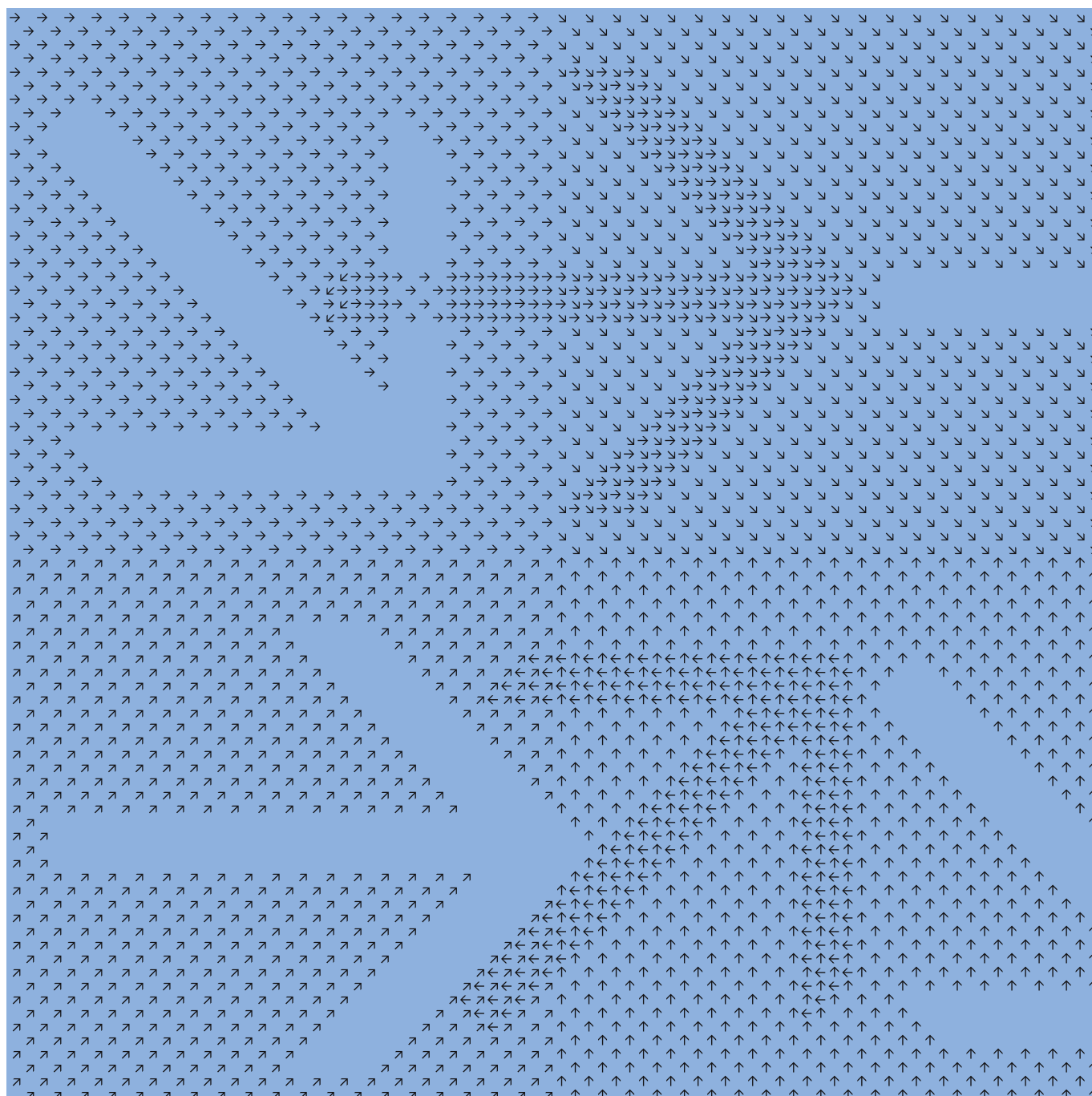


Utilisation d'internet dans les ménages en Suisse

Résultats de l'enquête 2004 et indicateurs



La série «Statistique de la Suisse»
publiée par l'Office fédéral de la statistique (OFS)
couvre les domaines suivants:

- 0 Bases statistiques et produits généraux
- 1 Population
- 2 Espace et environnement
- 3 Vie active et rémunération du travail
- 4 Economie nationale
- 5 Prix
- 6 Industrie et services
- 7 Agriculture et sylviculture
- 8 Energie
- 9 Construction et logement
- 10 Tourisme
- 11 Transports et communications
- 12 Monnaie, banques, assurances
- 13 Protection sociale
- 14 Santé
- 15 Education et science
- 16 Culture, société de l'information, sport
- 17 Politique
- 18 Administration et finances publiques
- 19 Criminalité et droit pénal
- 20 Situation économique et sociale de la population
- 21 Développement durable et disparités régionales et internationales

Utilisation d'internet dans les ménages en Suisse

Résultats de l'enquête 2004 et indicateurs

Auteurs Yves Froidevaux
Volker G. Täube

Editeur Office fédéral de la statistique (OFS)

Editeur: Office fédéral de la statistique (OFS)
Complément d'information: Yves Froidevaux, info-suko@bfs.admin.ch
Auteurs: Yves Froidevaux, Volker G. Täube
Réalisation: Yves Froidevaux, Volker G. Täube, Philipp Ischer
Diffusion: Office fédéral de la statistique, CH-2010 Neuchâtel
tél. 032 713 60 60 / fax 032 713 60 61 / e-mail: order@bfs.admin.ch
Numéro de commande: 824-0400
Prix: 9 francs (TVA excl.)
Série: Statistique de la Suisse
Domaine: 16 Culture, société de l'information, sport
Langue du texte original: Français
Page de couverture: netthoewel & gaberthüel, Bienne
Graphisme/Layout: OFS
Copyright: OFS, Neuchâtel 2006
La reproduction est autorisée, sauf à des fins commerciales,
si la source est mentionnée
ISBN: 3-303-16080-5

Table des matières

Avant-propos	5	4 Indicateurs d'infrastructure et d'équipement	37
1 Introduction	6	4.1 Infrastructure technique	38
2 Méthodologie	7	4.1.1 Infrastructure téléphonique	38
3 Utilisation d'internet dans les ménages: résultats de l'enquête 2004	12	4.1.2 Internet haut débit	40
3.1 Introduction	12	4.1.3 Infrastructure Internet	42
3.2 Internet au sein des ménages	12	4.2 Equipement des ménages en biens TIC	44
3.2.1 Accès des ménages à Internet	12	4.3 Dépenses en biens et services TIC	50
3.2.2 Accès des ménages à internet: comparaison internationale	14	4.4 Utilisation des médias	52
3.2.3 Moyens d'accès à internet dans les ménages	14	Abréviations et glossaire	56
3.2.4 Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés	15	Annexe: questionnaire	58
3.3 Les internautes	17	Liste des tableaux	
3.3.1 Utilisation d'internet par les individus	17	T1* Erosion de l'échantillon selon la grande région (ERC 2004)	8
3.3.2 Lieux d'utilisation	20	T2* Pourcentage des ménages ayant un accès à internet à domicile	13
3.3.3 Fréquence d'utilisation	22	T3* Moyens d'accès à internet dans les ménages	15
3.3.4 Durée d'utilisation hebdomadaire	24	T4* Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés	15
3.3.5 Motifs d'utilisation	25	T5* Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés (détails)	16
3.4 Activités d'achat sur internet (e-commerce)	29	T6* Utilisation d'internet au cours du mois précédent	19
3.4.1 Consommateurs sur internet	29	T7* Lieux d'utilisation d'internet	21
3.4.2 Comparaison internationale	31	T8* Répartition des «autres lieux d'utilisation»	21
3.4.3 Dépenses de consommation sur internet	31	T9* Fréquence d'utilisation d'internet selon le lieu	22
3.5 Domaines stratégiques du Conseil fédéral: comparaison internationale	33	T10* Fréquence d'utilisation d'internet à domicile selon le sexe et l'âge	23
3.5.1 Relations des particuliers avec les administrations publiques	33	T11* Fréquence d'utilisation d'internet au travail selon le sexe	23
3.5.2 Services liés à l'enseignement – «e-learning»	34		
3.5.3 Services liés à la santé – «e-health»	35		
3.6 Conclusion	35		

T 12*	Fréquence d'utilisation d'internet selon le lieu et le niveau de formation	23	G 3.11	Utilisation d'internet pour des services liés à l'enseignement en 2004	34
T 13*	Durée d'utilisation hebdomadaire d'internet	24	G 3.12	Utilisation d'internet pour des services liés à la santé en 2004	35
T 14*	Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent	26	G 4.1.1a	Infrastructure téléphonique en Suisse, évolution 1990–2005	39
T 15*	Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent selon le sexe, l'âge et le niveau de formation	27	G 4.1.1b	Abonnées au téléphone mobile en comparaison internationale, évolution 1996–2005	39
T 16*	Utilisation d'internet à domicile pour motifs professionnels	28	G 4.1.2a	Abonnés à des connexions internet haut débit, comparaison internationale, en décembre 2005	41
T 17*	Motifs d'utilisation professionnelle d'internet à domicile	29	G 4.1.2b	Abonnés à des connexions internet haut débit en Suisse, évolution 2000–2005	41
T 18*	Pratique du e-commerce et utilisation de la carte de crédit	30	G 4.1.3a	Hosts internet par domaine de pays (ccTLDs) en comparaison internationale, en janvier 2005	43
T 19*	e-commerce: dépenses de consommation des ménages privés effectuées sur internet	32	G 4.1.3b	Hosts internet par domaine, évolution 1998-2005	43
Liste des graphiques			G 4.1.3c	Nombre de serveurs sécurisés en comparaison internationale, juillet 2004	43
G 3.1	Accès des ménages à internet: comparaison internationale	14	G 4.2a	Equipement TIC des ménages suisses selon le type de biens, en 2004	45
G 3.2	Répartition par groupes d'âge des personnes cibles entre ménages connectés et ménages non connectés	17	G 4.2b	Equipement TIC des ménages suisses, évolution 1990–2004	45
G 3.3	Utilisation d'internet en Europe – pourcentage des individus de 16 à 74 ans ayant utilisé internet au cours des trois derniers mois	18	G 4.2c	Equipement des ménages en ordinateurs personnels, comparaison internationale, en 2004	47
G 3.4	Utilisation d'internet au cours du mois précédent selon le sexe et l'âge	20	G 4.2d	Equipement des ménages suisses en ordinateurs personnels selon le revenu brut du ménage, en 2004	47
G 3.5	Lieux d'utilisation d'internet hors du domicile: comparaison internationale	22	G 4.2e	Equipement des ménages suisses en ordinateurs personnels selon le niveau de formation, en 2004	49
G 3.6	Durée hebdomadaire d'utilisation selon le sexe et l'âge	25	G 4.2f	Equipement TIC des ménages suisses selon la taille du ménage, en 2004	49
G 3.7	Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent	26	G 4.3a	Dépenses en biens et services TIC en comparaison internationale, en 2005	51
G 3.8	Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent selon le niveau de formation	28	G 4.3b	Dépenses en biens et services TIC des ménages en Suisse, selon la catégorie de dépenses, en 2004	51
G 3.9	Utilisation d'internet pour des achats/ commandes de biens ou services et pour la vente en 2004	31	G 4.4a	Utilisation des médias: télévision	53
G 3.10	Utilisation d'internet pour les relations avec les administrations publiques en 2004	33	G 4.4b	Utilisation des médias: radio	53
			G 4.4c	Utilisation des médias: lecture	53

Avant-propos

Ces dix dernières années, les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) ont poursuivi leur impressionnant essor dans les domaines les plus divers de la société. Même si la demande de biens de cette nature tend déjà à s'essouffler en partie, le potentiel économique lié à ces technologies est indéniable. Les TIC jouent en ce sens un rôle central dans l'augmentation de la productivité des économies modernes. Cela a notamment amené certains à prédire l'avènement d'une « nouvelle économie », une économie non pas soumise comme jusqu'ici à des fluctuations conjoncturelles mais marquée par une croissance continue. Même si ces espoirs n'ont manifestement que peu à voir avec les conditions effectives, ils reflètent les énormes attentes de divers milieux, suscitées par la diffusion et l'utilisation croissantes des TIC.

Pour pouvoir apprécier de manière appropriée l'importance économique et sociale des TIC et proposer de meilleures données de base aux décideurs et aux citoyens, il faut un suivi statistique systématique des diverses évolutions dans ce domaine. C'est dans cette intention que l'Office fédéral de la statistique a régulièrement présenté, au cours des dernières années, des données chiffrées sur divers aspects des TIC dans ses publications. La présente publication, consacrée essentiellement à la propagation et à l'utilisation d'internet dans les ménages en Suisse, vient compléter cette série.

Pour la première fois depuis la production, par l'Office fédéral de la statistique, de chiffres-clés de la société de l'information, l'enquête de 2004 a été réalisée à l'aide du questionnaire modèle de l'UE établi par l'autorité statistique de l'UE (Eurostat). Le recours à ce questionnaire doit permettre d'assurer une comparabilité internationale des résultats la plus large possible et de définir la place de la Suisse dans le contexte européen quant aux aspects examinés dans la publication.

Nous tenons à remercier tout particulièrement les personnes de la section Structures et conjoncture économiques (SUKO) qui ont préparé cette publication et Ueli Oetliker, de la section Revenus, consommation et conditions de vie (EKL), pour son soutien et différentes exploitations complémentaires.

Volker G. Täube, Yves Froidevaux
Section Structures et conjoncture économiques (SUKO)

1 Introduction

Depuis l'an 2000 déjà, l'Office fédéral de la statistique fournit régulièrement des informations sur la «société de l'information en Suisse». Il le fait aussi bien en présentant des indicateurs de la société de l'information actualisés en permanence sur son portail statistique (<http://www.infosociety-stat.admin.ch>) qu'en publiant des rapports et analyses approfondis sur les TIC dans certains domaines (entreprises, écoles de la scolarité obligatoire et ménages).

Le présent rapport sur les résultats de l'enquête réalisée en 2004 concernant l'utilisation des TIC dans les ménages suisses, et plus particulièrement sur différents aspects de l'utilisation d'internet, vient compléter ces informations périodiques. Le rapport s'attache avant tout à l'analyse détaillée de certaines variables individuelles d'utilisation de ce média. Les informations qu'il fournit donnent une image plus complète de l'infrastructure TIC des ménages, des variables individuelles d'utilisation ainsi que des aspects touchant la demande de TIC en Suisse. Par ailleurs, le rapport présente différents indicateurs actualisés d'infrastructure technique et d'équipement des ménages en biens TIC.

Le chapitre qui suit aborde des aspects méthodologiques importants pour interpréter les données correctement, notamment quant à leur comparabilité internationale. Comme les enquêtes TIC en Suisse ne bénéficient pas du soutien financier de l'UE, elles ont fait l'objet de certaines restrictions par rapport aux enquêtes similaires dans les pays membres de l'UE, par exemple sur le plan de la taille de l'échantillon ou sur celui de la réalisation des parties facultatives du questionnaire standard.

Le chapitre 3 présente toute une série de caractéristiques de l'utilisation d'internet par les individus en Suisse, établies sur la base des données de l'enquête TIC de 2004. L'analyse est étayée par des exploitations rendant compte des causes pour lesquelles l'utilisation d'internet diffère dans la population en fonction de certaines variables socio-économiques.

Le chapitre 4 complète ces résultats par une présentation d'indicateurs sur l'infrastructure de télécommunication et sur l'équipement des ménages en biens TIC. Il en retrace aussi l'évolution au cours des dernières années afin de donner une meilleure vue d'ensemble des différentes phases de croissance de la diffusion et de l'utilisation des TIC. Différentes variables sociodémographiques des individus sont ici considérées systématiquement pour mettre en relief les évolutions dans ce domaine pour certains groupes de population. Les données utilisées dans ce chapitre proviennent de sources parfois différentes et ne sont donc que partiellement comparables avec d'autres résultats de ce rapport. Les tableaux de données des indicateurs présentés au chapitre 4 peuvent être téléchargés depuis le site internet de l'OFS. Un glossaire figurant à la fin du rapport explique les termes et les abréviations apparaissant le plus souvent dans le texte.

2 Méthodologie

Remarques générales

Le questionnaire utilisé par l'Office fédéral de la statistique pour l'enquête de 2004 sur l'utilisation des TIC dans les ménages en Suisse correspond dans une large mesure au questionnaire de l'UE prévu pour des enquêtes similaires dans les pays membres de l'UE. Il n'a été que légèrement retouché par rapport au modèle de base. L'enquête visait à collecter et à préparer des données comparables au plan international sur les variables d'utilisation d'internet et sur l'équipement des ménages en biens TIC en considérant notamment les technologies d'accès.

Pour la collecte effective des données, le questionnaire a été conçu, sous l'égide de la section «Structures et conjoncture économiques», comme module supplémentaire de l'interview finale de l'enquête sur les revenus et la consommation (ERC) de 2004. Ce procédé n'est pas nouveau: divers modules consacrés à d'autres thèmes (par ex. tourisme, conditions de vie, etc.) ont déjà été intégrés dans l'interview finale de l'ERC les années précédentes. Depuis 2000, l'ERC est réalisée chaque année par la section «Revenus, consommation et conditions de vie» (EKL) et repose sur un échantillon aléatoire stratifié de ménages privés de Suisse. La réalisation technique de l'ERC est coordonnée par l'OFS en collaboration avec l'institut de sondage chargé des travaux sur le terrain. Lorsque l'OFS a fourni l'échantillon, l'institut de sondage s'occupe des différentes étapes de l'enquête, qui sont les suivantes:

- l'interview de recrutement: collecte d'informations générales sur la structure du ménage, détermination d'une «personne de référence», relevé de diverses variables sociodémographiques des membres du ménage et d'indications sur les conditions de logement et le statut d'occupation de ce dernier;
- l'envoi d'un carnet journalier, d'un carnet de ménage et – au besoin – d'un carnet personnel pour chaque membre du ménage afin d'inscrire pendant un mois toutes les dépenses et les recettes;
- l'interview finale: notamment les questions concernant l'équipement du ménage en biens de consommation durables, les habitudes d'achat et l'organisation du ménage.

Les données du module TIC 2004 ont été relevées, nous l'avons dit, dans le cadre de l'interview finale de l'ERC. En revanche, c'est lors de l'interview de recrutement qu'ont été déterminées la composition du ménage et surtout la «personne cible», soit la personne désignée pour répondre aux questions du module TIC. Cette personne a été choisie de manière aléatoire parmi tous les membres du ménage âgés de 15 ans et plus.

Lors des interviews, l'institut a eu recours à un système d'interviews téléphoniques assisté par ordinateur (Computer Assisted Telephone Interview = CATI).

Echantillon

L'univers de base duquel l'échantillon est tiré est formé de la population résidente permanente de Suisse. L'unité de l'enquête est le ménage privé, défini dans ce contexte comme un groupe de personnes partageant le même logement et consommant certains biens et services.

L'ERC 2004 a été réalisée sur la base de 12 échantillons mensuels constitués de manière aléatoire et stratifiés selon les sept grandes régions de Suisse, à savoir la Région lémanique (GE, VS et VD), l'Espace Mittelland (BE, FR, JU, NE et SO), la Suisse du Nord-Ouest (AG, BL et BS), le canton de Zurich (ZH), la Suisse orientale (AR, AI, GL, GR, SG, SH et TG), la Suisse centrale (LU, NW,

OW, SZ, UR et ZG) ainsi que le canton du Tessin (TI). Pour garantir une représentation équilibrée de toutes les régions dans l'échantillon, les adresses tirées pour le canton du Tessin ont été proportionnellement plus nombreuses que dans les autres régions.

Les adresses des ménages ont été choisies au hasard dans l'annuaire téléphonique électronique de SWISSCOM. Le tableau T 1* donne une vue d'ensemble de la structure d'échantillonnage de l'ERC 2004, qui peut être aussi considérée dans une très large mesure comme celle du module «TIC dans les ménages suisses».

3) Correction quant à la composition des ménages, la référence étant ici l'ESPOP (statistique de l'état annuel de la population).

Il a en plus été tenu compte de facteurs liés à la détermination d'une personne cible au sein des ménages:

4) La probabilité d'inclusion de la personne cible (probabilité du choix d'une personne cible en fonction du nombre de membres du ménage âgés de 15 ans et plus.)

T 1* Erosion de l'échantillon selon la grande région (ERC 2004)

	Région lémanique	Espace Mittelland	Suisse du Nord-Ouest	Zürich	Suisse orientale	Suisse centrale	Tessin	Total Suisse
Numéros de téléphone sélectionnés	1 737	2 208	1 302	1 737	1 278	819	1 049	10 130
Ménages atteints	1 313	1 853	1 135	1 417	1 000	700	724	8 142
Ménages exploitables	510	777	438	560	421	287	277	3 270
Ménages exploitables en % des ménages atteints	38,8%	41,9%	38,6%	39,5%	42,1%	41,0%	38,3%	40,2%

On voit sur ce tableau que l'on a recueilli en 2004 des données auprès d'un total de 3270 ménages ayant participé volontairement à l'enquête; ce nombre correspond à 12 échantillons mensuels comptant 273 ménages en moyenne. 3235 personnes au total ont répondu aux questions du module TIC dans le cadre de l'interview finale de l'ERC, soit 98,9% des personnes cibles des ménages ayant participé à cette enquête et pour lesquels on disposait d'informations exploitables.

Pondération des données

Afin de compenser les éventuels biais de l'échantillon quant à l'univers représenté des ménages de Suisse, un modèle de pondération a été développé spécialement pour les données de l'ERC. Ce dernier comprend les trois niveaux suivants:

- 1) Correction quant à la probabilité d'inclusion (probabilité pour un ménage de voir son adresse tirée de l'annuaire téléphonique).
- 2) Correction quant à certaines variables influençant la probabilité de répondre (par ex. groupe socio-économique, taille du ménage, etc.).

5) La répartition des personnes cible a ensuite été ajustée sur une répartition connue (ESPOP) en adaptant les poids correspondants dans le cadre d'une procédure de calage.

La pondération opérée sur cinq niveaux décrite ci-dessus permet de compenser sur le plan de la représentativité de l'échantillon les distorsions induites par la différence de participation des ménages. Les résultats présentés ci-après correspondent donc à une extrapolation réaliste pour la population résidente permanente de Suisse vivant en ménage privé.

Particularités de l'enquête et différences par rapport aux enquêtes de l'UE sur les TIC dans les ménages

L'enquête suisse, notamment pour des raisons financières, présente certaines différences sur le plan méthodologique par rapport aux relevés annuels réalisés dans les pays membres de l'UE concernant la situation des TIC dans les ménages. Le procédé de relevé n'était auparavant pas le même dans tous les pays de l'UE. Désormais

une ordonnance de l'UE entrée en vigueur en 2006 définit les standards méthodologiques de ces relevés de manière contraignante pour tous les pays membres.

L'enquête suisse diffère ainsi de celles des pays membres de l'UE par exemple quant à sa période de relevé, qui se déroule sur 12 mois continus. Si les enquêtes de l'UE menées dans ce domaine en 2004 ont pour période de référence le printemps, les résultats de celle réalisée en Suisse représentent quant à eux la moyenne des douze mois de l'année 2004. Par ailleurs, le questionnaire suisse ne comporte pas certaines questions figurant dans le questionnaire standard de l'UE, car les variables concernées, en particulier les informations concernant les dépenses de consommation et l'équipement des ménages, ont été saisies par le biais de la partie standard de l'ERC.

Au total 7% des ménages interrogés ont indiqué qu'ils ne disposaient d'aucun accès à internet chez eux, mais qu'ils y avaient accès d'une autre manière. Après avoir demandé à ce groupe de personnes les raisons pour lesquelles leur ménage n'avait pas d'accès à internet, il a été décidé de ne pas considérer ces personnes dans la suite de l'enquête car celle-ci visait avant tout à collecter des données sur l'équipement et l'utilisation d'internet dans les ménages privés.

3 Utilisation d'internet dans les ménages: résultats de l'enquête 2004

3 Utilisation d'internet dans les ménages: résultats de l'enquête 2004

3.1 Introduction

Dans ce chapitre, différentes dimensions de l'utilisation d'internet dans les ménages sont examinées. Les aspects les plus importants sont l'accès à internet, respectivement les moyens d'accès, les raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés, les lieux et les fréquences d'utilisation, ainsi que les durées et les motifs d'utilisation. Les dimensions économiques et sociales (revenus, taille des ménages, etc.), voire régionales (régions linguistiques, grandes régions), sont prises en compte afin d'élargir l'analyse. A chaque fois que la chose paraît pertinente, ces différents éléments sont complétés par une comparaison avec nos principaux partenaires économiques.

Il serait toutefois réducteur de limiter cette étude à ces dimensions «classiques» de l'utilisation d'internet. Ce chapitre est par conséquent complété par un volet consacré aux montants dépensés pour des achats via internet et par une partie centrée sur trois domaines que le Conseil fédéral utilise pour évaluer le développement de la société de l'information en Suisse. Ces éléments permettent d'élargir une nouvelle fois l'analyse aux dimensions économiques et politiques de la société de l'information.

Une conclusion générale cristallise les éléments clés de cette enquête et positionne ces résultats dans une perspective de moyen-long terme.

3.2 Internet au sein des ménages

Comme le montrent les indicateurs présentés au chapitre 4 ci-après, l'infrastructure TIC (technologies de l'information et de la communication) est bien développée en Suisse. La première condition pour un accès à internet de la population est ainsi remplie. Il s'agit maintenant d'examiner la manière dont les ménages (chap. 3.2.), respectivement les individus (chap. 3.3.), exploitent ce potentiel technique.

3.2.1 Accès des ménages à Internet

En 2004, 61 % des ménages suisses ont un accès à Internet. Ce résultat est cohérent avec la proportion de 59 % de ménages déclarant être équipés d'un modem (intégré ou non à l'ordinateur). Par rapport à la proportion de 71 % de ménages disposant d'un ordinateur, on constate qu'un nombre non négligeable de ménages équipés n'est pas encore connecté voire n'est plus connecté à internet. Une différence du même ordre de grandeur se retrouve à l'échelle européenne¹.

L'absence de données comparables au niveau des ménages pour les années précédentes ne permet pas d'analyser l'évolution de ces dernières années. Le développement de l'équipement en ordinateurs et en modem montre toutefois que l'accès à internet continue de se diffuser au sein des ménages, quoiqu'à un rythme moins élevé qu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000 (voir l'indicateur d'équipement des ménages dans le chapitre 4). Le fait que 62 % des ménages déclarent avoir accès à internet lors d'une enquête effectuée en juin 2005 corrobore ce fait².

La proportion des ménages branchés au réseau des réseaux diffère significativement et de manière très marquée selon la **classe de revenu** du ménage. En 2004, seulement 22 % des ménages avec un revenu brut inférieur à 3000 Fr. par mois disposent d'un accès à internet à domicile. La proportion dépasse les 50 % pour les revenus de 5000 à 7000 Fr. par mois et atteint un maximum de 84 % pour les revenus les plus élevés. Ainsi, seulement un tiers des ménages avec un revenu de moins de 5000 Fr. par mois est connecté, contre plus des quatre cinquièmes pour les ménages disposant de plus de 9000 Fr. par mois. Cette différenciation selon le revenu correspond à celle constatée pour l'équipement des ménages en ordinateur. Il est clair, en regard des dépenses

¹ C. Demunter, *Fracture numérique en Europe*, Statistique en bref, 38/2005, Eurostat 2005, p.2.

² *Nutzung von Telekommunikationsdiensten auf dem Festnetz*, Studie realisiert für das BAKOM, M.I.S. Trend SA, Lausanne, August 2005, p.20 (Téléchargeable sur le site de l'OFCOM).

des ménages pour les biens et services TIC, que le coût de l'équipement informatique est la première barrière pour l'accès à l'ensemble des biens et services disponibles via la toile.

La différenciation est également significative selon la **taille du ménage**. Plus la taille du ménage est élevée, plus la proportion de ménages connectés est grande. Les ménages d'une personne ne sont que 42% à disposer de l'accès à internet. A partir d'une taille de 3 personnes, plus de 80% des ménages sont connectés. Cette constatation est corroborée par les résultats au niveau européen où la présence d'un enfant dans le ménage se révèle être un facteur déterminant pour l'accès aux TIC. Ainsi en 2004 la proportion moyenne de ménages euro-

péens (EU25) connectés à internet à domicile est de 55% parmi ceux qui ont des enfants contre 38% pour les ménages sans enfant ³.

Il faut constater enfin une différence marquée selon la **région linguistique**. Les ménages de Suisse romande et du Tessin (56% et 54% respectivement) sont moins fréquemment connectés à internet que les ménages de Suisse alémanique (63%). Cette différence significative se retrouve au niveau des 7 grandes régions du pays, en prenant garde au fait que seules les divergences les plus marquées restent significatives. Les régions des grandes agglomérations alémaniques, Zurich et Bâle (Suisse du nord-ouest) montrent les taux de connexion les plus élevés, soit respectivement 64% et 65% des ménages.

T2* Pourcentage des ménages ayant un accès à internet à domicile

	%
Ensemble des ménages	61%
Classe de revenu du ménage	%
Revenu mensuel brut < 3000 Fr.	(22%)
3000 Fr. <= revenu mensuel brut < 5000 Fr.	32%
5000 Fr. <= revenu mensuel brut < 7000 Fr.	51%
7000Fr. <= revenu mensuel brut < 9000 Fr.	68%
9000 Fr. <= revenu mensuel brut	84%
Taille du ménage	%
1 personne	42%
2 personnes	60%
3 personnes et plus	81%
Région linguistique	%
Suisse alémanique	63%
Suisse romande	56%
Suisse italienne	54%
Grande région	%
Région lémanique	57%
Espace Mittelland	58%
Suisse du Nord-Ouest	65%
Zurich	64%
Suisse orientale	63%
Suisse centrale	60%
Tessin	55%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

³ C. Demunter, *Fracture numérique en Europe*, Statistique en bref, 38/2005, Eurostat 2005, p.2; pour la France, Y. Frydel, *INSEE première*, numéro 1011, mars 2005, p.3.

3.2.2 Accès des ménages à internet: comparaison internationale

L'Union européenne (UE) a mis en place à partir de 2002 une enquête annuelle sur l'utilisation de l'ordinateur et d'internet au sein des ménages. La **comparaison** des résultats des pays de l'UE avec la Suisse doit être effectuée avec précaution dans la mesure où l'ensemble des ménages pris en compte et la période de réalisation de l'enquête diffèrent. D'une part les enquêtes européennes portent sur les ménages ayant au moins un membre entre 16 et 74 ans, tandis que tous les ménages sont pris en compte pour la Suisse, ce qui tire les données suisses vers le bas. D'autre part les enquêtes des pays européens sont effectuées au cours du premier ou du deuxième trimestre de l'année tandis que notre enquête s'est déroulée sur toute l'année 2004, ce qui tend à pousser les résultats suisses vers le haut (voir le chapitre 2. Méthodologie). Toutefois, dans l'ensemble, les résultats sont comparables.

En matière d'accès à Internet, la Suisse se situe en **bonne position en 2004**. La Suisse se place après les pays les plus équipés du monde tels que la Corée du

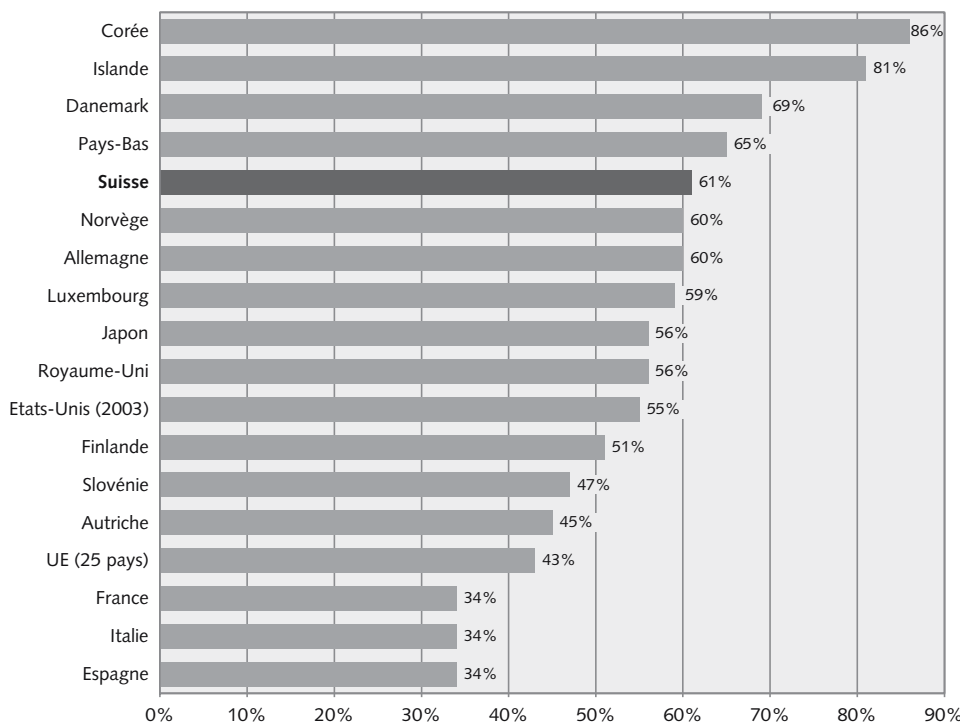
Sud, l'Islande, le Danemark (voir G 3.1 ci-dessous). Elle devance par contre les Etats-Unis (55% en 2003) et ses voisins européens, avec dans ce cas des écarts variés. Ainsi la Suisse et l'Allemagne affichent des résultats proches, alors que la Suisse fait nettement mieux que la France et l'Italie, pays où seulement un tiers des ménages ont accès à internet à domicile en 2004.

3.2.3 Moyens d'accès à internet dans les ménages

L'écrasante majorité des ménages connectés à internet (83%) l'est au moyen d'un **ordinateur fixe**. Un quart des ménages est connecté avec un ordinateur portable. Les autres moyens de connexion ne jouent qu'un rôle marginal en 2004. Seul 1% des ménages utilise un moyen d'accès alternatif, tel que téléphone mobile, console de jeux, poste de TV, etc.

La grande majorité des ménages connectés (90%) dispose d'un seul moyen d'accès à internet à domicile, seuls 10% des ménages ont à la fois un ordinateur fixe et un autre moyen d'accès, le plus souvent un ordinateur portable (9 fois sur 10).

Accès des ménages à internet: comparaison internationale - pourcentage des ménages ayant un accès à internet à domicile en 2004 **G 3.1**



Source: Eurostat, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

T3* Moyens d'accès à internet dans les ménages

En % des ménages avec accès

	Ordinateur fixe	Ordinateur portable	Autre moyen d'accès ¹	Un seul moyen d'accès	Plusieurs moyens d'accès
Ensemble des ménages	83%	26%	1%	90%	10%
<i>Taille des ménages:</i>					
1 personne	66%	40%	-	92%	(8%)
2 personnes	82%	25%	-	91%	(9%)
3 personnes et plus	92%	18%	-	90%	(10%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

¹ Téléphone mobile, TV, console de jeu, etc.

Les moyens d'accès à internet se différencient significativement selon la taille des ménages: 40% des ménages d'une personne utilisent un ordinateur portable contre 18% des ménages de 3 personnes et plus. En revanche, aucune différence significative quant au type d'appareil connecté n'apparaît selon le revenu du ménage.

La comparaison avec les données européennes disponibles montre que la Suisse est en très bonne position concernant la proportion des ménages ayant un accès mobile, ordinateur portable surtout. Avec 26% des ménages équipés, la Suisse est encore loin derrière la Finlande, où 40% des ménages disposent d'un accès mobile, mais se situe devant le Danemark (18%) et l'Allemagne (15%). Cette situation reflète bien le niveau élevé d'équipement des ménages en général et la forte dépense en biens TIC constatée pour la Suisse (voir l'indicateur des dépenses en biens et services TIC dans le chapitre 4).

3.2.4 Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés

La perception de l'utilité d'internet est encore très inégale au sein de la population. Plus de la moitié des ménages non connectés à internet à domicile ne désire pas l'être ou n'en voit pas l'utilité. Sur l'ensemble, cela représente une proportion importante: **un cinquième des ménages du pays ne désire pas de connexion**. La marge de progression de la diffusion d'internet au niveau des ménages apparaît ainsi plus réduite que supposée à priori au vu de la proportion de 61% de ménages connectés. Cela signifie également que la phase d'expansion rapide est passée. On doit envisager une saturation de la demande de nouvelles connexions à une échéance relativement proche, que seul un fort développement de l'offre de nouveaux services sur internet pourrait compenser.

Les autres raisons pour la non utilisation d'internet à domicile les plus souvent invoquées sont le fait de disposer d'un accès ailleurs (7%), le manque de compétence et le coût trop élevé de l'équipement et/ou de la connexion.

T4* Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés¹

	En % du total des ménages (n=3235)	En % des ménages non connectés à internet (n=1160)
A un accès ailleurs	7%	18%
Ne souhaite pas / n'en a pas l'utilité	21%	55%
Équipement / connexion trop coûteux	4%	10%
Manque de compétence	6%	15%
Autres raisons	7%	18%

¹ plusieurs raisons peuvent être indiquées simultanément

Regroupées dans la catégorie des «Autres raisons», l'existence de barrière linguistique et la crainte de problèmes de sécurité des données et de protection de la vie privée ne jouent qu'un rôle marginal puisque chacune est mentionnée par moins de 1% de l'ensemble des ménages. Cette préoccupation de la sécurité et de la protection des données est également marginale au niveau européen⁴. Le handicap physique est par contre invoqué par près de 2% des ménages non connectés.

Les raisons invoquées varient en intensité selon les régions linguistiques, parfois de manière importante. La première raison est partout le fait que l'on ne souhaite pas ni ne trouve utile d'être connecté à domicile. Cependant cette raison est évoquée par plus de 70% des ménages non connectés pour le Tessin, contre 51% en Suisse allemande et 59% en Suisse romande.

Plus la taille des ménages augmente et plus les coûts sont souvent mentionnés, de même que le fait d'avoir un accès ailleurs. Par contre, le manque de compétence est plus rarement mentionné parmi les ménages plus nantis.

Le facteur de l'âge des personnes formant les ménages de une et de deux personnes, souvent des ménages de personnes âgées, joue certainement un rôle important dans l'explication de la non participation, tant pour des raisons de manque d'intérêt/utilité ou de manque de compétence. Alors que moins de un tiers des personnes interrogées des groupes d'âges jusqu'à 54 ans vivent dans des ménages non connectés, la proportion monte à plus de 40% pour le groupe d'âge 55–64 ans et bondit à 80% pour le groupe d'âge des 65 ans et plus. L'âge peut ainsi également expliquer en bonne partie les différences constatées dans l'accès des ménages à internet selon la taille des ménages et selon la région linguistique⁵.

Les raisons invoquées par les ménages pour ne pas être connecté à internet varient également selon les classes de revenu des ménages. Plus les revenus sont importants et plus la possibilité d'accès ailleurs qu'à domicile est mentionnée. En outre, plus le revenu est élevé, moins les coûts entrent en ligne de compte et moins on trouve inutile d'avoir internet à domicile. Le manque de compétence est également moins souvent évoqué dans les ménages à haut revenu.

T5* Raisons pour lesquelles les ménages ne sont pas connectés (détails)

	A un accès ailleurs	Ne souhaite pas / n'en a pas l'utilité	Equipement / connexion trop coûteux	Manque de compétence
Total	18%	55%	10%	15%
<i>Région linguistique:</i>				
Suisse alémanique	18%	51%	(10%)	19%
Suisse romande	(17%)	59%	(9%)	(4%)
Tessin	(15%)	72%	(8%)	(15%)
<i>Taille du ménage:</i>				
1 personne	(17%)	57%	(9%)	(17%)
2 personnes	(14%)	58%	(6%)	(16%)
3 personnes et plus	(27%)	39%	(20%)	(6%)
<i>Revenu mensuel brut du ménage:</i>				
Moins de 3000 francs	(8%)	63%	(16%)	(17%)
3000 à 5000 francs	(10%)	60%	(11%)	(18%)
5000 à 7000 francs	(17%)	57%	(7%)	(17%)
7000 à 9000 francs	(24%)	46%	(10%)	(11%)
Plus de 9000 francs	36%	40%	(6%)	(9%)

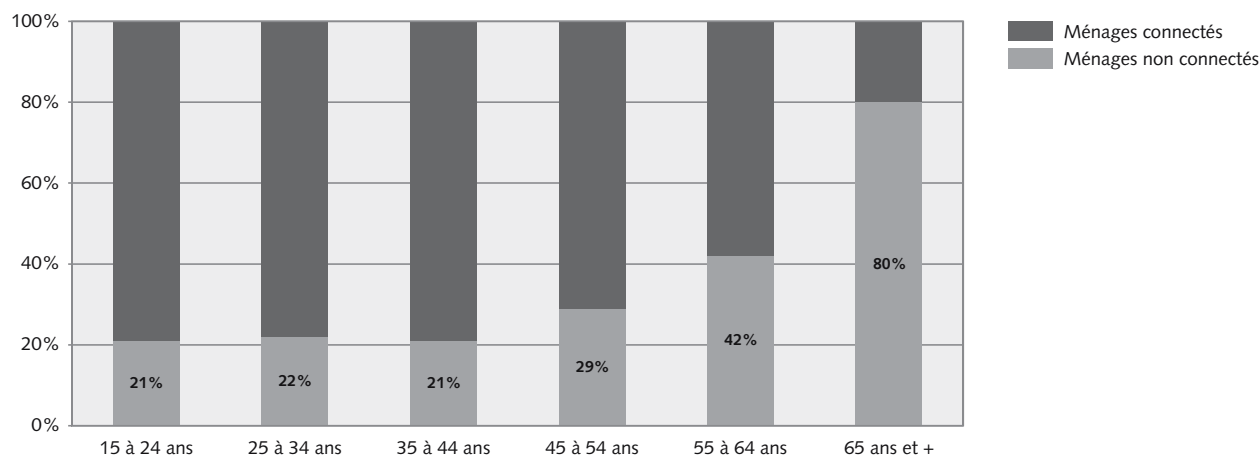
(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

⁴ C. Demunter, *Fracture numérique en Europe*, Statistique en bref, 38/2005, Eurostat 2005, p.2.

⁵ Selon le recensement 2000, les personnes âgées de 65 ans et plus représentent 18% de la population de la région linguistique italophone et 15% dans les deux autres régions linguistiques.

Répartition par groupes d'âge des personnes cibles entre ménages connectés et ménages non connectés

G 3.2



© Office fédéral de la statistique (OFS)

Cela confirme l'influence prépondérante du capital humain sur l'orientation positive envers les nouvelles technologies (voir par exemple Täube et Joye, 2002⁶). L'association entre capital humain et utilisation d'internet est également manifeste lors de l'examen de l'utilisation d'internet selon le niveau de formation.

3.3 Les internautes

3.3.1 Utilisation d'internet par les individus

Ayant mesuré la disponibilité d'internet à domicile, il s'agit ensuite de cerner le profil des utilisateurs et de préciser les modalités d'utilisation.

Sur l'ensemble des individus âgés de 15 ans et plus vivant dans un ménage connecté à internet, les trois quarts des répondants ont utilisés le web le mois précédent l'interview. Cette condition permet de définir l'internaute dans l'étude. Il faut prendre garde au fait que la proportion de 75%, qui paraît déjà élevée pour l'année 2004, ne correspond pas à la proportion d'utilisateurs dans l'ensemble de la population âgée de 15 ans et plus, mais à celle des utilisateurs uniquement au sein des ménages connectés. Selon cette définition, **la Suisse comptait 2,9 millions d'internautes** en moyenne pour l'année 2004.

Pour décrire l'évolution de la diffusion de l'utilisation d'internet dans la population du pays, il faut se baser sur d'autres données puisque l'enquête de l'OFS est la première effectuée selon les critères européens. L'étude *MA Net*, effectuée semestriellement depuis 1997 par la REMP⁷, donne une bonne vue d'ensemble. Alors qu'en 1997, seulement 7% de la population âgée de 14 ans et plus avait recours au «réseau des réseaux» de façon régulière plusieurs fois par semaine, cette proportion atteint 60% selon les derniers résultats portant sur les mois d'octobre 2005 à mars 2006. L'enquête *Ma Net* comptabilise ainsi 3,5 millions d'utilisateurs réguliers d'internet pour le début de l'année 2006, contre 3,1–3,2 millions en 2004. **L'augmentation du nombre d'internautes se poursuit mais à un rythme plus lent par rapport à la croissance des années 1997-2001.** Cela correspond au profil du développement de l'équipement des ménages et de l'accès à domicile.

Comparaison internationale

Les résultats européens pour 2004 ne sont disponibles qu'en proportion de la population totale des individus de 16 à 74 ans et ce sont les personnes ayant utilisé internet durant les 3 derniers mois qui sont comptabilisées. Une comparaison terme à terme avec nos résultats n'est donc pas possible. Cependant, l'utilisation conjointe des

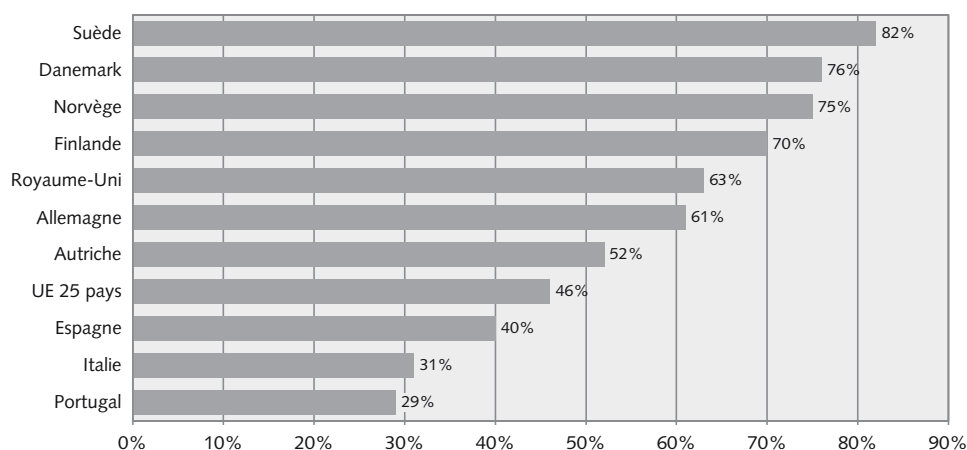
⁶ Volker G. Täube et Dominique Joye (2002), «Determinants of Internet Use in Switzerland: Structural Disparities and New Technologies»; in: Wolfgang Glatzer (Hg.), *Rich and Poor: disparities, perceptions, concomitants*; Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, S. 73–86; Volker G. Täube, *Zur Messung des Sozialkapitals von Akteuren mit Einfluss in empirischen Netzwerken*, Bern, Lang, 2002. (Europäische Hochschulschriften. Reihe 22, Soziologie; Band 368).

⁷ MA Net – REMP/WEMF, voir l'indicateur sur le portail de l'OFS et le site de la REMP <http://www.remp.ch/f/studien/manet.shtml>

résultats de notre enquête, de l'enquête de l'OFS sur les compétences des adultes⁸ et de l'enquête *Ma Net* permet de définir deux bornes extrêmes: entre 60% et 75% des individus de plus de 14 ans utilisent régulièrement internet en Suisse. Il en ressort que la Suisse figure dans le groupe de tête des pays européens, à proximité immédiate des pays scandinaves.

Le **genre**, l'**âge** et le **niveau de formation** distinguent clairement différentes catégories d'internautes. Les hommes utilisent internet de manière plus systématique que les femmes: 83% des hommes contre 67% des femmes ont utilisé internet au cours du mois précédent l'interview. Ce fossé entre hommes et femmes se confirme à l'examen de la fréquence, de la durée et des motifs d'utilisation.

Utilisation d'internet en Europe – pourcentage des individus de 16 à 74 ans ayant utilisé internet au cours des trois derniers mois (2e trimestre 2004) G 3.3



Source: Eurostat

© Office fédéral de la statistique (OFS)

Profils d'internautes

Tous les internautes n'utilisent pas la toile de la même manière ni avec la même intensité. Sur la base des résultats de l'enquête 2004, les différences constatées selon les caractéristiques socio-démographiques des individus – et des ménages dans lesquels vivent ces derniers – sont révélatrices d'une diffusion encore très inégale d'internet au sein de la population. Dans la perspective d'éviter de renforcer les différences socioéconomiques par l'extension inégale de l'usage des nouvelles technologies, il est important de mesurer les différentes dimensions du fossé numérique⁹.

La majorité des jeunes sont internautes: 84% à 86% des personnes de 15 à 35 ans, un peu plus de 70% des 35–55 ans. La proportion d'internautes diminue ensuite rapidement avec l'âge, à 65% pour les 55–64 et à 53% pour les plus âgés. Si les différences sont importantes, cette dimension du fossé numérique a naturellement tendance à s'atténuer au fil du temps, mais à un rythme lent.

La différenciation selon le niveau de formation apparaît également très forte. Seuls 62% des individus de niveau élémentaire (école obligatoire) ont utilisé internet le mois précédent, alors que la proportion est de 72% pour le niveau moyen et de 88% pour le niveau supérieur. L'examen plus précis des niveaux de formation indique que la différenciation se fait au sein du niveau moyen, entre formation professionnelle (70%) et formation générale (83%), en rapport avec un usage moins fréquent dans les professions manuelles.

Selon les régions linguistiques, la différence de l'utilisation d'internet par les individus est faible et ne peut pas être considérée comme significative, au contraire de ce qui est apparu à l'examen de l'accès des ménages. La

⁸ OFS, *Lire et calculer au quotidien*. Compétences des adultes en Suisse, Neuchâtel 2006, p.60. Ce rapport national de l'enquête internationale «Adult Literacy & Lifeskills Survey» menée en 2003 indique que 83% des personnes interrogées en Suisse (individus de 16 à 65 ans) ont accès à domicile à un ordinateur et 75% à internet, ce qui place la Suisse avant la Norvège dans la comparaison internationale.

⁹ Pour une discussion récente sur la question de la fracture numérique, voir Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT: *Digitale Spaltung in der Schweiz*. Bericht zuhanden des Bundesrates, Juni 2004 et Luc Vodoz, Pierre Rossel, Barbara Pfister Giauque, Olivier Glassey, Yves Steiner: *Ordinateur et précarité au quotidien: les logiques d'intégration provisoire de la formation continue*. Rapport final, août 2005 (EPFL).

proportion de ménages connectés diffère significativement d'une région à l'autre (voir tableau T2*) mais, au sein des ménages connectés, la proportion des personnes ayant utilisé internet le mois précédent est très proche. Cela renforce l'explication d'une différenciation entre régions linguistiques en raison des âges des personnes composant l'ensemble des ménages.

Un fait analogue peut être relevé par rapport aux moyens financiers des ménages. Alors que le revenu influence clairement et significativement le fait de disposer

d'un ordinateur et d'être connecté dans le ménage (voir tableau T2*), la proportion d'internautes varie peu et de manière non significative selon la classe de revenu du ménage.

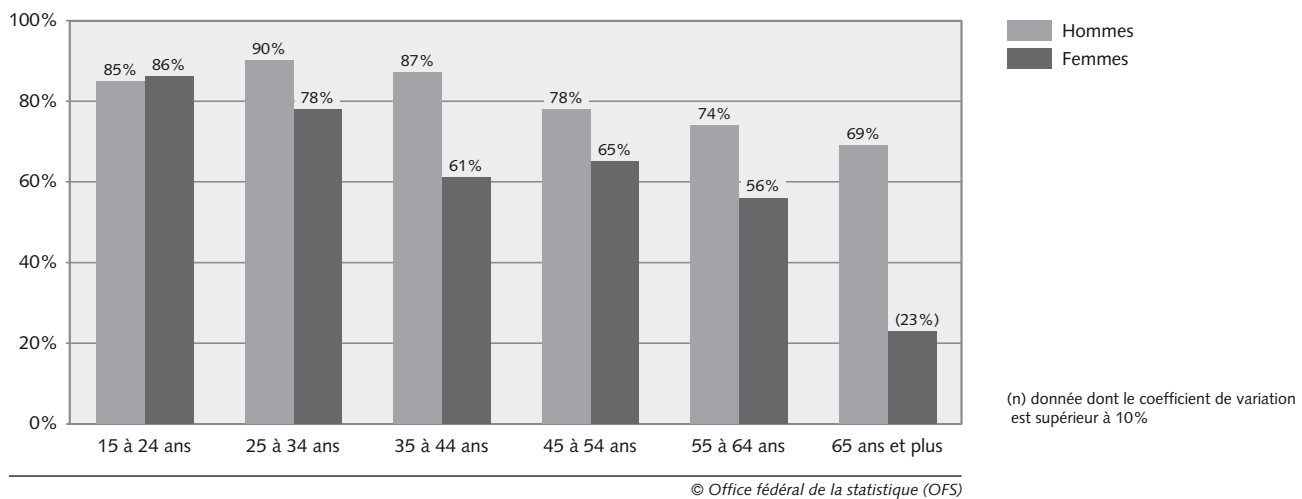
Enfin, il apparaît qu'au sein des ménages connectés à domicile, la proportion d'utilisateurs durant le mois précédent est plus importante dans les ménages à une personne qu'au sein des ménages de plus grande taille.

T6* Utilisation d'internet au cours du mois précédent

En % des individus de 15 ans et plus vivant dans un ménage connecté

Total	75%
Hommes	83%
Femmes	67%
15 à 24 ans	86%
25 à 34 ans	84%
35 à 44 ans	73%
45 à 54 ans	71%
55 à 64 ans	65%
65 ans et plus	53%
Formation de niveau inférieur	62%
Formation de niveau moyen	72%
Formation de niveau supérieur	88%
Ecole obligatoire	62%
Degré secondaire II, écoles de formation générale	83%
Degré secondaire II, formation professionnelle	70%
Degré tertiaire, formation professionnelle supérieure	86%
Degré tertiaire, hautes écoles	88%
Suisse alémanique	75%
Suisse romande	72%
Suisse italienne	70%
Ménage de 1 personne	87%
Ménage de 2 personnes	76%
Ménage de 3 personnes ou plus	71%
Revenu mensuel brut < 3000 Fr.	73%
3000 Fr. <= revenu mensuel brut < 5000 Fr.	71%
5000 Fr. <= revenu mensuel brut < 7000 Fr.	70%
7000 Fr. <= revenu mensuel brut < 9000 Fr.	72%
9000 Fr. <= revenu mensuel brut	77%

Utilisation d'internet au cours du mois précédent selon le sexe et l'âge G 3.4



En Suisse, la différence entre hommes et femmes apparaît comme très importante. Avec 16 points de pourcentage de différence, elle est nettement plus marquée que pour la moyenne des pays européens où le fossé entre hommes et femmes est considéré comme peu significatif¹⁰.

Ce contraste est en partie dû au fait que l'enquête européenne considère la population entre 16 et 74 ans alors que l'enquête de l'OFS porte sur les individus de 15 ans et plus. On constate en effet que le fossé n'existe pas pour les personnes de moins de 25 ans et qu'il est le plus important pour celles de 65 ans et plus. Ce constat permet de nuancer le résultat précédent et d'être relativement optimiste sur la réduction progressive de la dimension «genre» du fossé numérique. Cet aspect du fossé numérique reste naturellement étroitement lié aux autres différenciations de genre dans notre société, au niveau de la formation, de l'activité professionnelle et des salaires notamment.

3.3.2 Lieux d'utilisation

Sur l'ensemble des individus (âgés de 15 ans et plus) vivant dans un ménage connecté au réseau internet, les trois quarts utilisent effectivement internet à **domicile**. Le quart restant n'utilise pas internet ou l'utilise ailleurs. Sur l'ensemble des individus considérés, 38% utilisent internet sur le lieu de travail, 9% sur le lieu de formation et seulement 5% environ fréquentent d'autres lieux d'accès (café internet, etc.).

Si l'on considère les internautes seulement, soit les personnes qui ont utilisé internet le mois précédent l'interview, 51% utilisent internet au travail et 12% sur le lieu de formation.

Parmi les autres lieux d'accès à internet, qui restent très minoritaires puisqu'ils ne concernent que 7% des internautes, les amis et/ou voisins sont le plus souvent sollicités, suivis par les cafés Internet. Les lieux tels que les bibliothèques, les bureaux de poste ou d'administrations publiques ne concernent qu'une très faible minorité d'internautes.

¹⁰ C. Demunter, *Fracture numérique en Europe*, Statistique en bref, 38/2005, Eurostat 2005, p.3.

T7* Lieux d'utilisation d'internet

	(n=2069) % des individus	(n=1592) % des internautes
Domicile	74%	99%
Travail	38%	51%
Lieu de formation	9%	12%
Autres lieux d'utilisation	(5%)	(7%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

T8* Répartition des «autres lieux d'utilisation»

	(n=116) % des autres lieux	(n=1592) % des internautes
Bibliothèque publique	(8%)	(1%)
Café Internet	(35%)	(3%)
Amis, voisins	(41%)	(3%)
Autres	(16%)	(1%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

La majorité des internautes (60%) utilise internet dans différents lieux. On relève cependant que la proportion de 40% d'internautes exclusivement à domicile est importante. Seuls 10% des internautes mentionnent simultanément trois lieux d'utilisation différents. Enfin, on note logiquement que très peu d'internautes connectés à domicile utilisent internet uniquement au travail (moins de 1%).

Comparaison internationale¹¹

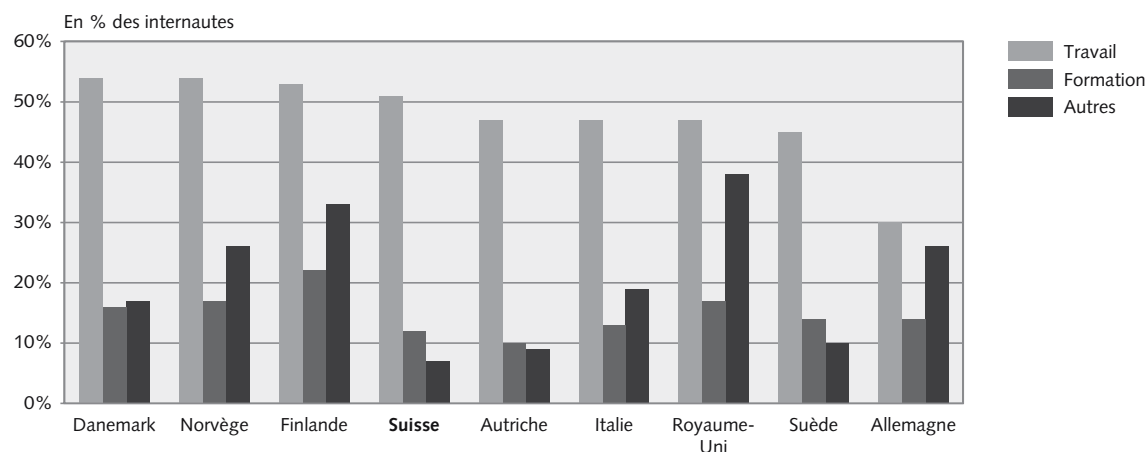
La comparaison internationale permet de mettre trois choses en évidence. En premier lieu la Suisse est bien placée en terme d'utilisation d'internet au travail, puisqu'elle figure juste dernière les pays scandinaves. En 2004, la fréquentation d'internet sur le lieu de travail est une expérience très répandue et partagée par environ la moitié des internautes dans plusieurs pays européens.

Ensuite, comme en Autriche et en Suède, les internautes sont peu nombreux à utiliser les lieux alternatifs au domicile et au travail. La proportion d'internautes auprès de voisins et amis, en particulier, est très faible dans notre pays (3%) comparée à des proportions de 20% et plus en Allemagne, au Royaume-Uni et en Finlande. Très peu représentés en Suisse, les autres lieux de consultation (hors du domicile) telles les bibliothèques, les administrations publiques, les bureaux des postes, etc. sont parfois importants, notamment au Royaume-Uni ou en Finlande.

Enfin, et c'est un des constats les plus négatifs, la proportion d'internautes sur le lieu de formation est faible. Tandis qu'elle se situe à plus de 20% en Finlande, elle n'est que de 11% en Suisse.

¹¹ Pour la comparaison internationale, il s'agit de tenir compte de la différence de définition de l'internaute entre l'enquête communautaire européenne et l'enquête suisse 2004. L'enquête suisse définit l'internaute comme étant un utilisateur d'internet durant le mois dernier et l'enquête européenne considère comme internaute l'utilisateur durant les 3 derniers mois. On peut donc considérer que dans ces comparaisons, les résultats pour la Suisse sont des estimations basses par rapport aux pays européens.

Lieux d'utilisation d'internet hors du domicile: comparaison internationale G 3.5



Source: Eurostat, 2004; OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

3.3.3 Fréquence d'utilisation

L'accès, l'utilisation et les lieux d'utilisation ayant été présentés, il convient d'évaluer l'importance qu'internet a pris dans la vie quotidienne de la population au moyen de la fréquence de l'usage d'internet, selon les lieux d'utilisation.

Pour l'ensemble des internautes, la fréquence d'utilisation d'internet à domicile permet de constater qu'à partir du moment où un accès existe, internet est utilisé de façon très régulière: 45% des internautes l'utilisent au moins une fois par jour et 44% au moins une fois par semaine. Internet est ainsi pour de nombreuses personnes d'une utilisation quasi quotidienne et prend une place certaine dans la vie courante d'une majorité de la population.

L'utilisation quotidienne d'internet au travail concerne 37% du total des internautes (45% si l'on ne considère que les internautes qui ont un travail) tandis que près d'un tiers des internautes n'utilise jamais internet au travail. Une proportion beaucoup plus faible utilise internet au travail à un rythme plutôt hebdomadaire. Ces résultats confirment le fait que depuis le début des années 2000, **l'utilisation d'internet est devenue plus fréquente à domicile que sur le lieu de travail**¹². Même si cela ne permet pas encore de tirer de conclusion concernant l'intensité d'utilisation selon le lieu, la tendance à la diffusion au sein des ménages est très claire. En raison du petit nombre de cas concernés, les données disponibles sur la fréquence d'utilisation sur le lieu de formation ou dans d'autres lieux ne permettent pas de tirer de conclusion.

T9* Fréquence d'utilisation d'internet selon le lieu

En % des internautes (n=1592)

	Domicile	Travail	Formation	Autre
Au moins 1x/jour	45%	37%	(3%)	(0%)
Au moins 1x/semaine	44%	10%	(5%)	(2%)
Au moins 1x/mois	9%	(2%)	(2%)	(1%)
Plus rarement	(2%)	(2%)	(2%)	(4%)
Jamais	(0%)	30%	35%	74%
Inadapté	(0%)	19%	52%	17%
Total	100%	99%	98%	99%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

¹² REMP, enquête MA Net, cf. Indicateurs de la société de l'information: www.infosociety-stat.admin.ch.

Comme le fait d'être ou non internaute, la fréquence d'utilisation d'internet est clairement différenciée selon le genre: **les hommes sont nettement plus nombreux à en faire une utilisation quotidienne que les femmes.** Cette différence selon le sexe se manifeste autant pour l'utilisation au domicile qu'au travail. Les femmes sont des utilisatrices moins assidues et une plus grande proportion n'utilise jamais internet sur le lieu de travail (48% contre 28% des hommes).

La fréquence d'utilisation diffère également significativement selon l'âge: 54% des internautes les plus jeunes (âgés de 15 à 24 ans) utilisent internet quotidiennement contre 43% pour les internautes de 25 ans et plus. Enfin, il est important de signaler qu'aucune différence significative de fréquence d'utilisation ne se manifeste entre les régions linguistiques du pays.

T 10* Fréquence d'utilisation d'internet à domicile selon le sexe et l'âge
En % des internautes (n=1592)

	Total	Hommes	Femmes	15 à 24 ans	25 ans et plus
Au moins 1x/jour	45%	51%	38%	54%	43%
Au moins 1x/semaine	44%	40%	48%	(36%)	46%
Au moins 1x/mois	9%	(7%)	(12%)	(8%)	9%
Plus rarement	(2%)	(1%)	(2%)	(2%)	(1%)
Jamais	(0%)	(1%)	(0%)		(1%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

T 11* Fréquence d'utilisation d'internet au travail selon le sexe
En % des internautes concernés (n=1302)

	Total	Hommes	Femmes
Au moins 1x/jour	45%	53%	36%
Au moins 1x/semaine	12%	(14%)	(11%)
Au moins 1x/mois	(3%)	(3%)	(3%)
Plus rarement	(2%)	(2%)	(2%)
Jamais	37%	28%	48%
Total	100%	100%	100%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

T 12* Fréquence d'utilisation d'internet selon le lieu et le niveau de formation
En % des internautes

	Au moins 1x/jour	Au moins 1x/semaine	Au moins 1x/mois	Plus rarement	Jamais
A domicile (n=1592)					
Inférieur	48%	(42%)	(9%)	(1%)	
Moyen	44%	44%	(10%)	(1%)	(1%)
Supérieur	45%	45%	(7%)	(2%)	(1%)
Au travail (n=1302)					
Inférieur	(22%)	(15%)	()	()	(56%)
Moyen	40%	(11%)	(3%)	(2%)	44%
Supérieur	63%	(15%)	(3%)	()	(18%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

() nombre de données insuffisant

A domicile, le niveau de formation n'implique aucune différence significative de la fréquence d'utilisation d'internet: près de la moitié des internautes fait une utilisation quotidienne du web. Sur le lieu de travail par contre, les différences sont importantes, certainement liées aux professions exercées. Près des deux tiers des internautes de niveau de formation supérieur utilisent quotidiennement internet contre moins d'un quart des internautes de niveau de formation inférieur.

3.3.4 Durée d'utilisation hebdomadaire

L'analyse de la fréquence doit être complétée par celle du temps d'utilisation afin de préciser comment les personnes utilisent la toile et dans quelle mesure ce nouveau média peut exercer une concurrence par rapport aux médias traditionnels, même si cette question tend à être dépassée par les phénomènes de convergence et l'utilisation toujours plus intensive d'internet comme moyen de diffusion par les médias traditionnels eux-mêmes. Il s'agit également de voir comment les différents groupes d'utilisateurs se différencient.

La plus grande part des internautes (45%) utilise la toile en moyenne entre 1 et 5 heures par semaine, indifféremment de l'endroit où ils l'utilisent. Un tiers des internautes passe plus de 5 heures hebdomadaires sur internet et une minorité d'internautes, un dixième environ, y consacre plus de 15 heures par semaine.

Les hommes et les jeunes sont les internautes les plus assidus. Cela se confirme lorsque l'on examine la durée d'utilisation hebdomadaire: 42% des hommes passent plus de 6 heures sur internet (14% plus de 15 heures) contre 23% pour les femmes (7% plus de 15 heures). A l'inverse, seulement 15% des hommes consacrent moins d'une heure à internet, contre près d'un tiers pour les femmes. L'étude effectuée pour l'OFCOM en 2005 montre des résultats très proches en ce qui concerne le temps d'utilisation d'internet et la différence entre hommes et femmes. Aucune évolution ne peut donc être décelée entre notre enquête de 2004 et celle de l'OFCOM¹³. Il faut noter que les différences selon le sexe se marquent tout particulièrement pour les durées extrêmes, moins de une heure et plus de 15 heures. Pour les durées moyennes, qui rassemblent près des deux tiers des internautes, les différences sont minimes et peu significatives.

En ce qui concerne l'âge, la différenciation se fait entre les internautes de moins de 35 ans, dont 23% passent plus de 10 heures par semaine sur internet, et ceux de 35 ans et plus pour lesquels cette proportion s'élève à 14%. L'analyse plus précise du croisement du sexe et de l'âge montre que les deux critères s'additionnent, opposant clairement les internautes hommes de moins de 35 ans aux femmes de plus de 35 ans (cf. G 3.6)

T 13* Durée d'utilisation hebdomadaire d'internet

En % des internautes (n=1592)

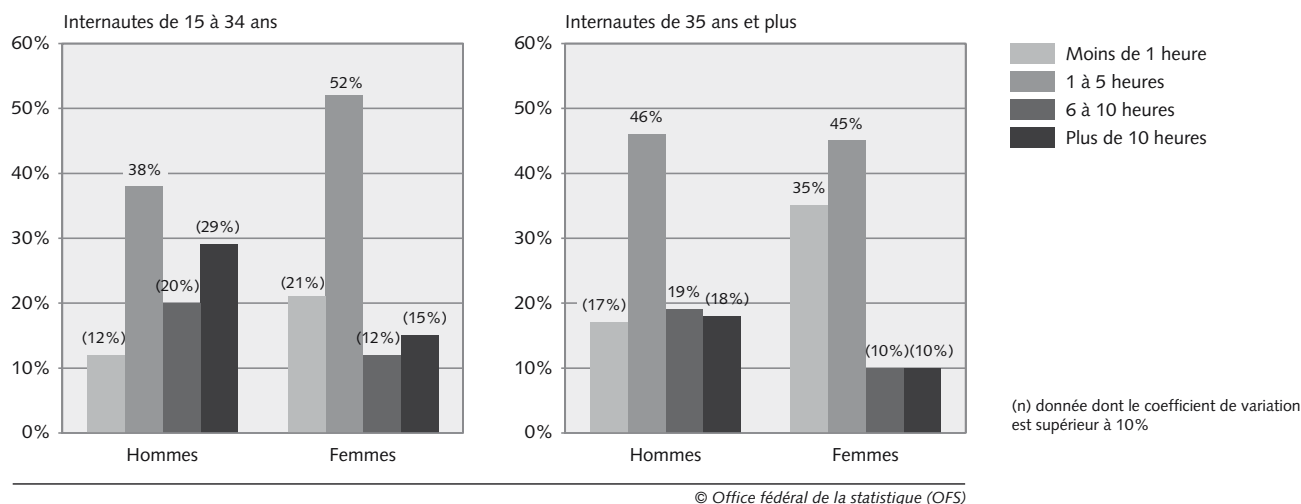
	Moins de 1 heure	1 à 5 heures	6 à 10 heures	11 à 15 heures	Plus de 15 heures
Total	22%	45%	16%	(6%)	11%
Hommes	15%	43%	19%	(8%)	(14%)
Femmes	29%	48%	(11%)	(5%)	(7%)
15 à 34 ans	(17%)	45%	(16%)	(9%)	(14%)
35 ans et plus	25%	45%	15%	(5%)	(9%)
<i>Niveau de formation:</i>					
Inférieur	(25%)	(44%)	(17%)	(5%)	(9%)
Moyen	24%	47%	15%	(5%)	(10%)
Supérieur	(16%)	43%	(16%)	(10%)	(15%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

¹³ *Nutzung von Telekommunikationsdiensten auf dem Festnetz*, Studie realisiert für das BAKOM, M.I.S. Trend SA, Lausanne, August 2005, p.36.

Durée hebdomadaire d'utilisation selon le sexe et l'âge

G 3.6



Les internautes au bénéfice d'une formation de niveau supérieur (haute école ou formation professionnelle supérieure) se distinguent clairement des autres par une plus forte intensité d'utilisation, un quart d'entre eux passe plus de 10 heures par semaine sur internet. On ne distingue en revanche aucune différence marquée entre les internautes de formation de niveau inférieur et moyen.

Il n'existe aucune différence significative dans la durée d'utilisation d'internet entre les internautes des différentes régions linguistiques du pays. De même, aucune tendance claire ne peut être détectée lorsque l'on croise la durée d'utilisation et le revenu du ménage de l'internaute.

A l'examen de la fréquence et de la durée hebdomadaire d'utilisation, les critères essentiels de différenciation des internautes se confirment. Ce sont le niveau de formation, l'âge et le sexe.

3.3.5 Motifs d'utilisation

Quels sont les usages d'internet les plus fréquents? L'enquête s'est penchée en particulier sur 13 motifs d'utilisation, d'une part pour des besoins privés et d'autre part pour des raisons professionnelles.

L'utilisation privée d'internet est orientée d'abord vers la communication: 90% des internautes utilisent internet pour l'envoi et la réception de **courrier électronique**. Cette utilisation arrive largement en tête des 13 motifs analysés.

Vient ensuite la **recherche d'informations** sur des biens ou des services, pratiquée par les trois quarts des internautes. La recherche d'information dans des domai-

nes plus spécifiques figure également parmi les motifs les plus mentionnés. La moitié des internautes effectue des recherches dans le domaine administratif et un peu plus de un tiers consulte les sites de journaux et magazines. L'interaction entre citoyens et administrations publiques apparaît comme relativement importante. Mais tandis que près de la moitié des internautes recherche des informations sur les sites des communes, des cantons et de la Confédération, ils ne sont que 17% à utiliser des formulaires en ligne. L'enquête de l'OFS ne permet pas de dire si cette plus faible proportion est due à une réticence des internautes, à une mise à disposition de formulaires encore limitée ou à la moindre fréquence d'utilisation de formulaires par rapport au besoin d'information en général.

En 2004, l'utilisation commerciale d'internet n'est pas encore aussi répandue que les utilisations de communication ou d'information. Les services de voyage (billets de train et d'avion, vacances, etc.) arrivent en tête des services les plus utilisés. 53% des internautes les mentionnent, suivis par les services financiers utilisés régulièrement par 42% des internautes. Hors services financiers, 36% des internautes effectuent des achats sur Internet. Entre les 73% qui cherchent des informations sur des biens ou des services et les 36% qui effectuent des achats, la marge de progression paraît encore importante. En 2004, très peu d'internautes (4% seulement) ont franchi le pas suivant qui consiste à mettre en vente des biens ou services sur internet, par exemple sur les sites de vente aux enchères.

Parmi les autres domaines de la vie quotidienne, 36% des internautes utilisent des services liés à l'enseignement, ce qui paraît important et est sûrement à mettre en rapport avec la plus grande utilisation d'internet par les jeunes générations en formation.

Les services liés à la santé sont mentionnés comme motif d'utilisation d'internet par 20% des internautes. Enfin, les activités de loisirs et multimédia, telles que les jeux, la musique, la radio ou TV en ligne arrivent en queue de peloton en 2004, pratiquées par 13 à 19% des internautes.

Pour les motifs d'utilisation les plus fréquemment mentionnés, il est possible de pousser l'analyse en fonction du sexe, de l'âge et du niveau d'éducation des internautes.

La forte différence d'utilisation d'internet constatée entre les hommes et les femmes – 83% des hommes et 67% des femmes ont utilisé internet le mois précédent – se retrouve très nettement uniquement pour certains motifs d'utilisation. Si la recherche d'informations de tous types et les services financiers sont des activités plus fréquentes pour les hommes, les différences constatées

T14* Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent

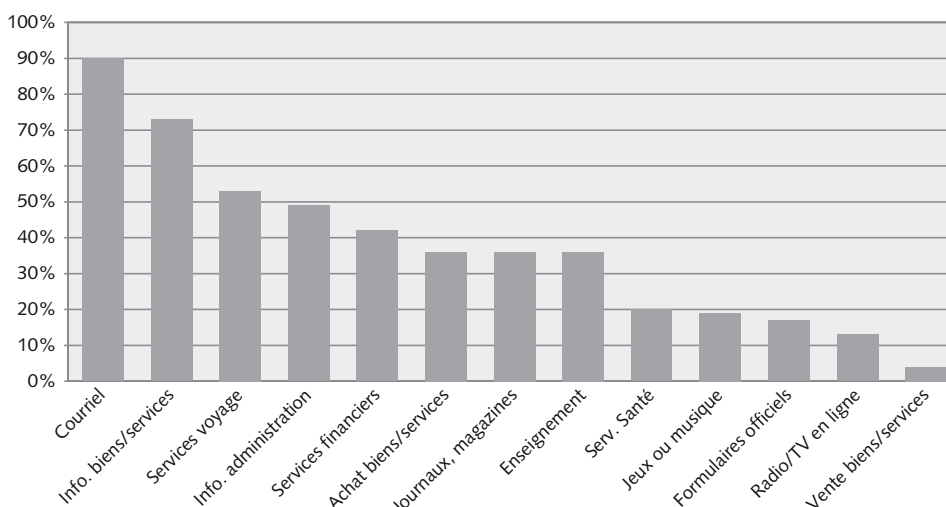
En % des internautes (n=1592), utilisation à domicile ou ailleurs

	Oui
Envoi-réception de courrier électronique?	90%
Recherche d'information sur des biens ou services?	73%
Utilisation de services de voyage?	53%
Obtention d'informations à partir des sites des autorités publiques?	49%
Utilisation de services financiers (internet-banking ou bourse en ligne)?	42%
Achat / commande de biens ou services? (sans les services financiers)	36%
Consultation de journaux ou magazines ou de services d'information?	36%
Utilisation de services liés à l'enseignement?	36%
Utilisation de services liés à la santé?	20%
Jouer / télécharger des jeux ou de la musique?	19%
Télécharger et envoyer des formulaires officiels ?	17%
Écouter la radio / regarder la TV?	13%
Vendre des biens ou des services (p. ex. aux enchères)?	(4%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent, en % des internautes pour chaque usage

G 3.7



© Office fédéral de la statistique (OFS)

T 15* Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent selon le sexe, l'âge et le niveau de formation

En % des internautes (n=1592), utilisation à domicile ou ailleurs

	Hommes	Femmes	15-34 ans	35 ans et plus	Form. inf.	Form. moy.	Form. sup.
Courriel	90%	89%	91%	89%	87%	89%	93%
Info. biens/services	77%	69%	74%	73%	61%	74%	78%
Services voyage	54%	51%	47%	57%	(28%)	50%	69%
Info. administration	53%	44%	49%	49%	(38%)	49%	54%
Services financiers	48%	36%	40%	44%	(18%)	41%	56%
Achat biens/services	41%	30%	39%	34%	(28%)	33%	46%
Journaux, magazines	44%	26%	34%	37%	(30%)	31%	46%
Enseignement	33%	38%	44%	30%	45%	33%	35%
Serv. Santé	19%	21%	(15%)	24%	(15%)	21%	(20%)
Jeux ou musique	23%	(15%)	29%	(12%)	(40%)	17%	(13%)
Formulaires officiels	21%	(13%)	(15%)	19%	(7%)	16%	25%
Radio/TV en ligne	17%	(9%)	16%	(11%)	(17%)	(13%)	(13%)
Vente biens/services	(5%)	(2%)	(3%)	(5%)	(4%)	(4%)	(4%)

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

entre hommes et femmes ne sont pas significatives pour le courrier électronique, les voyages et les services dans le domaine de la santé. Apparemment importante, la différence d'utilisation de services dans l'enseignement n'est cependant pas significative statistiquement.

La **différence de genre** se marque ainsi non seulement dans la proportion d'internautes dans la population mais également dans les modalités et les motifs d'utilisation.

L'âge détermine également les motifs d'utilisation. Les différences entre les internautes de plus ou moins 35 ans sont statistiquement significatives. On constate que les internautes du groupe des 35 ans et plus sollicitent plus fréquemment les services de voyage et ceux en lien avec la santé. De leur côté, les internautes de moins de 35 ans sont plus assidus pour les services liés à l'enseignement et dans les domaines des loisirs et du multimédia, jeux, musique, TV, radio.

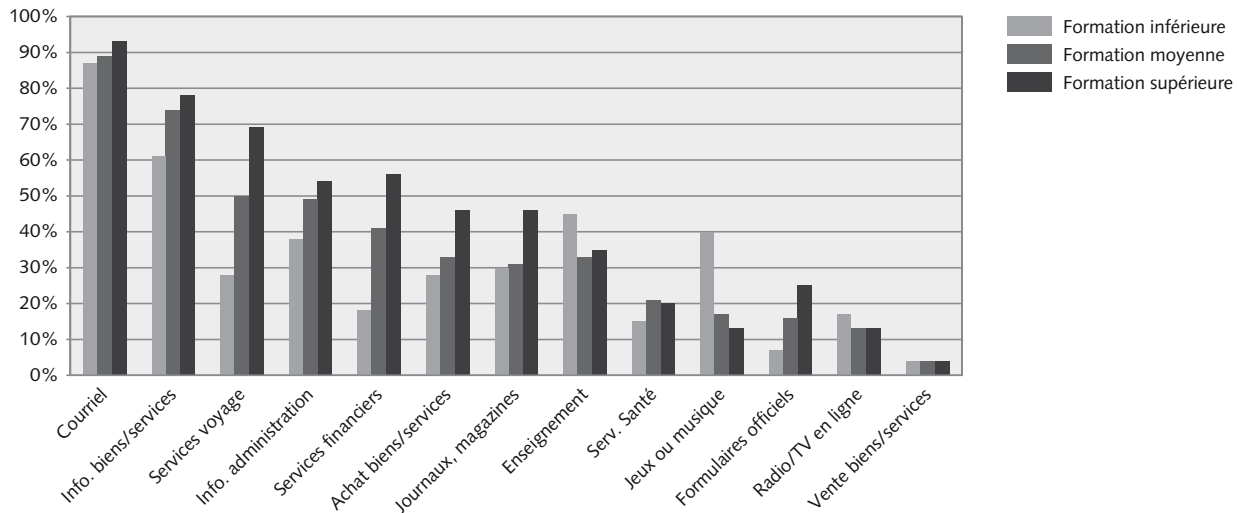
Les contrastes les plus marqués apparaissent cependant entre les internautes en fonction de leur **niveau de formation**. Les internautes de formation supérieure (degré tertiaire) mentionnent presque tous les motifs d'utilisation plus fréquemment que les personnes de formation inférieure (degré élémentaire) ou moyenne (degré

secondaire). Seules les utilisations pour les services d'enseignement, pour les jeux/musique et pour la radio/TV sont plus fréquemment indiquées par les internautes de formation inférieure. Toutefois, ce résultat est vraisemblablement également lié à l'âge des internautes concernés, dont une partie est en cours de formation.

Les services de voyage, les services financiers et le téléchargement de formulaires officiels montrent les plus grandes différences selon le niveau d'éducation. Ici intervient vraisemblablement également le facteur revenu, qui est corrélé au niveau de formation: les personnes les mieux formées disposent de plus de moyens pour voyager et ont plus besoin de services financiers.

Une proportion non négligeable de 31% d'internautes utilise internet à domicile pour des raisons professionnelles. Ce sont principalement des hommes actifs de formation supérieure. De façon attendue, la proportion d'utilisateurs d'internet à domicile à des fins professionnelle est plus élevée (58%) pour les personnes avec le statut de travailleur indépendant (y.c. les agriculteurs) que pour les salariés.

Motifs d'utilisation d'internet à titre privé durant le mois précédent selon le niveau de formation, en % des internautes pour chaque usage **G 3.8**



© Office fédéral de la statistique (OFS)

T 16* Utilisation d'internet à domicile pour motifs professionnels
En % des internautes (n=1592)

Total	31%
Hommes	35%
Femmes	25%
15-34 ans	25%
35 ans et plus	35%
Inférieur	(21%)
Moyen	26%
Supérieur	43%
Indépendants et agriculteurs	58%
Salariés	33%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

Les motifs d'utilisation professionnelle les plus fréquents sont en grande partie les mêmes que pour l'utilisation privée. Au premier rang vient la communication par courrier électronique, pratiquée par 59% des internautes, puis la recherche d'informations sur des biens et services. Les services liés à l'enseignement ou à la formation arrivent en troisième place. Exception faire de la recherche d'informations administratives, les autres motifs d'utilisation sont peu mentionnés. Ce n'est pas étonnant étant donné leur caractère privé ou d'activité de loisir.

T 17* Motifs d'utilisation professionnelle d'internet à domicile

En % des internautes (n=1592)

Envoi-réception de courrier électronique?	59%
Recherche d'information sur des biens / services?	39%
Utilisation de services liés à l'enseignement?	22%
Obtention d'informations à partir des sites des autorités publiques?	(14%)
Consultation de journaux ou magazines ou de services d'information?	(9%)
Utilisation de services financiers (internet-banking ou bourse en ligne)?	(9%)
Utilisation de services liés à la santé?	(5%)
Utilisation de services de voyage?	(5%)
Télécharger et envoyer des formulaires officiels?	(5%)
Achat / commande de biens ou services? (sans les services financiers)	(3%)
Ecouter la radio / regarder la TV?	(1%)
Jouer / télécharger des jeux ou de la musique?	()
Vendre des biens ou des services (p. ex. aux enchères)?	()
Autre usage professionnel?	31%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

() nombre de données insuffisant

3.4 Activités d'achat sur internet (e-commerce)

3.4.1 Consommateurs sur internet

Les achats ou les commandes de biens et services sur internet deviennent de plus en plus fréquents mais ne connaissent cependant pas l'explosion ni le développement fulgurant annoncé depuis des années. L'enquête de l'OFS, effectuée tout au long de l'année 2004, permet de déterminer le nombre de consommateurs qui effectuent déjà des achats sur internet et d'en préciser un profil moyen.

Près des deux tiers des internautes ont déjà utilisé la toile à des fins privées d'achat ou de commande de biens et de services. Cela représente 1,8 millions de personnes en Suisse, un nombre qui paraît considérable mais qui doit être relativisé. En effet, parmi ces personnes, 40% déclarent avoir effectué un achat également le mois précédent l'interview, ce qui ramène à **740'000** le nombre de personnes que l'on peut considérer comme des **consommateurs réguliers**, ou du moins comme familiarisés avec cet usage d'internet.

Ces résultats nous fournissent une vue différenciée de l'achat par internet, un usage largement connu mais pratiqué sur une base régulière seulement par une proportion d'internautes encore relativement modeste.

Les caractéristiques sociodémographiques des consommateurs sur internet recouvrent pour l'essentiel celles des internautes en général. L'expérience d'achat à un moment indéterminé est significativement plus fréquente pour les hommes, pour les personnes entre 25 et 44 ans, de formation supérieure et vivant dans un ménage au revenu élevé.

Ces variables deviennent négligeables et non significatives lorsque l'on s'attache uniquement aux achats effectués le mois précédent. **Ni le sexe, ni l'âge, ni le niveau de formation ne font grande différence lorsqu'il s'agit des consommateurs «réguliers».**

La différence entre régions linguistiques apparaît à nouveau pour cette question des achats sur internet. Les internautes de Suisse alémanique sont significativement plus nombreux à avoir fait l'expérience d'achat/commande de produits ou services sur internet à des fins privées (65% contre 56% pour les romands).

Un des freins au développement du commerce électronique réside dans le manque de confiance dans la sécurité des transactions et de la transmission des informations confidentielles de la carte de crédit. Si 25% des internautes ont effectué un achat le mois précédent l'interview, ils ne sont plus que 12% à avoir utilisé leur carte de crédit. Cela correspond à un peu moins de la moitié des consommateurs «réguliers» et représente environ 350'000 personnes. On constate sans surprise que ce sont les consommateurs bénéficiant d'un niveau de

T 18* Pratique du e-commerce et utilisation de la carte de crédit
Achats/commandes pour des besoins privés

	Achats/commandes sur internet (en % des internautes)	Achats/commandes le mois dernier (en % des acheteurs)	Utilisation de la carte de crédit lors de l'achat du mois dernier (en % des acheteurs du mois précédent)
	(n=1592)	(n=1024)	(n=405)
Total	63%	40%	47%
Hommes	67%	41%	50%
Femmes	58%	39%	(44%)
<i>Age:</i>			
15 à 24 ans	54%	(40%)	(29%)
25 à 34 ans	78%	41%	54%
35 à 44 ans	70%	39%	(43%)
45 à 54 ans	59%	(40%)	(57%)
55 à 64 ans	50%	(37%)	(46%)
65 ans et plus	(39%)	(46%)	()
<i>Niveau de formation:</i>			
Inférieur	49%	(45%)	(33%)
Moyen	61%	38%	42%
Supérieur	72%	41%	60%
<i>Région de domicile:</i>			
Suisse alémanique	65%	42%	44%
Suisse romande	56%	(33%)	(63%)
Suisse italienne	(53%)	(29%)	()
<i>Revenu mensuel brut du ménage:</i>			
Moins de 3000 francs	(48%)	()	()
3000 à 5000 francs	(54%)	(37%)	()
5000 à 7000 francs	59%	(30%)	(38%)
7000 à 9000 francs	56%	(35%)	(56%)
Plus de 9000 francs	67%	43%	47%

(n) donnée dont le coefficient de variation est supérieur à 10%

() nombre de données insuffisant

formation supérieur et d'un revenu du ménage élevé qui utilisent le plus fréquemment la carte de crédit.

Au total, la **marge de progression du commerce électronique** apparaît comme **importante**, tant pour la première expérience que pour sa répétition. En effet, un tiers des internautes n'a encore fait aucune expérience d'achat et les trois quarts des internautes n'ont pas fait d'achat au cours du mois précédent l'interview. La proportion relativement faible des consommateurs ayant

transmis les informations de leur carte de crédit tendrait à montrer que la perception de la sécurité doit être améliorée. Au niveau européen, on note une très forte augmentation de la proportion d'internautes indiquant leur numéro de carte de crédit sur internet entre 2002 et 2004¹⁴.

¹⁴ C. Demunter, *Utilisation d'internet en Europe: sécurité et confiance*, Statistique en bref, 25/2005, Eurostat 2005, p.2.

3.4.2 Comparaison internationale

En comparaison internationale, les 36% d'internautes suisses¹⁵ pratiquant des achats sur internet se situent très près de la moyenne européenne de 37%, mais encore loin derrière les 52% d'internautes allemands, champions du e-commerce en Europe.

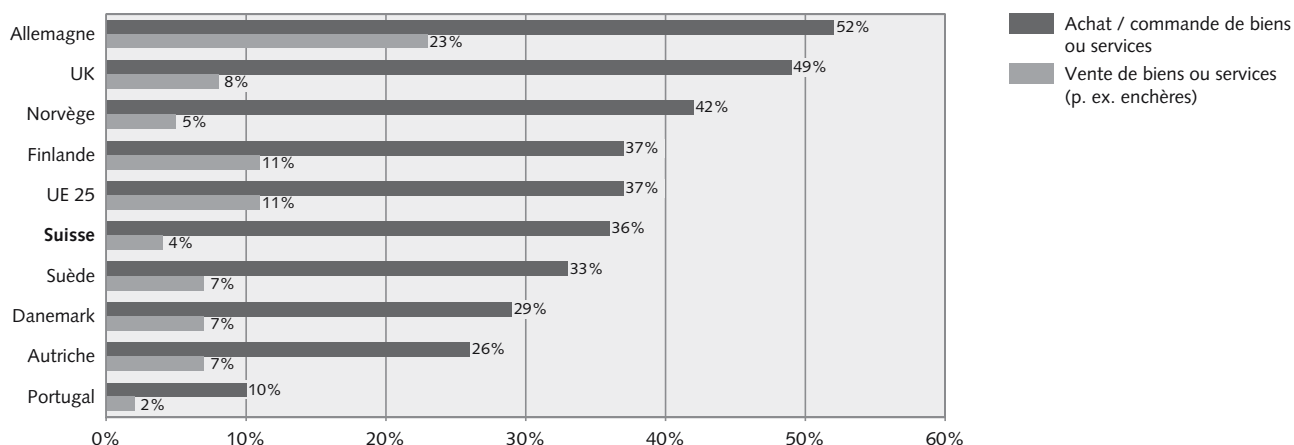
Le pendant de l'achat sur internet par les particuliers, c'est-à-dire la vente de biens ou services, notamment sur les sites d'enchères, reste également marginal en 2004 dans les pays de l'Union, sauf en Allemagne, qui se distingue nettement des autres pays européens en la matière. En Europe comme en Suisse, le comportement individuel est directement lié au niveau d'éducation: les internautes de niveau d'instruction élevé pratiquent plus fréquemment les opérations d'achat/commande de biens et services et les opérations bancaires¹⁶.

L'enquête sur les revenus et la consommation (ERC) de l'OFS demande aux ménages volontaires d'inscrire dans des cahiers spéciaux toutes les dépenses durant un mois et de préciser si l'achat enregistré a été fait par internet. Cette information n'est récoltée que pour certains produits ou services, à savoir ceux pour lesquels l'achat par internet est techniquement possible. Cette donnée est récoltée depuis l'enquête ERC de l'année 2002. Toutefois, en raison de la taille relativement restreinte de l'échantillon de ménages, il n'est pas possible de différencier tous les groupes de dépenses effectuées sur internet selon les types de produits ou services.

Ainsi, selon les cahiers spéciaux de l'enquête ERC de 2004, 9% de l'ensemble des ménages ont fait un achat ou une commande par internet durant le mois de référence de l'enquête. Cette proportion peut paraître modeste en regard des résultats présentés ci-dessus mais

Utilisation d'internet pour des achats/commandes de biens ou services et pour la vente en 2004, en % des internautes

G 3.9



Source: Eurostat, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

3.4.3 Dépenses de consommation sur internet

La question centrale du e-commerce est de mesurer la signification économique de cette nouvelle manière de consommer des ménages privés et des individus. Sachant que 1,8 millions de personnes ont fait au moins un achat/commande sur internet en Suisse en 2004, est-il possible d'estimer la somme totale dépensée ainsi?

deux points doivent être soulignés qui nous permettent de considérer ce résultat de 9% comme une borne inférieure valable. Premièrement, cette proportion serait vraisemblablement plus élevée si l'on prenait en compte une période plus longue qu'un mois pour les ménages enquêtés. Deuxièmement, nous savons que 13% de l'ensemble des individus de l'enquête ont effectué des achats sur internet le mois précédent.

¹⁵ Comme précédemment, il s'agit de tenir compte de la différence de définition de l'internaute (cf. note 11).

¹⁶ C. Demunter, *Utilisation d'internet en Europe: sécurité et confiance*, Statistique en bref, 25/2005, Eurostat 2005, p.2.

La proportion des dépenses de consommation effectuées par internet est de 0,6%, ce qui correspond à un peu moins de 30 francs par mois en moyenne. Rapportée à l'année et en prenant en considération le nombre de ménages (selon le recensement 2000), la dépense totale annuelle des ménages privés effectuée sur internet en 2004 s'élève à un milliard de francs environ. Cette somme doit être considérée comme une approximation minimale dans la mesure où toutes les dépenses de consommation ne sont pas prises en compte (en particulier les dépenses périodiques). En outre, l'échantillon relativement modeste de 3235 ménages implique une marge d'erreur assez large.

Dans le détail, seuls les groupes de dépenses enregistrant un nombre d'achats suffisant peuvent être pris en compte. Les livres, les services culturels et les équipements et accessoires multimédia sont les groupes enregistrant les plus fortes proportions de dépenses effectuées sur internet en 2004. Ces proportions restent

cependant encore modestes, bien en dessous de 10% des dépenses du groupe. Les achats d'alimentation et boissons non alcoolisées effectués par internet ne représentent quant à eux que 0,3% de ce groupe de dépenses de consommation, mais totalisent tout de même 71 millions de francs en 2004.

La comparaison des résultats de l'enquête 2004 avec les données des années 2002 et 2003 ne révèle aucune tendance claire. La somme totale des dépenses internet, comme la proportion de ménages effectuant des achats sur internet, a doublé entre 2002 et 2003. Cette tendance à la hausse, conforme à l'extension générale de l'utilisation d'internet, n'est pas confirmée en 2004. En fait, on constate une baisse de 2003 à 2004, tant de la somme totale que de la proportion de ménages ayant enregistré des achats par internet. Cependant la tendance attendue à la hausse n'est pas infirmée pour autant, car la prise en compte des intervalles de confiance ne permet pas de conclure que la baisse est bien réelle.

T 19* e-commerce: dépenses de consommation des ménages privés effectuées sur internet

Dépenses de consommation des ménages	Total des dépenses mensuelles	Dépenses effectuées par internet	Dépenses effectuées par internet	Ménages avec dépenses internet ¹	Estimation du total annuel des dépenses par internet
	...en francs	...en francs	...en %	...en % ²	Millions de fr.
Dépenses 2004	4 752,35	(28,20)	(0,6%)	9,1%	1 054,14
1) Alimentation	614,43	(1,89)	(0,3%)	1,7%	70,83
2) Equip. info.	95,29	(3,68)	(3,9%)	5,6%	137,72
3) Services culturels	23,47	(0,96)	(4,1%)	2,4%	35,76
4) Livres	20,87	(1,15)	(5,5%)	4,2%	42,95
Dépenses 2003	4 781,05	(31,31)	(0,7%)	10,2%	1 170,46
1) Alimentation	631,32	(1,72)	(0,3%)	1,8%	64,15
2) Equip. info.	73,76	(10,03)	(13,6%)	6,8%	375,13
3) Services culturels	22,81	(1,22)	(5,3%)	4,0%	45,54
4) Livres	20,78	(1,53)	(7,4%)	5,8%	57,23
Dépenses 2002	4 748,45	(10,89)	(0,2%)	5,6%	407,08
1) Alimentation	626,94	(0,87)	(0,1%)	1,3%	32,47
2) Equip. info.	76,17	(4,07)	(5,3%)	3,8%	152,28
3) Services culturels	27,42	(0,74)	(2,7%)	1,1%	27,48
4) Livres	21,29	(0,47)	(2,2%)	2,8%	17,62

¹ ...au moins une dépense internet pendant le mois d'observation

² ...des ménages avec au moins une dépense pendant le mois d'observation

(n) Position sujette à de fortes variations: coefficient de variation >10%

Contenu détaillé des groupes de dépenses de consommation:

1) Produits alimentaires et boissons non alcoolisées; 2) Equipement et accessoires audiovisuels, photographiques et informatiques; 3) Services culturels (théâtre, concert, cinéma, musée: billets à la pièce); 4) Livres seulement

Source: OFS, enquête ERC

Le nombre de transactions, achats ou commandes, enregistré par l'enquête ne peut malheureusement pas être utilisé comme indicateur d'évolution car il est impossible à définir de manière sûre ce qui est compris dans une «transaction». Par exemple, l'achat de 5 CD a pu être inscrit comme 5 achats ou comme un seul. Il convient aussi de préciser que seuls les achats/commandes des ménages privés sont considérés et que les services financiers et les paiements (postfinance ou e-banking) ne sont pas pris en compte.

Le développement du commerce électronique est ainsi plus lent qu'annoncé. En particulier, l'augmentation du nombre d'acheteurs réguliers est modeste et très progressive. Selon l'enquête *MA Net* de la REMP, la proportion d'utilisateurs réguliers d'internet qui pratiquent le e-commerce au moins une fois par semaine est passée seulement de 13% en 2001 à 16% en 2005¹⁷.

3.5 Domaines stratégiques du Conseil fédéral: comparaison internationale

La stratégie du Conseil fédéral pour une société de l'information en Suisse¹⁸ vise à améliorer l'efficacité de certains domaines grâce à l'utilisation des nouvelles technologies. Il s'agit notamment des thèmes prioritaires du gouvernement électronique ou cyberadministration, de la santé et de la formation. Grâce à l'enquête communautaire européenne annuelle sur la société de l'information, la Suisse peut être située dans le contexte européen du point de vue de l'utilisation privée d'internet dans ces domaines.

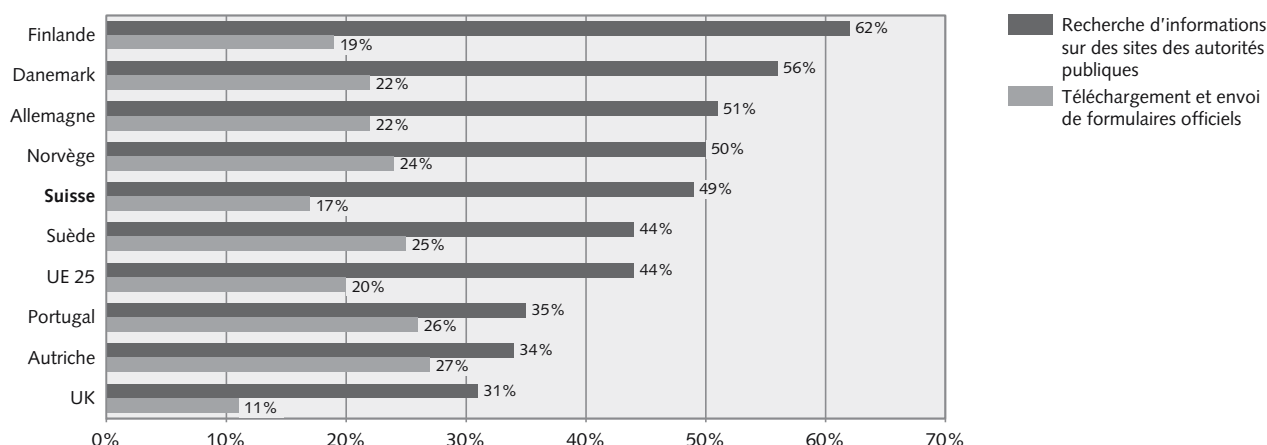
3.5.1 Relations des particuliers avec les administrations publiques

La Suisse est le plus souvent caractérisée comme étant très en retard par rapport aux pays européens dans le domaine du gouvernement électronique et de l'administration en ligne (voir l'étude mandatée par la commission européenne¹⁹).

L'enquête de l'OFS ne confirme que partiellement cette évaluation. Effectuée du côté de l'utilisation de tels services (l'enquête européenne analyse l'offre), l'enquête de l'OFS montre que les citoyens font déjà un usage fréquent d'internet pour ce type d'utilisation. Le premier niveau de

Utilisation d'internet pour les relations avec les administrations publiques en 2004, en % des internautes

G 3.10



Source: Eurostat, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

¹⁷ MA Net – REMP/WEMF, proportions calculées sur les internautes du cercle restreint d'utilisateurs (CRU: utilisation au moins plusieurs fois par semaine); voir notre indicateur «motifs d'utilisation» sur le portail de l'OFS www.infosociety-stat.admin.ch et le site de la REMP www.remp.ch/f/studien/manet.shtml pour les définitions.

¹⁸ Cette stratégie a été mise à jour au début de l'année 2006 et est disponible notamment sur www.infosociety.ch, le site internet du Service de Coordination Société de l'Information (SC SI) de la Confédération.

¹⁹ European Commission Directorate General for Information Society and Media, *Online availability of public services: how is Europe progressing?* Report of the fifth measurement, oct.2004. mars 2005, p.35. Voir notre indicateur de gouvernement électronique sur www.infosociety-stat.admin.ch.

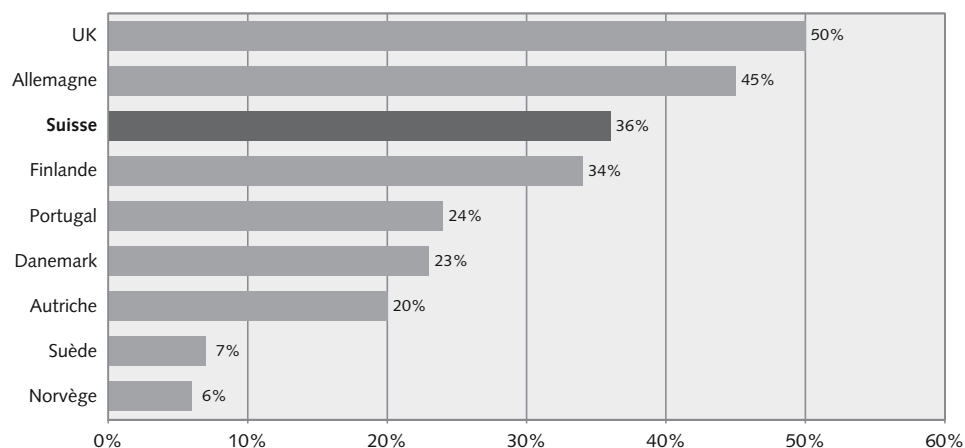
relation entre les citoyens et les autorités publiques, soit la mise à disposition d'informations, est utilisé par la moitié des internautes suisses. Concrètement, en 2004, 1,4 millions personnes consultent les sites des administrations publiques pour y trouver des informations. Les internautes suisses se placent ainsi en milieu de classement, légèrement au-dessus de la moyenne européenne. Le téléchargement et l'envoi de formulaires officiels représentent un deuxième niveau de relation, soit une véritable interaction. Pour ce niveau, qui correspond en principe à une deuxième étape d'implémentation de l'administration en ligne, la Suisse apparaît effectivement en queue de classement, en dessous de la moyenne européenne. En 2004, cette utilisation d'internet touche environ un demi million de personnes dans notre pays.

3.5.2 Services liés à l'enseignement – «e-learning»

Dans le domaine de l'enseignement et de la formation étayée sur les technologies de l'information et de la communication, la Suisse apparaît relativement bien positionnée en comparaison internationale: 36 % des internautes utilisent des services d'enseignement ou de formation. L'indicateur reste toutefois très sommaire. La moyenne européenne et les résultats de plusieurs pays ne sont pas disponibles. On constate néanmoins que les internautes suisses sont plus fréquemment utilisateurs de ce type de services que ceux de l'Autriche ou du Danemark, par exemple, deux pays qui sont par ailleurs à la pointe dans de nombreux autres domaines.

Utilisation d'internet pour des services liés à l'enseignement en 2004, en % des internautes

G 3.11



Source: Eurostat, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

3.5.3 Services liés à la santé – «e-health»

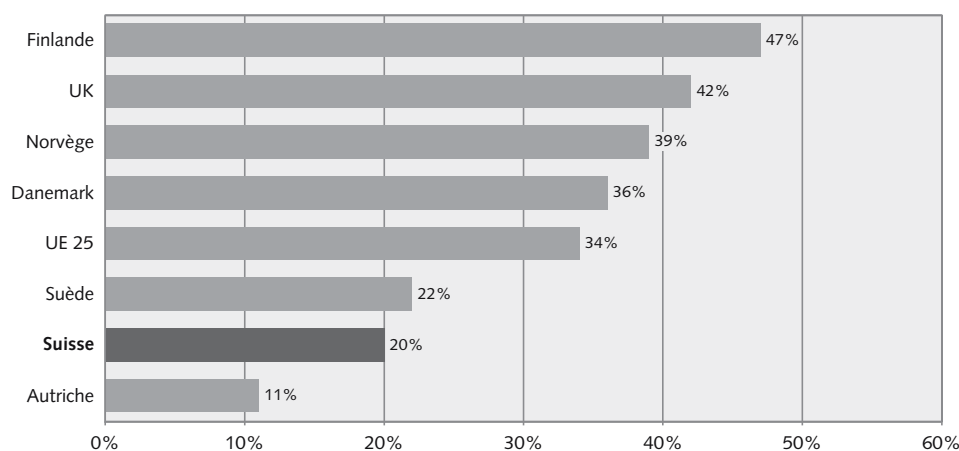
Le domaine de la santé est considéré comme potentiellement très intéressant pour le développement d'applications internet. Au niveau des internautes, force est de constater qu'en 2004 la recherche d'informations dans ce domaine reste encore peu pratiquée. La Suisse montre dans ce cas un net retrait par rapport aux autres pays européens et à la moyenne européenne de 34% d'internaute mentionnant ce motif d'utilisation.

Parmi les faits saillants qui ressortent de l'enquête 2004, on peut retenir les éléments suivants:

1. Il existe un **fossé numérique d'accès** à internet à domicile qui est fortement lié à des disparités de revenus et de formation. Etant donné que ces deux paramètres sont étroitement liés, on peut vraisemblablement placer le manque de compétences au premier rang des facteurs d'inégalités. Dans ce contexte, il est intéressant de noter que certains pays ont limité

Utilisation d'internet pour des services liés à la santé en 2004, en % des internautes

G 3.12



Source: Eurostat, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

3.6 Conclusion

Tant les résultats de l'enquête 2004 auprès des ménages détaillés dans ce chapitre que les indicateurs présentés dans le chapitre 4 montrent que la Suisse évolue de manière analogue aux autres pays développés. La «Société de l'information» poursuit son développement et les technologies de l'information et de la communication se diffusent dans tous les domaines de la vie quotidienne. Comme au début des années 2000, plusieurs indicateurs placent la Suisse parmi les pays les plus avancés en matière de TIC, après le peloton de tête des pays scandinaves²⁰. Dans certains domaines cependant, tels le commerce électronique, la cyberadministration ou l'utilisation de services internet liés à la santé, la Suisse marque le pas.

l'émergence de ce fossé en généralisant les accès publics à internet.

2. Il existe également un **fossé numérique dans l'utilisation** d'internet. En effet, l'âge, le sexe et la formation permettent de dessiner le contour d'une fracture multidimensionnelle. L'internaute – type est jeune, masculin et bénéficie d'une formation supérieure. Les éléments à disposition ne permettent pas de conclure à une réduction de cette fracture numérique. Au niveau européen, on constate même une augmentation²¹. Ainsi, si l'utilisation d'internet s'intensifie dans tous les groupes d'utilisateurs, l'écart entre les groupes demeure, voire s'accroît dans le cas des personnes ayant des revenus et des niveaux de formation faibles²².

²⁰ OFS /GSR/OFCOM, *La société de l'information en Suisse. Etat des lieux et perspectives*, Neuchâtel, 2002.

²¹ C. Demunter, *Fracture numérique en Europe*, Statistique en bref, 38/2005, Eurostat 2005.

²² Voir les indicateurs d'utilisation d'internet par les ménages et individus sur www.infosociety-stat.admin.ch (source REMP).

3. Un nombre non négligeable de **ménages équipés d'ordinateur n'est pas encore connecté à internet, ou ne désire plus l'être**. Ce facteur est principalement dû à des coûts élevés de connexion, respectivement à un manque de compétence. Les adaptations institutionnelles en cours, en particulier la libéralisation du «dernier kilomètre» des infrastructures de télécommunications, pourraient favorablement influencer sur la situation. Il paraît par conséquent raisonnable de penser que l'augmentation du nombre d'internautes se poursuivra encore, quoiqu'à un rythme plus lent que par le passé.

L'enquête 2004 montre également certaines **constantes**. Ainsi, au niveau des motifs d'utilisation d'internet, les points forts établis depuis le début des années 2000 n'ont pas fondamentalement changé. Pour les particuliers, les services de communication et d'information arrivent toujours en premier rang. Des changements sont néanmoins perceptibles avec la généralisation de la large bande qui permet notamment le déploiement des activités de loisir sur la toile. D'autres développements sont attendus avec la procédure de certification pour la signature numérique, opérationnelle depuis le début 2006. Enfin, une dynamisation des relations avec les administrations publiques est vraisemblable, avec l'élaboration d'une stratégie nationale pour la cyberadministration et la poursuite des expériences pilotes du vote électronique par exemple²³.

Depuis la publication de l'OFS en 2002 présentant l'état des lieux de la société de l'information en Suisse²⁴, la diffusion et l'utilisation des nouvelles technologies ont nettement progressé. Le nombre d'utilisateurs réguliers d'internet a augmenté et les applications se sont multipliées. Si le rythme de diffusion a ralenti et qu'une saturation à moyen terme est prévisible, les transformations économiques et sociales induites par les changements technologiques restent très importantes et doivent être analysées avec soin. Le chapitre 4 ci-après permet de compléter les résultats de l'enquête 2004 au moyen d'une batterie d'indicateurs qui élargit la perspective thématique et temporelle. Toute cette palette d'informations est indispensable au Conseil fédéral pour déterminer sa stratégie pour une société de l'information, stratégie qui ambitionne de déployer les TIC rapidement, de manière coordonnée et au profit de tous. Dans un tel contexte, l'information statistique revêt une importance fondamentale. Sa place privilégiée comme organe de la statistique publique permet à l'OFS de fournir, via des enquêtes auprès des entreprises et des ménages, des informations cruciales au déroulement du processus décisionnel. L'accord statistique contenu dans les bilatérales II fournit également une bonne base pour poursuivre le suivi de la société de l'information. Une mesure fiable et internationalement comparable de l'évolution de la diffusion et de l'usage des TIC auprès des individus et des entreprises est certainement la première condition de suivi de cette stratégie.

²³ Sous la conduite de l'Unité de stratégie informatique de la Confédération (USIC) l'initiative «eVanti.ch» vise à promouvoir le développement d'applications de cyberadministration; cf. www.evanti.ch.

²⁴ OFS /GSR/OFCOM, *La société de l'information en Suisse. Etat des lieux et perspectives*, Neuchâtel 2002.

4 Indicateurs d'infrastructure et d'équipement

Depuis 2000, l'Office fédéral de la statistique publie sur www.infosociety-stat.admin.ch les indicateurs de la société de l'information. Ce système d'indicateurs décrit l'évolution des différents secteurs de la société en relation avec la diffusion et l'utilisation des TIC.

Ce chapitre présente les indicateurs de ce système centrés sur l'infrastructure technique et sur les ménages. Cela permet, parallèlement à l'exploitation des données de l'enquête 2004, d'élargir la perspective et de fixer un

état de situation. Ces indicateurs apportent également des éléments intéressants concernant l'évolution des infrastructures de télécommunication et de l'équipement des ménages. Un indicateur de structure des dépenses des ménages en biens et services TIC ainsi qu'un indicateur d'utilisation des médias traditionnels complètent le tableau.

4.1 Infrastructure technique

4.1.1 Infrastructure téléphonique

Une infrastructure téléphonique bien développée

La téléphonie mobile et l'ISDN (Integrated Services Digital Network) ont joué un rôle moteur dans l'avènement d'une société dans laquelle la communication et l'échange d'informations deviennent centraux.

La diffusion de ces technologies au sein de la population a été extrêmement rapide, notamment si on la compare à celle du téléphone fixe. La téléphonie mobile en particulier a connu un essor extraordinaire durant la seconde moitié des années nonante. En 2005, plus de neuf Suisses sur dix étaient abonnés à un service de téléphonie mobile, contre un sur dix seulement en 1996. Cette forte croissance depuis le milieu des années 1990 ainsi que les progrès des technologies d'internet ont fait sentir leurs effets sur le développement de l'infrastructure. Ainsi, les lignes téléphoniques analogiques et numériques sont remplacées partiellement par la téléphonie mobile et, depuis peu, par la téléphonie par internet. Tant les développements futurs que l'ampleur de la substitution entre technologies avec et sans fil restent actuellement difficiles à estimer.

Un haut niveau d'utilisation du téléphone mobile

A la fin de 2005, la Suisse comptait environ 50 lignes d'accès téléphoniques pour 100 habitants (PSTN – public switched telephone network – et ISDN), ce qui correspond à une diminution de 3% depuis 2004.

A partir du milieu des années 1990, l'augmentation du nombre des lignes d'accès numériques ISDN a compensé en partie la diminution des lignes téléphoniques principales (PSTN) mais la tendance est à la baisse. Le réseau numérique ISDN, qui s'est développé parallèlement à l'utilisation croissante d'internet par les entreprises et les ménages, est actuellement dépassé par les technologies à haut débit.

Les lignes numériques ISDN dépassées par le haut débit

Avec 92 abonnés au téléphone mobile pour 100 habitants en 2005, la Suisse se classe parmi les pays de l'OCDE les moins équipés. Encore largement devant le Canada, les USA, le Japon et la France, la Suisse a été dépassée dès 2004 par l'Allemagne et les Pays-Bas. L'Italie, avec plus de 120 abonnements pour 100 habitants, arrive en tête de liste. Les pays scandinaves, pays pionniers les plus équipés jusqu'à la fin des années 1990, se sont faits rejoindre ou dépasser par le Royaume-Uni, l'Autriche et le Portugal. En Suisse, la très forte croissance du nombre d'abonnés en 1999 et 2000 s'est ralentie dès 2001. Très faible en 2004, la croissance a nettement repris pour atteindre un taux de 10% entre 2004 et 2005.

Définitions:

Abonnés aux téléphones mobiles (Abonnés aux services téléphoniques mobiles cellulaires): Usagers de téléphones portables abonnés à un service donnant accès au réseau téléphonique public commuté (PSTN) et utilisant une technique cellulaire. Les personnes ayant contracté un abonnement à l'achat d'un téléphone mobile et possédant déjà un abonnement chez un autre opérateur sont comptées deux fois.

Lignes d'accès ISDN (Integrated Services Digital Network): Nombre de lignes d'accès téléphoniques au réseau numérique avec intégration des services.

Lignes d'accès PSTN (public switched telephone network): Nombre de lignes téléphoniques analogiques qui relient l'équipement terminal de l'abonné au réseau et qui disposent d'un accès dans l'équipement de commutation téléphonique.

Méthodologie et remarques

A partir de 1998, les chiffres relatifs à la Suisse ont pour origine une enquête menée par l'Office fédéral de la communication auprès des fournisseurs de services de télécommunication (FST). De légères différences peuvent apparaître par rapport aux chiffres publiés dans le passé en raison des mises à jour des données fournies par l'UIT.

Sources:

OFS;

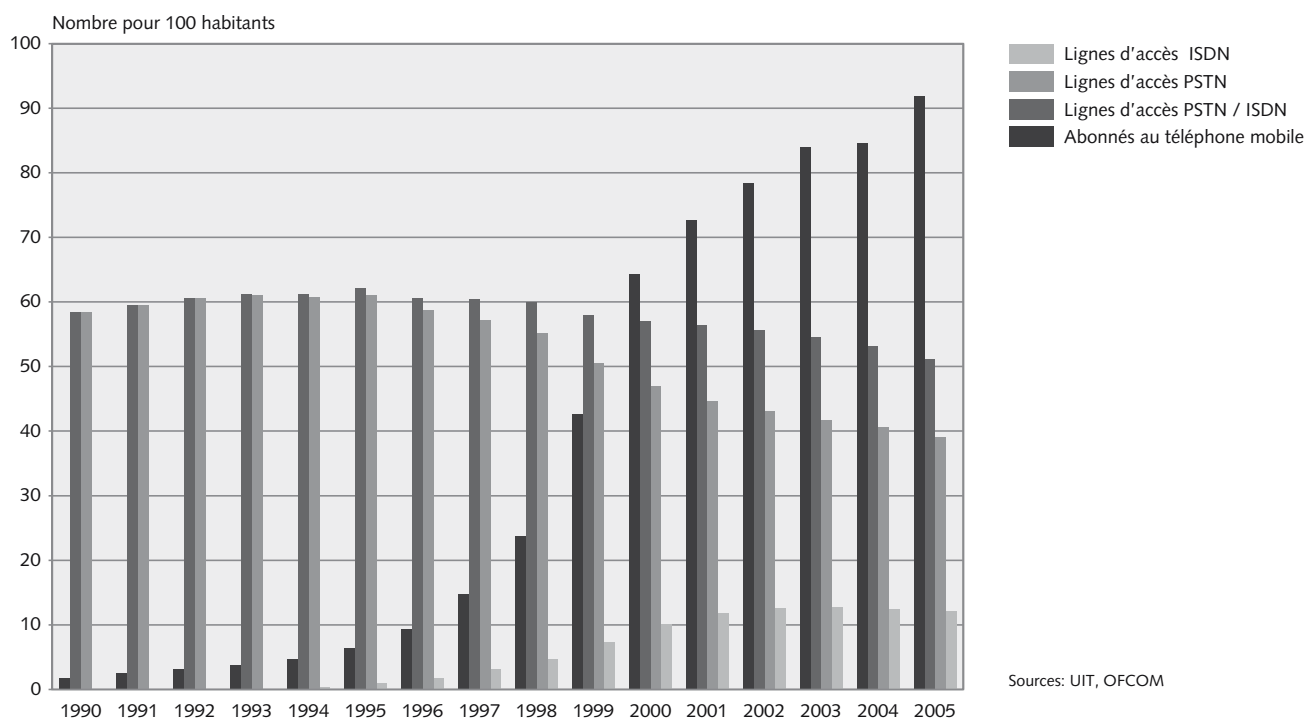
Office fédéral de la communication (OFCOM);

Union internationale des télécommunications (UIT).

4.1 Infrastructure technique

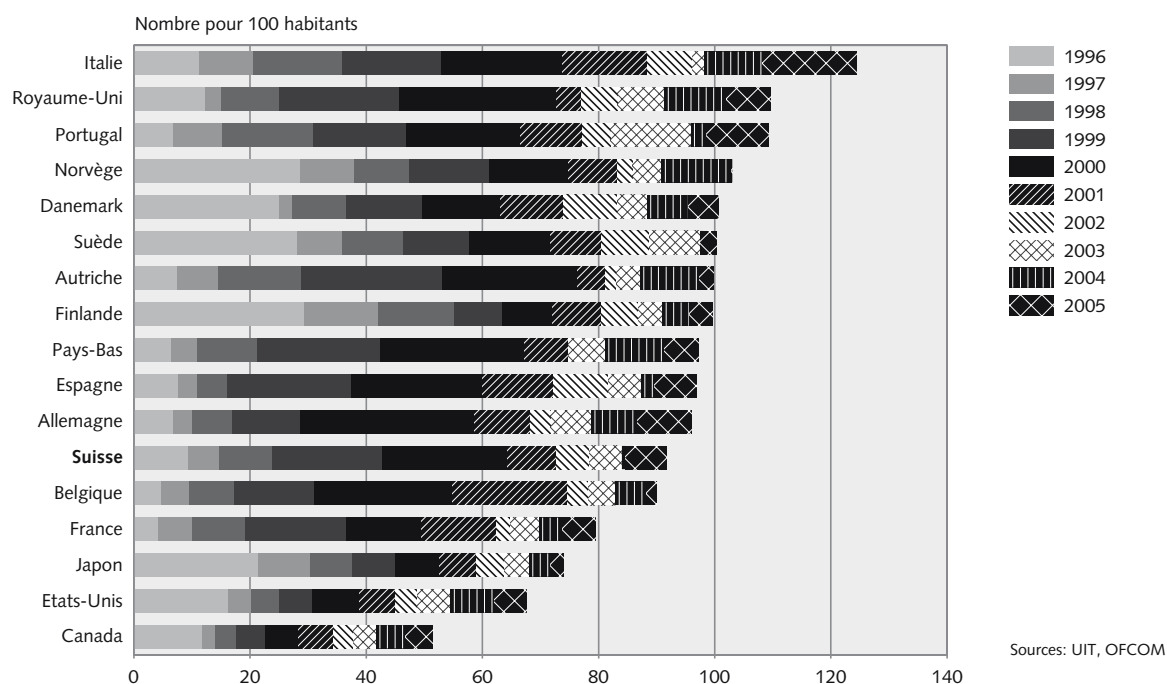
Infrastructure téléphonique en Suisse, évolution 1990-2005

G 4.1.1a



Abonnés au téléphone mobile en comparaison internationale, évolution 1996-2005

G 4.1.1b



4.1.2 Internet haut débit

La Suisse est en bonne position internationale.

Après un démarrage tardif, l'ADSL devance le câble TV.

L'expansion du haut débit (large bande) est déterminante pour le développement de services sur internet. En effet, le commerce électronique, l'administration électronique et les utilisations nouvelles telles que la téléphonie par internet (VoIP) et les offres de contenus audio et vidéo demandent de plus en plus de capacité et de vitesse de transmission.

En décembre 2005, 23 habitants sur 100 disposaient en Suisse de connexions à haut débit pour l'utilisation d'internet. Ce résultat place la Suisse nettement au-dessus de la moyenne des pays de l'OCDE (13,6 %). Elle se situe dans le groupe de tête mais, comme depuis plusieurs années, toujours derrière la Corée, le Danemark et les Pays-Bas, qui comptent plus de 25 abonnés pour 100 habitants à ce genre de connexions.

Le nombre d'abonnés à des connexions internet haut débit progresse très rapidement. On observe depuis 1998 des taux de croissance à deux chiffres. Alors qu'en décembre 2001, on comptait 157'000 accès à large bande, on en recensait 10 fois plus fin 2005 (1'698'000). Les lignes téléphoniques numériques (ISDN) permettant l'accès à internet sont désormais supplantées par les accès à haut débit (câble-modem et ADSL).

Tandis que divers câblo-opérateurs offraient des accès large bande via le câble TV depuis 1996 déjà, l'accès haut débit n'a été proposé que depuis 2000 par les fournisseurs de services de télécommunication. En effet, après que la demande d'accès par câble-modem se soit fortement manifestée à partir de 1999, les fournisseurs de service de télécommunication se sont vus dans l'obligation d'inclure le haut débit dans leur offre. Cette offre nouvelle de l'ADSL a souvent été accompagnée de phases de test assez longues.

Aujourd'hui, les connexions internet à large bande effectuées via le réseau TV câblé (câble-modem, CATV) sont clairement devancées par les connexions ADSL. Ces dernières représentaient seulement 7% des connexions haut débit en décembre 2000 et leur part s'élevait à 65% fin 2005. L'utilisation des autres techniques de connexion à haut débit reste encore marginale dans notre pays.

Définitions:

Internet haut débit (connexion large bande): Il n'existe pas de définition uniforme; généralement on considère comme large bande un débit de transmission supérieur à 128Kbit/s, valeur correspondant au débit maximum d'un raccordement numérique ISDN de base. Les technologies «large bande» les plus répandues sont l'ADSL et le Câble-modem. Les autres techniques de connexion à large bande comprennent les connexions internet par satellite, par fibre optique, par le réseau électrique (PLC: Powerline Communications), les LAN (Local Area Network) Ethernet et les services hertziens (WiMAX, UMTS).

ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line): Technologie d'accès à internet à large bande (haut débit) par les deux fils de cuivre du téléphone. Il existe plusieurs variantes de ligne d'abonné numérique (xDSL: Digital Subscriber Line), la plus répandue est l'ADSL, qualifiée d'asymétrique parce que le flux de données descendant dispose de plus de capacité que le flux montant.

Câble-modem: Technologie d'accès à internet à large bande par l'intermédiaire du câble coaxial TV (CATV), offerte à leur clientèle par les exploitants des réseaux TV câblés.

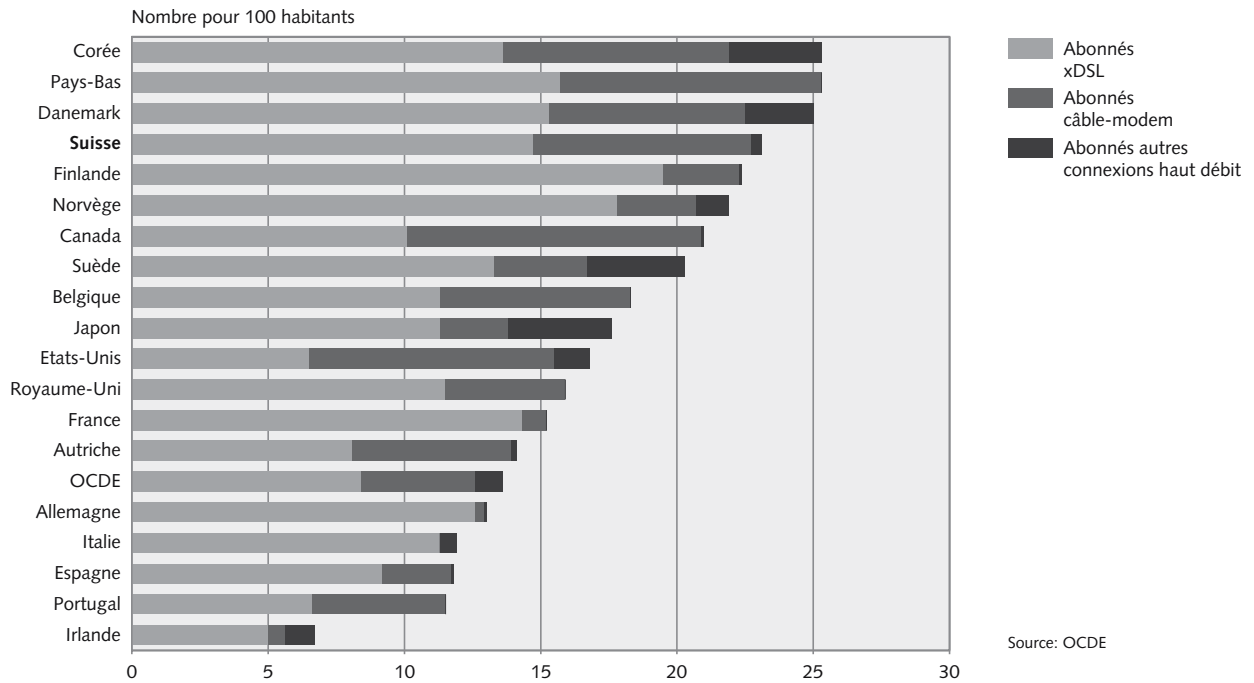
Sources:

Office fédéral de la communication (OFCOM);
Organisation de développement et de coopération économique (OCDE)

4.1.2 Internet haut débit

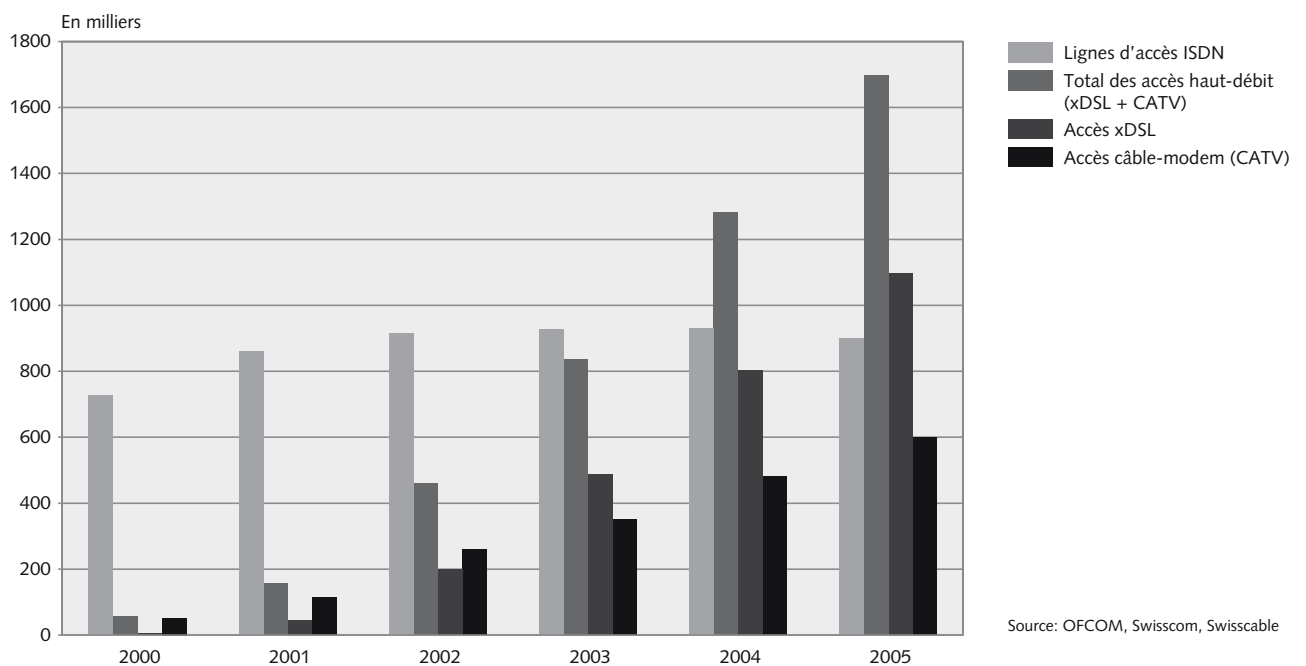
Abonnés à des connexions internet haut débit, comparaison internationale, en décembre 2005

G 4.1.2a



Abonnés à des connexions internet haut débit en Suisse, évolution 2000–2005

G 4.1.2b



© Office fédéral de la statistique (OFS)

4.1.3 Infrastructure Internet

Janvier 2005:
le domaine «.ch»
regroupe 1,78 mil-
lions d'hôtes internet

Cet indicateur renseigne sur le développement de l'infrastructure internet en Suisse et en comparaison internationale. L'augmentation du nombre d'hôtes internet (host), c'est-à-dire le nombre de systèmes raccordés directement à internet, illustre la croissance du réseau.

Les ordinateurs connectés (hôtes) communiquent entre eux au moyen du protocole internet et sont identifiés par leur adresse ou numéro IP («Internet Protocol»), lequel indique sur quel domaine la machine est connectée. Etant donné que de tels numéros sont malaisés à retenir, le «Domain Name System» (DNS) a été développé pour que les utilisateurs d'internet puissent saisir des mots pour composer le nom de domaine. Les noms de domaine sont organisés selon une structure hiérarchique. Au sommet se trouvent les noms de domaine de niveau supérieur, «Top Level Domains» (TLD), qui sont soit «génériques», par exemple .com, .net, .org; soit spécifiques aux pays et appelés ccTLD («Country Code Top Level Domains»), par exemple .ch (Suisse), .de (Allemagne), .fr (France).

Une croissance
soutenue depuis
1998

La répartition des hôtes selon leur nom de domaine permet d'avoir un aperçu du développement d'internet et de l'importance respective des noms de domaines génériques et des noms de domaines de pays. Les noms de domaines de pays regroupent actuellement 38% des hôtes internet. Parmi ceux-ci, Etats-Unis et Japon arrivent en tête avec 20 millions d'hôtes. La Suisse compte 1,78 millions d'hôtes, chiffre proche de pays de taille comparable tels le Danemark, la Belgique ou l'Autriche.

Serveurs sécurisés:
la Suisse au-dessus
de la moyenne des
pays de l'OCDE

L'évolution a été très rapide et les taux de croissance annuelle moyenne du nombre d'hôtes de 1998 à 2005 très élevés: 40,3% pour l'ensemble des hôtes internet, 46% pour les hôtes rattachés à des domaines génériques et 32% pour les noms de domaines de pays de l'OCDE. Le domaine .ch, avec une croissance annuelle de 48% du nombre d'hôtes internet se classe parmi les domaines de pays les plus dynamiques.

Le nombre de serveurs sécurisés, soit de machines utilisant le protocole SSL (signalé dans l'adresse par https), donne également une indication du développement d'une infrastructure de base sécurisée pour le commerce électronique. La comparaison internationale indique que la Suisse se situe en bonne position avec près de 40 serveurs sécurisés pour 100'000 habitants, un chiffre qui place la Suisse au-dessus de la moyenne des pays de l'OCDE.

Définitions:

Host ou hôte internet: système informatique connecté à internet – par une connexion permanente ou intermittente, directe ou par le réseau commuté – et identifié sur le réseau par son nom de domaine auquel est associée une adresse IP (Internet Protocol).

Méthodologie et remarques

Dans le passé, un hôte correspondait à une machine unique, ce qui n'est plus le cas actuellement avec le «hosting» virtuel, où une machine peut fonctionner comme plusieurs systèmes. Les enquêtes sur les hosts ne permettent pas de comparer de façon exacte le développement d'internet selon les pays. D'une part, les politiques d'attribution de noms de domaine sont différentes d'un pays à l'autre, ce qui entraîne une forte variabilité de la répartition entre noms de domaines géographiques (pays) et noms de domaines génériques. D'autre part, il n'y a pas nécessairement de corrélation entre le nom de domaine de l'hôte et sa localisation géographique. Avec le développement des techniques d'hébergement, le lien entre les hôtes, les noms de domaine géographiques (ccTLD) et leur localisation physique tend à s'affaiblir. En outre certains hôtes ne sont plus accessibles aux techniques de comptage en raison de l'installation de pare-feux sophistiqués. Malgré ces restrictions, le nombre d'hôtes reste un indicateur utilisable de la taille minimale d'internet et de sa croissance.

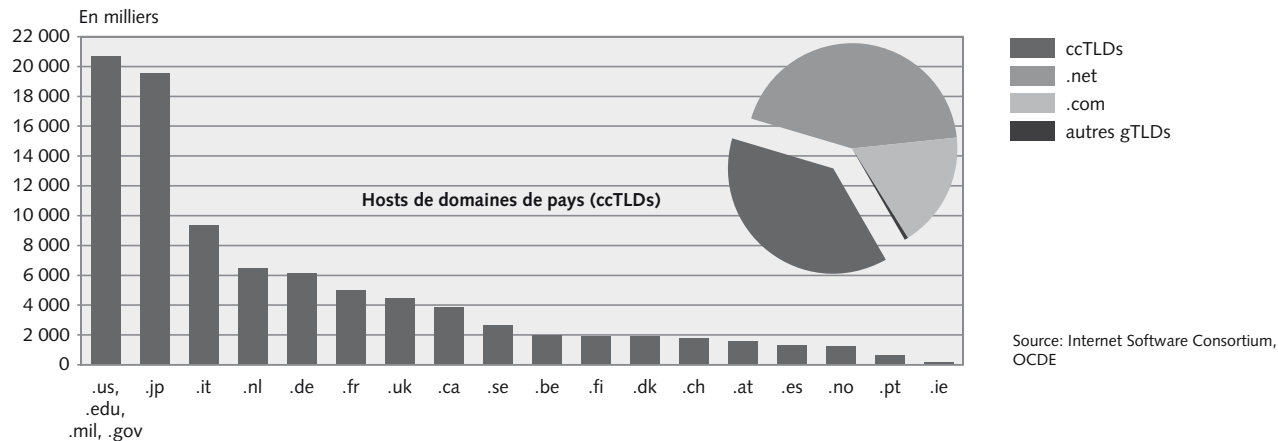
Secure Socket Layer (SSL): Le protocole SSL a été défini par l'entreprise Netscape pour la transmission cryptée sur les réseaux TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol). Il permet d'établir une liaison sécurisée de bout en bout, par exemple lors de transactions par carte de crédit ou l'accès par abonnement à des informations protégées.

Sources:

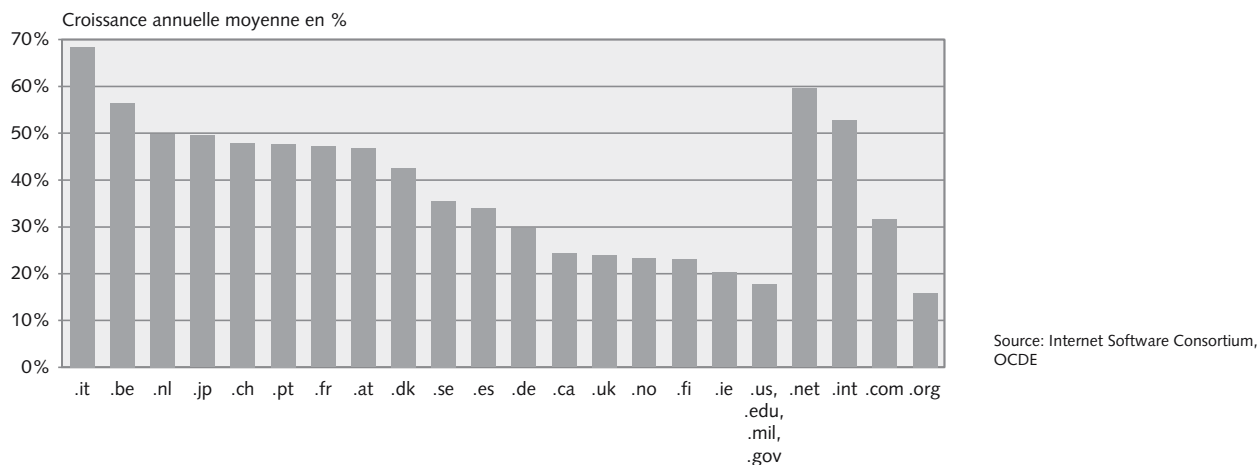
OCDE, ISC (Internet Software Consortium), Netcraft

4.1.3 Infrastructure Internet

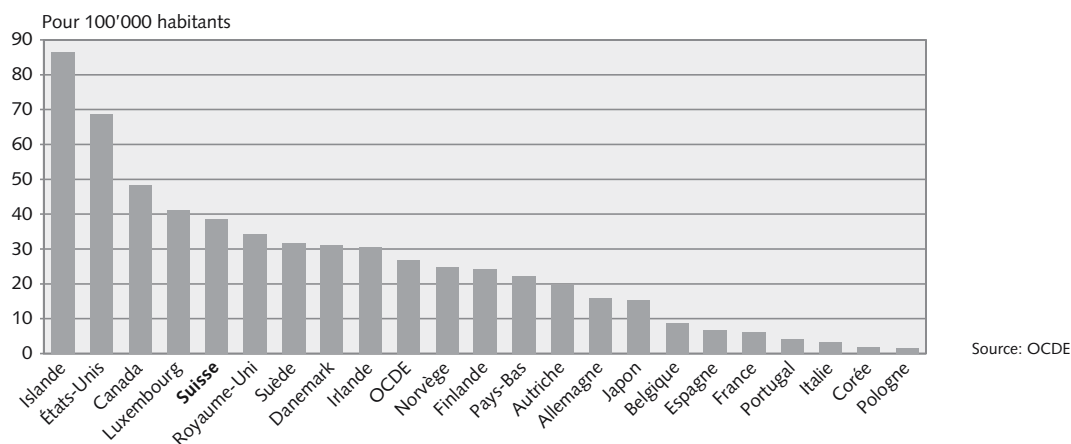
Hosts Internet par domaine de pays (ccTLDs) en comparaison internationale, janvier 2005 G 4.1.3a



Hosts Internet par domaine, évolution 1998–2005 G 4.1.3b



Nombre de serveurs sécurisés en comparaison internationale, juillet 2004 G 4.1.3c



© Office fédéral de la statistique (OFS)

4.2 Equipement des ménages en biens TIC

Un équipement varié et important

Cet indicateur informe sur l'équipement en biens TIC (technologies de l'information et de la communication) des ménages privés en Suisse. Les données sont issues de l'enquête de l'OFS sur les revenus et la consommation (ERC). Elles permettent de comparer l'évolution de cet équipement dans le temps, de situer la Suisse en comparaison internationale et de déterminer les facteurs socio-économiques qui ont une influence sur l'équipement des ménages.

La télévision dans plus de 9 ménages sur 10

Type de biens

En 2004, 94% des ménages suisses disposent d'un téléviseur, un ménage sur cinq en possède deux ou plus. L'équipement des ménages en chaînes stéréo est également élevé (82% des ménages). Le téléphone mobile est très répandu: 80% des ménages ont un téléphone mobile et 37% en possèdent deux ou plus.

Pendant la même période de référence, plus de deux tiers des ménages (71%) détiennent un ordinateur personnel (PC) alors que 21% en ont plusieurs. Enfin, près de 60% des ménages a indiqué posséder un modem permettant l'accès à internet. Comme le modem, intégré ou non à l'ordinateur, est encore le moyen le plus répandu pour se connecter à internet, c'est une bonne indication de la part des ménages disposant d'un accès à internet. Au niveau de l'équipement en périphériques d'ordinateurs, 64% des ménages disent détenir une imprimante, 33% disposent d'un scanner et près de 50% d'un graveur DVD.

... et l'ordinateur dans 7 ménages sur 10.

Evolution

Dans les années 90, l'équipement informatique des ménages en Suisse a augmenté très rapidement. La part des ménages munis d'un ordinateur a plus que quadruplé entre 1990 et 2004, passant de 15% à 71%. La diffusion rapide de l'ordinateur au sein des ménages se manifeste également par la multiplication des appareils. Alors qu'en 1990 1% des ménages était équipé de deux PC ou plus, cette proportion s'élève à 21% en 2004. La forte baisse des prix du matériel ainsi que la popularité grandissante d'internet ont contribué de manière déterminante à la diffusion des ordinateurs au sein des ménages.

Le développement est semblable pour la téléphonie mobile qui a connu une croissance conséquente depuis la fin des années 1990 et au cours des premières années du nouveau siècle: si environ 25% des ménages avait un téléphone mobile en 1998, cette proportion est passée à 80% en 2004.

Définitions:

Equipement TIC: Dans l'enquête sur les revenus et la consommation 2004 (ERC 2004), la catégorie «appareils électroniques» comprend les biens de consommation durables suivants: Téléviseurs; Chaînes stéréo (sans DVD); Téléphones cellulaires privés; Ordinateurs fixes; Ordinateurs portables (laptop); Magnétoscopes; Imprimantes pour PC; Modem (intégrés au PC ou non); Graveurs DVD (intégrés au PC ou non); Scanner pour PC; Caméscopes (analogiques ou digitaux); Télécopieurs, fax; Consoles de jeu; Antennes paraboliques réception satellite; Agendas électroniques; Lecteurs CD-ROM, ZIP (non intégrés au PC)

Personne de référence du ménage: Dans l'ERC 2004, la personne de référence est définie comme celle qui, dans le ménage, perçoit les plus hauts revenus. Le statut de cette personne permet de caractériser le ménage et de le situer dans la stratification sociale.

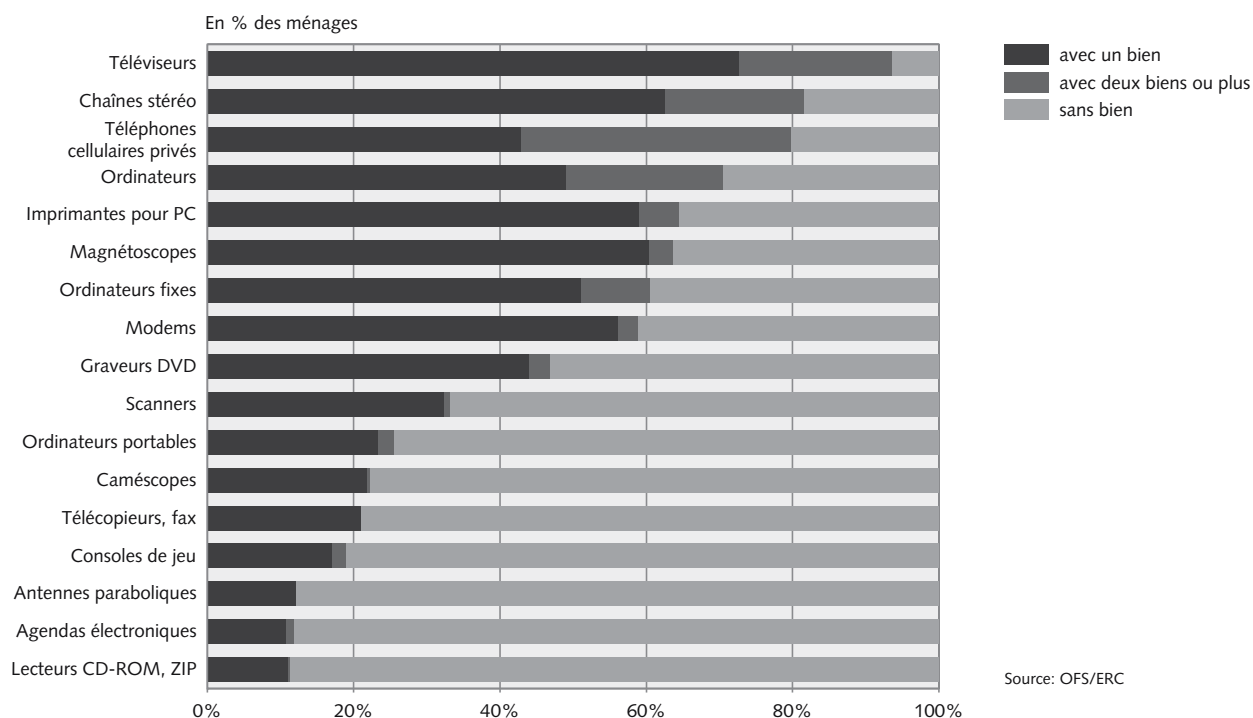
Méthodologie de l'Enquête sur les revenus et la consommation: voir le chapitre 2 «Méthodologie» et page 48.

Source:

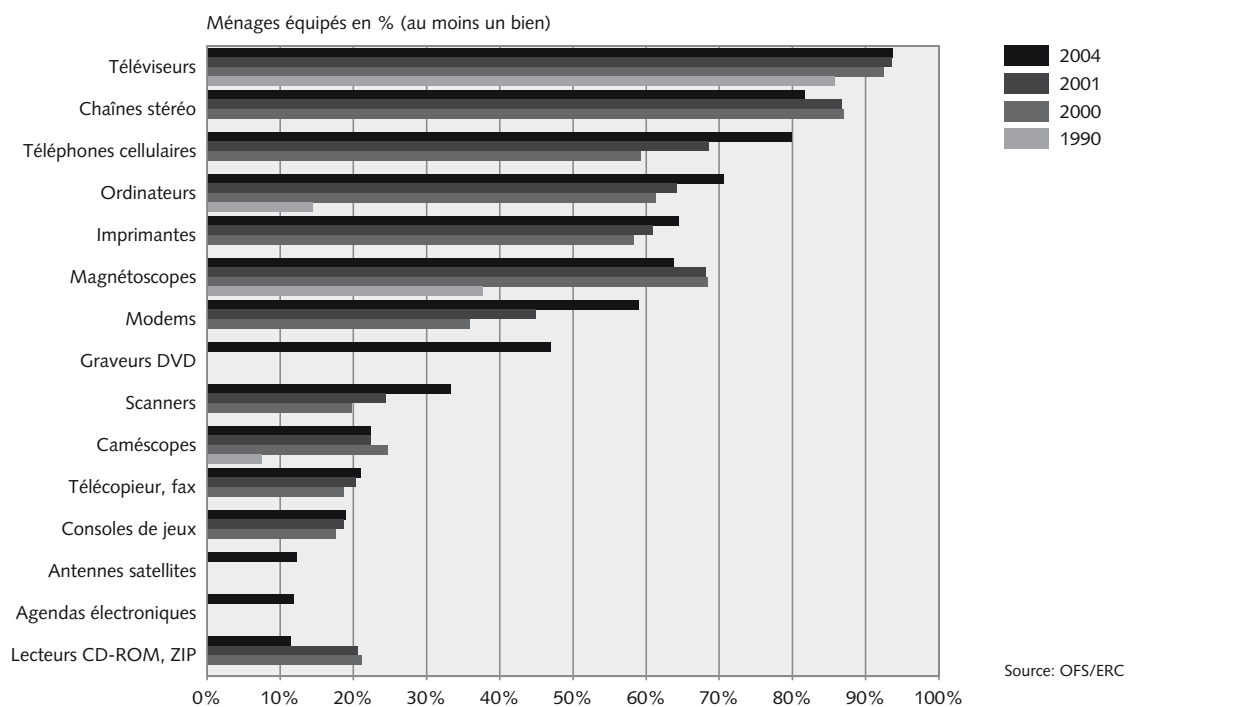
OFS / Enquête sur les revenus et la consommation (ERC); OCDE

4.2 Equipement des ménages en biens TIC

Equipement TIC des ménages suisses selon le type de biens, en 2004 G 4.2a



Equipement TIC des ménages suisses, évolution 1990–2004 G 4.2b



© Office fédéral de la statistique

4.2 Equipement des ménages (suite)

Ménages suisses
en moyenne bien
équipés...

Comparaison internationale

En comparaison internationale, la Suisse fait bonne figure pour l'équipement des ménages en ordinateurs. Avec un taux d'équipement en PC de 71% elle fait partie des pays en tête de liste. Seuls les Pays-bas, le Japon, la Corée et quelques pays nordiques font état d'un niveau d'équipement plus élevé que la Suisse pour les années 2003/2004. Le haut degré de diffusion des technologies de l'information et de la communication dans les ménages suisses représente une importante condition favorisant le développement des transactions électroniques privées. Il faut cependant relever que depuis l'année 2000, la Suisse a perdu quelques rangs dans ce classement. Cela indique un développement de l'équipement des ménages privés moins dynamique qu'ailleurs.

Mais l'équipement
varie fortement
selon le revenu...

Equipement selon le revenu

Le lien entre le revenu du ménage et l'équipement en biens TIC est un fait bien établi. A l'exception de l'équipement en télévision des ménages, dont la diffusion élevée n'est pas ou peu liée au revenu, on peut observer ce lien pour tous les appareils TIC pris en compte. Ainsi, seuls 41% des ménages ayant un revenu brut moyen entre 3000 et 5000 francs sont équipés d'un ordinateur. Cette proportion passe à 91% dans les ménages disposant d'un revenu brut moyen de 9000 francs et plus. Il est indéniable que les ménages à bas revenus restent très nettement en retrait en terme d'équipement TIC par rapport aux ménages à revenus plus élevés.

...et selon le niveau
de formation

Equipement selon le niveau de formation

Comme le niveau de formation et les revenus sont associés, il existe également un lien entre le niveau de formation de la personne de référence d'un ménage (la personne avec le revenu le plus élevé) et le standard de vie du ménage. Plus le niveau de formation de la personne de référence est élevé, plus l'équipement TIC du ménage est important.

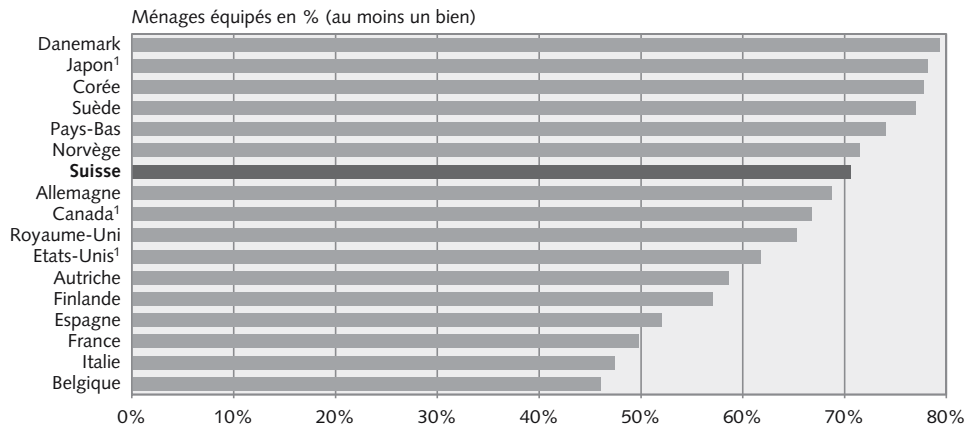
L'équipement en ordinateurs des ménages dont la personne de référence possède un diplôme d'une haute école est ainsi deux fois plus élevé (89%) que celui des ménages dont la personne de référence a seulement achevé l'école obligatoire (45%).

L'équipement du ménage en télévision représente à nouveau une exception. Dans ce cas, on observe un taux d'équipement plus élevé dans les ménages avec une personne de référence présentant un niveau de formation bas (96% des ménages équipés) que dans les ménages dont la personne de référence est du niveau de formation le plus élevé (86%).

4.2 Equipement des ménages (suite)

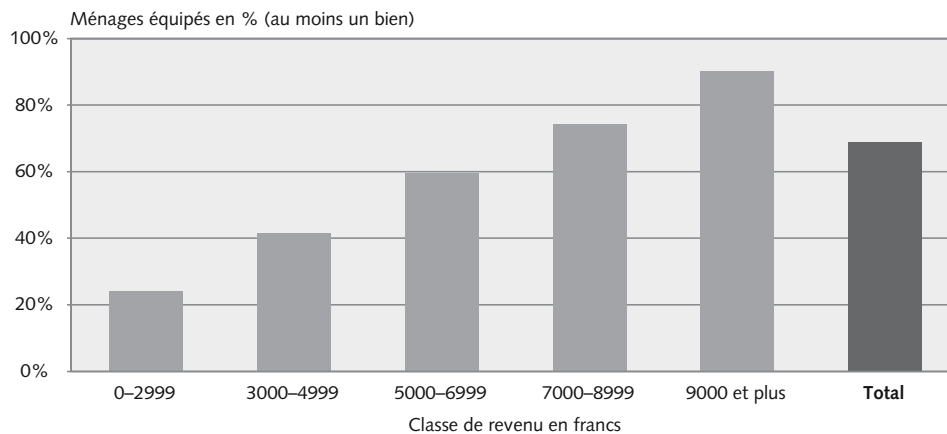
Equipement des ménages en ordinateurs personnels, en comparaison internationale, en 2004

G 4.2c



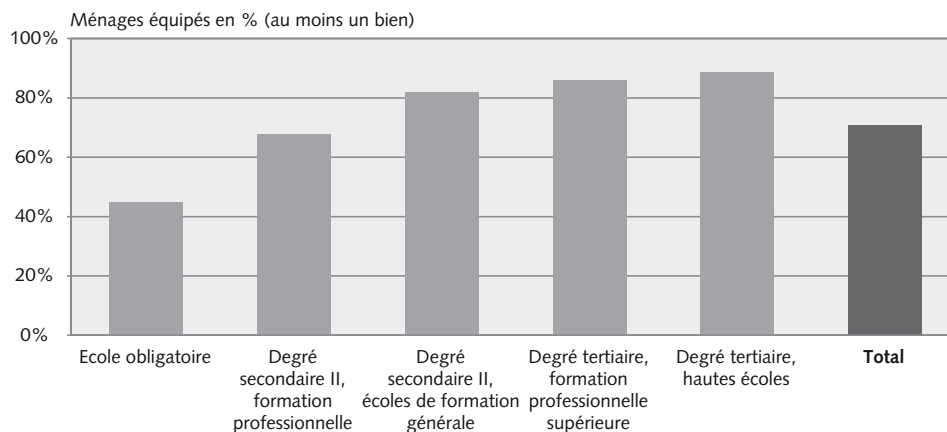
Equipement des ménages suisses en ordinateurs personnels, selon le revenu brut du ménage, en 2004

G 4.2d



Equipement des ménages suisses en ordinateurs personnels selon le niveau de formation, en 2004

G 4.2e



4.2 Equipement des ménages (suite et fin)

Les enfants: facteur accélérateur de la diffusion des TIC

Taille du ménage

L'équipement des ménages en biens TIC s'accroît en fonction de la taille du ménage, mais seulement jusqu'à une taille de quatre personnes dans le ménage. Il diminue pour les ménages les plus grands. Cette tendance est observée pour plusieurs appareils électroniques et est vraisemblablement liée au nombre d'enfants: plus celui-ci est élevé, moins les moyens financiers à disposition pour l'acquisition des biens de consommations durables sont importants.

Cependant, le fait principal réside dans le fait que l'on trouve plus fréquemment un équipement très développé en ordinateurs personnels et en consoles de jeu dans les ménages de 4 personnes et plus. C'est l'illustration du rôle clé que jouent les enfants pour la diffusion des nouvelles technologies dans les ménages.

Enquête ERC – méthodologie

L'enquête sur les revenus et la consommation 2004 (ERC 2004) de l'OFS comprend un volet sur les biens de consommation durables des ménages privés suisses. Contrairement à l'étude de 1990 (Enquête sur la consommation EC90, première enquête d'envergure donnant une image globale des habitudes de consommation des ménages suisses), où les biens durables étaient répertoriés dans un carnet de ménage, le questionnaire sur les biens durables a été intégré dès 2000 dans l'interview téléphonique finale de l'enquête.

Enquête sur les revenus et la consommation 2004 (ERC 2004)

- Univers de base: Population résidante permanente de la Suisse.
- Unité d'enquête: Ménages privés. L'ERC 2004 exclut les ménages collectifs et les institutions sans but lucratif.
- Echantillon: L'enquête 2004 se base sur un échantillon représentatif de 3235 ménages de toute la Suisse raccordés au réseau téléphonique (annuaire téléphonique).
- Fiabilité des résultats: Les réponses fournies par l'échantillon permettent d'établir par extrapolation les données correspondantes pour toute la population. Les estimations établies à partir d'enquête par sondage sont toujours entachées d'erreurs aléatoires. Il faut tenir compte de cet élément dans l'interprétation des résultats.
- Type d'enquête: 1990: enquête personnelle et accompagnement des ménages (face to face); 1998/2000–2004: saisie écrite des recettes et dépenses durant un mois. Interviews téléphoniques assistées par ordinateurs pour la saisie d'informations complémentaires, comme la situation du ménage en matière de biens de consommation durables par exemple.
- Période d'enquête: Janvier 2004 – Décembre 2004 (vagues de relevé mensuelles).

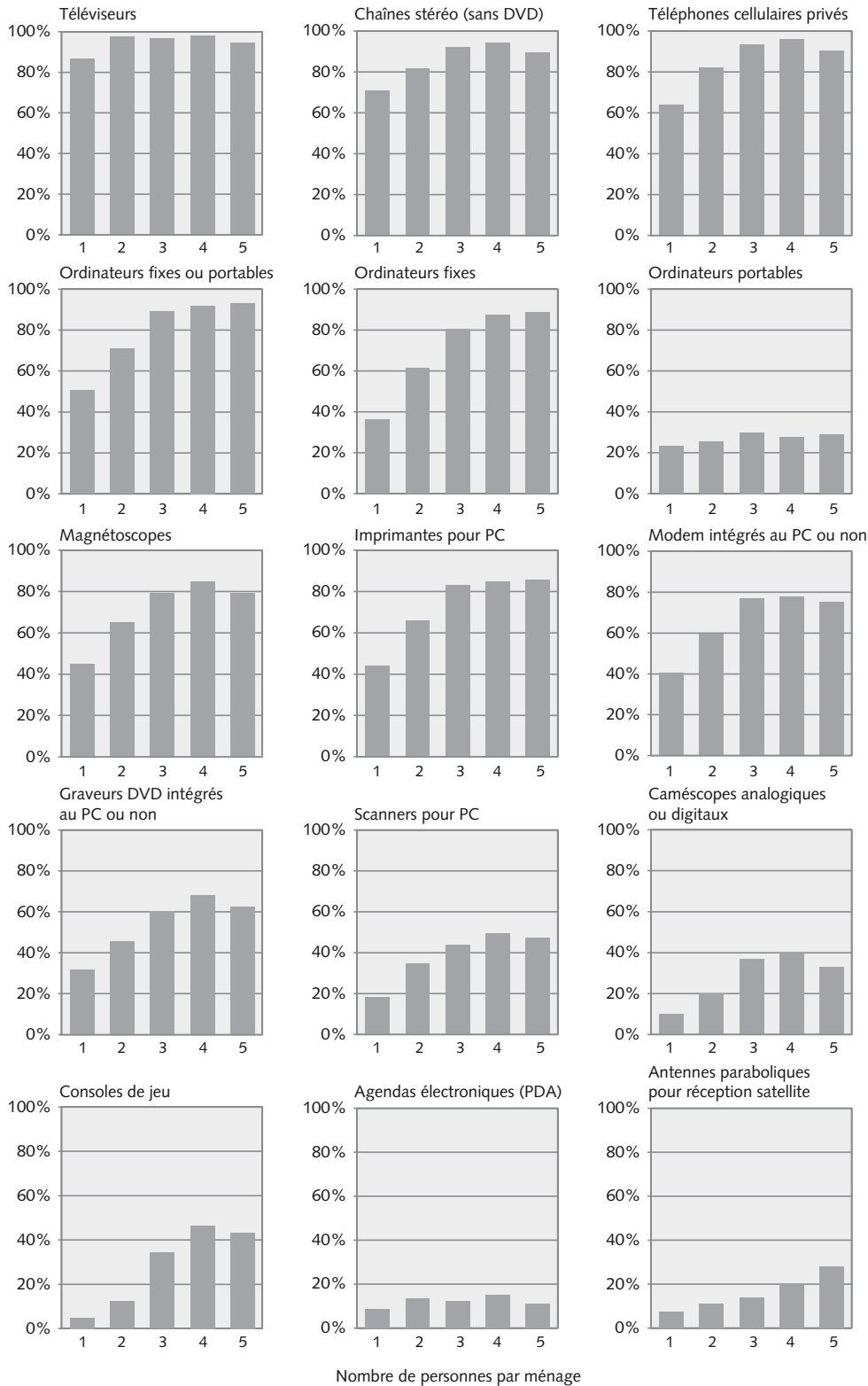
Source:

OFS, OFS/Enquête sur les revenus et la consommation (ERC)

4.2 Equipement des ménages (suite et fin)

Equipement TIC des ménages suisses selon la taille du ménage, en 2004 G 4.2f

Ménages équipés en % (au moins 1 bien)



Source: OFS/ERC

4.3 Dépenses en biens et services TIC

Dépenses TIC globales: la Suisse devant le Japon et les Etats-Unis

Dépenses TIC des ménages: les communications téléphoniques au premier rang

Comparaison internationale

La comparaison internationale de l'ensemble des dépenses pour les biens et services en technologies de l'information et de la communication (TIC) montre notamment combien investissement et consommation dans ce domaine varient d'un pays à l'autre.

Au sein de l'OCDE, la Suisse est le pays qui enregistre les dépenses pour les TIC par année et par habitant les plus élevées, soit 2724 euros en 2005. Elle devance ainsi les pays scandinaves, le Japon et les Etats-Unis. Après une baisse continue de 2000 à 2003, les dépenses TIC augmentent à nouveau et s'approchent lentement du sommet atteint en 2000. Cette année-là, les dépenses TIC par habitant s'élevaient à 2821 euros. La comparaison internationale de la part du produit intérieur brut (PIB) consacrée aux dépenses TIC donne une image un peu différente. Avec 7,7% du PIB en 2005, la Suisse se classe au troisième rang des pays de l'OCDE, derrière la Suède et le Royaume-Uni.

En Suisse, les dépenses pour les technologies de l'information (matériel et services informatiques) représentent 55% des dépenses TIC, celles pour les technologies de la communication 45%.

Catégories de dépenses

La présentation des dépenses TIC des ménages privés suisses par catégorie illustre le poids relatif des différents biens et services TIC dans le budget des ménages et leur importance par rapport à l'ensemble des dépenses de consommation.

Les dépenses mensuelles moyennes des ménages dans l'ensemble du domaine des TIC s'élevaient à 294 francs suisses (3,8% du total des dépenses de consommation des ménages), en augmentation marquée de 10% par rapport à 2003.

Les ménages suisses dépensent près de deux fois plus pour les services TIC (190 francs par mois), en particulier les communications téléphoniques, que pour les biens TIC (103 francs par mois). En 2004, les dépenses pour les services de télécommunication (sans internet) – une moyenne mensuelle de 136 francs – représentaient la catégorie de dépenses TIC la plus importante des foyers.

Définitions:

Technologies de l'information et de la communication (TIC): Dans le cadre de ses calculs, qui portent sur l'ensemble des économies des différents pays, l'European Information Technology Observatory (EITO) considère comme TIC d'une part le matériel informatique et les logiciels ainsi que les services qui y sont liés (TI) et d'autre part les équipements et services de télécommunication (TC) (EITO 2004).

L'analyse des dépenses des ménages privés suisses en faveur des TIC se fonde sur la nomenclature de l'enquête sur les revenus et la consommation (ERC) et englobe les biens et services TIC suivants:

Biens TIC: Achats de téléphones, fax; Equipement audiovisuel (appareils radio et audio, téléviseurs, magnétoscopes; Equipement photographique et cinématographique (appareils photo, caméras et accessoires durables, instruments d'optique); Equipement bureautique et informatique (machines de bureau, ordinateurs et accessoires); Supports d'enregistrement (son, image, données); Réparation des équipements et des accessoires audiovisuels, photographiques et informatiques

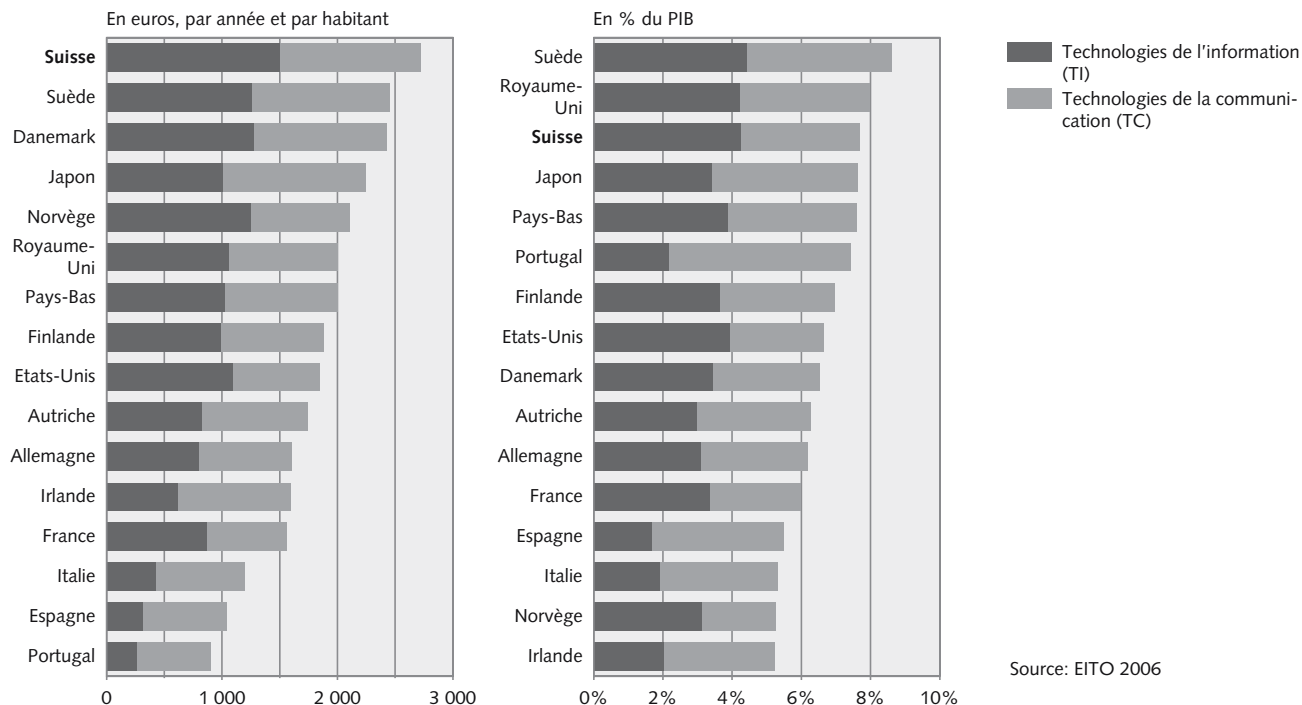
Services TIC: Télécommunication (téléphone, télégrammes, télétexte, télécopie: abonnement, location d'appareils et conversation); internet (services du fournisseur d'accès, évtl. location d'appareils); Redevance pour concession radio/TV; Abonnement à des réseaux câblés de TV (logement principal loué, résidences secondaires louées, logement principal en propriété, résidences secondaires en propriété); Location d'appareils électroniques (téléviseurs, magnétoscopes, appareils radio et audio, appareils de photo et cinéma, cassettes vidéo et disques compacts, machines de bureau, ordinateurs et PC); Abonnement à des chaînes de télévision privées.

Source:

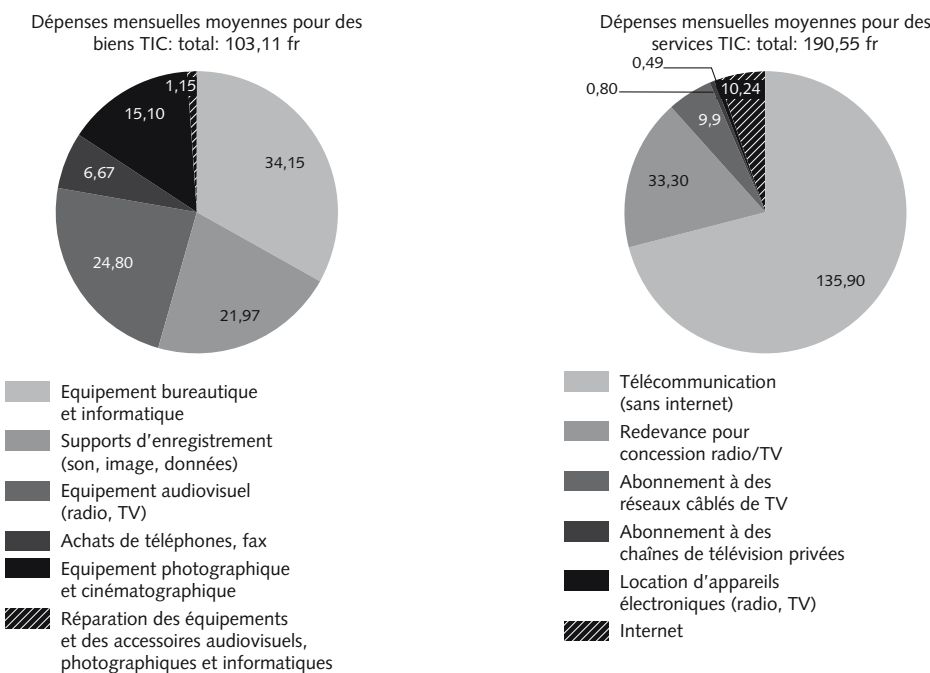
OFS/ERC; European Information Technology Observatory (EITO) 2006 et années précédentes.

4.3 Dépenses en biens et services TIC

Dépenses en biens et services TIC en comparaison internationale, en 2005 **G 4.3a**



Dépenses en biens et services TIC des ménages en Suisse selon la catégorie de dépenses, en 2004 **G 4.3b**



© Office fédéral de la statistique (OFS)

4.4 Utilisation des médias

Evolution sur 20 ans:

Cet indicateur se focalise sur l'évolution des médias dits traditionnels en examinant le temps qui leur est consacré. Il a pour but de jauger leur capacité à résister à l'arrivée d'internet, nouveau moyen de communication dont l'utilisation a très fortement augmenté depuis son apparition au début des années nonante.

Télévision en hausse...

Le temps consacré au petit écran est en constante augmentation depuis la fin des années 1980 et varie selon les régions linguistiques. De 1989 à 2005, il est passé de moins de 2 heures par jour (108 min.) à près de 2 heures et demie (147 min.) en Suisse alémanique, de 2 heures à près de 3 heures en Suisse romande (de 125 à 171 min.) et en Suisse italienne (de 122 à 175 min.) Pour la première fois en 2005 cependant, on enregistre une très légère diminution.

Radio en légère baisse...

Le temps consacré à l'écoute de la radio, de près de deux heures en 2001 selon la nouvelle méthode de mesure, marque une tendance à la baisse constante depuis 2001 dans les trois régions linguistiques pour s'établir à environ 1h40 par jour en 2004.

Stabilité du temps consacré à la lecture...

Enfin, le temps consacré quotidiennement à la lecture (journaux, périodiques, etc.) est resté relativement stable jusqu'en 2003, dernière année pour laquelle les données sont disponibles, oscillant autour d'une demi-heure. Aucune tendance ne se dessine à long terme. En ce qui concerne la répartition du temps de lecture par contre, on constate que les Suisses lisaient plus longtemps leurs journaux en 2003 qu'en 1985, (68 à 69% du temps de lecture contre 55 à 62%). Cette évolution s'est faite aux dépens des périodiques (14 à 17% du temps de lecture en 1985 contre 6 à 9% en 2003). Environ un quart du temps de lecture est consacré aux livres et autres ouvrages.

Et internet?

Malgré la forte pénétration d'internet dans la société, il n'y a pas d'indice clair de remplacement des médias traditionnels par internet. TV et radio montrent des tendances inverses tandis que la constance du temps de lecture semble bien ancrée dans la longue durée. L'enquête de 2004 sur l'utilisation d'internet a permis de caractériser différents types d'utilisateurs, en fonction de la fréquence d'utilisation et d'une estimation du temps hebdomadaire consacré à internet, mais sans pouvoir fournir des temps moyens d'utilisation quotidienne. L'absence de données comparables empêche donc encore de tirer des conclusions définitives.

Définitions:

Télévision: sur la base de SSR-Telecontrol; population dès 3 ans, valeur moyenne quotidienne du lundi au dimanche; échantillon: Suisse alémanique: 2254 personnes – Suisse romande: 1317 personnes – Suisse italienne: 589 personnes.

Radio: population dès 15 ans; jusqu'en 2000, données de «Medienstudie SRG SSR»: moyenne quotidienne du lundi au dimanche; dès 2001, Radiocontrol: moyenne quotidienne du lundi au vendredi; échantillon: Suisse alémanique: 30'377 personnes et 208'985 jours mesurés – Suisse romande: 16'013 personnes et 110'166 jours mesurés – Suisse italienne: 5586 personnes et 38'430 jours mesurés. En raison du changement fondamental de méthodologie, les valeurs d'avant 2001 et celles d'après 2001 ne sont pas comparables.

Lecture: population dès 15 ans; jusqu'en 2000, données de «Medienstudie SRG SSR»: moyenne quotidienne du lundi au dimanche; dès 2001, «SRG SSR Stichtagsbefragung», moyenne quotidienne du lundi au vendredi; échantillon 2003: Suisse alémanique: 1152 Interviews – Suisse romande: 660 Interviews – Suisse italienne: 330 Interviews. Enquête non effectuée depuis 2003.

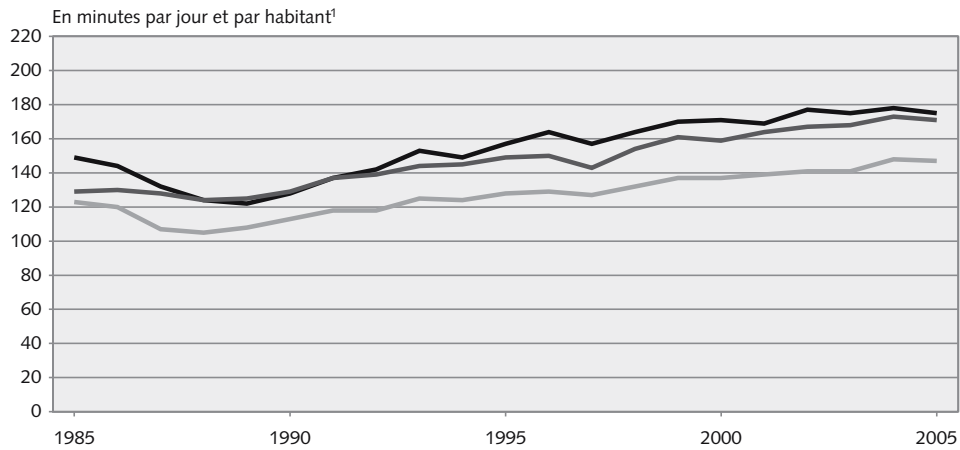
Source:

SRG SSR idée suisse, Service de la recherche

4.4 Utilisation des médias

Utilisation des médias: télévision

G 4.4a

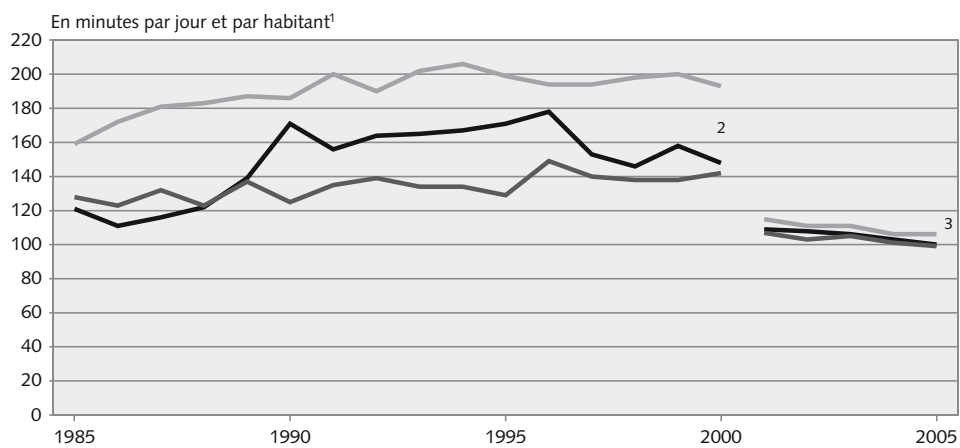


— Suisse alémanique
— Suisse romande
— Suisse italienne

¹ Population dès 3 ans

Utilisation des médias: radio

G 4.4b

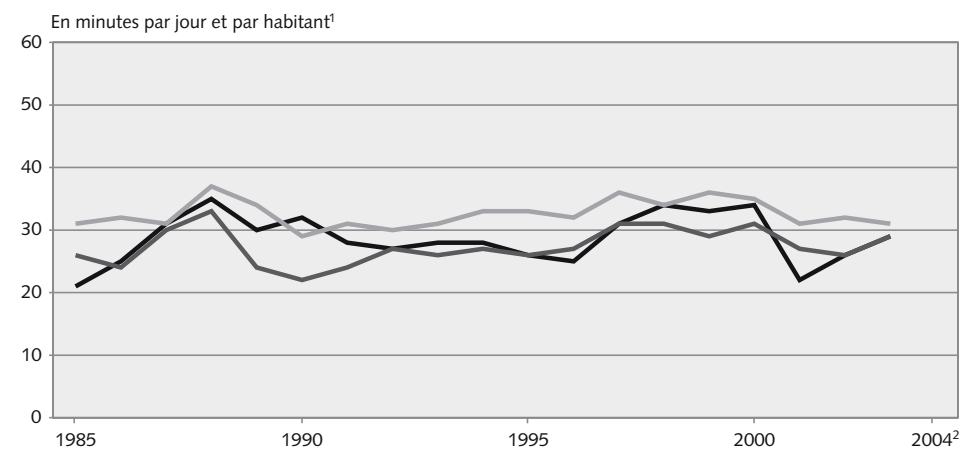


— Suisse alémanique
— Suisse romande
— Suisse italienne

¹ Population âgée de 15 ans et plus
² Jusqu'en 2000: enquête SRG SSR
³ Dès 2001: Radiocontrol

Utilisation des médias: lecture

G 4.4c



— Suisse alémanique
— Suisse romande
— Suisse italienne

¹ Population âgée de 15 ans et plus
² Plus de relevé

Source: SRG SSR idée suisse, service de la recherche

© Office fédéral de la statistique (OFS)

Abréviations et glossaire

Abréviations et glossaire

- **ADSL** Asymmetrical Digital Subscriber Line; technologie d'accès à internet à haut débit (large bande)
- **CATI** Computer Assisted Telephone Interview. Enquête par interview téléphonique
- **CATV** Câble coaxial TV qui permet également un accès internet à haut débit.
- **ERC/EVE** Enquête sur les revenus et la consommation (OFS) / Einkommens- und Verbrauchserhebung (BFS)
- **EU, EU25** Union européenne, Union européenne à 25 pays.
- **EUROSTAT** Institut statistique de la communauté européenne
- **FST** Fournisseur de services de télécommunication.
- **GCSI** Groupe de coordination de la société de l'information (cf. www.infosociety.ch)
- **ISDN (RNIS)** Integrated Services Digital Network; (Réseau numérique à intégration de services). Ligne téléphonique numérique
- **PSTN (RTPC)** Public Switched Telephone Network; Réseau téléphonique public commuté: lignes téléphoniques analogiques
- **OFCOM** Office fédéral de la communication
- **OCDE** Organisation de coopération et de développement économiques
- **OFS** Office fédéral de la statistique
- **PISA** Programme international pour le suivi des acquis des élèves
- **REMP** Recherches et études des médias publicitaires
- **TIC** Technologies de l'information et de la communication
- **UIT** Union internationale des télécommunications
- **Niveaux de formation:** Formation inférieure (école obligatoire), moyenne (degré secondaire II, écoles de formation générale et formation professionnelle), supérieure (degré tertiaire, formation professionnelle supérieure et hautes écoles)
- **Grandes régions:** Région lémanique (Genève, Valais, Vaud); Espace Mittelland (Berne, Fribourg, Jura, Neuchâtel, Soleure); Suisse du Nord-Ouest (Argovie, Bâle Campagne, Bâle Ville) ; Zurich (Zurich); Suisse orientale (Appenzell Rh. Ext., Appenzell Rh. Int., Glaris, Grisons, Schaffhouse, St-Gall, Thurgovie); Suisse centrale (Lucerne, Nidwald, Obwald, Schwytz, Uri, Zoug); Tessin (Tessin).
- **Internaute:** utilisateur d'internet. Dans cette étude il s'agit de l'utilisateur d'internet durant le mois précédent l'enquête, indépendamment de la fréquence d'utilisation durant le mois.
- **e-commerce:** commerce électronique. Toute transaction effectuée par internet ou autre réseau informatique. Les biens et services sont commandés sur ces réseaux mais le paiement et la livraison proprement dite peuvent s'effectuer en ligne ou hors ligne (définition OCDE).
- **Société de l'information:** l'expression désigne une forme de société et d'économie ayant cours à l'ère de l'information, fondée principalement sur une interactivité croissante de l'acquisition, de la sauvegarde, du traitement, de la transmission, de la diffusion et de l'utilisation en général de l'information et de la connaissance, et dans laquelle l'exploitation des ressources que représente l'information et la production à haute valeur informative ajoutée jouent un rôle prépondérant (définition du Groupe de coordination de la société de l'information).

Annexe: questionnaire

5.2676 - EVE-2004

pag.1

|||||<40100>||||

Est-ce qu'un membre de votre ménage a accès à Internet à la maison?

#2 #e

#bINT: PEU IMPORTE SI INTERNET EST UTILISE OU NON #e

<1> Oui

<2> Non

<8> Ne sait pas

<9> Pas de réponse

|||||<40200>||||

Votre ménage n'a pas accès à Internet à la maison. Quelles en est la (ou les) raison(s)?

#2 #e

#bInt: NE PAS LIRE, PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES #e

<01>#eJ'ai accès à Internet ailleurs

<02>#eJe ne souhaite pas utiliser Internet/je n'en ai pas l'utilité

<03>#eEquipement nécessaire trop coûteux

<04>#eCoûts de connexion à Internet trop élevés (téléphone, etc.)

<05>#eManque de compétence pour utiliser Internet

<06>#eBarrières liées à la langue trop importantes

<07>#eHandicap physique

<08>#eProblème de sécurité et de respect de la vie privée

<09>#eAutres raisons

<98>#eNe sait pas

<99>#ePas de réponse

|||||<40300>||||

Par quel(s) moyen(s) votre ménage a-t-il accès à Internet?

#2 #e

#bINT: NE PAS LIRE, PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES #e

<1> Ordinateur personnel

<2> Ordinateur portable (Laptop, Notebook)

<3> Ordinateur de poche (ex. : agenda électronique, palm)

<4> Poste de télévision (TV numérique ou Set-Top-Box)

<5> Téléphone portable (WAP, UMTS, GPRS)

<6> Console de jeux

<7> Autres moyens

<8> Ne sait pas

<9> Pas de réponse

|||||<40400>||||

Avez-vous personnellement utilisé Internet au cours du dernier mois?

#2 #e

<1> Oui

<2> Non

<8> Ne sait pas

<9> Pas de réponse

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung - CH - 6003 Luzern, Spannortstr. 9, Tel 041-3677373 Fax 041-3677272

5.2676 - EVE-2004

pag.2

|||||<40500>||||

Où et à quelle fréquence utilisez-vous Internet?
Je vais vous citer différents endroits, et vous voudrez bien me dire
à quelle fréquence vous y utilisez Internet.

#2

#e

CONTINUER AVEC (ENTER)

|||||<40510>||||

<1>Au moins 1X par jour (ouvrable)
<2>Au moins 1X par semaine mais pas chaque jour (ouvrable)
<3>Au moins 1X par mois mais pas chaque jour(ouvrable) ou chaque semaine
<4>Plus rarement <5> Jamais <7> Inadapté <8> Ne sait pas <9> Pas de rép.

#2

#e

< A la maison
< Au travail
< Là où vous étudiez
< A un autre endroit

|||||<40600>||||

A quel autre endroit utilisez-vous également Internet?

#2

#e

#bENQ: SI PLUSIEURS ENDROITS, INDIQUER CELUI QUI EST LE PLUS UTILISE #e

<1> Bibliothèque publique
<2> Bureau de poste
<3> Administration, mairie, local communal
<4> Café Internet
<5> Amis, voisins ou connaissances
<6> Ailleurs

<8> Ne sait pas
<9> Pas de réponse

|||||<40700>||||

Combien d'heures par semaine avez-vous passées approximativement sur
Internet au cours du mois dernier (à la maison ou ailleurs)?

#2

#e

<1> Moins d'une heure
<2> 1 à 5 heures
<3> 6 à 10 heures
<4> 11 à 15 heures
<5> Plus de 15 heures

<8> Ne sait pas
<9> Pas de réponse

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung - CH - 6003 Luzern, Spannortstr. 9, Tel 041-3677373 Fax 041-3677272

5 2676 - EVE-2004

pag.3

|||||<40800>|||||

Pour quels usages privés (non professionnels) avez-vous utilisé
Internet (à la maison ou ailleurs) au cours du mois dernier
X ?

#2

#e

CONTINUER AVEC (ENTER)

|||||<40801>|||||

Aufbereitung 40800

Monatsbezeichnung vor Interview-Monat

|||||<40810>|||||

<1> Oui

<8> Ne sait pas

<2> No

<9> Pas de réponse

#2

#e

< Envoyer ou recevoir des e-mails

< Recherche d'informations relatives à des biens et services

< Utilisation de services en relation avec l'éducation et
l'enseignement

< Utilisation de services en relation avec la santé

< Utilisation de services de voyage

|||||<40811>|||||

<1> Oui

<8> Ne sait pas

<2> No

<9> Pas de réponse

#2

#e

< Ecouter les radios ou regarder la télévision sur le web

< Jouer / Télécharger des jeux ou de la musique

< Consulter / Télécharger des journaux ou des magazines

< Services financiers (Banque en ligne, opération de bourse en ligne)

< Achat / Commande de biens ou services
(exclure les opérations financières)

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung - CH - 6003 Luzern, Spannortstr. 9, Tel 041-3677373 Fax 041-3677272

5.2676 - EVE-2004 pag.4

|||||<40812>||||

<1> Oui <8> Ne sait pas
 <2> No <9> Pas de réponse

#2 #e

< Vente de biens et services (ex. : via des ventes aux enchères)
 < Obtention d'information à partir des sites des autorités publiques
 < Télécharger et envoyer des formulaires officiels

|||||<40900>||||

Avez-vous utilisé Internet à la maison pour des motifs professionnels
 au cours du mois dernier X?

#2 #e

<1> Oui
 <2> Non

 <8> Ne sait pas
 <9> Pas de réponse

|||||<41000>||||

Pour quels usages professionnels avez-vous utilisé Internet à
 la maison au cours du mois dernier?

#2 #e

#bENQ: NE PAS LIRE, PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES (IMAGE 1)#e
 <01> Envoyer ou recevoir des e-mails
 <02> Recherche d'informations relatives à des biens et services
 <03> Utilisation de services en relation avec l'éducation et
 l'enseignement
 <04> Utilisation de services en relation avec la santé
 <05> Utilisation de services de voyage
 <06> Ecouter les radios ou regarder la télévision sur le web
 <07> Jouer / Télécharger des jeux ou de la musique
 <08> Consulter / Télécharger des journaux ou des magazines

|||||<41010>||||

Pour quels usages professionnels avez-vous utilisé Internet à
 la maison au cours du mois dernier?

#2 #e

#bENQ: NE PAS LIRE, PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES (IMAGE 2)#e
 <09>#eServices financiers (Banque en ligne, opération de
 bourse en ligne)
 <10>#eAchat / Commande de biens ou services (exclure les opérations
 financières)
 <11>#eVente de biens et services (ex. : via des ventes aux enchères)
 <12>#eObtention d'information à partir des sites des autorités
 publiques
 <13>#eTélécharger et envoyer des formulaires officiels
 <14>#eAutre usage professionnel
 <98>#eNe sait pas
 <99>#ePas de réponse #1<00> FINI #e

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung - CH - 6003 Luzern, Spannortstr. 9, Tel 041-3677373 Fax 041-3677272

5 2676 - EVE-2004

pag.5

|||||<41100>||||

Avez-vous déjà acheté ou commandé un bien ou un service pour un usage privé sur Internet?

#2

#e

<1> Oui
 <2> Non

 <8> Ne sait pas
 <9> Pas de réponse

|||||<41200>||||

L'avez-vous fait le mois dernier?

#2

#e

<1> Oui
 <2> Non

 <8> Ne sait pas
 <9> Pas de réponse

|||||<41300>||||

Lors de cette ou de ces commandes/achats, avez-vous transmis par Internet des informations concernant votre carte de crédit?

#2

#e

<1> Oui
 <2> Non

 <8> Ne sait pas
 <9> Pas de réponse

|||||<46000>||||

#bINT.: indiquer la raison du refus de participer #e

<01> aucun intérêt	<42> 100 francs, c'est trop peu
<02> pas le temps	<43> effort demandé trop grand
<03> opposé à de tels sondages	<44> trop compliqué
<07> participe à d'autres enquêtes OFS	<13> parle une autre langue
<05> raisons familiales	<15> long séjour à l'étranger
<08> le/la partenaire ne participe pas	<16> trop vieux, malade chronique
<41> tous les membres du ménage ne participent pas	<18> handicapé
	<19> autres raisons
	<20> aucune réponse

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung - CH - 6003 Luzern, Spannortstr. 9, Tel 041-3677373 Fax 041-3677272

5 2676 - EVE-2004

pag.6

|||||<46010>|||||

Je regrette de n'avoir pas pu vous convaincre de participer à cette
enquête. Merci quand même de m'avoir écouté.

#w FIN #e

|||||<49999>|||||

Nous arrivons à la fin de cet entretien.
Je vous remercie d'avoir répondu à mes questions.
Je vous souhaite une bonne journée/bonne soirée.

Au revoir Madame, au revoir Monsieur!

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung - CH - 6003 Luzern, Spannortstr. 9, Tel 041-3677373 Fax 041-3677272

Programme des publications de l'OFS

En sa qualité de service central de statistique de la Confédération, l'Office fédéral de la statistique (OFS) a pour tâche de rendre les informations statistiques accessibles à un large public.

L'information statistique est diffusée par domaine (cf. verso de la première page de couverture); elle emprunte diverses voies:

<i>Moyen de diffusion</i>	<i>N° à composer</i>
Service de renseignements individuels	032 713 6011 info@bfs.admin.ch
L'OFS sur Internet	www.statistique.admin.ch
Communiqués de presse: information rapide concernant les résultats les plus récents	www.news-stat.admin.ch
Publications: information approfondie (certaines sont disponibles sur disquette/CD-Rom)	032 713 6060 order@bfs.admin.ch
Banque de données (accessible en ligne)	032 713 6086 www.statweb.admin.ch

Informations sur les divers moyens de diffusion sur Internet à l'adresse www.statistique.admin.ch → Services → Les publications de Statistique suisse.

Société de l'information

L'OFS publie un système d'indicateurs en ligne, régulièrement mis à jour:

www.infosociety-stat.admin.ch

Les dernières publications de l'OFS dans ce domaine:

- Les indicateurs de la société de l'information en Suisse, OFS, Neuchâtel 2003, gratuit (leporello)
- Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in den Schweizer Unternehmen, KOF/ETH-Panelumfrage 2002 mit internationalen Vergleichen, OFS, Neuchâtel 2003, 97 pages, Fr. (excl. TVA) 13.00 ; Numéro de commande: 534-0201 / ISBN: 3-303-15315-9
- La diffusion des technologies de l'information et de la communication et de l'e-commerce dans l'économie suisse, Premiers résultats de l'enquête de panel réalisée par le KOF en automne 2002, OFS, Neuchâtel 2003, 12 pages, gratuit ; Numéro de commande: 594-0200
- Informations- und Kommunikationstechnologien an den Volksschulen der Schweiz, Untersuchung im Auftrag des Bundesamtes für Statistik, OFS, Neuchâtel 2002, 88 pages, Fr. (excl. TVA) 12.00 , Numéro de commande: 535-0100 / ISBN: 3-303-15283-7
- Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in den schweizerischen Unternehmen, KOF/ETH-Panelumfrage 2000, OFS, Neuchâtel 2002, 58 pages, Fr. (excl. TVA) 9.00 , Numéro de commande: 534-0000 / ISBN: 3-303-15281-0
- La société de l'information en Suisse, Etat des lieux et perspectives. OFS, Neuchâtel 2002, 132 pages, Fr. (excl. TVA) 18.00 ; Numéro de commande: 508-0200 / ISBN: 3-303-15261-6

Les technologies de l'information et de la communication font désormais partie de la vie quotidienne. Internet en particulier touche aujourd'hui toutes les sphères de la vie des individus. Quelle proportion de la population utilise internet et à quelle fréquence? Qui sont les utilisateurs d'internet? Comment et où l'utilisent-ils? Quels sont les motifs d'utilisation ne les plus fréquents? Qu'en est-il du fossé numérique?

La première partie de ce rapport dessine le profil des internautes suisses en 2004 sur la base des résultats d'une enquête spécifique. Afin d'élargir les perspectives, la deuxième partie du rapport reprend quelques indicateurs d'infrastructure technique et d'équipement des ménages de notre système d'indicateurs de la société de l'information publié en ligne.

N° de commande

824-0400

Commandes

Tél.: 032 713 60 60

Fax: 032 713 60 61

E-mail: order@bfs.admin.ch

Prix

9 francs (TVA excl.)

ISBN 3-303-16080-5