

BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine

Réalisé par Médiamétrie

Neuvième édition – 4^e trimestre 2013

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

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 et T1 2013, T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011
Base : France, ensemble des foyers (27 628 000 foyers)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
5 166 000	18,7 %	+ 4,5 %

Les Smart TV continuent de s'installer dans les foyers français. En un an (4 310 000 foyers équipés au 1^{er} trimestre 2013), plus de 800 000 nouveaux foyers en sont équipés.

1. Équipement des foyers

Foyers équipés tablette tactile

Ensemble des foyers équipés d'au moins une tablette tactile

Source : Référence des Équipements Multimédia – Médiamétrie/Gfk – T4, T3, T2 et T1 2013

Base : France, ensemble des foyers (27 628 000 foyers)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
7 929 000	28,7 %	+ 16,2 %

La tablette tactile connaît, elle aussi, un succès important en fin d'année 2013. Plus d'un million de foyers (+ 16,2 %) se sont équipés entre le 3^e et le 4^e trimestre 2013.

2. Usages Internet par individu

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 et T1 2013, T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, individus âgés de 11 ans et plus (54 411 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
20 399 000	37,5 %	+ 7,1 %

On remarque un effet « fêtes de fin d'année » pour l'achat en ligne, avec plus de 1,4 millions de nouveaux acheteurs par rapport au trimestre précédent.

2. Usages Internet par individu

Inscrit au moins à un site communautaire

Ensemble des internautes tous supports (dernier mois) âgés de 15 ans et plus déclarant être inscrits sur au moins un site communautaire du type Facebook, Twitter, Myspace, Youtube, Viadéo ...

Source : Web Observatoire – Médiamétrie – T4, T3, T2 et T1 2013

Base : France, internautes tous supports de 15 ans et plus (41 942 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
31 973 000	76,2 %	+ 0,2 %

Les sites communautaires fédèrent toujours les internautes, avec près de 32 millions d'inscrits, mais ne gagnent pas de nouveaux adeptes ce trimestre.

La publicité dont ils bénéficient à travers les émissions TV, notamment, peut peut-être leur redonner une impulsion.

2. Usages Internet par individu

* *Nouvel indicateur*

Formalités administratives en ligne (dernier mois)

Ensemble des internautes tous supports, âgés de 15 ans et plus, affirmant avoir effectué des formalités administratives en ligne au cours du dernier mois (déclaration d'impôts, demande de passeport, allocations familiales, ...)

Source : Web Observatoire – Médiamétrie – T4 2013

Base : France, internautes tous supports de 15 ans et plus (41 942 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013	
20 708 000	49,4 %

La réalisation de formalités administratives sur Internet (quel que soit l'écran utilisé) est une pratique désormais entrée dans les usages quotidiens des internautes, puisqu'elle concerne un internaute sur deux.

2. Usages Internet par individu

* *Nouvel indicateur*

Banque en ligne sur ordinateur (dernier mois)

Ensemble des internautes tous supports âgés de 15 ans et plus affirmant avoir utilisé le service de banque à domicile de leur banque sur Internet au cours du dernier mois depuis un ordinateur

Source : Web Observatoire – Médiamétrie – T4 2013

Base : France, internautes tous supports de 15 ans et plus (41 942 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013	
29 243 000	69,7 %

La consultation d'un site de banque en ligne sur ordinateur est un usage confirmé : près de 70 % des internautes ont consulté leur compte bancaire depuis un ordinateur au cours du dernier mois de l'année 2013.

2. Usages Internet par individu

* *Nouvel indicateur*

Banque en ligne sur mobile (dernier mois)

Ensemble des internautes tous supports âgés de 15 ans et plus affirmant avoir utilisé le service de banque à domicile de leur banque sur Internet au cours du dernier mois depuis un téléphone mobile

Source : Web Observatoire – Médiamétrie – T4 2013

Base : France, internautes tous supports de 15 ans et plus (41 942 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013	
7 483 000	17,8 %

Sur les mobiles, cette pratique est moins répandue : 18 % des internautes seulement ont utilisé ce service depuis leur téléphone au cours du dernier mois de l'année 2013.

3. Usages mobile par individu

3. Usages mobile par individu

Taux d'équipés Smartphone et répartition par OS

Ensemble des internautes tous supports âgés de 15 ans et plus qui sont utilisateurs principaux d'un téléphone mobile disposant d'un système d'exploitation (OS)

Source : Web Observatoire – Médiamétrie – T4, T3, T2 et T1 2013

Base : France, internautes tous supports âgés de 15 ans et plus utilisateurs principaux téléphone mobile (38 587 000 personnes)

	Au 4 ^e trimestre 2013	Au 3 ^e trimestre 2013
Taux d'équipés Smartphone	67 %	65,6 %
Part d'équipés Smartphone Android*	53,4 %	51,8 %
Part d'équipés Smartphone iOS*	23,8 %	25,6 %
Part d'équipés Smartphone autres OS*	22,8 %	22,6 %

* Base : France, internautes tous supports âgés de 15 ans et plus utilisateurs principaux d'un Smartphone (25 852 000)

Ce trimestre, le taux d'internautes équipés de Smartphone continue sa progression. Près de 70 % des utilisateurs principaux de téléphone mobile possèdent un Smartphone.

Parmi les équipés de Smartphone, la part des individus possédant un device sous l'OS Android est en hausse (+ 1,6 points), au détriment d'iOS.

3. Usages mobile par individu

* *Nouvel indicateur*

Nombre d'équipés de téléphones compatibles 4G

Ensemble des internautes tous supports âgés de 15 ans et plus qui sont utilisateurs principaux d'un téléphone mobile disposant de la fonction 4G.

Source : Web Observatoire – Médiamétrie – T4 2013

Base : France, internautes tous supports âgés de 15 ans et plus utilisateurs principaux téléphone mobile (38 587 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013	
5 385 000	14 %

À présent, 14 % des internautes possèdent un téléphone compatible 4G.

3. Usages mobile par individu

Nombre de mobinautes (dernier mois)

Ensemble des utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 11 ans et plus déclarant avoir consulté au moins un service mobile ou 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 – Médiamétrie – T4, T3, T2 et T1 2013, T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (45 701 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
27 023 000	59,1 %	+ 4,7 %

Les activités connectées sur téléphone mobile continuent de progresser. On dénombre près de 1 205 000 mobinautes de plus (+ 4,7 %) entre le 3^e et le 4^e trimestre 2013.

3. Usages mobile par individu

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

Ensemble des utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 11 ans et plus déclarant avoir envoyé ou consulté des emails sur leur mobile au cours du dernier mois

Source : Téléphonie et services mobiles – Médiamétrie – T4, T3, T2 et T1 2013, T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (45 701 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
22 703 000	49,7 %	+ 6,3 %

L'envoi et la consultation d'emails sur mobile séduisent de plus en plus d'utilisateurs : on compte 1,3 millions de nouveaux adeptes ce trimestre.

3. Usages mobile par individu

Achat sur mobile

Ensemble des utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 11 ans et plus déclarant avoir déjà effectué un achat depuis un téléphone mobile

Source : Téléphonie et services mobiles – Médiamétrie – T4, T3, T2 et T1 2013, T4, T3, T2, T1 2012, T4 et T3 2011

Base : France, utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 11 ans et plus (45 701 000 personnes)

Au 4 ^e trimestre 2013		Évolution depuis le 3 ^e trimestre 2013
4 965 000	10,9 %	+ 9,8 %

On note une légère progression de l'achat sur mobile, avec 443 000 nouveaux adeptes (+ 9,8 %), certainement liée aux fêtes de Noël.

II. QUESTIONS BAROMÉTRIQUES

1. Avez-vous l'intention de souscrire un abonnement 4G ?

1. Avez-vous l'intention de souscrire un abonnement 4G ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2014, terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014
 Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus, connaisseurs de la technologie 4G

	ENSEMBLE		SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
	T1 2014	T4 2013	H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
OUI	21 %	11 %	25 %	17 %	23 %	28 %	14 %	29 %	19 %	28 %	22 %	14 %
NON	51 %	62 %	50 %	53 %	53 %	50 %	50 %	46 %	52 %	49 %	49 %	56 %
Je ne sais pas encore	28 %	27 %	25 %	31 %	24 %	22 %	35 %	25 %	28 %	23 %	29 %	30 %

Au 1^{er} trimestre 2014, 21 % des interrogés déclarent qu'ils ont l'intention de souscrire à un abonnement 4G, soit une augmentation de 10 points par rapport au dernier trimestre 2013.

A l'instar du trimestre précédent, les hommes, les 35-49 ans, les Franciliens et les CSP + se démarquent avec une intention de souscription plus forte (respectivement 25 %, 28 %, 29 % et 28 %) : un résultat à mettre en perspective avec la notoriété grandissante de cette technologie.

Les plus fortes progressions par rapport au 4^e trimestre 2013 s'observent au niveau des 35-49 ans (+ 13 points) et des CSP + (+ 14 points).

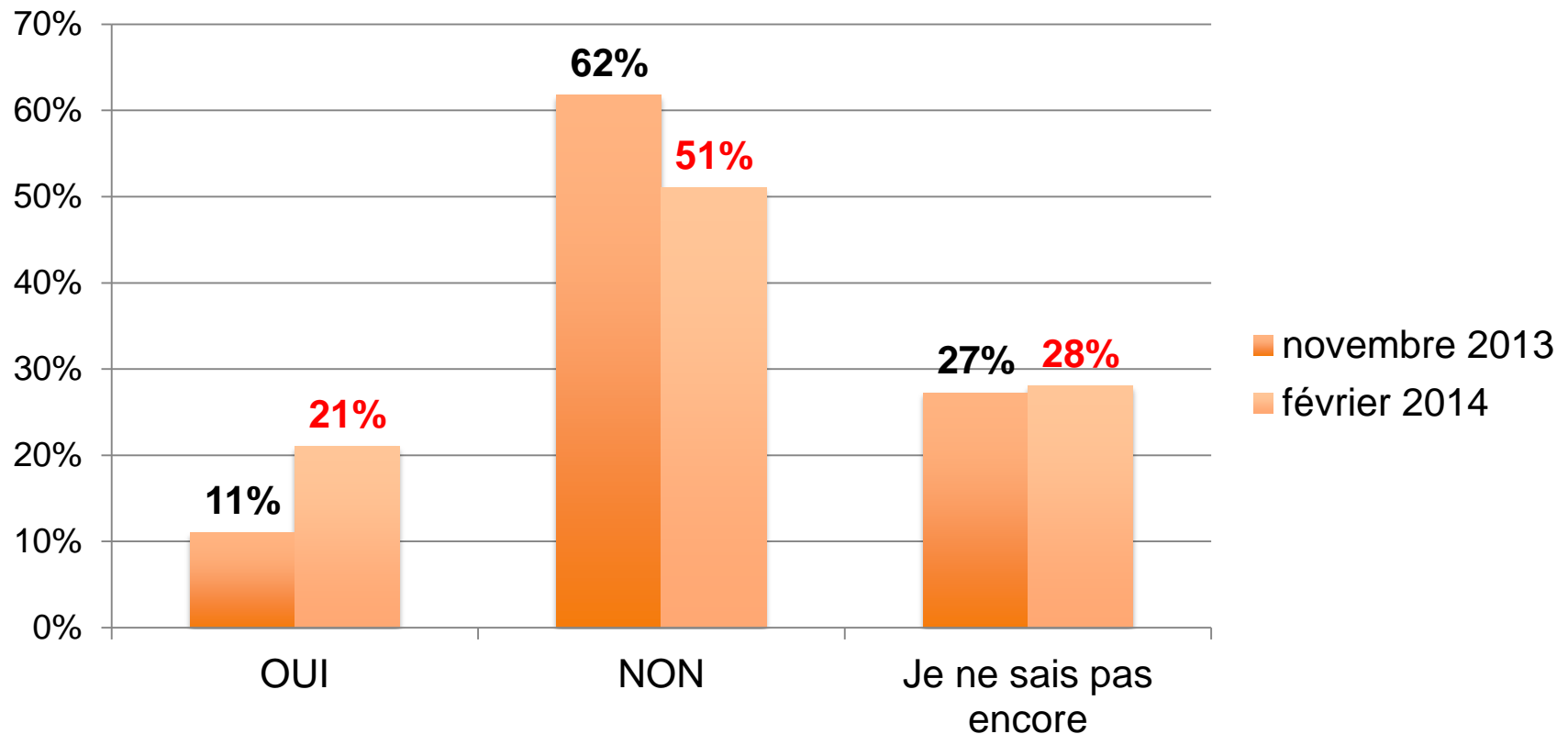
La moitié des interrogés (51 %) ne montre pas d'intérêt pour ce nouveau service, soit une baisse de 11 points par rapport au trimestre précédent. Ce désintérêt reste particulièrement fort chez les inactifs (56 %).

28 % des internautes ne savent pas encore s'ils souscriront à cette option. Les 50 ans et plus sont les plus indécis, puisqu'ils sont 35 % à hésiter, une augmentation de 7 points par rapport au 4^e trimestre 2013.

1. Avez-vous l'intention de souscrire un abonnement 4G ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2014, terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus, connaisseurs de la technologie 4G



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

2. Combien payez-vous votre forfait mobile par mois ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2014, T3, T2 et T1 2013, T4, T3, T2 et T1 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

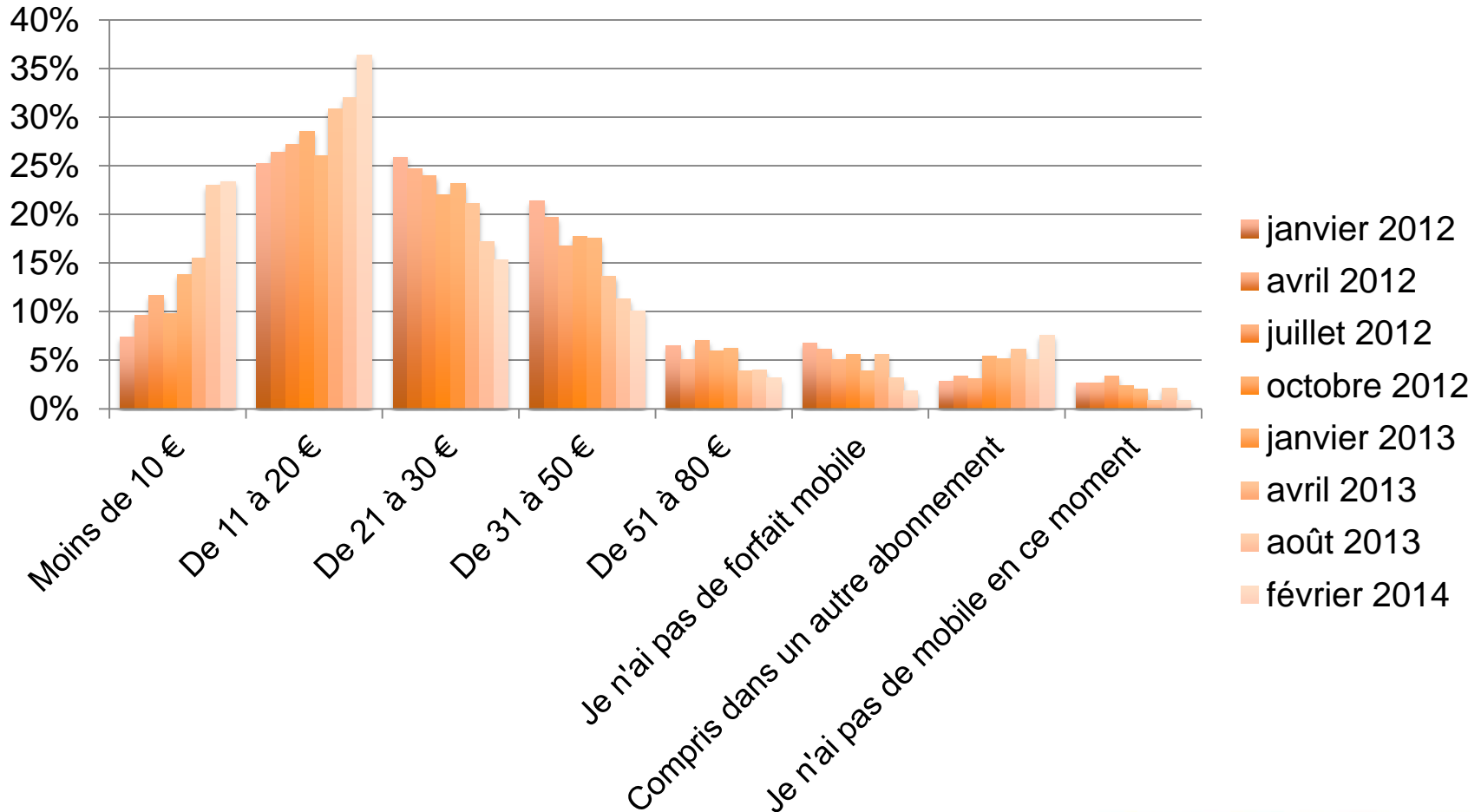
	T1 2014	T3 2013
Moins de 10 €	23,4 %	23 %
De 11 à 20 €	36,4 %	32 %
De 21 à 30 €	15,3 %	17,2 %
De 31 à 50 €	10,1 %	11,3 %
De 51 à 80 €	3,2 %	4 %
Plus de 80 €	0,4 %	1 %
Je n'ai pas de forfait mobile	1,9 %	3,2 %
Il est compris dans un autre abonnement	7,6 %	5,1 %
Je ne sais pas, je n'en connais pas le montant	0,8 %	1,1 %
Je n'ai pas de mobile en ce moment	0,9 %	2,1 %

Le montant alloué par les Français à leur forfait mobile a de nouveau chuté ce trimestre : ils sont désormais 60 % à payer leur forfait moins de 20 € (+ 5 points par rapport au 3^e trimestre 2013). Cette fois, c'est le nombre de personnes payant leur forfait entre 11 et 20 € qui progresse le plus fortement (+ 4,4 points). Les forfaits à plus de 20 € voient tous leur part chuter sur les six derniers mois. La plus forte chute est à constater sur les forfaits entre 21 et 30 €, qui perdent deux points. A noter, la progression des internautes ayant répondu « je ne sais pas, car il est compris dans un autre abonnement » (+ 2,5 points).

2. Combien payez-vous votre forfait mobile par mois ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – T1 2014, T3, T2 et T1 2013, T4, T3, T2 et T1 2012

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus



III. QUESTIONS D'ACTUALITÉ

1. Selon vous, les nouvelles technologies (Internet, informatique) ont-elles changé la façon de travailler ?

1. Selon vous, les nouvelles technologies (Internet, informatique...) ont-elles changé la façon de travailler ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – Terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

	Ensemble	SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
Oui, tout à fait	72 %	72 %	72 %	73 %	70 %	72 %	76 %	71 %	78 %	70 %	68 %
Oui, plutôt	24 %	25 %	24 %	24 %	25 %	24 %	21 %	25 %	20 %	25 %	28 %
Non, plutôt pas	3 %	2 %	3 %	3 %	3 %	2 %	2 %	3 %	1 %	4 %	3 %
Non, pas du tout	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %

Près de l'intégralité des personnes interrogées (96 %) déclare que les nouvelles technologies ont changé la manière de travailler. Ils sont quasiment trois sur quatre à le penser fortement (72 %).

Ce sentiment se retrouve dans toutes les catégories de population interrogées, quels que soient le sexe, l'âge, la région ou le CSP.

2. Selon vous, le développement des nouvelles technologies en milieu professionnel a rendu l'exercice des métiers... ?

2. Selon vous, les nouvelles technologies ont-elles rendu l'exercice des métiers...

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – Terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant répondu « Oui, tout à fait » ou « Oui, plutôt » à la Question 1 – *Plusieurs réponses possibles*

	Ensemble	SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
... plus efficace	74 %	77 %	71 %	80 %	75 %	68 %	75 %	74 %	76 %	73 %	74 %
... moins humain	57 %	58 %	57 %	63 %	55 %	54 %	54 %	58 %	52 %	57 %	62 %
... plus simple	37 %	38 %	36 %	49 %	35 %	27 %	34 %	37 %	35 %	42 %	34 %
... plus chronophage	28 %	31 %	25 %	26 %	30 %	29 %	40 %	25 %	35 %	21 %	28 %
... plus complexe	26 %	25 %	26 %	25 %	23 %	28 %	27 %	25 %	27 %	19 %	29 %
... moins chronophage	16 %	16 %	16 %	25 %	14 %	8 %	13 %	17 %	15 %	15 %	17 %
... plus humain	3 %	2 %	4 %	3 %	4 %	2 %	2 %	3 %	3 %	4 %	2 %
... moins efficace	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %

Près de trois quarts des interrogés jugent que le développement des nouvelles technologies en milieu professionnel a rendu l'exercice des métiers « plus efficace » (74 %). Une opinion particulièrement prononcée chez les 15-34 ans (80 %). Les interrogés considèrent en revanche à 57 % que ces nouvelles technologies ont rendu le travail « moins humain ». Les personnes qui partagent le plus ce sentiment sont les 15-34 ans (63 %) et les inactifs (62 %).

37 % des interrogés considèrent ensuite que les nouvelles technologies ont rendu le travail « plus simple », et 28 % trouvent leur utilisation « plus chronophage » (durée de travail plus étendue), en particulier les Franciliens et les CSP +.

3. Selon vous, quelle est la fonction dont le quotidien est le plus impacté par les nouvelles technologies ?

3. Selon vous, quelle est la fonction dont le quotidien est le plus impacté par les nouvelles technologies ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – Terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant répondu « Oui, tout à fait » ou « Oui, plutôt » à la Question 1

	Ensemble	SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
La communication	42 %	44 %	39 %	47 %	36 %	41 %	37 %	43 %	41 %	41 %	43 %
La comptabilité	11 %	11 %	11 %	10 %	8 %	13 %	13 %	10 %	11 %	10 %	11 %
La recherche	10 %	10 %	10 %	11 %	9 %	11 %	12 %	10 %	9 %	9 %	13 %
Le marketing	9 %	6 %	12 %	11 %	9 %	7 %	10 %	9 %	8 %	11 %	9 %
Le commercial	8 %	7 %	9 %	6 %	7 %	10 %	6 %	8 %	6 %	9 %	8 %
La production	8 %	9 %	6 %	6 %	9 %	9 %	9 %	8 %	11 %	7 %	6 %
Les ressources humaines	3 %	3 %	3 %	1 %	5 %	4 %	3 %	3 %	4 %	4 %	3 %
Le juridique	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %
Je ne sais pas	9 %	8 %	9 %	7 %	15 %	6 %	8 %	9 %	10 %	9 %	7 %

Un peu plus de 4 personnes sur 10 (42 %) citent la communication comme étant la fonction dont le quotidien est le plus impacté par les nouvelles technologies. Cette impression est particulièrement marquée chez les 15-34 ans (47 %, contre 36 % chez les 35-49 ans et 41 % chez les 50 ans et plus).

Viennent ensuite, loin derrière, la comptabilité (11 %), la recherche (10 %) et le marketing (9 %).

La quasi-totalité des personnes interrogées considère que la fonction juridique n'a pas du tout été impactée par les nouvelles technologies.

4. Selon vous, quel est le secteur d'activité le plus impacté par les nouvelles technologies ?

4. Selon vous, quelle est le secteur le plus impacté par les nouvelles technologies ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – Terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant répondu « Oui, tout à fait » ou « Oui, plutôt » à la Question 1

	Ensemble	SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
Edition, journalisme	22 %	20 %	25 %	26 %	21 %	20 %	25 %	22 %	22 %	22 %	23 %
Banque, assurance	15 %	19 %	11 %	11 %	15 %	20 %	19 %	14 %	17 %	13 %	15 %
Audiovisuel, spectacle	10 %	7 %	12 %	13 %	10 %	6 %	9 %	10 %	9 %	10 %	10 %
Recherche	9 %	11 %	7 %	9 %	6 %	10 %	11 %	8 %	9 %	8 %	9 %
Tourisme	7 %	5 %	9 %	9 %	6 %	5 %	7 %	6 %	8 %	6 %	6 %
Fonction publique	5 %	5 %	5 %	4 %	5 %	5 %	4 %	5 %	3 %	6 %	5 %
Santé	4 %	4 %	4 %	3 %	3 %	5 %	2 %	4 %	3 %	4 %	5 %
Audit, gestion	3 %	3 %	4 %	2 %	3 %	5 %	2 %	4 %	3 %	3 %	4 %
Automobile	3 %	4 %	2 %	3 %	4 %	3 %	2 %	4 %	3 %	3 %	3 %
Armée, sécurité	3 %	4 %	2 %	3 %	4 %	2 %	3 %	3 %	4 %	1 %	3 %
Enseignement	3 %	3 %	2 %	2 %	3 %	3 %	2 %	3 %	3 %	2 %	3 %
Hôtellerie, restauration	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %	0 %	2 %	1 %	2 %	1 %
Droit, justice	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Agriculture	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	1 %	2 %	1 %
Je ne sais pas	13 %	12 %	14 %	10 %	17 %	14 %	12 %	14 %	12 %	18 %	10 %

4. Selon vous, quelle est le secteur le plus impacté par les nouvelles technologies ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – Terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus ayant répondu « Oui, tout à fait » ou « Oui, plutôt » à la Question 1

L' « édition, le journalisme » est le secteur d'activité le plus cité comme étant impacté par les nouvelles technologies (22 %). Les cibles mentionnant le plus ce secteur d'activité sont les femmes (25 %), les 15-34 ans (26 %) et les Franciliens (25 %).

« La banque, l'assurance », arrive en seconde position : ce secteur est mentionné par 15 % des interrogés, et plus particulièrement par les hommes (19%), les 50 ans et plus (20 %), et les Franciliens (19 %).

Le secteur de « l'audiovisuel et du spectacle » complète le trio de tête avec 10 % de citation parmi les interrogés.

A noter que la réponse « je ne sais pas » recueille un très fort pourcentage parmi les interrogés : ils sont 13 % à avoir fait cette réponse, et sont particulièrement nombreux chez les 35-49 ans (17 %) et les CSP – (18 %).

5. Selon vous, les formations scolaires et universitaires préparent-elles correctement aux métiers actuels ?

5. Selon vous, les formations scolaires et universitaires préparent-elles correctement aux métiers actuels ?

Source : MédiaFit, enquête Omnibus exclusive – Médiamétrie – Terrain du 27 février 2014 au 3 mars 2014

Base : France, internautes âgés de 15 ans et plus

	Ensemble	SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
Oui, tout à fait	4 %	5 %	3 %	4 %	6 %	2 %	4 %	4 %	5 %	3 %	4 %
Oui, plutôt	38 %	36 %	40 %	44 %	36 %	34 %	36 %	39 %	39 %	39 %	37 %
Non, plutôt pas	49 %	49 %	48 %	42 %	48 %	55 %	52 %	48 %	49 %	47 %	50 %
Non, pas du tout	9 %	10 %	9 %	9 %	10 %	9 %	8 %	10 %	7 %	12 %	10 %

58 % des interrogés jugent que les formations scolaires et universitaires ne préparent pas correctement aux métiers actuels, la plupart étant d'avis qu'elles ne préparent « plutôt pas » à ces métiers (49 %), et 9 % affirmant qu'elles n'y préparent « pas du tout ». Parmi les interrogés qui déclarent que les formations ne préparent « plutôt pas » ou « pas du tout » aux métiers actuels, les cibles se prononçant le plus sont les 50 ans et plus (64 %), les Franciliens (60 %) et les inactifs (60 %).

Près de 4 interrogés sur 10 déclarent à l'inverse que les formations scolaires et universitaires préparent plutôt bien aux métiers actuels (38 %). Un sentiment particulièrement partagé au sein des 15-34 ans (44 %).

Enfin, 4 % des interrogés considèrent que les formations préparent très bien aux métiers actuels, portant le total de sentiment positif à 42 %.

MÉTHODOLOGIE

I. Grands indicateurs numériques

Méthodologie

Résultats issus de **4 études de référence** de Médiamétrie :

1. **Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk** – T4, T3, T2 et T1 2013, 2012, T4, 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 2013, 2012, T4 et T3 2011
 - Enquête téléphonique dédiée réalisée **chaque mois** auprès de **1 000 individus** âgés de 11 ans et plus, 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. **Téléphonie et Services Mobiles** – T4, T3, T2 et T1 2013, 2012, T4 et T3 2011
 - Enquête réalisée **chaque trimestre** auprès d'un échantillon de **3 000 individus** de 11 ans et plus, représentatif de la population française, interrogé par téléphone fixe ou mobile
4. **Web Observatoire** – T4, T3, T2 et T1 2013
 - Étude réalisée **chaque mois** auprès de **1 800 internautes** de 15 ans et plus

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 **1032 internautes** âgés de 15 ans et +
- Entre le 27 février 2014 et le 3 mars 2014

Chaire Économie Numérique

Fondation Dauphine

Place du Maréchal de Lattre de Tassigny

75775 PARIS Cedex 16

<http://www.fondation.dauphine.fr/nos-chaieres/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

