

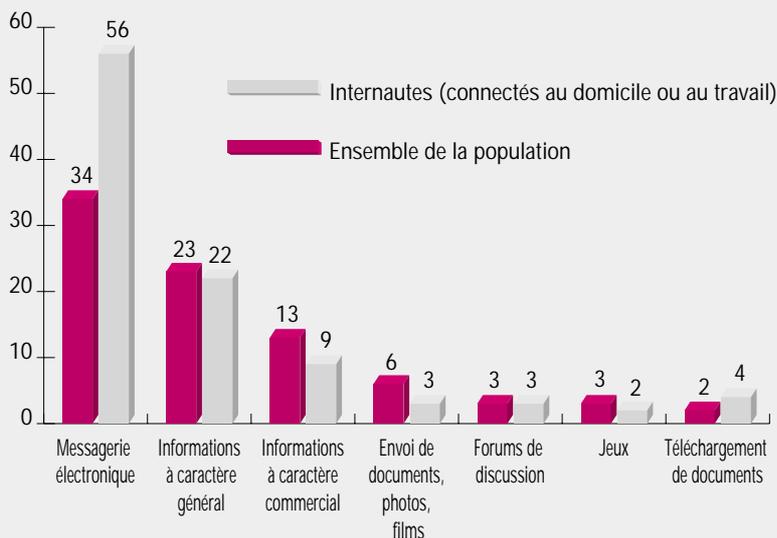
derrière (31%). D'ailleurs, 78% des internautes à domicile disposent d'une boîte aux lettres électronique (*e-mail*).

Dans ce contexte, les jeux, l'échange de documents, les forums de discussion et le téléchargement de fichiers (musicaux ou autre) semblent être des services assez marginaux puisqu'ils ne recueillent, chacun, pas plus de 5%

des suffrages. Bien sûr, il ne s'agit pas ici des heures de connexion, mais d'un jugement sur les services les plus indispensables. Enfin, pour les utilisateurs habituels d'Internet, les usages professionnels et les usages privés se ressemblent singulièrement : la hiérarchie entre les principaux services est *grosso modo* la même.

La messagerie est le principal atout d'Internet

"Quels sont les services d'Internet qui vous semblent les plus indispensables?", en %



Source : CRÉDOC, enquêtes sur les " Conditions de vie et les Aspirations des Français ", juillet 2000

Le CGTI

Depuis 1999, le CGTI (Conseil Général des Technologies de l'Information), organisme créé par le décret du 13 décembre 1996 et chargé de missions de conseils et d'études auprès du Secrétaire d'Etat à l'Industrie, mène des actions avec des équipes de recherche en sciences sociales pour intégrer, dans ses préconisations aux pouvoirs publics, les données pertinentes sur l'évolution générale de la société.

Au-delà d'un effort de définitions des données à collecter, ces travaux ont notamment pour objectif de comprendre les mécanismes d'appropriation des nouvelles techniques de communication et les freins (réglementaires, économiques, générationnels...) qui peuvent en retarder l'usage. Ils confortent ainsi les études techniques, économiques ou réglementaires qui sont demandées au CGTI.

La DIGITIP

La DIGITIP (Direction Générale de l'Industrie, des Technologies de l'Information et des Postes) est au cœur de la politique industrielle. Ses principales missions sont :

- Développer les actions d'expertise et de prospective ;
- Agir sur l'environnement des entreprises ;
- Favoriser l'acquisition par les entreprises d'avantages compétitifs.

Ses priorités pour 2001 :

- La convergence entre «industrie-service» et société de l'information ;
- Le développement industriel de long terme ;
- Une politique industrielle offensive au plan international.

Pour toute information :

www.industrie.gouv.fr/accueil.htm
www.telecom.gouv.fr

Pour en savoir plus

Les résultats présentés ici sont extraits d'un rapport du CRÉDOC intitulé "La diffusion, l'usage et l'acceptabilité des nouvelles technologies en France", R. BIGOT, Collection des Rapports, n° 214, réalisé à la demande du Conseil Général des Technologies de l'Information (CGTI) et de la Direction Générale de l'Industrie, des Technologies de l'Information et des Postes (DIGITIP). Il est disponible au CRÉDOC.

Les données recueillies l'ont été dans le cadre de l'enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français" du CRÉDOC. Elles portent sur un échantillon représentatif de 2000 personnes de 18 ans et plus, enquêtées en juin-juillet 2000 (méthode des quotas).

Voir aussi :

- "Internet et commerce en magasin : les clés de la complémentarité", P. Moati et G. Raffour, CRÉDOC, *Consommation et Modes de vie* n°145, 30 septembre 2000.

- "La consommation à la fin de 1999, les Français et le commerce électronique", A. Couvreur et J.-P. Loisel, CRÉDOC, Cahier de recherche n° 143, septembre 2000.

CRÉDOC

Consommation et Modes de Vie

Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

Directeur de la publication : Robert Rochefort

Rédacteur en chef : Yvon Rendu

Relations publiques : Brigitte Ezvan
Tél. : 01 40 77 85 01
relat-presse@credoc.asso.fr

Diffusion par abonnement uniquement
200 francs par an
Environ 10 numéros

142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

Commission paritaire n° 2193
AD/PC/DC

Les nouvelles technologies se diffusent... en laissant subsister de profondes inégalités

Régis Bigot

Depuis trois ans, avec l'arrivée du téléphone mobile, les Français se familiarisent plus rapidement avec les nouvelles technologies. Une étude du CRÉDOC, réalisée à la demande du CGTI et de la DIGITIP (Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie), offre un panorama des usages des nouvelles technologies en France du point de vue des consommateurs. En juillet 2000, près d'une personne sur deux (47 %) dispose d'un téléphone mobile. Depuis, ce taux s'est encore accru, une sur trois est équipée d'un ordinateur personnel et, entre les connexions au domicile et celles sur le lieu du travail, une sur quatre (23 %) a accès à Internet.

Le téléphone mobile a séduit nos concitoyens quels que soient leur niveau de vie ou leur position sociale. Il pourrait même contribuer à inciter certains (jeunes, personnes démunies) à abandonner le téléphone fixe. En 2003, le taux d'équipement en téléphone mobile pourrait atteindre 80%, après avoir connu un rythme de croissance sans précédent dans l'histoire des biens d'équipement.

Le parc informatique domestique, quant à lui, est en forte croissance, sous l'impulsion d'Internet et du développement des CD-Rom interactifs. Ce parc est cependant très inégalement réparti : 79% des cadres supérieurs sont équipés, contre 11% seulement des non-diplômés.

Le " fossé " est aussi grand pour Internet : 73% des cadres supérieurs sont connectés chez eux ou au bureau, contre seulement 3% des plus de 60 ans. L'enquête révèle d'ailleurs que le fait d'être connecté sur son lieu de travail est un facteur particulièrement déterminant de l'équipement à domicile.

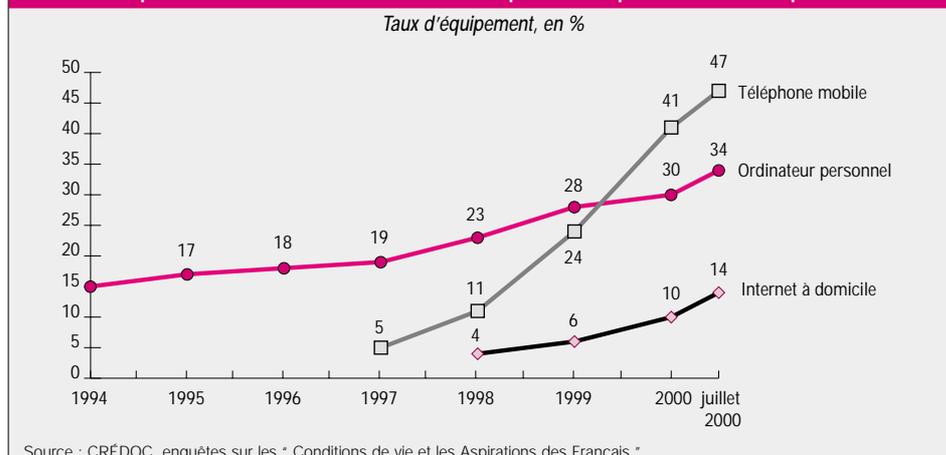
Le téléphone mobile : une diffusion exceptionnelle

En juillet 2000, près de la moitié de la population âgée de 18 ans et plus (47%) dispose personnellement d'un téléphone mobile. Ce taux s'est encore accru depuis : en janvier 2001, selon une autre enquête du CRÉDOC, il est maintenant de 58%. Ce produit s'est diffusé à une vitesse exceptionnelle puisque le taux d'équipement a quasiment doublé chaque année : de 5% en janvier 1997 à 41% en janvier 2000. A titre de comparaison, le téléphone mobile s'est diffusé huit fois plus rapidement que le téléphone fixe, huit fois plus vite que le micro-ordinateur personnel, deux fois plus vite que la télévision couleur, et trois fois plus vite que le magnétoscope. Même si les jeunes sont mieux équipés, ce produit a séduit l'ensemble des catégories socio-démographiques, sans que les revenus aient un impact véritablement discriminant. Il est vrai que le coût d'acquisition d'un

téléphone mobile est considérablement moins élevé que celui d'un micro-ordinateur, notamment en raison du financement du terminal par les opérateurs.

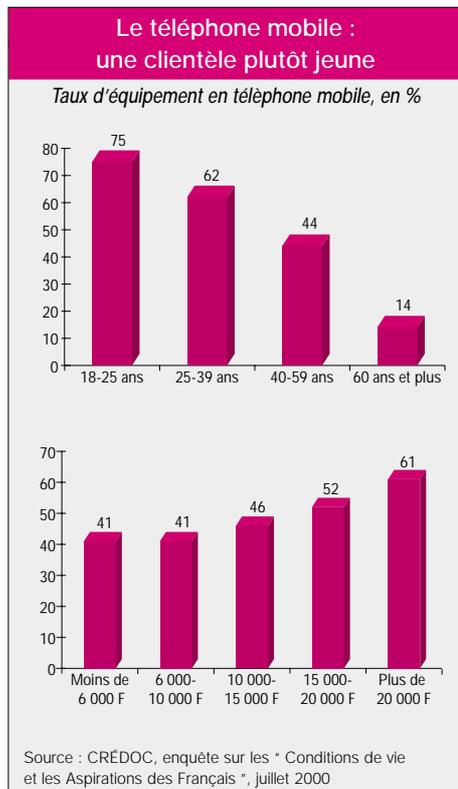
Selon nos estimations, en 2003, le taux d'équipement en téléphone mobile pourrait être d'environ 80%. Cette estimation se fonde sur une observation courante en matière de biens d'équipement, considérant que la diffusion du téléphone portable suit un processus "épidémiologique" : le rythme de croissance augmente régulièrement au début du cycle de vie du produit, puis il ralentit progressivement à partir d'un seuil de "maturation". En tout état de cause, la croissance du téléphone mobile aurait déjà réalisé, depuis 1992 (généralisation de la norme GSM), la moitié de sa course : à partir de maintenant, on devra compter sur des taux de croissance de plus en plus faibles jusqu'au seuil de saturation, évalué à environ 90%.

Le téléphone mobile se diffuse huit fois plus vite que l'ordinateur personnel



Le mobile est pratique, mais pas entièrement fiable

Une majorité de la population – équipée et non équipée – (59 %) considère “bonne” la facilité d’installation des mobiles et 56% jugent “bonne” la facilité d’utilisation. En revanche, seulement 33% des Français estiment que la fiabilité du “portable” est satisfaisante. Pire, 28% jugent efficace le service après-vente. Le téléphone mobile apparaît donc très pratique, mais pas entièrement fiable. Les jugements sur l’ergonomie du mobile sont déterminants dans la décision de s’équiper : si la diffusion de ce produit a été si rapide, c’est en partie grâce à sa simplicité d’installation et à sa facilité d’utilisation. Sa fiabilité joue



donc peu, pour l’instant, dans la décision d’équipement : le produit attire. Mais ce critère deviendra probablement de plus en plus important lors des décisions de renouvellement des matériels. Par ailleurs, l’information sur les forfaits et sur les abonnements aux mobiles ne paraît pas claire à 60% de la population ; 53% considèrent même que cette information ne permet pas la comparaison entre les différentes offres. Curieusement, cette opacité du marché ne constitue pas encore un obstacle pour s’équiper : l’attrance pour le produit semble aujourd’hui beaucoup plus forte.

Le téléphone mobile s’est diffusé huit fois plus vite que le téléphone fixe

Le tableau suivant indique la vitesse de diffusion de plusieurs produits relevant des technologies de l’information et de la communication. Pour tous ces produits, nous avons calculé le temps nécessaire pour que le taux d’équipement passe de 10% à 20% de l’ensemble de la population. Avant 10%, le taux d’équipement est encore trop diffus pour être mesuré parfaitement. De 10 à 20%, le produit est dans une phase d’accélération, il atteint un seuil critique autorisant les comparaisons entre les produits.

Rapidité de diffusion des biens de consommation relevant des technologies de l’information et de la communication

	Nombre d’années pour que le taux d’équipement passe de 10 à 20 %
Téléphone mobile	1 année (au cours de l’année 1998)
Télévision couleur	2 années (de 1974 à 1976)
Magnétoscope	3 années (de 1985 à 1988)
Chaîne hi-fi	4 années (de 1979 à 1983)
Micro-ordinateur	8 années (de 1990 à 1998)
Téléphone fixe	8 années (de 1964 à 1972)

Sources : CRÉDOC, enquêtes sur les " Conditions de vie et les Aspirations des Français " (pour le téléphone mobile, le magnétoscope) et INSEE (pour le téléphone fixe, le micro-ordinateur, la chaîne hi-fi et la télévision couleur).

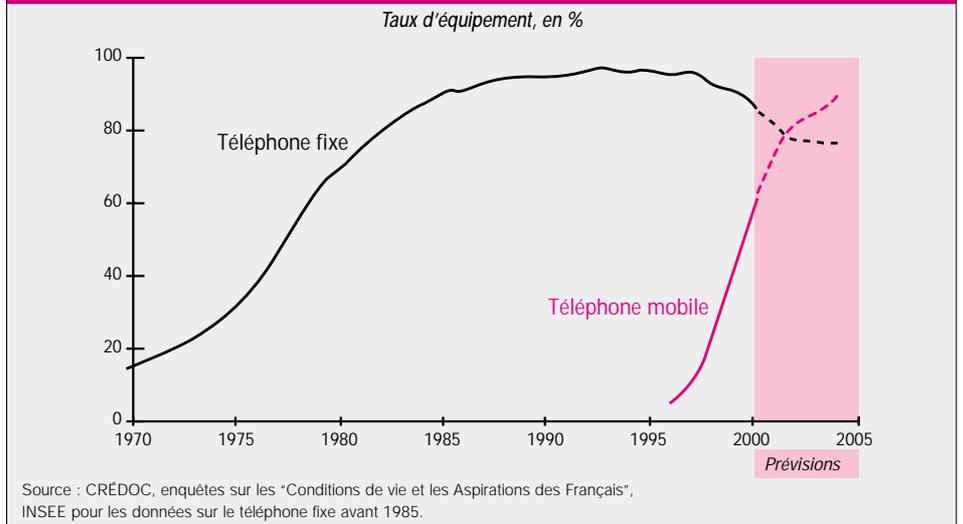
Un effet de substitution avec le téléphone fixe

On sait que la plupart des résidents (90 %) disposent d’une ligne de téléphone fixe. Pourtant, cette proportion est en baisse constante depuis 1995, sous l’effet de la diffusion de plus en plus large du téléphone mobile. Certaines catégories substituent progressivement le téléphone cellulaire au fixe. C’est plus particulièrement le cas des jeunes, des étudiants, mais aussi des ouvriers et des personnes les plus démunies. Ce sont d’ailleurs souvent des contraintes financières qui conduisent à abandonner l’abonnement au réseau filaire. Selon les estimations du CRÉDOC, cet effet de substitution pourrait faire reculer le taux d’équipement en téléphone fixe à 80% en 2005. Pourtant, la disparition des téléphones fixes n’est pas pour demain : l’abonnement exclusif au téléphone mobile doublera en cinq ans, mais restera minoritaire.

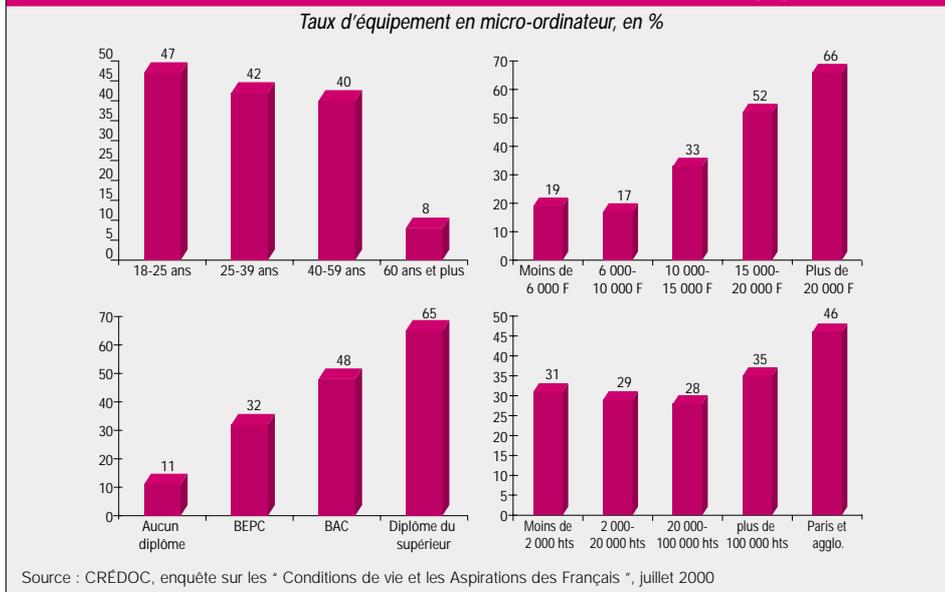
La croissance du micro-ordinateur est relancée

Plus d’un tiers de la population (34%) dispose d’un micro-ordinateur à domicile. En vérité, la diffusion de cet équipement s’est accélérée depuis 1998 : entre 1991 et 1997, le rythme annuel de pénétration était de 7% ; il est passé à 18% depuis. Il est probable que les CD-Rom et Internet aient enfin permis à ce produit de sortir de sa léthargie : plus de 83% des “PC” domestiques sont équipés d’un lecteur de CD ou de DVD ; 49% sont pourvus d’un modem ; 35% s’adjoignent un scanner périphérique. C’est dire la bonne performance du parc domestique français, liée sans doute à sa relative jeunesse. Cependant, contrairement au téléphone mobile, les disparités d’équipement sont fortes, avec un cumul des effets de revenu, de classe sociale et de diplôme : 79% des cadres supérieurs possèdent un ordinateur personnel, contre seulement 11%

Téléphone mobile – téléphone fixe : une substitution marginale



Le micro-ordinateur : des écarts considérables de taux d'équipement



des non-diplômés et 19% des titulaires de revenus inférieurs à 6 000 Francs par mois. Alors que les cadres supérieurs ne représentent que 6% de la population, ils disposent de 12% des revenus mensuels et ils détiennent 15% du parc informatique domestique. Les inégalités "numériques" sont donc encore plus grandes que les inégalités de revenus.

Le micro-ordinateur manque sérieusement de convivialité

Par opposition aux jugements formulés sur le mobile, les opinions sur les micro-ordinateurs sont plus sévères : seulement 40% des Français jugent "bonnes" la facilité d'installation et la facilité d'utilisation de cet outil. Quant à sa fiabilité, elle est jugée "bonne" par seulement un tiers (34%) de la population. Nos concitoyens pointent donc du doigt un certain manque d'ergonomie, voire de convivialité de cet équipement. Pourtant, cette complexité d'utilisation n'est pas un facteur réhibitoire de l'adoption du micro : tout se passe comme si les consommateurs s'étaient faits à l'idée que ce produit nécessite le franchissement d'un certain nombre d'obstacles. L'élément déterminant de la propension à s'équiper réside donc probablement dans l'éventail des possibilités offertes par cet outil : il est certain qu'avec l'apparition des CD-Rom et le développement d'Internet, l'ordinateur personnel s'est doté de sérieux atouts.

23% de la population dispose d'un accès à Internet

Internet n'est plus le privilège de quelques "happy few" : sa courbe de diffusion dans les foyers suit une pente exponentielle. En juillet 2000, 14% des habitants sont connectés à domicile, contre 4% en 1998. De plus, si l'on tient compte des 15% d'individus qui disposent d'un accès sur leur lieu de travail ou d'études, au total 23% des résidents ont une connexion à Internet : 8% sont connectés exclusivement au domicile, 9% exclusivement au travail, et 6% cumulent accès au domicile et au travail. Cependant, comme pour l'ordinateur personnel, les écarts sont considérables : 73% des cadres supérieurs sont connectés, 47% des

étudiants le sont également, contre seulement 3% des retraités et 15% des individus disposant de moins de 6 000 Francs par mois dans leur foyer. Les inégalités sont ici encore plus importantes que pour le micro-ordinateur. Il reste qu'un des facteurs les plus déterminants de l'adoption d'Internet à domicile est son utilisation au bureau ou sur le lieu d'études : l'élargissement du "fossé numérique" n'est donc pas inéluctable, et la meilleure façon de le combler est probablement de faciliter son expérimentation dans les administrations, les entreprises, et en milieu scolaire et universitaire.

La messagerie électronique : un service indispensable

Pour l'ensemble de nos concitoyens, qu'ils soient internautes ou non, les services d'Internet qui apparaissent comme les plus indispensables sont à la fois les informations à caractère général ou commercial (36%) et le courrier électronique (34%). Internet est donc globalement perçu comme un moyen de communication - au même titre que le courrier ou le téléphone -, mais également comme une encyclopédie électronique.

Pour les usagers, les priorités sont différentes : Internet est, pour eux, avant tout un outil de communication, grâce à la messagerie électronique (56%).

La recherche d'informations vient loin

Les trois quarts des cadres disposent d'un accès à Internet

