherche d'informations à caractère généraliste ou commercial. En dehors de ces possibilités, 61% de la population considèrent aujourd'hui que le réseau est également utile pour chercher des offres d'emploi, 41% pensent qu'il peut même aider à suivre des formations, et 29% croient qu'il permet de se faire des amis ou d'entretenir des relations.

De l'avis même des enquêtés, tous ces usages du Web ne pourront se développer qu'à la condition que le coût de l'utilisation d'Internet diminue. Non seulement l'accès au réseau implique des frais de connexion trop importants (38%), mais il impose aussi de détenir un matériel informatique onéreux (18%). Au total, ces deux contraintes financières représentent plus de la moitié des obstacles au développement du réseau. La complexité de l'utilisation ne vient finalement qu'après.

Élément qui paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'Internet



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

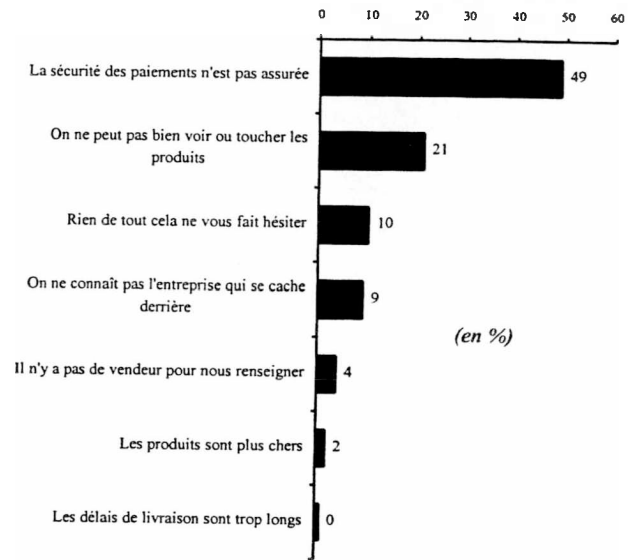
Trois millions de personnes ont déjà effectué des achats par Internet

En juin 2001, 3 millions de personnes déclarent avoir déjà effectué des achats par Internet (7% de la population) : le commerce électronique toucherait donc aujourd'hui un public quatre fois plus important qu'en 1999. De plus, deux internautes sur cinq sont favorables à l'idée

d'acheter bientôt des produits en ligne. Même parmi les individus qui n'ont jamais été connectés à Internet, 7% envisagent de passer commande d'ici deux ans.

Pourtant, les difficultés liées à la sécurité des paiements inquiètent près d'un Français sur deux (49%). Les autres obstacles leur paraissent secondaires (le fait de ne pas bien voir ou toucher les produits, la méconnaissance de l'entreprise qui se cache derrière, etc.). Ce point est d'autant plus crucial que les cyber-consommateurs sont eux-mêmes les plus inquiets. On aurait pu penser que ces internautes aguerris ne se laisseraient pas intimider par les problèmes de sécurité : il n'en est rien, leur connaissance de « la toile » les encouragerait même à se méfier davantage.

Parmi les éléments suivants, lequel vous fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français »

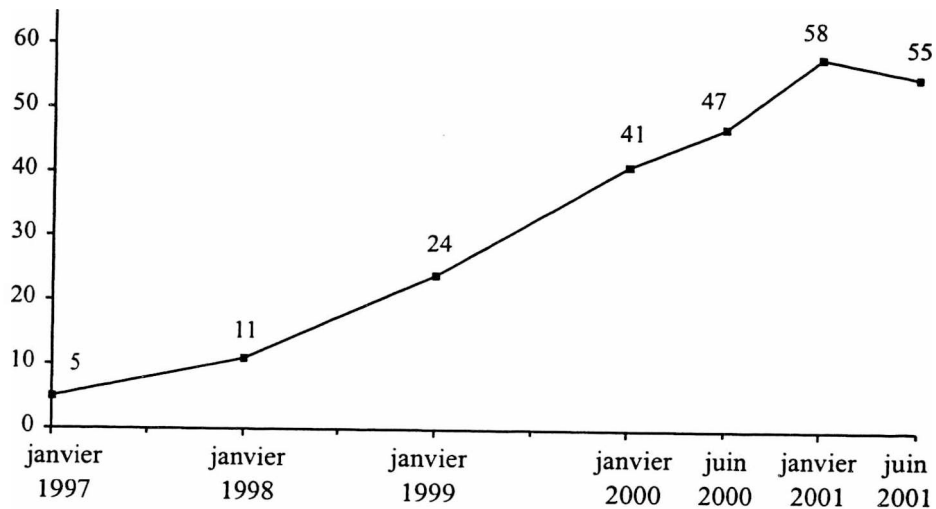
Chapitre 1. La téléphonie fixe et mobile

1. En France, les personnes qui ne disposent pas d'un téléphone mobile sont aujourd'hui minoritaires

En juin 2001, 55% de la population disposent d'un téléphone mobile. Depuis l'année dernière, à la même époque, le taux d'équipement a donc franchi le seuil symbolique des 50%. Autrement dit, parmi nos concitoyens, ceux qui n'ont pas de téléphone mobile sont aujourd'hui minoritaires.

Graphique 1
Proportion d'individus disposant personnellement d'un téléphone mobile,
du type Itinéris, SFR, Bouygues...

(en %)

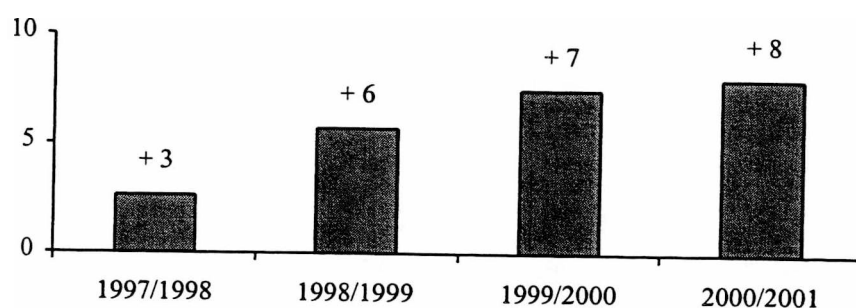


Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

a) *Le rythme exceptionnel de la diffusion du téléphone mobile*

Il n'est pas inutile ici d'insister sur le **rythme effréné du taux de pénétration de ce produit**. Le Graphique 2 mesure la croissance du nombre d'utilisateurs du téléphone mobile d'une année sur l'autre : il montre notamment qu'entre 1997 et 1998, 3 millions de personnes ont acquis un portable ; un an plus tard, 6 millions les ont rejointes, puis 7 millions l'année suivante et encore 8 millions jusqu'en janvier 2001.

Graphique 2
Croissance du nombre d'utilisateurs du téléphone mobile d'une année sur l'autre
(en millions d'individus)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Peut-être se figurera-t-on mieux le changement en imaginant qu'en 4 années, 24 millions de Français ont radicalement changé leurs habitudes en matière de télécommunications, en adoptant le téléphone mobile. Rappelons aussi que, par rapport à des produits de consommation plus anciens, le téléphone mobile s'est diffusé à une vitesse exceptionnelle : huit fois plus vite que le téléphone fixe, trois fois plus rapidement que le magnétoscope, deux fois plus vite que la télévision couleur².

b) *La progression du téléphone mobile semble marquer le pas en juin 2001*

Si la croissance a bel et bien été exceptionnelle jusqu'à présent, il reste à expliquer le léger retrait que l'on observe entre les mois de janvier et de juin 2001 : en six mois, le taux d'équipement a perdu 3 points. Cela signifie-t-il que le taux d'équipement s'affiche

² Les données sont détaillées dans le rapport établi l'an dernier pour le CGTI : « La diffusion, l'usage et l'acceptabilité des nouvelles technologies en France », Collection des rapports du CREDOC, n°214, janvier 2001.

résolument en baisse ? Ce n'est pas sûr. Voici trois éléments permettant de nuancer l'interprétation de l'inflexion constatée :

1. Tout d'abord, il convient de rappeler que notre enquête, comme tout sondage, est soumise à des **aléas statistiques** incontournables. La marge d'erreur liée à une enquête auprès de 2 000 personnes est d'environ 2 points de pourcentage. En fait, les 58% estimés en janvier 2001 pourraient correspondre à 56%, et les 55% de juin 2001 pourraient valoir « en réalité » 57%. En tout état de cause, les 58% de janvier ne sont pas significativement différents des 55% de juin. **Ce qui apparaît comme un fléchissement pourrait n'être qu'une stabilisation.**

2. Chacun sait que **la diffusion du téléphone mobile en France est saisonnière**. Les offres promotionnelles de fin d'année modifient considérablement le calendrier des ventes, si bien qu'il se vend au second semestre deux fois plus de terminaux qu'au cours des six premiers mois de l'année. Pour avoir une idée plus juste du rythme de diffusion du téléphone cellulaire en France, il est préférable de comparer les taux d'équipement d'une année sur l'autre, de janvier à janvier, ou de juin à juin, et non d'un semestre à l'autre. En l'occurrence, de janvier 2000 à janvier 2001, le taux de pénétration a grimpé de 41% à 58% ; de juin 2000 à juin 2001, il est passé de 47% à 55%. De ce point de vue - plus exact puisqu'il corrige l'effet de saisonnalité -, **la diffusion du téléphone mobile reste en France très dynamique.**

3. Enfin, il suffit de regarder chez nos voisins européens pour constater que le taux de pénétration du téléphone mobile peut aller bien au-delà des 50%. **L'Italie, par exemple, vient d'atteindre le seuil de 79% à la fin du premier semestre 2001** (voir le Chapitre 4 de ce rapport) ; plusieurs pays d'Europe du Nord culminent également à près de 75% (Norvège, Suède, Finlande, Grande-Bretagne). En d'autres termes, **le potentiel de croissance reste important** : il n'y a pas de raison pour que la France se démarque fondamentalement de ses voisins, compte tenu de la proximité des comportements et des attitudes des consommateurs européens.

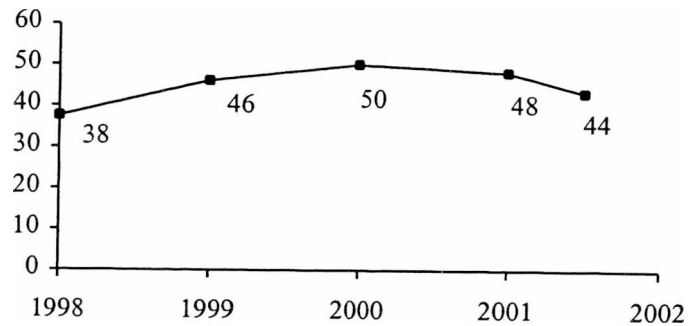
Néanmoins, une interprétation moins optimiste pourrait, *a contrario*, s'appuyer sur deux arguments :

1. Tout d'abord, on parle beaucoup, depuis le premier trimestre 2001, d'un **ralentissement de la conjoncture économique** en France, faisant suite à la décélération de la croissance américaine. Les premiers effets de ce retournement conjoncturel se font notamment sentir chez nous à travers la stabilisation du taux de chômage au deuxième trimestre, après plus de trois années consécutives de baisse. Or, la croissance de l'emploi depuis 1997 a permis d'augmenter le pouvoir d'achat des ménages, ce qui s'est traduit par un rythme soutenu de la consommation durant cette période. Coïncidence : les années 1997-1998 ont coïncidé avec l'accélération de la diffusion du micro-ordinateur, d'Internet et du téléphone mobile. Jusqu'ici, les économistes expliquaient la croissance en France par l'apparition d'une nouvelle vague d'innovations technologiques. Par un renversement de perspective, on peut se demander si les nouvelles technologies ne se sont pas plutôt nourries de la croissance pendant les années fastes. **Force est de constater que le ralentissement de la diffusion du téléphone mobile accompagne aujourd'hui ce qui semble être un retournement conjoncturel.** La croissance du pouvoir d'achat n'est donc peut-être plus suffisante pour soutenir le développement du téléphone mobile.

2. Un autre mécanisme intervient. Depuis le 10 mars 2000, les marchés financiers se sont effondrés dans ce que certains appellent un « krach lent ». En un an et demi, les actions estampillées « nouvelles technologies » (France Telecom, Alcatel, ST Microelectronics, Sagem, pour ne citer que des valeurs du CAC 40) ont perdu, en moyenne, les deux tiers de leur valorisation boursière. Cette déroute n'a pas manqué d'être largement relayée par les médias, au point que l'opinion baigne aujourd'hui dans une sorte de « **désenchantement technologique** ». Le Graphique 3 montre effectivement que l'attirance de nos concitoyens pour les produits comportant une innovation technologique est aujourd'hui moins forte qu'en janvier 2000. **Il n'est pas interdit de penser que ce moindre enthousiasme à l'égard des nouvelles technologies se soit traduit par un ralentissement des achats de téléphone mobile.**

Graphique 3
Les Français et le « désenchantement technologique »

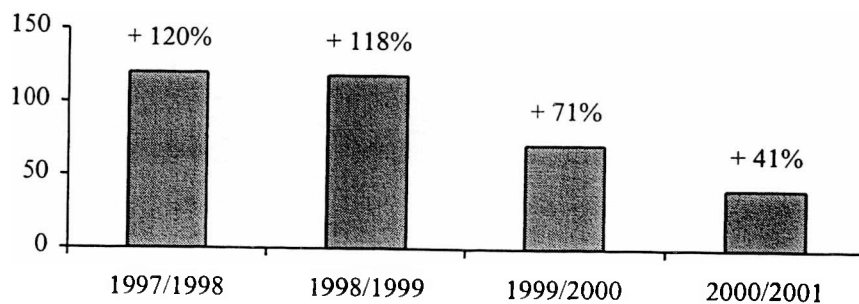
- Proportion d'individus attirés par les produits comportant une innovation technologique -
(en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

En tout état de cause, **la croissance du téléphone mobile n'est plus aussi soutenue aujourd'hui que par le passé**. Les 41% de taux de croissance annuelle de 2000 contrastent avec les 120% de 1997 et les 118% de 1998, voire les 71% de 1999. Nous l'indiquions l'an passé : **la phase de développement exponentiel du mobile est derrière nous** ; les années qui viennent seront caractérisées par une progression encore forte, mais de moins en moins soutenue.

Graphique 4
Rythme de croissance annuelle du taux de pénétration du téléphone mobile en France
(en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

c) *Huit personnes sur dix équipées en 2005 ?*

Fournir des prévisions de taux d'équipement à l'horizon de plusieurs années est toujours un exercice difficile. Seules les anticipations à moins d'un an sont assez fiables. De fait, en juillet 2000, nous avons anticipé un taux d'équipement de 58% pour janvier 2001 : six mois plus tard, notre enquête sur le terrain validait ces prévisions.

Les projections à plus long terme que nous avons établies l'an dernier méritent en revanche d'être réexaminées. Tout d'abord parce que la courbe de diffusion du mobile s'est enrichie de deux nouvelles observations (celle de janvier 2001 et celle de juin 2001). Ensuite parce que nous pouvons comparer les déclarations des individus sur leurs intentions de s'équiper d'un téléphone cellulaire avec le taux d'équipement effectif constaté six mois plus tard.

En juin 2000, 5% de la population déclaraient avoir l'intention de s'équiper d'un téléphone mobile dans l'année. En réalité, 11% des Français l'ont effectivement adopté dans l'intervalle. **L'an passé, les enquêtés ont donc très largement sous-estimé leur comportement d'achat.**

Il est possible d'expliquer en partie ce décalage. Nous l'avons dit, la vente des abonnements et forfaits téléphoniques est un phénomène éminemment conjoncturel : les deux tiers du chiffre d'affaires sont réalisés au second semestre, surtout pendant le mois de décembre. C'est dire le pouvoir des opérateurs sur la demande des particuliers. Rien d'étonnant, dès lors, à ce que les Français aient sous-estimé en juin leurs intentions d'achat. Tous n'avaient vraisemblablement pas encore intégré l'idée que, six mois plus tard, l'offre disponible sur le marché se présenterait dans des conditions plus avantageuses qu'au moment de l'enquête.

Retenons de cela que **les déclarations d'intentions d'achat du mois de juin 2001 sont, probablement, en dessous de ce que l'on observera en réalité** : il n'est pas déraisonnable d'imaginer que les achats effectifs se révéleront finalement au moins deux fois plus importants.

Il reste qu'en juin 2001, la question a été formulée un peu différemment, par rapport à l'an passé : l'échéance des intentions d'achat a été repoussée de 6 à 12 mois. Malgré l'éloignement de l'horizon, **les intentions ont légèrement reculé par rapport à l'an dernier** (4% en juin

2001, Tableau 1, contre 5% en juin 2000)³. Cette baisse relative est une indication supplémentaire du ralentissement de la diffusion du mobile.

Tableau 1
Avez-vous l'intention de vous équiper personnellement d'un téléphone mobile dans les 12 prochains mois ?

– Champ : ensemble de la population –

	<i>(en %)</i>
Est déjà équipé.....	55
Oui, a l'intention de s'équiper	4
Non, n'en a pas l'intention.....	39
Ne sait pas.....	1
Total.....	100

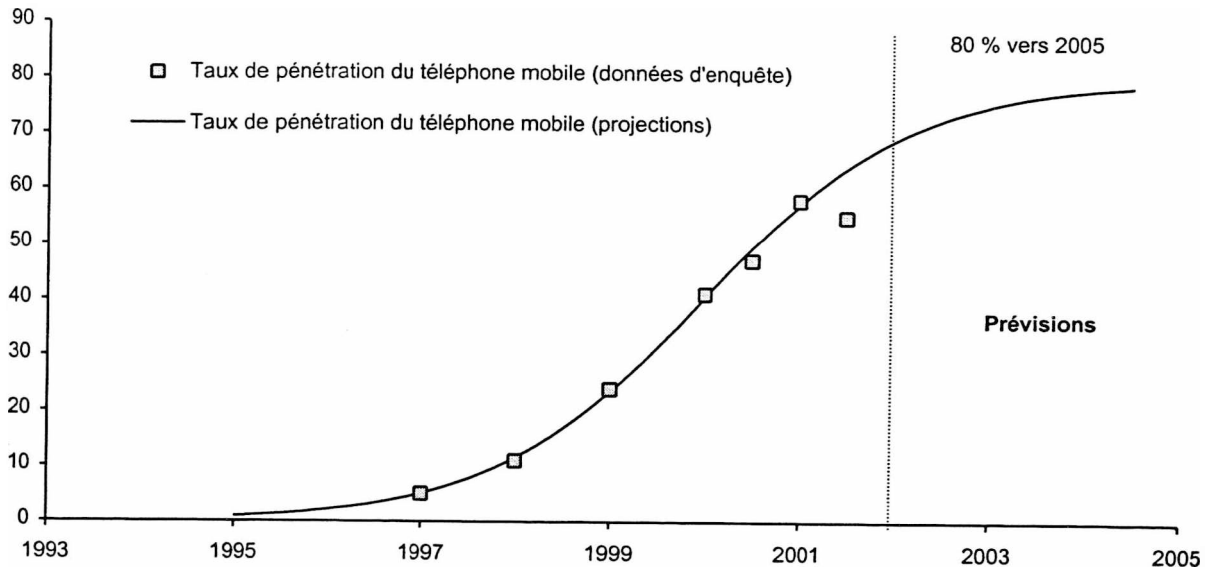
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

En tout état de cause, et **si les erreurs d'anticipation sont du même ordre qu'en 2000, le taux de pénétration du téléphone mobile devrait enregistrer 8 points supplémentaires, pour atteindre 63% en juin 2002** ; le taux d'équipement serait donc d'environ 60% en janvier 2002, compte tenu du fait que les deux tiers de la progression se font au cours du second semestre de chaque année.

Une autre façon d'anticiper la diffusion du téléphone mobile est de recourir à une extrapolation de la tendance observée jusqu'à présent. La technique consiste à évaluer, à l'aide d'une régression non linéaire, les paramètres d'une courbe logistique (en forme de « S ») s'ajustant au mieux aux données disponibles. Cette méthode prédit que **le taux d'équipement pourrait arriver progressivement à saturation vers 2005, aux alentours de 80%**, ce qui implique un niveau proche de 70% en juin 2002, et d'environ 75% en 2003.

³ On pourra vérifier, dans le Tableau 32 figurant en annexe (p. 119), que ce sont plutôt les jeunes et les cadres supérieurs qui se déclarent intéressés par l'acquisition d'un mobile dans les douze prochains mois.

Graphique 5
Projection du taux d'équipement français en téléphone mobile
(en %)



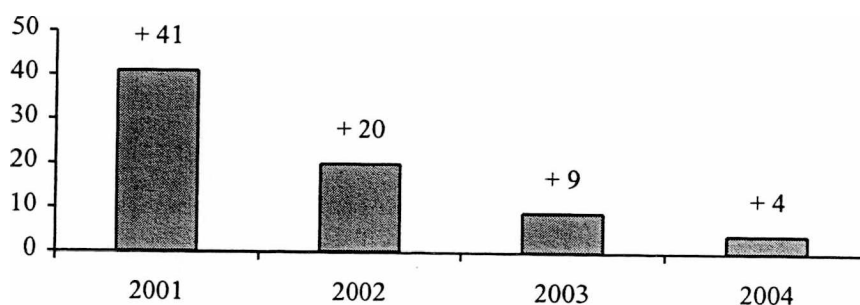
Source : estimations CREDOC, à partir des enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Enfin, des écarts importants subsistent entre les deux estimations, suivant que l'on s'intéresse aux intentions d'achat ou que l'on calcule des projections tendancielles. Or, la première méthode privilégie les dernières informations, obtenues sur la seule enquête de juin 2001, tandis que la seconde accorde un poids plus important à la tendance de long terme. Il est vraisemblable que la réalité se situe entre les deux : **le taux d'équipement probable pour janvier 2002 en téléphone mobile devrait donc se situer aux alentours de 65%**. Une hypothèse haute prévoit un taux d'équipement de l'ordre de 75% en 2003, et 80% en 2005. Une hypothèse basse pourrait ramener ces chiffres à 65% en 2003 et 70% en 2005.

Rappelons que **dans la plupart des pays européens, le seuil de 65% est déjà atteint** (cf. Chapitre 4). Mieux : près de huit Italiens sur dix sont déjà équipés. Il n'est donc pas déraisonnable de penser que la France, malgré son retard, pourrait, elle aussi, atteindre un jour le seuil de 80%.

Quelles que soient les projections retenues, le rythme de progression annuel du marché du téléphone mobile continuera cependant de diminuer progressivement : de +41% en 2001, ce rythme devrait passer à +20% en 2002, puis à +9% en 2003 (Graphique 6). Le développement du marché devrait donc se poursuivre, tout en s'essouffant d'année en année.

Graphique 6
Prévision du rythme de croissance annuel du marché du téléphone mobile en France
(en %)



Source : estimations CREDOC, à partir des enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

d) *84% des moins de 25 ans sont déjà équipés*

D'ores et déjà, les taux d'équipement pour certains groupes de la population ont atteint des niveaux records :

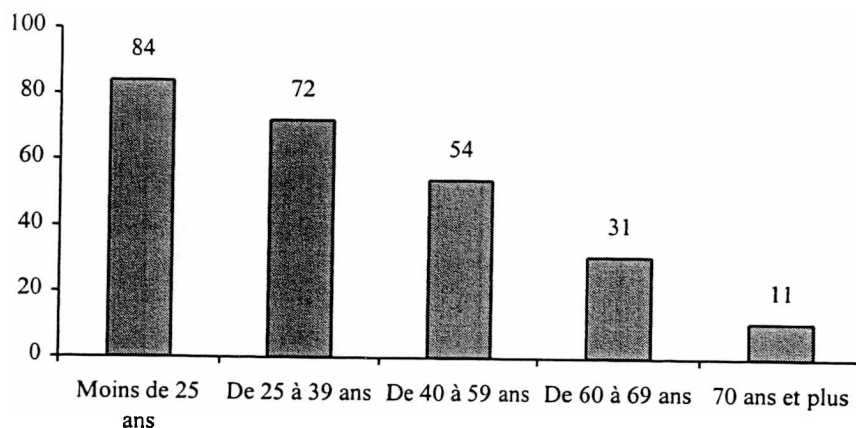
- 84% des moins de 25 ans
- 80% des étudiants
- 73% des titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois
- 72% des 25-39 ans
- 72% des titulaires du bac

De plus, entre 65% et 69% des actifs sont équipés, toutes professions confondues : **on n'observe quasiment pas de différences entre les cadres supérieurs et les ouvriers, par exemple.**

Depuis le lancement du mobile, l'enthousiasme des plus jeunes ne s'est jamais démenti. Incontestablement, **l'effet d'âge joue pleinement dans la propension à acquérir un portable**, comme en témoigne le Graphique 7. Inversement, les seniors restent très largement en retrait sur ce produit : 31% des sexagénaires et 11% seulement des plus de 70 ans l'ont adopté. En un an, le taux d'équipement des plus de 70 ans n'a gagné que 2 points, alors que le taux pour l'ensemble de la population s'est accru de 8 points (*cf.* Tableau 2, p. 25). Il y a incontestablement un « fossé » à partir de 70 ans, et ce décalage ne semble pas se réduire.

Graphique 7
Taux d'équipement en téléphone mobile selon l'âge

(en %)

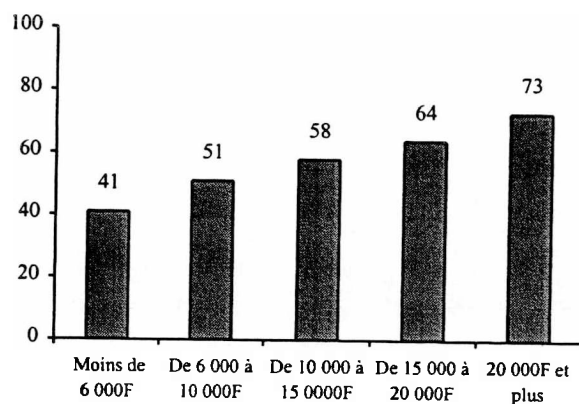


Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Le revenu joue également (Graphique 8), mais moins que le niveau de diplôme : 68% des diplômés du supérieur sont équipés, contre seulement 33% des non-diplômés (Graphique 9).

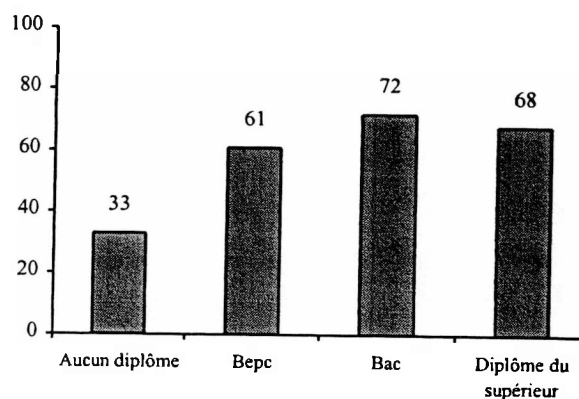
Graphique 8
Taux d'équipement en téléphone mobile selon le revenu mensuel

(en %)



Graphique 9
Taux d'équipement en téléphone mobile selon le diplôme

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Bien entendu, on constate des écarts suivant le lieu de résidence, mais ils sont d'une moindre ampleur que les différences suivant l'âge, le diplôme ou même le revenu : 64% des Franciliens sont équipés d'un téléphone mobile, contre 49% des ruraux (cf. Tableau 2, p. 25).

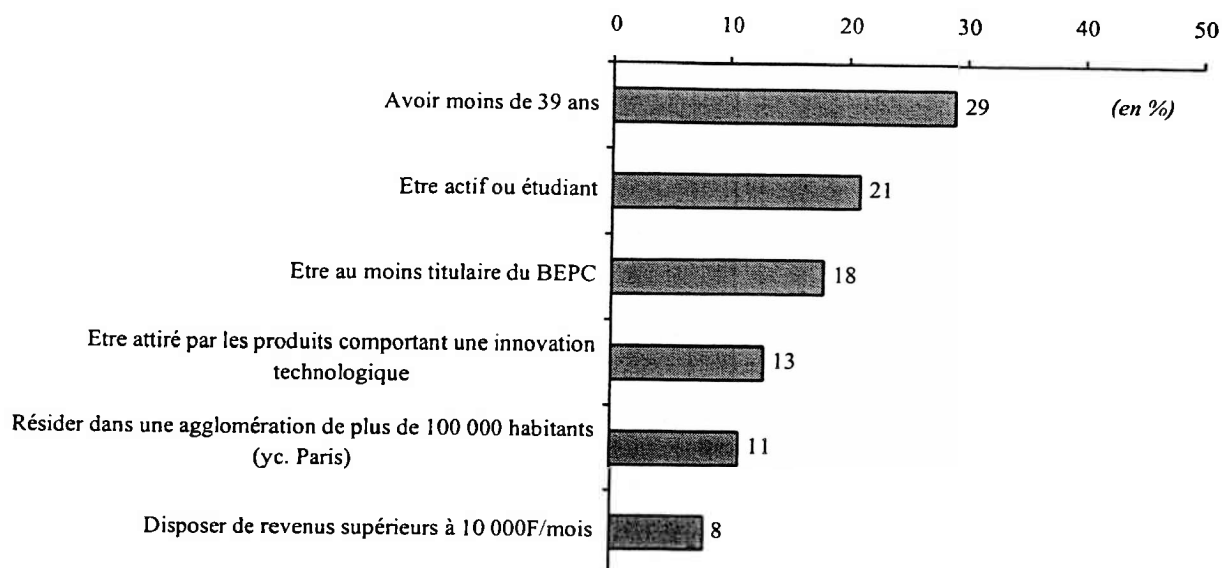
Les actifs et les étudiants semblent aussi se distinguer très nettement des retraités ou des femmes au foyer. Un grand nombre de facteurs interviennent donc concomitamment, et il peut être intéressant, à cet égard, de hiérarchiser l'importance de chacun de ces facteurs.

Comment hiérarchiser l'impact de chaque facteur sur la propension à s'équiper d'un téléphone portable ?

L'analyse des écarts de taux d'équipement selon les différents critères socio-démographiques ne permet pas vraiment de classer les caractéristiques influant sur la propension à s'équiper d'un téléphone mobile. En effet, ces critères sont souvent liés entre eux : les individus les plus jeunes sont plus diplômés qu'en moyenne ; les cadres supérieurs sont très souvent diplômés et titulaires de revenus importants ; les personnes âgées sont souvent non-diplômées. En définitive, il est quasiment impossible de séparer les effets d'âge des effets de diplôme ou de revenu, sauf si l'on recourt aux régressions logistiques, qui mesurent précisément l'influence propre de chaque facteur. Cette technique, qui fait appel aux méthodes économétriques, permet d'effectuer le classement qui suit.

Le Graphique 10 compare les différents effets entre eux. **Le premier facteur déterminant la décision de s'équiper d'un téléphone portable est l'âge : à lui seul, il explique près du tiers du comportement.** Vient ensuite le fait d'être, soit actif, soit étudiant. Le niveau de diplôme intervient en troisième position, suivi par l'attrance pour les produits comportant une innovation technologique. Quant au niveau de revenus, il ne joue qu'à la marge (impact de 8%).

Graphique 10
Mesure de l'impact relatif de chaque facteur sur le fait d'être équipé d'un téléphone mobile⁴



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Lecture : avoir moins de 39 ans explique 29 % de la propension à être équipé d'un téléphone mobile.

Le rôle marginal que joue le niveau de revenus explique sans doute en partie que les jeunes et les étudiants se soient si vite appropriés le téléphone mobile. Il est vrai que les formules d'abonnement ont fortement contribué à réduire les contraintes financières, notamment grâce à l'offre du terminal en échange d'une durée d'abonnement minimale (le « subventionnement » du terminal). De plus, les formules « prépayées » (le client n'est pas lié par un abonnement, il se contente simplement de renouveler sa carte lorsque son crédit de communication est épuisé) ont connu un grand succès auprès des jeunes. Cela explique, finalement, que le revenu ne soit pas le principal élément motivant l'achat d'un téléphone mobile.

On peut imaginer que la moindre contrainte de revenu contribue en partie à favoriser la substitution entre le téléphone fixe et le téléphone mobile (ce point est plus largement développé dans le prochain paragraphe) : **dès lors que le prix n'est pas un obstacle rédhibitoire à l'acquisition d'un mobile, on peut comprendre que les individus le substituent à une ligne de téléphone fixe.**

Plus généralement, l'impact marginal de l'effet « revenus » explique aussi que les inégalités de taux d'équipement en téléphone mobile ne soient pas très importantes. Il est

⁴ Cf. détail de la régression logistique, Tableau 49, en annexe (p.137).

frappant de constater que **les ouvriers, les employés et les étudiants sont aussi souvent équipés, sinon plus, que les cadres supérieurs et les cadres moyens**. Autrement dit, le « fossé numérique » est un concept qui ne s'applique pas très bien au téléphone mobile (sauf peut-être en ce qui concerne les plus âgés de nos concitoyens).

e) *Evolutions intra-catégorielles*

Depuis un an, ce sont surtout les groupes qui étaient déjà en avance dans l'adoption du téléphone mobile qui ont encore accéléré la diffusion du produit. En effet, alors qu'en moyenne, le taux de pénétration est passé de 47% à 55% (+ 8 points entre juin 2000 et juin 2001), les indépendants, les étudiants et les habitants des grandes villes de province ont gagné 13 points de taux d'équipement ; les titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois en ont acquis 12 (Tableau 2).

L'écart entre les plus de 70 ans et les autres générations est important, il a même tendance à s'accroître (seulement + 2 points de progression en un an). **Les sexagénaires, à l'inverse, manifestent l'intention de ne pas se laisser distancer** : nombreux sont ceux qui ont profité de l'année qui s'est écoulée pour s'approprier ce produit (+11 points). Il est tout à fait envisageable que le taux d'équipement des 60-69 ans progresse encore dans les années qui viennent. Les études réalisées au CREDOC⁵ montrent notamment que les jeunes retraités adoptent un mode de vie qui ressemble bien plus souvent à celui des quinquagénaires qu'à celui des plus de 70 ans : ils manifestent de plus en plus, depuis la fin des années soixante-dix en particulier, le **désir de s'ouvrir au monde et de rester en contact avec leurs proches ; cette ouverture sur la société les rend bien plus « sensibles » aux innovations**, et l'on ne doit pas s'étonner qu'ils soient de plus en plus nombreux à posséder un téléphone mobile.

⁵ BERTHUIT Franck, CHOKRANE Bertrand, HATCHUEL Georges, *L'évolution des opinions et des comportements des seniors depuis vingt ans, en France*, Cahier de recherche n°129, CREDOC, juin 1999.

Tableau 2
Disposez-vous personnellement d'un téléphone mobile,
du type Itinérís, SFR, Bouygues...

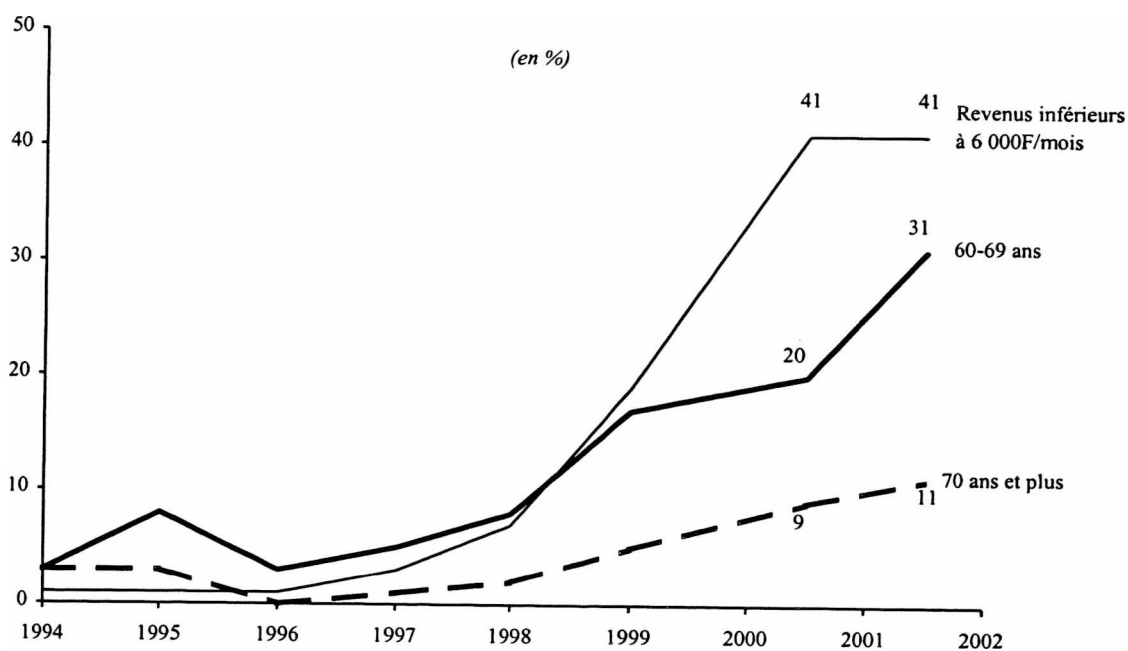
(en %)

	juin 2000	juin 2001	Evolution 2000-2001
Sexe			
Homme	52	59	+7
Femme	41	52	+11
Age			
Moins de 25 ans	75	84	+9
De 25 à 39 ans.....	62	72	+10
De 40 à 59 ans.....	44	54	+10
De 60 à 69 ans.....	20	31	+11
70 ans et plus	9	11	+2
Diplôme			
Aucun, cep	24	33	+9
Bepc	52	61	+9
Bac	62	72	+10
Diplôme du supérieur.....	58	68	+10
Profession			
Indépendant.....	53	66	+13
Cadre supérieur.....	71	68	-3
Profession intermédiaire	59	69	+10
Employé.....	58	68	+10
Ouvrier.....	57	65	+8
Reste au foyer	37	47	+10
Retraité.....	15	24	+9
Etudiant.....	67	80	+13
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	41	41	0
De 6 000 à 10 000 F.....	41	51	+10
De 10 000 à 15 000 F.....	46	58	+12
De 15 000 à 20 000 F.....	52	64	+12
20 000 F et plus.....	61	73	+12
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	42	49	+7
De 2 000 à 20 000 habitants.....	47	49	+2
De 20 000 à 100 000 habitants.....	42	57	+15
100 000 habitants et plus.....	47	60	+13
Paris et aggro. parisienne	58	64	+6
Région de résidence			
Région parisienne	59	63	+4
Nord	46	50	+4
Est	47	47	0
Bassin parisien	43	58	+5
Ouest.....	35	46	+11
Sud-ouest	46	52	+6
Centre est	39	54	+15
Méditerranée.....	55	62	+7
Ensemble de la population	47	55	+8

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Le taux d'équipement des titulaires de revenus inférieurs à 6 000 F par mois est stable depuis un an (Graphique 11). **La stagnation du taux d'équipement des plus démunis est peut-être une manifestation du retournement de conjoncture évoqué précédemment. Si le ralentissement de la croissance est avéré, il devrait avoir des conséquences plus importantes sur les ménages fragilisés (faiblement qualifiés, en situation d'emploi précaire, etc.) : les postes de consommation les moins vitaux, tels que celui des télécommunications, devraient donc logiquement en pâtir.**

Graphique 11
Evolution du taux d'équipement en téléphonie mobile dans quelques groupes

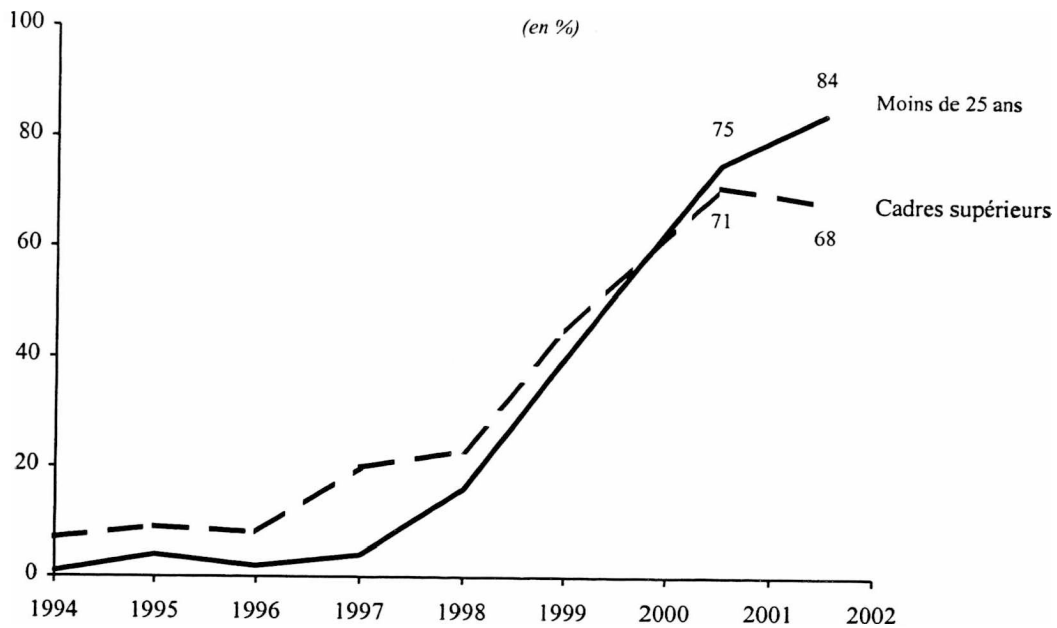


Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Le léger retrait des cadres supérieurs mérite également que l'on se pose quelques questions. Ils disposent de revenus importants, sont diplômés, résident souvent dans des grandes agglomérations, sont très attirés par les produits comportant une innovation technologique : en vérité, tout devrait les conduire à caracoler en tête des taux d'équipement. D'ailleurs, le Graphique 12 montre qu'ils étaient effectivement mieux équipés que les moins de 25 ans jusqu'en 1998. Mais depuis, ils se sont fait dépasser par les plus jeunes : aujourd'hui, ils semblent même « délaissé » le portable. **Le comportement des cadres supérieurs serait-il précurseur d'une nouvelle attitude vis-à-vis de cet outil ?** Deux remarques méritent, de ce point de vue, attention :

- **Après l'enthousiasme, l'attirance irraisonnée pour le produit, on peut peut-être faire l'hypothèse que certains finissent par mieux juger de l'intérêt véritable de disposer d'un téléphone mobile :** ils commenceraient à mesurer les inconvénients d'être dépendants de leur terminal. Après avoir considéré le portable comme un instrument de liberté, ils se rendraient compte aujourd'hui qu'il présente un certain nombre de contraintes (possibilité d'être dérangé à tout moment, obligation de recharger sa batterie périodiquement, etc.).
- **D'autre part, tous les cadres supérieurs ne sont pas systématiquement « nomades » ;** une partie d'entre eux travaillent selon des horaires fixes au même poste. Dans ces conditions, l'utilité de pouvoir être joint n'importe où ne se pose pas forcément ; pour être contacté, il suffit d'appeler au bureau ou au domicile... sur une ligne fixe (où la qualité de réception sera probablement meilleure). Notons d'ailleurs que les moins de 25 ans ont, quant à eux, des modes de vie plus ouverts vers l'extérieur du foyer : ils « sortent » davantage et l'on peut voir aussi le mobile comme la manifestation d'un désir d'indépendance par rapport à des parents chez qui on réside encore en partie.

Graphique 12
Evolution du taux d'équipement en téléphone mobile dans quelques groupes



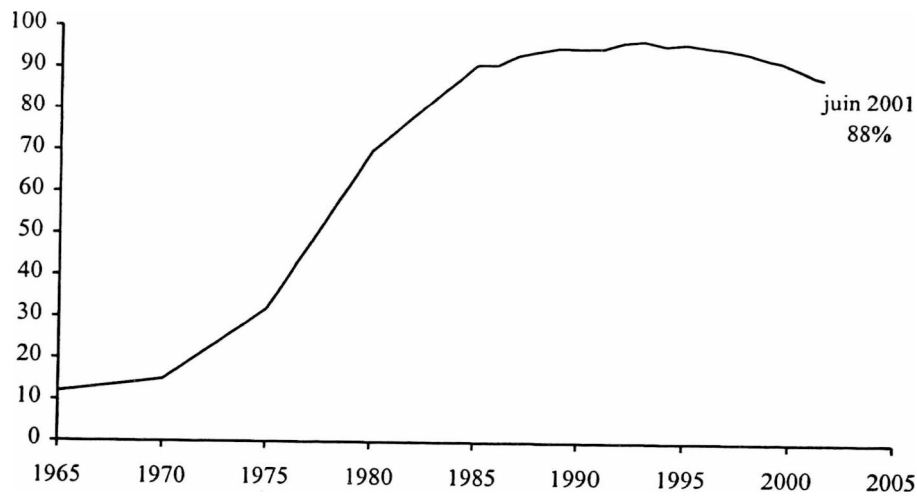
Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

2. Le téléphone fixe continue de perdre des abonnés

a) Plus d'une personne sur neuf ne disposent pas de ligne fixe

Comme nous l'annoncions l'an dernier, **la proportion d'individus qui ne disposent pas d'abonnement au téléphone fixe continue d'augmenter**. Aujourd'hui, plus d'une personne sur neuf n'a pas accès au réseau filaire (Graphique 13). Rappelons, à cet égard, que le taux d'équipement se situait à 95% jusqu'en 1992. Force est de constater qu'en moins de dix ans, environ 3 millions de personnes ont définitivement abandonné ce moyen de communication. Il n'est pas impossible que ce mouvement se poursuive, au moins pendant quelques années encore, en raison d'un effet de substitution avec le téléphone mobile (*cf.* paragraphe suivant).

Graphique 13
Evolution du taux d'équipement en téléphone fixe



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français » ; INSEE pour les années antérieures à 1985.

Tableau 3
Disposez-vous, à votre domicile, d'au moins une ligne téléphonique fixe ?

– Champ : ensemble de la population –

	juin 2000	juin 2001	Evolution
Oui.....	90	88	- 2
Non.....	10	12	+ 2
Total.....	100	100	

(en %)

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

En fait, ce sont les jeunes et les plus démunis qui sont le plus souvent dépourvus de téléphone fixe : aujourd'hui, un quart des moins de 25 ans n'en est pas équipé ; c'est également le cas d'un ouvrier sur quatre, de 19% des 25-39 ans, de 21% des titulaires de revenus inférieurs à 6 000 F par mois, et de 19% des individus percevant entre 6 000 et 10 000 F mensuels (Tableau 4).

Cette tendance à se passer du réseau filaire se répand très rapidement chez les 25-39 ans (+6 points depuis un an), les diplômés du Bac (+8 points), les professions intermédiaires (+9 points) et les ouvriers (+7 points). **La contagion touche donc maintenant les classes moyennes, ce qui montre à quel point ce phénomène est significatif.**

Tableau 4
Les individus ne disposant d'aucune ligne téléphonique fixe

– Champ : ensemble de la population –

(en %)

	juin 2000	juin 2001	Ecart
Sexe			
Homme	11	13	+2
Femme	9	11	+2
Age			
Moins de 25 ans	24	26	+2
De 25 à 39 ans.....	13	19	+6
De 40 à 59 ans.....	7	8	+1
De 60 à 69 ans.....	6	1	-5
70 ans et plus	1	1	0
Diplôme			
Aucun, cep	11	11	0
Bepc	12	14	+2
Bac	8	16	+8
Diplôme du supérieur.....	6	7	+1
Profession			
Indépendant.....	5	7	+2
Cadre supérieur	8	5	-3
Profession intermédiaire	3	12	+9
Employé.....	14	16	+2
Ouvrier.....	18	25	+7
Reste au foyer	14	14	0
Retraité.....	3	2	-1
Etudiant.....	16	11	-5
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	22	21	-1
De 6 000 à 10 000 F.....	15	19	+4
De 10 000 à 15 000 F.....	8	10	+2
De 15 000 à 20 000 F.....	3	7	+4
20 000 F et plus.....	4	5	+1
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	7	7	0
De 2 000 à 20 000 habitants.....	13	14	+1
De 20 000 à 100 000 habitants.....	11	15	+4
100 000 habitants et plus.....	11	15	+4
Paris et aggl. parisienne	9	10	+1
Région de résidence			
Région parisienne	10	11	+1
Nord.....	8	18	+10
Est.....	11	10	-1
Bassin parisien.....	11	15	+4
Ouest.....	7	9	+2
Sud-ouest	9	8	-1
Centre est.....	7	10	+3
Méditerranée	18	14	-4
Ensemble de la population.....	10	12	+2

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

- b) *Les possesseurs d'un mobile tendent à abandonner le fixe lorsqu'ils ont peu de moyens*

L'impact du téléphone mobile sur le téléphone fixe ne fait aucun doute. Le Graphique 14 montre que le fait de disposer d'un téléphone mobile est le principal facteur de renoncement au téléphone fixe.

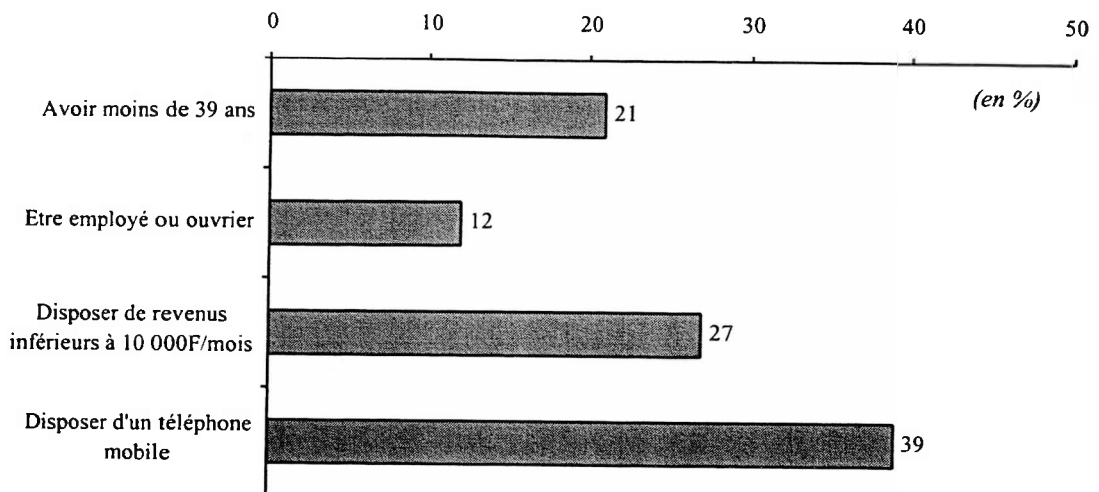
Comment montrer la substitution entre téléphone fixe et téléphone mobile ?

Pour obtenir ce résultat, nous avons effectué une régression logistique⁶ : cette méthode permet de mesurer l'impact propre de chaque facteur sur un comportement individuel quelconque. En l'occurrence, nous avons voulu comparer entre eux plusieurs éléments explicatifs (mais probablement concurrents) du fait de ne pas avoir de téléphone fixe. La régression logistique sépare précisément les effets respectifs de tous les facteurs qui entrent en ligne de compte : l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, les revenus et le fait d'avoir un téléphone mobile.

Le deuxième facteur qui vient juste après, c'est le fait de disposer de revenus inférieurs à 10 000 F par mois dans son foyer. **Autrement, dit, lorsqu'on dispose déjà d'un téléphone mobile et que l'on subit de fortes contraintes financières, on a plus souvent tendance à abandonner le réseau filaire.** Ce comportement est plus souvent répandu chez les jeunes, les employés et les ouvriers.

⁶ Dont les résultats détaillés figurent en annexe (p. 138).

Graphique 14
Mesure de l'impact relatif de chaque facteur sur le fait de ne pas être équipé d'un téléphone fixe⁷
 – Champ : ensemble de la population –



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Lecture : disposer d'un téléphone mobile explique 39 % de la propension à ne pas être équipé d'un téléphone fixe.

La substitution fixe/mobile trouve une confirmation au Tableau 5, qui montre que **la plupart des individus qui n'ont pas de téléphone fixe disposent au moins d'un téléphone mobile**. En d'autres termes, quasiment personne aujourd'hui ne se trouve dépourvu de téléphone. Au final, 99% de la population disposent d'un moyen personnel de télécommunications : c'est davantage qu'en 1992, où 95% des individus disposaient uniquement d'un téléphone fixe.

⁷ cf. détail de la régression logistique, Tableau 50, en annexe (p.138).

Tableau 5
Ceux qui ne sont pas équipés d'un téléphone fixe disposent d'un téléphone mobile

(en %)

	Ne possède pas de téléphone fixe A	Ne possède ni téléphone fixe, ni téléphone mobile B	Ne possède qu'un téléphone mobile C = A - B
Sexe			
Homme.....	13	2	11
Femme.....	11	1	10
Age			
Moins de 25 ans.....	26	2	24
De 25 à 39 ans.....	19	1	18
De 40 à 59 ans.....	8	1	7
De 60 à 69 ans.....	1	0	1
70 ans et plus.....	1	1	0
Diplôme			
Aucun, cep.....	11	3	8
Bepc.....	14	1	13
Bac.....	16	1	15
Diplôme du supérieur.....	7	-	7
Profession			
Indépendant.....	7	-	7
Cadre supérieur.....	5	1	4
Profession intermédiaire.....	12	1	11
Employé.....	16	1	15
Ouvrier.....	25	3	22
Reste au foyer.....	14	1	13
Retraité.....	2	1	1
Etudiant.....	11	1	10
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F.....	21	5	16
De 6 000 à 10 000 F.....	19	1	18
De 10 000 à 15 000 F.....	10	-	10
De 15 000 à 20 000 F.....	7	1	6
20 000 F et plus.....	5	0	5
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants.....	7	1	6
De 2 000 à 20 000 habitants.....	14	2	12
De 20 000 à 100 000 habitants.....	15	2	13
100 000 habitants et plus.....	15	1	14
Paris et aggl. parisienne.....	10	1	9
Région de résidence			
Région parisienne.....	11	1	10
Nord.....	18	3	15
Est.....	10	1	9
Bassin parisien.....	15	3	12
Ouest.....	9	1	8
Sud-ouest.....	8	1	7
Centre est.....	10	1	9
Méditerranée.....	14	-	14
Ensemble de la population.....	12	1	11

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

c) *Quel avenir pour le téléphone fixe ?*

L'an passé, nous avons estimé qu'environ 20% de la population pourraient se passer du téléphone fixe en 2005, par un effet de substitution avec le téléphone mobile. Cependant, les connexions Internet influent également sur le fait de s'abonner au réseau filaire. La progression d'Internet dans les foyers devrait donc limiter le taux d'abandon du téléphone fixe. Mais cela dépend aussi des parts de marché que prendront le câble et l'ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) dans le secteur de l'accès à Internet. Compte tenu de la multitude des paramètres qui entrent en jeu, il nous paraît hasardeux, faute d'informations supplémentaires, d'établir de nouvelles projections.

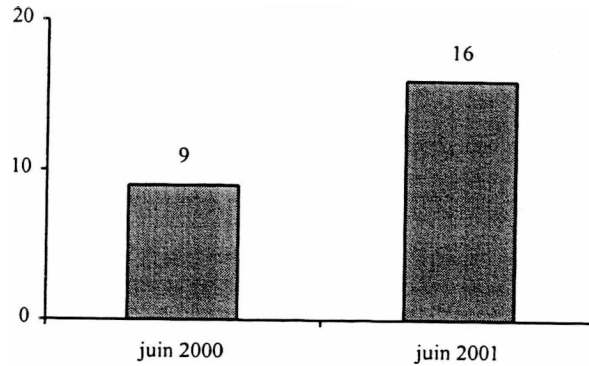
d) *La concurrence entre les opérateurs s'intensifie*

Aujourd'hui, 16% des abonnés au téléphone fixe utilisent les services de plusieurs opérateurs (Graphique 15). L'an dernier, la proportion n'était encore que de 9%. C'est dire la compétition qui règne sur le marché. Trois ans après la dérégulation du marché, les consommateurs n'ont pas hésité à faire jouer la concurrence entre les opérateurs.

Il est fort probable que la compétition s'intensifie encore lors du « dégroupage » total de la « boucle locale ». En effet, le quasi-monopole de France Telecom sur les communications locales génère des complications pour les consommateurs qui peuvent se demander pourquoi choisir un opérateur longue distance, tout en conservant un abonnement chez France Telecom pour les communications locales. Avec la mise en concurrence totale, les opérateurs concurrents devraient mieux tirer leur épingle du jeu, grâce à une simplification des procédures pour le consommateur.

Graphique 15
Proportion d'individus abonnés, pour leur ligne fixe, chez plusieurs opérateurs
(France Telecom, Cégétel, Télé 2...)

– Champ : personnes disposant d'une ligne de téléphonie fixe, soit 88 % de la population en juin 2001 –
 (en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Les personnes qui utilisent les services de plusieurs opérateurs sont principalement les cadres supérieurs (27% des cadres supérieurs abonnés au téléphone fixe font jouer la concurrence, cf. Tableau 6), les diplômés du supérieur (26%), les cadres moyens (24%) et les titulaires de revenus supérieurs à 15 000 F par mois (20 à 22%).

Mais, depuis un an, ce type de comportement semble se généraliser à d'autres groupes : notamment les employés (20%, +10 points par rapport à 2000), les étudiants (20%, +10 points) et les titulaires de revenus compris entre 10 000 et 15 000 F par mois (19%, +11 points). **En fait, la propension à recourir à plusieurs opérateurs se renforce dans les groupes aisés et précurseurs, mais se diffuse également dans les classes moyennes.** Il est probable que cette tendance se traduise, dans les années qui viennent, par une généralisation à l'ensemble de la population. Cependant, dès lors que le dégroupage de la boucle locale sera total, des individus opteront parfois pour un seul opérateur... qui ne sera pas nécessairement France Telecom. Il conviendra alors de modifier le questionnement des enquêtés pour mieux suivre l'évolution des comportements et des parts de marché de chaque opérateur.

Certains groupes pourraient néanmoins rester en retrait :

- Les **personnes âgées**, notamment, pourraient manquer cette opportunité. Aujourd'hui, 10% des retraités « seulement », contre 16% de l'ensemble des abonnés au téléphone fixe, disposent de plusieurs comptes téléphoniques. L'écart n'est finalement pas si grand, et l'on pourrait s'attendre à ce qu'ils rattrapent progressivement leurs cadets, d'autant qu'ils

sont habitués au téléphone fixe : ce n'est pas comme s'ils devaient changer radicalement de mode de communication. Néanmoins, on connaît la réticence des plus de 70 ans à changer certaines de leurs habitudes.

- On pourra s'étonner du fait que les individus les plus aisés sont deux fois plus nombreux que les individus les plus pauvres à recourir à plusieurs opérateurs, alors que cette pratique permet de réduire le montant de sa facture. **Les plus démunis**, malgré leurs difficultés financières, ne pensent pas toujours à faire jouer la concurrence en matière de téléphonie fixe. Comme bien souvent, ce sont les groupes favorisés qui expérimentent les nouveaux services offerts sur le marché.

Tableau 6
Les individus abonnés chez plusieurs opérateurs de téléphonie fixe en juin 2000 et juin 2001

– Champ : personnes disposant d'au moins une ligne de téléphonie fixe, soit 88 % de la population en juin 2001 –

(en %)

	juin 2000	juin 2001	Ecart
Sexe			
Homme.....	10	16	+6
Femme.....	9	17	+8
Age			
Moins de 25 ans.....	10	18	+8
De 25 à 39 ans.....	13	21	+8
De 40 à 59 ans.....	9	17	+8
De 60 à 69 ans.....	9	13	+4
70 ans et plus.....	2	6	+4
Diplôme			
Aucun, cep.....	4	9	+5
Bepc.....	7	16	+9
Bac.....	15	21	+6
Diplôme du supérieur.....	18	26	+8
Profession			
Indépendant.....	9	15	+6
Cadre supérieur.....	19	27	+8
Profession intermédiaire.....	17	24	+7
Employé.....	10	20	+10
Ouvrier.....	6	14	+8
Reste au foyer.....	8	15	+7
Retraité.....	6	10	+4
Etudiant.....	10	20	+10
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F.....	6	10	+4
De 6 000 à 10 000 F.....	7	11	+4
De 10 000 à 15 000 F.....	8	19	+11
De 15 000 à 20 000 F.....	13	22	+9
20 000 F et plus.....	15	20	+5
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants.....	9	14	+5
De 2 000 à 20 000 habitants.....	8	17	+9
De 20 000 à 100 000 habitants.....	7	14	+7
100 000 habitants et plus.....	12	19	+7
Paris et aggl. parisienne.....	9	16	+7
Région de résidence			
Région parisienne.....	10	18	+8
Nord.....	5	9	+4
Est.....	10	15	+5
Bassin parisien.....	7	14	+7
Ouest.....	7	12	+5
Sud-ouest.....	9	17	+8
Centre est.....	14	20	+6
Méditerranée.....	13	25	+12
Ensemble de la population.....	9	16	+7

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Exemple de lecture : en juin 2000, 10 % des étudiants disposant d'une ligne de téléphone fixe étaient abonnés chez plusieurs opérateurs ; en juin 2001, 20 % sont dans ce cas.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Chapitre 2. La moitié des Français est familiarisée avec l'ordinateur

1. L'équipement à domicile.

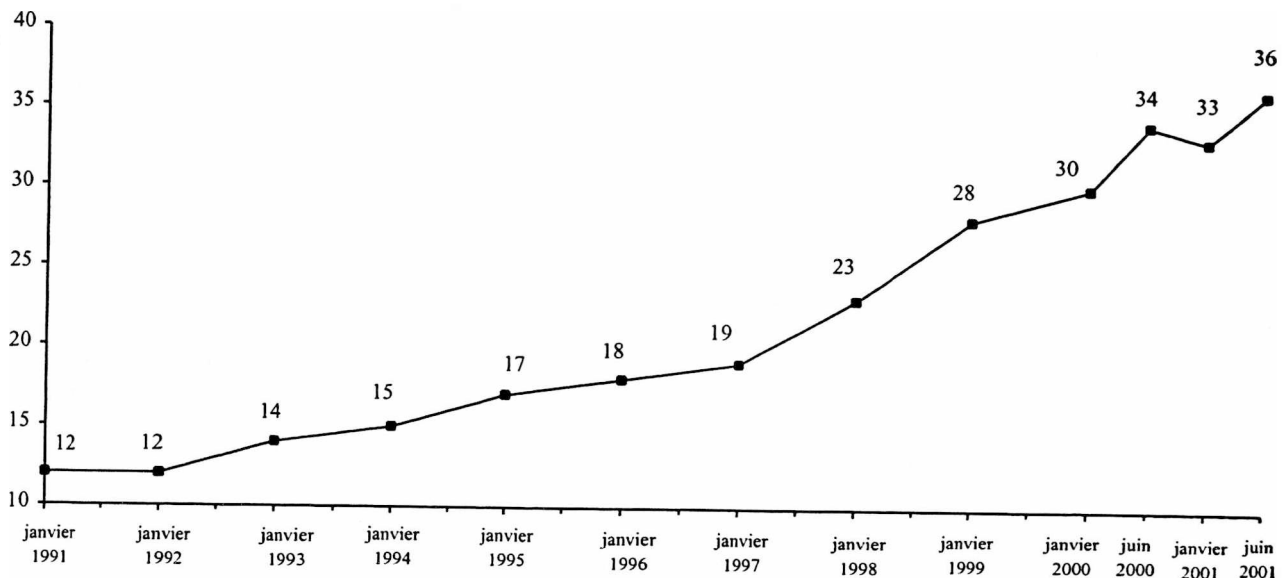
a) *Plus d'une personne sur trois est équipée*

36% des Français disposent aujourd'hui d'un micro-ordinateur personnel à leur domicile. Ce chiffre est important, mais il reste en deçà de ce qu'on observe dans la plupart des autres pays développés (certains, tels que les Etats-Unis, ont déjà atteint le seuil de 60%, cf. Chapitre 4).

Graphique 16
Evolution du taux d'équipement en micro-ordinateur personnel

– Champ : ensemble de la population –

(en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Cependant, et malgré le léger fléchissement observé en janvier 2001, **la diffusion du micro-ordinateur poursuit dans sa lancée, à un rythme relativement soutenu depuis 1997.** A partir de cette date, en effet, la croissance s'est nettement accélérée, sous l'impulsion

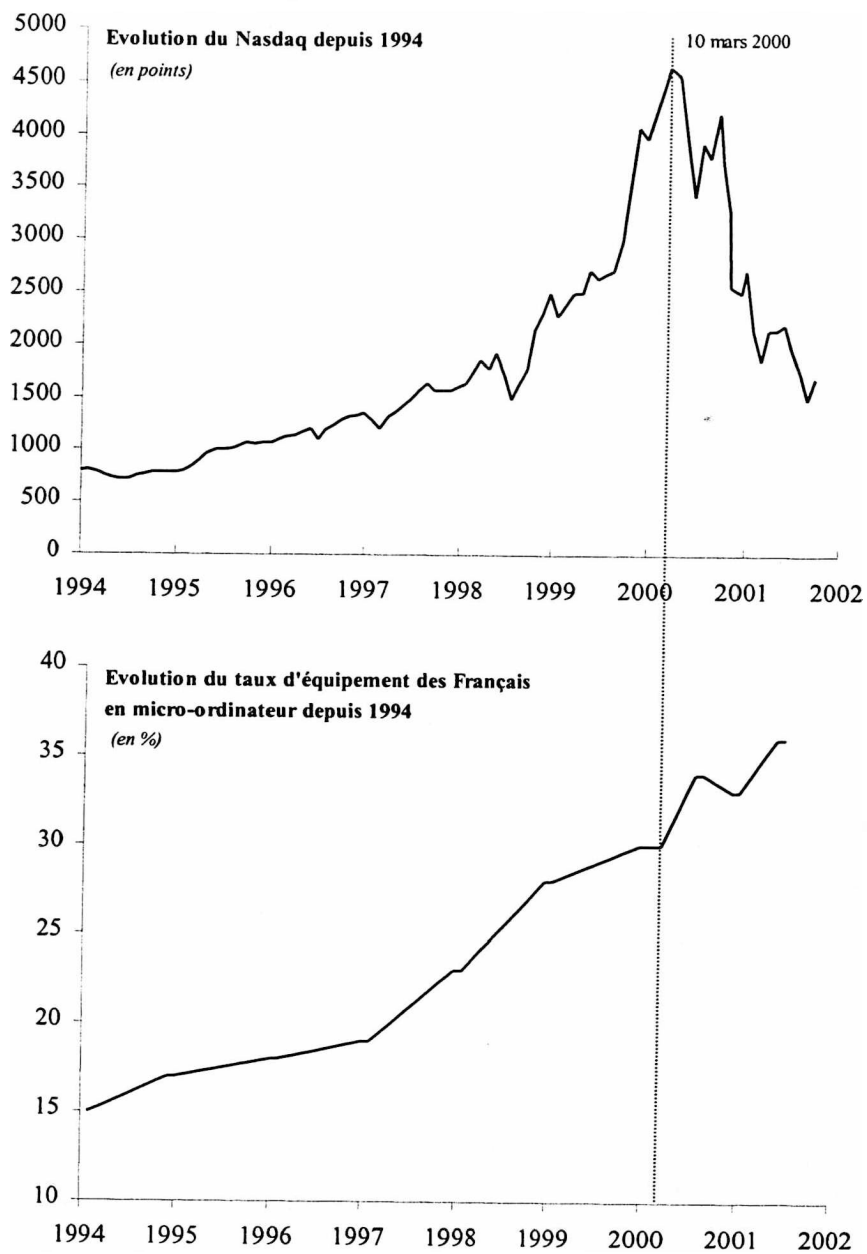
conjointe d'Internet et des fonctionnalités multimédias (CD-Rom, traitement d'image, enregistrement de musique, etc.).

Nous avons crain, en janvier 2001, que la progression de l'ordinateur dans les foyers français soit « en panne ». Il n'en est rien : **le taux d'équipement gagne 3 points en six mois, s'inscrivant dans la même tendance depuis plus de quatre ans.**

Il faut dire que depuis le mois de mars 2001, les spéculations sur les nouvelles technologies sont allées bon train. Un rapide coup d'œil sur l'indice boursier américain des valeurs technologiques (le Nasdaq⁸) permet de vérifier **le décalage considérable que l'on observe entre les anticipations des investisseurs financiers et la réalité économique, liée à un comportement des ménages beaucoup moins volatile.** Les valeurs technologiques ont plongé en Bourse à partir du 10 mars 2000, sans que l'on observe d'infléchissement remarquable dans la progression du taux de pénétration en micro-ordinateur (Graphique 17). On ne peut écarter l'hypothèse que les marchés aient exagéré le ralentissement dans le secteur informatique, si l'on s'en tient à l'observation du comportement des ménages français. Nous verrons plus loin que ce raisonnement est également valable pour Internet. On sait très bien, par ailleurs, que les marchés financiers peuvent, pendant des périodes de temps relativement courtes, s'écarter franchement des indicateurs économiques « fondamentaux ».

⁸ Le Nasdaq, bien qu'il soit un indicateur des marchés américains, reflète également l'allure générale des valeurs technologiques françaises. Il présente l'avantage d'être disponible sur une plus longue période que l'indicateur du Nouveau Marché en France.

Graphique 17
La croissance du taux d'équipement en micro-ordinateur se poursuit,
malgré le retournement boursier du 10 mars 2000



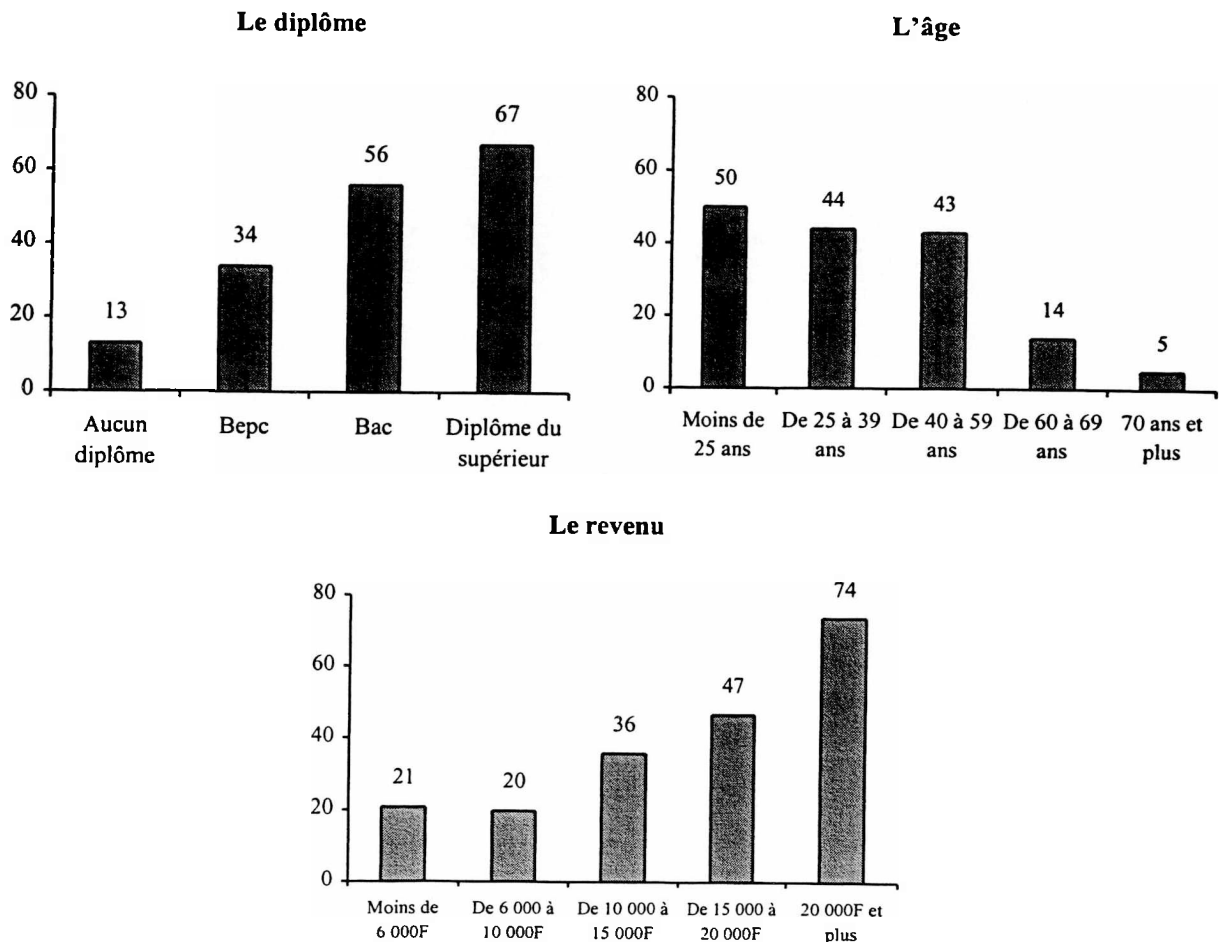
Source : Finance Net (pour le Nasdaq) et CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français » (pour le taux d'équipement en micro-ordinateur).

b) *Le « fossé numérique »*

S'il est une chose remarquable en matière de taux de possession d'un micro-ordinateur, c'est le fossé qui sépare certains groupes (Graphiques 18 et 19) :

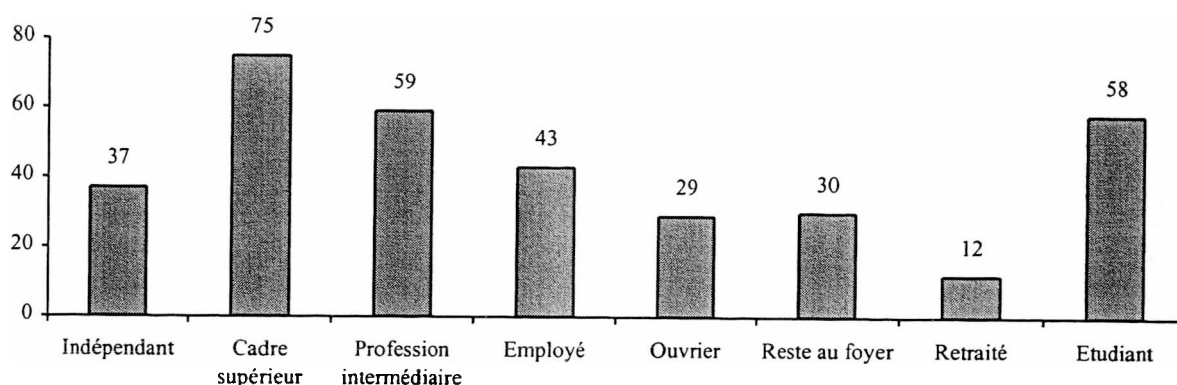
- D'un côté, les trois quarts des cadres supérieurs et des titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois sont équipés à domicile, de même que 67% des diplômés du supérieur et 58% des étudiants ;
- De l'autre, seulement 5% des plus de 70 ans, 12% des retraités, 13% des non-diplômés et 20% des titulaires de moins de 10 000 F par mois en disposent.

Graphique 18
Taux d'équipement à domicile en micro-ordinateur, selon ...
(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Graphique 19
Taux d'équipement à domicile en micro-ordinateur, selon la profession
 (en %)



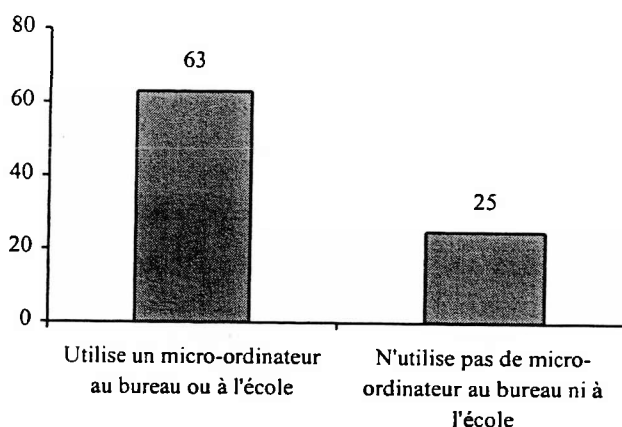
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Contrairement au téléphone mobile, les disparités entre les individus sont considérables. Alors que dans le cas du téléphone cellulaire, le principal mécanisme discriminant est un effet d'âge (les revenus ne jouent qu'un rôle marginal), ici, plusieurs facteurs expliquent le sous-équipement de certains groupes :

- Tout d'abord **un effet de revenu** : le micro-ordinateur est un produit coûteux (beaucoup moins accessible que le téléphone mobile). Tout le monde ne peut pas investir 10 000 F dans ce type d'équipement : les ménages les plus démunis ont sans doute d'autres priorités. Cette forte contrainte financière explique notamment le succès des offres promotionnelles d'ordinateurs personnels à 6 000 – 8 000 F, vendus par les grands distributeurs depuis 1998. On remarquera au passage que le lancement de ces offres coïncide avec le second souffle de la diffusion du PC en France. C'est une évidence, **le prix du micro-ordinateur est un obstacle infranchissable pour de nombreux ménages ; il explique en grande partie le « fossé numérique ».**
- **Un effet d'âge** : l'arrivée à l'âge de la retraite s'accompagne d'une chute du taux d'équipement (entre 43% et 50% pour les moins de 60 ans, contre 5 à 14% pour les plus de 60 ans). Au-delà de l'âge, il s'agit sans doute aussi d'un **effet de génération**. **Car tous nos aînés n'ont pas eu l'occasion de se familiariser avec cet outil pendant leur période d'activité.** Rappelons que le micro-ordinateur est une innovation qui date de 1973, et que son véritable lancement à grande échelle remonte à la fin des années soixante-dix, avec l'apparition des premiers *Apple* et des *Personal Computer* d'IBM.

Peut-être les nouvelles générations de retraités adopteront-elles plus facilement cet équipement...

Graphique 20
Taux d'équipement à domicile en micro-ordinateur,
selon le fait d'utiliser un micro-ordinateur sur son lieu d'activité
 (en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Exemple de lecture : 63 % des personnes qui utilisent un micro-ordinateur au bureau ou à l'école en sont également équipés à leur domicile.

- Bien sûr, le **niveau de qualification** joue aussi, pour un produit aussi complexe à utiliser. Etant donné le nombre d'équipements à brancher, le nombre de logiciels à installer, et les multiples difficultés que l'on rencontre pour maîtriser l'ensemble, les plus diplômés éprouvent certainement moins de difficultés à utiliser un micro-ordinateur, d'autant qu'ils ont souvent été amenés à l'utiliser pendant leurs études.
- Une régression logistique (neutralisant les effets d'âge, de revenu et de diplôme⁹) permet enfin de mettre en évidence un autre critère – non négligeable – de la diffusion du micro-ordinateur à domicile : la présence d'enfants de moins de 20 ans dans le foyer. Ainsi, **une personne ayant des enfants a deux fois plus de chances de disposer d'un micro-ordinateur à domicile qu'une personne sans enfants**, et ceci, « toutes choses égales par ailleurs ». On mesure ici l'influence de l'école sur la diffusion de l'ordinateur dans les foyers. Dès l'instant où il devient un outil de travail dans le cadre scolaire, **de nombreux parents y voient un instrument de réussite pour leurs enfants, et ils sont nécessairement tentés de l'adopter à la maison**. On imagine la pression sociale qui

⁹ Les résultats complets sont présentés dans le Tableau S1, en annexe p. 139.

s'exerce à la fois sur les parents et les enfants non-équipés lorsque d'autres élèves ont fait savoir qu'ils l'avaient déjà adopté.

En tout état de cause, même s'ils sont considérables, **les écarts d'équipement pourraient bien finir par se réduire un peu**. Ainsi, depuis l'an dernier, le micro-ordinateur s'est davantage diffusé parmi les groupes qui ne figuraient pas parmi les mieux lotis : titulaires du bac (+8 points, contre +2 points en moyenne, Tableau 7), professions intermédiaires (+5 points), employés (+6 points), femmes au foyer (+5 points), ruraux (+4 points), habitants des communes de plus de 100 000 habitants (+5 points).

En revanche, les disparités suivant le niveau de revenus se sont encore développées : les individus titulaires de plus de 20 000 F par mois ont vu leur taux d'équipement progresser de 8 points (contre +2 points pour les titulaires de revenus inférieurs à 6 000 F par mois) : l'ordinateur reste un produit de luxe.

Tableau 7
Proportion d'individus possédant un micro-ordinateur à leur domicile

(en %)

	juin 2000	juin 2001	Ecart
Sexe			
Homme	36	38	+2
Femme	31	34	+3
Age			
Moins de 25 ans	47	50	+3
De 25 à 39 ans.....	42	44	+2
De 40 à 59 ans.....	40	43	+3
De 60 à 69 ans.....	13	14	+1
70 ans et plus	4	5	+1
Diplôme			
Aucun, cep	11	13	+2
Bepc	32	34	+2
Bac	48	56	+8
Diplôme du supérieur.....	65	67	+2
Profession			
Indépendant.....	44	37	-7
Cadre supérieur.....	79	75	-4
Profession intermédiaire	54	59	+5
Employé.....	37	43	+6
Ouvrier.....	26	29	+3
Reste au foyer	25	30	+5
Retraité.....	9	12	+3
Etudiant.....	59	58	-1
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	19	21	+2
De 6 000 à 10 000 F.....	17	20	+3
De 10 000 à 15 000 F.....	33	36	+3
De 15 000 à 20 000 F.....	52	47	-5
20 000 F et plus.....	66	74	+8
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	31	35	+4
De 2 000 à 20 000 habitants.....	29	30	+1
De 20 000 à 100 000 habitants.....	28	28	0
100 000 habitants et plus.....	35	40	+5
Paris et aggl. parisienne	46	46	0
Région de résidence			
Région parisienne	45	45	0
Nord	27	31	+4
Est	39	38	-1
Bassin parisien	28	33	+5
Ouest	29	33	+4
Sud-ouest	27	30	+3
Centre est	38	40	+2
Méditerranée.....	34	35	+1
Ensemble de la population	34	36	+2

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

D'une manière générale, les individus possédant un micro-ordinateur affichent une attitude très favorable aux nouvelles technologies. Ils sont tout d'abord suréquipés en téléphone mobile (72% de taux d'équipement dans ce groupe, contre 55% en moyenne dans la population, Tableau 8) ; la moitié d'entre eux utilisent déjà un micro-ordinateur à leur travail, un tiers y a même accès à Internet et 52% sont d'ailleurs connectés à leur domicile (contre 19% en moyenne).

Mais, par dessus tout, ils manifestent une certaine confiance dans le progrès technique, bien supérieure à celle que l'on observe dans l'ensemble de la population (attirance plus marquée envers les produits comportant une innovation technologique, confiance dans les bienfaits des découvertes scientifiques, bienveillance à l'égard de la diffusion de l'informatique). En définitive, les possesseurs d'un micro-ordinateur sont généralement plus réceptifs aux technologies de l'information et de la communication. Il n'est donc pas interdit de penser que la diffusion des micro-ordinateurs contribue à améliorer la prédisposition des consommateurs à être favorable aux nouvelles technologies, quelles qu'elles soient.

Tableau 8
Attitude des possesseurs d'un micro-ordinateur vis-à-vis des nouvelles technologies

	(en %)		
	Dispose d'un micro-ordinateur à domicile	Ne dispose pas d'un micro-ordinateur à domicile	Ensemble de la population
Equipement			
Dispose d'un téléphone mobile.....	72	46	55
Utilise un micro-ordinateur au travail.....	51	17	29
Dispose d'une connexion Internet au travail.....	32	8	17
Dispose d'une connexion à Internet à domicile.....	52	1	19
S'est déjà connecté à Internet dans un lieu public.....	18	8	11
Opinions			
Est attiré par les produits comportant une innovation technologique.....	58	35	44
Pense que la diffusion de l'informatique est une chose souhaitable.....	47	32	37
Pense que les découvertes scientifiques et leur utilisation améliorent beaucoup la vie quotidienne.....	40	28	33

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

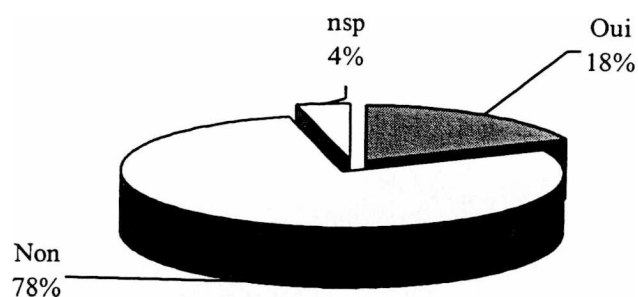
Lecture : Parmi les possesseurs d'un micro-ordinateur, 72 % disposent d'un téléphone mobile, contre 55% de la population en moyenne.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

c) *Les intentions d'achat restent élevées*

Près d'un Français sur cinq envisage, dans les 12 prochains mois, d'acheter ou de racheter un micro-ordinateur, voire de compléter son équipement informatique (18% exactement, Graphique 21). **Par rapport à l'an passé, les intentions d'achat semblent se maintenir** (15% d'intentions en juin 2001), même si la question n'était pas exactement formulée de la même manière¹⁰.

Graphique 21
Pensez-vous, dans les 12 prochains mois, acheter ou racheter un micro-ordinateur ou compléter votre équipement micro-informatique ?



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Précisons que **les intentions d'achat sont plus fréquentes parmi les individus déjà possesseurs d'un micro-ordinateur, preuve qu'ils ne sont pas déçus par leur acquisition** (Tableau 9).

Tableau 9
Pensez-vous, dans les 12 prochains mois, acheter ou racheter un micro-ordinateur ou compléter votre équipement micro-informatique ?

(en %)

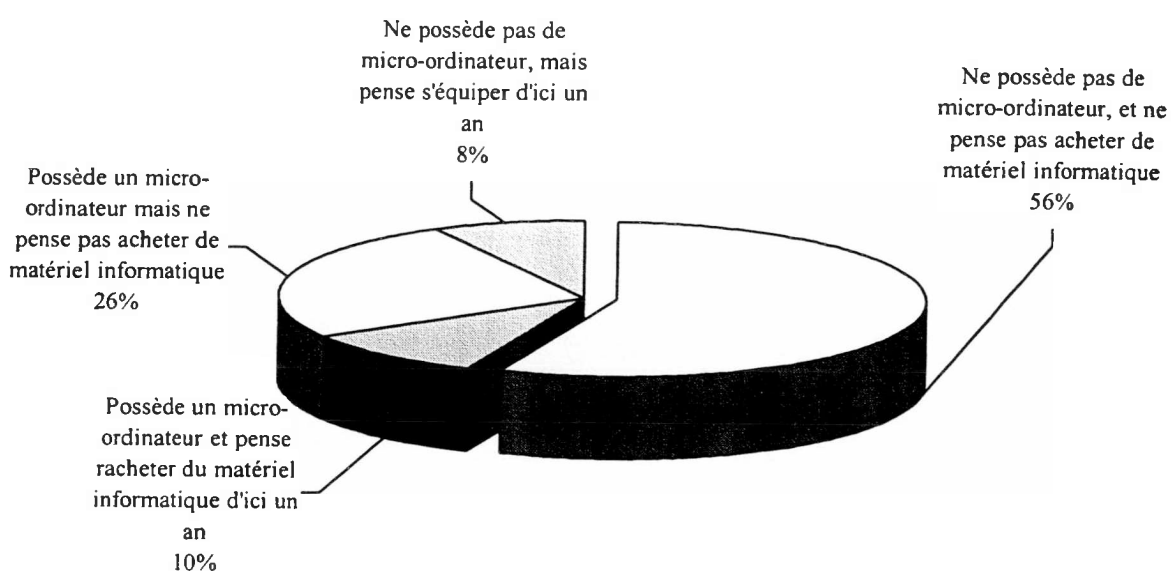
	Ensemble de la population	Dont : possède déjà un micro-ordinateur	Dont : ne possède pas de micro-ordinateur
Oui	18	27	13
Non.....	78	68	84
Ne sait pas	4	5	3
Total	100	100	100

Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

¹⁰ L'échéance a été repoussée de 6 à 12 mois.

Le potentiel de progression du micro-ordinateur est encore important. En effet, le Graphique 22 révèle que « seulement » 56% de la population ne sont pas équipés et n'envisagent pas de franchir le pas dans les mois qui viennent (il s'agit principalement des personnes âgées, des retraités, des non-diplômés et des personnes de condition modeste, cf. Tableau 10). Aux 36% de la population qui disposent aujourd'hui d'un ordinateur personnel, il convient, en effet, de rajouter 8% d'individus non équipés qui pensent s'en procurer un d'ici un an. **La France pourrait donc enregistrer, si ces intentions se réalisent, 44% de taux d'équipement en juin 2002.**

Graphique 22
Pensez-vous, dans les 12 prochains mois, acheter ou racheter un micro-ordinateur ou compléter votre équipement micro-informatique ?



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

On notera que les individus qui ne sont pas encore équipés et qui manifestent des intentions d'achat (ils représentent 8% de la population) se recrutent dans des groupes socio-démographiques plus modestes, signe d'une tendance à la démocratisation de la micro-informatique. Le public potentiel rassemble ainsi principalement des titulaires du Bepc (10% d'entre eux envisagent prochainement un achat, Tableau 10), ou du Bac (12%), des ouvriers (13%) et des habitants des villes moyennes de province (12%). Bien entendu les groupes familiers de ce type d'équipement fourniront de nouveaux contingents d'acheteurs (étudiants, 25-39 ans, etc.).

Tableau 10
Les intentions d'achat de matériel informatique, selon que l'on possède ou non un micro-ordinateur

(en %)

	Possède un micro-ordinateur		Ne possède pas de micro-ordinateur		Total (y c. nsp)
	Pense acheter du matériel informatique	Ne pense pas acheter de matériel informatique	Pense acheter du matériel informatique	Ne pense pas acheter de matériel informatique	
Sexe					
Homme	13	24	9	53	100
Femme	7	27	8	58	100
Age					
Moins de 25 ans	17	33	11	38	100
De 25 à 39 ans	14	30	14	42	100
De 40 à 59 ans	10	33	8	49	100
De 60 à 69 ans	2	12	2	85	100
70 ans et plus	1	4	1	95	100
Diplôme					
Aucun, cep	1	11	5	83	100
Bepc	10	23	10	56	100
Bac	13	43	12	32	100
Diplôme du supérieur	24	43	8	26	100
Profession					
Indépendant	13	25	11	51	100
Cadre supérieur	28	48	9	16	100
Profession intermédiaire	22	37	10	32	100
Employé	10	33	10	47	100
Ouvrier	7	21	13	59	100
Reste au foyer	5	25	7	63	100
Retraité	2	10	1	87	100
Etudiant	21	37	16	26	100
Revenu mensuel du foyer					
Moins de 6 000 F	5	16	5	75	100
De 6 000 à 10 000 F	4	15	8	72	100
De 10 000 à 15 000 F	10	26	10	54	100
De 15 000 à 20 000 F	15	32	14	39	100
20 000 F et plus	23	52	6	19	100
Taille d'agglomération					
Moins de 2 000 habitants	7	27	5	61	100
De 2 000 à 20 000 habitants	7	23	8	63	100
De 20 000 à 100 000 habitants	9	20	12	60	100
100 000 habitants et plus	12	28	10	51	100
Paris et aggl. parisienne	18	27	10	45	100
Ensemble de la population	10	26	8	56	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

d) *Un Français sur deux équipé en 2005 ?*

En juin 2000, 34% de la population étaient équipés d'un micro-ordinateur à domicile, et 6% envisageaient de s'en procurer un dans les six mois. Le taux de pénétration aurait donc dû atteindre 40% en janvier 2001, alors qu'il n'a quasiment pas varié. Un an plus tard, l'indicateur est de 36%. Autant dire que les intentions d'achat ont été exagérées, par rapport aux réalisations.

Comment interpréter ces résultats ? Tout d'abord, il est probable que les enquêtés ne se soient pas vraiment engagés pour une période de six mois, mais qu'ils aient plutôt témoigné de leur désir de s'équiper dans un avenir proche. Le décalage par rapport à la réalité traduit ensuite deux choses :

- Premièrement, l'ordinateur suscite un vif intérêt chez bon nombre de nos concitoyens. Ils sont manifestement séduits par le produit, qu'ils aimeraient acquérir bientôt.
- Deuxièmement, il se produit un « blocage » au moment de passer à l'acte. Et les quelques éléments que nous avons en notre possession (*cf.* le paragraphe concernant les freins à l'adoption du micro-ordinateur, p. 52) donnent à penser que ce frein relève à la fois du coût excessif du produit et de sa relative complexité (ou tout au moins de son image d'outil compliqué).

En d'autres termes, l'ordinateur est un produit qui séduit les Français, mais il reste encore trop cher et trop difficile d'accès : les intentions d'achat ne se concrétisent donc qu'une fois sur deux.

Compte tenu de ce hiatus, il est délicat d'utiliser les intentions d'équipement pour établir des projections. En revanche, il est toujours possible d'estimer une trajectoire du taux de pénétration, en extrapolant la tendance observée depuis une dizaine d'années (nous supposons, comme dans le cas du téléphone mobile, que cette trajectoire suit une loi de diffusion logistique¹¹).

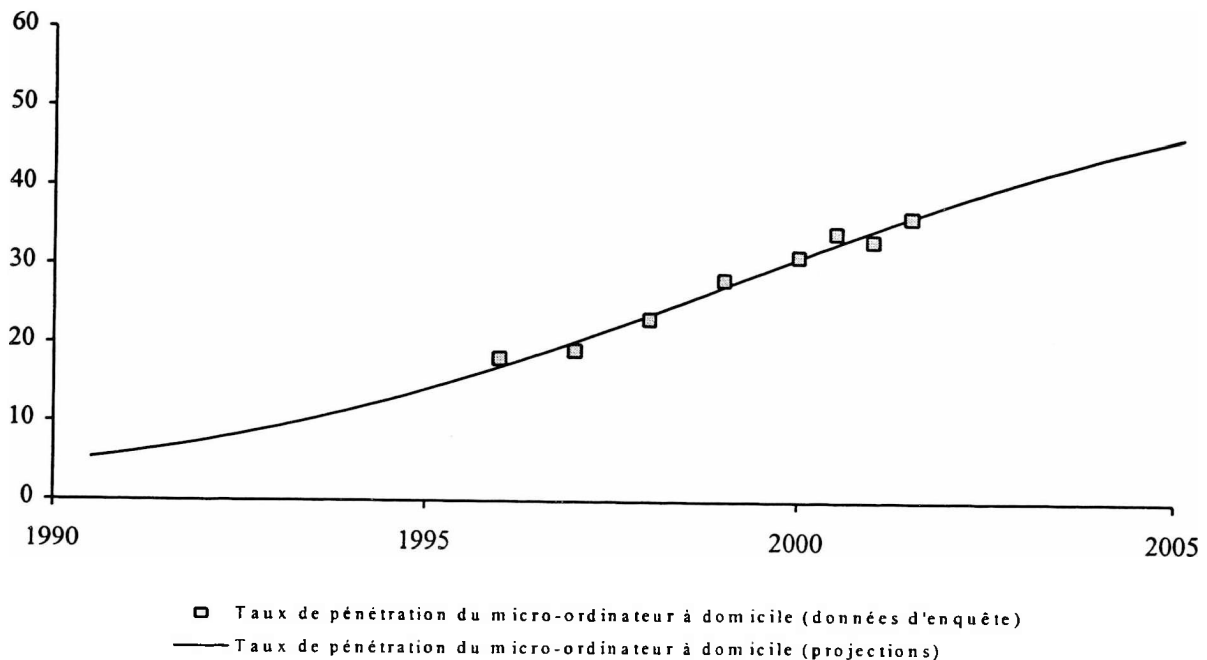
¹¹ Une diffusion logistique suit une courbe en « S » : la croissance s'accélère après le lancement du produit, puis ralentit progressivement jusqu'au seuil de saturation du produit.

Les projections sont présentées au Graphique 23. Elles révèlent que le taux d'équipement des Français pourrait atteindre environ 50% vers 2005, avant de saturer à près de 60% dix ans plus tard. Ces chiffres sont à prendre avec précaution, étant donné l'éloignement de l'échéance ; il ne faut pas oublier qu'ils ne font que refléter la tendance passée, qui reste marquée par un rythme de diffusion très lent. Néanmoins, ces estimations donnent un ordre d'idées.

Un seuil de saturation vers 60% ne semble pas aberrant, compte tenu du fait qu'un certain nombre de pays ont déjà atteint ce taux d'équipement (Suède : 65% ; Danemark : 62% ; Etats-Unis : 61%, cf. Chapitre 4).

Quant aux délais pour atteindre de tels niveaux, ils pourraient être considérablement raccourcis si les constructeurs et les distributeurs adoptaient une politique de prix plus « doux ». Ce qui est envisageable, étant donné les marges de manœuvre créées par les gains de productivité enregistrés dans le secteur informatique.

Graphique 23
Projection du taux d'équipement en micro-ordinateur à domicile
(en %)



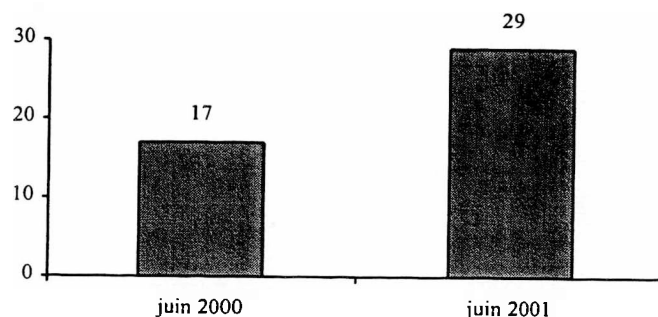
Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

e) *La micro-informatique demande toujours plus de capacité de stockage*

En juin 2000, seulement 17% du parc informatique domestique étaient équipés d'un graveur de CD ou de DVD. Aujourd'hui, c'est le cas de près d'un poste sur trois (29% exactement, Graphique 24). **Le stockage des données devient une préoccupation centrale des utilisateurs, compte tenu des progrès considérables qui se produisent dans l'univers multimédia** (traitement d'image, traitement du son, bases de données, etc.), et qui mobilisent de plus en plus d'espace mémoire.

Le graveur de CD ou de DVD offre des solutions de stockage adaptées aux bouleversements de l'informatique (souplesse, ergonomie, économie, etc.) : ce qui était l'année dernière une option est devenue progressivement un équipement de série. Dans le même ordre d'idées, rappelons que tous les postes sont aujourd'hui vendus avec lecteur CD ou DVD intégré, alors que seulement un sur trois en était doté en 1995.

Graphique 24
Proportion d'individus qui disposent d'un graveur de CD ou DVD sur leur micro-ordinateur
 – Champ : individus équipés d'un micro-ordinateur à domicile, soit 36 % de la population en juin 2001 –
 (en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

f) *Les ordinateurs semblent trop chers*

Voici la confirmation d'une hypothèse qui restait ouverte depuis l'an dernier : **les ordinateurs personnels semblent trop chers**. Les enquêtés pensent que les micro-ordinateurs ne se vendent pas aussi bien qu'on pouvait le penser en raison de leur prix

excessif. Cette option retient la majorité absolue des suffrages en première réponse (52%, Tableau 11)¹².

Tableau 11

On constate aujourd'hui que les particuliers n'achètent pas autant de micro-ordinateurs qu'on pouvait le penser. A votre avis, à quelles raisons parmi celles-ci cela est-il dû principalement ?

	(en %)		
	1 ^{re} réponse	2 ^e réponse	Cumul des réponses (1+2)
<i>(Classement par ordre décroissant du cumul des réponses)</i>			
Les micro-ordinateurs sont trop chers	52	15	67
L'utilisation des micro-ordinateurs est trop compliquée.....	19	27	46
Les micro-ordinateurs n'intéressent pas les gens	10	13	23
Les équipements, les accessoires et les logiciels à installer sont trop nombreux	6	15	21
Internet n'est pas aussi performant qu'on le pensait	2	6	8
Aucune de ces raisons	9	19	
Ne sait pas	2	5	
Total.....	100	100	

Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Peut-être est-il utile de rappeler, puisque l'on parle de prix d'achat, que **le taux d'équipement en ordinateur personnel varie de 21% à 74% entre le bas et le haut de l'échelle des revenus**. Les écarts sont considérables et ils tendent à s'agrandir puisque, cette année, les titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois ont encore accéléré leur avance en la matière (+8 points depuis juin 2000, contre +2 points seulement pour les titulaires de revenus inférieurs à 6 000 F par mois, cf. Tableau 7, p. 45).

La réduction du « fossé numérique » passe donc inévitablement par la baisse des prix informatiques. Or, les constructeurs semblent davantage préoccupés par la course à la performance technique que par une politique de prix bas. Pour le consommateur, cette situation apparaît d'autant plus incompréhensible que cette compétition technologique se traduit par une obsolescence accélérée des produits. Il achète aujourd'hui un ordinateur personnel qui, dans deux ans, aura perdu toute valeur marchande. On ne peut imaginer pire investissement : **le produit coûte cher, se démode extrêmement vite, et n'a qu'une faible valeur de revente.** En ce sens, pour les ménages les plus démunis, l'achat d'un micro-

¹² Ce qui est rare lorsqu'on propose de choisir une réponse dans une batterie comportant six items (dans le cas présent, la probabilité théorique de chaque item est de 17%, c'est dire le poids que représente le facteur prix).

ordinateur n'a, pour ainsi dire, aucun sens. D'un autre côté, on imagine mal les fabricants proposer des appareils sous-performants à des consommateurs toujours plus exigeants en matière de fonctionnalités. Dans le secteur, la marge de progression technologique est telle que l'arbitrage en faveur des prix bas n'est pas nécessairement une stratégie économique rationnelle.

Les problèmes d'ergonomie (utilisation complexe) arrivent en deuxième position des obstacles à la diffusion des micro-ordinateurs (19%). Nous avons étudié ces difficultés en détail dans le rapport de l'année dernière : à l'aide de simulations économétriques, nous avons finalement remarqué que cette complexité des ordinateurs ne jouait qu'à la marge dans la décision de s'équiper. **Bien que secondaire, cet aspect n'est pas pourtant négligeable :** avec les 6% d'individus qui pensent que les équipements, les accessoires et les logiciels à installer sont trop nombreux, **un quart de la population au total estime que l'utilisation du micro-ordinateur n'est pas assez simple.**

Pour un Français sur dix, « les micro-ordinateurs n'intéressent pas les gens ». En vérité, les personnes âgées semblent légèrement sur-représentées dans ce groupe (Tableau 12). De nombreux retraités ne se sentent pas vraiment concernés par l'informatique : non seulement le micro-ordinateur coûte cher, mais son prix est d'autant moins justifiable qu'ils ne voient pas très bien l'intérêt d'un tel équipement. Ceci étant, cette opinion n'est pas l'exclusivité des seniors, et elle est présente dans la plupart des groupes, à divers degrés.

Internet n'est certainement pas un frein à l'adoption d'un micro-ordinateur : seuls 2% des enquêtés pensent que les déceptions liées au micro-ordinateur sont imputables aux mauvaises performances d'Internet. Le très net rejet de cette option peut signifier, *a contrario*, qu'Internet est précisément un élément moteur de l'équipement en micro-ordinateur. Nous avançons cette hypothèse en connaissance de cause : aujourd'hui, les Français ne voient pas de meilleur moyen que l'ordinateur pour surfer sur Internet (cet aspect sera développé au Chapitre 3).

Le Tableau 12 synthétise les réponses de chaque groupe. Plusieurs éléments en ressortent¹³ :

- Les titulaires de revenus inférieurs à 15 000 F par mois, les jeunes, les employés, les ouvriers, les étudiants et les femmes au foyer, et, en, définitive, **les plus démunis des Français sont plus nombreux qu'en moyenne à penser que les ordinateurs sont trop chers.**

- **Les personnes âgées pensent davantage, quant à elles, que l'utilisation des micro-ordinateurs est trop compliquée.** Chose étonnante, les titulaires de revenus élevés considèrent, eux aussi, plus souvent qu'en moyenne, que l'utilisation des micro-ordinateurs est trop complexe. D'ailleurs, avec les diplômés du supérieur, les cadres, les indépendants et les étudiants, ils considèrent que l'informatique nécessite d'installer trop d'équipements, de logiciels et d'accessoires. Les grands et les petits utilisateurs tombent donc d'accord pour dénoncer le manque d'ergonomie des micro-ordinateurs. En fait, ces deux publics se montrent tout aussi exigeants vis-à-vis de l'informatique : les non-utilisateurs parce qu'ils ne sont pas convaincus de vouloir s'équiper, les autres parce qu'ils passent beaucoup de temps sur ces appareils, et qu'ils aimeraient davantage de confort d'utilisation. Cela signifie bien que **les problèmes d'ergonomie, même s'ils passent après les contraintes financières, sont au cœur de la question de la diffusion des ordinateurs personnels.**

¹³ Voir les résultats détaillés p.122.

Tableau 12
Pourquoi les ordinateurs ne se vendent pas aussi bien qu'on pouvait le penser ?¹⁴

« Les micro-ordinateurs sont trop chers » (52% des suffrages)	« L'utilisation des micro-ordinateurs est trop compliquée » (19% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • Moins de 39 ans (58-62 %) • Employé, ouvrier, reste au foyer, étudiant (57-63 %) • Revenus mensuels inférieurs à 15 000 F (57-58 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • 60 ans et plus (25-26 %) • Retraité (24 %) • Revenus mensuels supérieurs à 20 000 F (25 %)
« Les micro-ordinateurs n'intéressent pas les gens » (10% des suffrages)	« Les équipements, les accessoires et les logiciels à installer sont trop nombreux » (6% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • 60 à 69 ans (15 %) • Retraité (15 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • Diplômé du supérieur (11 %) • Indépendant, cadre, étudiant (9-10 %) • Revenus mensuels supérieurs à 20 000 F (9 %)
« Internet n'est pas aussi performant qu'on le pensait » (2% des suffrages)	« Aucune de ces raisons » (9% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • Diplômé du supérieur (4 %) • Revenus mensuels entre 15 000 et 20 000 F (5 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • 60 à 69 ans (12 %) • Diplômé du bac (13 %) • Indépendant, cadre supérieur (15-17 %) • Revenus mensuels supérieurs à 20 000 F (14 %)

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

¹⁴ Les résultats détaillés figurent au Tableau 35, en annexe (p. 122).

2. L'utilisation de l'ordinateur sur son lieu d'activité

- a) *Bientôt une personne sur deux utilisera un ordinateur dans le cadre de son activité professionnelle*

Le parc informatique ne se limite pas aux seuls ordinateurs personnels détenus par les particuliers. S'y adjoignent les postes utilisés à titre professionnel, y compris dans les écoles et dans les universités. **En juin 2001, 29% de la population utilisent un micro-ordinateur dans le cadre de leur activité (scolaire ou professionnelle).** Ce chiffre fait bonne figure, comparés aux 36% de taux d'équipement chez les particuliers.

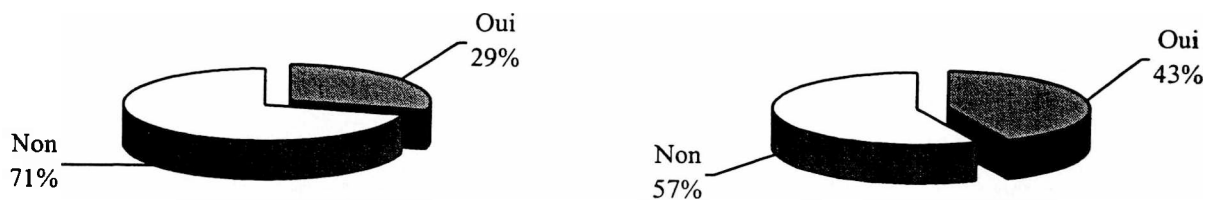
Parmi les seuls actifs, le taux d'utilisation d'un ordinateur à titre professionnel atteint 43% (Graphique 25). Prosper Eckart et John Mauchly (les inventeurs du premier ordinateur en 1946) n'avaient sûrement pas imaginé que près de la moitié des individus utiliseraient un ordinateur dans le cadre de leur activité professionnelle, un demi-siècle plus tard.

Graphique 25

Utilisez-vous un micro-ordinateur à votre bureau, sur votre lieu de travail ou sur votre lieu d'études ?

– Champ : ensemble de la population –

– Champ : ensemble des actifs, soit 57 % de la population –



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Les services représentent environ 70% de l'emploi total en France. **Dans cet univers où la gestion et le traitement de l'information occupent la plupart des actifs, l'utilisation d'un micro-ordinateur est monnaie courante.** On peut très bien imaginer que cette tendance se poursuive encore longtemps. En tout état de cause, **nous ne sommes plus très loin du moment où plus de la moitié des actifs se serviront quotidiennement de l'informatique dans le cadre de leur activité professionnelle.**

b) *L'utilisation au travail est le privilège des classes supérieures*

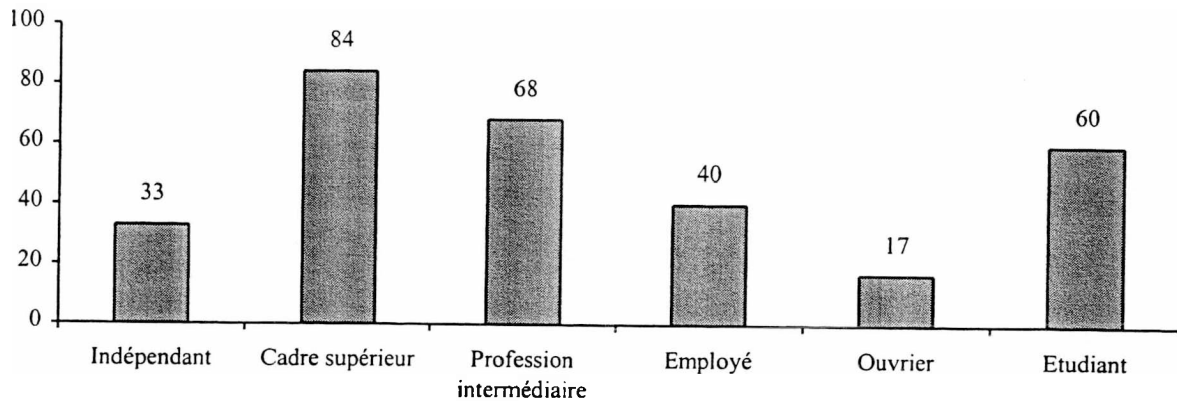
A l'école ou à l'université, la majorité des étudiants utilisent un micro-ordinateur (60%, Graphique 26). Bien que plus élevée que chez les actifs, cette proportion nous paraît relativement faible. En effet, **le monde qui se prépare sera vraisemblablement encore plus orienté vers les services et la gestion de l'information.** Est-il donc raisonnable de propulser 40% des étudiants dans la vie active sans les avoir familiarisés avec l'ordinateur ?

Dans les entreprises et les administrations, les disparités sont considérables : 84% des cadres supérieurs utilisent un micro-ordinateur, de même que 68% des professions intermédiaires, contre seulement 17% des ouvriers et 33% des travailleurs indépendants.

Ces écarts s'expliquent, en partie, par la **spécialisation des tâches** de chacun : **les cadres occupent des fonctions où l'organisation et la gestion de l'information jouent un grand rôle** (communication, stratégie, logistique, salaires, comptabilité, organisation des temps de travail, planification des tâches, coordination des équipes, etc.), tandis que **les ouvriers, même spécialisés, se consacrent plus précisément aux tâches d'exécution, n'impliquant pas nécessairement l'intervention de l'informatique**¹⁵.

¹⁵ Tous les ouvriers n'utilisent pas nécessairement de machines à commande numérique, même si leur usage se développe régulièrement.

Graphique 26
Proportion d'individus qui utilisent un micro-ordinateur sur leur lieu de travail ou d'études
(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Dans l'univers professionnel, les femmes utilisent aussi souvent un micro-ordinateur que les hommes (Graphique 27). La remarque vaut d'être relevée, car il n'en est pas de même à domicile. Il faut dire que les femmes sont sur-représentées dans les emplois de services.

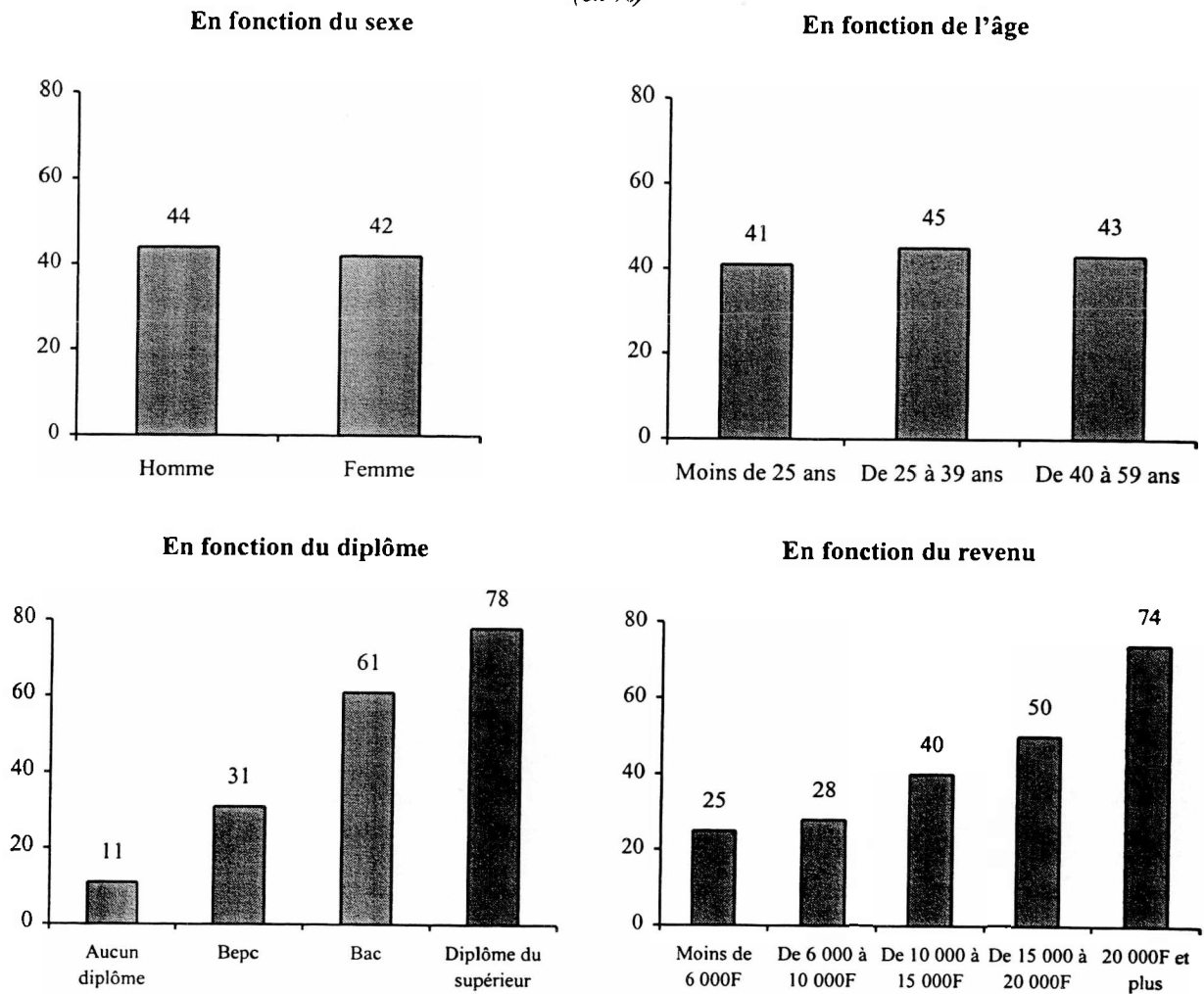
Dans le même registre, les moins de 25 ans n'utilisent pas plus fréquemment l'informatique que les 40-60 ans : les effets d'âge que l'on observe dans le taux d'équipement à domicile n'existent donc pas dans le monde du travail.

En revanche, le niveau de diplôme génère des écarts considérables dans le taux d'utilisation : 78% pour les diplômés du supérieur, contre 11% chez les non-diplômés. **Visiblement, l'informatique est le privilège du personnel qualifié.** C'est sans doute ce qui explique que les plus hauts revenus soient plus souvent utilisateurs par rapport aux bas revenus.

Graphique 27
Proportion d'individus qui utilisent un micro-ordinateur sur leur lieu de travail

– Champ : ensemble des actifs, soit 57% de la population –

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Tableau 13
Taux d'utilisation d'un micro-ordinateur sur le lieu de travail
 – Champ : ensemble des actifs, soit 57% de l'ensemble de la population –

(en %)

	Oui	Non	Total (y c. nsp)
Sexe			
Homme	44	56	100
Femme	42	58	100
Age			
Moins de 25 ans	41	59	100
De 25 à 39 ans	45	55	100
De 40 à 59 ans	43	57	100
De 60 à 69 ans	12	88	100
Diplôme			
Aucun, cep	11	89	100
Bepc	31	69	100
Bac	61	39	100
Diplôme du supérieur	78	22	100
Profession			
Indépendant	33	67	100
Cadre supérieur	84	16	100
Profession intermédiaire	68	32	100
Employé	40	60	100
Ouvrier	17	83	100
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	25	75	100
De 6 000 à 10 000 F	28	72	100
De 10 000 à 15 000 F	40	60	100
De 15 000 à 20 000 F	50	50	100
20 000 F et plus	74	26	100
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	38	62	100
De 2 000 à 20 000 habitants	28	72	100
De 20 000 à 100 000 habitants	42	58	100
100 000 habitants et plus	48	52	100
Paris et aggl. parisienne	60	40	100
Région de résidence			
Région parisienne	55	45	100
Nord	41	59	100
Est	39	61	100
Bassin parisien	35	65	100
Ouest	33	67	100
Sud-ouest	44	56	100
Centre est	51	49	100
Méditerranée	41	59	100
Ensemble de la population	43	57	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

c) *Les personnes qui utilisent un ordinateur à leur travail bénéficient de rémunérations supérieures*

L'utilisation d'un ordinateur au travail se révèle, en fait, être doublement discriminante. En premier lieu, le fait même de disposer d'un micro-ordinateur permet de se démarquer symboliquement de ceux qui n'en ont pas : l'effet *signifiant* est d'autant plus fort que les utilisateurs sont minoritaires. Ensuite, il s'avère que les personnes qui disposent d'un micro-ordinateur au bureau perçoivent un revenu supérieur de 53 % par rapport à ceux qui n'en disposent pas (Tableau 14).

Tableau 14
Revenu individuel moyen, selon le fait de disposer ou non d'un micro-ordinateur au travail¹⁶

– Champ : ensemble des actifs –

	Revenu moyen	
	en Francs	en indice
Dispose d'un micro-ordinateur au bureau	10276	153
Ne dispose pas d'un micro-ordinateur au bureau	6730	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français », début 2001.

Bien sûr, cet écart reflète avant tout un effet de structure. Si les utilisateurs d'un ordinateur sont payés plus chers que les non-utilisateurs, c'est essentiellement parce que les cadres supérieurs et les diplômés sont sur-représentés dans ce groupe. En vérité, lorsqu'on raisonne à âge égal¹⁷ et à profession identique¹⁸, les utilisateurs de PC au bureau perçoivent des rémunérations supérieures de 16 % à celles des non-utilisateurs.

Une autre manière de rendre compte de cet effet propre de l'utilisation du micro-ordinateur sur le niveau de rémunérations consiste à dire que les individus qui sont équipés au bureau ont 2,6 fois plus de chances de percevoir plus de 10 000 F par mois que ceux qui ne le sont pas¹⁹. Inversement, la probabilité de gagner moins de 5 000 F par mois est 3,3 fois plus élevée lorsqu'on ne dispose pas de micro-ordinateur à son travail.

¹⁶ Les salaires moyens par catégories socio-démographiques, selon que l'on utilise ou non un micro-ordinateur, figurent au Tableau 33, en annexe (p. 120).

¹⁷ L'âge est effectivement un élément déterminant du niveau de salaire.

¹⁸ Le Tableau 53, figurant en annexe (p. 141), présente les résultats détaillés de l'estimation économétrique utilisée à cet effet.

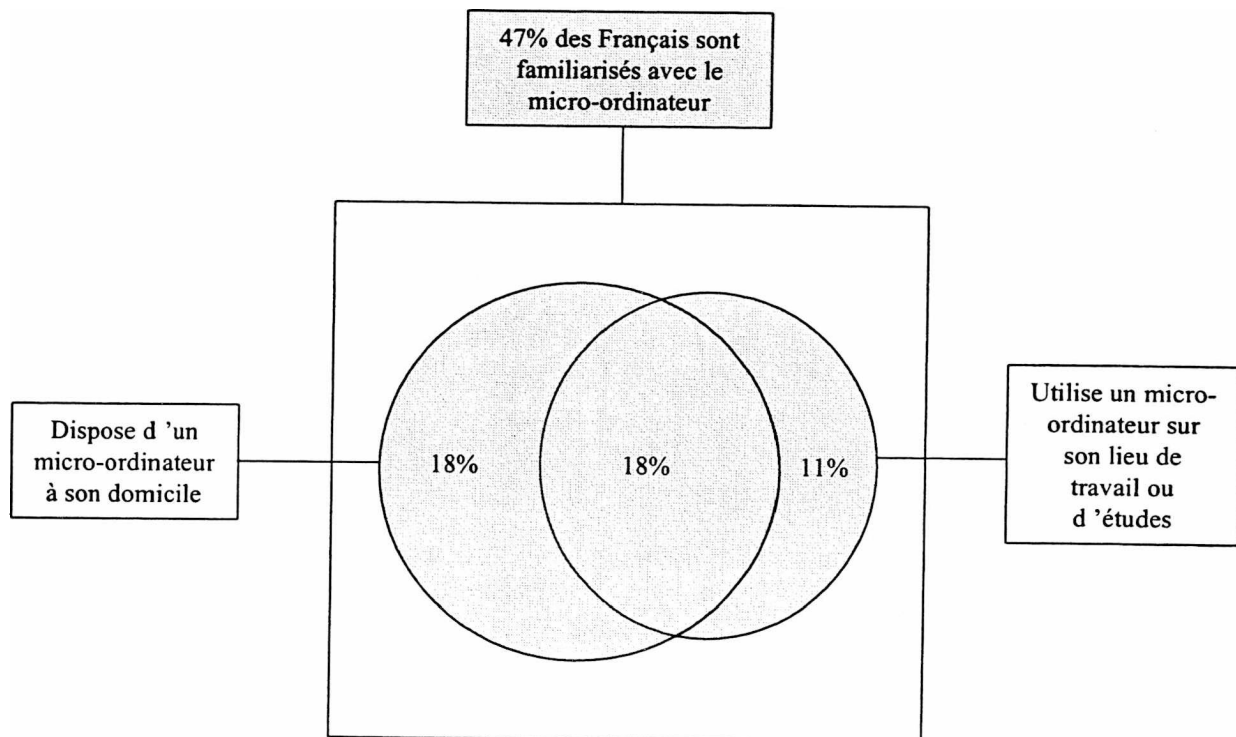
¹⁹ Le Tableau 52, figurant en annexe (p. 140), présente les résultats détaillés de la régression logistique utilisée à cet effet.

3. Au total, un Français sur deux est familiarisé avec l'ordinateur

En juin 2001, 47% de la population sont familiarisés avec un micro-ordinateur, que ce soit sur le lieu de travail, sur le lieu d'études, ou à domicile (Graphique 28). Dans le détail, 18% des Français n'en disposent qu'à leur domicile ; 18% en bénéficient non seulement à leur domicile, mais également sur leur lieu de travail ou d'études ; 11% ne l'utilisent que sur leur lieu de travail ou d'études.

En d'autres termes, on a plus de chances d'être équipé d'un micro-ordinateur à domicile lorsqu'on en utilise au bureau (probabilité de 62%), que d'en utiliser un sur le lieu de travail quand on en possède un à la maison (probabilité de 50%). Cet écart de probabilité confirme l'intuition suivant laquelle la diffusion de l'informatique se fait de l'entreprise vers les particuliers, et non l'inverse.

Graphique 28
La moitié des Français sont familiarisés avec le micro-ordinateur



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Lecture : De gauche à droite : 18% des Français ne disposent d'un micro-ordinateur qu'à leur domicile ; 18% en bénéficient non seulement à leur domicile, mais également sur leur lieu de travail ou d'études ; 11% n'utilisent un micro-ordinateur que sur leur lieu de travail ou d'études.

Dans l'ensemble, plus de neuf cadres supérieurs sur dix ont accès à un micro-ordinateur, que ce soit sur leur lieu de travail ou à leur domicile (92% exactement, Graphique 29) ; 83%

des membres de professions intermédiaires en bénéficient également, de même que 79% des étudiants, 86% des titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois et 83% des diplômés du supérieur.

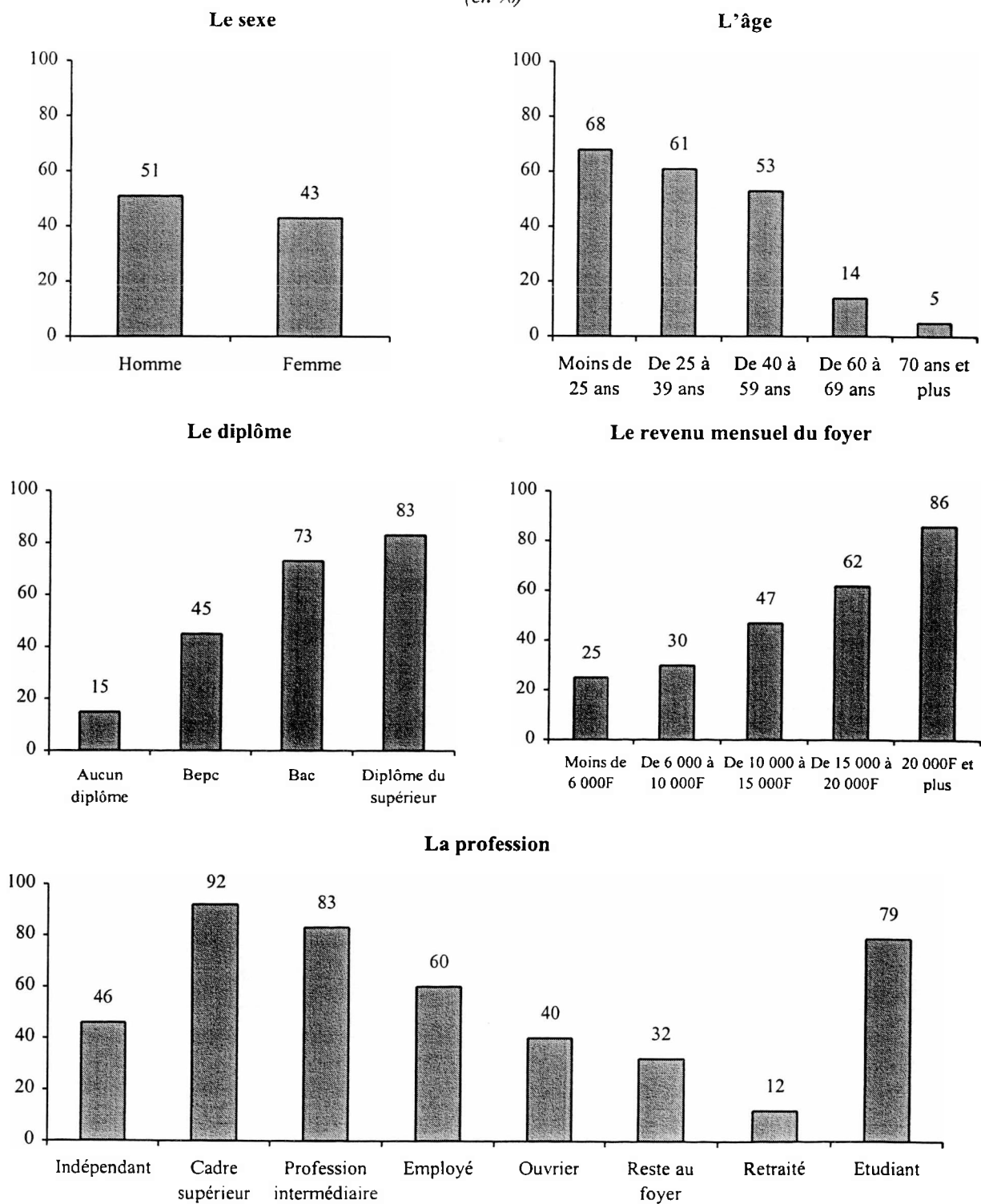
A côté, seulement 12% des retraités, 5% des plus de 70 ans, 15% des non-diplômés, 25% des titulaires de revenus inférieurs à 6 000 F par mois et 32% des femmes au foyer sont familiarisés avec un ordinateur.

Les effets les plus discriminants sont liés à l'activité professionnelle, au revenu et au niveau de diplôme. L'âge joue aussi, mais il trace essentiellement une ligne de démarcation entre les retraités et les plus jeunes.

En définitive, **les écarts sont, dans certains cas, très importants, et l'on ne voit pas bien comment ils pourraient se réduire rapidement** (contrairement à ce qui se produit avec le téléphone mobile). En effet, **le taux d'accès au micro-ordinateur dans le monde du travail dépend de facteurs structurels, qui ne pourront évoluer que lentement**, notamment avec l'évolution du contenu des tâches de chacun dans l'entreprise, au fur et à mesure que la part des services prendra de l'importance dans les métiers. Ces changements sont progressifs, et il sera intéressant de suivre l'évolution comparée du taux d'accès à un micro-ordinateur en entreprise, afin de déterminer si le travail peut rester un élément moteur de la diffusion de l'informatique en France. **Du côté des particuliers, les forces qui entretiennent les inégalités d'accès sont encore puissantes, et notamment l'effet revenu** : tant que le micro-ordinateur restera à des niveaux de prix élevés, il y a fort à parier que le « fossé numérique » ne se comblera pas.

Graphique 29
Taux d'accès à un micro-ordinateur (chez soi, au travail ou à l'université), selon...²⁰

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

²⁰ Les résultats complets, notamment en fonction de la taille d'agglomération et de la région de résidence, figurent au Tableau 34 en annexe (p.121).

Le Tableau 15 montre que **l'utilisation d'un micro-ordinateur au travail n'est pas la seule courroie de transmission du taux d'équipement des ménages**. Pour preuve : 23% des ouvriers utilisent un poste exclusivement à leur domicile, alors qu'ils ne sont que 11% à l'utiliser uniquement au travail. Les employés aussi sont plus nombreux à utiliser un ordinateur personnel chez eux qu'à leur bureau. Cela revient à dire qu'il y a bien **une envie de posséder cet outil, à titre individuel**, en dehors du fait que l'on en soit équipé sur son lieu de travail.

Peut-être assiste-t-on là à la séparation des usages du micro-ordinateur dans la sphère des particuliers et dans la sphère professionnelle ? Ce changement intervient au moment où les fonctionnalités du PC se diversifient tous azimuts : il n'était d'abord qu'un calculateur ; il permet aujourd'hui de communiquer par Internet avec ses proches, d'écouter de la musique, de visionner des films, d'archiver ses photographies, de monter des films vidéos, de se documenter et de s'informer grâce aux CD-Rom, de se divertir grâce aux jeux, de proposer des activités d'éveil aux enfants du plus jeune âge, etc. Tous ces aspects ont de quoi séduire les particuliers.

Tableau 15
Proportion d'individus qui utilisent un micro-ordinateur ...

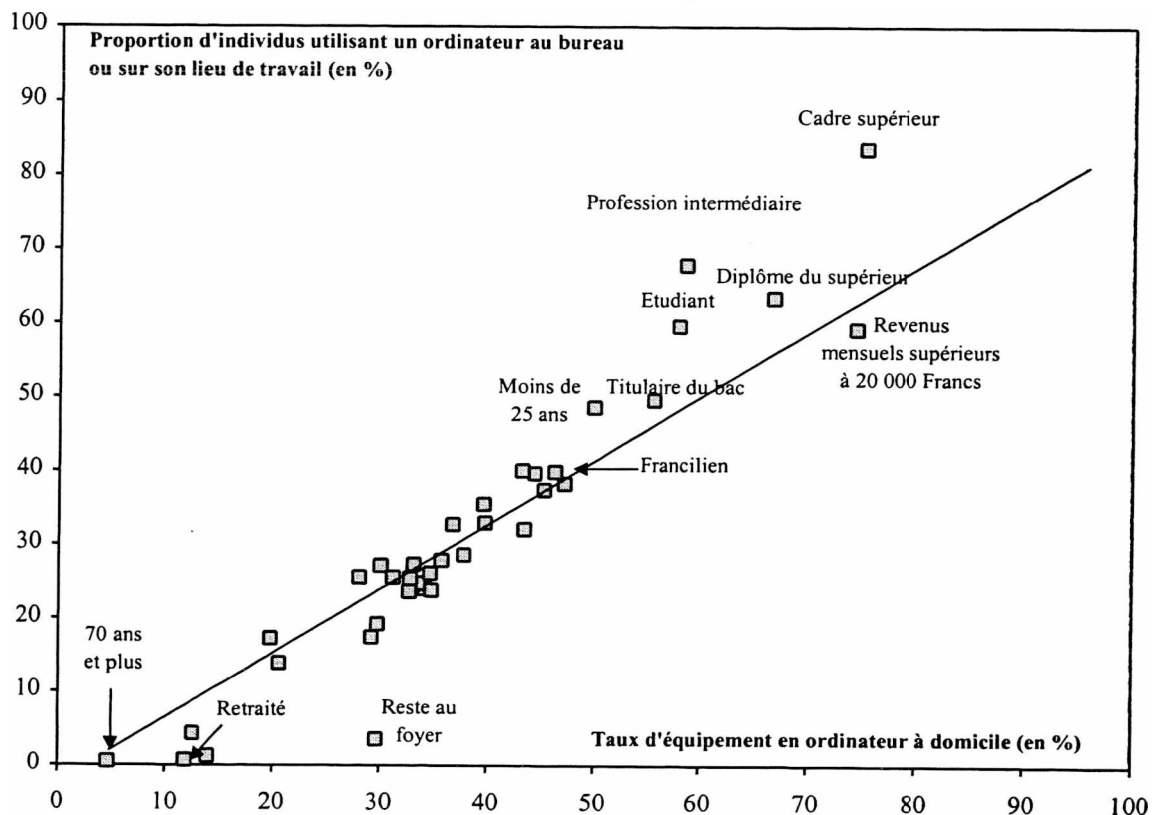
(en %)

	Au domicile exclusivement	Au travail exclusivement	Au travail et au domicile	N'utilise pas de micro- ordinateur	Total (y c. nsp)
Sexe					
Homme	16	12	22	49	100
Femme	19	9	15	57	100
Age					
Moins de 25 ans.....	20	19	30	32	100
De 25 à 39 ans	22	17	23	39	100
De 40 à 59 ans	20	9	23	47	100
De 60 à 69 ans	13	0	1	86	100
70 ans et plus	4	-	1	95	100
Diplôme					
Aucun, cep.....	10	2	2	85	100
Bepc.....	21	12	13	55	100
Bac.....	23	17	32	27	100
Diplôme du supérieur	20	16	47	17	100
Profession					
Indépendant.....	13	9	24	54	100
Cadre supérieur	8	17	67	8	100
Profession intermédiaire.....	15	24	44	17	100
Employé	20	17	23	40	100
Ouvrier	23	11	6	60	100
Reste au foyer.....	28	2	1	68	100
Retraité	11	-	1	88	100
Etudiant	20	21	38	21	100
Revenu mensuel du foyer					
Moins de 6 000 F.....	12	5	9	75	100
De 6 000 à 10 000 F	13	11	7	70	100
De 10 000 à 15 000 F	19	11	17	53	100
De 15 000 à 20 000 F	24	15	23	38	100
20 000 F et plus	26	11	48	14	100
Taille d'agglomération					
Moins de 2 000 habitants.....	18	9	17	56	100
De 2 000 à 20 000 habitants	20	9	10	61	100
De 20 000 à 100 000 habitants	17	14	11	58	100
100 000 habitants et plus	18	11	22	49	100
Paris et aggl. parisienne.....	17	10	30	43	100
Région de résidence					
Région parisienne	17	9	28	45	100
Nord.....	16	11	15	58	100
Est.....	21	12	17	50	100
Bassin parisien.....	18	10	15	57	100
Ouest.....	19	10	13	57	100
Sud-ouest.....	12	10	18	60	100
Centre est.....	18	14	22	47	100
Méditerranée.....	21	10	14	55	100
Ensemble de la population.....	18	11	18	53	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Une chose est sûre, cependant, le taux d'équipement à domicile est très lié à l'utilisation sur son lieu de travail ou d'études. En d'autres termes, **on est rarement indifférent à l'outil lorsqu'on l'utilise quotidiennement pour son travail**. Il suffit d'ailleurs d'observer le Graphique 30 pour constater cette étroite corrélation.

Graphique 30
La corrélation entre une utilisation de l'ordinateur sur le lieu de travail et son adoption à domicile



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Lecture : Les cadres supérieurs utilisent souvent un micro-ordinateur au travail, ils en sont également fréquemment équipés à domicile. Pour simplifier la lisibilité du graphique, nous n'avons pas fait apparaître les libellés associés à chaque point du graphique.

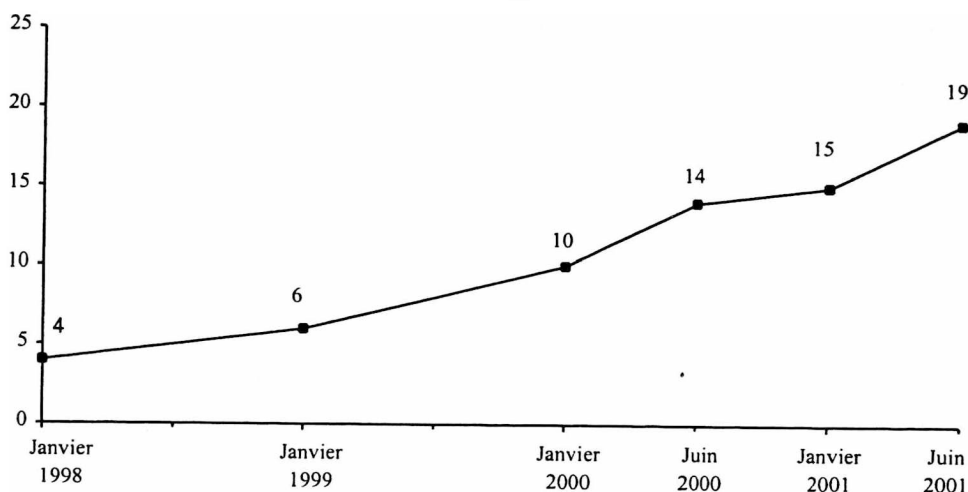
Chapitre 3. Un Français sur trois a accès à Internet

1. Les moyens d'accéder à Internet

a) *Près d'une personne sur cinq dispose d'une connexion à domicile*

Au mois de juin 2001, près d'un Français sur cinq dispose, chez lui, d'un accès à Internet (Graphique 31). Après avoir marqué une légère pause en janvier 2001, le taux de connexion à domicile est donc reparti de plus belle six mois plus tard. Depuis 1999, le rythme de diffusion est particulièrement soutenu ; il n'est certes pas aussi vif que le taux de croissance du téléphone mobile, mais il est indubitablement plus élevé que celui du micro-ordinateur.

Graphique 31
Proportion d'individus ayant, à leur domicile, une connexion à Internet
(en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Si l'on en croit les intentions d'achat, il faudrait même s'attendre à une nouvelle accélération dans l'année qui vient, puisque 9% des enquêtés pensent se connecter d'ici 12 mois (Tableau 16). Cela ferait donc 28% de taux d'équipement en juin 2002.

Rappelons cependant, pour relativiser ces déclarations, que 8% des Français envisageaient, en juin 2000, de s'équiper dans les six mois, alors que le taux de connexion n'a effectivement augmenté que d'un point en janvier 2001.

Tableau 16
Pensez-vous vous connecter à Internet, chez vous, dans les 12 prochains mois ?

– Champ : ensemble de la population –

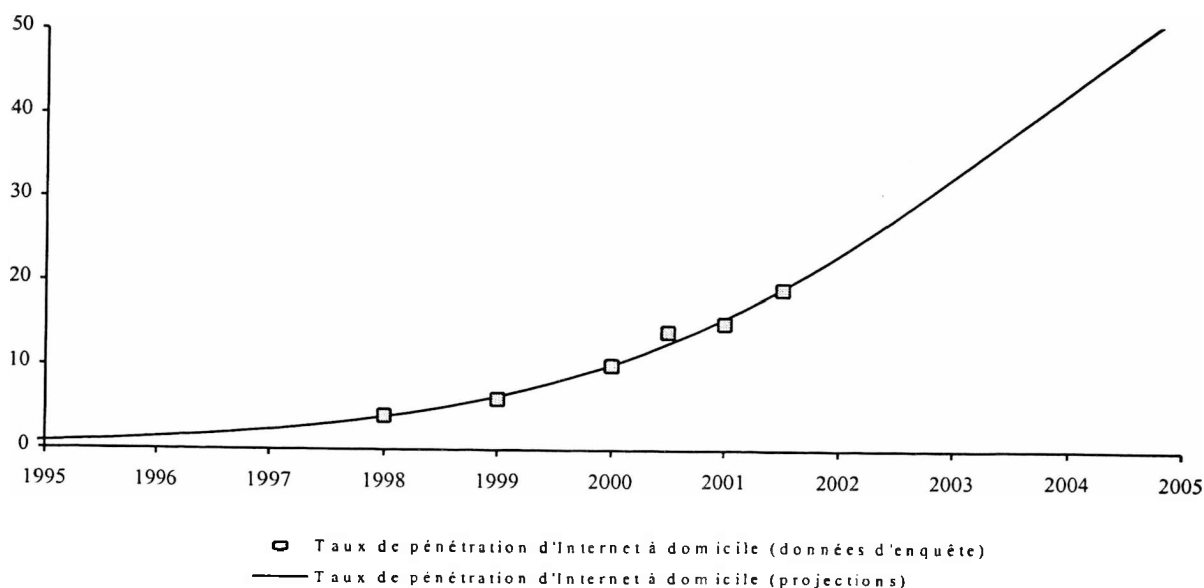
	(en %)
Est déjà connecté	19
Oui, envisage de se connecter	9
Non, n'a pas l'intention de se connecter	68
Ne sait pas	3
Total	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Quoi qu'il en soit, Internet se diffuse aujourd'hui très rapidement dans les foyers. **A ce rythme, le taux de pénétration pourrait atteindre 25% dans un an, 30% en 2003 et 40% en 2004** (Graphique 32). Ces chiffres reposent sur une extrapolation de la tendance observée depuis 1997²¹.

Graphique 32
Projection du taux pénétration d'Internet à domicile

(en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

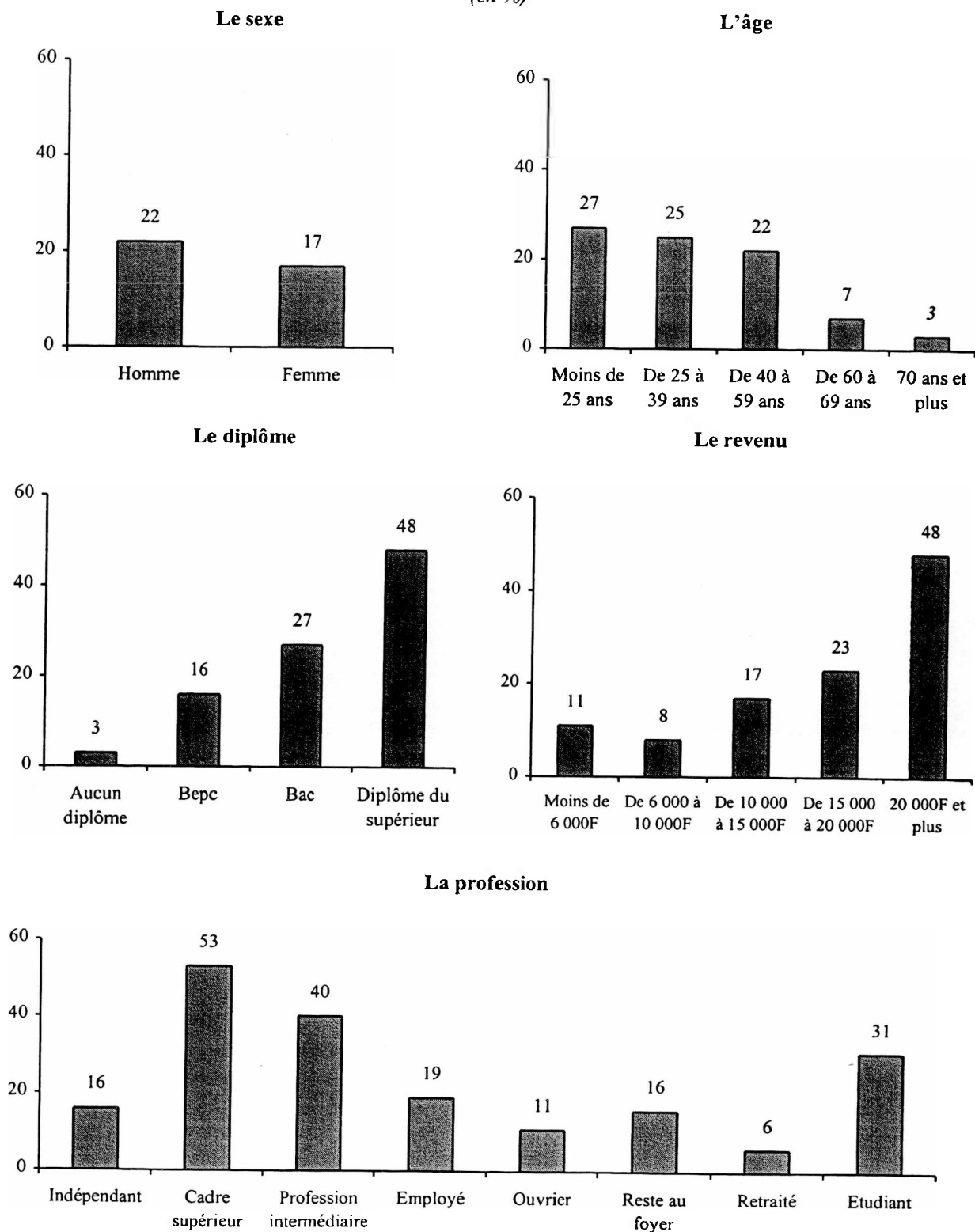
²¹ Comme pour le téléphone mobile et le micro-ordinateur, nous avons estimé économétriquement les paramètres d'une courbe logistique.

Selon ces estimations, **le nombre d'accès à Internet pourrait, d'ici quatre ans, dépasser le nombre de micro-ordinateurs détenus par les particuliers.** Or, jusqu'à présent, l'ordinateur a été quasiment la seule porte d'accès à Internet. Son dépassement nécessiterait que d'autres moyens de connexion se diffusent en parallèle : télévision, téléphone mobile, console de jeux, etc. **Le développement de nouveaux « portails » nous paraît inéluctable, étant donné l'intensité de la demande d'Internet,** et sachant que les ordinateurs resteront longtemps inaccessibles à une grande partie de la population (à moins d'un changement radical dans la politique des prix des constructeurs et des distributeurs).

Toujours est-il qu'aujourd'hui, l'accès à Internet à son domicile est avant tout une question de diplôme, de revenus, mais aussi de profession. Quelques exemples : 53% des cadres supérieurs et 40% des professions intermédiaires disposent d'une connexion Internet chez eux ; 48% des titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois sont également équipés, comme 48% des diplômés du supérieur (Graphique 33). A l'opposé, seuls 3% des non-diplômés, 6% des retraités, 8 à 11% des individus disposant de revenus inférieurs à 10 000 F par mois et 11% des ouvriers disposent d'une connexion chez eux.

Graphique 33
Proportion d'individus disposant d'une connexion à Internet à domicile, selon...²²

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

²² Les résultats complets figurent dans le Tableau 36, en annexe (p.123).

Les écarts entre les groupes sont importants : ils reflètent *grosso modo* ceux que l'on constate à propos du micro-ordinateur, en les amplifiant légèrement. En outre, les nouveaux internautes ont essentiellement été recrutés, cette année, parmi les groupes qui étaient déjà « en avance » (moins de 25 ans : +12 points ; diplômés du supérieur : +12 points ; professions intermédiaires : +16 points ; étudiants : +11 points ; 20 000 F et plus : +11 points)²³.

Comme c'est souvent le cas, lorsqu'une innovation est lancée sur le marché, ce sont souvent les individus les plus favorisés qui l'expérimentent en premier. Reste à savoir si le « fossé numérique » qui sépare les classes supérieures des classes populaires peut être comblé, et dans quels délais. Pour Internet, comme pour le micro-ordinateur, le rattrapage n'est manifestement pas pour demain : ce sont encore les groupes les plus souvent connectés qui envisagent d'obtenir un accès à Internet dans les douze prochains mois (les cadres supérieurs en tête, cf. Tableau 37, p.124).

b) *17% des Français ont accès à Internet sur leur lieu d'activité*

Tandis que le taux d'équipement à Internet dans les foyers est passé de 14% à 19% de juin 2000 à juin 2001, le taux d'accès sur les lieux du travail ou d'études n'a gagné que 2 points, passant de 15% à 17% sur la même période. Mais c'est surtout la diffusion d'Internet dans les entreprises et les administrations qui progresse peu (+2 points, Tableau 17), alors que 54% des étudiants sont aujourd'hui connectés à leur université ou leur école, contre 37% il y a un an ! On mesure ici l'effort accompli dans l'enseignement supérieur.

²³ Cf. Tableau 36 en annexe (p. 123)

Tableau 17
Proportion d'individus ayant à leur bureau, sur leur lieu de travail ou sur leur lieu d'études
une connexion ou un accès à Internet

	(en %)	
	juin 2000	juin 2001
Actifs.....	21	23
Etudiants.....	37	54
Ensemble de la population.....	15	17

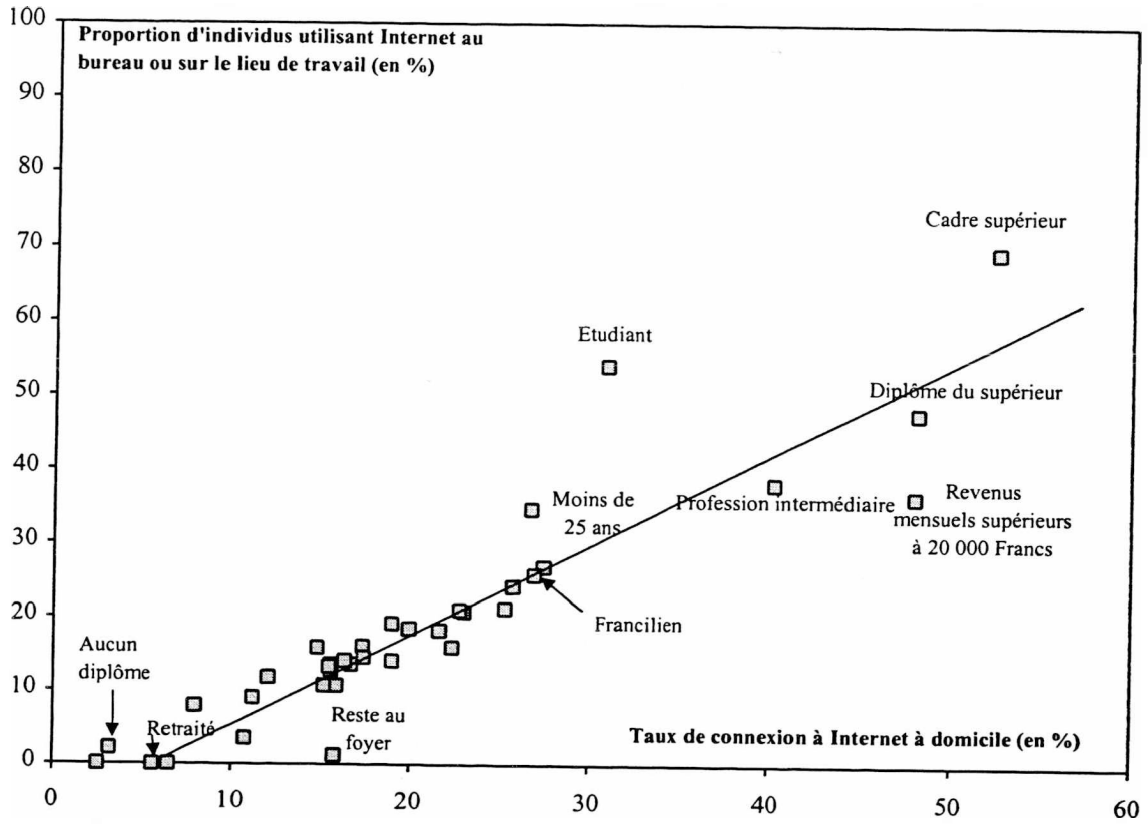
Source : CREDOC, Enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Internet, dont on attendait qu'il révolutionne le fonctionnement de l'entreprise (à travers le développement du *business to business*, l'accélération des échanges d'informations entre les différents partenaires commerciaux, l'amélioration de la coordination des opérations à distance, etc.), ne semble pas trouver sa place aussi rapidement qu'auprès des particuliers.

Comme pour le micro-ordinateur, **les accès à Internet au travail reflètent surtout des effets de diplôme, de revenu et de profession**. Ni l'âge, ni le sexe n'interviennent ici : 69% des cadres supérieurs sont connectés (Graphique 35), de même que 57% des diplômés du supérieur et 45% des titulaires de revenus dépassant les 20 000 F par mois. Dans le monde professionnel, les non-diplômés (5%), les titulaires de revenus de moins de 10 000 F par mois (12 à 15%), les ouvriers (4%) et les indépendants (14%) n'ont pas pris le train en marche.

A l'instar du micro-ordinateur, on constate une étroite corrélation entre l'utilisation d'Internet sur son lieu d'activité et son adoption à domicile (Graphique 34).

Graphique 34
La corrélation entre une utilisation d'Internet sur le lieu de travail et son adoption à domicile



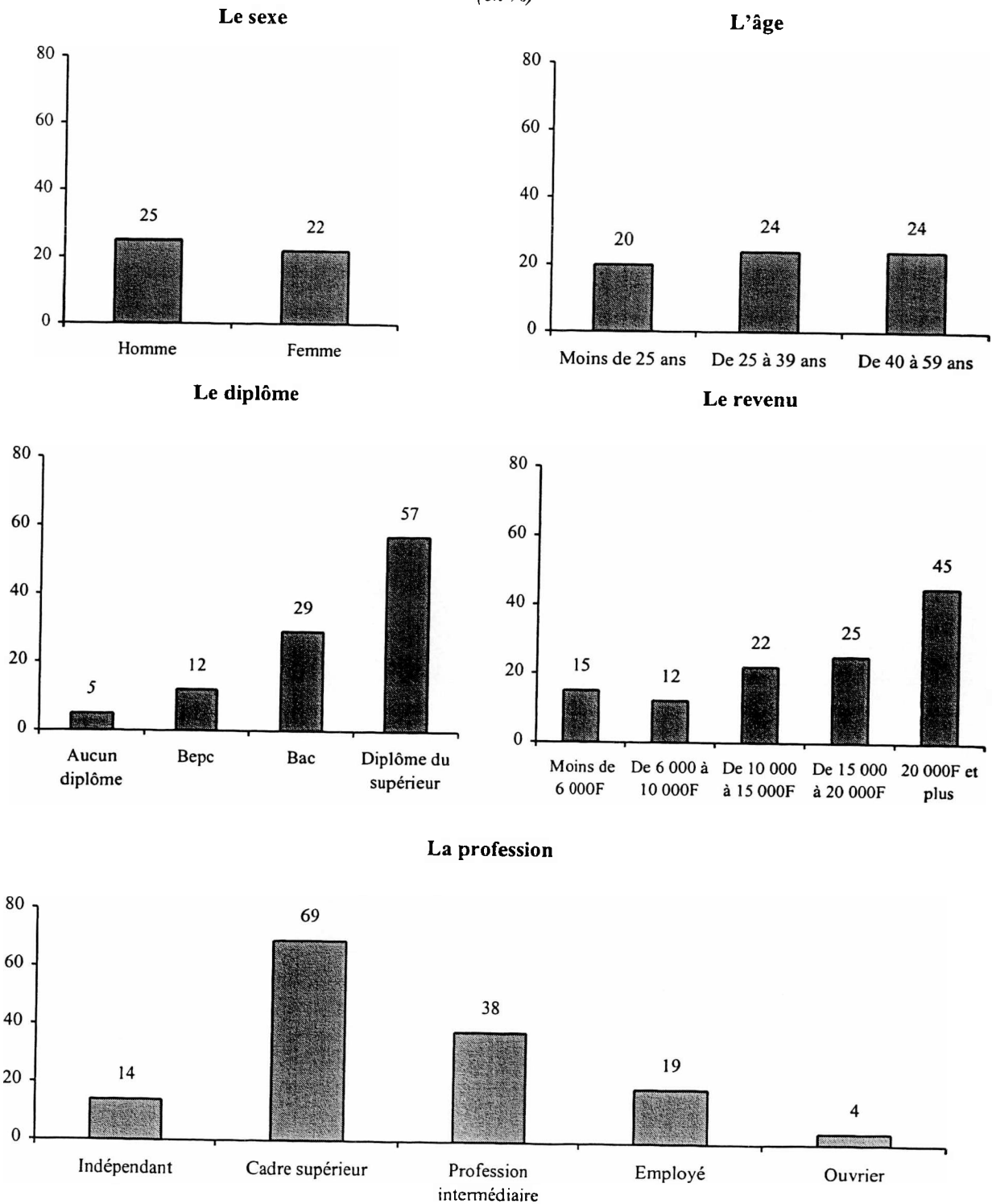
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Lecture : Les cadres supérieurs utilisent souvent Internet au travail ; ils en sont également fréquemment équipés à domicile. Pour simplifier la lisibilité du graphique, nous n'avons pas fait apparaître les libellés associés à chaque point du graphique.

Graphique 35
Proportion d'individus disposant d'une connexion à Internet à leur bureau,
sur leur lieu de travail ou sur leur lieu d'études, selon...²⁴

–Champ : ensemble des actifs, soit 57 % de la population –

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

²⁴ Les résultats complets figurent dans le Tableau 38, en annexe (p.125).

c) *Plus d'une personne sur dix s'est déjà connectée dans un lieu public*

Ce canal d'accès est souvent négligé dans les enquêtes, et pourtant, force est de constater que **plus d'une personne sur dix se connecte aujourd'hui dans un lieu public**, qu'il s'agisse d'une bibliothèque, d'un cyber café, d'un cyber bus, d'un bureau de Poste, etc. (Tableau 18). En vérité, la moitié d'entre eux ne peuvent surfer sur Internet que dans des lieux publics, car ils n'y ont pas accès à domicile, ni au travail, ni à l'université. **Si ces « portails » publics n'existaient pas, la France compterait près de deux millions d'Internautes en moins.**

Tableau 18
Vous êtes-vous déjà personnellement connecté à Internet dans un lieu public
(bibliothèque, cyber café, bureau de poste, cyber bus...)

(en %)

	Ensemble de la population	Dont :		
		Dispose d'Internet à domicile	Dispose d'Internet au travail	Ne dispose pas d'Internet ni au travail, ni à domicile
Oui, très souvent	1	4	4	<i>0,4</i>
Oui, quelquefois	7	12	14	5
Oui, une seule fois.....	3	4	6	2
Non, jamais	89	80	76	92
Ne sait pas	-	-	-	-
Total	100	100	100	100

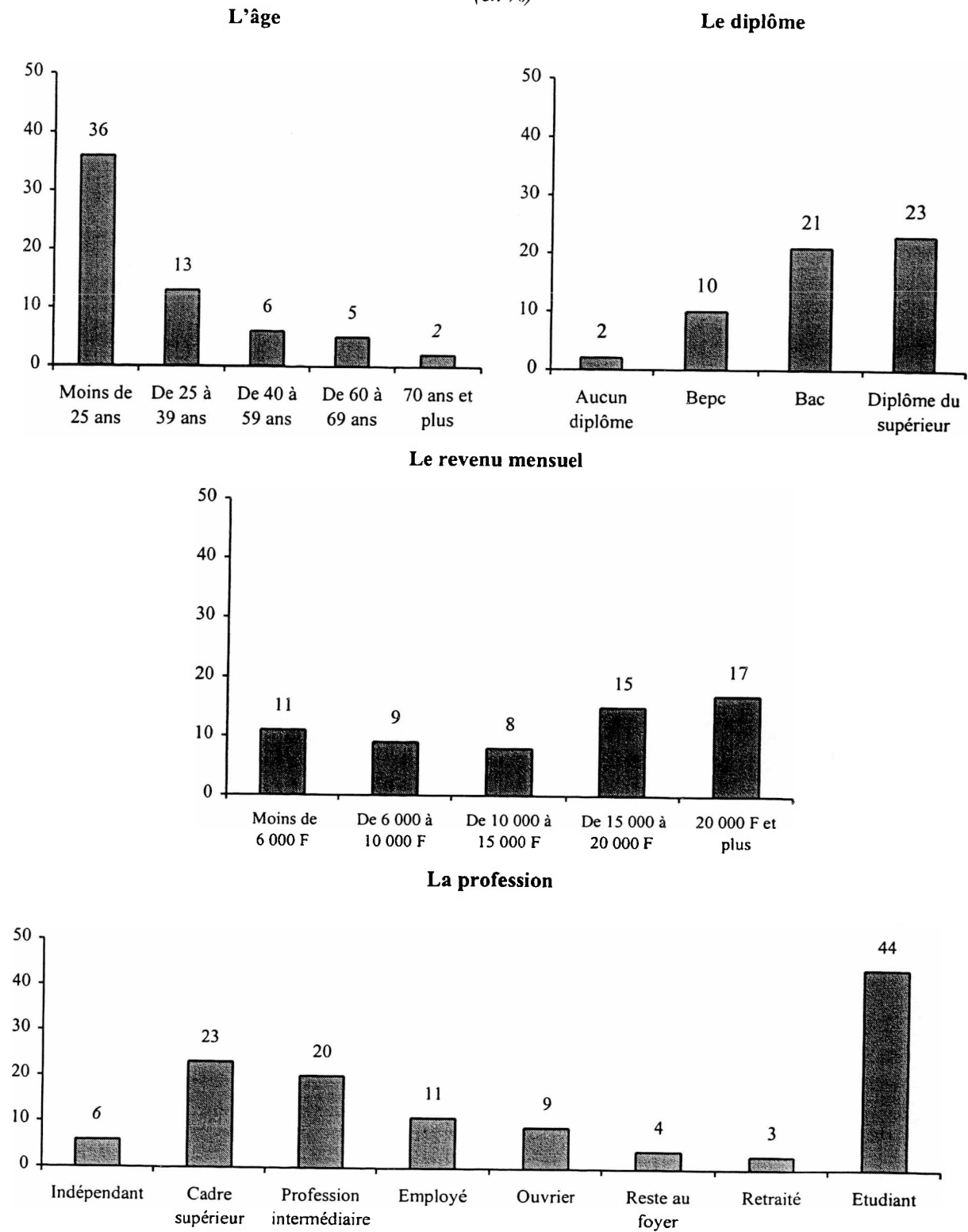
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

En vérité, ceux qui disposent déjà d'un accès à Internet, chez eux ou au travail, sont plus nombreux à se rendre dans les lieux publics (Tableau 18). **Ce sont, en premier lieu, des étudiants et des moins de 25 ans qui se connectent le plus souvent dans les lieux publics** (Graphique 36). Les chiffres parlent d'eux-mêmes : 44% des étudiants et 36% des moins de 25 ans sont déjà passés par un cyber café ou une bibliothèque. Quelques cadres aussi utilisent de temps en temps ce biais, mais dans une moindre proportion (20 à 23%).

On n'observe quasiment pas de différence selon le niveau de revenu. Les écarts sont nettement moins importants que dans l'accès à domicile : 11% des individus disposant de moins de 6 000 F par mois se connectent dans un lieu public, de même que 17% des titulaires de plus de 20 000 F par mois. **Ces lieux sont donc les rares endroits où le « fossé numérique » n'existe pas**, si ce n'est entre les générations, puisque les personnes âgées y sont encore très rares : 2 à 6% des plus de 40 ans (Graphique 36).

Graphique 36
Proportion d'individus s'étant déjà personnellement connectés à Internet dans un lieu public, selon...²⁵

(en %)



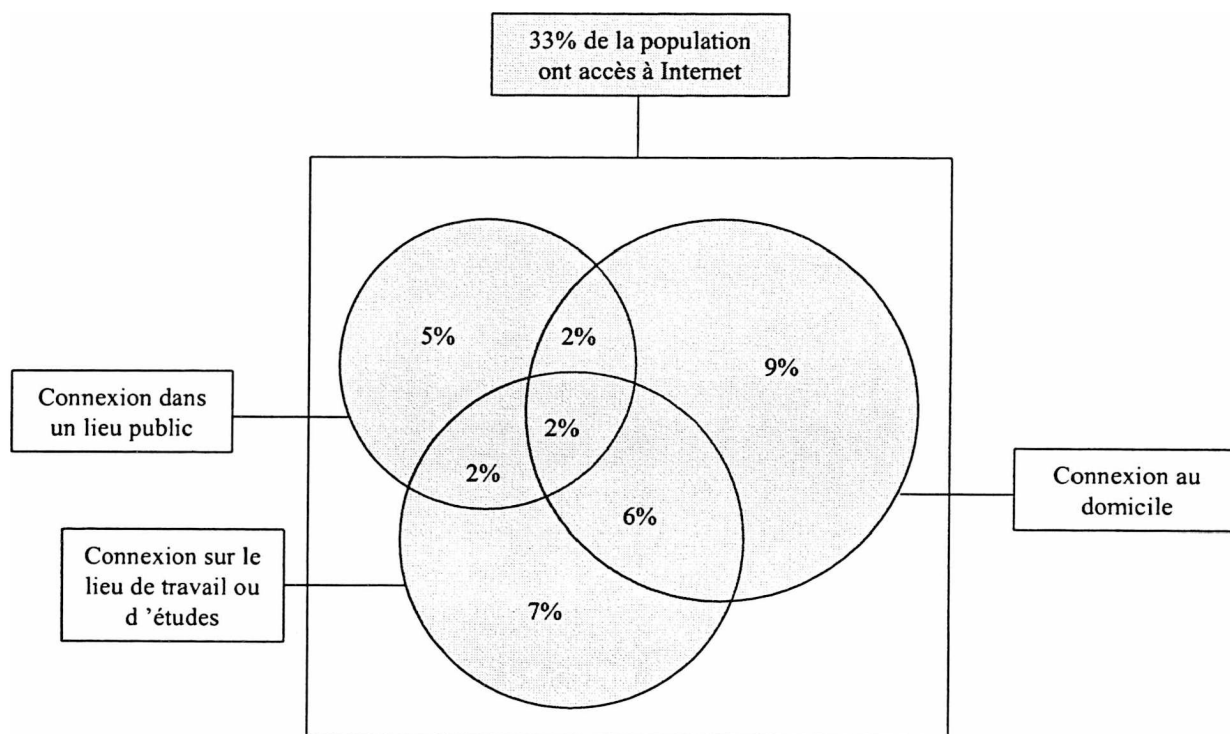
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

²⁵ Les résultats complets figurent dans le Tableau 40, en annexe (p.127).

d) *Au total, un Français sur trois est familiarisé avec Internet*

Entre les connexions à domicile, sur le lieu de travail, à l'université, ou dans tout autre lieu public, un Français sur trois est aujourd'hui « familiarisé » avec Internet (Graphique 37). Les différents lieux de connexion se recoupent en partie, mais ils ne se chevauchent pas entièrement, témoignant par là d'une certaine complémentarité.

Graphique 37
Les différents lieux de connexion à Internet



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Lecture : De gauche à droite, en commençant par le haut : 5% de la population ne se connectent que dans un lieu public ; 2% disposent d'Internet chez eux, mais se connectent aussi parfois dans un lieu public ; 9% n'ont accès au réseau que chez eux, etc.

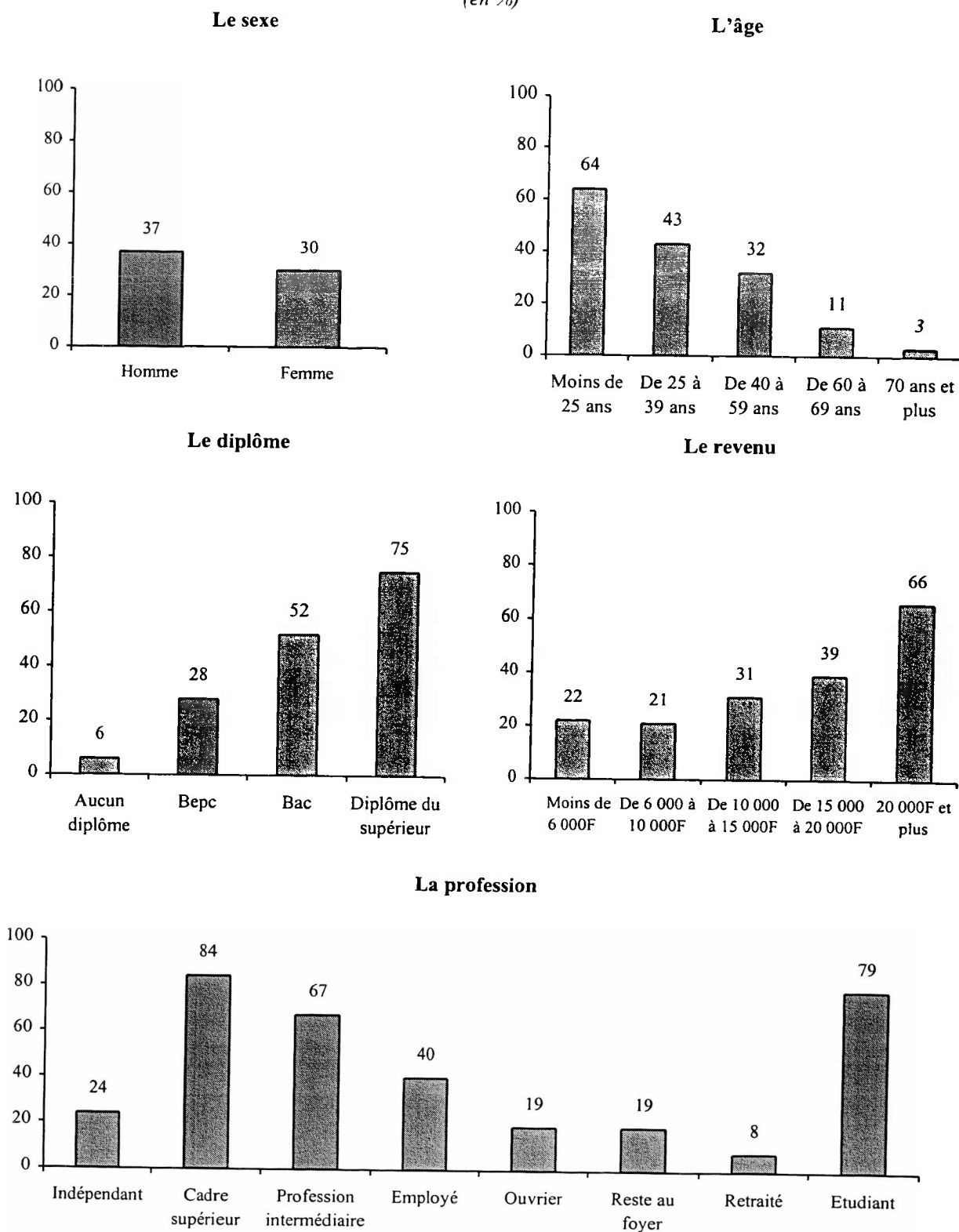
Les écarts dans les taux d'accès à Internet sont considérables, et les lieux publics ne compensent pas les inégalités que l'on constate dans le monde professionnel ou chez les particuliers (Graphique 38). Certains groupes sont ainsi deux fois plus souvent connectés qu'en moyenne : il s'agit des cadres supérieurs (84% de connectés !), des étudiants (79 %!), des diplômés du supérieur (75%), des professions intermédiaires (67%), des titulaires de revenus supérieurs à 20 000 F par mois dans leur foyer (66%) et des moins de 25 ans (64%).

Finalement, quasiment tous les cadres supérieurs ont déjà utilisé Internet. Pour eux, le Web fait partie intégrante de leur quotidien, personnel ou professionnel ; on peut penser qu'ils n'envisagent même pas revenir en arrière, et se passer définitivement de cet outil.

Pourtant, à côté d'eux, 95% des plus de 70 ans n'ont jamais eu accès à Internet ; 93% des non-diplômés ne se sont jamais connectés ; 91% des retraités, 81% des femmes au foyer, 81% des ouvriers ne surfent jamais sur la toile. **Les inégalités d'accès semblent vertigineuses.**

Graphique 38
Proportion d'individus disposant d'une connexion à Internet
(au domicile, au travail ou dans un lieu public), selon...²⁶

(en %)

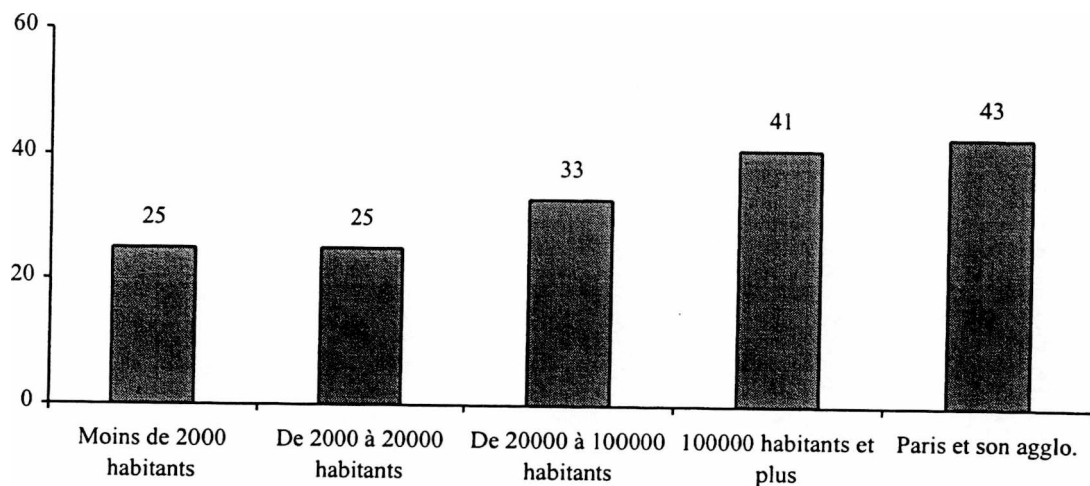


Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

²⁶ Les résultats complets figurent dans le Tableau 41, en annexe (p.128).

Le « fossé numérique » tient à la multiplicité des facteurs qui entrent en jeu : l'âge joue évidemment un grand rôle, mais les **revenus** influent également (tout le monde ne peut se permettre l'acquisition d'un ordinateur et d'un abonnement) ; la **situation professionnelle** est une autre source de disparités, de même que le **niveau de diplôme**. Le **lieu de résidence** est aussi un facteur discriminant : les Franciliens sont presque deux fois plus nombreux que les ruraux à être connectés (25%, contre 43%, Graphique 39).

Graphique 39
Proportion d'individus disposant d'une connexion à Internet (au domicile, au travail ou dans un lieu public), selon la taille de l'agglomération de résidence²⁷
(en %)



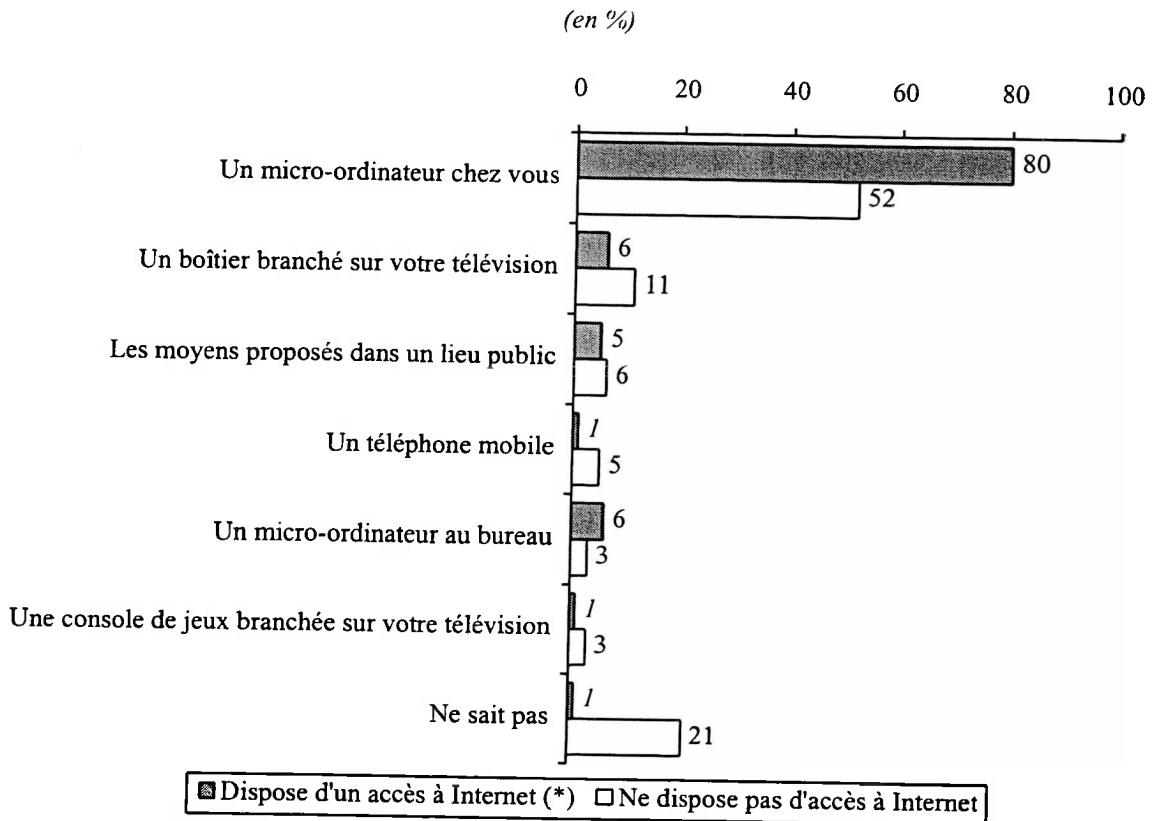
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

e) *Les internautes préfèrent passer par un ordinateur personnel à domicile*

Le micro-ordinateur coûte cher ; il n'est pas simple à installer, ni à utiliser ; il nécessite d'installer de nombreux accessoires et logiciels ; **mais les Français ne voient pas comment il serait possible de s'en passer pour se connecter à Internet**. En effet, 80% des internautes (qui ont accès à Internet chez eux, à leur travail ou dans un lieu public) estiment que l'ordinateur personnel à domicile est le meilleur moyen d'accéder à Internet. Le PC à domicile se positionne bien avant le boîtier branché sur la télévision (6%), le micro-ordinateur au bureau (6%), les moyens proposés dans un lieu public (5%), le téléphone mobile (1%) ou la console de jeux branchée sur la télévision (1%). Même chez les non-initiés, le micro-ordinateur arrive très largement en tête (Graphique 40).

²⁷ Les résultats complets figurent dans le Tableau 41, en annexe (p.128).

Graphique 40
Dans l'absolu, quel est le moyen, parmi ceux-ci, qui vous paraît personnellement le meilleur pour vous connecter à Internet ?



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.
 (*) Au domicile, au bureau ou dans un lieu public.

Pourquoi un tel plébiscite ? Faut-il en conclure qu'Internet et le micro-ordinateur sont définitivement liés entre eux ? Il est vrai que **de nombreuses utilisations d'Internet sont précisément liées aux fonctionnalités de l'ordinateur**. La correspondance par mail nécessite l'utilisation d'un clavier, et même les « fans » de la messagerie courte par mobile (*Short Message Service*) conçoivent la difficulté d'écrire plus de cinq lignes de texte à l'aide du clavier *numérique* de son téléphone mobile. Les lycéens ou les étudiants qui recherchent sur la toile des informations pour documenter leur dissertation ou leur rapport seraient bien malheureux de ne pouvoir y insérer directement certains éléments issus du Web. **La préférence pour l'ordinateur se justifie donc, dans certains cas, par sa complémentarité avec Internet.**

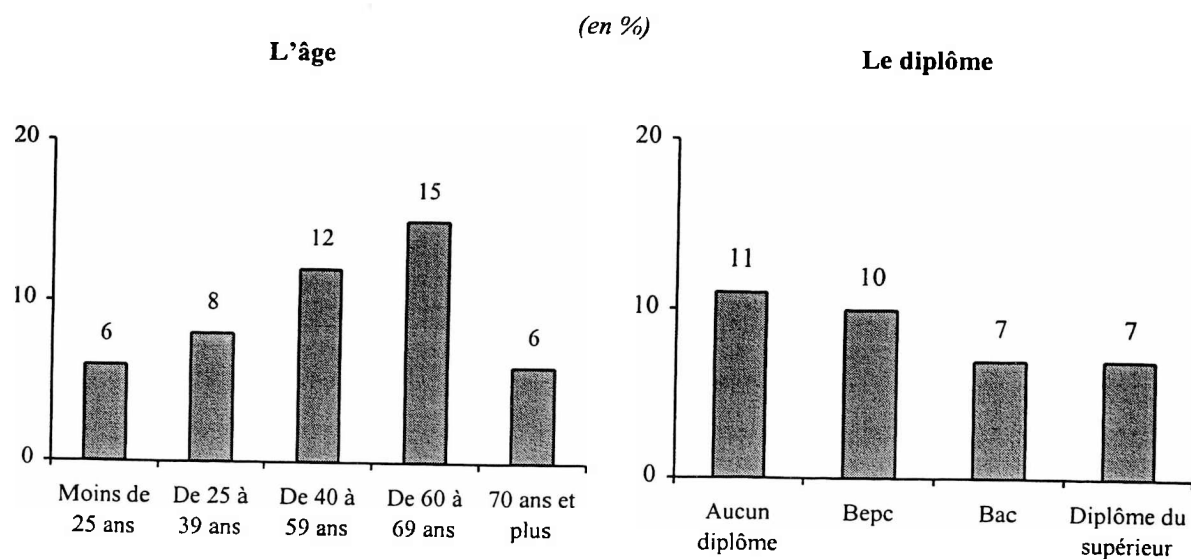
Néanmoins, les attraits du micro-ordinateur n'expliquent pas tout. En effet, les économistes savent bien que **la demande pour un service ne précède pas toujours l'offre qui lui**

correspond. Bien souvent, c'est, au contraire, l'innovation qui crée la demande. En d'autres termes, on veut ce que l'on voit : **comment désirer ce qui n'existe pas ?**

Aujourd'hui, l'accès à Internet *via* un autre moyen que le micro-ordinateur est quasiment impossible. Rappelons que **98% des individus qui ont accès à Internet chez eux disposent d'un micro-ordinateur**. Les 2% restants passent peut-être par leur téléviseur, grâce à un boîtier ou une console de jeux. Mais combien d'entre nous ont déjà vu fonctionner de tels systèmes ? **Il y a là une réelle difficulté, celle de se représenter ce que pourraient être les autres modes d'accès à Internet ; les propos des enquêtés doivent donc être relativisés.** Seul un suivi dans le temps des opinions permettra de prédire l'avenir du micro-ordinateur, au fur et à mesure que d'autres « portails » se diffuseront plus largement. Il est donc aujourd'hui trop tôt pour présager quoi que ce soit à moyen terme, si ce n'est que **le PC, en tant que canal d'accès à Internet, a encore de belles années devant lui.**

Parmi les individus qui n'ont pas accès à Internet, 11% souhaiteraient se connecter grâce à un boîtier branché sur la télévision. Les sexagénaires peu diplômées sont sur-représentés dans ce groupe (Graphique 41). Si les proportions ne sont pas considérables, elles indiquent pourtant que **la télévision pourrait amener à Internet des individus qui n'y viendraient jamais s'il n'y avait que le micro-ordinateur pour y accéder.**

Graphique 41
Proportion d'individus considérant qu'un boîtier branché sur le téléviseur est le meilleur moyen pour se connecter à Internet, selon...²⁸



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

²⁸ Les principaux résultats figurent dans le Tableau 42, en annexe (p.129).

Par ailleurs, seulement 6% des internautes croient qu'une connexion au bureau est le meilleur moyen pour accéder à Internet. Dans le même registre, les moyens proposés dans un lieu public ne paraissent *optima* que pour 5% des internautes (et 6% des non-internautes). Autrement dit, **les Français préfèrent très largement naviguer sur la toile à domicile. La plupart d'entre eux choisiraient, s'ils en avaient les moyens, une connexion privée, chez eux, plutôt que dans un lieu public ou au travail.**

Le Tableau 19 le montre : **que ce soit parmi les internautes qui ont aujourd'hui accès à la toile dans les lieux publics ou parmi ceux qui se connectent grâce à leur travail, une très large majorité préféreraient, si c'était possible, se connecter chez eux. Les autres solutions se présentent clairement comme des palliatifs.**

Tableau 19
La préférence des Internautes pour se connecter à la toile

(en %)

	Dans l'absolu, quel est le moyen, parmi ceux-ci, qui vous paraît personnellement le meilleur pour vous connecter à Internet ?			
	Micro-ordinateur au domicile	Micro-ordinateur au bureau	Les moyens proposés dans les lieux publics	Total (y.c. autres moyens)
Dispose d'une connexion Internet à domicile.....	91	2	2	100
Dispose d'une connexion Internet au travail ou sur le lieu d'études.....	76	10	2	100
S'est déjà connecté à Internet dans un lieu public	74	5	10	100
Ensemble des Internautes.....	80	6	5	100
Ensemble de la population	61	4	6	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

f) *Surfer sur Internet à partir d'un téléphone mobile : 13% d'individus tentés*

On entend de plus en plus souvent parler de la troisième génération de téléphone mobile. Celle-ci devrait notamment permettre de se connecter plus facilement à Internet, grâce aux nouvelles normes autorisant un meilleur transfert des données vers le téléphone mobile. Aujourd'hui, le WAP (*Wireless Application Protocol*) permet déjà de naviguer sur Internet et d'envoyer ou recevoir des e-mails, mais les sites accessibles sont encore en nombre limité, et

la navigation n'est pas toujours de la plus grande simplicité. L'UMTS (*Universal Mobile Telephone System*) devrait améliorer la situation.

A la vérité, **13% des Français pensent que, dans deux ans, ils utiliseront un téléphone mobile pour naviguer sur Internet**. Compte tenu du fait que ce service est encore très peu répandu, le chiffre semble honorable : il représente une clientèle potentielle de 5 millions d'individus. Il serait intéressant de suivre ce chiffre dans les années qui viennent, au fur et à mesure que le WAP (dans un premier temps) et l'UMTS (dans un second temps) vont se développer.

Tableau 20
Pensez-vous que, dans les deux années qui viennent, vous utiliserez un téléphone mobile pour naviguer sur Internet ?

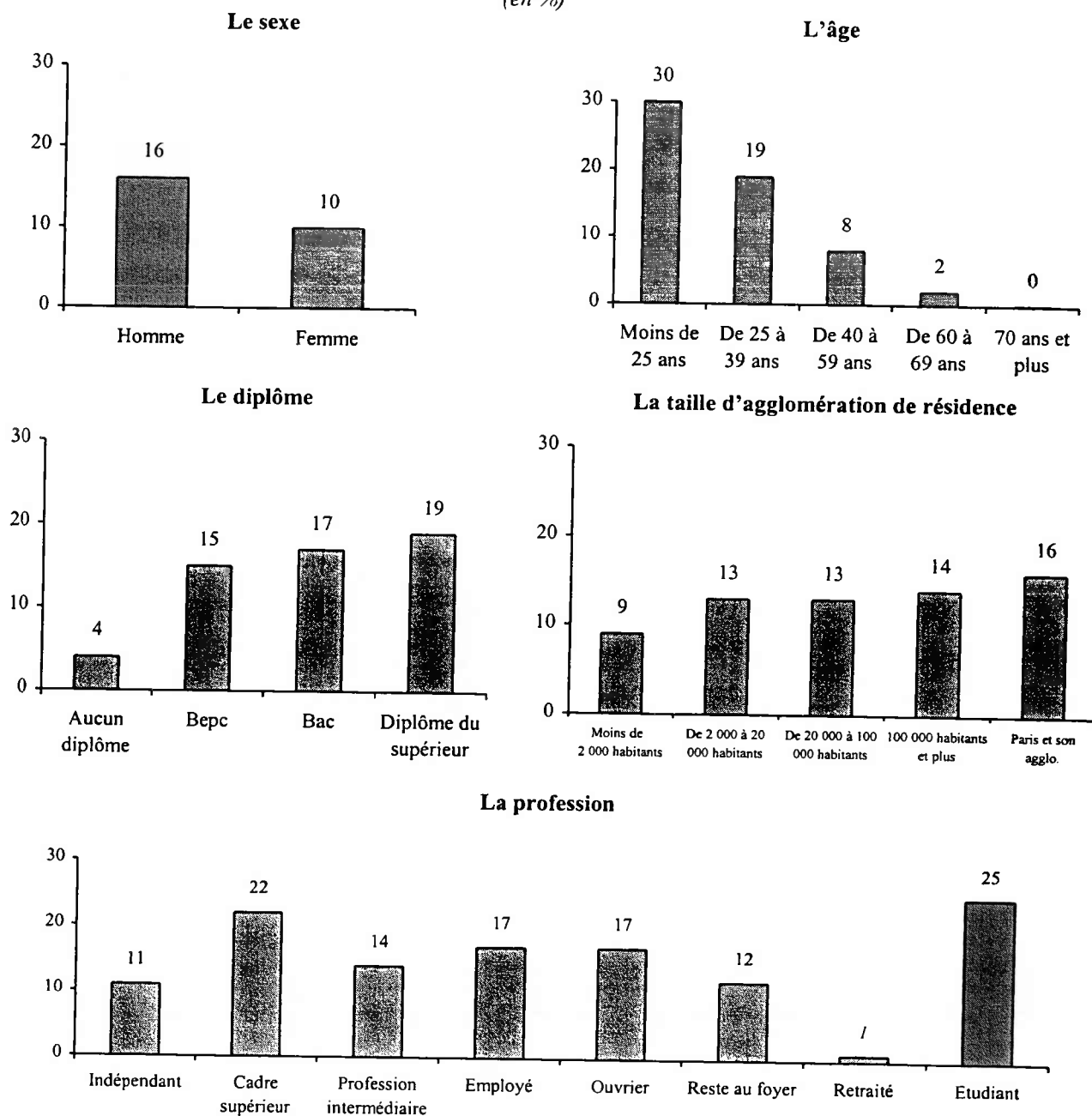
	<i>(en %)</i>
Oui.....	13
Non.....	82
Ne sait pas.....	5
Total.....	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

C'est essentiellement un effet d'âge qui préside à l'intention d'utiliser son téléphone mobile pour naviguer sur Internet. En effet, cette possibilité intéresse 30% des moins de 25 ans, contre moins de 2% des plus de 60 ans (Graphique 42). Précisons que les cadres supérieurs (22%) et les étudiants (25%) sont aussi relativement nombreux à s'y intéresser.

Graphique 42
Proportion d'individus pensant que dans les deux années qui viennent, ils utiliseront un téléphone mobile pour naviguer sur Internet, selon...²⁹

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

A y regarder de plus près, ce sont, en définitive, les individus qui sont aujourd'hui connectés à Internet et ceux qui disposent d'un téléphone mobile qui sont les plus

²⁹ Les résultats complets figurent dans le Tableau 43, en annexe (p. 130).

intéressés. Il semblerait même que les internautes soient plus tentés que les possesseurs d'un téléphone cellulaire (Tableau 21).

Tableau 21
Pensez-vous que, dans les deux années qui viennent,
vous utiliserez un téléphone mobile pour naviguer sur Internet ?

(en %)

	Oui	Non	Total (y c. nsp)
Dispose d'un accès à Internet	24	71	100
Est équipé d'un téléphone mobile.....	19	74	100
Ensemble de la population	13	82	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

2. Les utilisations d'Internet

a) *Internet est un bon outil pour trouver des offres d'emploi*

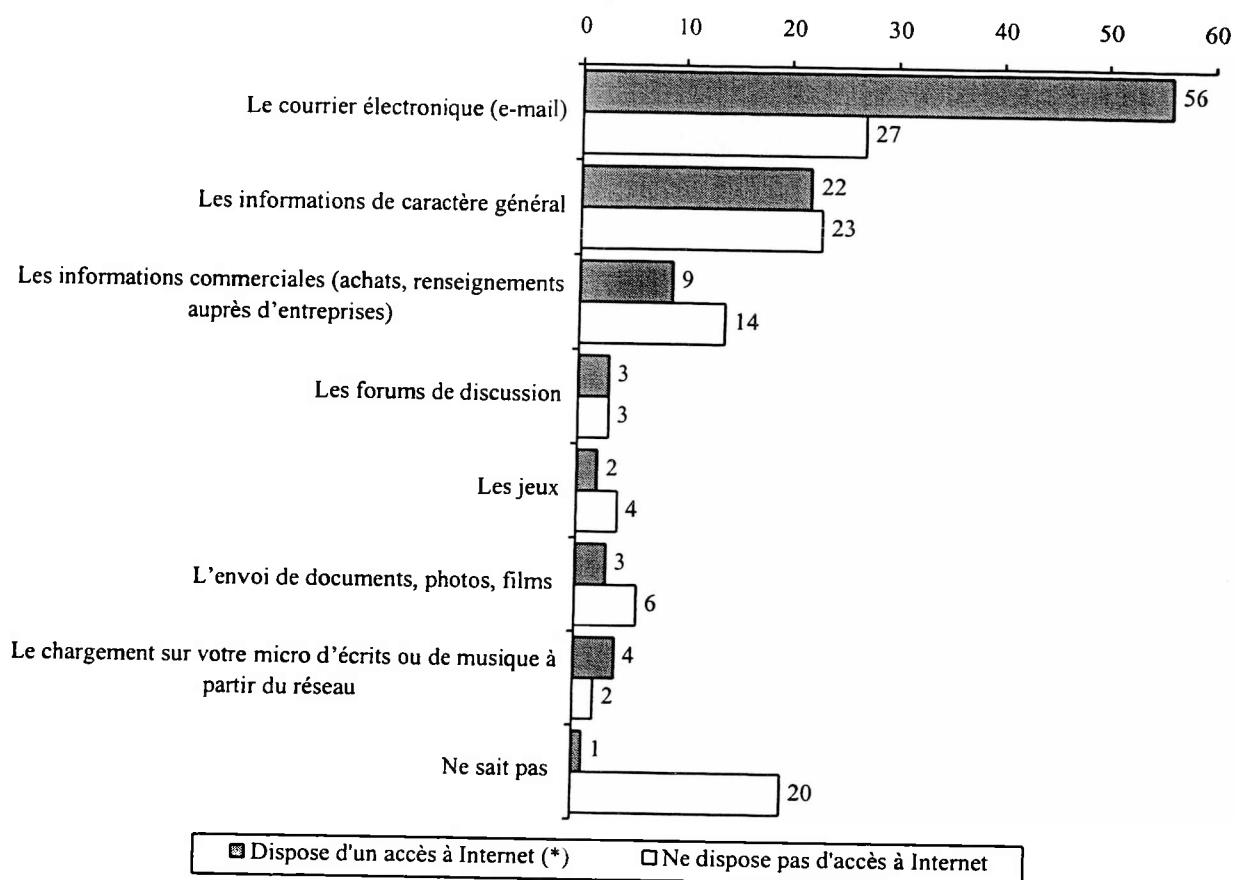
L'an passé, nous avons cherché à classer, dans l'ordre d'importance, les services d'Internet qui paraissaient les plus indispensables. Il en ressortait que **si, pour l'ensemble de la population, les informations et la messagerie électronique sont situées sur le même plan, c'est l'e-mail qui semble le plus utile aux internautes** (Graphique 43). Les forums de discussion, les jeux, l'envoi ou le téléchargement de documents électroniques n'étant cités qu'à la marge.

Graphique 43

Données de juin 2000

Voici une série de services qui peuvent être fournis par Internet.
 Quel est celui qui vous paraît le plus indispensable ?

– Première réponse, en % –



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2000.
 (*) à domicile ou au bureau

Afin d'en savoir plus sur les utilisations possibles d'Internet, nous avons cherché, cette année, à déterminer si d'autres services d'Internet paraissaient utiles aux yeux de nos concitoyens. Plusieurs fonctionnalités étaient proposées : trouver des offres d'emploi, suivre des formations et se faire des amis ou entretenir des relations. En définitive, seule la première a convaincu une majorité des enquêtés (Tableau 22).

Tableau 22
Pensez-vous qu'Internet est, pour vous, un bon outil dans les cas suivants ?

	(en %)			
	Oui	Non	Ne sait pas	Total
Internet est-il, pour vous, un bon outil pour trouver des offres d'emploi ?	61	31	8	100
Internet est-il, pour vous, un bon outil pour suivre des formations ?.....	41	48	12	100
Internet est-il, pour vous, un bon outil pour se faire des amis, entretenir des relations ?	29	65	6	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Six personnes sur dix pensent qu'Internet est un bon moyen pour trouver des offres d'emploi. Ce sont les internautes qui sont les plus convaincus de cette possibilité (72%, Tableau 23), même si 56% des individus qui n'ont pas accès à Internet y croient aussi.

Tableau 23
Pensez-vous qu'Internet est, pour vous, un bon outil pour trouver des offres d'emploi ?

	(en %)			
	Oui	Non	Ne sait pas	Total
Dispose d'un accès à Internet.....	72	24	4	100
Dont :				
. A domicile	70	26	4	100
. Sur son lieu de travail	73	23	4	100
. Dans un lieu public.....	73	23	4	100
Ne dispose pas d'accès à Internet.....	56	34	10	100
Ensemble de la population.....	61	31	8	100

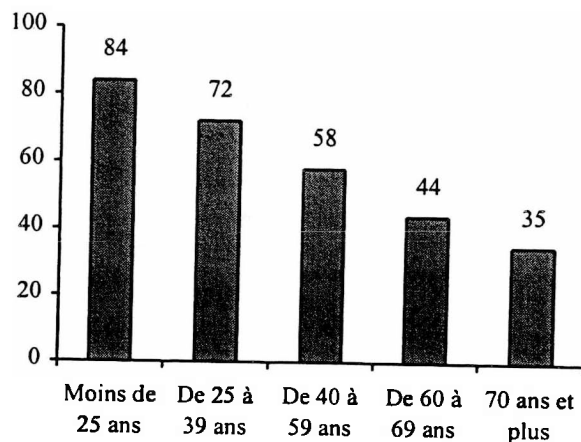
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Les moins de 25 ans (84%, Graphique 44) et les étudiants (84%) se montrent les plus optimistes. Peut-être s'imaginent-ils, par une sorte de transfert, qu'Internet leur ouvrira des portes qui, habituellement, restent closes dans les procédures traditionnelles de recrutement. Il faut dire aussi que beaucoup de sites proposent aujourd'hui aux étudiants des « jobs d'été » et des stages. Les cadres supérieurs sont légèrement plus dubitatifs (66%) : ils se montrent même moins confiants que les employés (72%) ou les ouvriers (72%).

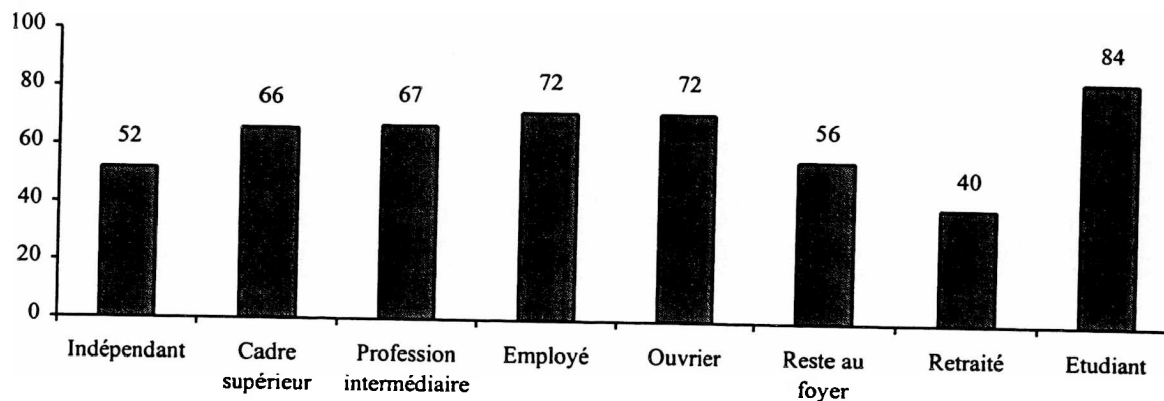
Graphique 44
Proportion d'individus qui considèrent Internet comme un bon outil
pour trouver des offres d'emploi, selon...³⁰

(en %)

L'âge



La profession



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Les ouvriers (48%), les indépendants (50%), les titulaires de revenus compris entre 6 000 et 15 000 francs par mois (45 à 47 %) et les moins de 40 ans (46 à 47%) sont plus nombreux qu'en moyenne à considérer qu'Internet est **un bon outil pour suivre des formations** (Graphique 45). On n'observe aucune différence entre les internautes et l'ensemble de la population sur ce sujet.

³⁰ Les résultats complets figurent dans le Tableau 44, en annexe (p. 131).

Tableau 24
Pensez-vous qu'Internet est, pour vous, un bon outil pour suivre des formations ?

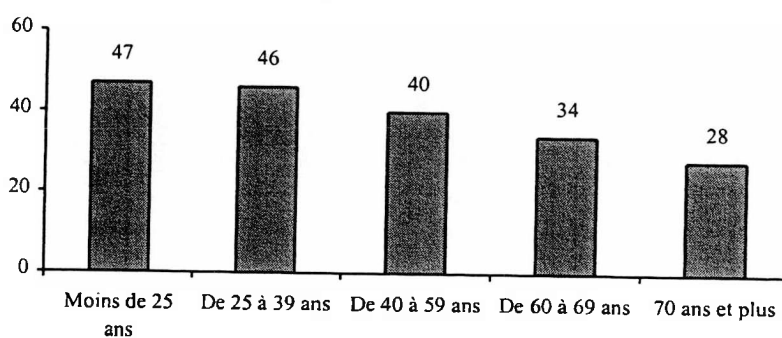
	(en %)			
	Oui	Non	Ne sait pas	Total
Dispose d'un accès à Internet.....	41	51	7	100
Dont :				
. A domicile	39	54	8	100
. Sur son lieu de travail	39	54	7	100
. Dans un lieu public.....	45	47	7	100
Ne dispose pas d'accès à Internet.....	40	46	14	100
Ensemble de la population.....	40	48	12	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

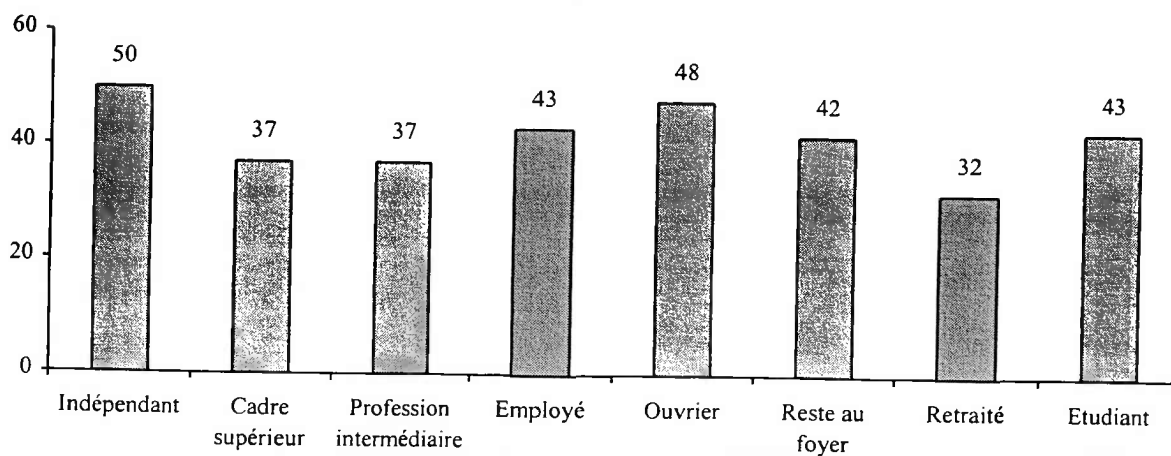
Graphique 45
Proportion d'individus qui considèrent Internet comme un bon outil pour suivre des formations, selon...³¹

(en %)

L'âge



La profession



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

³¹ Les résultats complets figurent dans le Tableau 44, en annexe (p. 131).

Finalement, il n'y a que les moins de 25 ans (50%, Graphique 46) et les étudiants (58%) pour être convaincus qu'Internet peut être utile **pour se faire des amis ou entretenir des relations**. Les internautes, en règle générale, n'y croient pas vraiment (Tableau 25).

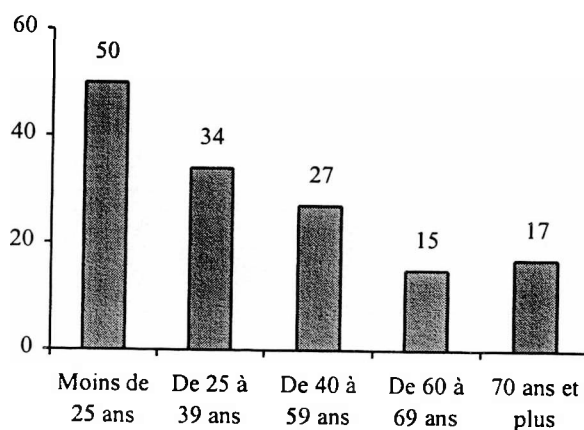
Tableau 25
Pensez-vous qu'Internet est, pour vous, un bon outil pour se faire des amis, entretenir des relations ?

	(en %)			
	Oui	Non	Ne sait pas	Total
Dispose d'un accès à Internet.....	41	58	1	100
Dont :				
. A domicile	41	58	1	100
. Sur son lieu de travail	40	59	1	100
. Dans un lieu public.....	46	53	1	100
Ne dispose pas d'accès à Internet.....	23	69	8	100
Ensemble de la population.....	29	65	6	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Graphique 46
Proportion d'individus qui considèrent Internet comme un bon outil pour se faire des amis, entretenir des relations, selon l'âge³²

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

³² Les résultats complets figurent dans le Tableau 44, en annexe (p. 131).

b) *Près d'un individu sur deux utilise Internet à son bureau à des fins personnelles*

Si 88% des individus qui sont connectés sur leur lieu de travail ou d'études utilisent Internet à des fins professionnelles, il faut rappeler que 48% l'utilisent également à des fins personnelles (Tableau 26). On trouve, dans ce comportement, une parfaite illustration de ce que R. Rochefort³³ appelle le « consommateur entrepreneur ». Selon lui, les années récentes révèlent une sorte d'hybridation des comportements issus des activités professionnelles comme des activités personnelles. Dans un sens, les consommateurs importent de plus en plus souvent des compétences acquises au travail dans leurs comportements quotidiens (recherche systématique du meilleur rapport qualité-prix, analyse du marché, exigence vis-à-vis des commerçants, etc.). Dans l'autre sens, la vie privée des salariés se mêle de plus en plus aux routines de l'entreprise. L'utilisation d'Internet au bureau n'est qu'une manifestation de ces interpénétrations des modes de vie (l'utilisation du téléphone au travail à des fins personnelles en est une autre...).

Tableau 26
Utilisez-vous Internet à votre bureau ou sur votre lieu d'études...

– Champ : personnes disposant d'une connexion Internet sur leur lieu de travail ou d'études, soit 17% des Français –

	(en %)
Uniquement à des fins professionnelles	47
Uniquement à des fins personnelles	7
A la fois à des fins professionnelles et personnelles.....	41
<i>Ne sait pas</i>	5
Total	100

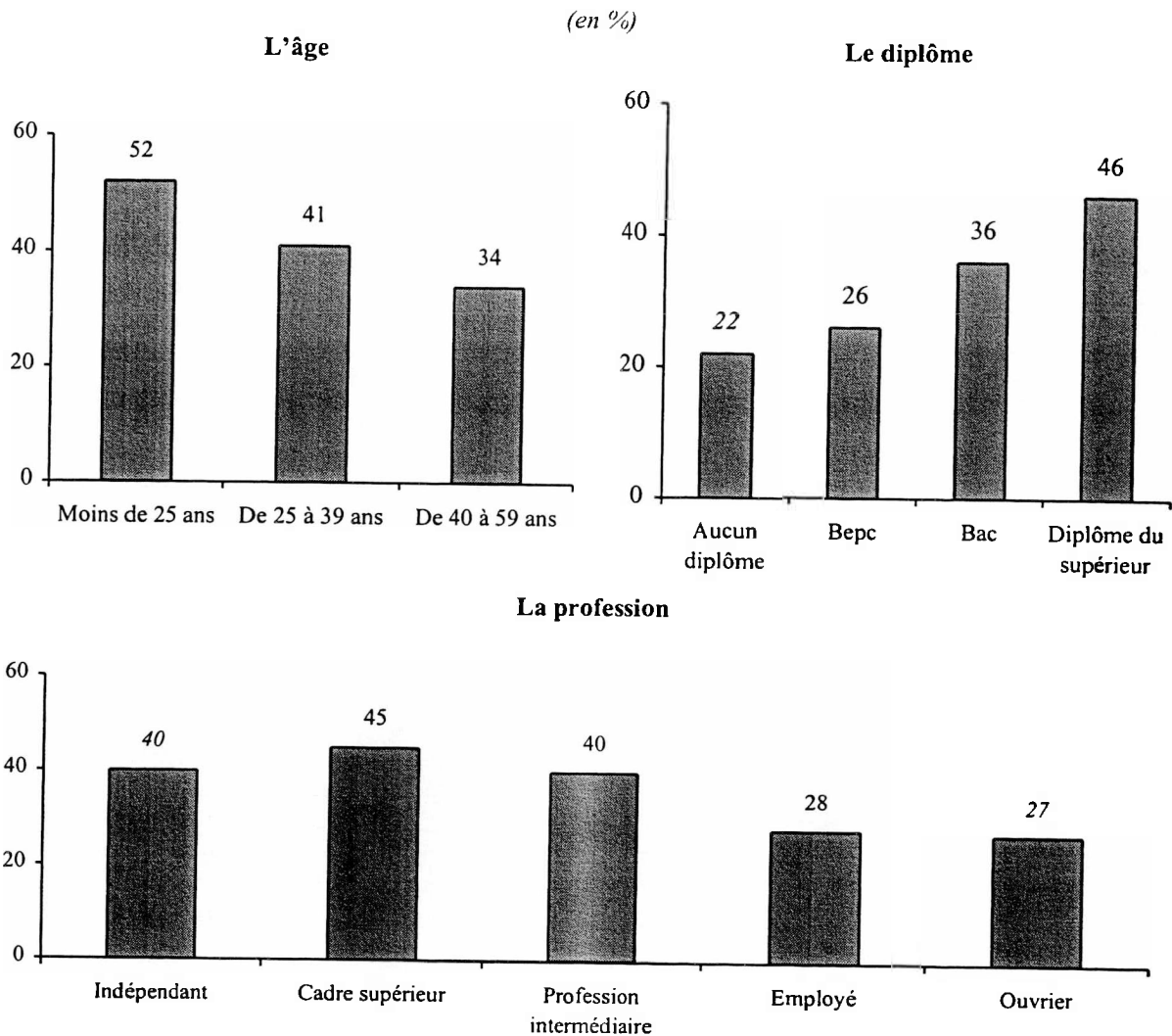
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Ce sont principalement les jeunes, les diplômés du supérieur et les cadres supérieurs qui utilisent Internet au travail à la fois à des fins professionnelles et personnelles.

³³ R. Rochefort, *Le Consommateur entrepreneur*, Paris, Odile Jacob, 1997.

Graphique 47
Proportion d'individus utilisant Internet à son bureau ou sur son lieu d'études
à la fois à des fins professionnelles et personnelles, selon...³⁴

– Champ : actifs disposant d'une connexion Internet sur leur lieu de travail, soit 14 % de la population –



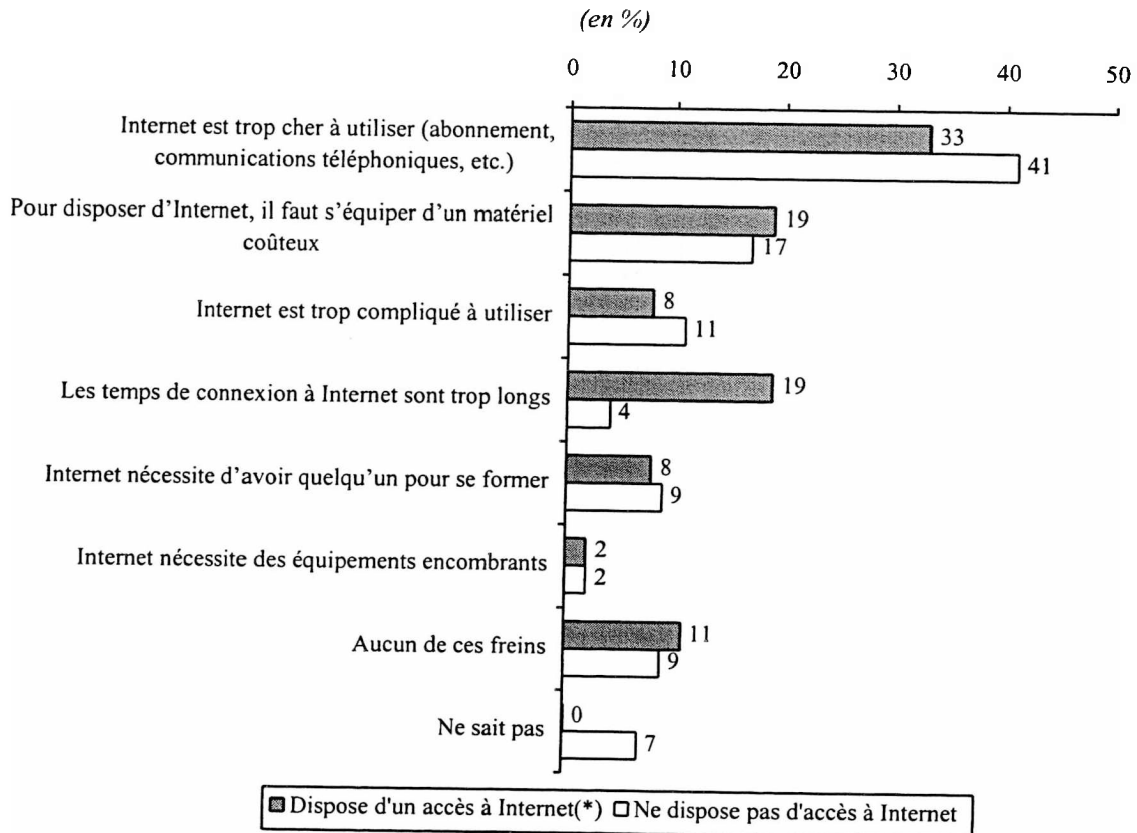
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

c) *Internet coûte encore trop cher*

Les Internautes et les non-utilisateurs sont unanimes pour dénoncer le principal frein à l'adoption d'Internet : l'accès au Web coûte trop cher (abonnements, forfaits, communications téléphoniques, etc.). Si l'on rajoute à cette option le fait que, pour disposer d'Internet, il faut s'équiper d'un matériel coûteux, **les aspects financiers représentent plus de la moitié des réponses** (52% pour les internautes, 58% pour les autres, Graphique 48).

³⁴ Les résultats complets figurent dans le Tableau 39, en annexe (p. 126).

Graphique 48
Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'Internet



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

(*) au domicile, au bureau, dans un lieu public

La complexité de l'utilisation d'Internet ne vient finalement qu'en deuxième position : moins d'une personne sur cinq pense que cet aspect représente une entrave. Bien sûr, les internautes sont légèrement moins critiques que les autres.

En revanche, **ceux qui ont accès à Internet mettent plus fréquemment en avant les temps de connexion trop longs** : 19% des internautes pensent que les délais sont trop importants, contre seulement 4% des non-utilisateurs. Ce n'est pas par hasard si les distributeurs proposent aujourd'hui des formules d'accès à haut débit (câble ou ADSL), où les temps d'attente sont, en règle générale, divisés par dix, par rapport à un accès filaire classique. Cependant, cette vitesse a un prix : les liaisons rapides coûtent aujourd'hui trois fois plus cher : l'avenir nous dira de quelle manière les consommateurs arbitreront entre le coût et les délais.

En tout état de cause, si l'on ne devait retenir que deux obstacles à la diffusion d'Internet, le coût et la complexité d'utilisation arriveraient en tête. **Les délais de connexion ne constituent donc pas directement un obstacle, puisque cet aspect ne dissuade pas les non-initiés de s'équiper : il ne fait qu'agacer les utilisateurs.** Remarquons que le coût et la complexité sont les deux mêmes points noirs désignés par les enquêtés pour expliquer que les ordinateurs ne se vendent pas aussi bien qu'on pouvait le penser (*cf.* Chapitre 2).

Le Tableau 27 précise quels sont les groupes qui sont les plus sensibles à chaque type d'obstacle. *Le coût de l'utilisation* d'Internet rassemble relativement plus les non-diplômés, les ouvriers, les revenus modestes ; *les temps d'attente* et la nécessité de s'équiper en *matériel coûteux* sont un peu plus souvent mis en avant par les jeunes, les diplômés, les étudiants et les cadres ; les personnes âgées sont relativement plus préoccupées par *la complexité du Web*.

Tableau 27
L'élément qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'Internet³⁵
 - Groupes un peu plus représentés dans chaque cas -

« Internet est trop cher à utiliser » (38% des suffrages)	« Pour Internet, il faut du matériel coûteux » (18% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • Non-diplômé (43 %) • Ouvrier, reste au foyer (46-48 %) • Revenus compris entre 6 000 et 10 000 F par mois (43 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • Non-diplômé (29 %) • Ouvrier, reste au foyer (26 %) • Revenus compris entre 6 000 et 10 000 F par mois (22-29 %)
« Internet est trop compliqué à utiliser » (10% des suffrages)	« Les temps de connexion sont trop longs » (9% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • 70 ans et plus (20 %) • Non-diplômé (14 %) • Retraité (15 %) • Réside dans une agglo. de 20 000 à 100 000 hab. (13 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • Moins de 39 ans (12-13 %) • Titulaire du bac ou d'un diplôme du supérieur (14-19 %) • Cadre, étudiant (14-20 %) • Revenus mensuels supérieurs à 15 000 F (14-16 %)
« Internet nécessite d'avoir quelqu'un pour se former » (9% des suffrages)	« Aucun de ces freins » (10% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • 60 à 69 ans (15 %) • Indépendant (18 %) • Revenus mensuels supérieurs à 20 000 F (12 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • Indépendant, cadre moyen (13-17 %)

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

³⁵ Les résultats détaillés se trouvent dans le Tableau 45, en annexe (p.132).

3. Le commerce électronique

a) *Trois millions de personnes ont déjà effectué des achats par Internet*

Aujourd'hui encore, le commerce électronique ne représente qu'une infime partie du chiffre d'affaires du commerce de détail. En 1999, une enquête du CREDOC³⁶ montrait que les achats par Internet représentaient environ 1 milliard de francs, soit 0,05% des ventes de détail en France, c'est-à-dire l'équivalent des ventes annuelles de deux gros hypermarchés. Le nombre de cyber-consommateurs était alors évalué à 800 000 personnes.

Deux ans plus tard, 3 millions de personnes déclarent avoir déjà effectué des achats par Internet (7% de la population, Tableau 28) : le commerce électronique aurait gagné quatre fois plus de clients depuis 1999. Les intentions d'achat pour les deux années qui viennent concernent même près de 5 millions de nouveaux clients (11% de la population). Le commerce électronique a visiblement de belles années devant lui.

Tableau 28
Pensez-vous que, dans les deux ans qui viennent, vous effectuerez vous-même des achats par Internet (livres, disques, voyages, location, alimentation...)?

	(en %)
Oui, et vous l'avez déjà fait	7 *
Oui, mais vous ne l'avez encore jamais fait	11
Non	79
Ne sait pas	3
Total	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

* 7% de la population âgée de plus de 18 ans représentent 3 millions de personnes

Rapporté aux seuls internautes, le taux de participation au commerce électronique est de 21% et les intentions concernent 19% supplémentaires (Tableau 29). **Deux Internautes sur cinq sont donc favorables à acheter des produits en ligne.** Il est intéressant de constater que, même parmi les individus qui n'ont jamais été connectés à Internet, 7% envisagent de passer commande.

³⁶ P. MOATI et G. RAFFOUR, « Internet et commerce en magasin : les clés de la complémentarité », *Consommation et modes de vie*, n°145, septembre 2000.

Tableau 29

Pensez-vous que, dans les deux ans qui viennent, vous effectuerez vous-même des achats par Internet (livres, disques, voyages, location, alimentation...)?

(en %)

	Oui, et l'a déjà fait	Oui, mais ne l'a encore jamais fait	Non	Total (y c. nsp)
Dispose d'un accès à Internet(*)				
Oui	21	19	56	100
Non	-	7	90	100
Ensemble de la population.....	7	11	79	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

(*) au domicile, au bureau ou dans un lieu public

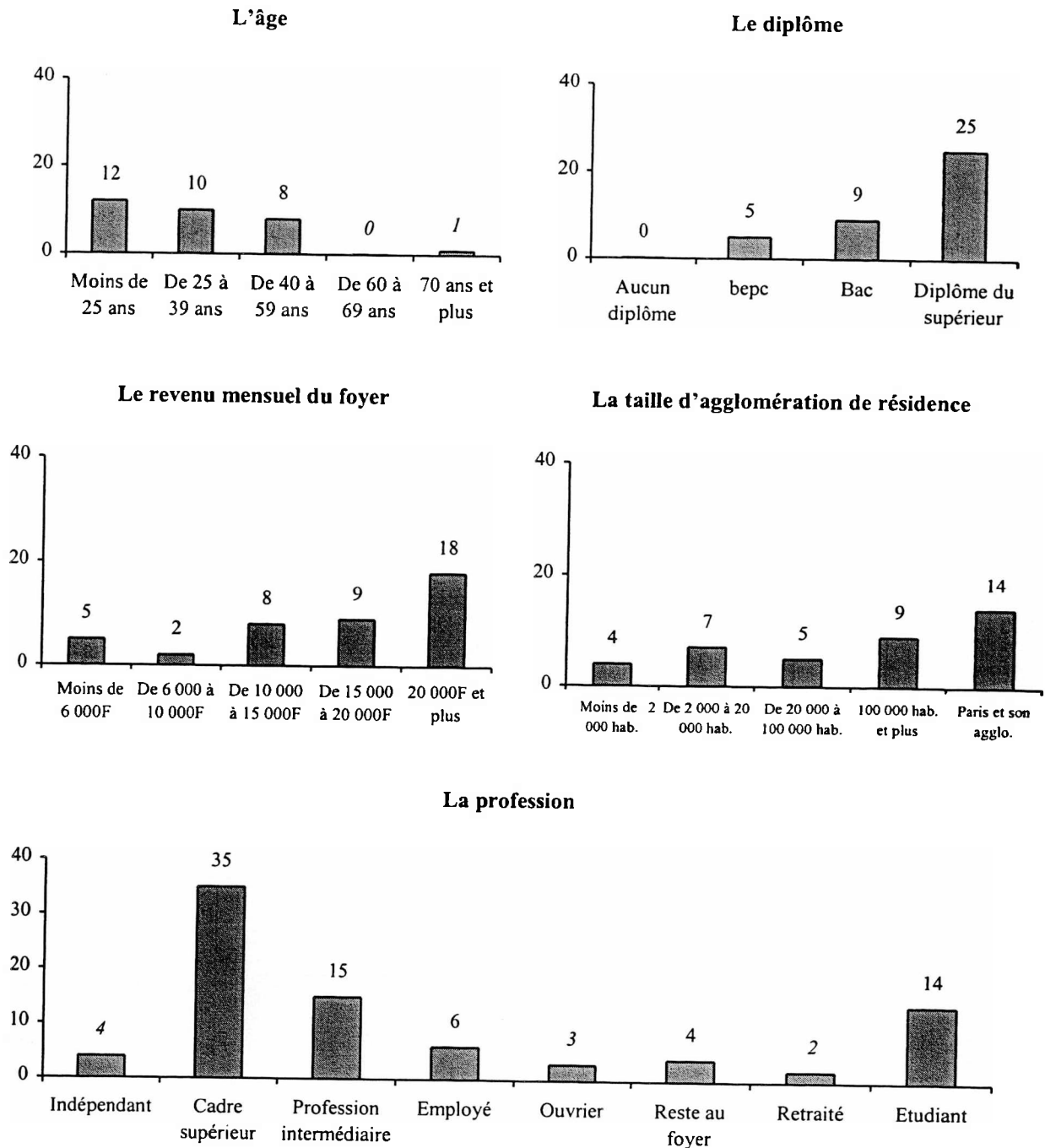
Les cadres supérieurs sont des grands consommateurs sur Internet : 35% d'entre eux (contre 7% de la population) y ont déjà effectué des achats. Viennent ensuite les **diplômés du supérieur** (25%), les titulaires de **revenus dépassant les 20 000 F par mois** (18%), les professions intermédiaires (15%), les étudiants (14%) et les Franciliens (14%).

En vérité, **le profil des cyber-consommateurs ne se calque pas exactement sur celui des internautes**. En effet, alors que les étudiants représentent 14 % des Internautes, ils ne constituent que 11 % des acheteurs. Cette précision rappelle que tous les internautes ne sont pas appelés à se transformer en cyber-consommateurs : une grande partie d'entre eux sont connectés pour d'autres raisons que les achats en ligne.

Le lecteur pourra vérifier au Tableau 46 (figurant en annexe, p.133) que les individus ayant l'intention d'effectuer des achats par Internet dans les années qui viennent se recrutent dans les mêmes groupes que ceux qui sont déjà passés à l'acte.

Graphique 49
Proportion d'individus qui ont déjà effectué des achats par Internet, selon...³⁷

(en %)



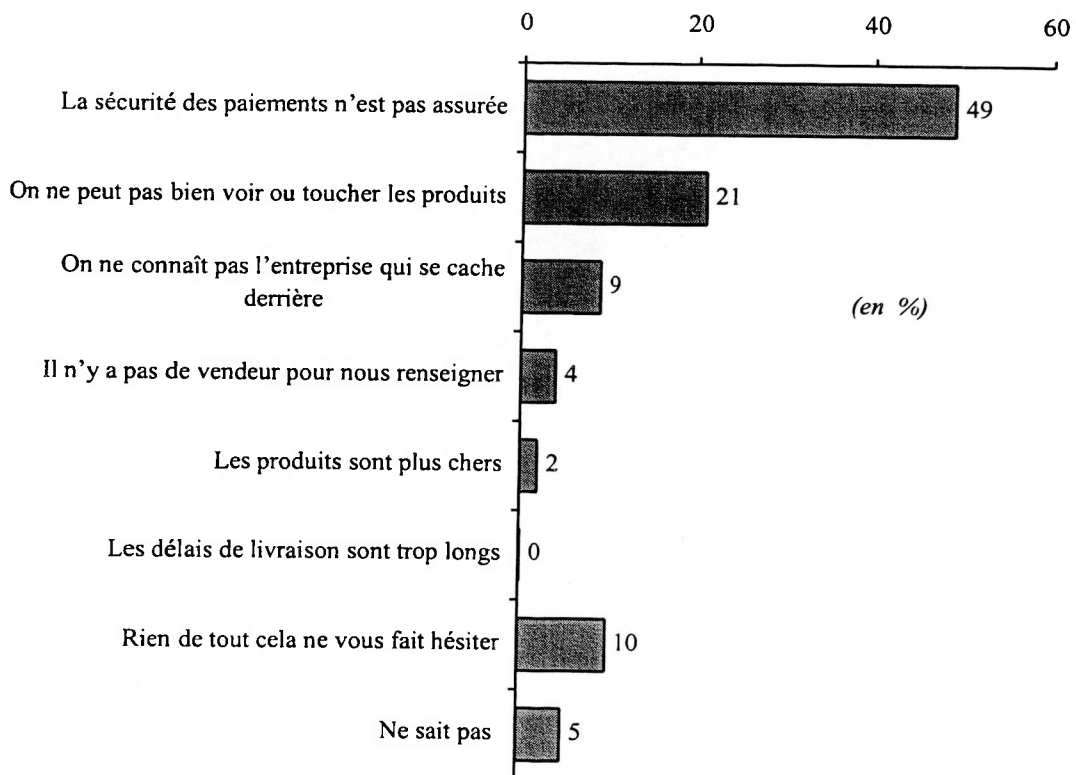
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

³⁷ Les résultats complets figurent dans le Tableau 46, en annexe (p.133).

b) *La peur vis-à-vis de la sécurité des paiements est la principale entrave au développement du commerce en ligne*

La crainte que la sécurité des paiements ne soit pas assurée est le premier point qui fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet. Cette inquiétude touche aujourd'hui près d'un Français sur deux (49%, Graphique 50), bien avant tous les autres problèmes qui peuvent freiner l'envie d'acheter en ligne : le fait de ne pas bien voir ou toucher les produits (21%), la méconnaissance de l'entreprise qui se cache derrière (9%) ou l'absence de vendeur pour être renseigné (4%).

Graphique 50
Parmi les éléments suivants, lequel vous fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet ?



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Ce point est d'autant plus préoccupant que **les cyber-consommateurs eux-mêmes sont les plus inquiets vis-à-vis de la sécurité des paiements** (Tableau 30). On aurait pu penser que ces internautes aguerris ne se laisseraient pas intimider par ces problèmes : il n'en est rien, leur connaissance de « la toile » les encouragerait même à se méfier davantage.

Tableau 30
Parmi les éléments suivants, lequel vous fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet ?

(en %)

	Internaute(*)	A déjà effectué des achats par Internet	N'a pas encore effectué des achats par Internet, mais envisage de le faire	N'en a jamais fait	Ensemble de la population
La sécurité des paiements n'est pas assurée.....	62	54	59	47	49
On ne peut pas bien voir ou toucher les produits	15	8	13	24	21
On ne connaît pas l'entreprise qui se cache derrière.....	9	11	10	8	9
Il n'y a pas de vendeur pour nous renseigner....	3	3	4	4	4
Les produits sont plus chers	<i>1</i>	-	3	2	2
Les délais de livraison sont trop longs	-	2	-	0	0
Rien de tout cela ne vous fait hésiter	9	22	10	9	10
Ne sait pas	-	1	1	6	5
Total.....	100	100	100	100	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

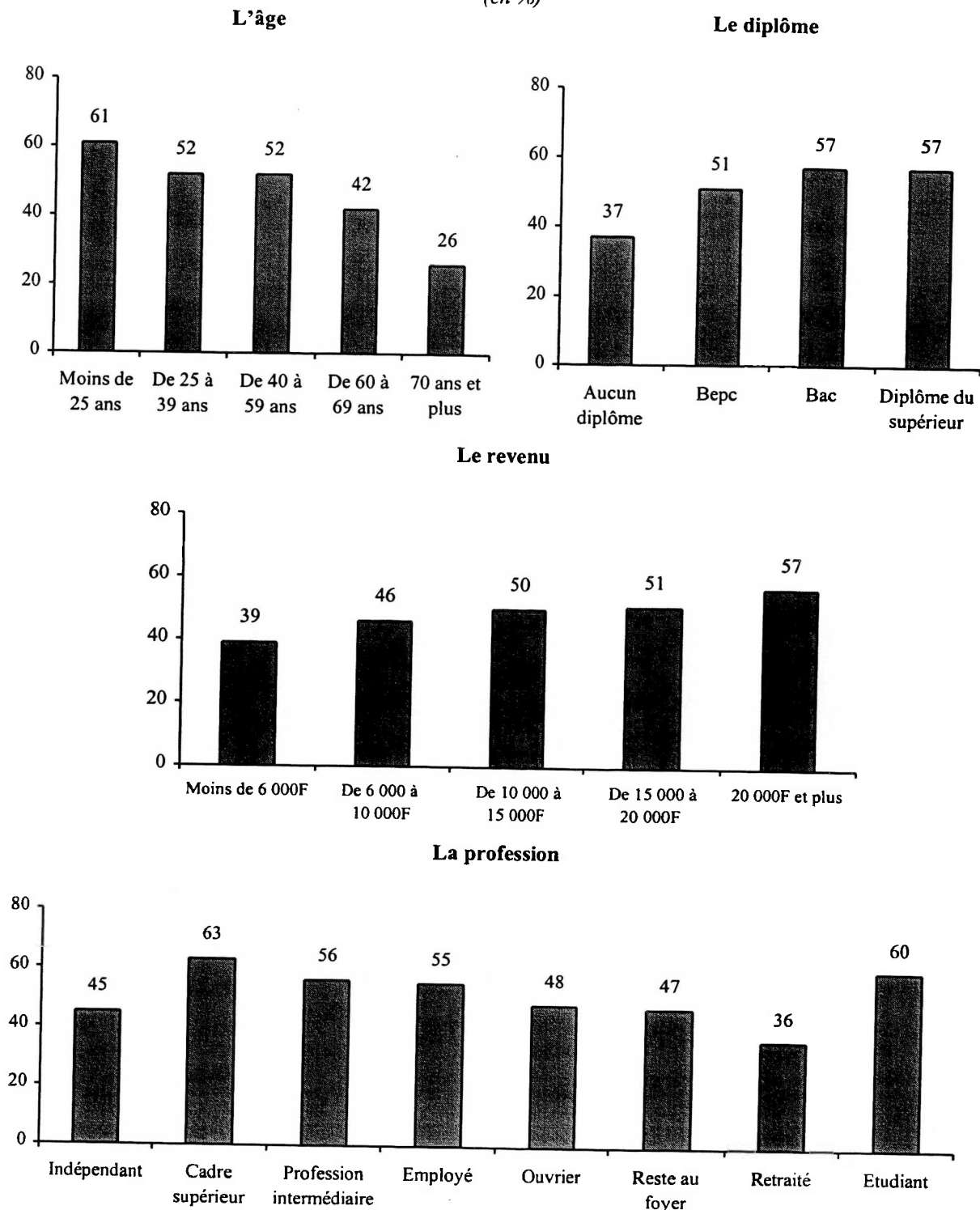
(*) Internaute : personne connectée à son domicile, sur son lieu de travail ou d'étude, ou dans un lieu public.

Le commerce électronique se développe rapidement, certes. Mais ne peut-on imaginer que le taux de croissance serait bien plus fort si les acheteurs étaient moins angoissés ? Toutes les études montrent que l'acte de consommation est un geste spontané, parfois réfléchi, mais obéissant à des tensions psychologiques fortes. **Il est impossible d'imaginer que la peur de se faire escroquer ne « paralyse » pas une grande partie des consommateurs potentiels.**

Puisque ce sont les cyber-consommateurs qui sont les plus inquiets de la sécurité des paiements, on ne s'étonnera pas de constater (Graphique 51), que ce problème compromet le plus souvent les décisions d'achat des moins de 25 ans, des diplômés, des revenus élevés, des cadres supérieurs et des étudiants.

Graphique 51
Proportion d'individus considérant que l'absence de sécurité des paiements
les fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet, selon...³⁸

(en %)



Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

³⁸ Les résultats complets figurent dans le Tableau 47, en annexe (p.134).

Le fait de ne pas bien voir ou toucher les produits gêne plutôt, en termes relatifs, les femmes au foyer ; la méconnaissance de l'entreprise qui se cache derrière inquiète un peu plus les indépendants, les revenus élevés et les habitants de communes de 20 000 à 100 000 habitants ; l'absence de vendeur pour être renseigné frustre relativement plus les employés, les sexagénaires, les cadres et les étudiants ; quant aux personnes âgées, elles sont relativement plus nombreuses qu'en moyenne à penser que **rien de tout cela ne les ferait hésiter**³⁹ (Tableau 31).

Tableau 31
Parmi les éléments suivants, lequel vous fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet ?⁴⁰
 - Groupes un peu plus représentés dans chaque cas -

« On ne peut pas bien voir ou toucher les produits » (21% des suffrages)	« La sécurité des paiements n'est pas assurée » (49% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • Reste au foyer (26 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • Moins de 25 ans (61 %) • Titulaire du bac ou d'un diplôme du supérieur (57 %) • Cadre, employé ou étudiant (55-63 %) • Revenus mensuels supérieurs à 20 000 F (57 %)
« On ne connaît pas l'entreprise qui se cache derrière » (9% des suffrages)	« Aucun de ces freins » (10% des suffrages)
<ul style="list-style-type: none"> • Indépendant (14 %) • Revenus compris entre 15 000 et 20 000 F/mois (13 %) • Réside dans une ville moyenne de province (12 %) 	<ul style="list-style-type: none"> • 70 ans et plus (18 %) • Retraité (15 %) • Réside à Paris ou son agglomération (14 %)

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

³⁹ Cette attitude traduit probablement une certaine indifférence vis-à-vis de la question, puisque les seniors ne sont pas des grands « fans » de l'achat en ligne.

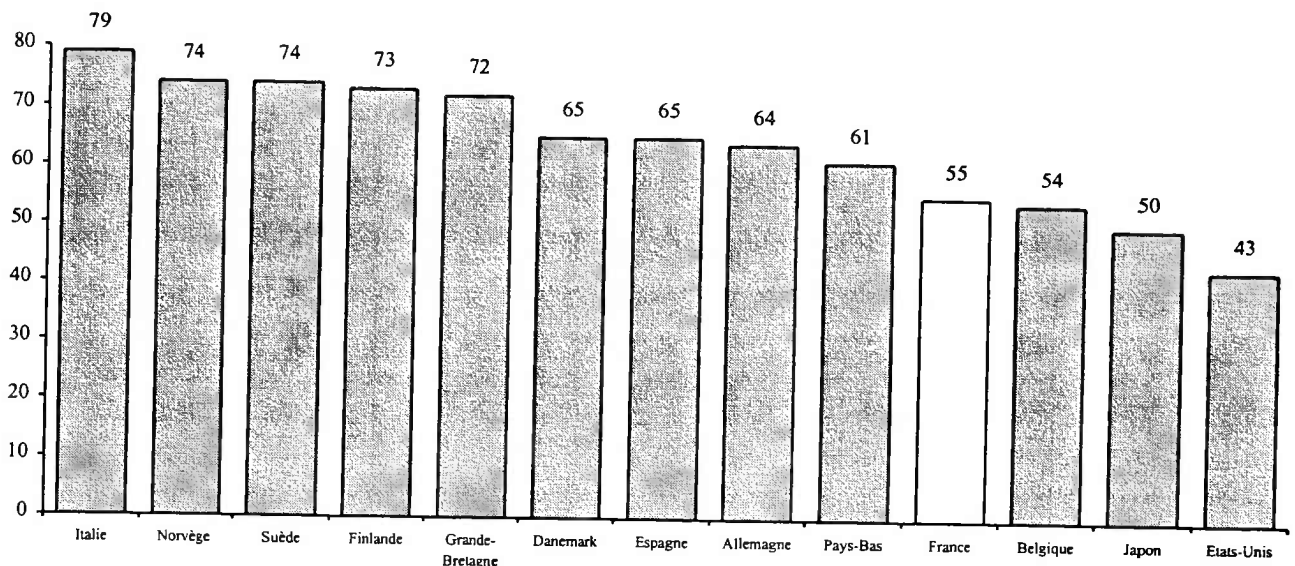
⁴⁰ Les résultats complets figurent dans le Tableau 47, en annexe (p. 134).

Chapitre 4. Le « retard » français dans l'adoption des nouvelles technologies

1. Téléphone mobile : la France en queue de peloton

En juin 2001, le téléphone mobile équipe plus d'un individu sur deux dans la plupart des pays développés (Graphique 52)⁴¹. Les Etats-Unis et le Japon sont « à la traîne » dans ce domaine, avec respectivement 43% et 50% de taux d'équipement⁴².

Graphique 52
Taux de pénétration du téléphone mobile dans quelques pays de l'OCDE
– Nombre d'abonnés rapporté à la population de chaque pays, en % –



Source : IDATE, juin 2001.

⁴¹ Les chiffres (source : IDATE) correspondent au nombre d'abonnements au téléphone mobile rapporté à la population totale de chaque pays. Ils ne sont pas strictement comparables avec ceux de notre enquête, et souffrent de faiblesses méthodologiques. Par exemple, les abonnements et les forfaits des professionnels se confondent avec les abonnements et les forfaits des particuliers. De plus, la population de référence comprend toutes les tranches d'âge, y compris les enfants du plus jeune âge, qui ne sont probablement pas directement concernés par l'adoption d'un téléphone mobile. Cette méthode a cependant l'avantage de la simplicité : il suffit en effet de rapporter le nombre de clients fournis par les opérateurs de chaque pays à la population totale. La même méthode est adoptée par l'ART (Autorité de Régulation des Télécommunications). C'est une coïncidence si le 55% de « taux de pénétration » du téléphone mobile en France fourni par IDATE correspond exactement au taux d'équipement individuel mesuré par l'enquête du CREDOC.

⁴² Le retard américain s'explique par le cloisonnement, au niveau régional, du mode d'attribution des licences d'exploitation aux opérateurs, et par l'adoption de standards technologiques différents (contrairement à l'Europe où la norme GSM fait référence).

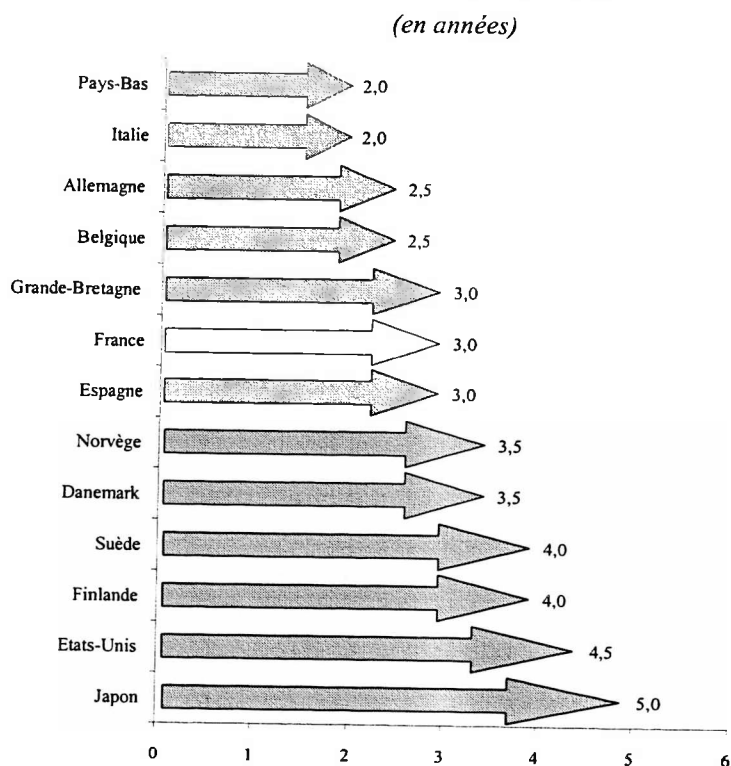
C'est l'Italie qui arrive en tête, avec près de huit téléphones mobiles pour dix habitants ! Suivent de près plusieurs pays du Nord de l'Europe (Norvège : 74% ; Suède : 74% ; Finlande : 73% ; Grande-Bretagne : 72%). **La France, quant à elle, figure parmi les pays les « moins avancés » (55%)** avec la Belgique (54%), juste devant le Japon. Les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Espagne et le Danemark dépassent assez nettement la France. **Pour être spectaculaire, la diffusion du téléphone mobile en France n'est donc pas exceptionnelle :** la plupart des pays européens ont connu le même phénomène... quelques années plus tôt.

a) *La vitesse de diffusion du téléphone mobile varie suivant les pays*

Le Graphique 53 présente un indicateur de la vitesse de diffusion du téléphone mobile dans les pays développés. Il s'agit du nombre d'années nécessaires pour que le taux de pénétration passe de 20% à 50%. En moyenne, il a fallu **trois ans** pour franchir ces étapes. Trois années ont d'ailleurs également été requises en France (entre 1998 et 2001). La vitesse de diffusion du téléphone mobile dans notre pays est donc conforme à celle que l'on observe dans les pays de l'OCDE.

L'Italie, quant à elle, n'a mis que deux années là où la Suède et la Finlande ont attendu cinq ans. L'Italie a alors non seulement rejoint, mais dépassé les pays Nordiques, pays pionniers dans l'adoption du téléphone cellulaire.

Graphique 53
Nombre d'années nécessaires pour que le taux de pénétration du téléphone mobile
passse de 20% à 50% dans quelques pays de l'OCDE



Source : Calcul CREDOC, d'après les données d'Eurostat et d'IDATE⁴³.

b) *Dans les pays européens, le taux de pénétration pourrait atteindre 80 à 90%*

Le Graphique 54 présente des prévisions du taux de pénétration du téléphone mobile dans quelques pays de l'OCDE⁴⁴. Selon nos estimations, **la plupart des pays européens devraient atteindre un taux compris entre 80% et 90%**. Ces seuils devraient être constatés entre les années 2005 et 2007.

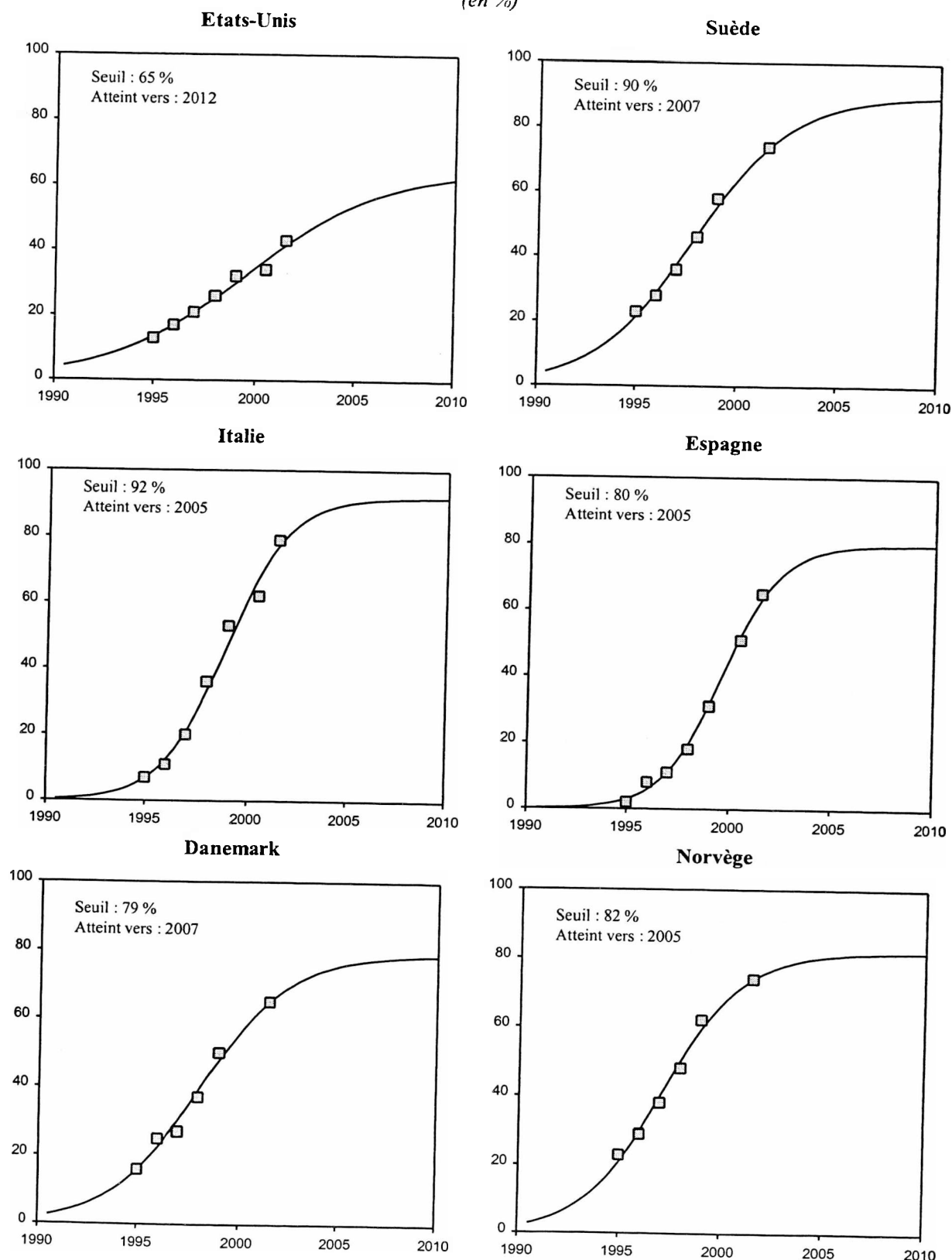
Bien sûr, ces informations ne sont qu'indicatives. Elles permettent surtout de constater que les tendances observées dans les pays européens sont finalement assez semblables. Elles n'invalident pas non plus les prévisions que nous avons élaborées pour la **France**, à partir de l'enquête du CREDOC (cf. Chapitre 1, p. 16), et qui anticipent **un taux d'équipement d'environ 80% aux alentours de 2005**.

⁴³ Les données complètes sont disponibles dans le Tableau 48 en annexe (p. 135)

⁴⁴ Nous ne présentons ici que les projections répondant de manière satisfaisante aux critères de significativité statistique. Dans certains cas, il a en effet été impossible d'obtenir une estimation « convergente ».

Graphique 54
Projection du taux de pénétration du téléphone mobile

(en %)



□ Taux de pénétration du téléphone mobile (données réelles)
 — Taux de pénétration du téléphone mobile (projections)

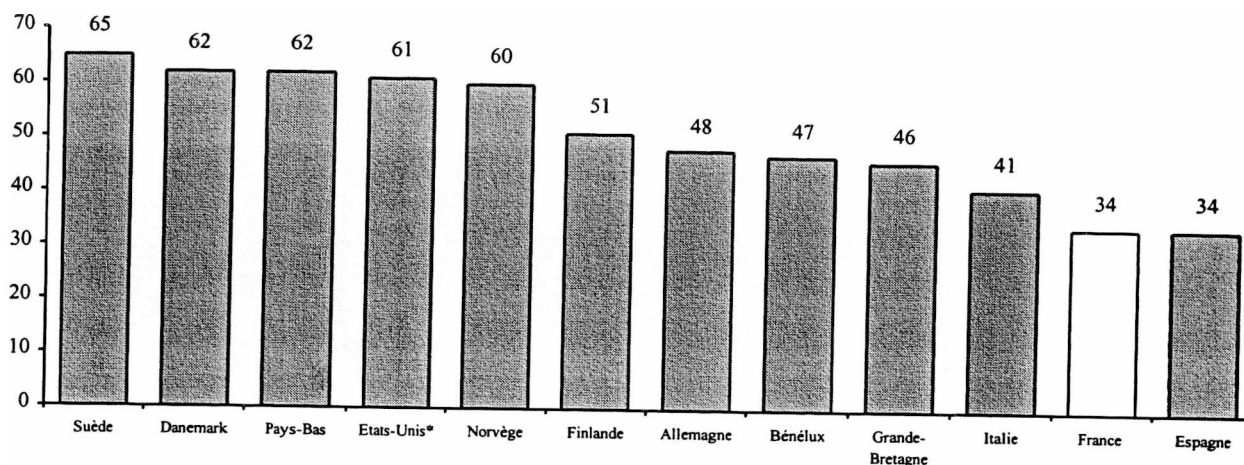
Source : estimations CREDOC, d'après les données d'Eurostat et d'IDATE.

2. Le micro-ordinateur : un retard très net

Le retard de la France est encore plus net pour l'adoption du micro-ordinateur. En effet, par rapport aux pays les « plus avancés », tels que la Suède (65%, Graphique 55)⁴⁵, le Danemark (62%), les Pays-Bas (62%) et les Etats-Unis (61%), la France se trouve à mi-chemin (34%).

Nous avons remarqué qu'en France, l'ordinateur personnel se diffuse beaucoup plus lentement que le téléphone mobile (cf. Chapitres 1 et 2). Cette lenteur se traduit par un retard considérable sur la plupart de nos voisins.

Graphique 55
Taux de pénétration de l'ordinateur personnel dans quelques pays de l'OCDE
 – Proportion de ménages disposant d'un ordinateur personnel, en % –



Source : Nielsen/NetRatings - 2^e trimestre 2001, * PCData - 2^e trimestre 2000.

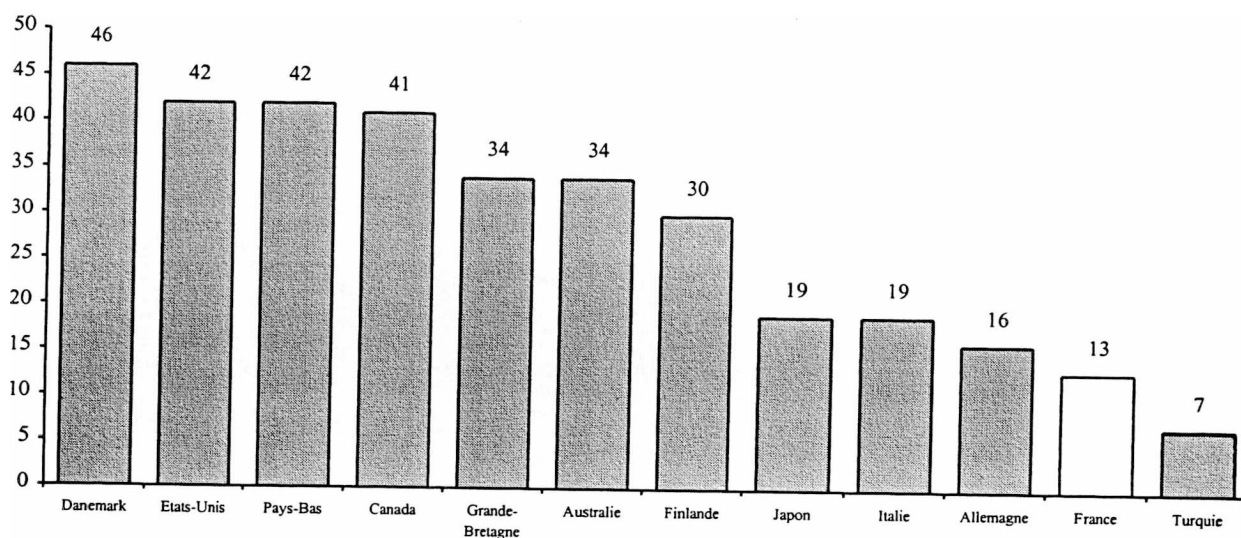
Une manière positive d'envisager ce « retard » consiste à y voir un potentiel de croissance. Pour rattraper les Etats-Unis, 9 millions d'individus devront encore s'équiper d'un ordinateur personnel dans l'Hexagone. Reste à connaître le calendrier d'un tel programme : les projections effectuées au Chapitre 2 indiquent qu'une quinzaine d'années, au moins, seraient nécessaires. Sauf changement radical de l'attitude des consommateurs, ou bouleversement des stratégies commerciales des constructeurs et des distributeurs de matériel informatique, on ne doit donc pas s'attendre à une explosion des ventes dans les mois qui viennent. La diffusion des PC auprès des ménages devrait donc se poursuivre encore selon un rythme régulier, mais modéré.

⁴⁵ Ici encore les chiffres ne sont pas strictement comparables avec les données de l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français ». Il s'agit ici du taux d'équipement des ménages, et non celui des individus.

3. Trois fois plus de connexions Internet aux Etats-Unis qu'en France

Le « retard » français d'équipement en ordinateur personnel n'est rien à côté de celui qui nous caractérise en matière de connexions Internet. Selon l'OCDE, à la fin de l'année 2000, 13% des ménages français étaient connectés à Internet, contre 46% des foyers danois et 42% des domiciles américains ou néerlandais : l'écart varie de 1 à 3.

Graphique 56
Taux de pénétration d'Internet dans quelques pays de l'OCDE
 – Proportion de ménages ayant accès à Internet à domicile, en % –



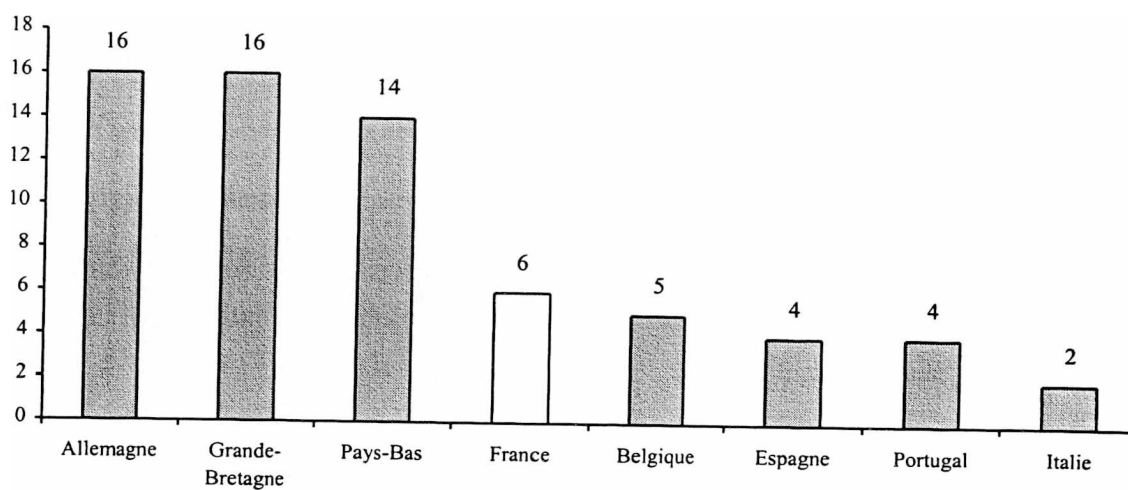
Source : OCDE, 4^e trimestre 2000.

Or, contrairement au micro-ordinateur, la diffusion d'Internet chez les particuliers semble assez rapide : notre enquête montre qu'en juin 2001, on compte deux fois plus de Français connectés qu'en janvier 2000, et trois fois plus qu'en janvier 1999. La progression semble exponentielle. Nos prévisions donnent à penser que cette accélération pourrait se poursuivre dans les prochaines années, si bien que les 40% de taux d'accès que l'on observe aujourd'hui aux Etats-Unis, pourraient être atteints d'ici trois ans.

4. Trois fois moins de cyber-consommateurs en France qu'en Allemagne

Le « retard » de la France concernant l'accès des particuliers à Internet explique que le nombre de cyber-consommateurs y soit moins élevé qu'ailleurs. Par rapport à l'Allemagne, par exemple, la France compte trois fois moins d'individus qui se sont déjà connectés à Internet pour y faire des achats (6%, contre 16%). En Europe, la Grande-Bretagne (16%) et les Pays-Bas (14%) sont « en avance », alors que la Belgique (5%), l'Espagne (4%), le Portugal (4%) et l'Italie (2%) sont plutôt « en retard ».

Graphique 57
Proportion d'individus ayant déjà effectué des achats sur Internet
(en %)



Source : d'après Ipsos, 1^{er} trimestre 2001.

Annexes

Libellé des questions insérées dans la vague de juin 2001
 (Enquête « *Conditions de vie et Aspirations des Français* » du CREDOC)



TELEPHONE FIXE

Q1 - Disposez-vous, à votre domicile, d'au moins une ligne téléphonique fixe ?

- . Oui
- . Non
- . *Ne sait pas*

1

2

3

Passez à Q3

Q2 - Etes-vous abonné, pour cette ligne fixe, chez un seul opérateur ou chez plusieurs opérateurs (France Télécom, Cégétel, Télé 2 ...) ?
 (Une seule réponse)

- . Un seul opérateur téléphonique
- . Plusieurs opérateurs téléphoniques
- . *Ne sait pas*

1

2

3

TELEPHONE MOBILE

Q3 - Disposez-vous personnellement d'un téléphone mobile, du type Itinéris, SFR, Bouygues ... ?

- . Oui
- . Non
- . *Ne sait pas*

1

2

3

Passez à Q5

Passez à Q5

Q4 - Avez-vous l'intention de vous équiper personnellement d'un téléphone mobile dans les 12 prochains mois ?

- . Oui
- . Non
- . *Ne sait pas*

1

2

3

MICRO-ORDINATEUR

Q5 - Avez-vous un micro-ordinateur à votre domicile ?

- . Oui, avec lecteur de CD-ROM 1
- . Oui, sans lecteur de CD-ROM..... 2
- . Non 3
- . *Ne sait pas* 4

3	Passez à Q7
4	

Q6 - Disposez-vous, sur ce micro-ordinateur, d'un graveur CD ou DVD ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . *Ne sait pas* 3

Q7- Pensez-vous, dans les 12 prochains mois, acheter ou racheter un micro-ordinateur ou compléter votre équipement micro-informatique ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . *Ne sait pas* 3

Q8 - Utilisez-vous un micro-ordinateur à votre bureau, sur votre lieu de travail ou sur votre lieu d'études ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . *Ne sait pas* 3

Q9 - On constate aujourd'hui que les particuliers n'achètent pas autant de micro-ordinateurs qu'on pouvait le penser. A votre avis, à quelles raisons parmi celles-ci cela est-il dû principalement ?

(Présentez la liste - Relancer pour obtenir 2 réponses)

- . Les micro-ordinateurs sont trop chers
- . Les équipements, les accessoires et les logiciels à installer sont trop nombreux.....
- . L'utilisation des micro-ordinateurs est trop compliquée
- . Les micro-ordinateurs n'intéressent pas les gens
- . Internet n'est pas aussi performant qu'on le pensait.....
- . Aucune de ces raisons
- . *Ne sait pas*

1 ^{ère} réponse	2 ^{ème} réponse
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7

INTERNET

Q10 - Avez-vous à votre domicile une connexion à Internet, que ce soit par un micro-ordinateur ou par un boîtier branché sur la télévision (hors téléphone mobile) ?

- . Oui 1 **Passez à Q12**
- . Non 2
- . Ne sait pas 3 **Passez à Q12**

Q11 - Pensez-vous vous connecter à Internet, chez vous, dans les 12 prochains mois ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3

Q12 - Avez-vous, à votre bureau, sur votre lieu de travail ou sur votre lieu d'études, une connexion ou un accès à Internet ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3 **Passez à Q 14**

Q13 - Utilisez-vous Internet à votre bureau...

(Énumérez, une seule réponse)

- . Uniquement à des fins professionnelles 1
- . Uniquement à des fins personnelles..... 2
- . A la fois à des fins professionnelles et personnelles..... 3
- . Ne sait pas 4

Q14 - Vous êtes-vous déjà personnellement connecté à Internet dans un lieu public (bibliothèque, cyber café, bureau de poste, cyber bus...)

(Énumérez, une seule réponse)

- . Oui, très souvent 1
- . Oui, quelquefois 2
- . Oui, une seule fois 3
- . Non, jamais 4
- . Ne sait pas 5

Q15 - Dans l'absolu, quel est le moyen, parmi ceux-ci, qui vous paraît personnellement le meilleur pour vous connecter à Internet ?

(Présentez la liste – une seule réponse)

- . Un micro-ordinateur chez vous 1
- . Un boîtier branché sur votre télévision..... 2
- . Une console de jeux branchée sur votre télévision..... 3
- . Un téléphone mobile..... 4
- . Un micro-ordinateur au bureau ou sur votre lieu de travail..... 5
- . Les moyens proposés dans un lieu public, du type bibliothèque, cyber café, bureau de poste, cyber bus 5
- . *Ne sait pas* 6

Q16 - Pensez-vous que, dans les deux années qui viennent, vous utiliserez un téléphone mobile pour naviguer sur Internet ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . *Ne sait pas* 3

Q17 - Pensez-vous qu'Internet est, pour vous, un bon outil dans les cas suivants ?

(Citez un à un - une réponse par ligne)

- . Internet est-il, pour vous, un bon outil pour se faire des amis, entretenir des relations ?
- . Internet est-il, pour vous, un bon outil pour trouver des offres d'emploi ?
- . Internet est-il, pour vous, un bon outil pour suivre des formations ?.....

Oui	Non	NSP
1	2	3
1	2	3
1	2	3

Q18 - Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'Internet ?

(Présentez la liste – une seule liste)

- . Internet est trop cher à utiliser (abonnement, communications téléphoniques, etc.) 1
- . Pour disposer d'Internet, il faut s'équiper d'un matériel coûteux..... 2
- . Internet est trop compliqué à utiliser 3
- . Les temps de connexion à Internet sont trop longs..... 4
- . Internet nécessite des équipements qui prennent trop de place dans la maison..... 5
- . Internet nécessite d'avoir quelqu'un pour se former 6
- . Aucun de ces freins 7
- . *Ne sait pas* 8

Q19 - Pensez-vous que, dans les deux ans qui viennent, vous effectuerez vous-même des achats par Internet (livres, disques, voyages, location, alimentation...)?

(Enumérez – une seule réponse)

- . Oui, et vous l'avez déjà fait 1
- . Oui, mais vous ne l'avez encore jamais fait 2
- . Non 3
- . *Ne sait pas* 4

Q20 - Parmi les éléments suivants, lequel vous fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet ?

(Présentez la liste – une seule réponse)

- . On ne peut pas bien voir ou toucher les produits..... 1
- . La sécurité des paiements n'est pas assurée 2
- . On ne connaît pas l'entreprise qui se cache derrière..... 3
- . Il n'y a pas de vendeur pour nous renseigner 4
- . Les délais de livraison sont trop longs..... 5
- . Les produits sont plus chers 6
- . Rien de tout cela ne vous fait hésiter 7
- . *Ne sait pas* 8

Tableaux complémentaires



Tableau 32
Avez-vous l'intention de vous équiper personnellement d'un téléphone mobile,
dans les 12 prochains mois ?

– Champ : personnes ne disposant pas d'un téléphone mobile, soit 45 % de la population –

	Oui	Non	Total (y c. nsp)
<i>(en %)</i>			
Sexe			
Homme	11	85	100
Femme	9	89	100
Age			
Moins de 25 ans	39	55	100
De 25 à 39 ans	18	79	100
De 40 à 59 ans	8	88	100
De 60 à 69 ans	5	93	100
70 ans et plus	3	96	100
Diplôme			
Aucun, cep	6	93	100
Bepc	12	85	100
Bac	18	79	100
Diplôme du supérieur	14	81	100
Profession			
Indépendant	9	86	100
Cadre supérieur	24	71	100
Profession intermédiaire	14	82	100
Employé	18	80	100
Ouvrier	13	83	100
Reste au foyer	6	92	100
Retraité	4	94	100
Etudiant	29	65	100
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	7	90	100
De 6 000 à 10 000 F	9	89	100
De 10 000 à 15 000 F	15	83	100
De 15 000 à 20 000 F	11	85	100
20 000 F et plus	12	86	100
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	8	89	100
De 2 000 à 20 000 habitants	10	88	100
De 20 000 à 100 000 habitants	13	82	100
100 000 habitants et plus	10	88	100
Paris et aggl. parisienne	11	88	100
Région de résidence			
Région parisienne	11	88	100
Nord	5	95	100
Est	10	89	100
Bassin parisien	11	85	100
Ouest	9	89	100
Sud-ouest	12	83	100
Centre est	11	84	100
Méditerranée	7	92	100
Ensemble de la population	10	87	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 33
Revenu individuel moyen, selon différentes variables socio-démographiques

– Champ : ensemble des actifs de moins de 60 ans –

(en Francs)

	Dispose d'un micro-ordinateur au bureau	Ne dispose pas d'un micro-ordinateur au bureau	Ecart (en %)
Sexe			
• Homme	11280	7719	+ 46 %
• Femme	8942	5539	+ 61 %
Age			
• Moins de 25 ans	7660	5339	+ 43 %
• De 25 à 39 ans.....	9040	6560	+ 38 %
• De 40 à 59 ans.....	12731	7341	+ 73 %
Diplôme			
• Aucun.....	9166	5995	+ 53 %
• BEPC	8943	6681	+ 34 %
• Bac	10328	6975	+ 48 %
• Diplôme du supérieur.....	11476	8860	+ 30 %
Profession			
• Indépendant.....	11497	8253	+ 39 %
• Cadre supérieur.....	15044	12035	+ 25 %
• Profession intermédiaire	10516	7789	+ 35 %
• Employé.....	7049	5475	+ 29 %
• Ouvrier.....	8227	6704	+ 23 %
Taille d'agglomération			
• Moins de 2 000 habitants	9840	6863	+ 43 %
• De 2 000 à 20 000 habitants.....	8792	6772	+ 30 %
• De 20 000 à 100 000 habitants.....	8850	7494	+ 18 %
• 100 000 habitants et plus.....	10546	6211	+ 70 %
• Paris et son agglomération.....	11844	6786	+ 75 %
Ensemble.....	10276	6730	+ 53 %

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français », début 2001.

Tableau 34
Proportion d'individus « familiarisés » avec le micro-ordinateur(*)

(en %)

Sexe	
Homme	51
Femme	43
Age	
Moins de 25 ans	68
De 25 à 39 ans	61
De 40 à 59 ans	53
De 60 à 69 ans	14
70 ans et plus	5
Diplôme	
Aucun, cep	15
Bepc	45
Bac	73
Diplôme du supérieur	83
Profession	
Indépendant	46
Cadre supérieur	92
Profession intermédiaire	83
Employé	60
Ouvrier	40
Reste au foyer	32
Retraité	12
Etudiant	79
Revenu mensuel du foyer	
Moins de 6 000 F	25
De 6 000 à 10 000 F	30
De 10 000 à 15 000 F	47
De 15 000 à 20 000 F	62
20 000 F et plus	86
Taille d'agglomération	
Moins de 2 000 habitants	44
De 2 000 à 20 000 habitants	39
De 20 000 à 100 000 habitants	42
100 000 habitants et plus	51
Paris et aggl. parisienne	57
Région de résidence	
Région parisienne	55
Nord	42
Est	50
Bassin parisien	43
Ouest	43
Sud-ouest	40
Centre est	53
Méditerranée	45
Ensemble de la population	47

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

(*) « Familiarisés » = disposent d'un ordinateur à leur domicile ou en utilisent sur leur lieu de travail ou d'études.

Tableau 35

On constate aujourd'hui que les particuliers n'achètent pas autant de micro-ordinateurs qu'on pouvait le penser.
A votre avis, à quelle raison parmi celles-ci cela est-il dû principalement ?
(1^{ère} raison citée)

	Les micro-ordinateurs sont trop chers	L'utilisation des micro-ordinateurs est trop compliquée	Les micro-ordinateurs n'intéressent pas les gens	Les équipements, accessoires et logiciels à installer sont trop nombreux	Internet n'est pas aussi performant qu'on le pensait	Aucune de ces raisons	Total (y c. nsp)
<i>(en %)</i>							
Sexe							
Homme	48	20	10	7	2	11	100
Femme	55	17	9	6	3	8	100
Age							
Moins de 25 ans	58	14	5	8	4	10	100
De 25 à 39 ans	62	13	6	7	3	9	100
De 40 à 59 ans	49	21	12	7	2	8	100
De 60 à 69 ans	41	26	15	3	1	12	100
70 ans et plus	40	25	12	4	2	11	100
Diplôme							
Aucun, cep	53	22	10	2	1	8	100
Bepc	54	16	10	7	2	8	100
Bac	49	19	7	8	3	13	100
Diplôme du supérieur	47	17	9	11	4	11	100
Profession							
Indépendant	40	21	7	10	3	17	100
Cadre supérieur	43	22	8	9	3	15	100
Profession intermédiaire	49	19	8	9	4	9	100
Employé	57	15	7	7	3	10	100
Ouvrier	63	15	10	5	2	4	100
Reste au foyer	60	17	8	5	1	7	100
Retraité	41	24	15	4	1	10	100
Etudiant	57	15	5	9	3	10	100
Revenu mensuel du foyer							
Moins de 6 000 F	57	19	7	3	2	9	100
De 6 000 à 10 000 F	58	19	8	6	2	7	100
De 10 000 à 15 000 F	58	16	10	7	2	6	100
De 15 000 à 20 000 F	49	17	11	8	5	9	100
20 000 F et plus	37	25	12	9	3	14	100
Taille d'agglomération							
Moins de 2 000 habitants	49	22	10	5	3	9	100
De 2 000 à 20 000 habitants	53	21	10	6	2	7	100
De 20 000 à 100 000 habitants	54	16	8	8	3	9	100
100 000 habitants et plus	52	18	11	7	2	9	100
Paris et aggl. parisienne	56	15	7	7	2	11	100
Région de résidence							
Région parisienne	57	15	8	6	2	10	100
Nord	58	17	12	4	1	8	100
Est	46	22	12	5	3	12	100
Bassin parisien	52	18	8	8	2	8	100
Ouest	48	22	10	5	3	11	100
Sud-ouest	55	18	10	3	4	8	100
Centre est	50	20	9	11	1	9	100
Méditerranée	49	19	12	6	4	9	100
Ensemble de la population	52	19	10	6	2	9	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 36
Avez-vous à votre domicile une connexion à Internet, que ce soit par un micro-ordinateur ou par un boîtier branché sur la télévision (hors téléphone mobile) ?

(en %)

	juin 2000	juin 2001	Ecart
Sexe			
Homme	16	22	+6
Femme	12	17	+5
Age			
Moins de 25 ans	15	27	+12
De 25 à 39 ans	21	25	+4
De 40 à 59 ans	15	22	+7
De 60 à 69 ans	3	7	+4
70 ans et plus	3	3	0
Diplôme			
Aucun, cep	3	3	0
Bepc	9	16	+7
Bac	21	27	+6
Diplôme du supérieur	36	48	+12
Profession			
Indépendant	16	16	0
Cadre supérieur	51	53	+2
Profession intermédiaire	24	40	+16
Employé	12	19	+7
Ouvrier	8	11	+3
Reste au foyer	11	16	+5
Retraité	3	6	+3
Etudiant	20	31	+11
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	8	11	+3
De 6 000 à 10 000 F	6	8	+2
De 10 000 à 15 000 F	11	17	+6
De 15 000 à 20 000 F	21	23	+2
20 000 F et plus	37	48	+11
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	11	16	+5
De 2 000 à 20 000 habitants	10	15	+5
De 20 000 à 100 000 habitants	10	15	+5
100 000 habitants et plus	15	23	+8
Paris et aggl. parisienne	22	27	+5
Région de résidence			
Région parisienne	22	26	+4
Nord	10	12	+2
Est	13	15	+2
Bassin parisien	9	16	+7
Ouest	11	17	+6
Sud-ouest	10	19	+9
Centre est	17	20	+3
Méditerranée	16	22	+6
Ensemble de la population	14	19	+5

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 37
Pensez-vous vous connecter à Internet, chez vous, dans les 12 prochains mois ?

-Champ : individus n'ayant pas de connexion Internet à domicile, soit 81 % de la population-

	Oui	Non	Ne sait pas	Total
<i>(en %)</i>				
Sexe				
Homme	12	84	4	100
Femme	11	85	3	100
Age				
Moins de 25 ans	20	72	8	100
De 25 à 39 ans.....	20	76	4	100
De 40 à 59 ans.....	10	85	5	100
De 60 à 69 ans.....	2	98	0	100
70 ans et plus	1	98	1	100
Diplôme				
Aucun, cep.....	4	95	1	100
Bepc.....	12	84	4	100
Bac.....	18	73	9	100
Diplôme du supérieur.....	28	69	4	100
Profession				
Indépendant.....	12	82	7	100
Cadre supérieur.....	39	54	6	100
Profession intermédiaire	23	70	7	100
Employé.....	15	81	5	100
Ouvrier.....	11	86	3	100
Reste au foyer	8	88	4	100
Retraité.....	2	98	1	100
Etudiant.....	22	71	8	100
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 6 000 F.....	7	91	2	100
De 6 000 à 10 000 F.....	8	91	2	100
De 10 000 à 15 000 F.....	13	84	3	100
De 15 000 à 20 000 F.....	16	78	6	100
20 000 F et plus.....	26	65	9	100
Taille d'agglomération				
Moins de 2 000 habitants	8	90	2	100
De 2 000 à 20 000 habitants.....	6	90	3	100
De 20 000 à 100 000 habitants.....	10	81	9	100
100 000 habitants et plus	13	84	3	100
Paris et aggl. parisienne	23	73	4	100
Région de résidence				
Région parisienne	20	76	4	100
Nord.....	10	88	3	100
Est.....	17	81	1	100
Bassin parisien.....	6	89	5	100
Ouest.....	7	90	3	100
Sud-ouest	9	87	4	100
Centre est.....	8	88	5	100
Méditerranée.....	16	80	4	100
Ensemble de la population	11	85	4	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 38
Proportion d'individus ayant à leur bureau ou sur leur lieu de travail
une connexion ou un accès à Internet

- Champ : ensemble des actifs, soit 57 % de la population en juin 2001-

	juin 2000	juin 2001	Ecart
<i>(en %)</i>			
Sexe			
Homme	22	25	+3
Femme	19	22	+3
Age			
Moins de 25 ans	24	20	-4
De 25 à 39 ans.....	21	24	+3
De 40 à 59 ans.....	20	24	+4
Diplôme			
Aucun, cep	4	5	+1
Bepc	10	12	+2
Bac	29	29	0
Diplôme du supérieur.....	47	57	+10
Profession			
Indépendant.....	11	14	+3
Cadre supérieur	58	69	+11
Profession intermédiaire	33	38	+5
Employé.....	16	19	+3
Ouvrier.....	7	4	-3
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	10	15	+5
De 6 000 à 10 000 F.....	16	12	-4
De 10 000 à 15 000 F.....	15	22	+7
De 15 000 à 20 000 F.....	23	25	+2
20 000 F et plus.....	45	45	0
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	13	16	+3
De 2 000 à 20 000 habitants.....	16	15	-1
De 20 000 à 100 000 habitants.....	19	20	+1
100 000 habitants et plus.....	27	29	+2
Paris et aggl. parisienne	31	38	+7
Région de résidence			
Région parisienne	30	35	+5
Nord.....	17	19	+2
Est.....	14	20	+6
Bassin parisien	14	17	+3
Ouest.....	23	19	-4
Sud-ouest	18	20	+2
Centre est	25	25	0
Méditerranée	21	26	+5
Ensemble de la population	21	23	+2

Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 39
Les utilisations d'Internet au bureau

– Champ : actifs disposant d'une connexion Internet sur leur lieu de travail, soit 14 % de la population –

	Utilisez-vous Internet à votre bureau à des fins...			Total (y c. nsp)
	Professionnelles	Personnelles	Professionnelles et personnelles	
<i>(en %)</i>				
Sexe				
Homme	50	4	42	100
Femme	59	2	34	100
Age				
Moins de 25 ans	33	7	52	100
De 25 à 39 ans	49	4	41	100
De 40 à 59 ans	63	1	34	100
Diplôme				
Aucun, cep	78	-	22	100
Bepc	65	5	26	100
Bac	53	2	36	100
Diplôme du supérieur	47	3	46	100
Profession				
Indépendant	53	-	40	100
Cadre supérieur	51	-	45	100
Profession intermédiaire	52	4	40	100
Employé	57	7	28	100
Ouvrier	63	10	27	100
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 6 000 F	41	-	59	100
De 6 000 à 10 000 F	61	8	28	100
De 10 000 à 15 000 F	50	6	41	100
De 15 000 à 20 000 F	56	3	33	100
20 000 F et plus	58	1	36	100
Taille d'agglomération				
Moins de 2 000 habitants	59	2	29	100
De 2 000 à 20 000 habitants	58	12	24	100
De 20 000 à 100 000 habitants	48	-	45	100
100 000 habitants et plus	54	1	41	100
Paris et aggl. parisienne	48	4	46	100
Région de résidence				
Région parisienne	50	4	45	100
Nord	47	8	31	100
Est	41	6	53	100
Bassin parisien	58	-	37	100
Ouest	62	4	25	100
Sud-ouest	45	4	51	100
Centre est	64	-	31	100
Méditerranée	56	2	32	100
Ensemble de la population	53	3	39	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 40
Vous êtes-vous déjà personnellement connecté à Internet dans un lieu public
(bibliothèque, cyber café, bureau de poste, cyber bus...)?

(en %)

	Oui, au moins une fois	Non, jamais	Total (y c. nsp)
Sexe			
Homme	13	87	100
Femme	10	90	100
Age			
Moins de 25 ans	36	64	100
De 25 à 39 ans	13	87	100
De 40 à 59 ans	6	94	100
De 60 à 69 ans	5	95	100
70 ans et plus	2	97	100
Diplôme			
Aucun, cep	2	98	100
Bepc	10	90	100
Bac	21	79	100
Diplôme du supérieur	23	77	100
Profession			
Indépendant	6	94	100
Cadre supérieur	23	77	100
Profession intermédiaire	20	80	100
Employé	11	89	100
Ouvrier	9	91	100
Reste au foyer	4	96	100
Retraité	3	96	100
Etudiant	44	56	100
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	11	88	100
De 6 000 à 10 000 F	9	91	100
De 10 000 à 15 000 F	8	92	100
De 15 000 à 20 000 F	15	85	100
20 000 F et plus	17	83	100
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	6	94	100
De 2 000 à 20 000 habitants	10	90	100
De 20 000 à 100 000 habitants	12	88	100
100 000 habitants et plus	16	84	100
Paris et aggl. parisienne	14	86	100
Région de résidence			
Région parisienne	12	88	100
Nord	19	81	100
Est	14	86	100
Bassin parisien	9	90	100
Ouest	9	90	100
Sud-ouest	8	92	100
Centre est	10	90	100
Méditerranée	15	85	100
Ensemble de la population	11	88	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 41
Proportion d'individus connectés à Internet
(au domicile, au bureau ou dans un lieu public)

(en %)

	Dispose d'un accès à Internet	Ne dispose pas d'accès à Internet	Total (y c. nsp)
Sexe			
Homme.....	37	62	100
Femme.....	30	70	100
Age			
Moins de 25 ans.....	64	36	100
De 25 à 39 ans.....	43	56	100
De 40 à 59 ans.....	32	68	100
De 60 à 69 ans.....	11	89	100
70 ans et plus.....	3	95	100
Diplôme			
Aucun, cep.....	6	93	100
Bepc.....	28	71	100
Bac.....	52	47	100
Diplôme du supérieur.....	75	25	100
Profession			
Indépendant.....	24	76	100
Cadre supérieur.....	84	16	100
Profession intermédiaire.....	67	33	100
Employé.....	40	59	100
Ouvrier.....	19	81	100
Reste au foyer.....	19	81	100
Retraité.....	8	91	100
Etudiant.....	79	21	100
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F.....	22	76	100
De 6 000 à 10 000 F.....	21	79	100
De 10 000 à 15 000 F.....	31	69	100
De 15 000 à 20 000 F.....	39	61	100
20 000 F et plus.....	66	34	100
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants.....	25	74	100
De 2 000 à 20 000 habitants.....	25	74	100
De 20 000 à 100 000 habitants.....	33	67	100
100 000 habitants et plus.....	41	59	100
Paris et aggl. parisienne.....	43	57	100
Région de résidence			
Région parisienne.....	41	59	100
Nord.....	34	66	100
Est.....	32	67	100
Bassin parisien.....	29	70	100
Ouest.....	28	69	100
Sud-ouest.....	29	71	100
Centre est.....	33	67	100
Méditerranée.....	38	62	100
Ensemble de la population.....	33	66	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 42
Dans l'absolu, quel est le moyen, parmi ceux-ci, qui vous paraît personnellement le meilleur
pour vous connecter à Internet ?

- Champ : ensemble de la population -

	Un micro-ordinateur au domicile	Un boîtier sur la télévision	Ne sait pas	Total (y c. autres)
<i>(en %)</i>				
Sexe				
Homme	61	10	13	100
Femme	61	8	15	100
Age				
Moins de 25 ans.....	69	6	1	100
De 25 à 39 ans	73	8	3	100
De 40 à 59 ans	62	12	13	100
De 60 à 69 ans	44	15	26	100
70 ans et plus	37	6	46	100
Diplôme				
Aucun, cep.....	41	11	32	100
Bepc.....	63	10	9	100
Bac.....	77	7	3	100
Diplôme du supérieur	77	7	4	100
Profession				
Indépendant	60	9	17	100
Cadre supérieur.....	77	8	3	100
Profession intermédiaire.....	77	7	3	100
Employé	68	8	7	100
Ouvrier	59	10	8	100
Reste au foyer.....	61	11	16	100
Retraité	41	11	34	100
Etudiant	76	7	1	100
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 6 000 F.....	51	7	25	100
De 6 000 à 10 000 F	54	10	17	100
De 10 000 à 15 000 F	64	11	10	100
De 15 000 à 20 000 F	68	11	7	100
20 000 F et plus	76	11	2	100
Taille d'agglomération				
Moins de 2 000 habitants.....	57	9	18	100
De 2 000 à 20 000 habitants	55	10	18	100
De 20 000 à 100 000 habitants	64	5	16	100
100 000 habitants et plus	63	10	9	100
Paris et aggl. parisienne.....	68	10	10	100
Région de résidence				
Région parisienne	70	9	10	100
Nord.....	53	12	18	100
Est.....	55	8	16	100
Bassin parisien.....	64	8	15	100
Ouest.....	52	9	21	100
Sud-ouest.....	57	9	15	100
Centre est.....	60	10	13	100
Méditerranée.....	65	10	11	100
Ensemble de la population	61	9	14	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 43
Pensez-vous que, dans les deux années qui viennent,
vous utiliserez un téléphone mobile pour naviguer sur Internet ?

(en %)

	Oui	Non	Total (y c. nsp)
Sexe			
Homme	16	78	100
Femme	10	86	100
Age			
Moins de 25 ans	30	61	100
De 25 à 39 ans.....	19	76	100
De 40 à 59 ans.....	8	86	100
De 60 à 69 ans.....	2	96	100
70 ans et plus	-	99	100
Diplôme			
Aucun, cep	4	92	100
Bepc	15	79	100
Bac	17	77	100
Diplôme du supérieur.....	19	77	100
Profession			
Indépendant.....	11	82	100
Cadre supérieur.....	22	74	100
Profession intermédiaire	14	82	100
Employé.....	17	75	100
Ouvrier.....	17	76	100
Reste au foyer	12	84	100
Retraité.....	1	97	100
Etudiant.....	25	67	100
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	12	85	100
De 6 000 à 10 000 F.....	14	82	100
De 10 000 à 15 000 F.....	12	84	100
De 15 000 à 20 000 F.....	12	83	100
20 000 F et plus.....	17	78	100
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	9	85	100
De 2 000 à 20 000 habitants.....	13	81	100
De 20 000 à 100 000 habitants.....	13	81	100
100 000 habitants et plus	14	82	100
Paris et aggl. parisienne	16	82	100
Région de résidence			
Région parisienne	15	82	100
Nord.....	11	83	100
Est.....	14	82	100
Bassin parisien	11	84	100
Ouest.....	5	89	100
Sud-ouest	14	81	100
Centre est.....	16	76	100
Méditerranée.....	16	80	100
Ensemble de la population	13	82	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 44
Internet est-il, pour vous, un bon outil pour... ?

(en %)

	Se faire des amis, entretenir des relations	Trouver des offres d'emploi	Suivre des formations
Sexe			
Homme	32	62	41
Femme	27	61	40
Age			
Moins de 25 ans	50	84	47
De 25 à 39 ans	34	72	46
De 40 à 59 ans	27	58	40
De 60 à 69 ans	15	44	34
70 et plus	17	35	28
Diplôme			
Aucun, cep	23	47	38
Bepc	32	67	43
Bac	32	68	38
Diplôme du supérieur	33	67	40
Profession			
Indépendant	26	52	50
Cadre supérieur	36	66	37
Profession intermédiaire	26	67	37
Employé	34	72	43
Ouvrier	36	72	48
Reste au foyer	25	56	42
Retraité	17	40	32
Etudiant	58	84	43
Revenu mensuel du foyer			
Moins de 6 000 F	31	59	41
De 6 000 à 10 000 F	28	59	45
De 10 000 à 15 000 F	29	67	47
De 15 000 à 20 000 F	29	69	42
20 000 F et plus	34	62	34
Taille d'agglomération			
Moins de 2 000 habitants	21	55	38
De 2 000 à 20 000 habitants	32	67	44
De 20 000 à 100 000 habitants	35	63	47
100 000 habitants et plus	30	60	39
Paris et aggl. parisienne	34	67	39
Région de résidence			
Région parisienne	34	68	40
Nord	32	62	44
Est	36	68	48
Bassin parisien	28	57	37
Ouest	23	59	43
Sud-ouest	21	52	29
Centre est	29	61	43
Méditerranée	31	61	44
Ensemble de la population	29	61	40

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Lecture : 32 % des hommes pensent qu'Internet est un bon outil pour se faire des amis et entretenir des relations.

Tableau 45
Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'Internet ?

(en %)

	Internet est trop cher à utiliser	Pour Internet, il faut du matériel coûteux	Internet est trop compliqué à utiliser	Les temps de connexion sont trop longs	Internet nécessite des équipements encombrants	Internet nécessite d'avoir quelqu'un pour se former	Aucun de ces freins	Ne sait pas	Total
Sexe									
Homme	37	20	9	10	2	9	10	4	100
Femme	40	17	11	8	2	9	9	5	100
Age									
Moins de 25 ans	38	29	7	12	2	4	7	<i>1</i>	100
De 25 à 39 ans	39	20	7	13	2	9	10	<i>1</i>	100
De 40 à 59 ans	42	16	10	8	2	10	9	3	100
De 60 à 69 ans	41	12	11	3	<i>1</i>	15	10	8	100
70 ans et plus	29	12	20	3	2	6	11	17	100
Diplôme									
Aucun, cep	43	14	14	3	2	9	7	9	100
Bepc	42	18	9	7	2	9	11	3	100
Bac	33	18	11	14	2	9	10	3	100
Diplôme du supérieur	27	26	6	19	<i>1</i>	7	11	2	100
Profession									
Indépendant	34	10	11	8		18	17	3	100
Cadre supérieur	26	29	6	18	2	5	12	2	100
Profession intermédiaire	28	22	7	20	0	7	13	2	100
Employé	42	18	9	9	3	8	10	<i>1</i>	100
Ouvrier	46	20	9	6	2	8	6	2	100
Reste au foyer	48	16	9	4	2	8	8	4	100
Retraité	34	12	15	4	<i>1</i>	10	9	13	100
Etudiant	39	27	8	14	<i>1</i>	4	6	<i>1</i>	100
Revenu mensuel du foyer									
Moins de 6 000 F	37	20	12	4	2	9	9	7	100
De 6 000 à 10 000 F	43	19	11	6	<i>1</i>	7	7	6	100
De 10 000 à 15 000 F	38	21	9	10	2	8	9	2	100
De 15 000 à 20 000 F	41	17	8	14	<i>1</i>	9	7	4	100
20 000 F et plus	31	15	11	16	4	12	10	2	100
Taille d'agglomération									
Moins de 2 000 habitants	42	16	11	7	2	8	10	4	100
De 2 000 à 20 000 habitants	39	20	8	6	2	11	9	5	100
De 20 000 à 100 000 habitants	36	20	13	9	<i>1</i>	8	6	6	100
100 000 habitants et plus	37	17	9	11	2	9	11	5	100
Paris et aggl. parisienne	36	19	9	11	2	6	12	4	100
Région de résidence									
Région parisienne	38	18	10	10	2	6	11	4	100
Nord	41	21	9	7	2	9	5	5	100
Est	30	21	7	12	3	8	15	2	100
Bassin parisien	40	15	13	9	<i>1</i>	11	7	5	100
Ouest	40	17	12	5	2	10	10	4	100
Sud-ouest	41	16	6	10	2	10	8	7	100
Centre est	42	20	8	8	<i>1</i>	7	9	5	100
Méditerranée	33	19	12	10	2	8	12	5	100
Ensemble de la population	38	18	10	9	2	9	10	5	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 46
Pensez-vous que, dans les deux ans qui viennent, vous effectuerez vous-même des achats par Internet
(livres, disques, voyages, location, alimentation...)?

(en %)

	Oui, l'a déjà fait	Oui, mais ne l'a pas encore jamais fait	Non	Total (y c. nsp)
Sexe				
Homme.....	9	12	75	100
Femme.....	6	10	82	100
Age				
Moins de 25 ans.....	12	18	66	100
De 25 à 39 ans.....	10	17	69	100
De 40 à 59 ans.....	8	9	79	100
De 60 à 69 ans.....	0	4	95	100
70 ans et plus.....	1	1	97	100
Diplôme				
Aucun, cep.....	0	4	93	100
Bepc.....	5	10	82	100
Bac.....	9	19	69	100
Diplôme du supérieur.....	25	18	54	100
Profession				
Indépendant.....	4	13	76	100
Cadre supérieur.....	35	17	45	100
Profession intermédiaire.....	15	18	63	100
Employé.....	6	13	78	100
Ouvrier.....	3	9	83	100
Reste au foyer.....	4	10	84	100
Retraité.....	2	2	95	100
Etudiant.....	14	22	63	100
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 6 000 F.....	5	8	86	100
De 6 000 à 10 000 F.....	2	10	86	100
De 10 000 à 15 000 F.....	8	10	79	100
De 15 000 à 20 000 F.....	9	11	75	100
20 000 F et plus.....	18	19	60	100
Taille d'agglomération				
Moins de 2 000 habitants.....	4	8	84	100
De 2 000 à 20 000 habitants.....	7	9	81	100
De 20 000 à 100 000 habitants.....	5	11	81	100
100 000 habitants et plus.....	9	13	75	100
Paris et aggl. parisienne.....	14	13	71	100
Région de résidence				
Région parisienne.....	13	13	73	100
Nord.....	4	10	84	100
Est.....	8	12	78	100
Bassin parisien.....	6	7	83	100
Ouest.....	5	8	83	100
Sud-ouest.....	6	10	81	100
Centre est.....	7	12	76	100
Méditerranée.....	8	16	74	100
Ensemble de la population.....	7	11	79	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 47
Parmi les éléments suivants, lequel vous fait aujourd'hui le plus hésiter pour effectuer des achats par Internet ?

	On ne peut pas bien voir ou toucher les produits	La sécurité des paiements n'est pas assurée	On ne connaît pas l'entreprise qui se cache derrière	Il n'y a pas de vendeur pour nous renseigner	Les produits sont plus chers	Rien de tout cela ne vous fait hésiter	Ne sait pas	Total (y c. autre élément)
<i>(en %)</i>								
Sexe								
Homme.....	18	51	9	4	2	11	5	100
Femme.....	23	47	9	4	2	9	6	100
Age								
Moins de 25 ans.....	16	61	8	4	2	7	1	100
De 25 à 39 ans.....	23	52	9	4	2	8	2	100
De 40 à 59 ans.....	20	52	10	4	2	8	4	100
De 60 à 69 ans.....	22	42	9	6	2	12	7	100
70 ans et plus.....	23	26	7	3	4	18	18	100
Diplôme								
Aucun, cep.....	23	37	8	4	3	13	11	100
Bepc.....	23	51	10	5	2	8	3	100
Bac.....	18	57	9	4	1	10	2	100
Diplôme du supérieur.....	16	57	9	2	1	10	3	100
Profession								
Indépendant.....	24	45	14	2	3	8	4	100
Cadre supérieur.....	12	63	6	2	1	12	3	100
Profession intermédiaire.....	17	56	10	4	-	11	1	100
Employé.....	20	55	7	4	3	6	3	100
Ouvrier.....	22	48	11	6	2	8	2	100
Reste au foyer.....	26	47	8	2	3	8	4	100
Retraité.....	22	36	8	5	2	15	12	100
Etudiant.....	15	60	10	2	1	10	2	100
Revenu mensuel du foyer								
Moins de 6 000 F.....	24	39	7	5	2	12	11	100
De 6 000 à 10 000 F.....	21	46	10	4	4	9	6	100
De 10 000 à 15 000 F.....	25	50	9	3	1	8	3	100
De 15 000 à 20 000 F.....	21	51	13	4	2	6	3	100
20 000 F et plus.....	16	57	8	5	1	10	2	100
Taille d'agglomération								
Moins de 2 000 habitants.....	22	49	9	4	1	8	7	100
De 2 000 à 20 000 habitants.....	21	48	8	5	3	12	4	100
De 20 000 à 100 000 habitants.....	21	49	12	3	1	9	6	100
100 000 habitants et plus.....	23	48	9	5	2	9	4	100
Paris et aggl. parisienne.....	15	51	6	4	5	14	5	100
Région de résidence								
Région parisienne.....	14	54	6	4	4	13	5	100
Nord.....	25	51	4	5	3	6	5	100
Est.....	12	48	10	5	2	17	5	100
Bassin parisien.....	23	49	10	4	1	6	6	100
Ouest.....	26	40	12	4	1	11	6	100
Sud-ouest.....	18	50	9	3	1	9	11	100
Centre est.....	24	51	10	5	2	6	1	100
Méditerranée.....	25	46	9	4	2	11	1	100
Ensemble de la population.....	21	49	9	4	2	10	5	100

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.
 Note : les chiffres en italiques reposent sur des effectifs assez faibles, ils sont donnés à titre indicatif.

Tableau 48
Taux de pénétration du téléphone mobile dans le monde

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Italie.....	1	7	11	20	36	53	62	79
Norvège.....	5	23	29	38	48	62	-	74
Suède.....	5	23	28	36	46	58	-	74
Finlande.....	5	20	29	42	57	67	-	73
Grande-Bretagne.....	2	10	12	15	25	40	52	72
Danemark.....	3	16	25	27	37	50	-	65
Espagne.....	0	2	8	11	18	31	51	65
Allemagne.....	0	5	7	10	17	29	41	64
Pays-Bas.....	1	3	5	11	21	44	-	61
France.....	1	2	4	10	19	36	41	55
Belgique.....	0	2	5	10	17	31	-	54
Japon.....	1	9	21	31	38	45	42	50
Etats-Unis.....	2	13	17	21	26	32	34	43

Source : Eurostat pour les années 1990-1999 et Idate pour les années 2000-2001

Note : Ces chiffres rapportent le nombre d'abonnés à la population du pays.

Estimations économétriques



Les estimations économétriques permettent d'isoler l'effet propre d'un facteur – par exemple l'âge, le revenu du foyer, le niveau de diplôme – sur une caractéristique précise, par exemple, le fait de disposer d'un téléphone mobile. Pour tenter d'isoler l'effet spécifique d'un facteur, « toutes choses égales par ailleurs », il faut faire des hypothèses et postuler des régularités statistiques.

- Dans le cas de comportements ou d'attitudes de nature discrète, qualitative, on recourt traditionnellement au modèle de régression logistique, encore appelé modèle Logit. La régression peut être soit binaire (variables explicatives dichotomiques : Tableau 49 et Tableau 50), soit multinomiale (variables explicatives comportant plus de deux modalités, Tableau 51 et Tableau 52).
- Dans le cas où la variable à expliquer est continue, on utilise le modèle linéaire général (Tableau 53).

*Modèle de régression utilisé pour mesurer l'impact de chaque facteur
sur la propension à s'équiper d'un téléphone mobile*

Tableau 49
Taux d'équipement en téléphone mobile
–résultat d'une régression logistique–

	Coefficients estimés	Significativité (en %)
Etre au moins titulaire du BEPC.....	0,639	0
Etre actif ou étudiant.....	0,736	1
Disposer de revenus supérieurs à 10 000 F/mois.....	0,262	2
Avoir moins de 39 ans.....	1,012	0
Etre attiré par les produits comportant une innovation technologique.....	0,442	1
Résider dans une agglomération de plus de 100 000 habitants (y c. Paris et agglomération).....	0,393	0
Constante.....	-1,586	0

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

*Modèle de régression utilisé pour expliquer l'effet de substitution
entre le téléphone fixe et le téléphone mobile*

Tableau 50
Taux de « non-équipement » en téléphone fixe
–résultat d'une régression logistique–

	Coefficients estimés	Significativité (en %)
Avoir moins de 39 ans	1,022	0
Etre employé ou ouvrier.....	0,587	1
Disposer de revenus inférieurs à 10 000 F/mois	1,313	2
Disposer d'un téléphone mobile	1,891	1
Constante	-4,777	0

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Modèle de régression utilisé pour mesurer l'impact de la présence d'enfants dans le foyer sur l'équipement en micro-ordinateur

Tableau 51
Les facteurs explicatifs de la propension à disposer d'un micro-ordinateur à domicile

- Résultats de régressions logistiques -

	<i>Odds ratio</i>	<i>Significativité (en %)</i>
• Constante.....	2,6	0
Sexe		
• Homme.....	1,3	6
• Femme.....	1,0	Ref.
Age		
• Moins de 25 ans.....	1,3	16
• De 25 à 39 ans.....	1,0	Ref.
• De 40 à 59 ans.....	1,2	10
• De 60 à 69 ans.....	0,4	2
• 70 ans et plus.....	0,2	0
Diplôme		
• Aucun.....	0,3	0
• BEPC.....	0,5	0
• Bac.....	1,0	Ref.
• Diplôme du supérieur.....	1,5	5
Profession		
• Indépendant.....	0,7	20
• Cadre supérieur.....	1,3	34
• Profession intermédiaire.....	1,0	88
• Employé.....	1,0	Ref.
• Ouvrier.....	0,7	3
• Reste au foyer.....	0,9	73
• Retraité.....	1,0	96
• Etudiant.....	1,2	54
Revenus mensuels du foyer		
• Moins de 6 000 F.....	0,5	0
• De 6 000 à 10 000 F.....	0,5	0
• De 10 000 à 15 000 F.....	0,7	6
• De 15 000 à 20 000 F.....	1,0	Ref.
• 20 000 F et plus.....	2,3	0
Taille d'agglomération		
• Moins de 2 000 habitants.....	0,8	27
• De 2 000 à 20 000 habitants.....	0,6	3
• De 20 000 à 100 000 habitants.....	0,5	0
• 100 000 habitants et plus.....	0,8	24
• Paris et son agglomération.....	1,0	Ref.
Présence d'enfants de moins de 20 ans dans le foyer		
• Oui.....	1,0	Ref.
• Non.....	0,5	0

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

Modèle de régression logistique utilisé pour mesurer l'influence, sur le niveau de rémunération, de la possession d'un micro-ordinateur au bureau

Tableau 52
Probabilité d'appartenir à une certaine classe de revenus, selon plusieurs variables socio-démographiques et le fait de disposer ou non d'un micro-ordinateur au travail

- Résultats de régressions logistiques -

- Champ : ensemble des actifs -

	Moins de 5 000 F par mois		Plus de 10 000 F par mois	
	Odds ratio	Significativité (en %)	Odds ratio	Significativité (en %)
• Constante.....	1,1	77	0,1	0
Sexe				
• Homme.....	0,3	0	3,0	0
• Femme.....	1,0	Ref.	1,0	Ref.
Age				
• Moins de 25 ans.....	1,5	14	0,5	5
• De 25 à 39 ans.....	1,0	Ref.	1,0	Ref.
• De 40 à 59 ans.....	0,7	10	2,5	0
• De 60 à 69 ans.....	0,3	19	2,0	42
Diplôme				
• Aucun.....	1,1	66	0,4	1
• BEPC.....	0,8	31	0,6	6
• Bac.....	1,0	Ref.	1,0	Ref.
• Diplôme du supérieur.....	0,7	30	1,1	78
Profession				
• Indépendant.....	0,5	10	3,4	0
• Cadre supérieur.....	0,2	1	21,0	0
• Profession intermédiaire.....	0,3	0	4,1	0
• Employé.....	1,0	Ref.	1,0	Ref.
• Ouvrier.....	0,7	20	1,1	78
Taille d'agglomération				
• Moins de 2 000 habitants.....	1,2	57	0,7	14
• De 2 000 à 20 000 habitants.....	1,4	35	0,8	38
• De 20 000 à 100 000 habitants.....	0,7	46	0,8	45
• 100 000 habitants et plus.....	1,5	17	0,8	31
• Paris et son agglomération.....	1,0	Ref.	1,0	Ref.
Disposer d'un micro-ordinateur au bureau				
• Oui.....	0,3	0	2,6	0
• Non.....	1,0	Ref.	1,0	Ref.

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français », début 2001.

Lecture : la probabilité de percevoir plus de 10 000 F/mois est 2,6 fois plus importante lorsqu'on utilise un micro-ordinateur sur son lieu de travail

Modèle linéaire général utilisé pour mesurer l'influence, sur le niveau de rémunération, de la possession d'un micro-ordinateur au bureau

Tableau 53
Revenus, selon différentes variables socio-démographiques
et le fait de disposer ou non d'un micro-ordinateur au travail

- Résultats d'estimations du modèle linéaire général -

- Champ : ensemble des actifs -

	β	Exp (β)	Indice	Ecart	Significativité (en %)
• Constante.....	8,5	-	-	-	0
Age					
• Moins de 25 ans.....	-0,2	0,8	79	-21%	3%
• De 25 à 39 ans.....	0,0	1,0	100	-	Ref.
• De 40 à 59 ans.....	-0,1	0,9	91	-9%	21%
Profession					
• Indépendant.....	0,3	1,3	132	32%	5%
• Cadre supérieur.....	0,5	1,6	163	63%	3%
• Profession intermédiaire.....	0,3	1,3	131	31%	1%
• Employé.....	0,0	1,0	100	-	Ref.
• Ouvrier.....	0,2	1,2	123	23%	0%
Disposer d'un micro-ordinateur au bureau					
• Oui.....	0,2	1,2	116	16%	5%
• Non.....	0,0	1,0	100	-	Ref.

Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français », début 2001.

Lecture : les moins de 25 ans perçoivent un revenu inférieur en moyenne de 21%, par rapport aux 25-39 ans, toutes choses égales par ailleurs

Note : l'estimation a été conduite sur le logarithme népérien du revenu individuel, afin de mesurer les écarts *relatifs* par rapport à la situation de référence. C'est la raison pour laquelle figure une colonne calculant l'exponentiel des coefficients.

Dépot légal : Novembre 2001

ISSN : 1242-7764

ISBN : 2-84104-195-6

COLLECTION DES RaPPORTS

Récemment parus :

Opinions sur la politique des prestations familiales et sur les Caisses d'Allocations Familiales

Patricia Croutte, Georges Hatchuel - n°212 (2000)

Les publics de la bibliothèque de recherche de la BnF : Analyse des comportements de fréquentation

Étude réalisée à la demande de la Délégation à la stratégie de la BnF
J. Courel, B. Maresca - n°213 (2001)

La diffusion, l'usage et l'acceptabilité des nouvelles technologies en France

Étude réalisée à la demande du CGTI et de la DIGITIP
(Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie)
Régis BIGOT - n°214 (2001)

L'utilisation des moyens de paiement et l'accès au crédit des bénéficiaires de minima sociaux

Étude réalisée à la demande du Conseil National du Crédit et du Titre
A. DANIEL - M.-O. SIMON - n°215 (2001)

Les attentes des familles des Alpes-Maritimes dans le domaine des temps libres des jeunes

Étude réalisée à la demande de la CAF des Alpes-Maritimes en partenariat avec le Conseil général et la DDJEP
Guy POQUET, BEN MOUHOUB, Audrey SITBON - n°216 (2001)

Opinions sur la politique des prestations familiales, sur les aides aux grands enfants et sur les caisses d'allocations familiales

Étude réalisée à la demande de la Caisse Nationale des Allocations Familiales (CNAF)
Samuel BELLOT, Régis BIGOT, Georges HATCHUEL - n°217 (2001)

Éléments de perception sur les services d'écoute et d'information à caractère social

Principaux résultats de l'étude réalisée par le CREDOC à la demande de lignes d'écoute
Élodie DAVID, Marie-Odile SIMON - n°218 (2001)

Les conditions de vie des exploitants agricoles à faible revenu

Étude réalisée à la demande de la Direction des Exploitations de la Politique Sociale et de l'emploi du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
Christine OLM, Marie-Odile SIMON - n°219 (2001)

Président : Bernard SCHAEFER Directeur Général : Robert ROCHEFORT
142, rue du Chevaleret, 75013 PARIS - Tél. : 01 40 77 85 01

ISBN : 2-84104-195-6

CRÉDOC

Centre de recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions

Crédoc - Co
rapports. N
2001.



000