

BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine

Réalisé par Médiamétrie

Cinquième édition – 4^e trimestre 2012

Un outil :

- **Initié par la chaire Économie numérique** de l'Université Paris-Dauphine, sous la direction scientifique du Professeur Dominique Roux
- **Réalisé avec Médiamétrie**
- **Chaque trimestre** depuis le quatrième trimestre 2011
- Consacré à **l'économie numérique sous toutes ses formes** : Internet, télécommunications, information et médias, contenus et services numériques, e-commerce, m-commerce...
- Permettant de **suivre l'évolution des équipements, des consommations et des usages numériques** des Français
- Au travers de **trois volets** :
 - I. Les **Grands indicateurs numériques**
 - II. Les **Questions barométriques**
 - III. Les **Questions d'actualité**

I. Grands indicateurs numériques

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

1. Équipement des foyers

1. Équipement des foyers

Foyers équipés micro-ordinateurs

Ensemble des foyers équipés d'au moins un ordinateur

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 21 058 000 | 76,7 % | + 1,3 % | + 4,4 % |

Malgré une large démocratisation et un marché arrivant à maturité, l'équipement en micro-ordinateur continue de progresser avec près d'un million de nouveaux équipés en 2012 (on est passé de 20 162 000 foyers équipés au 4^e trimestre 2011 à 21 058 000 foyers équipés fin 2012, soit une hausse de plus de 4 %).

1. Équipement des foyers

Foyers accédant Internet

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

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 20 441 000 | 74,5 % | + 0,7 % | + 2,7 % |

Le nombre de foyers accédant à Internet suit une croissance plus lente que celle de l'équipement, avec 545 000 nouveaux accédants en 2012 (on comptait 19 896 000 foyers équipés au 4^e trimestre 2011, contre 20 441 000 ce trimestre), soit une hausse de 2,7 % en un an.

1. Équipement des foyers

Foyers accédant Internet haut débit

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

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|------|---|------------------------|
| 19 499 000 | 71 % | + 0,5 % | + 5,3 % |

Cependant, le nombre de foyers accédant à Internet en haut débit croît plus rapidement : on compte 973 000 nouveaux foyers connectés en haut débit en un an, soit une hausse de plus de 5 %. On soulignera que la moitié d'entre eux est passée d'une offre bas débit à une offre haut débit en 2012.

1. Équipement des foyers

Foyers équipés TV connectée (Smart TV)

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

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, ensemble des foyers (27 455 000 foyers)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 3 816 000 | 13,9 % | + 10,3 % | + 84,1 % |

Le nombre de foyers équipés de TV connectée (Smart TV) continue sa croissance exponentielle : il a augmenté de plus de 10 % depuis le trimestre dernier et de plus de 84 % depuis le 4^e trimestre 2011 : ce sont près de 2 millions de foyers qui se sont équipés en un an.

2. Usages Internet par individu

2. Usages Internet par individu

Nombre d'internautes (dernier mois)

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

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 41 176 000 | 75,9 % | + 1,1 % | + 3,3 % |

La barre des 41 millions de Français qui se sont connectés à Internet au cours du dernier mois est désormais franchie. En un an, le nombre d'internautes a connu une hausse importante : + 1 298 000 internautes entre le 4^e trimestre 2011 et le 4^e trimestre 2012.

2. Usages Internet par individu

Achat en ligne (dernier mois)

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

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : Internaute de 11 ans et plus – Périmètre de référence : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 19 636 000 | 36,2 % | + 9,3 % | + 5,2 % |

Effet de saisonnalité marquant pour l'achat en ligne : la période de fin d'année lui a en effet donné une réelle impulsion, avec une hausse de près de 10 % au cours du dernier mois (+ 1 670 000 acheteurs en ligne entre le 3^e et le 4^e trimestre 2012).

2. Usages Internet par individu

Banque en ligne (dernier mois)

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

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : Internaute de 16 ans et plus – Périmètre de référence : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 21 786 000 | 40,2 % | - 0,4 % | + 4,1 % |

Près de 22 millions de Français ont consulté un site de banque en ligne au cours du dernier mois : un taux qui reste désormais relativement stable, après une période de croissance plus importante entre le 3^e trimestre 2011 et le 2^e trimestre 2012. En un an, 4 % d'internautes supplémentaires ont utilisé ce service.

2. Usages Internet par individu

Inscrit au moins à un site communautaire

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

Source : Observatoire des Usages Internet – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : Internaute de 11 ans et plus – Périmètre de référence : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 29 148 000 | 53,8 % | - 3,1 % | + 12,5 % |

Les sites communautaires fédèrent toujours les internautes et font partie de leur quotidien : + 3 millions d'inscrits à au moins un site communautaire en un an, soit une hausse de 12,5 %, et un taux d'assiduité qui gagne des points.

3. Usages mobile par individu

3. Usages mobile par individu

Nombre d'utilisateurs principaux téléphone mobile

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 218 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|------|---|------------------------|
| 44 975 000 | 83 % | + 0,4 % | + 1,2 % |

Le nombre d'utilisateurs de téléphone mobile reste globalement stable, avec une légère hausse de 1,2 % en un an, soit 515 000 nouveaux utilisateurs.

3. Usages mobile par individu

Nombre d'équipés Smartphone

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T3, T1 2012 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 15 ans et plus (42 649 000 personnes)

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

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

Le nombre d'individus équipés de Smartphone ne cesse quant à lui de progresser : il a augmenté de 23 % entre le 1^{er} et le 3^e trimestre 2012 et de 40 % en un an. Entre le 3^e trimestre 2011 et le 3^e trimestre 2012, c'est près de 7 millions de personnes qui se sont équipées.

Plus de 55 % des individus équipés d'un mobile possèdent aujourd'hui un Smartphone.

3. Usages mobile par individu

Nombre de mobinautes (dernier mois)

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (44 975 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 23 590 000 | 52,4 % | + 5,7 % | + 24 % |

La pratique de l'internet sur mobile continue de se développer : on dénombre plus de 4,5 millions de nouveaux mobinautes en 2012, soit une hausse annuelle de 24 %.

Aujourd'hui, plus de 50 % des personnes équipées d'un mobile utilisent Internet depuis leur téléphone.

3. Usages mobile par individu

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

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (44 975 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 19 028 000 | 42,3 % | + 7,9 % | + 35,1 % |

L'envoi et la consultation de mails depuis son mobile continuent de séduire les équipés. Ce trimestre, 42 % des équipés mobiles ont pratiqué cette activité, et elle a connu une hausse annuelle de 35 % (près de 5 millions de personnes supplémentaires ont envoyé ou consulté un email depuis leur mobile entre le 4^e trimestre 2011 et le 4^e trimestre 2012).

3. Usages mobile par individu

Achat sur mobile

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

Source : Téléphonie et Services Mobiles/Mobile Consumer Insight – Médiamétrie – T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (44 975 000 personnes)

| Au 4 ^e trimestre 2012 | | Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2012 | Évolution depuis un an |
|----------------------------------|--------|---|------------------------|
| 4 723 000 | 10,5 % | + 25 % | + 4,1 % |

L'achat depuis son mobile est une activité plus saisonnière : si le nombre de m-acheteurs est resté plutôt stable tout au long de l'année, il a progressé ce trimestre de 25 % : 10,5 % des équipés mobiles ont déjà utilisé ce service fin 2012, contre 8 % au 3^e trimestre 2012.

II. Questions barométriques

1. Vous, personnellement, combien payez-vous votre forfait mobile (hors dépassement) ?
2. Quelles sont les principales raisons qui pousseraient votre foyer à changer de fournisseur d'accès à Internet ?
3. Savez-vous qu'il est possible d'acheter depuis votre mobile sur Internet des produits et des services ?

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

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | T1 2013 | Depuis T4 2012 | Depuis un an |
|--|---------------|------------------|------------------|
| Moins de 10 € | 13,8 % | + 40,9 % | + 86,8 % |
| De 11 à 20 € | 26 % | - 8,7 % | + 3,4 % |
| De 21 à 30 € | 23,1 % | + 5,3 % | - 10,6 % |
| De 31 à 50 € | 17,6 % | - 0,5 % | - 17,6 % |
| De 51 à 80 € | 6,3 % | + 4,8 % | - 4 % |
| Plus de 80 € | 1,1 % | Non significatif | Non significatif |
| Je n'ai pas de forfait mobile | 3,9 % | - 29,9 % | - 42,5 % |
| Il est compris dans un autre abonnement | 5,1 % | - 3,9 % | + 82,3 % |
| Je ne sais pas, je n'en connais pas le montant | 1 % | - 26,8 % | Non significatif |
| Je n'ai pas de mobile en ce moment | 2,1 % | - 16 % | - 23,2 % |

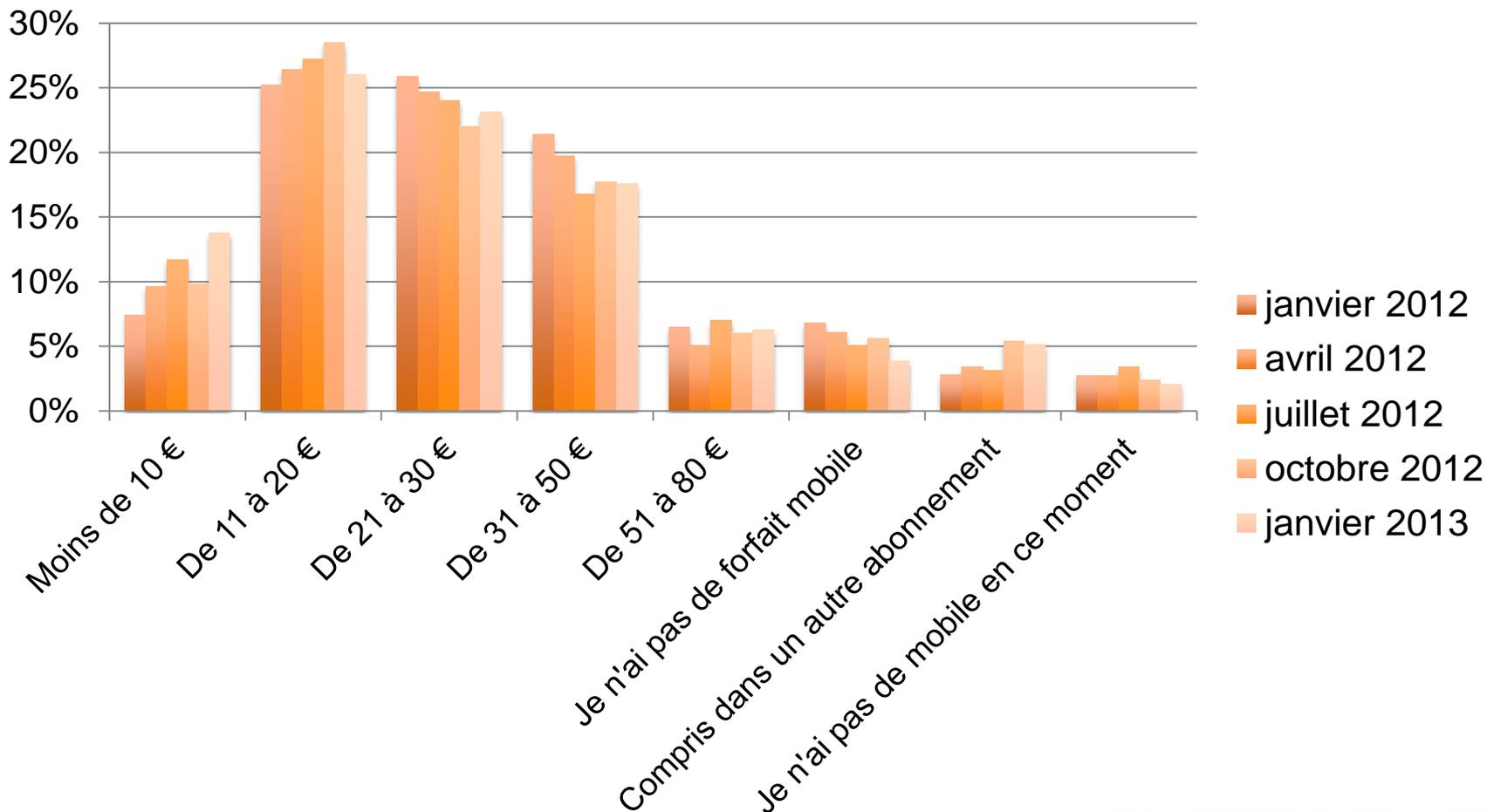
Ce trimestre, la tendance est toujours à la baisse du montant consacré au forfait mobile : aujourd'hui, plus de 3 Français sur 5 paient moins de 30 € par mois pour leur abonnement. Le nombre de personnes ayant déclaré payer moins de 10 € est celui qui connaît la plus forte augmentation (+ 40,9 %), signe du succès des offres à très bas prix. En revanche, la part des Français payant leur forfait de 11 à 20 € diminue (- 8,7 %). Nous retrouvons ainsi la même proportion d'individus payant leur forfait moins de 20 € qu'aux deux semestres précédents : près de 2 personnes sur 5.

En un an, ce sont les abonnements à moins de 10 € qui ont le plus progressé (+ 86,8 %), boostés par le lancement de l'offre Free mobile le 10 janvier 2012, tandis que la baisse la plus importante touche les forfaits compris entre 31 et 50 € (- 17,6 %). On assiste ainsi à un transfert des abonnés à des offres comprises entre 21 et 50 € vers des forfaits moins onéreux (moins de 20 €).

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



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

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

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | T1 2013 | Depuis T4 2012 | Depuis un an |
|---|---------------|-----------------|-----------------|
| Le prix de l'abonnement | 71,4 % | + 5,3 % | - 15,9 % |
| Le débit (rapidité, puissance) de la connexion | 42,5 % | + 19 % | + 27 % |
| La qualité de la connexion (fiabilité, disponibilité) | 41,9 % | + 14,3 % | + 14,2 % |
| Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur...) | 25,1 % | + 5,8 % | - 16,5 % |
| L'assistance, le service client | 24,2 % | + 14,1 % | + 7,4 % |
| Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur | 22,5 % | + 23,4 % | - 0,9 % |
| L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film...) | 12,4 % | + 17,6 % | - 2,1 % |

En 2013, comme en 2012, le prix de l'abonnement est la raison principale qui pousserait les foyers français à changer de fournisseur d'accès à Internet : plus de 2 Français sur 3 seraient prêts à changer de FAI s'ils trouvaient un abonnement moins cher. Mais si cette tendance est en légère hausse ce trimestre (+ 5,3 %), elle a eu tendance à diminuer au profit d'autres critères entre le 1^{er} trimestre 2012 et le 1^{er} trimestre 2013 (-15,9 %).

Ainsi, les Français sont de plus en plus sensibles au débit de leur connexion : + 19 % ce trimestre et + 27 % en un an. Cette progression est la plus forte sur la période et fait aujourd'hui du débit le 2^e critère le plus déterminant.

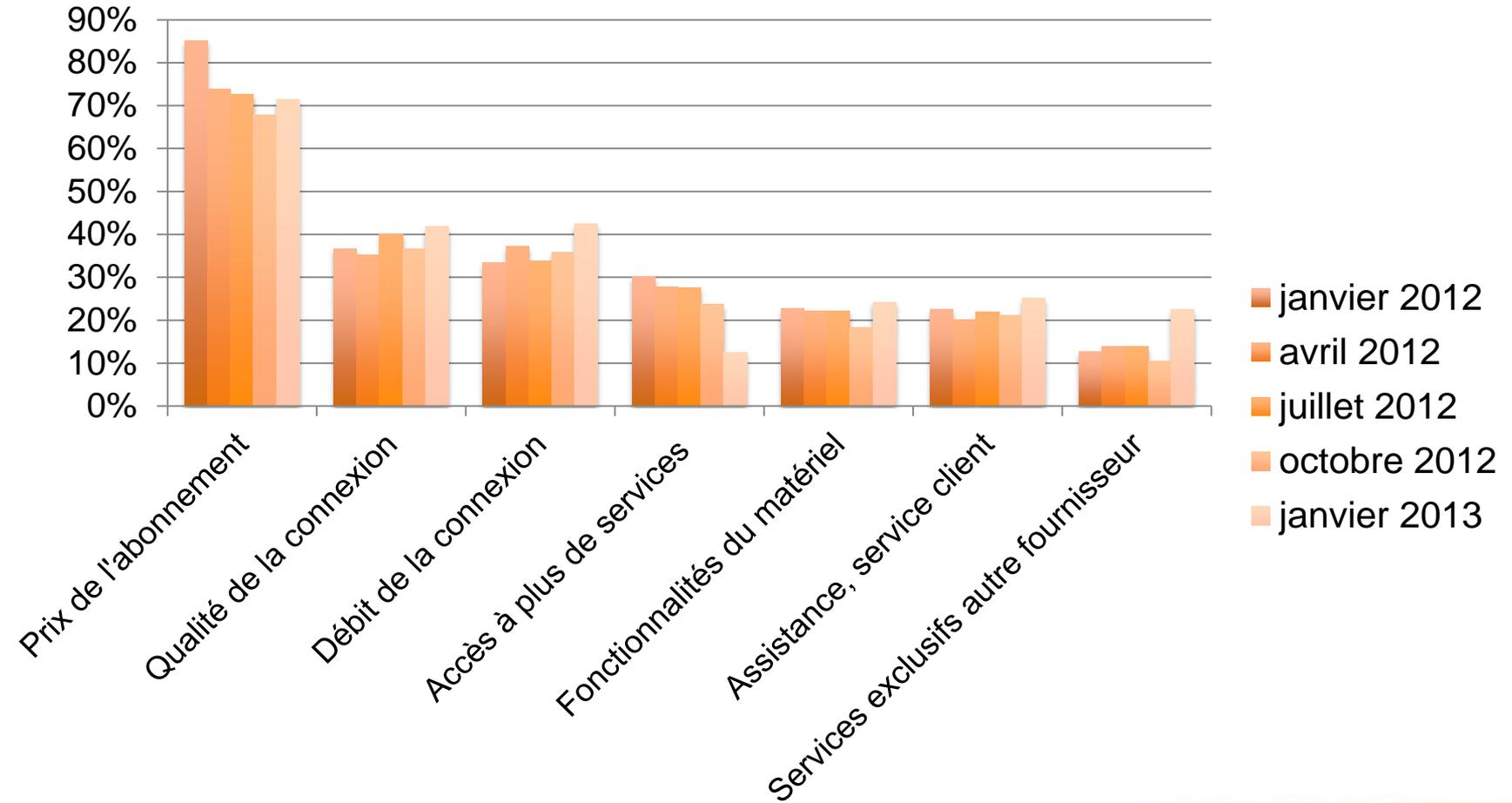
La qualité de la connexion prend également plus d'importance : + 14 % au 1^{er} trimestre 2013 et depuis un an.

Ces tendances sont sans doute à mettre en lien avec les informations disponibles autour de la 4G, mais également avec l'équipement de plus en plus important des foyers en télévisions connectées, qui rend indispensable l'accès à une connexion et à un débit de qualité.

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

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



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

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

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | T1 2013 | SEXE | | ÂGE | | | REGION | | CSP | | |
|------------|---------------|---------------|--------|---------------|--------|---------|---------------|----------|---------------|--------|----------|
| | | H | F | 15-34 | 35-49 | 50 et + | IDF | Province | CSP + | CSP - | Inactifs |
| OUI | 89,5 % | 90,8 % | 88,2 % | 91,9 % | 89,8 % | 86,5 % | 91,8 % | 88,8 % | 93,1 % | 88,6 % | 86,9 % |
| NON | 10,5 % | 9,2 % | 11,8 % | 8,1 % | 10,2 % | 13,5 % | 8,3 % | 11,2 % | 7 % | 11,4 % | 13,1 % |

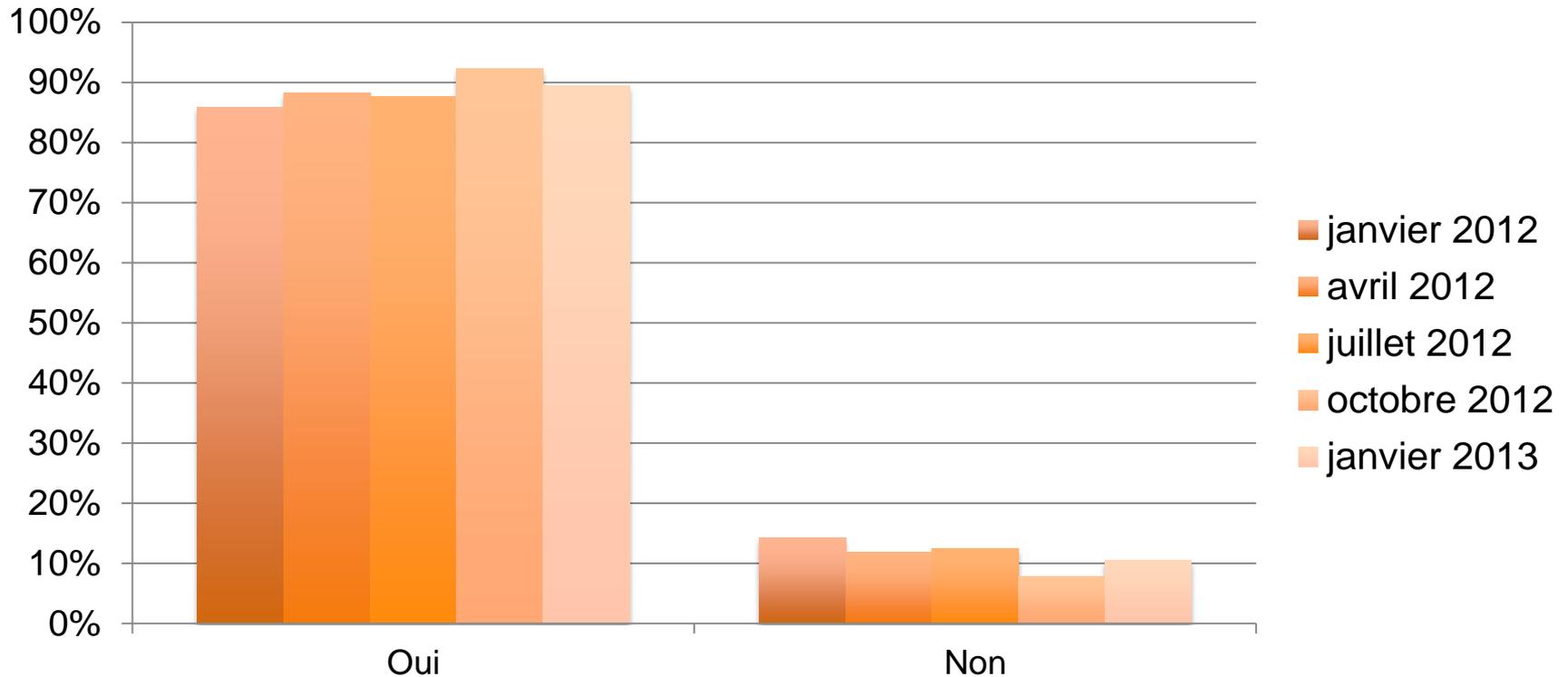
Ce trimestre est marqué par une stabilisation du niveau de notoriété du commerce mobile autour des 90 %. Elle progressé de 4,3 % en un an, entre le 1^{er} trimestre 2012 et le 1^{er} trimestre 2013.

Les hommes, les 15-34 ans, les Franciliens et les CSP + sont les mieux informés : plus de 90 % d'entre eux savent qu'il est possible d'effectuer des achats depuis un mobile.

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

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



III. Questions d'actualité

1. Au cours des 12 derniers mois, par quels canaux avez-vous acheté des livres imprimés ?
2. Avez-vous déjà lu un livre numérique ?
3. Si oui, sur quel support ?

1. Au cours des 12 derniers mois, par quels canaux avez-vous acheté des livres imprimés ?

1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté un ou plusieurs livres imprimés par l'un des canaux suivants ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

Réponse multiple

| | |
|---|---------------|
| Dans une grande surface culturelle spécialisée (FNAC, Virgin, Espaces culturels Leclerc, Cultura, ...) | 49,4 % |
| Dans une librairie (grandes librairies, librairies spécialisées, maisons de la presse, librairies-papeteries) | 41,3 % |
| Sur Internet (Fnac.com, Amazon.fr, ...) | 39,1 % |
| Dans une grande surface (hypermarché, supermarché) | 30,2 % |
| Par un club ou par le biais de la vente par correspondance (hors Internet) | 11,9 % |
| Dans un magasin de livres d'occasion | 10,6 % |
| Autres (comités d'entreprise, kiosques, gares, salons, ...) | 4,5 % |
| Je n'ai pas acheté de livre imprimé au cours des 12 derniers mois | 16,3 % |

Près de la moitié des Français a acheté un livre dans une grande surface culturelle spécialisée au cours des 12 derniers mois. Ainsi, malgré les difficultés économiques qu'elles rencontrent, symbolisées notamment par le placement en redressement judiciaire de Virgin Mégastore, les grandes surfaces culturelles spécialisées constituent aujourd'hui le premier lieu d'achat de livres, suivies des librairies, des sites Internet (choisis par 2 Français sur 5), et dans une moindre mesure des grandes surfaces.

1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté un ou plusieurs livres imprimés par l'un des canaux suivants ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

Réponse multiple

| | ÂGE | | | CSP | | |
|--|-----------|---------------|-------------|---------------|--------|----------|
| | 15-34 ans | 35-49 ans | 50 ans et + | CSP + | CSP - | Inactifs |
| Dans une grande surface culturelle spécialisée | 49,6 % | 52,8 % | 46,5 % | 58,7 % | 45,6 % | 44,4 % |
| Dans une librairie | 36,4 % | 44,8 % | 43,5 % | 48,7 % | 32,8 % | 42,1 % |
| Sur Internet | 36 % | 45,2 % | 37,3 % | 49,9 % | 31,1 % | 36,5 % |
| Dans une grande surface | 28,2 % | 35,6 % | 27,8 % | 33,1 % | 31,8 % | 26 % |
| Par un club ou par correspondance | 11 % | 12,3 % | 12,4 % | 9,3 % | 12,7 % | 13,4 % |
| Dans un magasin de livres d'occasion | 8,9 % | 11,7 % | 11,6 % | 12,5 % | 9,1 % | 10,2 % |
| Autres | 5 % | 4,9 % | 3,6 % | 6,3 % | 3,3 % | 3,9 % |
| Je n'ai pas acheté de livre imprimé | 19,3 % | 12,4 % | 16,4 % | 8,5 % | 21,2 % | 19,1 % |

Constatons qu'Internet se situe aujourd'hui presque au même niveau que les librairies classiques, les dépassant même chez les 35-49 ans et les CSP+ : les achats sur les sites de e-commerce sont bien entrés dans les habitudes des Français. Ces deux modes de consommation sont aujourd'hui complémentaires, notamment dans le type de conseils fournis au client, qui peut se fier soit à l'expertise d'un libraire soit aux recommandations des internautes et aux suggestions automatiques sur des sites tels qu'Amazon ou Fnac.com.

2. Avez-vous déjà lu un livre numérique ?

2. Avez-vous déjà lu un livre numérique ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

| | TOTAL | SEXE | | ÂGE | | | RÉGION | | CSP | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------|---------------|---------------|----------|---------------|---------------|---------------|
| | | H | F | 15-34 | 35-49 | 50 et + | IDF | Province | CSP + | CSP - | Inactifs |
| Oui | 19,3 % | 23 % | 15,5 % | 22,1 % | 19,1 % | 16,4 % | 21,5 % | 18,7 % | 24,2 % | 16,3 % | 17,4 % |
| Non, mais j'envisage de le faire | 25,5 % | 25,9 % | 25,1 % | 21,3 % | 24,8 % | 30,7 % | 28,3 % | 24,8 % | 24,7 % | 24,4 % | 27,2 % |
| Non, et je ne l'envisage pas | 55,2 % | 51 % | 59,4 % | 56,6 % | 56,1 % | 53 % | 50,3 % | 56,6 % | 51,1 % | 59,2 % | 55,4 % |

À ce jour, moins d'une personne interrogée sur cinq a déjà lu un livre numérique : cette activité ne s'est donc pas encore complètement démocratisée au sein de la population.

C'est parmi les hommes, les 15-34 ans et les CSP+ que cette pratique est la plus répandue, ce qui correspond à un profil d'early adopters.

En revanche, plus de la moitié des Français n'a jamais lu un livre numérique et n'envisage pas de le faire. Les femmes et les CSP- sont les moins convaincus puisque respectivement 59,4 % et 59,2 % d'entre eux déclarent ne pas avoir l'intention de lire un livre numérique.

Au contraire, s'ils sont peu nombreux à avoir pour l'instant tenté l'expérience, les 50 ans et + sont les plus enthousiastes pour ce nouveau mode de lecture : ils sont 30,7 % à envisager d'essayer.

Les perspectives de croissance sont donc importantes, à condition de réussir à convaincre les sceptiques.

3. Sur quels supports avez-vous déjà lu un livre numérique ?

3. Sur quels supports avez-vous déjà lu un livre numérique ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant déjà lu un livre numérique

Réponse multiple

| | |
|--|--------|
| Sur une tablette, c'est-à-dire un écran tactile ultraplat permettant d'accéder à Internet et de lire des contenus multimédia | 45,1 % |
| Sur une liseuse, c'est-à-dire une tablette tactile permettant de lire des livres numériques | 29,5 % |
| Sur un Smartphone | 26,7 % |
| Sur un ordinateur portable | 26,1 % |
| Sur un ordinateur fixe | 16,3 % |
| Sur un autre support | 1 % |

La tablette est l'appareil le plus utilisé pour la lecture de livres numériques : près de la moitié des lecteurs a choisi ce support (plus de 45 %). Elle devance ainsi la liseuse, qui n'arrive qu'en deuxième position. Les Français privilégient donc un appareil multifonction au détriment d'un support spécialisé.

Le Smartphone et l'ordinateur portable sont plus en retrait, même s'ils ont été utilisés chacun par plus d'un quart des lecteurs.

Ainsi, si l'équipement de la population explique certainement la différence entre la pratique sur tablette ou sur liseuse, c'est certainement l'ergonomie qui pousse les Français à utiliser leur Smartphone plutôt que leur ordinateur. Soulignons que des campagnes menées à l'occasion des fêtes de fin d'année (comme l'application « 12 jours de cadeaux » d'Apple), ont sans doute boosté la lecture de livres numériques sur Smartphone.

3. Sur quels supports avez-vous déjà lu un livre numérique ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2013, T1, T2, T3 et T4 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant déjà lu un livre numérique

Réponse multiple

| | SEXE | | ÂGE | | | RÉGION | | CSP | | |
|----------------------------|--------|--------|---------------|---------------|---------------|--------|----------|--------|--------|----------|
| | H | F | 15-34 | 35-49 | 50 et + | IDF | Province | CSP + | CSP - | Inactifs |
| Sur une tablette | 47,5 % | 41,4 % | 46,3 % | 50,5 % | 38 % | 46,8 % | 44,6 % | 48,6 % | 42 % | 43,3 % |
| Sur une liseuse | 28,8 % | 30,6 % | 20,5 % | 32,2 % | 40,1 % | 38,7 % | 26,6 % | 30,1 % | 22,2 % | 35,1 % |
| Sur un Smartphone | 30,3 % | 21,2 % | 35,9 % | 23,1 % | 16,7 % | 32,5 % | 24,8 % | 30,7 % | 26,9 % | 21,2 % |
| Sur un ordinateur portable | 24,9 % | 28 % | 30,9 % | 25,5 % | 19,8 % | 23,4 % | 27 % | 22,1 % | 32,4 % | 26 % |
| Sur un ordinateur fixe | 19,4 % | 11,6 % | 16,9 % | 16 % | 15,8 % | 13,9 % | 17,1 % | 14,4 % | 22,2 % | 13,7 % |
| Sur un autre support | 0,9 % | 1,2 % | 0,6 % | 1,9 % | 0,8 % | NS* | 1,3 % | NS* | 3,7 % | NS* |

*NS : Non significatif = < 1 %

A noter aussi que le choix du support varie fortement en fonction de l'âge : les 15-34 ans sont les plus grands utilisateurs de Smartphone, les 35-49 ans sont les plus nombreux à lire sur une tablette tandis que c'est parmi les 50 ans et + que la liseuse est la plus populaire.

Méthodologie

I. Grands indicateurs numériques

Méthodologie

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

1. **Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk – T4, T3, T2 et T1 2012, T4 et T3 2011**
 - **22 000 foyers interrogés par an** en face à face et via un système CAPI (Computer Assisted Personal Interview)
 - Recensement rapproché des ventes réelles issues des panels distributeurs du groupe GFK
2. **Observatoire des usages Internet – T4, T3, T2 et T1 2012, T4 et T3 2011**
 - Enquête téléphonique dédiée réalisée **chaque mois** auprès de **1 000 individus** âgés de 11 ans et +, dont 15 % d'exclusifs mobile
 - Population de référence établie à partir des données INSEE
 - Dispersion optimale des interviews sur l'ensemble du territoire
 - Représentativité assurée en amont et contrôlée en aval
3. **Mobile Consumer Insight-Téléphonie et Services Mobiles – T4, T3, T2 et T1 2012, T4 et T3 2011**

Téléphonie et Services Mobiles

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

Mobile Consumer Insight

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

II. Questions barométriques

III. Questions d'actualité

Méthodologie

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

- Enquête réalisée par Internet
- Auprès de **1985 internautes** de 15 ans et +
- Entre le 17 janvier 2013 et le 31 janvier 2013

Chaire Économie Numérique

Fondation Dauphine

Place du Maréchal de Lattre de Tassigny

75775 PARIS Cedex 16

<http://www.fondation.dauphine.fr/nos-chaire/chaire-Économie-numerique/chaire/9/>

Responsable scientifique

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

Chargée de mission

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