

BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine

Réalisé par Médiamétrie

Deuxième édition - 1^{er} 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**
- **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

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
20 536 000	74,8 %	+ 1,8 %

Depuis le 4^e trimestre 2011, les foyers français continuent à s'équiper de micro-ordinateurs. La hausse a été de près de 2 % au 1^{er} trimestre 2012, soit 374 000 foyers de plus.

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)

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
20 215 000	73,6 %	+ 1,6 %

Le nombre de foyers accédant à Internet à leur domicile continue de croître également, avec une hausse de 1,6 % au 1^{er} trimestre 2012.

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

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
18 565 000	67,6 %	+ 0,2 %

Plus de trois foyers sur cinq sont aujourd'hui connectés à Internet en haut débit.

1. Équipement des foyers

Foyers équipés TV connectée

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

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
2 938 000	10,7 %	+ 42 %

La télévision connectée connaît un développement considérable et très rapide, avec une hausse de 42 % au 1^{er} trimestre 2012. Aujourd'hui, près de 11 % des foyers sont équipés d'une télévision qui leur permet d'accéder à des services Internet grâce à leur télécommande, contre 7,6 % au trimestre dernier.

2. Usages Internet par individu

2. Usages Internet par individu

Nombre d'internautes (dernier mois)

Individus s'étant connectés à Internet au cours du dernier mois

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
40 260 000	75 %	+ 1 %

Les trois quarts des Français de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit plus de 40 millions d'individus.

Le nombre d'internautes continue de progresser, avec 382 000 internautes supplémentaires par rapport au 4^e trimestre 2011.

2. Usages Internet par individu

Achat en ligne (dernier mois)

Ensemble des acheteurs en ligne affirmant avoir effectué un achat sur Internet au cours du dernier mois

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
19 039 000	35,2 %	+ 2 %

Les pratiques d'achat en ligne continuent à augmenter au fil des trimestres : elles concernent désormais plus d'un tiers des individus.

2. Usages Internet par individu

Banque en ligne (dernier mois)

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

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
21 200 000	39,2 %	+ 1,3 %

Après une légère diminution des pratiques de banque en ligne au dernier trimestre 2011, on constate de nouveau une progression : près de 40 % des Français utilisent aujourd'hui les services Internet de leur banque.

2. Usages Internet par individu

Inscrit au moins à un site communautaire

Ensemble des internautes (dernier mois) déclarant être inscrits sur au moins un site communautaire du type Facebook, Myspace, Youtube, Viadéo...

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
26 165 000	48,4 %	+ 1 %

On avait noté au dernier trimestre 2011 une légère baisse des inscriptions sur les sites communautaires. Au 1^{er} trimestre 2012, elles sont de nouveau stables : près de la moitié des internautes sont inscrits sur un site communautaire au moins, et 245 000 personnes de plus ont sauté le pas.

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

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
44 359 000	82,3 %	- 0,2 %

Ce trimestre, le taux d'équipement en téléphone mobile des Français reste stable.

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)

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 3 ^e trimestre 2011
19 351 000	45,4 %	+ 14 %

La part des individus possédant un smartphone est en forte progression : en six mois, 2 347 000 Français ont fait ce choix, soit une hausse de 14 %, contre 4,1 % les six mois précédents.

Ce chiffre est à mettre en perspective avec les nouvelles offres opérateurs « sim only » (c'est-à-dire les offres d'abonnement seul, sans le terminal) : verra-t-on un ralentissement dans les prochains mois ? À surveiller.

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...

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
19 972 000	45 %	+ 5 %

De la même manière, le nombre de mobinautes est en croissance régulière. Plus de deux individus équipés d'un mobile sur cinq utilisent aujourd'hui Internet à partir de 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 des 30 derniers jours

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
15 605 000	35,2 %	+ 11 %

L'envoi et la consultation d'emails sur mobile est désormais une pratique courante, puisqu'elle concerne 35 % des utilisateurs, et présente une hausse de 11 % au cours du dernier mois.

3. Usages mobile par individu

Achat sur mobile

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

Au 1 ^{er} trimestre 2012		Hausse depuis le 4 ^e trimestre 2011
4 273 000	9,6 %	- 5,8 %

Les pratiques d'achat sur mobile sont, quant à elles, en légère baisse au cours du dernier mois. Elles concernent cependant presque 10% des individus équipés d'un mobile.

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 ?

	T2 2012	↑ ↓ depuis T1 2011
Moins de 10 €	9,6 %	+ 31 %
De 11 à 20 €	26,4 %	+ 5 %
De 21 à 30 €	24,7 %	- 4,6 %
De 31 à 50 €	19,7 %	- 7,6 %
De 51 à 80 €	5,1 %	- 22,7 %
Plus de 80 €	Non significatif*	Non significatif*
Je n'ai pas de forfait mobile	6,1 %	- 9,5 %
Je ne sais pas car il est compris dans un autre abonnement	3,4 %	+ 19 %
Je ne sais pas, je n'en connais pas le montant	Non significatif*	Non significatif*
Je n'ai pas de mobile en ce moment	2,7 %	- 0,4 %

* Non significatif = < 1 %

Les internautes déclarent toujours, dans leur majorité, payer leur forfait mobile entre 11 € et 50 €. Mais l'impact de Free Mobile et les stratégies de riposte des autres opérateurs sur le marché de la téléphonie mobile est bien réel. On constate ainsi une importante baisse des dépenses en forfait mobile : les offres à moins de 20 € par mois gagnent 36 % depuis l'annonce de la nouvelle offre de Free et les réactions tarifaires de ses concurrents.

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

	ÂGE					
	15-34	↑ ↓	35-49	↑ ↓	50 et +	↑ ↓
Moins de 10 €	8,8 %	+ 18 %	10 %	+ 34 %	10,3 %	+ 42,3 %
De 11 à 20 €	23,2 %	+ 5,3 %	29,5 %	+ 44 %	27,3 %	- 9,2 %
De 21 à 30 €	31,1 %	- 3,6 %	20,5 %	- 15 %	21,2 %	+ 4,9 %
De 31 à 50 €	24 %	+ 2,3 %	19,1 %	- 21 %	15,5 %	- 6,1 %
De 51 à 80 €	6,1 %	NS*	4,8 %	- 40,5 %	4,2 %	NS*
Pas de forfait mobile	NS*	- 76 %	6,7 %	- 12 %	9,7 %	+ 6,3 %

* NS : Non significatif = < 1 %

Le trimestre dernier, 28 % des 35-49 ans dépensaient moins de 20 € par mois pour leur forfait mobile. Ce trimestre, ils sont 40 % à avoir adopté ces offres avantageuses.

Chez les 50 ans et plus, les forfaits à moins de 10 € sont en hausse de plus de 40 % ce trimestre.

Le grand gagnant à court terme est le consommateur, mais avec quelle destruction de valeur pour les opérateurs, et quel impact sur leurs investissements et à terme sur les services au client ?

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

	CSP					
	CSP +	↑ ↓	CSP -	↑ ↓	Inactifs	↑ ↓
Moins de 10 €	8,3 %	+ 20,7 %	9,6 %	+ 16,3 %	11 %	+ 57 %
De 11 à 20 €	24,6 %	+ 22,6 %	25,6 %	+ 19,2 %	29,1 %	- 13,8 %
De 21 à 30 €	24,6 %	+ 2,3 %	25,7 %	- 1,6 %	23,8 %	- 13,3 %
De 31 à 50 €	21,3 %	- 21 %	23,1 %	+ 1 %	14,9 %	+ 3,2 %
De 51 à 80 €	7 %	- 19,6 %	5,4 %	NS*	NS*	- 78,3 %
Pas de forfait mobile	2,8 %	- 40 %	NS*	- 87,2 %	NS*	- 87 %

* NS : Non significatif = < 1 %

Tous les groupes socio-professionnels ont largement profité ce trimestre des forfaits à moins de 20 € par mois, et en particulier les inactifs, qui sont 57 % de plus qu'au trimestre dernier à avoir choisi un forfait mensuel à moins de 10 €.

L'impact de ces nouveaux tarifs conduit à une baisse du nombre d'internautes ne possédant pas de forfait mobile, puisque seulement 6 % de l'ensemble des individus déclarent ne pas avoir de forfait mobile, contre 6,8 % au trimestre précédent, soit une diminution de près de 10 %.

Il faut noter que chez les CSP - et les inactifs, cette diminution atteint le chiffre de 87 %.

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 ?

	T2 2012	↑ ↓ depuis T1 2011
Le prix de l'abonnement	73,9 %	- 13 %
Le débit (rapidité, puissance) de la connexion	37,2 %	+ 11,2 %
La qualité de la connexion (fiabilité, disponibilité)	35,1 %	- 4,3 %
L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film...)	27,7 %	- 8 %
Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur...)	22,2 %	- 2,5 %
L'assistance, le service client	20,2 %	- 10,4 %
Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur	13,8 %	+ 9,2 %

Les internautes français restent très sensibles au prix de l'abonnement, toujours cité comme la première raison poussant à changer de FAI. Le prix perd néanmoins 13 % entre le 1^{er} et le 2^e trimestre 2012.

Dans le même temps, le débit de la connexion gagne plus de 11 %. Alors que les offres actuelles ont tendance à se valoir en termes de prix et de services, les internautes se laisseraient-ils séduire par les nouvelles offres très haut débit (malgré un prix plus élevé) et les usages qu'elles permettent : radio, multitâche, téléchargement rapide ?

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

	SEXE		ÂGE			RÉGION	
	H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province
Prix de l'abonnement	75,4 %	72,3 %	77,5 %	72,7 %	71 %	69,6 %	74,9 %
Débit de la connexion	42,9 %	31,2 %	42 %	36,8 %	32,2 %	39,6 %	36,6 %
Qualité de la connexion	38 %	32 %	37,7 %	34,5 %	32,6 %	44,5 %	32,9 %
Accès à plus de services	26,8 %	28,5 %	32,2 %	30,3 %	20,2 %	30,9 %	26,9 %
Fonctionnalités du matériel	25,7 %	18,5 %	24,4 %	24,9 %	17,3 %	24,2 %	21,7 %
Assistance, service client	19,5 %	21 %	15,3 %	19,7 %	26,1 %	26,6 %	18,7 %
Services exclusifs d'un autre fournisseur	13,2 %	14,5 %	16 %	14,8 %	10,6 %	15,3 %	13,5 %

Cet intérêt pour un débit de connexion plus élevé est particulièrement prégnant chez les hommes, les jeunes (pour qui le prix reste cependant une préoccupation très forte) et les Franciliens, peut-être plus au fait des nouveautés technologiques. Une évolution à suivre.

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 ?

	T2 2012	↑ ↓	SEXE		ÂGE			CSP		
			H	F	15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
OUI	88 %	+ 2,8 %	90,9 %	85 %	91,9 %	86,4 %	85,6 %	91,3 %	87 %	85,9 %
NON	11,8 %	- 16,7 %	9,1 %	14,7 %	8,1 %	13,6 %	14,4 %	8,7 %	12,6 %	14,1 %

La notoriété du commerce mobile continue de croître : + 2,8 % au 2^e trimestre 2012.

Si celle-ci est toujours très forte chez les hommes, les jeunes et les CSP +, les femmes ne sont plus en reste et commencent à combler leur retard par rapport aux hommes.

Au total, ce sont près de neuf internautes de plus de 15 ans sur dix qui connaissent l'existence de cette pratique.

Mais cette notoriété plus forte ne s'est pas soldée ce trimestre par une augmentation des achats sur mobile. Qu'en sera-t-il au prochain trimestre ?

L'impact de cet indicateur est à surveiller dans la pratique de l'achat sur mobile, stable sur les six derniers mois. Le mobile et son petit écran sont-ils d'abord utilisés pour s'informer, partout et tout le temps, en vue de réaliser des achats sur un écran plus large ou en magasin ?

À suivre au cours des prochains trimestres.

III. Questions d'actualité

1. À partir de quel âge, selon vous, est-il acceptable d'équiper un enfant de son propre téléphone mobile ?
2. Avez-vous l'intention d'utiliser Internet pour préparer vos prochaines vacances d'été ?
3. Considérez-vous que les sites Internet de réservation professionnels ainsi que les comparateurs (billets, logements, etc.) pour préparer vos vacances d'été sont fiables ?

1. À partir de quel âge, selon vous, est-il acceptable d'équiper un enfant de son propre téléphone mobile ?

1. À partir de quel âge est-il acceptable, selon vous, d'équiper un enfant de son propre téléphone mobile ?

Avant 6 ans	Non significatif*
À 6 ans, c'est-à-dire l'âge théorique d'entrée en CP	Non significatif*
À 7 ans	Non significatif*
À 8 ans	Non significatif*
À 9 ans	Non significatif*
À 10 ans	2,3 %
À 11 ans, c'est-à-dire l'âge théorique d'entrée au collège	29,6 %
À 12 ans	11 %
À 13 ans	9,8 %
À 14 ans	14,5 %
À 15 ans ou plus	31,5 %

Non significatif = < 1 %

L'école primaire est incontestablement jugée comme une période trop précoce pour équiper un enfant d'un téléphone mobile.

1. À partir de quel âge est-il acceptable, selon vous, d'équiper un enfant de son propre téléphone mobile ?

Deux grandes étapes se démarquent :

- l'entrée au collège apparaît comme un premier niveau acceptable, puisque 30 % des internautes de 15 ans et plus considèrent que cette acquisition doit se situer au 11^e anniversaire de l'enfant ;
- la sortie du collège, avec une éventuelle entrée au lycée, apparaît comme un second palier, 32 % des personnes interrogées estimant qu'il faut attendre au moins le 15^e anniversaire de l'enfant pour l'équiper d'un mobile.

1. À partir de quel âge est-il acceptable, selon vous, d'équiper un enfant de son propre téléphone mobile ?

	SEXE		ÂGE			CSP		
	H	F	15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
À 11 ans	26,3 %	33,1 %	28,4 %	27,6 %	32,8 %	26,4 %	26,7 %	36,4 %
À 12 ans	11,8 %	10,1 %	9 %	11,5 %	12,7 %	11,2 %	11,1 %	10,6 %
À 13 ans	9,5 %	10,3 %	11,9 %	9,2 %	8,2 %	11 %	9,1 %	9,4 %
À 14 ans	12,9 %	16,2 %	17,4 %	12,1 %	13,4 %	14,6 %	13 %	15,9 %
À 15 ans ou plus	35,1 %	27,7 %	30,6 %	34,5 %	29,7 %	31,1 %	37,5 %	25,9 %

Des différences apparaissent en fonction du sexe de l'interrogé : pour les femmes, le téléphone mobile est un objet rassurant et sécurisant, et 11 ans correspond donc mieux à l'âge à partir duquel elles jugent nécessaire d'équiper un enfant d'un téléphone mobile. À l'inverse, les hommes se positionnent en majorité pour un âge plus tardif (à partir de 15 ans).

Les 50 ans et plus équiperait les enfants plutôt vers 11 ans, tandis que les autres tranches d'âge penchent pour 15 ans ou plus.

A noter également que les CSP - équiperait plus tardivement un enfant d'un téléphone mobile.

2. Avez-vous l'intention d'utiliser Internet pour préparer vos prochaines vacances d'été ?

2. Utiliserez-vous Internet pour préparer vos vacances d'été ?

Oui, pour comparer les prix	37 %
Oui, pour me renseigner sur la destination (trajets, lieux, bons plans...)	35,7 %
Oui, pour visualiser des lieux de vacances	32,8 %
Oui, pour acheter des billets (train, avion, bateau...)	29,5 %
Oui, pour choisir une destination	28,3 %
Oui, pour louer une résidence, maison ou appartement	19,7 %
Oui, pour réserver un hôtel	19 %
Oui, pour réserver une place de camping	7,4 %
Oui, pour réserver dans un club de vacances	7,4 %
Oui, pour réserver un circuit	5,6 %
Non, je ne pars pas en vacances cet été	18,9 %
Non, je n'ai pas l'intention d'utiliser Internet pour préparer mes vacances	13,9 %

Seulement 17 % de la population internautes ayant l'intention de partir en vacances cet été ne compte pas utiliser Internet pour les préparer. Internet apparaît ainsi comme un outil incontournable dans l'organisation des congés estivaux, particulièrement pour comparer les prix et se renseigner sur la destination. S'il s'agit, pour une large part des internautes, d'un outil de recherches avant tout, l'achat de billets sur la toile s'est généralisé.

2. Utiliserez-vous Internet pour préparer vos vacances d'été ?

	RÉGION		CSP		
	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
Pour comparer les prix	46,1 %	34,8 %	46,2 %	35,1 %	29,9 %
Pour me renseigner sur la destination	44,6 %	33,5 %	49,8 %	31,9 %	25,6 %
Pour visualiser des lieux de vacances	35,1 %	32,2 %	39,9 %	30,6 %	28,1 %
Pour acheter des billets	52,9 %	24 %	38,5 %	19,4 %	30,5 %
Pour choisir une destination	31,9 %	27,4 %	38,1 %	27,7 %	19,3 %
Pour louer une résidence	23,3 %	18,9 %	27,1 %	18,3 %	14 %
Pour réserver un hôtel	27,9 %	16,9 %	26,9 %	15,9 %	14,3 %
Pour réserver une place de camping	3,8 %	8,2 %	10,5 %	8,7 %	3,1 %
Pour réserver dans un club de vacances	14,5 %	5,7 %	11,8 %	6,2 %	4,3 %
Pour réserver un circuit	9,8 %	4,6 %	9,7 %	4 %	3,2 %
Non, je ne pars pas en vacances cet été	8,7 %	21,3 %	9,9 %	22,2 %	24,4 %
Non, je ne vais pas utiliser Internet	10,1 %	14,8 %	10,5 %	13,7 %	17,5 %

Les Franciliens et les CSP + apparaissent comme étant les plus adeptes d'Internet dans la préparation de leurs vacances et sont dans le même temps ceux qui déclarent le plus avoir l'intention de partir en vacances cet été.

3. Considérez-vous que les sites Internet de réservation professionnels ainsi que les comparateurs pour préparer vos vacances d'été sont fiables ?

3. Considérez-vous que les sites Internet professionnels et les comparateurs pour réserver vos vacances d'été sont fiables ?

S'il est aujourd'hui possible d'organiser l'intégralité de ses vacances sur Internet, quel niveau de confiance accordent les internautes aux sites de réservation professionnels ainsi qu'aux comparateurs ?

	TOTAL	SEXE		ÂGE			CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Très fiables	8,9 %	9,6 %	8,2 %	10,8 %	7,7 %	7,9 %	9,4 %	10,3 %	7 %
Assez fiables	43,7 %	40,7 %	46,8 %	45,4 %	42 %	43,2 %	46,2 %	39,2 %	45,6 %
Fiables	35,2 %	35,1 %	35 %	34,5 %	38,2 %	33,4 %	32,3 %	40,6 %	32,8 %
Peu fiables	10,1 %	11,5 %	8,7 %	7,4 %	10,2 %	13,1 %	11,2 %	7,2 %	11,9 %
Pas du tout fiables	2,1 %	3,1 %	NS*	NS*	NS*	NS*	NS*	NS*	NS*

* NS : Non significatif = < 1 %

Près de 9 internautes sur 10 considèrent ces sites comme étant fiables et plus de la moitié des internautes les jugent assez fiables, voire très fiables. Les 15-34 ans et les CSP + sont les plus confiants envers cette pratique.

Méthodologie

I. Grands indicateurs numériques

Méthodologie

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

1. Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk - 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 - 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 - 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
- Au près de **1051 internautes** de 15 ans et +
- Entre le 12 avril 2012 et le 17 avril 2012

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