



Secrétariat général  
Service de la  
coordination des  
politiques culturelles  
et de l'innovation  
Département  
des études,  
de la prospective  
et des statistiques

182, rue Saint-Honoré, 75033 Paris cedex 01  
☎ 01 40 15 79 17 – 📠 01 40 15 79 99

# culture chiffres

PRATIQUES ET REPRÉSENTATIONS

Téléchargeable sur le site <http://www.culture.gouv.fr/deps> 2010-2

## Diffusion et utilisation des TIC en France et en Europe en 2009

Valérie Deroin\*

### Spread and use of ICT in France and Europe in 2009

#### L'ACCÈS DES MÉNAGES AUX ÉQUIPEMENTS NUMÉRIQUES

##### L'équipement informatique

##### Un Français<sup>1</sup> sur deux utilise quotidiennement un ordinateur

Depuis une décennie, l'engouement pour les produits liés aux technologies de l'information et de la communication (TIC) n'a pas faibli en Europe. Le poids des dépenses informatiques représente 7 % des dépenses culturelles et

de loisirs des Français en 2008 et, depuis 1997, le poste « dépenses en informatique » est celui qui a le plus progressé dans le budget total des dépenses culturelles et de loisirs des ménages (+ 30 % environ).

La pratique informatique confirme ce comportement : l'achat d'un ordinateur s'assortit le plus souvent d'un usage quotidien. De fait, les Français qui disposent d'un ordinateur sont de très réguliers utilisateurs : en 2009, 56 % en ont fait un usage quotidien au cours des trois derniers mois (tableau 1).

Néanmoins, 20 % des Français déclarent encore ne jamais avoir utilisé d'ordinateur en 2009. Cette proportion atteint 26 % pour les Européens des 27 États membres.

Tableau 1 – Fréquence d'utilisation numérique des particuliers, Union européenne des 27 et France, 2008-2009

	Union européenne (27 pays)		France	
	2008	2009	2008	2009
Part des individus ayant utilisé un ordinateur, en moyenne, au cours des 3 derniers mois :				
chaque jour ou presque	50	53	54	56
au moins une fois par semaine (mais pas tous les jours)	12	11	13	13
au moins une fois par mois (mais pas chaque semaine)	3	3	3	2
moins d'une fois par mois	1	1	1	1
Part des individus n'ayant jamais utilisé un ordinateur au cours de l'année	27	26	20	20

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/ours, 2010

\* Attachée statisticienne de l'Insee, chargée d'analyse au DEPS.

1. NB : l'enquête européenne ICT couvre les ménages comptant au moins une personne âgée de 16 à 74 ans.

---

# Diffusion et utilisation des TIC en France et en Europe en 2009

Spread and use of ICT in France and Europe in 2009

**Valérie Deroin**

---

Éditeur : Département des études, de la prospective et des statistiques  
Lieu d'édition : Paris  
Année d'édition : 2010  
Date de mise en ligne : 21 septembre 2015  
Collection : Culture chiffres  
ISBN électronique : 9782111398498



<http://books.openedition.org>

## Édition imprimée

Date de publication : 1 mars 2010  
Nombre de pages : 12

## Référence électronique

DEROIN, Valérie. *Diffusion et utilisation des TIC en France et en Europe en 2009*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2010 (généré le 19 avril 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/deps/558>>. ISBN : 9782111398498.

---

© Département des études, de la prospective et des statistiques, 2010  
Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 3.0 non transposé - CC BY-NC 3.0

## Diffusion et utilisation des TIC en France et en Europe en 2009

Valérie Deroin\*

### Spread and use of ICT in France and Europe in 2009

#### L'ACCÈS DES MÉNAGES AUX ÉQUIPEMENTS NUMÉRIQUES

##### L'équipement informatique

##### Un Français<sup>1</sup> sur deux utilise quotidiennement un ordinateur

Depuis une décennie, l'engouement pour les produits liés aux technologies de l'information et de la communication (TIC) n'a pas faibli en Europe. Le poids des dépenses informatiques représente 7 % des dépenses culturelles et

de loisirs des Français en 2008 et, depuis 1997, le poste « dépenses en informatique » est celui qui a le plus progressé dans le budget total des dépenses culturelles et de loisirs des ménages (+ 30 % environ).

La pratique informatique confirme ce comportement : l'achat d'un ordinateur s'assortit le plus souvent d'un usage quotidien. De fait, les Français qui disposent d'un ordinateur sont de très réguliers utilisateurs : en 2009, 56 % en ont fait un usage quotidien au cours des trois derniers mois (tableau 1).

Néanmoins, 20 % des Français déclarent encore ne jamais avoir utilisé d'ordinateur en 2009. Cette proportion atteint 26 % pour les Européens des 27 États membres.

Tableau 1 – Fréquence d'utilisation numérique des particuliers, Union européenne des 27 et France, 2008-2009

	Union européenne (27 pays)		France	
	2008	2009	2008	2009
Part des individus ayant utilisé un ordinateur, en moyenne, au cours des 3 derniers mois :				
chaque jour ou presque	50	53	54	56
au moins une fois par semaine (mais pas tous les jours)	12	11	13	13
au moins une fois par mois (mais pas chaque semaine)	3	3	3	2
moins d'une fois par mois	1	1	1	1
Part des individus n'ayant jamais utilisé un ordinateur au cours de l'année	27	26	20	20

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

\* Attachée statisticienne de l'Insee, chargée d'analyse au DEPS.

1. NB : l'enquête européenne ICT couvre les ménages comptant au moins une personne âgée de 16 à 74 ans.

**Tableau 2 – Fréquence d'utilisation numérique par région géographique<sup>1</sup> en France, 2009**

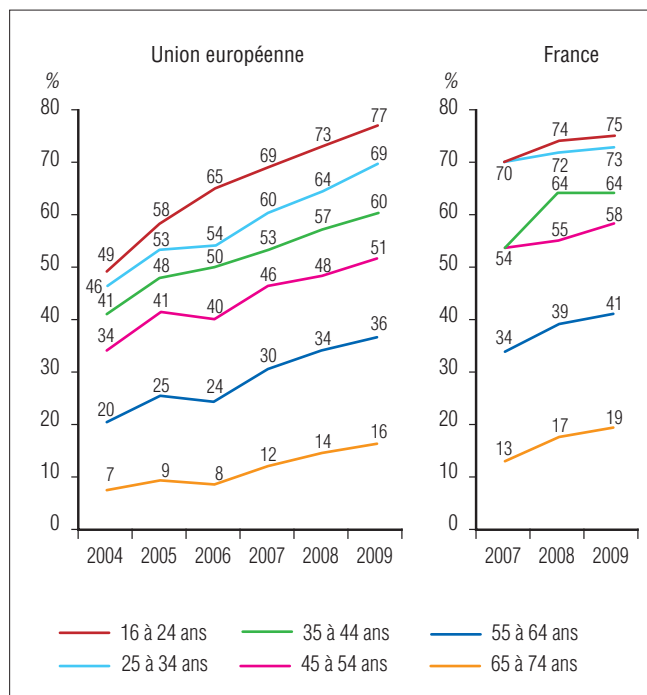
en %

	Particuliers ayant eu accès à l'internet au moins une fois par semaine, en moyenne	Particuliers n'ayant jamais utilisé un ordinateur
France	65	20
Île-de-France	70	15
Méditerranée	65	19
Est	62	19
Centre-Est	61	26
Bassin parisien	60	25
Sud-Ouest	60	24
Ouest	56	28
Nord-Pas-de-Calais	55	31

1. Le découpage géographique européen de la nomenclature des unités territoriales statistiques de niveau 1 (NUTS 1) correspond à la zone d'études et d'aménagement du territoire (ZEAT) française. Le Bassin parisien comprend les régions suivantes : la Bourgogne, le Centre, la Champagne-Ardenne, les Basse et Haute-Normandie, la Picardie. L'Est regroupe l'Alsace, la Franche-Comté, la Lorraine. L'Ouest : la Bretagne, les Pays de la Loire et le Poitou-Charentes. Le Sud-Ouest : l'Aquitaine, le Limousin et Midi-Pyrénées. Le Centre-Est : l'Auvergne et Rhône-Alpes. La Méditerranée : le Languedoc-Roussillon, la Provence-Alpes-Côte d'Azur et la Corse. L'Île-de-France et le Nord-Pas-de-Calais correspondent aux deux régions administratives françaises.

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

**Graphique 1 – Utilisation quotidienne d'un ordinateur au cours des 3 derniers mois par tranche d'âge, Union européenne des 27 et France**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

En France, les écarts régionaux relatifs à l'utilisation de l'ordinateur et aux pratiques numériques sont importants, en particulier entre l'Île-de-France, le Nord et l'Ouest : si 15 % des Franciliens affirment ne pas avoir utilisé d'ordinateur en 2009, cette proportion concerne près d'un tiers (31 %) des particuliers résidant dans le Nord-Pas-de-Calais (tableau 2). Les régions dans lesquelles la proportion de non-utilisateurs d'ordinateur est la plus forte sont aussi celles dans lesquelles les particuliers se connectent le moins à l'internet. 65 % des Français ont eu accès à l'internet une fois par semaine en moyenne au cours des trois derniers mois. La proportion est de 55 % environ parmi les habitants du Nord-Pas-de-Calais, de l'Ouest (Bretagne, Pays de la Loire et Poitou-Charentes), et de 70 % pour les Franciliens.

L'âge et le sexe restent deux critères discriminants dans l'usage des nouvelles technologies. Si l'utilisation quotidienne de l'ordinateur est en hausse, quel que soit l'âge, depuis 2006, les utilisateurs les plus assidus se comptent parmi les jeunes : l'écart d'utilisation quotidienne d'un ordinateur entre les 16-24 ans et les 55-64 ans est de 30 points environ. Ainsi la part d'utilisateurs quotidiens parmi la population française âgée de 16 à 24 ans est de 75 % contre 41 % pour les 55-64 ans – respectivement 77 % et 36 % dans l'Union européenne des 27 (graphique 1).

Par ailleurs, les jeunes hommes français âgés de 16 à 24 ans sont les plus grands utilisateurs d'ordinateur, 82 % d'entre eux se servent chaque jour ou presque d'un ordinateur contre 68 % des jeunes Françaises du même âge. Il

en est de même parmi les tranches d'âge des aînés : les femmes âgées de 55 à 74 ans sont moins souvent devant un ordinateur que les hommes du même âge : 29 % d'entre elles utilisaient un ordinateur chaque jour ou presque contre 36 % d'hommes en 2009.

### L'accès à l'internet : six ménages sur dix accèdent à l'internet en 2009

En France, le taux d'accès à l'internet se stabilise à 63 % en 2009. Situé au 13<sup>e</sup> rang, au même niveau d'accès et d'usage que l'Estonie, le taux français reste proche de la moyenne européenne, égale à 65 %.

La moyenne européenne masque de fortes disparités parmi les 27 États membres : quand 8 à 9 ménages sur 10 sont raccordés à l'internet dans les pays nordiques (Pays-Bas, Luxembourg, Suède, Danemark), 3 à 4 ménages seulement le sont en Grèce, Roumanie ou Bulgarie (tableau 3 et carte 1).

### L'accès au haut débit des ménages se stabilise

En France, plus d'un ménage sur deux (57 %) dispose dorénavant d'un accès au haut débit (« à large bande »). Cette proportion est conforme à la moyenne européenne : 56 % (graphique 2). Toutefois, l'accès au haut débit des ménages n'a pas encore suivi la généralisation opérée dans le monde de l'entreprise (92 % des entreprises françaises,

**Tableau 3 – Évolution du taux d'accès à l'internet des ménages en Union européenne de 2002 à 2009**

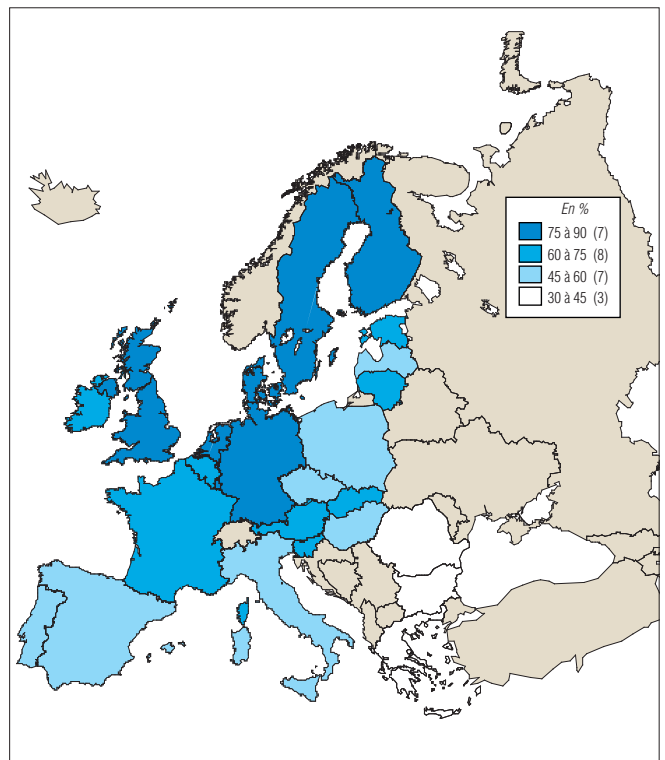
en %

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Union européenne</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>41</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>54</b>	<b>60</b>	<b>65</b>
Pays-Bas	58	61	65	78	80	83	86	90
Luxembourg	40	45	59	65	70	75	80	87
Suède	nd	nd	nd	73	77	79	84	86
Danemark	56	64	69	75	79	78	82	83
Allemagne	46	54	60	62	67	71	75	79
Finlande	44	47	51	54	65	69	72	78
Royaume-Uni	50	55	56	60	63	67	71	77
Autriche	33	37	45	47	52	60	69	70
Belgique	nd	nd	nd	50	54	60	64	67
Irlande	nd	36	40	47	50	57	63	67
Malte	nd	nd	nd	41	53	54	59	64
Slovénie	nd	nd	47	48	54	58	59	64
Estonie	nd	nd	31	39	46	53	58	63
<b>France</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>34</b>	<b>nd</b>	<b>41</b>	<b>49</b>	<b>62</b>	<b>63</b>
Slovaquie	nd	nd	23	23	27	46	58	62
Lituanie	4	6	12	16	35	44	51	60
Pologne	11	14	26	30	36	41	48	59
Lettonie	3	nd	15	31	42	51	53	58
Hongrie	nd	nd	14	22	32	38	48	55
République tchèque	nd	15	19	19	29	35	46	54
Espagne	nd	28	34	36	39	45	51	54
Chypre	24	29	53	32	37	39	43	53
Italie	34	32	34	39	40	43	47	53
Portugal	15	22	26	31	35	40	46	48
Grèce	12	16	17	22	23	25	31	38
Roumanie	nd	nd	6	nd	14	22	30	38
Bulgarie	nd	nd	10	nd	17	19	25	30
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	41	45	50
Serbie	nd	nd	nd	nd	nd	26	nd	37
Macédoine	nd	nd	11	nd	14	nd	29	42
Turquie	nd	nd	7	8	nd	20	nd	nd
Islande	nd	nd	81	84	83	84	88	90
Norvège	nd	60	60	64	69	78	84	86

nd : non disponible

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

**Carte 1 – Taux d'accès à l'internet des ménages, 27 pays de l'Union européenne, 2002-2009**

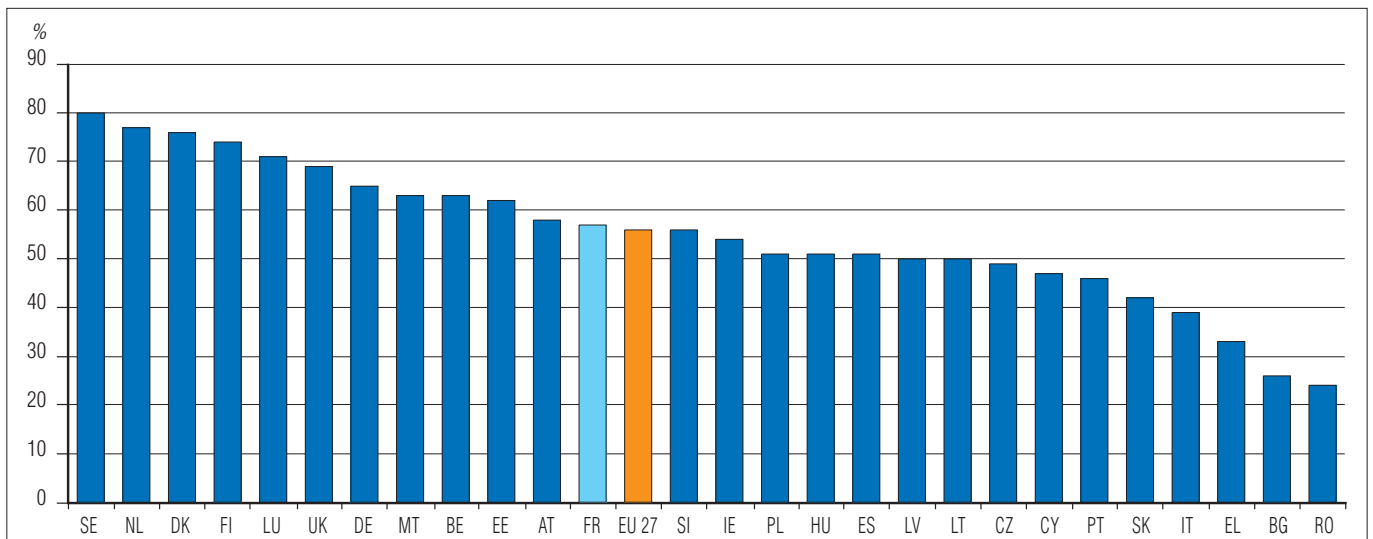


Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

toutes tailles confondues, contre 82 % des entreprises à l'échelon européen).

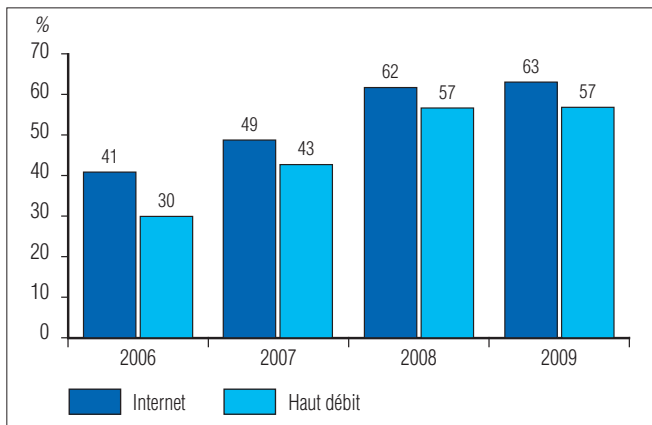
Entre 2008 et 2009, la progression des connexions à haut débit des ménages est de + 14 % dans l'Europe des 27, mais les évolutions restent inégales selon les pays. La progression la plus forte est réalisée par la Roumanie qui, bien qu'affichant le taux européen le plus bas de connexions à haut débit des ménages, multiplie presque par 2 (+ 84 %) ce taux de connexion, avec près d'un quart des ménages

**Graphique 2 – Taux d'accès au haut débit des ménages, 27 pays de l'Union européenne, 2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

**Graphique 3 – Taux d'accès à l'internet et au haut débit des ménages en France, 2006-2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

(24 %) accédant à l'internet à haut débit. La France avait réalisé cette avancée entre 2006 et 2008, en développant de 38 % en moyenne par an l'accès au haut débit des ménages (graphique 3).

### L'ordinateur reste le dispositif préféré pour accéder à l'internet

Les Français comme les Européens se connectent à l'internet principalement depuis leur domicile (respectivement 60 % et 58 % en 2009). Néanmoins, un peu plus d'un quart des particuliers (27 %), en France comme en Europe, déclarent avoir aussi accédé à l'internet sur leur lieu de travail au cours des trois derniers mois.

En termes de dispositif d'accès à l'internet depuis le domicile, en 2009, les ménages français utilisent avant tout un ordinateur personnel (61 %). Au domicile, les nouveaux

dispositifs d'accès sont encore peu répandus : 4 % seulement par l'intermédiaire du poste de télévision. Les autres dispositifs nomades comme le téléphone mobile représentent 12 % et l'ordinateur de poche 2 % des moyens de connexion.

Entre 2008 et 2009, la tendance française est à la baisse et se positionne légèrement en deçà de la moyenne européenne : l'ordinateur personnel comme unique moyen de connexion à l'internet depuis le domicile concerne 44 % des ménages français contre 49 % des Européens (tableau 4).

Les pratiques de l'internet mobile s'intensifient néanmoins : l'utilisation de la téléphonie mobile et des ordinateurs portables comme dispositifs d'accès à l'internet, hors domicile, a progressé d'environ 30 % dans l'ensemble des 27 États membres entre 2008 et 2009. Ainsi, les Européens sont 4 % en 2009 à choisir d'utiliser un téléphone portable *via* le réseau UMTS (3G) pour se connecter à l'internet hors de leur domicile ou de leur lieu de travail, et 17 % un ordinateur portable relié à un réseau sans fil (graphique 4).

Le Nord de l'Europe est en avance pour l'utilisation de ces outils : le Luxembourg se distingue très fortement par l'utilisation de l'ordinateur portable (44 %), suivi par le Danemark (31 %), la Suède (29 %), l'Estonie (28 %) et l'Irlande (27 %). La moyenne française est inférieure à celle des 27 États membres avec 14 % de connexions par l'intermédiaire d'un ordinateur portable hors domicile ou bureau.

C'est aussi dans les pays du Nord que la téléphonie mobile 3G est la plus pratiquée ; elle a réalisé la plus forte progression au Luxembourg depuis 2008 et concerne 11 % des connexions. La Suède (14 %) et le Danemark (10 %) restent en tête de cette pratique, accompagnés de pays du Centre et du Sud de l'Europe : Slovaquie (10 %), Slovénie (9 %) et Espagne (9 %). La France, bien qu'ayant doublé son taux de connexion par téléphonie mobile, est bien en deçà, avec 2 % des connexions réalisées par l'intermédiaire de la téléphonie mobile.

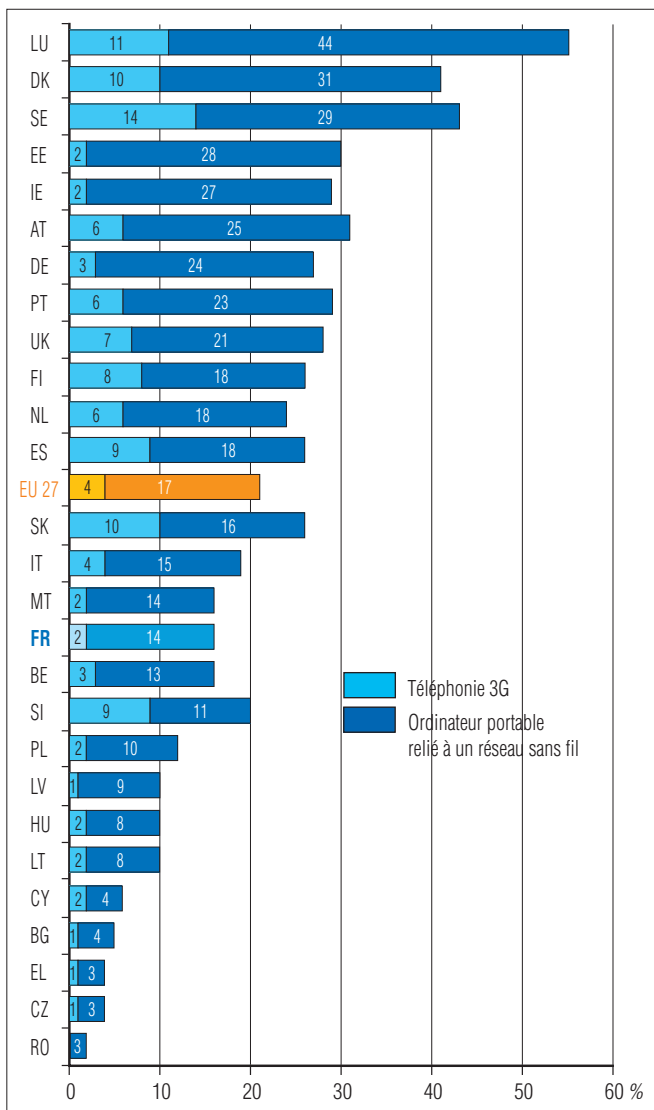
**Tableau 4 – Équipement numérique et accès des ménages à l'internet, Union européenne et France, 2008-2009**

en %

	Union européenne (27 pays)		France	
	2008	2009	2008	2009
<b>Équipements d'accès à l'internet des ménages</b>				
Part des ménages pour lesquels l'accès à l'internet à domicile se fait par :				
un téléphone mobile (WAP, GPRS, UMTS)	9	11	12	nd
un ordinateur à main	2	2	2	nd
un ordinateur personnel	54	63	61	61
un ordinateur personnel comme seul moyen d'accès à l'internet à domicile	43	49	45	44
un poste de télévision (téléviseur numérique ou décodeur)	2	3	3	4
<b>Spécificités techniques d'accès à l'internet</b>				
Part des ménages utilisant :				
un modem (ligne commutée par le réseau téléphonique normal) ou une connexion ISDN	11	8	5	5
un accès à large bande	49	56	57	57
une autre connexion à large bande (exemple : modem câble)	13	19	6	6
une connexion DSL (XDSL, ADSL, SDSL, etc.)	37	39	54	54
nd : non disponible				

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

**Graphique 4 – Dispositifs d'accès mobile à l'internet, 27 pays de l'Union européenne, 2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

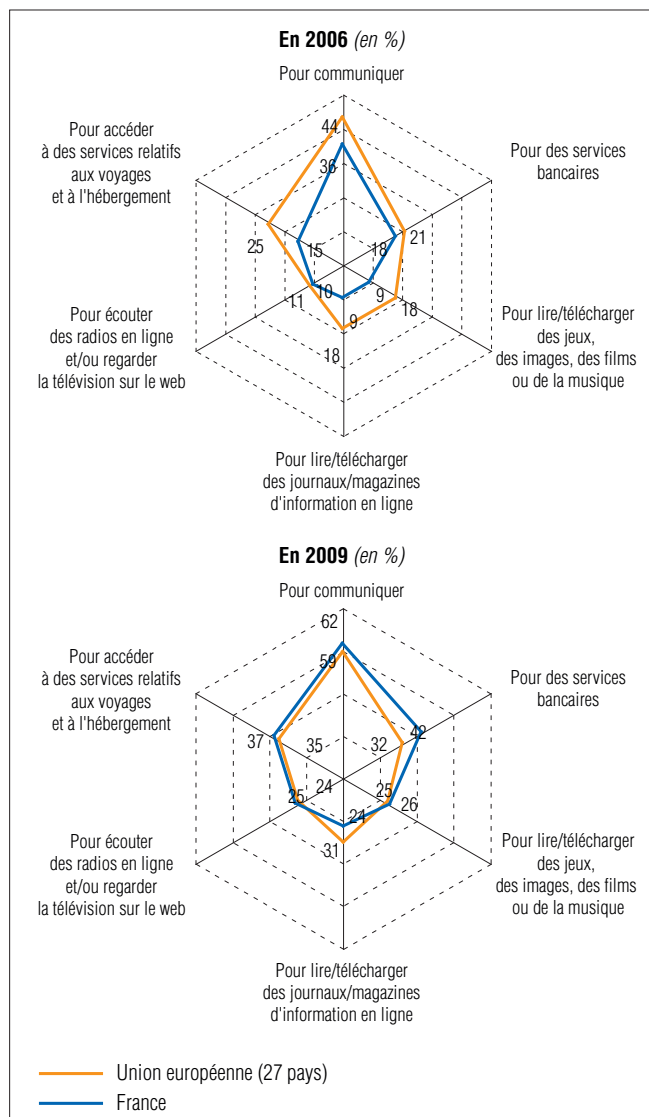
## LES USAGES NUMÉRIQUES

### L'internet : un outil de communication et de loisirs

En 2009, la communication reste la principale activité des Français et des Européens : 6 Français sur 10 utilisent l'internet pour envoyer et lire des messages. Par ailleurs, 4 Français sur 10 recourent à des services bancaires en ligne (tableau 5).

Concernant les activités de loisirs, la recherche d'informations liées aux voyages et à l'hébergement occupe une place importante (37 %), suivie par le téléchargement en flux (*streaming*) d'émissions radiophoniques ou télévisuelles (25 %) et la lecture de la presse (24 %). L'analyse de l'évolution des activités pratiquées sur l'internet entre 2006 et 2009 suggère un élargissement des usages vers les services, notamment culturels et d'information (graphique 5) : progression des téléchargements (jeux, images,

**Graphique 5 – Activités des particuliers sur l'internet, Union européenne des 27 et France, 2006-2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

**Tableau 5 – Activités des particuliers sur l'internet au cours des 3 derniers mois, Union européenne des 27 et France, 2009**

en %

	Union européenne (27 pays)	France
<b>Activités de loisirs et informatiques</b>		
accéder à des services relatifs aux voyages et à l'hébergement	35	37
télécharger/écouter/jouer à/regarder de la musique, des films et des jeux	nd	nd
lire/télécharger des journaux/magazines d'information en ligne	31	24
écouter la radio, regarder la télévision en ligne	24	25
télécharger des logiciels	22	19
<b>Activités de communication</b>		
communiquer	59	62
envoyer/recevoir des messages électroniques	57	60
publier un contenu créé par soi-même (texte, images, photos, vidéos, musique, etc.) sur un site web en vue de le partager	20	20
<b>Activités administratives et bancaires</b>		
contacter les pouvoirs publics	29	nd
obtenir des informations à partir de sites web des pouvoirs publics	26	nd
utiliser des services bancaires sur l'internet	32	42
<b>Activités de formation et d'emploi</b>		
rechercher un emploi ou envoyer un acte de candidature	15	16
avoir des activités éducatives formalisées (école, université, etc.)	nd	nd
se former spécifiquement à des possibilités d'emploi	nd	nd
<b>Activités de commerce</b>		
vendre des biens et des services (ventes aux enchères par exemple)	10	12
commander par l'internet des biens ou services pour son usage personnel	28	32

nd : non disponible

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

musique, presse, radio et télévision en ligne), recours croissant aux services relatifs aux voyages et, plus encore, aux services bancaires. Encore en retrait par rapport à la moyenne européenne en 2006, la France a rattrapé son retard, particulièrement pour les activités de communication, les services bancaires, les services liés aux voyages.

En 2006, 9 % seulement des Français et 18 % des Européens avaient utilisé l'internet au cours des trois derniers mois pour lire et télécharger jeux, images, films ou musique, tandis qu'en 2009, plus d'un quart des Français (26 %) et des Européens (25 %) ont pratiqué cette activité. De même, quand 10 % des Français et 11 % des Européens avaient écouté la radio ou la télévision sur le web en 2006, ils sont respectivement 25 % et 24 % à l'avoir fait en 2009.

Enfin, près d'un tiers des Français (32 %) ont acheté ou commandé des biens et services pour leur usage privé par l'intermédiaire de l'internet au cours du dernier trimestre, et ils sont 45 % à l'avoir fait au cours des douze derniers mois.

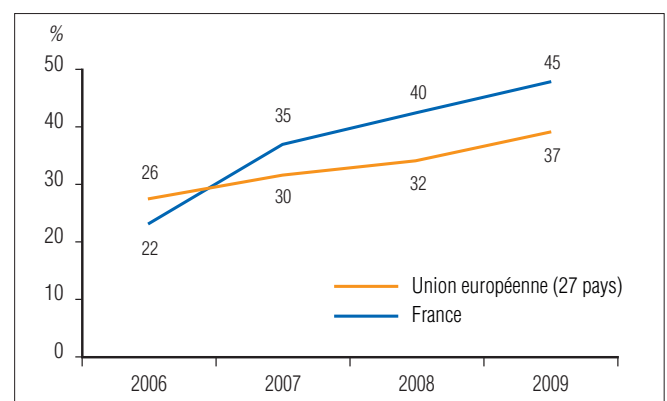
### Nette progression du commerce en ligne auprès des particuliers : un Français sur quatre y a recours

Depuis 2006, le commerce en ligne pour usage personnel a fortement progressé en Europe (+ 42 % dans l'ensemble des 27 États membres) et a concerné, en 2009, 37 % des Européens. Le Royaume-Uni (66 %), le Danemark (64 %), les Pays-Bas et la Suède (63 %) se démarquent dans

leur pratique du commerce électronique. La France, en 8<sup>e</sup> position, est au-dessus de la moyenne européenne (45 %).

Les consommateurs français ont particulièrement choisi de faire leurs achats par l'internet : la progression d'e-commerce en France entre 2006 et 2009 est parmi les plus fortes de l'Union européenne ; elle a doublé pour atteindre 45 % en 2009 (graphique 6).

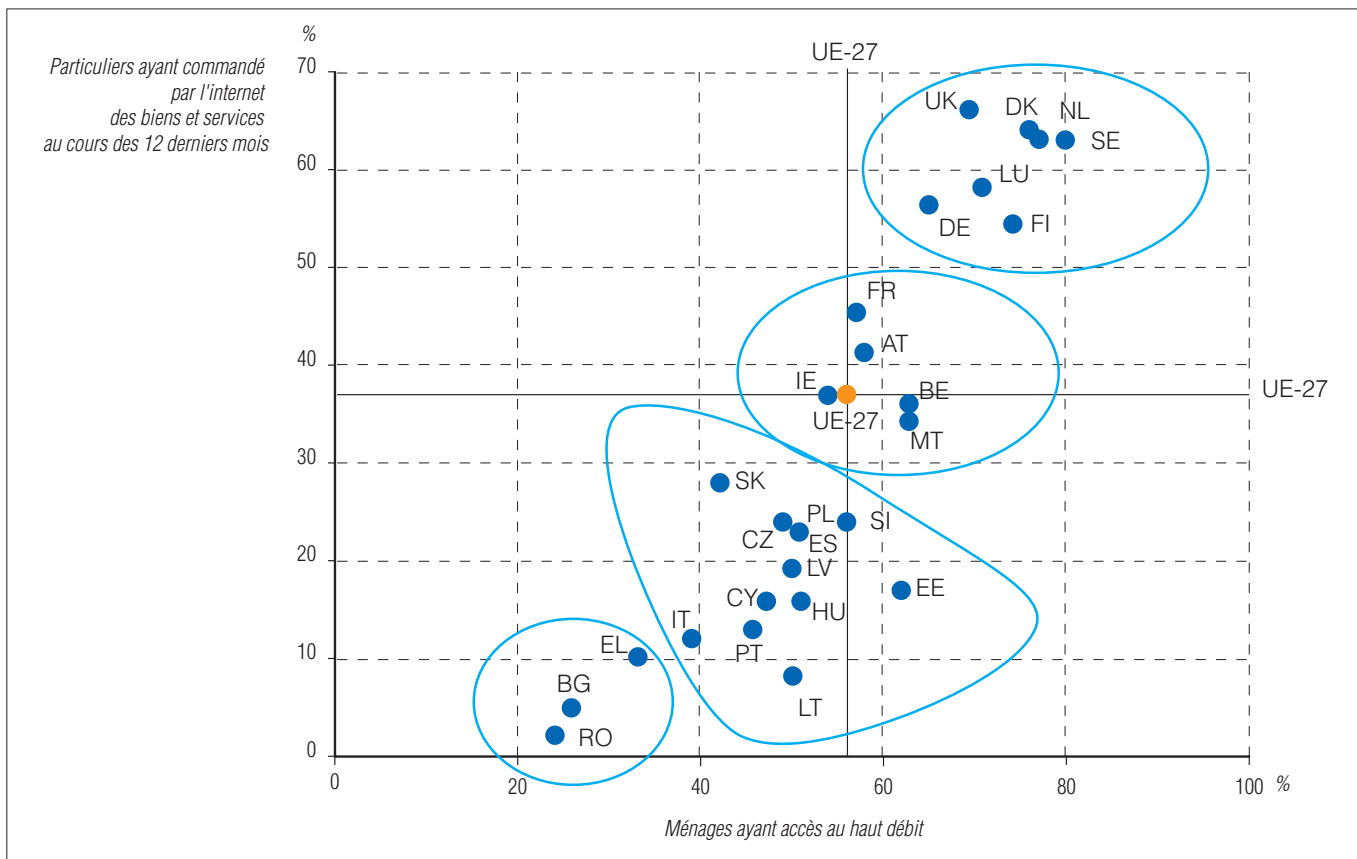
**Graphique 6 – Évolution des commandes réalisées par l'internet, Union européenne des 27 et France, 2006-2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010



Graphique 7 – Cartographie du haut débit et de l'e-commerce, 27 pays de l'Union européenne, 2009



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

Le recours au commerce en ligne est corrélé aux capacités de connexion des particuliers : si l'on rapproche le taux de connexions au haut débit et la part des commandes réalisées par l'intermédiaire de l'internet au cours de l'année 2009, quatre groupes de pays se distinguent (graphique 7).

Le premier groupe est composé des pays dont l'équipement des ménages ne s'est développé qu'au début des années 2000. Ces États sont situés au Sud-Est de l'Union européenne : Roumanie, Bulgarie et Grèce forment cet ensemble pour lequel l'accès à l'internet reste inférieur à 40 % et le taux de connexions à l'internet à haut débit inférieur à 30 %. Ce groupe se caractérise par une pratique émergente du commerce en ligne, inférieure à 10 %.

Un deuxième groupe rassemble des pays du Sud, du Centre et de la Baltique, assez proches en termes d'équipement numérique (accès à l'internet compris entre 45 % et 60 % et accès au haut débit entre 30 % et 55 %). Ces pays consomment faiblement par l'intermédiaire de l'internet : leur taux de commandes reste inférieur à 30 %. Trois pays ont des comportements spécifiques : la Lettonie, et plus encore l'Estonie, ont des taux d'équipement numérique élevés et, dans le cas de l'Estonie, supérieurs par exemple à ceux de la France, mais des taux de commerce électronique faibles. La Slovaquie, *a contrario*, se distingue par un accès au haut débit relativement bas (42 %) mais une proportion de commerce électronique se rapprochant de la moyenne européenne (presque 30 %).

Le troisième groupe réunit les quatre pays proches des moyennes européennes en termes d'équipement et de com-

portement d'achat par l'internet : la France, l'Autriche, l'Irlande, la Belgique et Malte.

Enfin, le dernier groupe rassemble les pays où les ménages sont les mieux équipés en termes d'équipement numérique et de haut débit et qui ont largement adopté la consommation par l'internet : de 58 % à 64 % de leurs populations y ont eu recours en 2009.

On constate un lien évident entre le taux d'équipement numérique, le développement du commerce électronique et le niveau général de développement économique, élevé (tableau 6) : Luxembourg, Pays-Bas, Danemark, Suède, Finlande, Royaume-Uni et Allemagne illustrent ce trait. La France se caractérise par des positionnements intermédiaires, que ce soit en termes de développement ou de pratiques (tableau 6).

### Les non-consommateurs en ligne préfèrent voir les produits et être fidèles à leurs commerçants

En 2009, près d'un tiers des Européens n'ont rien acheté par l'intermédiaire de l'internet dans l'année. Les habitants des pays Baltes sont les plus réticents au commerce en ligne : un Estonien sur deux et un Lituanien sur deux n'ont pas acheté par ce canal de vente en 2009.

Les Français ont un comportement proche de la moyenne européenne : 27 Français sur 100 n'ont jamais acheté par l'internet au cours des douze derniers mois. Le premier motif évoqué par les non-consommateurs fran-

**Tableau 6 – PIB, accès à l'internet et e-commerce, 27 pays de l'Union européenne, 2009**

	PIB par habitant en 2008	Accès à l'internet des ménages en 2009 (%)	Commandes des particuliers en 2009 (%)
Union européenne	100,0	65	37
Luxembourg	276,3	87	58
Irlande	135,4	67	37
Pays-Bas	134,0	90	63
Danemark	120,1	83	64
Suède	120,0	86	63
Finlande	116,8	78	54
Royaume-Uni	116,2	77	66
Allemagne	115,6	79	56
Belgique	115,1	67	36
France	107,9	63	45
Espagne	102,6	54	23
Italie	102,0	53	12
Chypre	95,8	53	16
Grèce	94,3	38	10
Slovénie	90,9	64	24
République tchèque	80,3	54	24
Malte	76,3	64	34
Portugal	76,0	48	13
Slovaquie	72,2	62	28
Estonie	67,4	63	17
Hongrie	64,4	55	16
Lituanie	61,9	60	8
Lettonie	57,3	58	19
Pologne	56,4	59	23
Bulgarie	41,3	30	5
Autriche	nd	70	41
Roumanie	nd	38	2

nd : non disponible  
 Note : PIB par habitant en standards de pouvoir d'achat (SPA) (EU-27 = 100).  
 Commandes : particuliers ayant commandé des biens ou des services sur l'internet pour leur usage privé au cours de l'année.

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/BEPS, 2010

çais est le même que celui mis en avant dans quatorze autres États membres : l'absence de contact avec le produit et avec le commerçant (« préférence pour acheter en personne et voir le produit par habitude ou par fidélité à des magasins »), pour 28 % des consommateurs français et pour 46 % des Estoniens.

La sécurité des transactions financières sur l'internet est un autre motif de préférence pour le commerce physique chez les Français (21 %), les Slovènes (28 %), les Portugais (21 %) et les Hongrois (23 %). Enfin, l'absence de besoin motive également l'absence de consommation sur

l'internet, un motif particulièrement évoqué en Estonie (53 %), Lettonie (40 %) et en Lituanie (48 %).

En Europe comme en France, les jeunes (16 à 24 ans) et les adultes âgés de 35 à 44 ans sont les plus nombreux à n'avoir effectué aucun achat sur l'internet au cours des douze derniers mois, pour les mêmes raisons que l'ensemble des consommateurs : la préférence pour l'achat en magasin, l'absence de besoin d'achat et de sécurité de paiement.

## Livres, magazines et billets de spectacle en tête des produits culturels achetés en ligne

En 2008, la part du chiffre d'affaires des entreprises<sup>2</sup> réalisée par commerce électronique est de 12 % dans l'Union européenne : 13 % en France contre 28 % en Irlande. En France, les industries alimentaires et d'imprimerie réalisent 26 % de leur chiffre d'affaires par l'internet, les agences de voyages et les services de réservation, 16 %.

Les acheteurs en ligne ont privilégié, depuis 2008, les projets de vacances, les voyages et l'hébergement, qui ont progressé de +20 % dans l'ensemble des 27 États membres, et jusqu'à +50 % en France. L'achat de logiciels, dont les jeux vidéo, est également en net développement : 29 % des Français en ont commandé en ligne en 2009.

Les produits culturels se prêtent particulièrement bien à l'achat en ligne : 35 % des consommateurs français achètent des livres, magazines et du matériel d'apprentissage ; 33 % réservent des spectacles en ligne ; 27 % commandent des films et de la musique (tableau 7).

## Le niveau d'éducation et le sexe influent sur la consommation en ligne

La cartographie des consommateurs internautes français révèle des différences entre grandes régions : le Nord-Pas-de-Calais et l'Ouest concentrent les plus faibles adeptes du commerce électronique, avec respectivement 28 % et 33 % d'achats pour usage personnel de biens ou services au cours de l'année 2009. À l'opposé, les consommateurs d'Île-de-France (49 %) et de la Méditerranée (48 %) ont des habitudes d'achat par l'internet légèrement supérieures à la moyenne française (45 %).

Bien plus que la densité des zones de résidence, le niveau d'éducation des consommateurs semble être un facteur influant sur le choix des habitudes de consommation physique ou en ligne, dans l'Union européenne comme en France, où l'écart entre les particuliers ayant reçu une éducation scolaire formelle de base<sup>3</sup> et ceux titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur est de 40 points.

2. Tous secteurs d'activités sauf secteur financier. Concerne les entreprises de 10 personnes employées ou plus.

3. Dans la nomenclature choisie par Eurostat, les niveaux d'éducation sont regroupés en trois grandes catégories :

- l'éducation scolaire « formelle de base » inclut l'éducation maternelle, l'enseignement primaire et le premier cycle de l'enseignement secondaire ;
- l'éducation scolaire « formelle moyenne » inclut le deuxième cycle de l'enseignement secondaire, l'enseignement postsecondaire qui n'est pas du supérieur ;
- l'éducation scolaire « formelle élevée » inclut l'enseignement supérieur.

**Tableau 7 – Commandes des particuliers pour leur usage privé par l'intermédiaire de l'internet au cours des 12 derniers mois, Union européenne des 27 et France, 2006-2009**

en %

	Union européenne (27 pays)				France			
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
<b>Produits et services culturels</b>								
livres, magazines, matériel d'apprentissage	39	38	39	33	25	39	34	35
billets de spectacle	30	31	33	35	24	30	33	33
films, musique	34	33	29	32	26	30	27	27
appareils électroniques (y compris appareils photo)	24	24	25	26	7	19	14	20
<b>Produits et services non culturels</b>								
voyages et hébergements de vacances	41	43	42	51	35	41	44	67
vêtements ou articles de sport	36	39	41	46	34	49	47	53
articles domestiques (meubles, jouets, etc.)	30	34	35	37	27	41	40	39
logiciels (y compris jeux vidéo)	25	24	21	29	13	17	15	29
matériel informatique	19	17	16	18	22	26	24	26
autres types de biens ou de services	12	9	8	9	11	10	10	10
denrées alimentaires	10	10	11	13	5	6	11	8
actions, services financiers, assurance	11	9	9	10	3	6	5	4
jeux de hasard ou paris	6	6	7	nd	nd	5	3	nd

Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

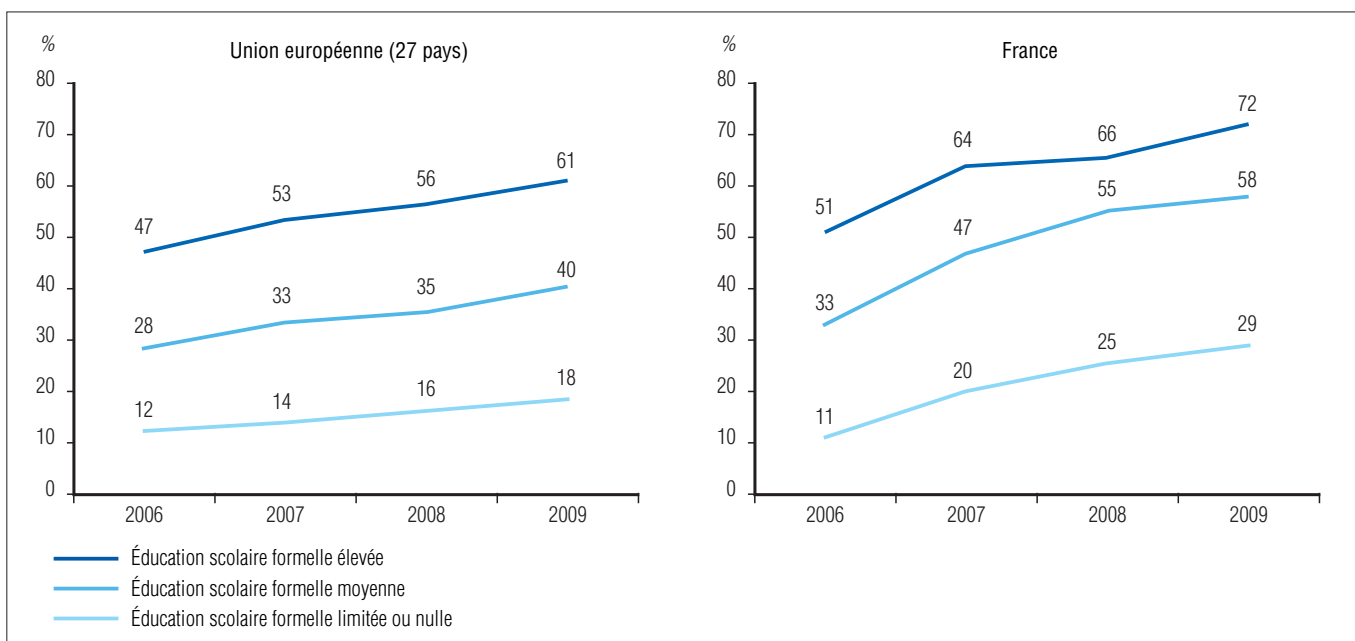
À l'échelon européen, les particuliers possédant une éducation scolaire de base sont 18 % à avoir commandé par l'internet au cours de l'année 2009, contre 61 % d'internautes consommateurs diplômés de l'enseignement supérieur. En France, 29 % des personnes ayant été scolarisées jusqu'à la fin du collège ont consommé sur l'internet, contre 72 % de personnes diplômées du supérieur (graphique 8).

En général, les hommes achètent plus par l'internet que les femmes : en 2009, 40 % des hommes de l'Union européenne âgés de 16 à 74 ans ont commandé par l'internet

pour leur usage personnel, contre 34 % de femmes. En France, ces taux s'élèvent à 46 % et 43 %, la proportion des hommes étant légèrement supérieure à la moyenne européenne et celle des femmes légèrement inférieure. Les femmes d'un niveau scolaire de base consomment moins par l'internet que les hommes.

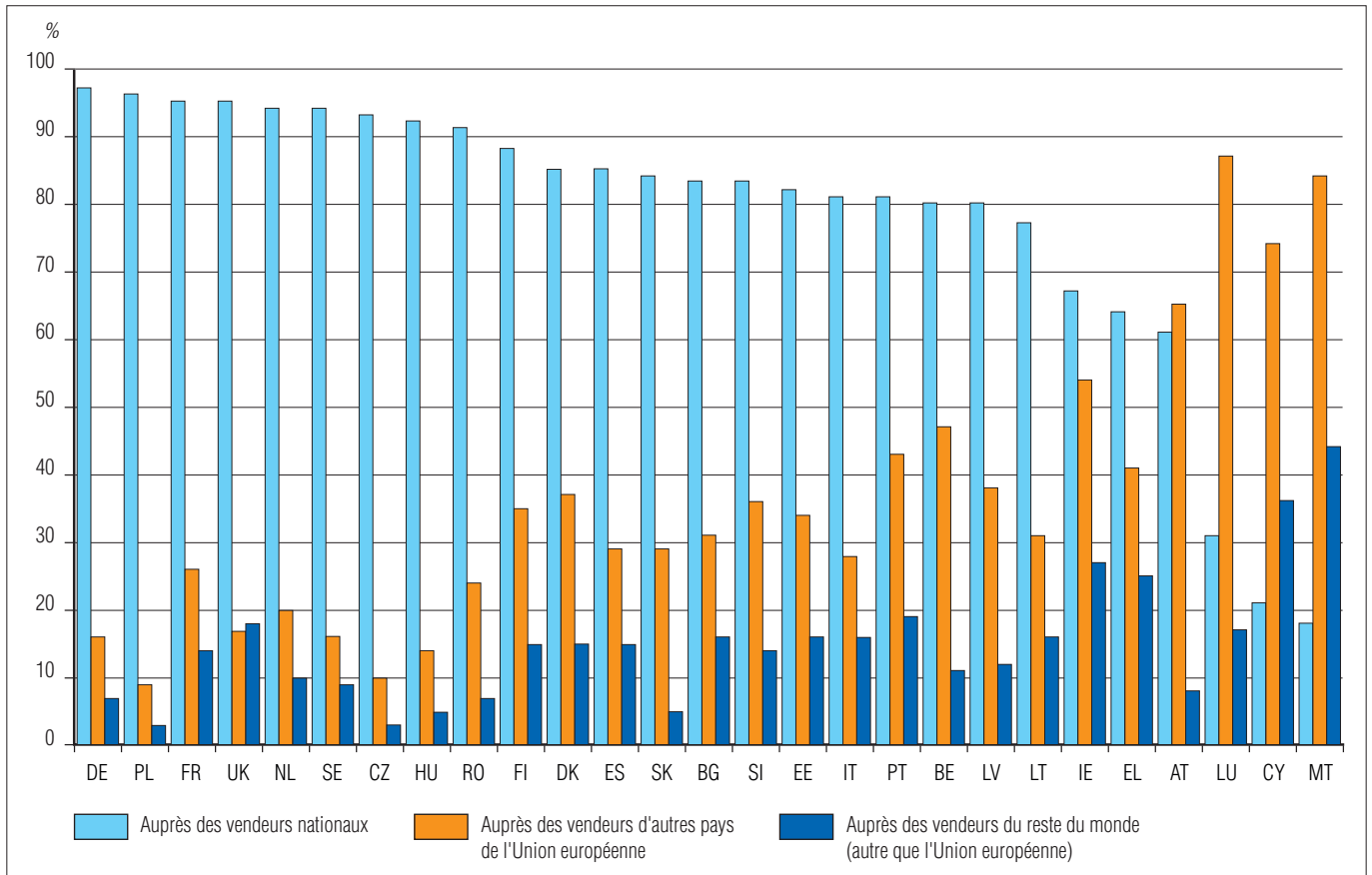
En revanche, le sexe n'est pas un critère discriminant parmi les personnes diplômées puisque 72 % de femmes et autant d'hommes ont commandé par l'internet en 2009. En 2008, la proportion de femmes était même supérieure à celle des hommes (67 % contre 65 %).

**Graphique 8 – Particuliers ayant commandé des biens ou des services sur l'internet au cours de l'année, par niveau d'éducation, Union européenne des 27 et France, 2006-2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

**Graphique 9 – Commandes par l'internet de biens ou services pour usage privé, par origine des vendeurs, 27 pays de l'Union européenne, 2009**



Source : Eurostat, enquête Technologie de l'information et de la communication/DEPS, 2010

Enfin, à l'exception du Luxembourg, de Malte, de Chypre et de l'Autriche, les consommateurs de l'Union européenne ont privilégié des vendeurs nationaux au cours de l'année 2009. Les particuliers français sont 95 % à avoir commandé des biens ou services par l'internet auprès de

vendeurs nationaux au cours des douze derniers mois ; 26 % auprès des vendeurs d'autres pays de l'Union européenne et 14 % auprès de vendeurs du reste du monde (autres que l'Union européenne) (graphique 9). ■

## Éléments de méthodologie

L'enquête communautaire sur les technologies de l'information et de la communication (TIC ou, en anglais, ICT "Information and Communication Technologies") réalisée auprès des ménages a pour objectif de collecter des informations :

- décrivant l'équipement et les usages des ménages dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (informatique, dispositifs d'accès à l'internet et au haut débit, téléphonie) ;
- concernant les fréquences d'utilisation, les compétences en la matière ainsi que les obstacles au recours aux nouvelles technologies, les achats en ligne, les services en ligne, la sécurité.

Cette enquête s'inscrit dans le cadre du règlement n° 808/2004 adopté le 21 avril 2004 par le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne concernant les statistiques communautaires sur la société de l'information.

Les résultats présentés sont extraits de la base de données d'Eurostat, l'office statistique de la Commission européenne chargé de fournir des statistiques permettant des comparaisons entre les États et les régions (<http://ec.europa.eu/eurostat>). En France, l'enquête est réalisée par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee).

Le champ communautaire couvre les ménages comptant au moins une personne âgée de 16 à 74 ans et les particuliers âgés de 16 à 74 ans : en 2009, l'échantillon de l'Union européenne des 27 contenait 161 140 ménages et 209 843 individus.

Depuis 2002, l'enquête est de périodicité annuelle ; la période de référence est le premier trimestre de l'année courante. De plus elle évalue chaque année des thèmes spécifiques : en 2008, elle concernait les usages ; en 2009, les achats en ligne : les particuliers étaient interrogés sur leurs achats de biens ou services en ligne pour usage personnel au cours des douze derniers mois précédant l'enquête.

Code des pays :

EU 27 Union européenne (27 pays)	EL Grèce	MT Malte
AT Autriche	ES Espagne	NL Pays-Bas
BE Belgique	FI Finlande	PL Pologne
BG Bulgarie	FR France	PT Portugal
CY Chypre	HU Hongrie	RO Roumanie
CZ République tchèque	IE Irlande	SE Suède
DE Allemagne (incluant l'ex-RDA à partir de 1991)	IT Italie	SI Slovénie
DK Danemark	LT Lituanie	SK Slovaquie
EE Estonie	LU Luxembourg (Grand-Duché)	UK Royaume-Uni
	LV Lettonie	

## Définitions de quelques termes techniques

**Technologies de l'information et de la communication (TIC)** : acronyme qui désigne les technologies de l'information et de la communication est un concept vaste qui englobe non seulement les équipements et les techniques utilisés dans le traitement et la transmission des informations, que ce soit dans les domaines de l'informatique, de l'internet, de la télévision et des télécommunications, mais aussi les usages qui se développent autour de l'utilisation de ces nouveaux supports. Par extension, on parle aussi de société de l'information.

**Ordinateur de bureau** : ordinateur avec clavier et écran qui demeure dans un endroit déterminé.

**Ordinateur portable (laptop)** : ordinateur assez petit pour être transporté et capable d'effectuer les mêmes tâches qu'un ordinateur de bureau. Les ordinateurs de poche, bien que portables, n'en font pas partie.

**Ordinateur « à main » ou « de poche » (palmtop ou PDA pour Personal digital assistant)** : ordinateur ou assistant numérique personnel qui peut être utilisé tenu dans la main et stocké dans un étui ou une poche.

**Modem** (abréviation de modulateur-démodulateur) : appareil servant à traduire des informations numériques en signaux analogiques, et inversement.

**Haut débit ou « à large bande »** : caractérise une liaison permettant de transmettre de grandes quantités de données. Toute connexion dont le débit (ascendant) est de 128 ko (kilo-octet) au minimum sera considérée comme du haut débit.

**DSL (Digital Subscriber Line)** : ligne d'accès qui permet un débit de transmission des signaux numériques supérieur à celui d'un modem à fréquence vocale (débit supérieur à 144 kbit/seconde).

**ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line)** : l'ADSL permet de transporter plusieurs mégabits par seconde sur les fréquences hautes des deux fils de cuivre du téléphone. Les données peuvent être transmises jusqu'à 20 Mbits/seconde en téléchargement.

**SDSL (Symmetric Digital Subscriber Line)** : la SDSL est une technique qui, contrairement à la ligne ADSL, a des débits symétriques : son débit en réception (download) est égal au débit en envoi (upload).

**Autre connexion à large bande** : tout accès haut débit à l'internet qui n'utilise pas les technologies DSL (exemples : le câble modem, le réseau Lan – Local area network –, la technologie FWA – Fixed Wireless Access).

**Accès sans fil à l'internet** : accès à l'internet par des moyens de radiocommunication, par exemple selon les normes internationales dites Wifi (abréviation de l'anglais wireless fidelity) et Wimax (Worldwide Interoperability for Microwave Access).

**Clé 3G** : troisième génération de téléphones basée sur l'UMTS.

**WAP** (*Wireless Application Protocol*) : protocole de communication qui permet d'accéder à l'internet à partir d'un appareil sans fil, par exemple un téléphone portable ou un assistant personnel.

**GPRS** (*Global Packet Radio Services*) : support de transmission de données entre un téléphone portable 2G et l'internet. Le débit de transmission peut atteindre 115 kbit/seconde.

**UMTS** : *Universal Mobile Telecommunications System*. Système de téléphonie mobile de troisième génération (3G). Elle permet des débits numériques jusqu'à 2 Mbits/seconde.

**Mesures informatiques** : en informatique, l'unité de base est le bit (*binary digit*), 8 bits forment un octet. 1 ko-octet (ko) =  $10^3 = 1\,024$  octets ; 1 méga-octet (Mo) =  $10^6 = 1\,048\,576$  octets ; 1 giga-octet (Go) =  $10^9 = 1\,073\,741\,824$  octets. Le kilobit par seconde (kbit/s) est une unité permettant de mesurer la vitesse de transfert de données.

## RÉSUMÉ

Issue de l'enquête européenne « TIC – Technologies de l'information et de la communication », l'exploitation des données pour la France permet de comparer l'équipement informatique et les usages numériques des Français par rapport à leurs voisins européens. Si l'utilisation quotidienne d'un ordinateur et l'accès à l'internet concernent désormais plus d'un Français sur deux, l'âge et le sexe restent des critères discriminants pour l'usage des nouvelles technologies : les hommes y ont plus recours que les femmes, les jeunes plus que leurs aînés. La communication (messagerie) et les loisirs culturels font partie des activités préférées des usagers de l'internet, tandis que le commerce en ligne et les services, notamment bancaires, se développent depuis 2006. Le déploiement des pratiques nomades est encore émergent. Au plan européen, l'écart est net entre les pays du Nord, fortement équipés et familiers des usages numériques, et les pays du Sud, où l'équipement numérique est plus récent.

## ABSTRACT

*Data from the European "ICT: Information and Communications Technologies" survey provides an opportunity to compare France's computer equipment ownership and digital activity levels with those of its European neighbours. Although over 50% of French people make daily use of computers and access the internet, age and sex remain differentiating factors in new technology usage, with men making more use of it than women, and younger people more than older people. Communications (messaging) and cultural leisure activities are amongst internet users' favourite activities, whilst online trading and services, particularly online banking, have been on the increase since 2006. The spread of nomadic practices is still gaining momentum. At European level, there is a marked disparity between northern European countries, with their high levels of computing competence and ownership, and southern Europe where the adoption of computer equipment is more recent.*

---

Tous les documents publiés par le DEPS sont téléchargeables sur <http://www.culture.gouv.fr/deps>

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ces documents, nous vous proposons de vous informer régulièrement des parutions par message électronique. Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse [contactdeps.ddai@culture.gouv.fr](mailto:contactdeps.ddai@culture.gouv.fr)