



## Baromètre de la diffusion des nouvelles technologies en France

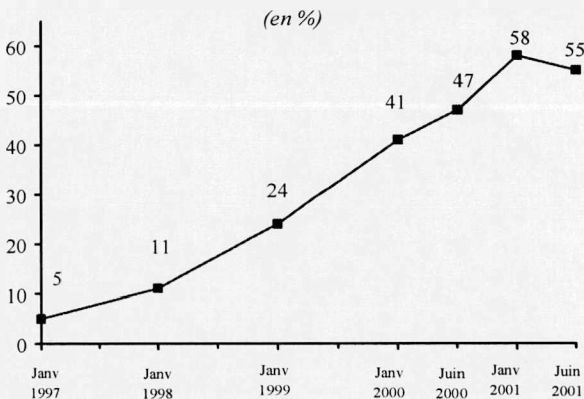
Régis BIGOT

*Pas mis sous les pdf MAFS de base*

**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 ».

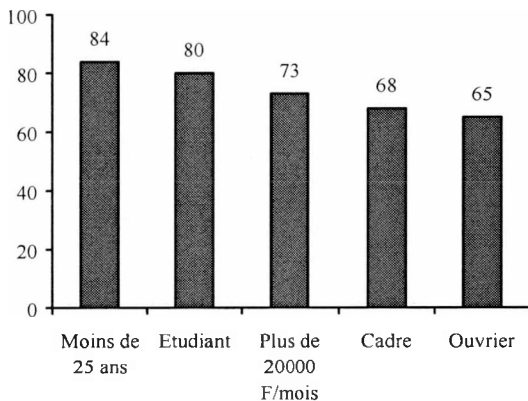
Pourtant, on observe un léger retrait entre le mois de janvier 2001 et le mois de juin 2001 : le taux de pénétration a perdu trois points. Cette variation

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?

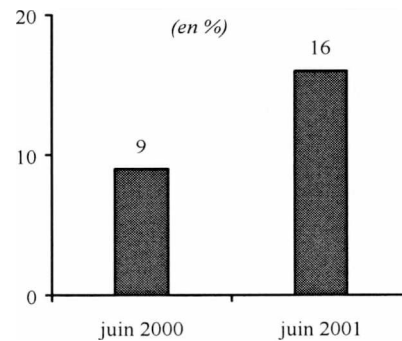
Parallèlement, la proportion d'individus qui n'ont pas d'abonnement au téléphone fixe continue de s'accroître. Aujourd'hui, plus d'une personne sur neuf ne dispose pas d'accès au réseau filaire : surtout les jeunes (26% des moins de 25 ans) et les plus démunis (21% des titulaires de revenus inférieurs 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 –

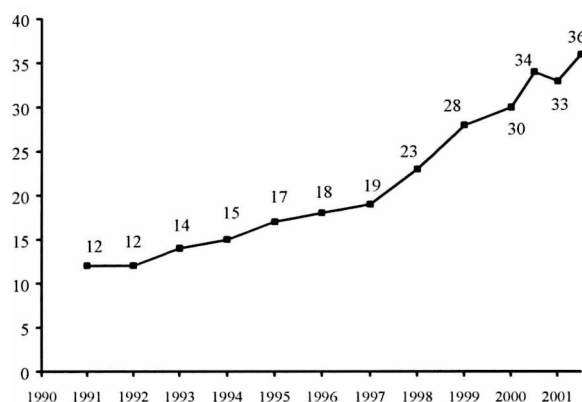


Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

### 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 %)**



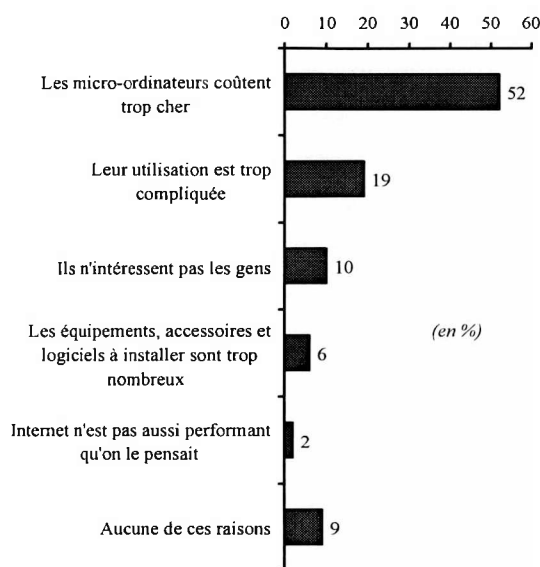
Source : CREDOC, Enquêtes sur les « Conditions de vie et les aspirations des Français »

**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.**

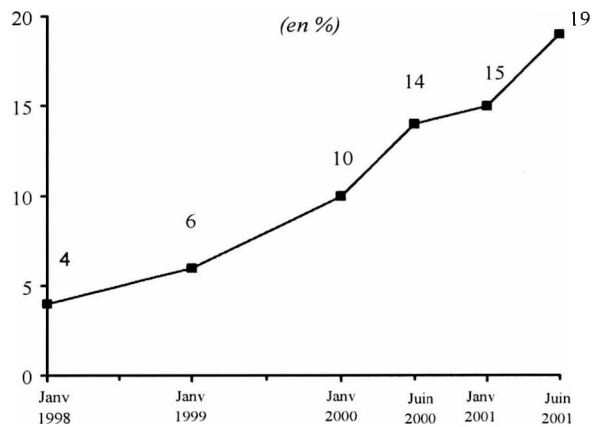
Malgré ces entraves, nous avons plusieurs raisons de penser que le potentiel de progression du micro-ordinateur dans les foyers reste encore important. D'abord, la France est largement sous-équipée par rapport à l'ensemble des pays industrialisés. Aux Etats-Unis, en Suède, au Danemark ou en Grande-Bretagne, 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**

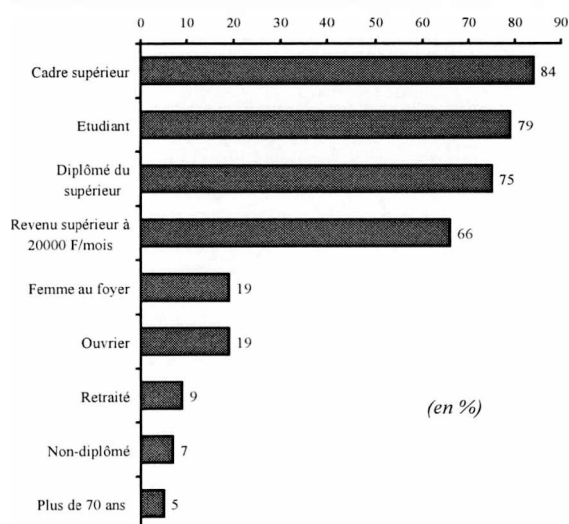


Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

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 ».

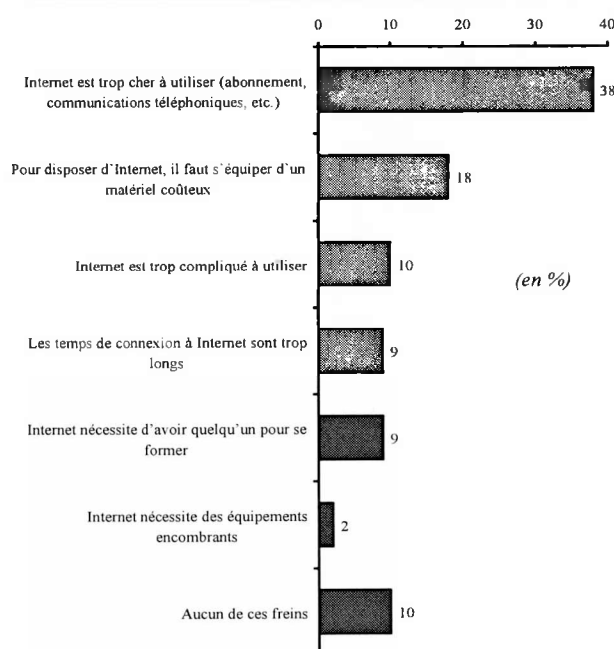
**Précisons que pour la plupart des internautes (80%), l'ordinateur personnel à domicile est le meilleur moyen d'accéder à Internet.** Même chez les non-utilisateurs, les autres « portails » ne font pas recette (un boîtier branché sur la télévision, une console de jeux, le téléphone mobile ne sont évoqués 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



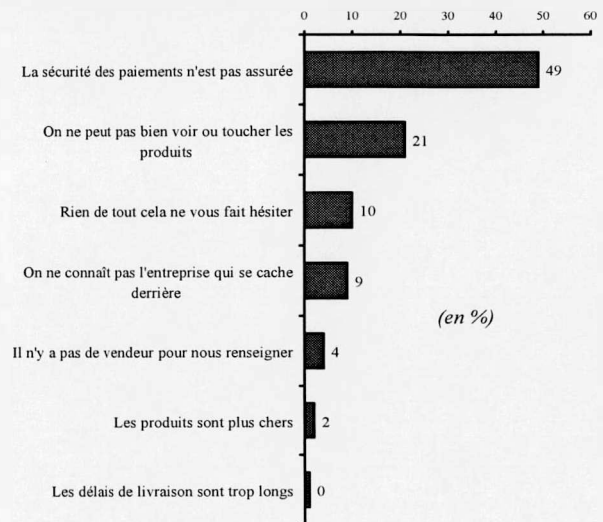
Source : CREDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », juin 2001.

### 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 »

Ce document est la note de synthèse extraite d'un rapport du CREDOC réalisé à la demande du Conseil Général des Technologies de l'Information (Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie), intitulé « **Baromètre de la diffusion des nouvelles technologies en France** », R. BIGOT, Collection des rapports, n° 220, novembre 2001. Le rapport complet est disponible au CREDOC au prix de 37,50 €.

Sou2002-1449