# BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

**Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine**

Réalisé par Médiamétrie

Quatrième édition – 3e trimestre 2012

DAUPHINE UNIVERSITÉ PARIS

mediametrie

CHAIRE ECONOMIE NUMÉRIQUE
Fondation Paris-Dauphine

Un outil :

- **Initié par la chaire Économie numérique** de l'Université Paris-Dauphine, sous la direction scientifique du Professeur Dominique Roux
- **Réalisé avec Médiamétrie**
- **Chaque trimestre**
- Consacré à **l'économie numérique sous toutes ses formes** : Internet, télécommunications, information et médias, contenus et services numériques, e-commerce, m-commerce…
- Permettant de **suivre l'évolution** des **équipements**, des **consommations** et des **usages numériques** des Français
- Au travers de **trois volets** :

I. Les **Grands indicateurs numériques**

II. Les **Questions barométriques**

III. Les **Questions d'actualité**

# I. Grands indicateurs numériques

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

# 1. Équipement des foyers

## Foyers équipés micro-ordinateurs

*Ensemble des foyers équipés d'au moins un ordinateur*

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 20 783 000 | 75,7 % | + 0,7 % | + 4,1 % |

L'équipement en micro-ordinateur concerne aujourd'hui 75,7 % des foyers et connaît une augmentation progressive sur un marché qui arrive à maturité : + 137 000 foyers équipés ce trimestre, et + 812 000 foyers équipés en un an, soit une hausse d'un peu plus de 4 %.

## Foyers accédant Internet

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

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 20 307 000 | 74 % | + 0,2 % | + 4 % |

Le nombre de foyers accédant à Internet à leur domicile continue également sa croissance, au même rythme que le nombre de foyers équipés de micro-ordinateurs : + 0,2 % ce trimestre et + 4 % entre le 3e trimestre 2011 et le 3e trimestre 2012.

## Foyers accédant Internet haut débit

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

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 19 404 000 | 70,7 % | + 2,6 % | + 6 % |

Quant aux foyers accédant à Internet en haut débit, ils sont en constante augmentation : + 495 000 foyers entre le 2e et le 3e trimestre 2012 et + 1 877 000 foyers en un an.
Le nombre de foyers connectés à Internet en haut débit franchit aujourd'hui la barre des 70 %.

## Foyers équipés TV connectée (Smart TV)

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

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 3 459 000 | 12,6 % | + 10,5 % | + 118,6 % |

Le nombre de foyers équipés de TV connectée (Smart TV) continue sa très rapide progression : il a enregistré ce trimestre une hausse de 12,6 %.
Au 3e trimestre 2011, 1 582 000 foyers étaient équipés d'une Smart TV. Un an plus tard, ils sont plus du double (3 459 000 foyers équipés au 3e trimestre 2012).

# 2. Usages Internet par individu

## Nombre d'internautes (dernier mois)

*Ensemble des individus âgés de 11 ans et plus s'étant connectés à Internet au cours du dernier mois*

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 40 722 000 | 75,1 % | + 0,3 % | + 3,4 % |

Le nombre d'internautes continue sa progression : près de 41 millions de Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois.
En un an, le nombre d'internautes a connu une hausse importante : + 1 347 000 internautes entre le 3e trimestre 2011 et le 3e trimestre 2012.

# Achat en ligne (dernier mois)

*Ensemble des internautes âgés de 11 ans et plus affirmant avoir effectué un achat sur Internet au cours du dernier mois*

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : Internautes de 11 ans et plus – Périmètre de référence : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 17 966 000 | 33,1 % | + 3,6 % | + 7,1 % |

Au cours du 3e trimestre 2012, l'achat en ligne poursuit sa tendance annuelle à la hausse (+ 1 195 000 utilisateurs en un an, soit une hausse de plus de 7 %), avec néanmoins des effets de saisonnalité. La période de fin d'année va-t-elle redonner une impulsion aux achats en ligne ?

## Banque en ligne (dernier mois)

*Ensemble des internautes âgés de 16 ans et plus affirmant avoir utilisé le service de banque à domicile de leur banque sur Internet au cours du dernier mois*

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : Internautes de 16 ans et plus – Périmètre de référence : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 21 873 000 | 40,3 % | - 6,8 % | + 2,4 % |

Si la consultation d'un site de banque en ligne est ce trimestre en légère baisse, cette pratique enregistre sur l'ensemble de l'année un taux en progression (+ 505 000 utilisateurs entre le 3e trimestre 2011 et le 3e trimestre 2012, soit une hausse de 2,4 %).

# Inscrit au moins à un site communautaire

*Ensemble des internautes âgés de 11 ans et plus (dernier mois) déclarant être inscrits sur au moins un site communautaire du type Facebook, Twitter, Myspace, Youtube, Viadéo …*

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : Internautes de 11 ans et plus – Périmètre de référence : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 30 087 000 | 55,5 % | + 4,4 % | + 14,9 % |

L'inscription sur les sites communautaires ne cesse de gagner des points et franchit au 3e trimestre 2012 la barre des 30 millions de Français âgés de 11 ans et plus inscrits sur au moins un site communautaire. En un an, la hausse des inscriptions sur les sites communautaires a atteint près de 15 %.
Cette croissance a été tirée par les réseaux sociaux professionnels, la démocratisation du réseau social Twitter et l'apparition de nouveaux sites communautaires.

# 3. Usages mobile par individu

## Nombre d'utilisateurs principaux téléphone mobile

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 44 803 000 | 82,6 % | + 0,3 % | + 1,2 % |

Entre le 2e et le 3e trimestre 2012, le nombre d'utilisateurs de téléphone mobile reste stable.
Le taux d'équipement en téléphone mobile des Français de 11 ans et plus a connu une hausse de 1,2 % en un an.

## Nombre d'équipés Smartphone

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 15 ans et plus (42 649 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 1e trimestre 2012* | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 23 799 000 | 55,8 % | + 23 % | + 40 % |

** Chiffres disponibles au 1er trimestre et au 3e trimestre uniquement.*

Si le taux d'équipement en téléphone mobile des Français reste stable, le nombre d'individus équipés de Smartphone ne cesse de progresser : il a augmenté de 23 % entre le 2e et le 3e trimestre 2012, et connu une hausse de 40 % en un an !
Plus de 55 % des individus équipés d'un mobile possèdent aujourd'hui un Smartphone.

## Nombre de mobinautes (dernier mois)

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (44 803 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 22 313 000 | 49,8 % | + 4,3 % | + 22,2 % |

La pratique de l'internet sur mobile continue son développement rapide : + 4,3 % ce trimestre et plus de 22 % depuis le 3e trimestre 2011. Aujourd'hui, près de 50 % des personnes équipées d'un mobile utilisent Internet depuis leur téléphone.

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

*Ensemble des individus déclarant avoir envoyé ou consulté des emails sur leur mobile au cours du dernier mois*

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (44 803 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 17 641 000 | 39,4 % | + 2,5 % | + 28,7 % |

Ainsi, l'envoi et la consultation d'emails sur mobile suivent la tendance et connaissent également une hausse annuelle importante : près de 30 % d'individus en plus se sont servi de leur mobile pour envoyer ou consulter des emails entre le 3e trimestre 2011 et le 3e trimestre 2012.
Néanmoins, cette pratique reste encore sous-employée par rapport au taux d'équipement en Smartphone.

## Achat sur mobile

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (44 803 000 personnes)

| Au 3e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 2e trimestre 2012 | Évolution depuis le 3e trimestre 2011 |
|---|---|---|---|
| 3 779 000 | 8,4 % | - 21,6 % | - 14,4 % |

L'achat sur mobile est par contre une pratique en baisse par rapport au trimestre précédent (- 21,6 %) mais également par rapport au 3e trimestre 2011 (- 14,4 % en un an), malgré une notoriété de plus en plus forte du m-commerce. Peut-être est-ce dû au faible taux de téléchargement des applications payantes ?

# II. Questions barométriques

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

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

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

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

# 1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

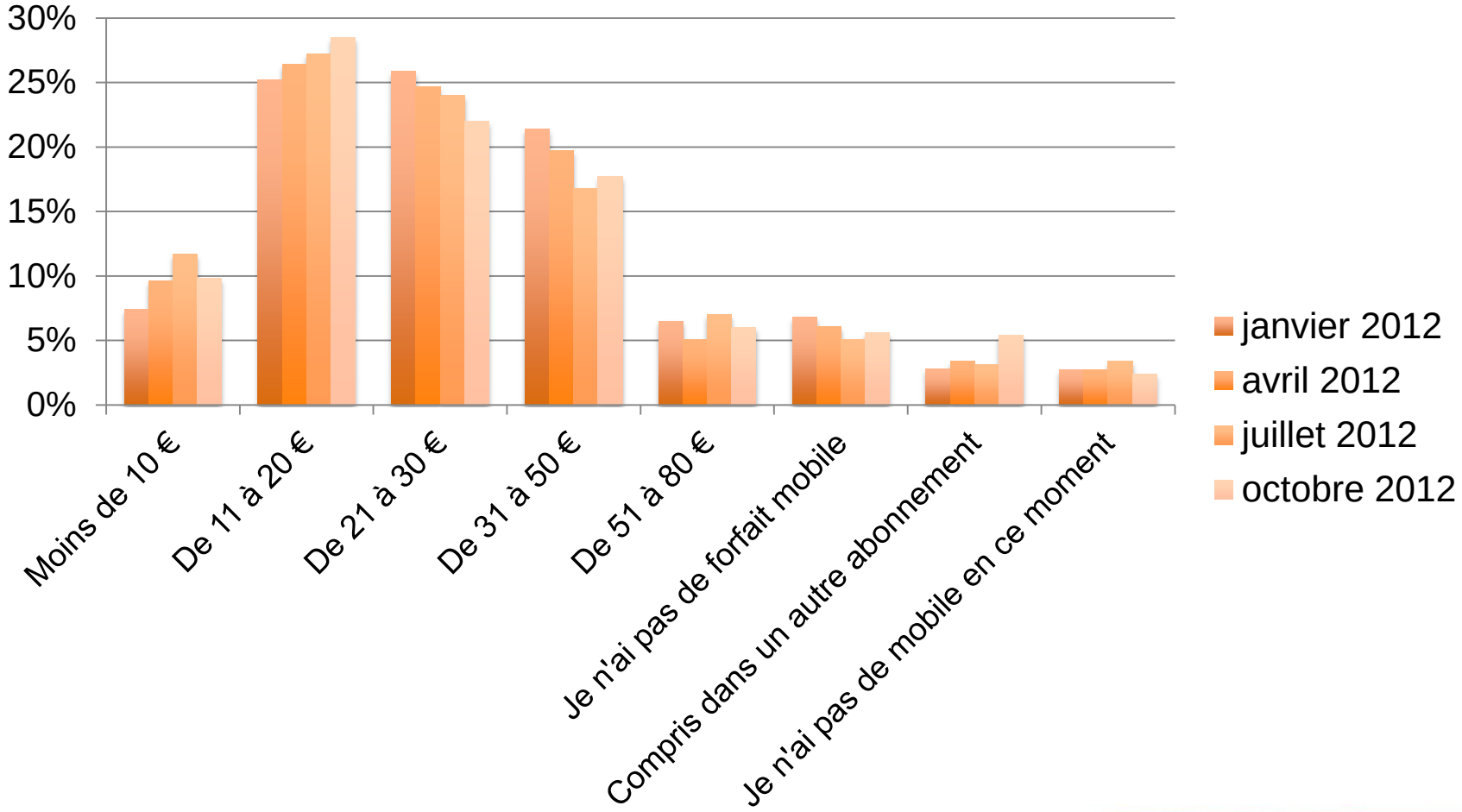
Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | T4 2012 | Depuis T3 2012 | Depuis T1 2012 |
|---|---|---|---|
| Moins de 10 € | 9,8 % | - 16,6 % | **+ 32,6 %** |
| De 11 à 20 € | **28,5 %** | **+ 4,6 %** | **+ 13,2 %** |
| De 21 à 30 € | 22 % | - 8,4 % | - 15,1 % |
| De 31 à 50 € | **17,7 %** | **+ 5,3 %** | - 17,2 % |
| De 51 à 80 € | 6 % | - 14,3 % | - 8,4 % |
| Plus de 80 € | Non significatif | Non significatif | Non significatif |
| Je n'ai pas de forfait mobile | 5,6 % | + 8,6 % | - 17,9 % |
| Il est compris dans un autre abonnement | 5,4 % | + 75,4 % | + 89,7 % |
| Je ne sais pas, je n'en connais pas le montant | 1,4 % | Non significatif | Non significatif |
| Je n'ai pas de mobile en ce moment | 2,4 % | - 27,8 % | - 8,6 % |

Ce trimestre n'échappe pas à la tendance à la baisse du montant alloué à l'abonnement mobile constatée depuis le début de l'année. La moitié des internautes consacrent entre 11 et 30 € à leur forfait mobile, avec une augmentation des forfaits compris entre 11 et 20 € qui ont conquis ce trimestre près de 30 % des internautes.
Si la baisse des tarifs a d'abord séduit les personnes payant leur forfait le moins cher (diminution des forfaits compris entre 21 et 30 € au profit des forfaits de moins de 20 €), elle concerne désormais ceux qui avaient opté pour les forfaits les plus élevés (diminution des forfaits entre 51 et 80 € au profit des forfaits entre 31 et 50 €).

# 1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



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

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

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | T4 2012 | Depuis T3 2012 | Depuis T1 2012 |
|---|---|---|---|
| Le prix de l'abonnement | **67,8 %** | **- 6,6 %** | **- 20,2 %** |
| La qualité de la connexion (fiabilité, disponibilité) | 36,6 % | - 8,5 % | - 0,1 % |
| Le débit (rapidité, puissance) de la connexion | **35,7 %** | - 6,1 % | **+ 6,8 %** |
| L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film…) | 23,7 % | - 14 % | - 21,1 % |
| L'assistance, le service client | 21,2 % | - 3,2 % | - 5,9 % |
| Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur…) | 18,3 % | - 17,6 % | - 19,7 % |
| Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur | 10,5 % | - 24,3 % | - 16,8 % |

Le prix de l'abonnement est encore une fois la principale raison qui pousserait les foyers français à changer de fournisseur d'accès à Internet. Cependant, ce critère a baissé de 6,6 % par rapport au trimestre dernier et de plus de 20 % par rapport au début de l'année 2012.
L'intérêt décroissant accordé au prix de l'abonnement est-il le résultat d'une concurrence atone des opérateurs de téléphonie mobile ?
En attendant le déploiement généralisé de la fibre optique, un opérateur va-t-il se démarquer en termes d'offres et/ou de tarifs ?

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

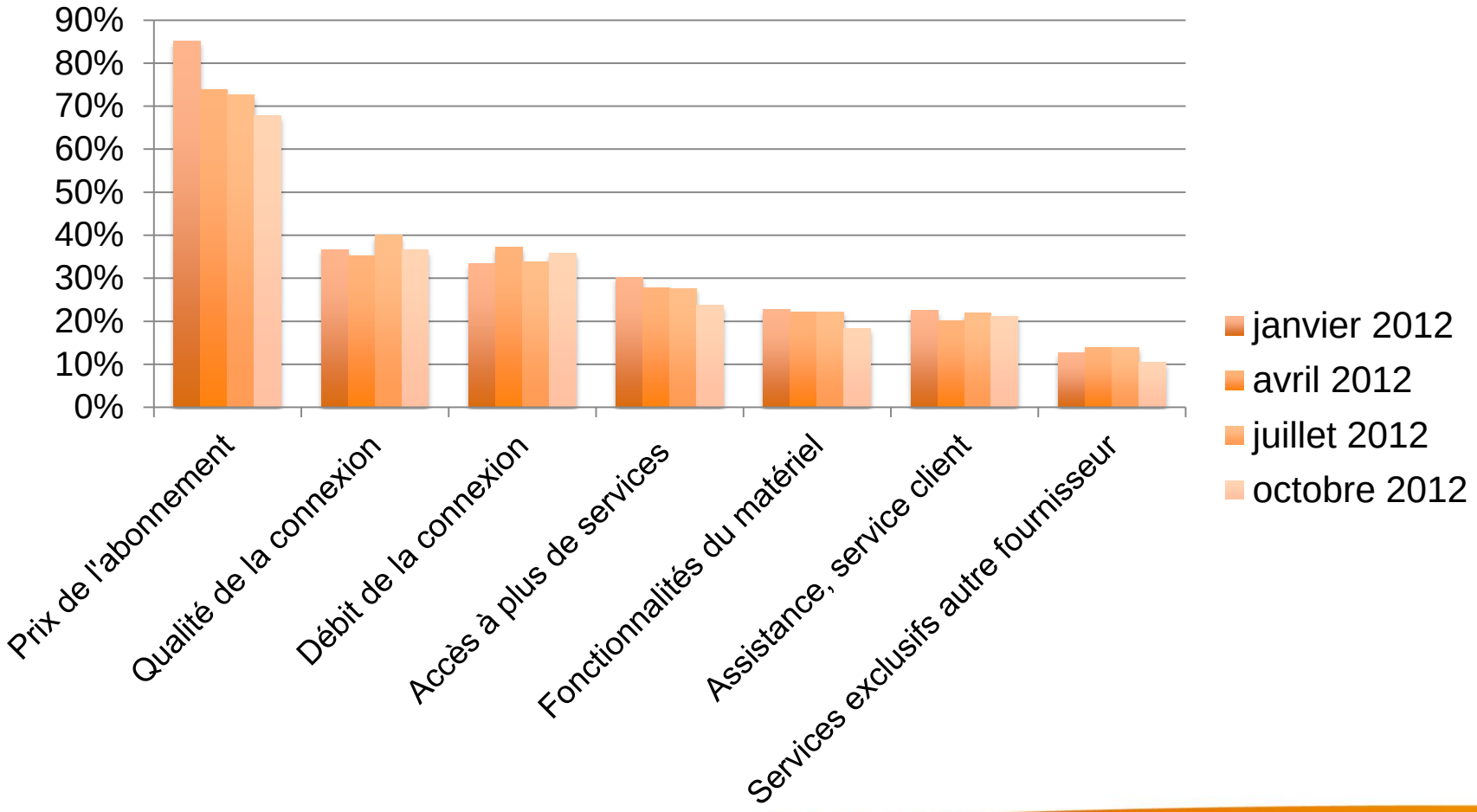
Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | SEXE | | ÂGE | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | H | F | 15-34 | 35-49 | 50 et + |
| **Prix de l'abonnement** | 64,4 % | 71,3 % | 69,9 % | 70,2 % | 63,3 % |
| **Qualité de la connexion** | 39,3 % | 33,9 % | 47,4 % | 34 % | 34 % |
| **Débit de la connexion** | **41,4 %** | 29,9 % | 40,3 % | **37,3 %** | 30,8 % |
| **Accès à plus de services** | 23,5 % | 23,9 % | 22,6 % | 27,9 % | 18,6 % |
| **Fonctionnalités du matériel** | 21,2 % | 15,3 % | 20,2 % | 19,1 % | 15,9 % |
| **Assistance, service client** | 24,9 % | 17,5 % | 18,4 % | 20,3 % | 24,2 % |
| **Services exclusifs d'un autre fournisseur** | 9,6 % | 11,5 % | 11,8 % | 11 % | 9,2 % |

On note ce trimestre que les Français prêtent un peu plus d'attention à la connexion, et particulièrement à son débit. Le débit devient notamment le deuxième critère de choix chez les hommes et chez les 35-49 ans (en hausse respectivement de 7,4 % et de 13 % entre le 3e et le dernier trimestre 2012), derrière le prix de l'abonnement.

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

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



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

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

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | T4 2012 | SEXE | | ÂGE | | | REGION | | CSP | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | H | F | 15-34 | 35-49 | 50 et + | IDF | Province | CSP + | CSP - | Inactifs |
| **OUI** | **92,2 %** | **95,2 %** | 89,2 % | **95,3 %** | 90,6 % | 92,7 % | 93 % | 92,1 % | **94,9 %** | 89,7 % | 92,2 % |
| **NON** | 7,8 % | 4,8 % | 10,8 % | NS* | 9,4 % | 7,3 % | 7 % | 8 % | 5,1 % | 10,3 % | 7,8 % |

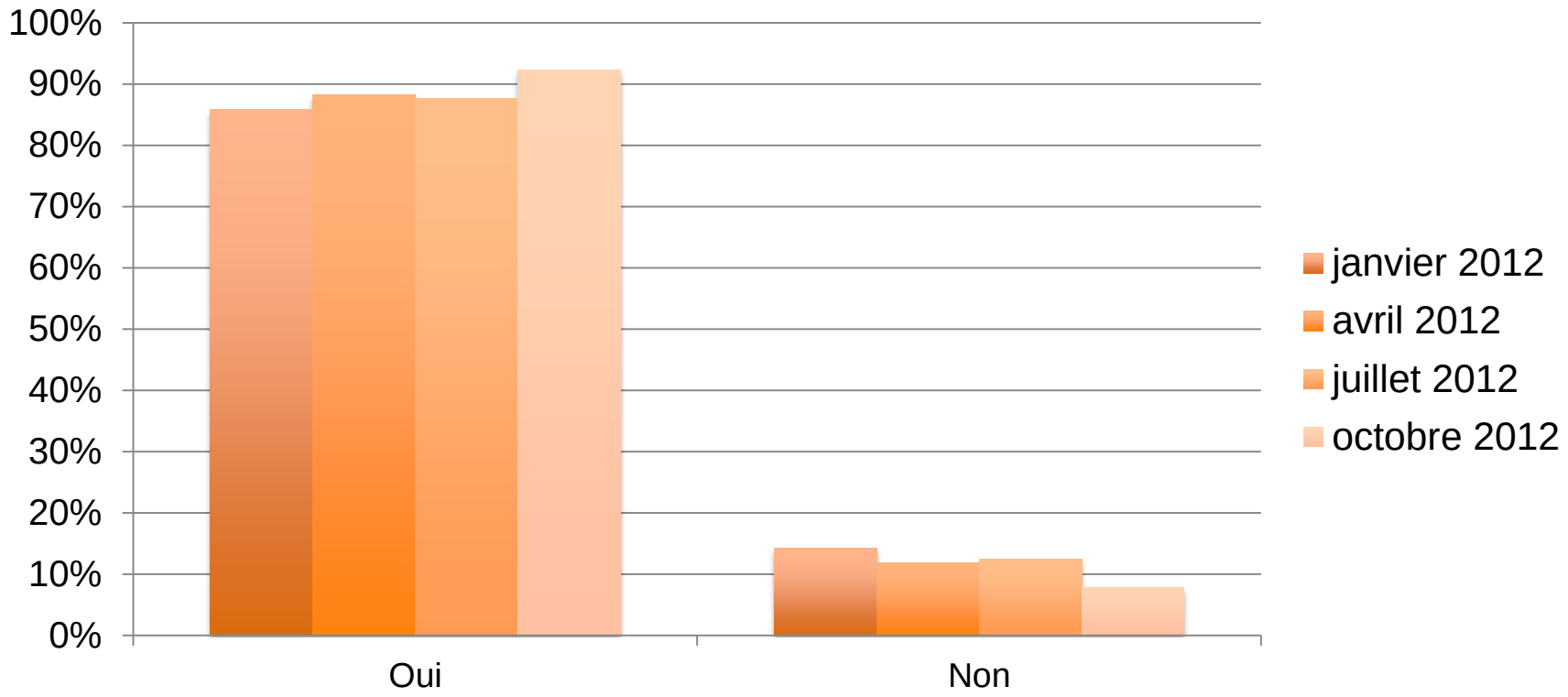
**NS : Non significatif = < 1 %*

La notoriété du commerce mobile augmente fortement ce trimestre (+ 5,3 % par rapport au trimestre dernier) pour se fixer à 92,2 %.
Cette notoriété est particulièrement importante chez les hommes, les 15-34 ans et les CSP +, qui sont autour de 95 % à connaître l'existence du m-commerce. Elle a également été tirée au 4e trimestre 2012 par les 50 ans et plus et les inactifs, qui sont maintenant plus de 92 % à avoir déjà entendu parler de cette pratique.

La notoriété du commerce mobile a donc augmenté tout au long de l'année (+ 7,5 % entre le 1er trimestre 2012 et le 4e trimestre 2012). Il est désormais connu par plus de 9 Français sur 10. Sont-ils donc prêts à passer à l'acte ? Le marché français est-il mature ?

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

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



# III. Questions d’actualité

1. À l’occasion de Noël, avez-vous l’intention d’offrir à vos proches un ou plusieurs équipements numériques de la liste proposée ?

2. Quel budget avez-vous l’intention de consacrer à l’ensemble des cadeaux numériques que vous allez offrir à Noël ?

1. À l’occasion de Noël, avez-vous l’intention d’offrir à vos proches un ou plusieurs équipements numériques de la liste proposée ?

# 1. Avez-vous l'intention d'offrir des équipements numériques à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | |
|---|---|
| Une tablette tactile, c'est-à-dire un écran tactile ultraplat vous permettant d'accéder à Internet et de lire des contenus multimédias (musique, vidéos,…) | **15,3 %** |
| Un Smartphone, c'est-à-dire un téléphone mobile qui vous sert d'assistant personnel et qui permet une connexion à Internet | **9,1 %** |
| Un appareil photo numérique | 8,5 % |
| Un ordinateur portable | 8,2 % |
| Un téléviseur | 6,5 % |
| Une console de jeu de salon | 5,8 % |
| Une console de jeu portable | 5,5 % |
| Un baladeur multimédia | 4,2 % |
| Un cadre photo numérique | 4 % |
| Une liseuse numérique / un e-book reader, c'est-à-dire une tablette tactile permettant de lire des livres numériques | 3,6 % |
| Un ordinateur fixe | 2,5 % |
| Une caméra numérique | 2,1 % |
| Autres | 1,7 % |
| Non, je n'ai pas l'intention d'offrir un équipement numérique pour Noël | **58,3 %** |

# 1. Avez-vous l’intention d’offrir des équipements numériques à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

Si une petite majorité d’internautes de 15 ans et plus (58 %) n’a pas l’intention d’offrir d’équipement numérique pour Noël, ils sont quand même plus de 41 %, soit plus d’un internaute sur quatre, à envisager de le faire.

Parmi ceux qui déclarent vouloir offrir un équipement numérique, le premier sur leur liste est la tablette numérique, pour plus de 15 % des interrogés.

On retrouve, derrière la tablette numérique, le Smartphone, qui figure sur 9 % des listes.

# 1. Avez-vous l'intention d'offrir des équipements numériques à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | IDF | Province | CSP + | CSP - | Inactifs |
|---|---|---|---|---|---|
| Une tablette tactile | **20,2 %** | **14 %** | **21,3 %** | 12,5 % | 12,1 % |
| Un Smartphone | 13,9 % | 7,9 % | 12,6 % | 7,6 % | 7,4 % |
| Un appareil photo numérique | 10,1 % | 8,1 % | 8 % | 8,5 % | **9 %** |
| Un ordinateur portable | 8,1% | **8,2 %** | 9,9 % | **8,8 %** | 5,9 % |
| Un téléviseur | NS | 6,7 % | 5,3 % | 8,6 % | 5,4 % |
| Une console de jeu de salon | NS | 5,6 % | 6,1 % | 6,7 % | NS |
| Une console de jeu portable | 6,8 % | 5,2 % | NS | 8,5 % | NS |
| Un baladeur multimédia | NS | 4 % | NS | 4,7 % | NS |
| Un cadre photo numérique | NS | 3,7 % | NS | 4,9 % | NS |
| Une liseuse numérique | NS | 3 % | 5,7 % | NS | NS |
| Un ordinateur fixe | NS | 2,7 % | NS | NS | NS |
| Une caméra numérique | NS | 2,4 % | NS | NS | NS |
| Autres | NS | NS | NS | NS | NS |
| Je n'ai pas l'intention d'offrir un équipement numérique | **46,6 %** | 61,3 % | **52,1 %** | 58,6 % | 64,2 % |

*NS : Non significatif = < 1 %*

# 1. Avez-vous l'intention d'offrir des équipements numériques à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

Les Franciliens et les CSP + semblent les plus friands de technologie pour Noël avec seulement 46,6 % de Franciliens qui déclarent ne pas vouloir offrir de cadeau numérique, contre 61,3 % d'habitants de la province et 52 % de CSP+, contre 58,6 % de CSP- et 64,2 % d'inactifs.

La tablette est le cadeau numérique par excellence des Franciliens CSP+, avec près d'un individu sur 5 qui la met sur sa liste.

En province, si le premier choix reste également la tablette (14 %), l'ordinateur portable arrive en deuxième position pour 8,2 % des interrogés. C'est aussi le cas pour les CSP-, qui sont 8,8 % à avoir l'intention d'offrir un ordinateur portable. Pour les inactifs, c'est l'appareil photo numérique qui arrive en deuxième position (9 % des interrogés prévoient d'en offrir un), après la tablette numérique (12,1 %).

# 1. Avez-vous l'intention d'offrir des équipements numériques à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | Homme | Femme | 15-34 ans | 35-49 ans | 50 ans et plus |
|---|---|---|---|---|---|
| Une tablette tactile | **18,7 %** | 12 % | 9,8% | **17,3 %** | 15,6 % |
| Un Smartphone | 12 % | 6,3 % | NS | 9,2 % | 9,3 % |
| Un appareil photo numérique | 7,5 % | **9,5 %** | NS | 8,8 % | 9,2 % |
| Un ordinateur portable | 10,4 % | 6 % | NS | 8,4 % | 9,7 % |
| Un téléviseur | 8,6 % | 4,4 % | NS | 7 % | 6,8 % |
| Une console de jeu de salon | 6,4 % | 5,2 % | NS | 7,2 % | NS |
| Une console de jeu portable | 4,3 % | 6,6 % | NS | 7,7 % | NS |
| Un baladeur multimédia | 3,4 % | 5 % | NS | 5,2 % | NS |
| Un cadre photo numérique | 3,3 % | 4,7 % | NS | 3,1 % | 4,6 % |
| Une liseuse numérique | 4,1 % | 3 % | NS | 4,5 % | NS |
| Un ordinateur fixe | 3,3 % | NS | NS | NS | NS |
| Une caméra numérique | NS | NS | NS | NS | NS |
| Autres | NS | NS | NS | NS | NS |
| Je n'ai pas l'intention d'offrir un équipement numérique | 54,3 % | 62,5 % | **65,6 %** | 54,2 % | 59,8 % |

*NS : Non significatif = < 1 %*

# 1. Avez-vous l'intention d'offrir des équipements numériques à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

Les hommes ont davantage l'intention d'offrir un équipement numérique à Noël que les femmes, puisqu'ils sont 45,7 %, contre 37,5 % pour les femmes.

Les hommes (18,7 %) et les 35-49 ans (17,3 %) sont les plus nombreux à prévoir d'offrir une tablette numérique, et placent le Smartphone en deuxième position dans leur liste.

L'équipement numérique plébiscité par les femmes, toujours derrière la tablette, est l'appareil photo numérique (pour 9,5 % d'entre elles).

Les 35-49 ans sont les plus nombreux à envisager de faire des cadeaux numériques à Noël : ils sont 45,8 %, tandis que les 50 ans et plus sont 40,2 % et que les 15-34 ans sont seulement 34,5 %, sans doute pour des raisons liées au coût de ces équipements.

2. Quel budget avez-vous l’intention de consacrer à l’ensemble des cadeaux numériques que vous allez offrir à Noël ?

# 2. Quel budget avez-vous l'intention de consacrer à l'ensemble des cadeaux numériques que vous allez offrir à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant l'intention d'offrir au moins un équipement numérique pour Noël

| | |
|---|---|
| Moins de 100 € | 8,8 % |
| Entre 100 € et 200 € | **23,5 %** |
| Entre 200 € et 300 € | 16,5 % |
| Entre 300 € et 400 € | 14,2 % |
| Entre 400 € et 500 € | 11,8 % |
| Plus de 500 € | **18,4 %** |
| Je ne sais pas | 6,9 % |

Près d'un individu sur quatre estime son budget pour les cadeaux numériques de Noël entre 100 et 200 € environ, et un individu sur cinq pense dépenser plus de 500 €.
La tendance générale est plutôt à un budget raisonnable pour les achats de Noël, avec près de la moitié des interrogés qui estiment vouloir dépenser moins de 300 € pour l'ensemble des équipements numériques qu'ils vont offrir.

# 2. Quel budget avez-vous l'intention de consacrer à l'ensemble des cadeaux numériques que vous allez offrir à Noël ?

Source : MédiaFit,enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1, T2, T3 et T4 2012
Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant l'intention d'offrir au moins un équipement numérique pour Noël

| | SEXE | | ÂGE | | | RÉGION | | CSP | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | H | F | 15-34 | 35-49 | 50 et + | IDF | Province | CSP + | CSP - | Inactifs |
| Moins de 100 € | NS | 12 % | NS | 7,6 % | NS | NS | 9,2 % | NS | 10,1 % | NS |
| Entre 100 € et 200 € | 17,4 % | **31,1 %** | **31,7 %** | **26,1 %** | 15,3 % | 20,7 % | **24,5 %** | 19 % | **27,2 %** | **25,1 %** |
| Entre 200 € et 300 € | 15,1 % | 18 % | NS | 17 % | 16,4 % | 13,3 % | 17,5 % | 14,3 % | 20,9 % | 14,2 % |
| Entre 300 € et 400 € | 17,7 % | 10 % | NS | 16,9 % | 13,7 % | 17,8 % | 13 % | 15,4 % | 17,5 % | NS |
| Entre 400 € et 500 € | 13,9 % | 9 % | NS | 8,3 % | 18,6 % | 15,3 % | 10,6 % | 13,8 % | NS | NS |
| Plus de 500 € | **24,4 %** | 10,9 % | NS | 16,8 % | **24,6 %** | **21,1 %** | 17,4 % | **24,9 %** | 11,8 % | 17,4 % |
| Je ne sais pas | NS | 9% | NS | 7,2 % | NS | NS | 7,9 % | NS | NS | NS |

*NS : Non significatif = < 1 %*

Les hommes sont les plus dépensiers, avec près d'un quart d'entre eux qui déclarent vouloir dépenser plus de 500 € pour leurs cadeaux numériques. On constate les mêmes proportions pour les 50 ans et plus et les CSP+. Les femmes sont les plus raisonnables pour Noël, avec près d'un tiers d'entre elles qui pense dépenser entre 100 et 200 €. De même pour les 15-34 ans, dont 32 % ne souhaitent pas sortir de cette fourchette pour leur budget cadeaux numériques. On retrouve cette même estimation de budget pour un quart des individus âgés de 35 à 49 ans et un quart des habitants de province.

# Méthodologie

# I. Grands indicateurs numériques

# Méthodologie

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

## 1. Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk – T3, T2 et T1 2012, T4 et T3 2011

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

## 2. Observatoire des usages Internet – T3, T2 et T1 2012, T4 et T3 2011

- Enquête téléphonique dédiée réalisée **chaque mois** auprès de **1 000 individus** âgés de 11 ans et +, dont 15 % d'exclusifs mobile
- Population de référence établie à partir des données INSEE
- Dispersion optimale des interviews sur l'ensemble du territoire
- Représentativité assurée en amont et contrôlée en aval

## 3. Mobile Consumer Insight-Téléphonie et Services Mobiles – T3, T2 et T1 2012, T4 et T3 2011

Téléphonie et Services Mobiles

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

Mobile Consumer Insight

- **12 000 interviews** réalisées **chaque trimestre,** avec une méthodologie alliant téléphone et Internet

## II. Questions barométriques

## III. Questions d’actualité

# Méthodologie

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

- Enquête réalisée par Internet
- Auprès de **1005 internautes** de 15 ans et +
- Entre le 25 octobre 2012 et le 31 octobre 2012

## Chaire Économie Numérique

Fondation Dauphine
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny
75775 PARIS Cedex 16
http://www.fondation.dauphine.fr/nos-chaires/chaire-Économie-numerique/chaire/9/

## Responsable scientifique

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

## Chargée de mission

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