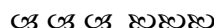


Diffusion et utilisations des TIC en France et en Europe en 2007

Valérie DEROIN

mars 2010

8 p.



Deuxième édition d'une publication thématique destinée à devenir périodique, le dernier numéro de la collection « Culture chiffres » du DEPS fait le point sur l'équipement et les usages numériques des ménages français et européens en 2009.

Cette publication est le fruit d'une exploitation par le DEPS d'une enquête européenne réalisée par les États membres, en France par l'Insee, en application du règlement n° 808/2004 relatif aux statistiques communautaires sur la société de l'information.

1. Accès des ménages aux équipements numériques : l'essor se poursuit

L'équipement des ménages en ordinateur n'a cessé de progresser depuis une décennie et, désormais, plus de la moitié des Français et des Européens en possède et en fait un usage quotidien.

En termes d'équipement, la situation géographique, l'âge et le sexe restent des critères discriminants : 15 % des franciliens seulement n'ont pas utilisé d'ordinateur contre 31 % des habitants du Nord-Pas-de-Calais ; les hommes et les jeunes sont les plus grands utilisateurs quotidiens parmi la population française.

Six ménages sur dix accèdent à l'internet en France, ce qui correspond aussi à la moyenne européenne. L'accès au haut débit s'est généralisé dans l'Union européenne et dans l'hexagone : plus d'un ménage sur deux est équipé d'une connexion à large bande.

Enfin, l'ordinateur reste le dispositif préféré des Français et des Européens pour accéder à l'internet, tandis que les autres moyens de connexion (poste de télévision, téléphone mobile et ordinateur de poche) restent marginaux.

D'une façon générale, le Nord de l'Europe est plus équipé que les pays du Sud et plus avancé en termes de connexions nomades (réseau sans fil).

2. Usages numériques : l'internet reste un outil de communication et de loisirs

Envoyer et lire des messages, recourir à des services bancaires et rechercher des informations sur les loisirs (voyages, hébergement, sorties) sont les principaux usages de l'internet, en France comme en Europe.

Les consommations médiatiques et culturelles occupent également une part importante des usages numériques : téléchargement en flux (*streaming*) d'émissions radiophoniques et télévisuelles et lecture de la presse en ligne représentent un quart des activités des particuliers

pratiquées sur le net. Enfin, les livres, magazine et billets de spectacle se prêtent particulièrement au commerce électronique et arrivent en tête des produits culturels achetés

Le commerce en ligne s'est nettement développé depuis 2006 : l'activité a progressé de 42 % dans l'ensemble des 27 États membres. Désormais, ce sont plus d'un tiers des ménages européens (37 %) qui y ont recours et la France est au-dessus de la moyenne européenne dans ce registre.

D'une façon générale, le recours au commerce électronique dépend des capacités de connexion des particuliers et du niveau général de développement économique des États.

Enfin, on observe que le niveau d'éducation et le sexe influent sur la consommation en ligne : d'une façon générale, les personnes diplômées et les hommes achètent plus en ligne.

3. La position de la France

La France demeure dans le même groupe de pays que dans l'analyse précédente. On peut souligner l'importance des liens entre contenus et réseaux numériques : biens complémentaires et externalités positives des premiers pour les seconds, les usages de contenus culturels et de communication sont redevenus plus importants en France par rapport aux autres États de l'Union européenne.

