



Institut de recherches sociales et économiques - Institut für Sozial- und Wirtschaftsforschung  
Pont Bessières 3 - CH 1005 Lausanne – Tél. +41 21 320 95 03 - Fax + 41 21 312 88 46 - e-mail : [info@mistrend.ch](mailto:info@mistrend.ch) - [www.mistrend.ch](http://www.mistrend.ch)

---

## **Étude sur l'accès à Internet des ménages en Suisse et son utilisation**

**réalisée pour la Division des services de télécommunication  
de l'Office fédéral de la communication**

Novembre 2009



## TABLE DES MATIERES

	<b>page</b>
<b>1. DESCRIPTIF DE LA RECHERCHE</b>	<b>4</b>
1.1. Objectifs de l'étude	4
1.2. Conception méthodologique	5
1.3. Structure de l'échantillon	6
1.4. Prise d'information	9
1.5. Articulation du rapport	9
<b>2. EQUIPEMENTS ET ACCES A INTERNET</b>	<b>10</b>
2.1. Equipement des foyers en téléviseurs et type de réception	11
2.2. Equipement des foyers en ordinateurs	12
2.3. Accès à Internet à domicile	13
2.4. Types d'accès à Internet	14
2.5. Raisons de n'avoir qu'un accès à Internet à faible débit	16
2.6. Protection de l'ordinateur	17
2.7. Raisons de ne pas avoir accès à Internet	18
2.8. Vue d'ensemble	20
<b>3. CHOIX DU FOURNISSEUR</b>	<b>21</b>
3.1. Fournisseur actuel et vitesse d'accès	21
3.2. Vitesse de l'accès	22
3.3. Changements du fournisseur	24
3.4. Fréquence de comparaison des offres du marché	25
3.5. Critères du choix d'un fournisseur	26

<b>4. SATISFACTION DE LA CLIENTELE</b>	<b>28</b>
4.1. Satisfaction avec la qualité de la connexion	28
4.2. Satisfaction avec le prix	29
4.3. Traitement des problèmes par le fournisseur	30
<b>5. UTILISATION D'INTERNET A DOMICILE PAR LES MENAGES EN SUISSE</b>	<b>31</b>
5.1. Fréquence de l'utilisation	31
5.2. Intensité de l'utilisation	32
5.3. Les types d'usage:	33
1. Télétravail et téléformation	33
2. Communiquer	34
3. S'informer	34
4. Se divertir	35
5. Etre citoyen	35
6. Acheter et vendre	36
7. Présence sur la toile	39
5.4. Vue d'ensemble	40
<b>6. CRAINTES LIEES A L'UTILISATION D'INTERNET</b>	<b>44</b>
<b>7. SYNTHESE ET CONCLUSIONS</b>	<b>45</b>

## 1. DESCRIPTIF DE LA RECHERCHE

### 1.1. Objectifs de l'étude

L'Office fédéral de la communication (OFCOM) compte parmi ses tâches celle de fournir régulièrement des informations intéressantes les acteurs qui interviennent sur le marché suisse des télécommunications, soit les autorités, le législateur, le régulateur, les opérateurs et les consommateurs. Pour ce faire, il établit annuellement la statistique officielle des télécommunications, qui repose sur les données fournies par les opérateurs actifs sur le marché suisse. Néanmoins, afin de ne pas se focaliser exclusivement sur l'offre, l'Office veille, de temps à autre, à lancer des sondages afin de pouvoir appréhender les opinions des utilisateurs des services de télécommunication sur diverses questions d'intérêt général. Ainsi, en 2005, il publiait les résultats d'une étude par sondage entreprise auprès des utilisateurs de la téléphonie fixe et en 2007 d'une étude sur les usagers de la téléphonie mobile.

En 2009, c'est à l'accès à Internet des ménages en Suisse que s'est plus particulièrement intéressé l'OFCOM en réalisant l'étude qui donne lieu à ce rapport et dont les principaux objectifs étaient les suivants :

- mesurer le niveau d'équipement des ménages en ordinateurs et postes de télévision,
- connaître le taux de pénétration d'Internet et les types de raccordement utilisés (via réseau fixe ou mobile),
- comprendre les raisons de la non-utilisation d'Internet,
- saisir les critères de choix du prestataire de services pour le raccordement Internet au domicile,
- identifier l'ampleur et les types d'utilisation d'Internet,
- appréhender le degré de satisfaction par rapport aux prestations obtenues,
- identifier les domaines de manque de confiance dans les technologies de l'information et de la communication (TIC),
- mettre en évidence d'éventuelles différences de valeur et de comportement en fonction des variables socio-démographiques retenues.

Pour les ménages ayant un accès à Internet au domicile, il s'agissait donc de comprendre comment est choisi le fournisseur et quelle est la satisfaction qu'il suscite, les habitudes d'utilisation d'Internet (fréquence, durée, applications utilisées) et quel est le niveau du sentiment de sécurité face aux TIC et autres éléments en lien avec leur utilisation.

Pour les ménages sans accès à Internet au domicile, il s'agissait de cerner les raisons qui expliquent cette situation.

## 1.2. Conception méthodologique

Pour mesurer le taux de pénétration d'Internet, il était nécessaire d'entreprendre une étude parfaitement représentative des ménages suisses. Un simple tirage aléatoire sur annuaire téléphonique n'aurait pas été suffisant en raison du nombre toujours plus grand de ménages sans inscription, entre autres ceux équipés uniquement de raccordements mobiles. Des moyens éprouvés ont donc été mis en œuvre afin de contourner l'inexhaustivité de l'annuaire téléphonique.

L'**échantillon** de la présente étude est tiré du fichier de l'entreprise spécialisée *AZ direct* continuallement mis à jour et qui comporte la presque totalité des ménages en Suisse. Nous l'avons soigneusement testé en comparant sa structure avec celle obtenue à partir d'une méthode d'échantillonnage élaborée par M.I.S Trend, qui a été perfectionnée et utilisée à plusieurs reprises pour des études à caractère scientifique. Ces analyses montrent que ce fichier comporte la même proportion d'adresses sans coordonnées téléphoniques et qu'il représente donc une alternative concurrentielle car sensiblement moins coûteuse que l'échantillonnage scientifique de M.I.S Trend.

La présente étude sur l'accès à Internet se base donc sur un tirage aléatoire et représentatif des ménages privés dans le fichier *AZ direct*, incluant également les ménages privés sans inscription dans l'annuaire téléphonique. Afin de minimiser les marges d'erreur pour chacune des trois régions linguistiques, l'échantillon a été réparti à raison de 40% en Suisse alémanique, 40% en Suisse romande et 20% au Tessin.

Dans l'échantillon brut, 20% d'adresses sans coordonnées téléphoniques ont été sélectionnées, proportion qui s'est confirmée dans toutes les études scientifiques menées avec l'échantillonnage scientifique de M.I.S Trend.

Tous les ménages ont reçu un courrier d'information présentant les objectifs de l'étude. Un numéro gratuit de hotline a été mis à disposition par le mandataire pour toute demande d'information.

Les ménages pour lesquels un numéro de téléphone était disponible ont été interrogés **par téléphone** (CATI), ce qui permit de nombreuses tentatives de contact pour atteindre les foyers, avec pour effet une diminution des taux de non-réponse. En outre, la surveillance permanente de la prise d'information dans nos centrales téléphoniques en garantit la qualité.

Les ménages pour lesquels aucun numéro n'était connu ont reçu un **questionnaire papier** avec l'alternative de répondre au sondage **par Internet** grâce à un lien vers un questionnaire en ligne avec un code d'accès personnalisé et sécurisé. Ils ont tous reçu un billet de 10.- frs comme remerciement par avance et ceux qui n'avaient pas répondu dans le premier délai ont été rappelés par un courrier accompagné d'un nouveau questionnaire.

### 1.3. Structure de l'échantillon

Il avait été convenu d'interroger 1'000 ménages suisses. Cet échantillon a pris la forme suivante, **avant la pondération** qui a redonné à chaque région son poids démographique réel :

- 433 ménages en Suisse romande, avec une marge d'erreur maximale de  $\pm 4,7\%$ ,
- 489 ménages en Suisse alémanique, avec une marge d'erreur maximale de  $\pm 4,4\%$ ,
- 225 ménages au Tessin, avec une marge d'erreur maximale de  $\pm 6,5\%$ .

Avec le questionnaire téléphonique, un taux de réponse de 52% sur l'échantillon brut a pu être atteint. La prise d'information s'est déroulée entre le 31 août et le 12 septembre 2009 depuis les centrales téléphoniques de M.I.S Trend à Lausanne et à Berne. Grâce à la prime de participation de 10.- frs et au rappel, un taux de réponse presque identique (51%) a pu être obtenu auprès de l'échantillon sans numéro de téléphone connu. Seulement 14 personnes ont fait usage du questionnaire en ligne, à savoir 7% des ménages auxquels l'option a été offerte. Au final, 82% des réponses ont été obtenues par le téléphone, ce qui respecte la proportion de ménages suisses étant inscrits dans l'annuaire téléphonique public

Ainsi, l'étude a porté sur :

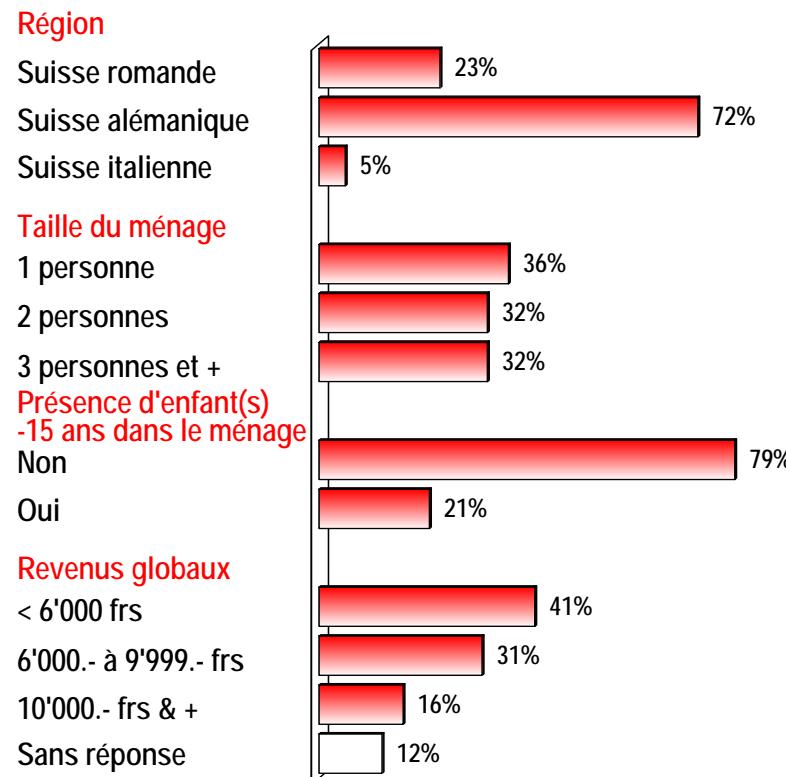
- 1'147 ménages, base pour l'analyse de la pénétration de l'accès à Internet en fonction de la région linguistique, la taille du foyer et ses revenus globaux (marge d'erreur :  $\pm 2,9\%$ );
- 827 ménages ayant un accès à Internet au domicile, recensés parmi ces 1'147 foyers (marge d'erreur :  $\pm 3,4\%$ ).

La structure des ménages est représentée sur les graphiques suivants, après une pondération croisée selon la région linguistique et la taille du ménage.

Le profil des répondants ne reflète pas de manière représentative la population suisse. En effet, aucune représentativité n'a été recherchée à ce niveau, la personne la mieux à même de répondre aux questions liées à Internet ayant été interrogée dans chaque ménage.

## L'échantillon des ménages

(Base : 1147 ménages représentatifs en Suisse)



L'échantillon de base était disproportionnel par rapport à la région linguistique afin de minimiser la marge d'erreur sur les régions minoritaires. Quant à la taille des ménages finalement interrogés, elle ne correspondait pas tout à fait à celle communiquée par l'OFS puisque la probabilité d'atteindre un ménage est proportionnel à sa taille. C'est donc sur ces deux variables que l'échantillon des ménages a été pondéré afin d'obtenir des chiffres parfaitement représentatifs de l'ensemble des ménages en Suisse.

Un cinquième des ménages interrogés comportait la présence d'au moins un enfant de moins de 15 ans.

Le niveau du revenu global des foyers interrogés correspond à la répartition annoncée par l'OFS : 40% de ménages disposent de revenus inférieurs à 6'000.- frs, 20% sont compris entre 6'000.- et 10'000.- frs et 20% dépassent 10'000.- frs. Dans l'étude, ils sont respectivement 41%, 31% et 16%, mais 12% des ménages ont refusé de s'exprimer et l'expérience prouve que ces foyers appartiennent en grande partie à la classe des revenus supérieurs, généralement peu enclins à s'exprimer à ce sujet.

## Profil des répondants

(Base : 1147 personnes de 15 ans et plus)

**Sexe**

Hommes 46%

Femmes 54%

Le profil des personnes ayant répondu au questionnaire n'est pas représentatif de la population, l'étude portant sur les ménages.

**Age**

15 - 44 ans 34%

45 - 64 ans 35%

65 ans et + 31%

C'est en effet une personne disponible et à même de répondre au sujet de l'accès à Internet qui a été interrogée dans chaque ménage.

Par rapport à la population suisse, les femmes et les personnes plus âgées sont légèrement surreprésentées, sans doute en raison de leur disponibilité, alors que la répartition des différents niveaux de formation est très proche de celle de la population adulte globale.

**Niveau de formation**

Ecole obligatoire 16%

CFC, éc. prof. 50%

Gymnase, éc. normale,  
éc. comm., Technicum 18%

UNI, EPF, HES 16%

## **1.4. Prise d'information**

Comme spécifié plus haut, les travaux se sont déroulés selon deux méthodes : une prise d'information téléphonique pour les ménages dont le numéro de téléphone était connu et une procédure auto-administrée sur papier ou en ligne pour les ménages sans numéro de téléphone connu. La lettre d'information a été envoyée à l'ensemble des adresses composant le fichier de base le 25 août 2009.

La prise d'information téléphonique s'est déroulée du 31 août au 12 septembre 2009.

La prise d'information par écrit (papier et Internet) s'est déroulée de fin août au 12 octobre 2009.

Tous les enquêteurs ont été préalablement instruits sur les objectifs de la recherche, ses difficultés et les règles de qualité à respecter.

## **1.5. Articulation du rapport**

Le rapport qui suit permettra successivement :

- d'analyser l'équipement des ménages en postes de télévision et ordinateurs, et leurs types d'accès à Internet ;
- d'aborder les questions liées au fournisseur : fournisseur actuel, rythme de changement et de comparaison des offres du marché et critères de choix d'un fournisseur ;
- de mesurer la satisfaction ressentie par les utilisateurs par rapport à la qualité de la connexion, le prix et la prise en charge des éventuels problèmes ;
- de cerner l'usage qui est fait d'Internet par les ménages en Suisse, en tenant compte de la fréquence et de l'intensité d'utilisation ainsi que des différents types d'usage possibles ;
- de repérer enfin les éventuelles craintes des ménages liées à l'utilisation d'Internet ;

Finalement, une synthèse reprendra les principaux enseignements de l'étude.

## 2. EQUIPEMENTS ET ACCES A INTERNET

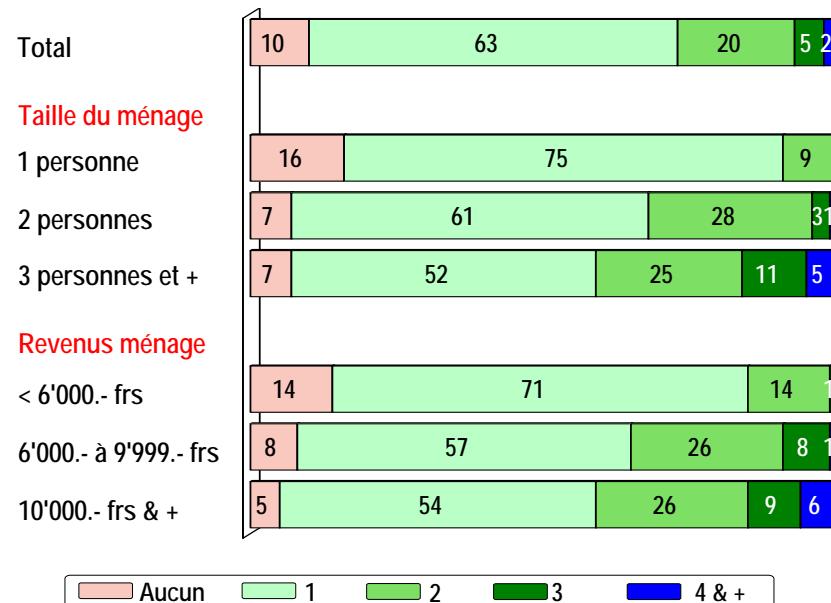
L'étude permet de déterminer la pénétration de la télévision, de l'ordinateur et de l'accès à Internet dans les ménages en Suisse :

- 90% ( $\pm 1,7\%$ ) des ménages en Suisse ont au moins un appareil de télévision à domicile. Ce chiffre est légèrement plus faible chez les ménages aux revenus inférieurs à 6'000.- frs par mois (86%) et dans les ménages d'une seule personne (86%).
- 71% ( $\pm 2,7\%$ ) des ménages en Suisse possèdent au moins un ordinateur à domicile. Ce chiffre est sensiblement plus faible en Suisse italophone (56%), chez les ménages aux revenus inférieurs à 6'000.- frs par mois (50%) et dans les ménages d'une seule personne (53%);
- 71% ( $\pm 2,7\%$ ) des ménages en Suisse ont un accès à Internet à domicile, et ce chiffre est sensiblement plus faible en Suisse italophone (57%), chez les ménages aux revenus inférieurs à 6'000.- frs par mois (48%) et dans les ménages d'une seule personne (45%);
- malgré le même taux de pénétration des ordinateurs et de l'accès à Internet, 3% des ménages possédant un ordinateur n'ont pas accès à Internet et 3% des ménages ne possédant aucun ordinateur ont accès à Internet à domicile;
- parmi les 11% de ménages sans aucune réception de programmes TV, plus de la moitié (58%) ont accès à Internet; seulement 4% des ménages en Suisse ne disposent ni d'une réception de programmes TV ni d'un accès à Internet; les ménages à faible revenu et composés d'une seule personne sont deux fois plus nombreux à faire partie de cette catégorie;
- le raccordement à Internet à domicile se fait essentiellement sur réseau fixe à haut débit (89% des ménages avec un accès à Internet ont un tel raccordement ( $\pm 2,1\%$ )); seuls 6% des ménages ne disposent que d'un raccordement à faible débit sur réseau fixe; les ménages avec un raccordement à haut débit sur réseau mobile ne sont que 2% et pour seulement 1%, il s'agit de la seule connexion à domicile.

Enfin, ce sont les foyers qui n'ont pas de numéro de téléphone connu et qui ont donc répondu par un questionnaire papier qui sont les plus nombreux à n'avoir ni réception de programmes TV ni accès à Internet (11% contre 4% en moyenne).

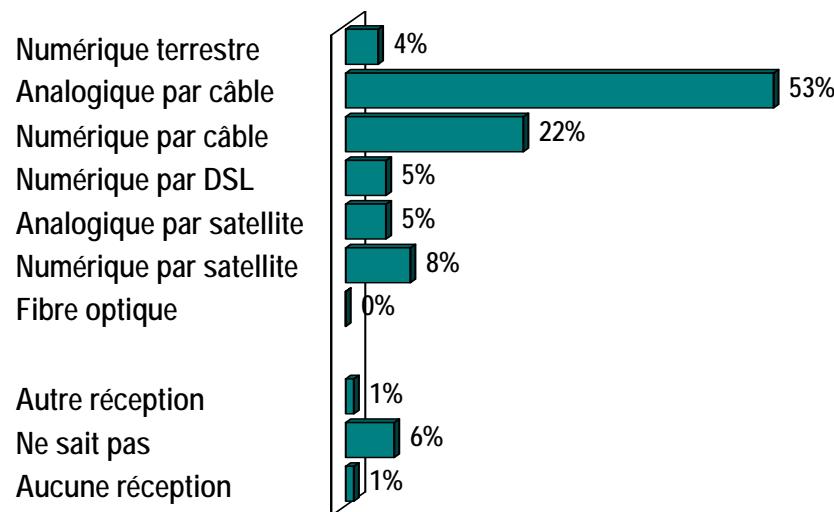
## 2.1. L'équipement télévisuel dans les ménages en Suisse

(Base : 1147 ménages représentatifs en Suisse)



### Nombre de postes de télévision (Q. n°1)

- 10% des ménages disent n'avoir aucun poste de télévision;
- l'absence d'appareil de télévision est plus importante dans les ménages d'une personne et les ménages à revenu faible;
- un quart des ménages possède plus d'un appareil;
- le nombre d'appareils augmente avec le nombre de personnes dans le ménage et avec son revenu.



### Types de réception (Q. n°2)

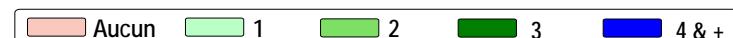
(Base : 1033 ménages possesseurs d'un poste TV)

- Parmi les ménages qui possèdent au moins un appareil de télévision, 1% ne reçoit aucun programme de télévision;
- la réception des programmes de télévision est principalement de type analogique par câble (53%), suivi du numérique par câble (22%);
- la réception analogique par câble est plus répandue en Suisse alémanique (57%) qu'en Suisse romande (44%) et qu'au Tessin (41%). Ces deux derniers ont un peu plus souvent une réception de type numérique terrestre (SA : 3%, SR 8% et TI 8%) et les tessinois également du type numérique par satellite (17% contre 8% en SA et 4% en SR).

## 2.2. L'équipement en ordinateurs dans les ménages en Suisse

(Base : 1147 ménages représentatifs en Suisse)

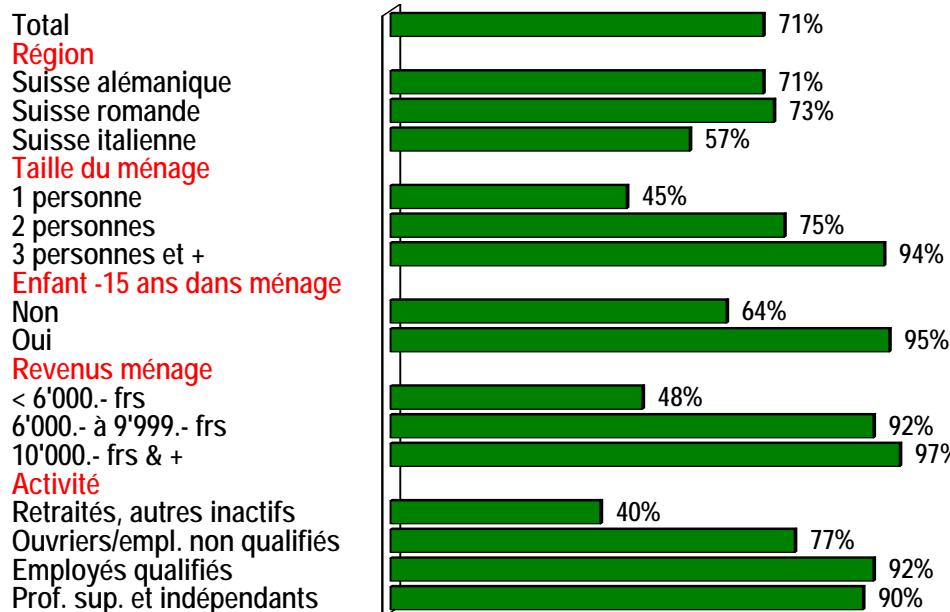
Total	29	43	17	6	5
<b>Région</b>					
Suisse alémanique	28	44	16	6	6
Suisse romande	27	41	20	8	4
Suisse italienne	44	36	15	4	1
<b>Taille du ménage</b>					
1 personne	53	42	41		
2 personnes	25	47	20	5	3
3 personnes et +	5	40	28	14	13
<b>Revenus ménage</b>					
< 6'000.- frs	50	39	8	21	
6'000.- à 9'999.- frs	10	52	25	9	4
10'000.- frs & +	4	39	23	16	18
<b>Activité</b>					
Retraités, autres inactifs	60	30	8	11	
Ouvriers/empl. non qualifiés	19	54	16	6	5
Employés qualifiés	9	50	24	10	7
Prof. sup. et indépendants	9	44	25	12	10



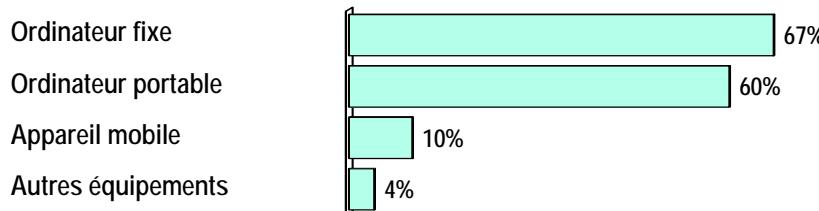
### Nombre d'ordinateurs dans les ménages (Q. n°3)

- Les ordinateurs sont nettement moins répandus dans les ménages que les appareils de télévision : presque 30% n'en possèdent pas du tout contre 10% pour les appareils de télévision;
- l'absence d'ordinateurs est plus fréquente au Tessin (44%) et dans les ménages de retraités et autres inactifs (le Tessin est d'ailleurs une terre d'accueil des retraités);
- 28% des ménages possèdent plusieurs ordinateurs;
- le nombre d'ordinateurs augmente avec la taille et le revenu du ménage ainsi qu'avec le statut socioprofessionnel, ceci plus fortement que les appareils de télévision.

### 2.3. L'accès à Internet à domicile



(plusieurs mentions possibles)



- 10% des ménages disent accéder à Internet avec un appareil mobile (*i.e.* téléphone mobile ou assistant personnel);
- 4% des ménages accèdent à Internet par un autre type d'équipement tel qu'une play-station.

### Part des ménages en Suisse ayant accès à Internet à domicile (Q. n°4)

(Base : 1147 ménages représentatifs en Suisse)

- 71% des ménages ont accès à Internet, parmi lesquels 4% disent ne pas avoir d'ordinateur; ils accèdent donc à Internet par un autre moyen (p.ex. play-station, I-phone, ordinateur de l'employeur, etc.);
- l'accès à Internet est particulièrement faible au Tessin (57%);
- l'accès à Internet augmente avec la taille et le revenu du ménage, avec la présence d'enfant(s) et le statut socioprofessionnel.

### Equipements d'accès à Internet (Q. n°6)

(Base : 812 ménages ayant accès à Internet à domicile)

- L'accès se fait principalement par un ordinateur fixe et/ou un ordinateur portable, dans 27% des cas avec les deux;
- l'usage de l'ordinateur fixe est plus important dans les ménages avec enfants (74%); l'usage de l'ordinateur portable est plus élevé dans les ménages à haut revenu (10'000.- et + : 73%);

## 2.4. Types d'accès à Internet (Q. n°8)

(Base : 812 ménages ayant accès à Internet)

(plusieurs mentions possibles)

### Connexion à faible débit

ligne tél. analogique

ligne tél. numérique

### Connexion à haut débit sur réseau fixe

ADSL ou DSL

Réseau câblé

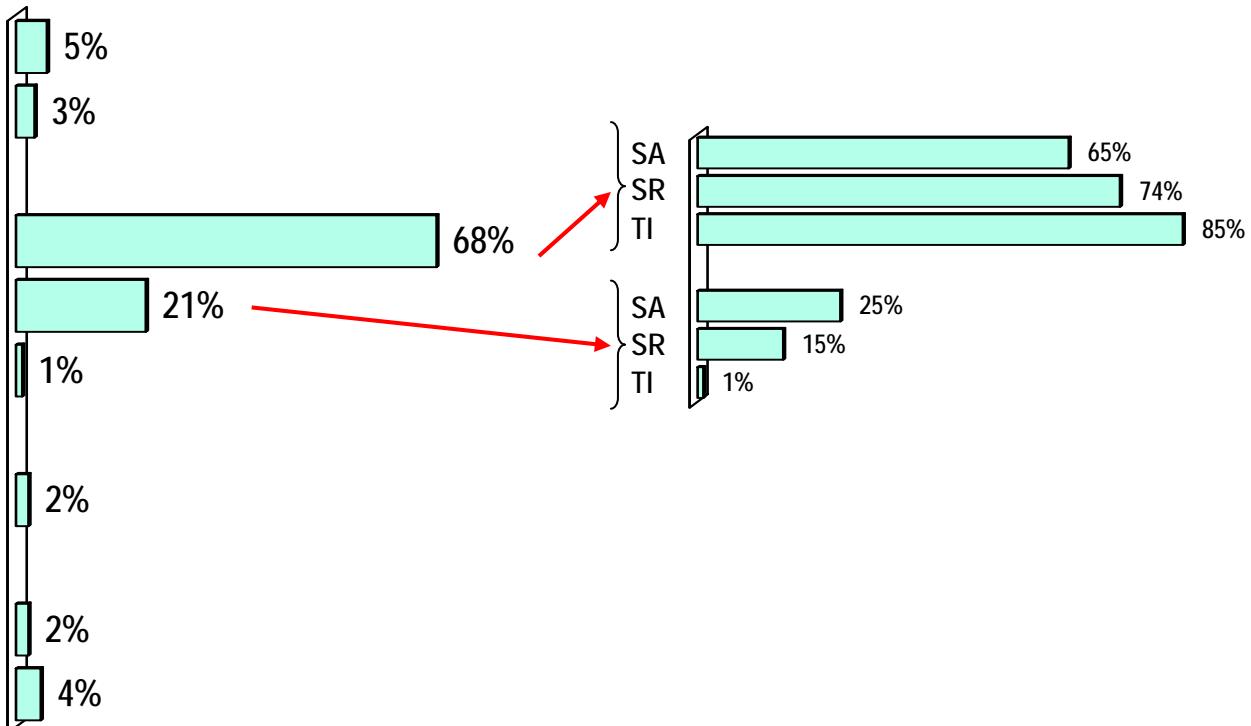
Autres (PLC, fibre optique, satellite)

### Connexion à haut débit sur réseau mobile

Carte PC ou modem USB

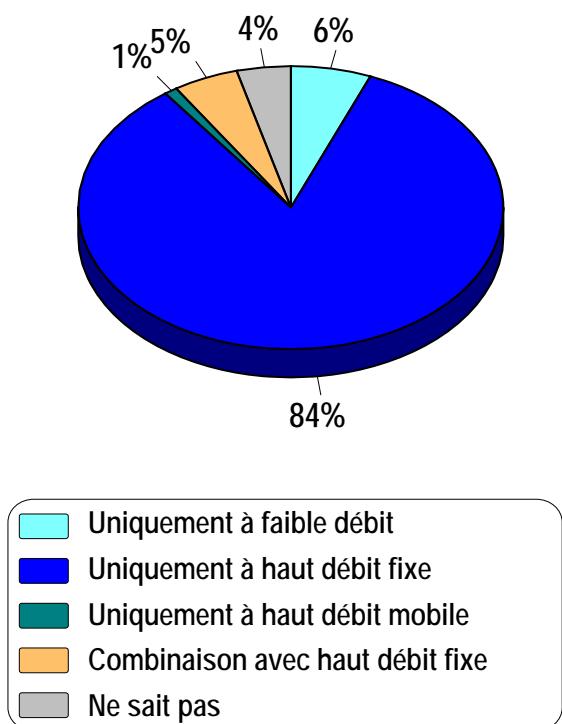
Autres (hot spot, wi-fi, voisins, portable avec GPRS...)

Ne sait pas



Le type de connexion à Internet le plus répandu est le haut débit par ADSL ou DSL, suivi du haut débit par réseau câblé. Le premier est davantage répandu au Tessin et en Suisse romande, le deuxième davantage en Suisse alémanique.

**Types d'accès à Internet (Q. n°8)**  
 (Base : 812 ménages ayant accès à Internet)



Au total, 89% des ménages ayant accès à Internet à domicile ont un accès à haut débit fixe, dont 5% en combinaison avec du faible débit, du haut débit mobile ou un autre type de connexion.

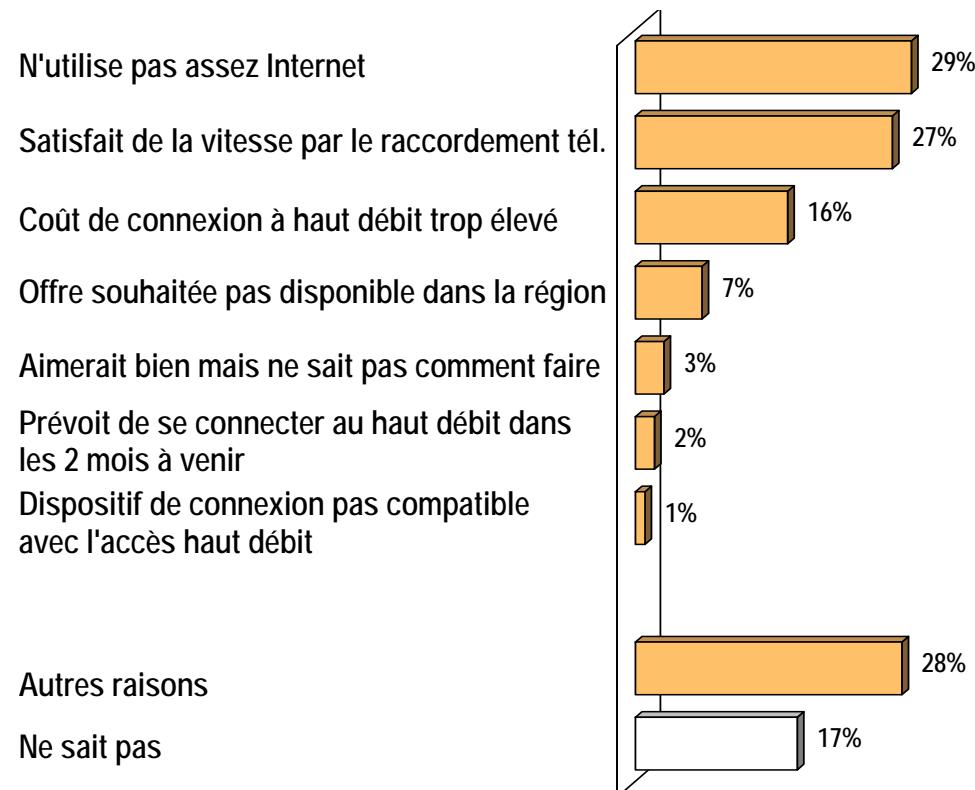
La part des ménages n'ayant qu'un accès à faible débit n'est que de 6%. Il s'agit davantage des ménages d'une seule personne (10%) et des ménages de rentiers et autres inactifs (16%).

Les ménages qui accèdent à Internet uniquement par un réseau à haut débit mobile sont très rares (moins de 1%). Les ménages ayant répondu par le questionnaire papier ont été trois fois plus nombreux à indiquer avoir une connexion à haut débit sur réseau mobile. Il s'agit donc plutôt de ménages n'ayant pas de téléphonie fixe.

## 2.5. Raisons de n'avoir qu'un accès à Internet à faible débit (Q. n°18)

(Base : 49 ménages n'ayant qu'un accès à Internet à faible débit)

Réponses spontanées - Plusieurs mentions possibles

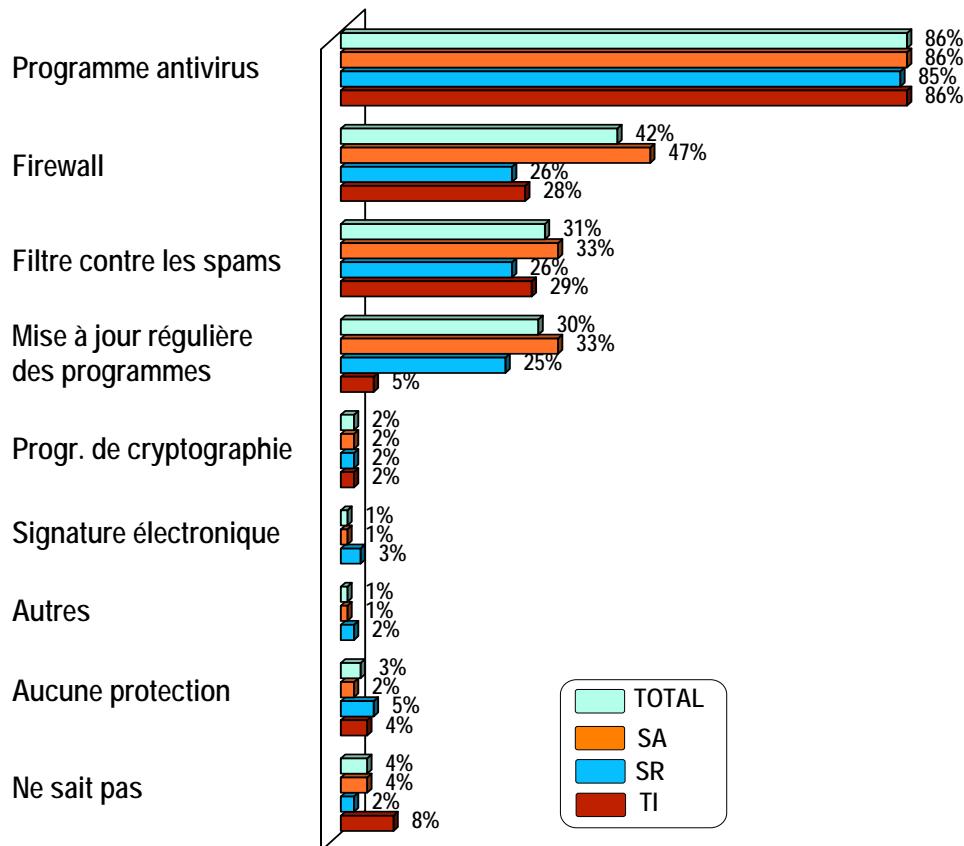


- Les 6% de ménages qui n'ont qu'un accès à faible débit s'en contentent principalement parce qu'ils n'utilisent que peu cet outil ou parce qu'ils sont satisfaits de la vitesse à faible débit;
- ce sont surtout les ménages à faible revenu (en dessous de 6'000.- frs.) qui sont satisfaits de la vitesse (51% contre 27% en moyenne); ces ménages sont aussi deux fois plus nombreux à trouver une connexion à haut débit trop coûteuse (32% contre 16% en moyenne);
- les ménages à haut revenu (au moins 10'000.- frs) ont principalement donné d'autres raisons que celles prévues (57%); le détail de ces réponses n'a pas été saisi; il s'agit probablement du fait que ces ménages disposent d'un accès à haut débit dans un cadre hors domicile (par exemple payé par l'employeur) et des raisons de principe;
- le nombre important de réponses « ne sait pas » vient des questionnaires papier où les répondants ont souvent laissé cette question sans réponse.

## 2.6. Protection de l'ordinateur (Q. n°7)

(Base : 812 ménages ayant accès à Internet)

Réponses spontanées - Plusieurs mentions possibles

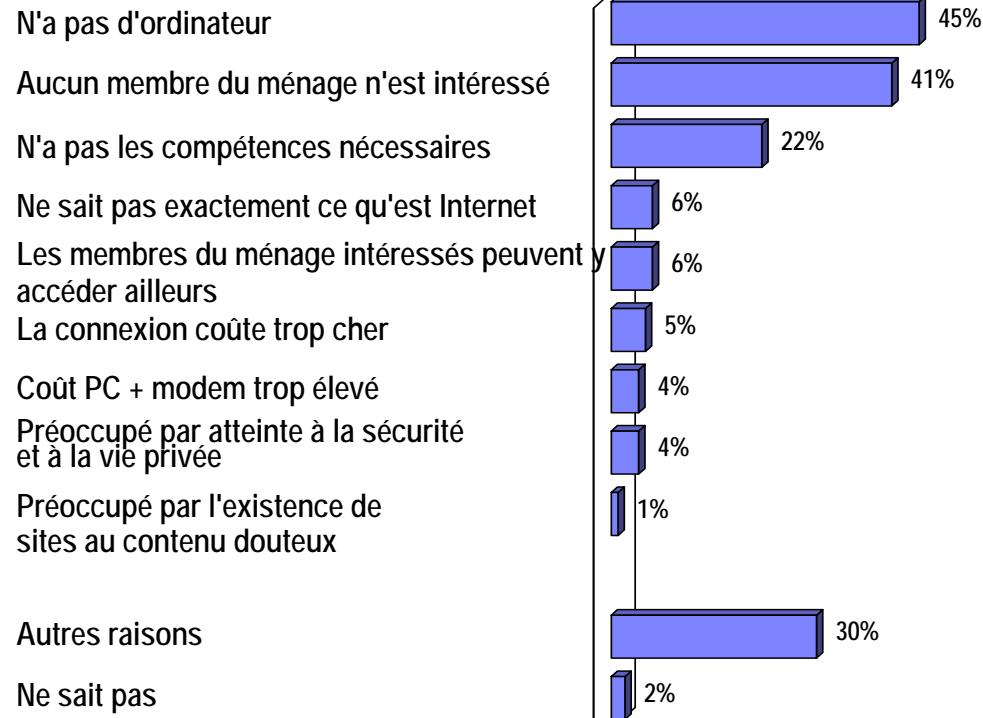


- L'écrasante majorité des ménages ayant accès à Internet dit protéger son ordinateur (93%), 3% admettant ne pas le protéger du tout et 4% ne sachant pas s'il est protégé ou pas;
- l'outil le plus répandu consiste dans des programmes antivirus (86%) et ceci dans tous les types de ménages; la question ne révèle cependant pas si ces programmes sont à jour;
- les pare-feux (firewall), les filtres contre les pourriels (spams) et la mise à jour régulière des programmes sont également bien répandus avec respectivement 42%, 31% et 30%;
- les ménages en Suisse alémanique sont plus nombreux à protéger leur ordinateur avec un pare-feu, un filtre contre les pourriels et/ou la mise à jour régulière des programmes;
- l'utilisation d'un pare-feu est également liée au niveau des revenus du ménage : il est utilisé par 30% des ménages disposant de revenus inférieurs à 6'000.-, par 43% des ménages disposant de revenus entre 6'000.- et 9'999.- et par 52% des ménages disposant de revenus de 10'000.- frs au moins;
- les autres outils de protection ne sont utilisés que très rarement.

## 2.7. Raisons de ne pas avoir accès à Internet à domicile (Q. n°5)

(Base : 335 ménages sans accès à Internet)

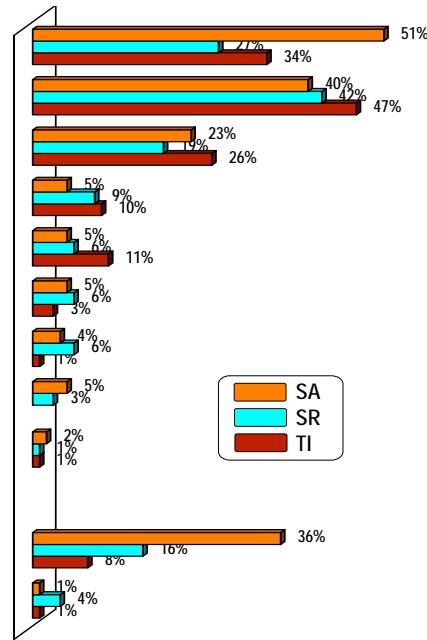
Réponses spontanées - Plusieurs mentions possibles



- Les deux raisons principales de ne pas avoir accès à Internet à domicile sont l'absence d'ordinateur et le manque d'intérêt des membres du ménage; la première raison peut par ailleurs être interprétée comme proche de la deuxième (absence d'ordinateur par manque d'intérêt), vu que les raisons financières ne sont que marginales; 68% des ménages sans accès à Internet ont mentionné au moins l'une de ces deux raisons;
- le manque d'intérêt est tout particulièrement mentionné par les ménages dont le revenu principal provient d'une personne retraitée ou inactive (48%);
- le manque de compétences nécessaires est tout de même mentionné par près du quart des ménages sans accès à Internet; mis ensemble avec la méconnaissance totale de ce qu'est Internet, cette raison concerne 26% des ménages;
- le coût est une raison plutôt marginale de ne pas avoir Internet à domicile, et cette raison ne varie pas sensiblement en fonction du revenu;
- les questions de sécurité et de contenu des sites ne sont pas non plus une raison qui retient beaucoup de ménages à se connecter à Internet à domicile.

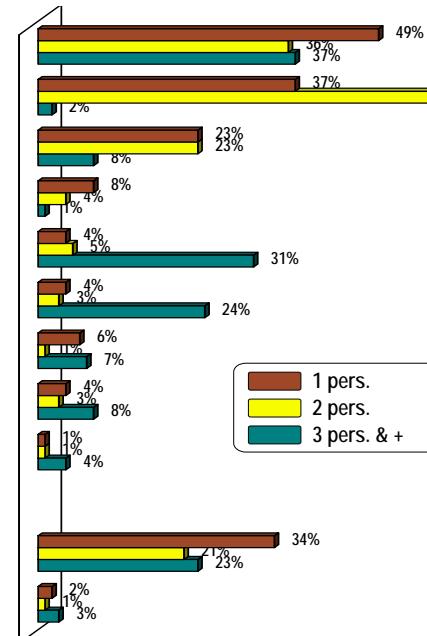
## Selon la région

- N'a pas d'ordinateur
- Aucun membre du ménage n'est intéressé
- N'a pas les compétences nécessaires
- Ne sait pas exactement ce qu'est Internet
- Les membres du ménage intéressés peuvent y accéder ailleurs
- La connexion coûte trop cher
- Coût PC + modem trop élevé
- Préoccupé par atteinte à la sécurité et à la vie privée
- Préoccupé par l'existence de sites au contenu douteux
- Autres raisons
- Ne sait pas



## Selon la taille du ménage

- N'a pas d'ordinateur
- Aucun membre du ménage n'est intéressé
- N'a pas les compétences nécessaires
- Ne sait pas exactement ce qu'est Internet
- Les membres du ménage intéressés peuvent y accéder ailleurs
- La connexion coûte trop cher
- Coût PC + modem trop élevé
- Préoccupé par atteinte à la sécurité et à la vie privée
- Préoccupé par l'existence de sites au contenu douteux
- Autres raisons
- Ne sait pas



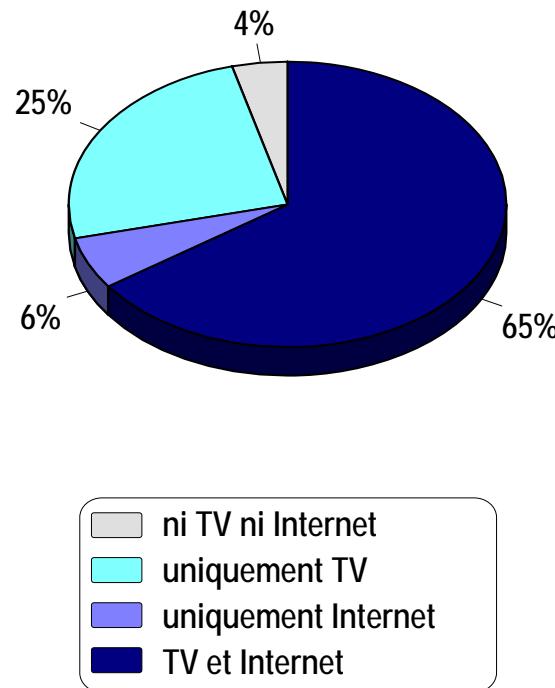
- En Suisse alémanique, la raison principale de ne pas avoir accès à Internet à domicile est l'absence d'ordinateur, suivi du manque d'intérêt;
- au Tessin et en Suisse romande, par contre, l'ordre d'importance de ces deux premières raisons est inversé (la raison principale est le manque d'intérêt suivi de l'absence d'ordinateur);
- il est intéressant de noter qu'au Tessin, où l'accès à Internet à domicile est moins répandu, 11% des ménages disent que les membres intéressés y ont accès ailleurs;
- plus du tiers des ménages en Suisse alémanique indiquent en outre une autre raison, contre 16% en Suisse romande et 8% au Tessin.

Dans les ménages avec au moins 3 personnes (et donc souvent avec des enfants), les soucis liés au coût et à la sécurité sont plus souvent à l'origine de l'absence d'accès à Internet à domicile; en outre, les membres intéressés peuvent y accéder beaucoup plus souvent ailleurs que dans les ménages plus petits; c'est surtout dans les ménages avec 2 personnes que le manque d'intérêt pour Internet est flagrant;

par contre, dès 3 personnes dans le ménage, le manque de compétences nécessaires devient une raison marginale.

## 2.8. Vue d'ensemble : taux de pénétration de la réception des programmes TV sur un téléviseur et de l'accès à Internet (Q. n°2 et n°4)

(Base : 1147 ménages représentatifs en Suisse)



### Région

SA

SR

TI

### Taille du ménage

1 personne

2 personnes

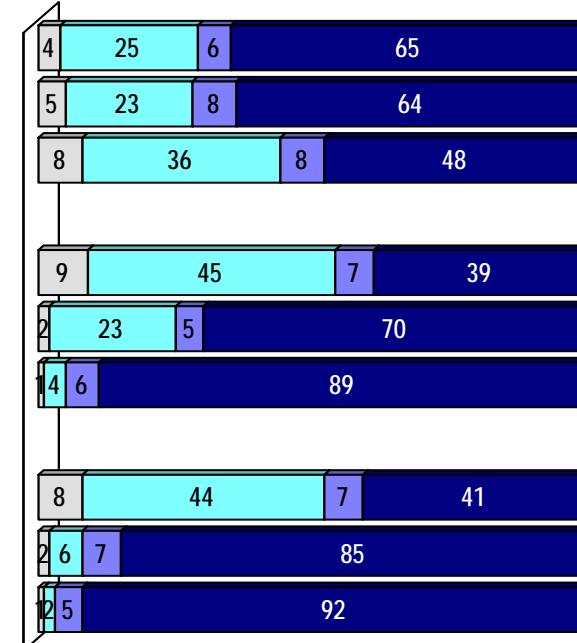
3 personnes et +

### Revenus ménage

&lt; 6'000.- frs

6'000.- à 9'999.- frs

10'000.- frs &amp; +



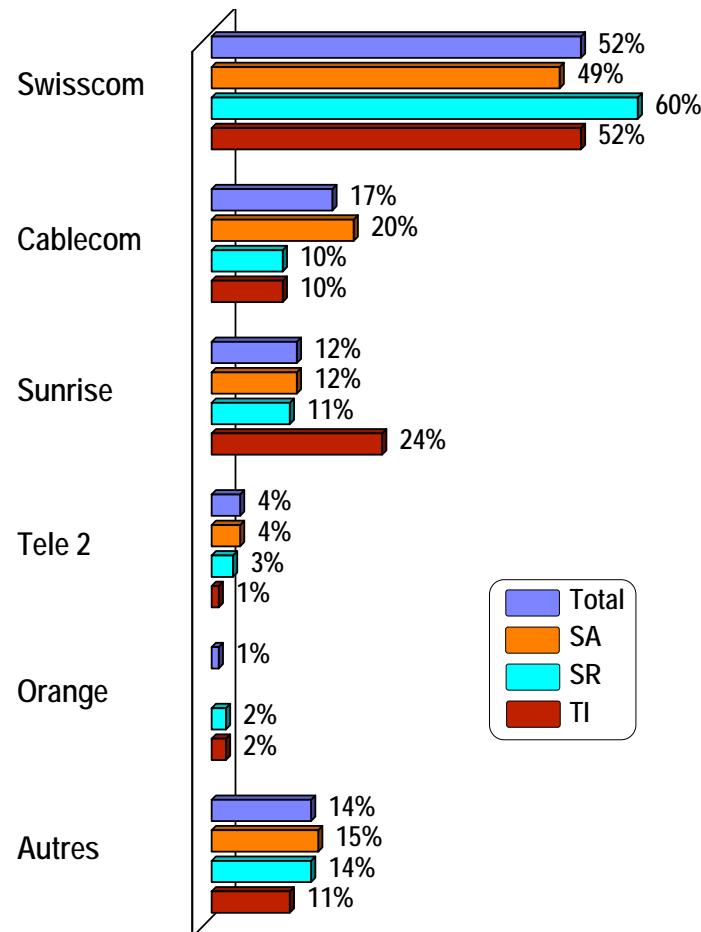
Seule une petite minorité des ménages en Suisse (4%) ne dispose ni d'une réception de télévision sur un téléviseur ni d'un accès à Internet; ce groupe est légèrement plus important au Tessin que dans les autres régions linguistiques. Le fait de ne jouir ni de réception TV ni d'Internet est également plus répandu parmi les ménages d'une seule personne et ceux à faible revenu. Ce sont également ces trois groupes qui possèdent le plus souvent uniquement une réception de programmes TV sur un téléviseur.

Les ménages à haut revenu et les ménages d'au moins 3 personnes sont, dans l'écrasante majorité, connectés à Internet (à 97% et 95%). Ce sont par ailleurs les seuls groupes qui disposent plus souvent uniquement d'Internet que uniquement d'une réception sur un téléviseur.

### 3. CHOIX DU FOURNISSEUR

#### 3.1. Fournisseur actuel

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)



#### Fournisseur de l'accès à haut débit sur réseau fixe (Q. n°10A)

- Swisscom est le fournisseur pour l'accès à Internet à haut débit sur réseau fixe de plus de la moitié des ménages en Suisse;
- Cablecom représente le deuxième fournisseur dans l'ordre d'importance. Vu que l'accès par le réseau câblé est plus fréquent en Suisse alémanique, il n'est pas surprenant que Cablecom soit plus répandu dans cette région linguistique;
- Sunrise est sensiblement plus présent au Tessin que dans les autres régions linguistiques;
- Tele2 et Orange ne se disputent finalement qu'une infime partie du marché.

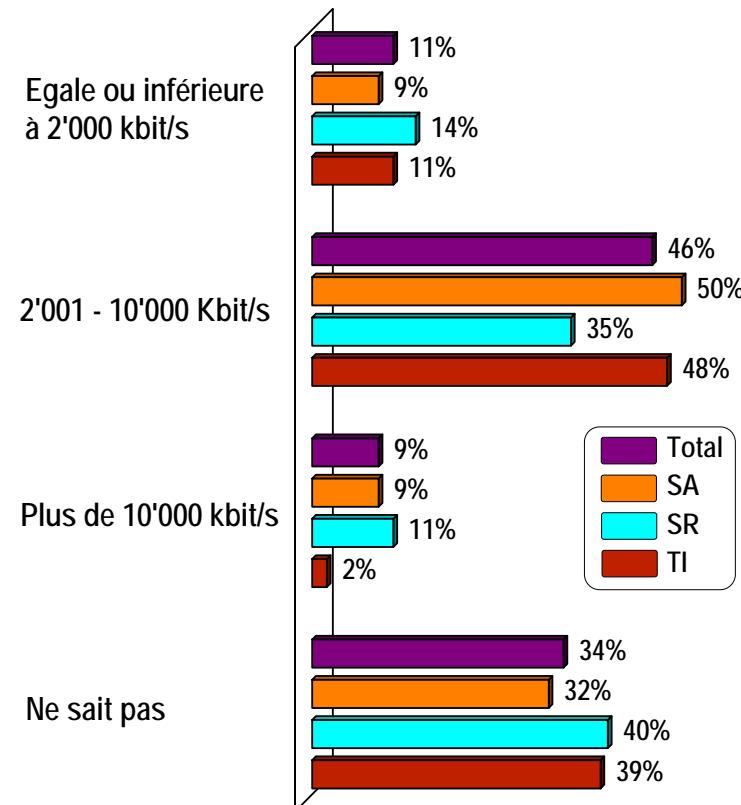
#### Fournisseur de l'accès à haut débit sur réseau mobile (Q. n°10B)

En raison du faible nombre d'abonnés à un réseau mobile à haut débit (base : 19 ménages), les résultats ne sont guère représentatifs ce qui justifie l'absence de graphique. Tous les résultats concernant l'accès à haut débit sur réseau mobile doivent donc être interprétés avec prudence.

- Le fournisseur d'accès au réseau mobile à haut débit principal est, tout comme pour le haut débit fixe, Swisscom (7 sur 19), suivi de Sunrise (1 sur 19) et Orange (1 sur 19); plus de la moitié (10 sur 19) indiquent un fournisseur non proposé dans la liste.

### 3.2. Vitesse de l'accès

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)

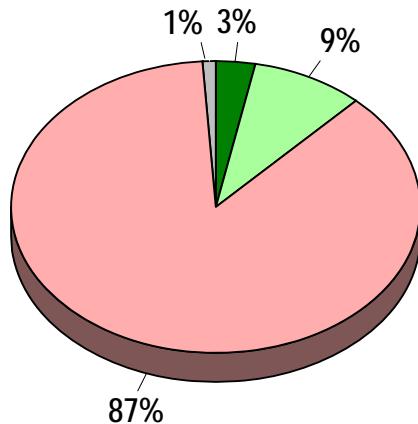


#### Vitesse de l'accès à haut débit sur réseau fixe (Q. n°11A)

- La plupart des ménages suisses ont opté pour un haut débit du milieu de la gamme (2'001 à 10'000 Kbit/s);
- un tiers des personnes interrogées dans les ménages ne savent pas quelle vitesse offre leur fournisseur; ils savent tout au plus le montant qu'ils payent;
- les hauts débits du bas de gamme (2'000 Kbit/s ou moins) sont peu fréquents puisque seuls 11% des ménages y recourent; ils sont un peu plus répandus en Suisse romande (14%);
- les très hauts débits sont encore moins fréquents, et ceci tout particulièrement au Tessin (seulement 2% contre 9% en moyenne); ce sont les ménages où le chef de foyer est d'une profession supérieure ou indépendante qui disposent le plus souvent du très haut débit (15% d'entre eux);
- compte tenu de ces résultats, on peut dire que la vitesse d'accès ne représente pas, à l'heure actuelle, un enjeu majeur pour la plupart des ménages en Suisse.

**Souhait d'une connexion à haut débit sur réseau fixe plus performante à un prix supérieur (Q. n°17A)**

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)

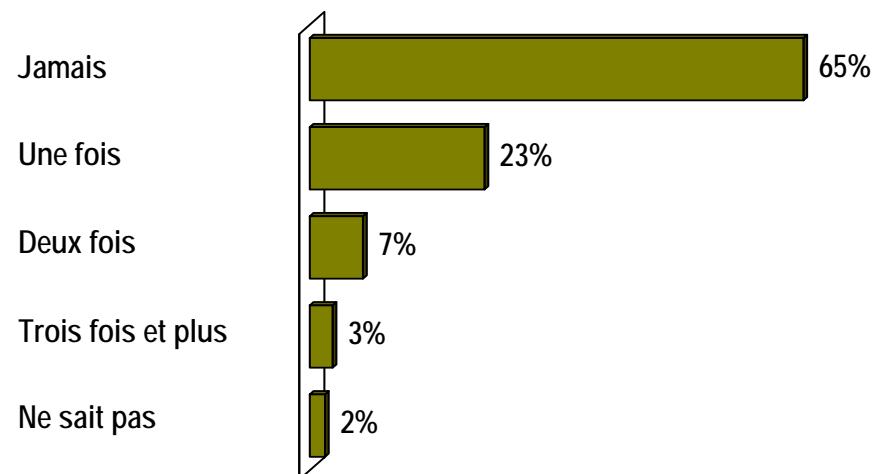


- █ Oui, certainement
- █ Oui, éventuellement
- █ Non
- █ Ne sait pas

- A la question s'ils envisagent de payer plus pour disposer d'une connexion à haut débit sur réseau fixe plus performante, la grande majorité des ménages répond non. Seulement 3% l'envisagent de manière sérieuse. Ce résultat confirme l'impression donnée par la question précédente : la vitesse d'accès ne représente pas, à l'heure actuelle, un enjeu majeur pour la plupart des ménages en Suisse ;
- cette attitude est partagée par tous les types de ménage, quel que soit leur localisation, taille, niveau de revenu et statut socioprofessionnel.

### 3.3. Fréquence de changement du fournisseur d'accès depuis que le ménage est équipé d'Internet

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)



#### Changements de fournisseur d'accès à haut débit sur réseau fixe (Q. n°12A)

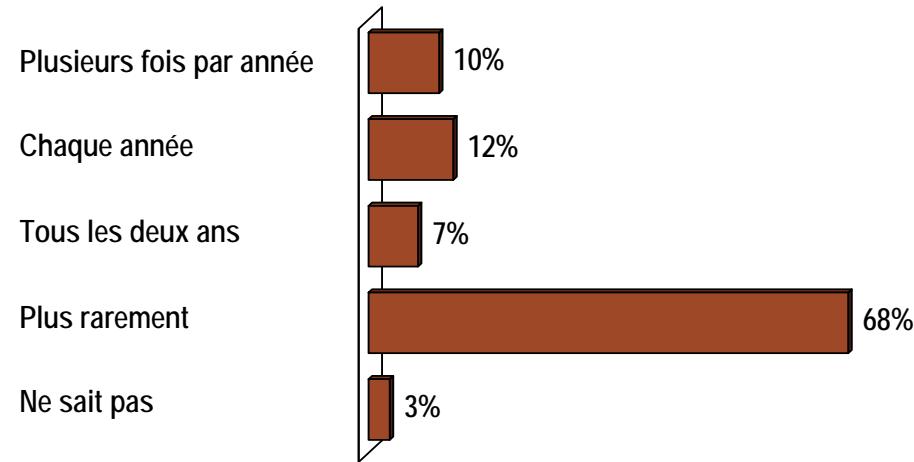
- Les deux tiers des ménages n'ont jamais changé de fournisseur et un petit quart une seule fois;
- les fréquents changements de fournisseur sont assez rares; seul 10% ont changé au moins deux fois de fournisseur; le nombre maximal de changements est de 15;
- ce comportement ne varie pas avec le type de ménage (région linguistique, taille, revenu et statut socio-professionnel).

#### Changements de fournisseur d'accès à haut débit sur réseau mobile (Q. n°12B)

- Les changements semblent un peu plus fréquents pour l'accès à haut débit sur réseau mobile;
- 11 sur 19 n'ont encore jamais changé et 4 sur 19 ont changé au moins 2 fois.

### 3.4. Fréquence de comparaison des offres du marché

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)



#### Offres à haut débit sur réseau fixe (Q. n°13A)

- Plus des deux tiers des ménages ne comparent que très rarement voire plus du tout les offres du marché;
- un peu plus d'un ménage sur cinq prend la peine de s'informer au moins une fois par année.

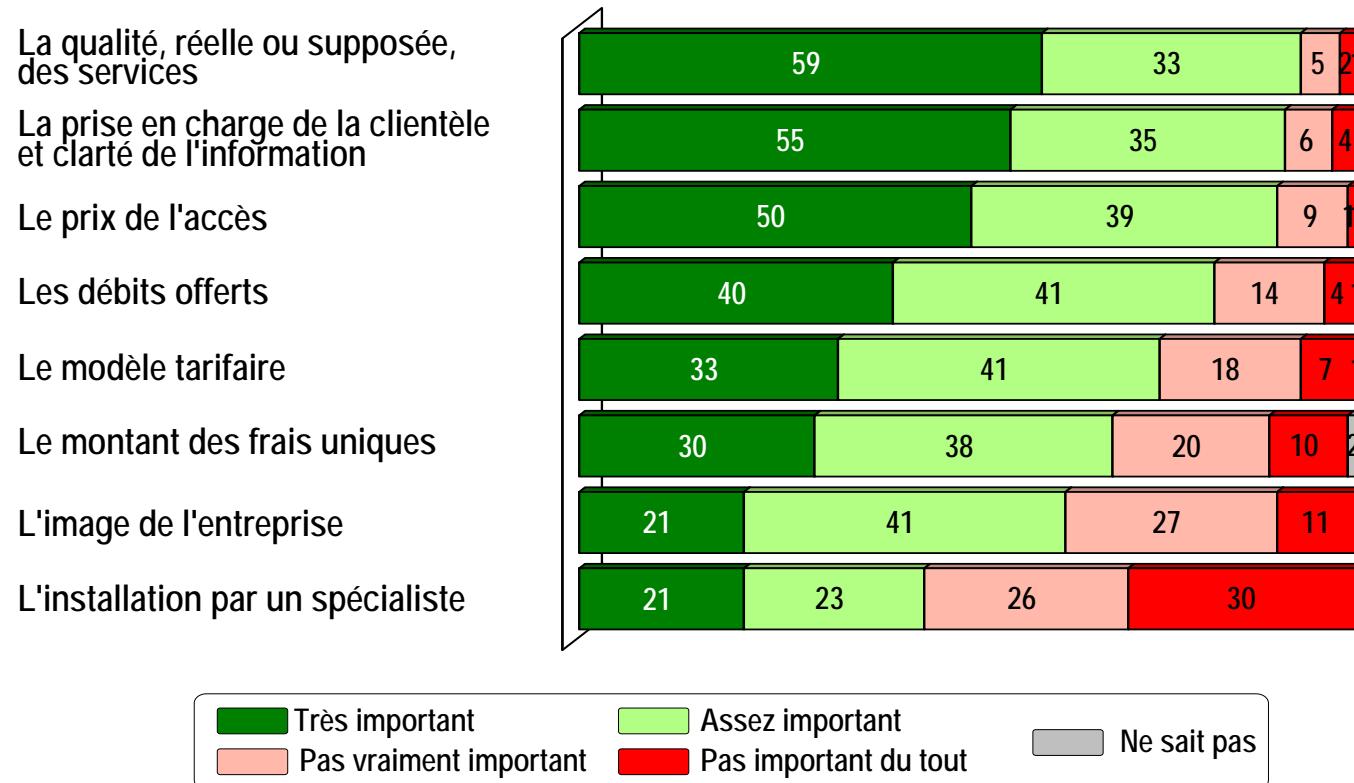
#### Offres à haut débit sur réseau mobile (Q. n°13B)

- La fréquence de comparaison des offres du marché concernant l'accès à Internet à haut débit sur réseau mobile est pratiquement la même que pour le réseau fixe.

Plus des deux tiers des ménages ne cherchent donc pas activement à obtenir le meilleur rapport prix / qualité pour leur accès à Internet à haut débit, qu'il soit sur réseau fixe ou mobile. Est-ce parce qu'ils sont satisfaits de leur fournisseur ou parce qu'il est trop difficile d'établir des comparaisons face à l'abondance des offres disponibles ? Ou est-ce encore d'autres raisons qui les animent ?

### 3.5. Les critères de choix du fournisseur (Q. n°14A)

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)



Le critère principal du choix d'un fournisseur à haut débit sur réseau fixe est la qualité des services, suivi par la prise en charge de la clientèle et par la clarté de l'information. Ces deux critères sont importants pour respectivement 92% et 90% des ménages. Le prix de l'accès est également important pour 89% des ménages. Les deux autres critères liés aux prix sont un peu moins importants (74% pour le modèle tarifaire et 68% pour le montant des frais uniques).

Les débits n'arrivent qu'en quatrième position de l'importance des critères de choix. L'image de l'entreprise est, avec 62%, comparativement moins importante que la qualité des service qu'elle offre. En dernière position, on trouve l'installation par un spécialiste. Bien que moins important que les autres critères pour le choix du fournisseur, il reste important pour 44% des ménages qui se sentent donc probablement démunis face aux aspects techniques de l'installation.

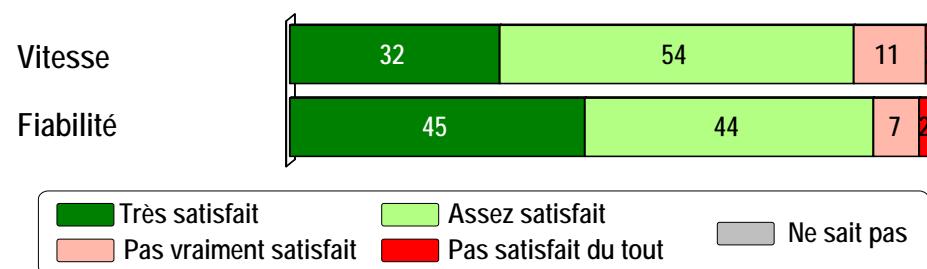
Ces critères de choix sont pratiquement les mêmes pour tous les types de ménages. Seule exception : les débits offerts sont moins importants pour les retraités et autres inactifs et plus importants pour les ménages à haut revenu.

L'importance des critères de choix se présente tout autrement pour l'accès à haut débit sur réseau mobile. Les deux critères les plus importants sont la couverture du réseau (importants pour 18 sur 19) et les débits offerts (18 sur 19). En troisième position, on trouve le modèle tarifaire (17 sur 19), plus important que le prix d'accès lui-même (13 sur 19). La qualité des services et la prise en charge de la clientèle arrivent en quatrième et cinquième position (16 sur 19 et 13 sur 19). Les trois critères que sont les frais uniques, l'image et l'installation se trouvent en fin de classement.

## 4. SATISFACTION DE LA CLIENTELE

### 4.1. Satisfaction avec la qualité de la connexion

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)



#### Connexions à haut débit sur réseau fixe (Q. n°15A)

- Les ménages sont dans la grande majorité satisfaits de la fiabilité et de la vitesse de leur connexion à haut débit sur réseau fixe (respectivement 89% et 86% de satisfaits), même si cette satisfaction n'est pas très prononcée (moins de la moitié de ces satisfaits sont très satisfaits, les autres seulement assez);

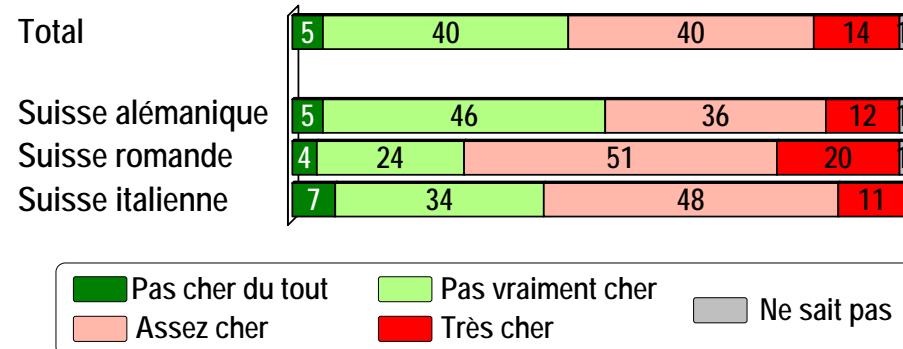
- les clients d'un opérateur en particulier sont deux fois plus insatisfaits de la fiabilité de la connexion que la moyenne (20% contre 9%); il en va de même pour la vitesse de la connexion (21% d'insatisfaits chez ce même opérateur contre 13% en moyenne).

#### Connexions à haut débit sur réseau mobile (Q. n°15B)

- La satisfaction avec la vitesse de la connexion à haut débit sur réseau mobile est très proche de celle avec la vitesse de la connexion à haut débit sur réseau fixe;
- par contre, la satisfaction liée à la fiabilité est légèrement plus basse, dans le sens qu'il y a plus de ménages « assez satisfaits » et moins de « très satisfaits »;
- la satisfaction avec la couverture du réseau mobile se présente comme celle avec la vitesse : plus de la moitié des sondés sont moyennement satisfaits, un tiers très satisfaits et un peu plus de 2 sur 19 sont insatisfaits.

## 4.2. Appréciation du prix de l'accès à Internet à haut débit

(Base : 723 ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe)



### Connexions à haut débit sur réseau fixe (Q. n°16A)

- Les ménages sont clairement moins satisfaits du prix que de la qualité de la connexion; plus de la moitié trouve que leur accès à Internet est assez ou très cher;
- ce sont davantage les ménages en Suisse romande qui trouvent leur accès cher : la moitié le trouve assez cher et un cinquième même très cher;
- les ménages qui ont cité un fournisseur non indiqué dans la liste sont plus satisfaits du prix d'accès (57% trouvent le prix pas vraiment cher).

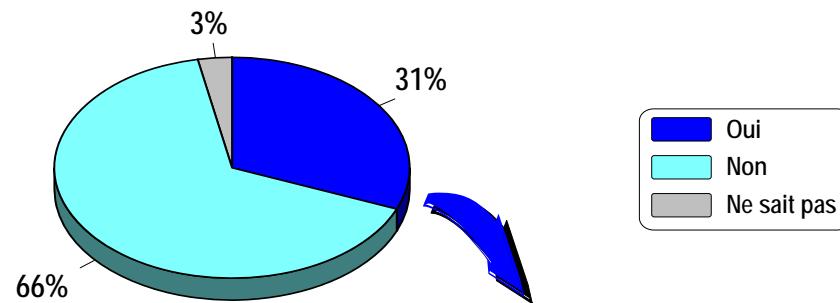
### Connexions à haut débit sur réseau mobile (Q. n°16B)

- Le prix des connexions à haut débit sur réseau mobile est globalement ressenti comme étant plus cher; si la part des ménages qui le trouvent pas cher du tout ou pas vraiment cher est la même, elle est deux fois plus élevée à le trouver très cher.

### 4.3. Traitement des problèmes par le fournisseur

#### Prise de contact avec le fournisseur, au cours de 12 derniers mois, à cause d'un problème (Q. n°27)

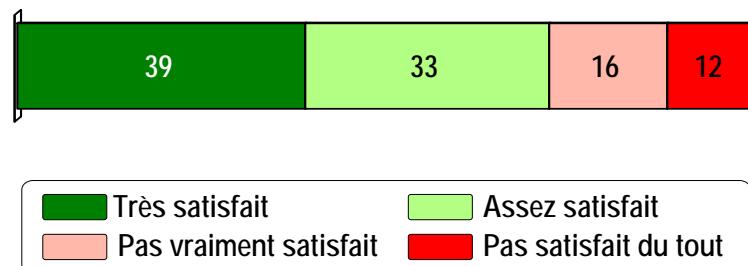
(Base : 804 ménages connectés à Internet au cours des 12 derniers mois)



- Moins d'un tiers de l'échantillon s'est adressé à son fournisseur pour un problème au cours des 12 derniers mois;
- il existe des différences significatives entre opérateurs : les clients d'un opérateur en particulier se sont adressés plus souvent à leur fournisseur à cause d'un problème (42%).

#### Satisfaction avec la prise en charge (Q. n°28)

(Base : 246 ménages s'étant adressés à leur fournisseur au cours des 12 derniers mois)



- Parmi les ménages qui se sont adressés à leur fournisseur au cours des 12 derniers mois, 39% ont été très satisfaits de la prise en charge du problème et 33% assez satisfaits; dès lors, l'insatisfaction atteint 28%;
- les clients de ce même opérateur ne se sont pas seulement adressés plus souvent à leur fournisseur, mais ils sont également clairement moins satisfaits de la prise en charge de leur problème (67% d'insatisfaits).

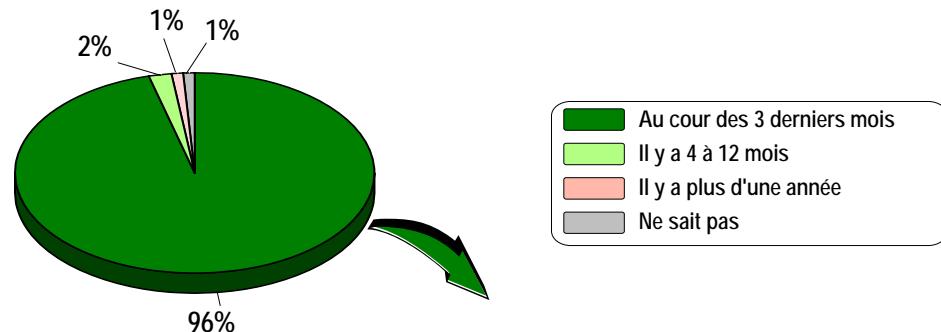
La qualité du service et de la prise en charge de la clientèle étant des critères fondamentaux dans le choix du fournisseur, le traitement des problèmes éventuels constitue un enjeu particulier pour les opérateurs en Suisse.

## 5. UTILISATION D'INTERNET A DOMICILE PAR LES MENAGES EN SUISSE

### 5.1. Fréquence de l'utilisation

#### Dernier accès à Internet depuis le domicile (Q. n°19)

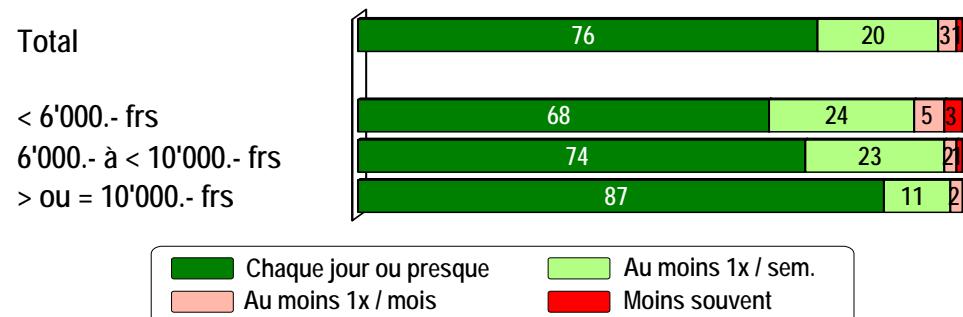
(Base : 812 ménages ayant accès à Internet à domicile)



- Presque tous les ménages qui ont un accès Internet à domicile y ont eu accès au cours des trois derniers mois (96%).

#### Fréquence d'utilisation moyenne au cours des 3 derniers mois (Q. n°20)

(Base : 793 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 3 derniers mois)

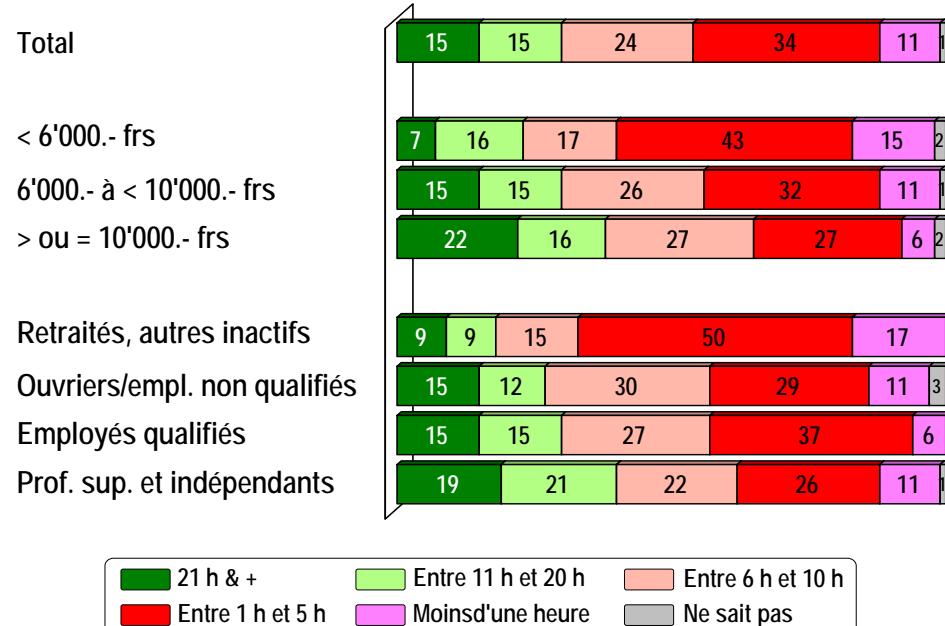


- Les trois quarts des ménages accèdent à Internet tous les jours ou presque et un cinquième supplémentaire au moins une fois par semaine;
- la fréquence d'utilisation augmente avec le revenu du ménage;
- la fréquence d'utilisation augmente aussi avec le débit de la connexion ou inversement : plus souvent on utilise Internet, plus haut sera le débit choisi;
- il est à souligner que le débit n'est pas directement lié au niveau de revenu du ménage.

## 5.2. Intensité d'utilisation

(Base : 793 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 3 derniers mois)

### Heures hebdomadaires moyennes au cours des 3 derniers mois (Q. n°21)



- L'utilisation d'Internet par les ménages en Suisse est non seulement très régulière mais également assez intensive : 30% l'utilisent plus de 10 heures par semaine et seulement 11% moins d'une heure par semaine en moyenne;
- l'intensité d'utilisation, tout comme la fréquence, augmente avec le revenu du ménage;
- l'intensité d'utilisation est directement liée au débit : les ménages avec un accès à haut débit l'utilisent en moyenne trois fois plus intensément que les foyers avec un accès à faible débit;
- lorsque des ménages de retraités ou autres inactifs ont accès à Internet, ils l'utilisent sensiblement moins intensément que les autres.

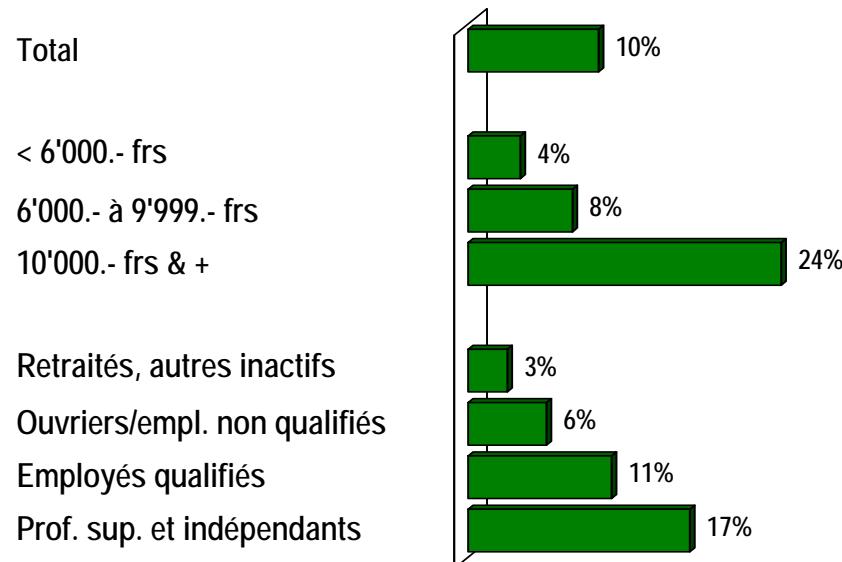
En outre, la fréquence et l'intensité d'utilisation sont en toute logique fortement liées à la taille du ménage : 83% des ménages de 3 personnes et plus y ont accès tous les jours ou presque et 25% l'utilisent plus de 20 heures par semaine (contre 62% et 5% pour les ménages d'une personne).

### 5.3. Les types d'usage

#### 1) Télétravail ou formation à distance (Q. n°22)

(Base : 793 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 3 derniers mois)

Part des ménages qui pratiquent l'un ou l'autre



- Seulement 10% des ménages qui accèdent régulièrement à Internet à domicile pratiquent le télétravail ou la téléformation. Il faut souligner que ces deux activités ont été définies de manière assez stricte comme travail à distance régulier convenu avec l'employeur et études formellement à distance;
- la pratique du télétravail et de la téléformation augmente clairement avec le revenu et le statut socioprofessionnel du ménage;
- la taille du ménage influence également positivement cette pratique (5% pour les ménages à une personne et 13% pour les ménages à au moins 3 personnes).

## 2) Communiquer sur Internet (Q. n°23 1.-3.)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

Envoi / réception courriels



- L'envoi et la réception de courriels est une activité très répandue : 90% l'utilisent au moins de temps en temps, les trois quarts même souvent;

- en comparaison, les messages sur les sites de discussion et de socialisation inclus les chats, forums, blogs etc., et la téléphonie par Internet sont peu utilisés.

## 3) S'informer sur Internet (Q. n°23 4.-6.)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

Recherche d'informations en général



- Internet est beaucoup utilisé pour la recherche d'informations en général : 92% l'utilisent au moins de temps en temps;

- la recherche d'informations sur les biens et services est un peu plus circonscrite, mais 83% l'utilisent au moins de temps en temps;

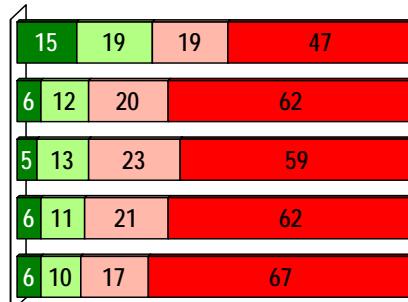
- la lecture de la presse par Internet est beaucoup plus restreinte; il reste 45% qui la pratiquent au moins de temps en temps et 22% souvent, ce qui n'est pas négligeable pour un média traditionnellement écrit.



#### 4) Se divertir sur Internet (Q. n°23 7.-11.)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

Ecouter / télécharger musique



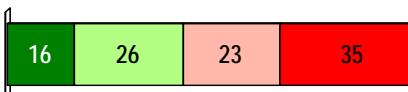
- Le divertissement sur Internet est globalement moins répandu que la communication et l'information;

- c'est la musique qui l'emporte dans ce domaine : dans un tiers des ménages, on l'écoute sur Internet ou on la télécharge depuis Internet au moins de temps en temps.

#### 5) Etre citoyen (Q. n°23 15.)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

Réaliser démarches administratives



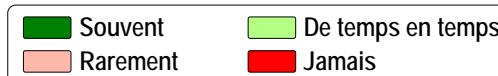
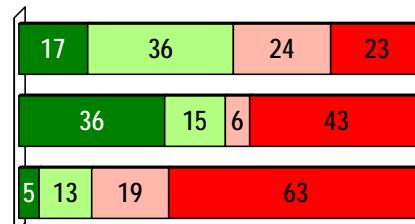
- La réalisation de démarches administratives par Internet est une activité plus occasionnelle que fréquente; dans l'absolu, elle touche quand même les deux tiers des ménages.



## 6) Acheter et vendre (Q. n°23 12.-14.)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

Acheter des biens ou services



- Plus de la moitié des ménages avec un accès à Internet utilisé au cours des 12 derniers mois achètent au moins de temps en temps sur Internet; un petit quart n'a jamais acheté sur Internet;

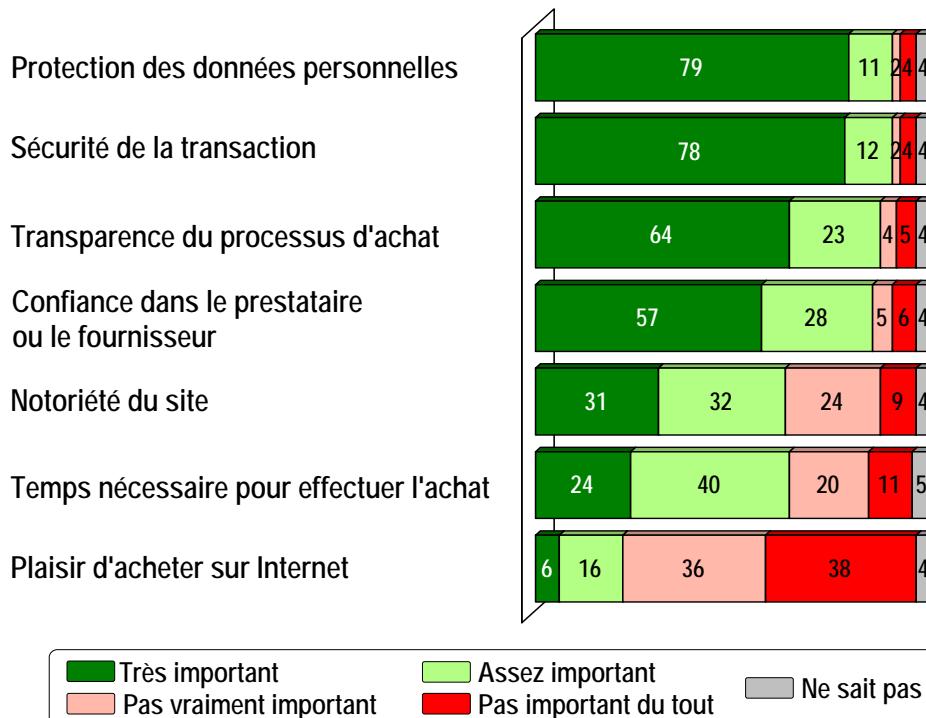
- par contre la vente sur Internet est beaucoup moins pratiquée : seul un tiers des ménages a recouru à cette pratique au moins une fois;

- effectuer des paiements par Internet est une activité qui se fait soit souvent, soit pas du tout; un bon tiers des ménages ont opté pour une utilisation systématique de ce moyen et une moitié ne l'utilise jamais ou rarement;

- seulement 16% des ménages affirment n'avoir jamais exercé aucune de ces trois activités d'achat-vente sur Internet.

### Critères déterminant le choix d'acheter sur Internet (Q. n°24)

(Base : 669 ménages ayant acheté au moins une fois un bien ou un service sur Internet)

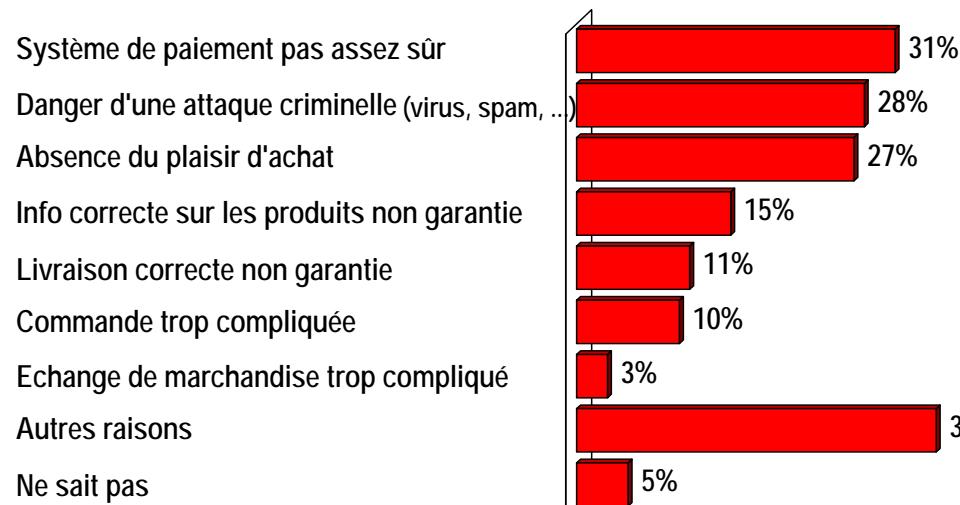


- Pour inciter les utilisateurs à acheter sur Internet, il faut avant tout que la protection des données et la sécurité des transactions soient assurées; ces deux critères sont les plus déterminants dans le choix d'acheter sur Internet;
- la transparence du processus d'achat et la confiance dans le prestataire ou le fournisseur sont également des facteurs importants; mais la notoriété du site n'est pas à elle seule suffisante pour donner confiance aux utilisateurs;
- le temps nécessaire pour effectuer un achat est un critère un peu moins important ;
- le plaisir d'acheter sur Internet ne semble par contre pas être un facteur qui incite les utilisateurs à effectuer leurs achats par ce canal;
- la notoriété du site joue un rôle plus important en Suisse romande qu'en Suisse alémanique (74% la jugent importante contre 60%);
- le temps nécessaire pour effectuer un achat est un critère plus important en Suisse romande qu'en Suisse alémanique (76% le jugent important contre 60%).

## Raisons pour lesquelles les ménages n'achètent pas sur Internet (Q. n°25)

(Base : 131 ménages n'ayant jamais acheté sur Internet)

Plusieurs mentions possibles



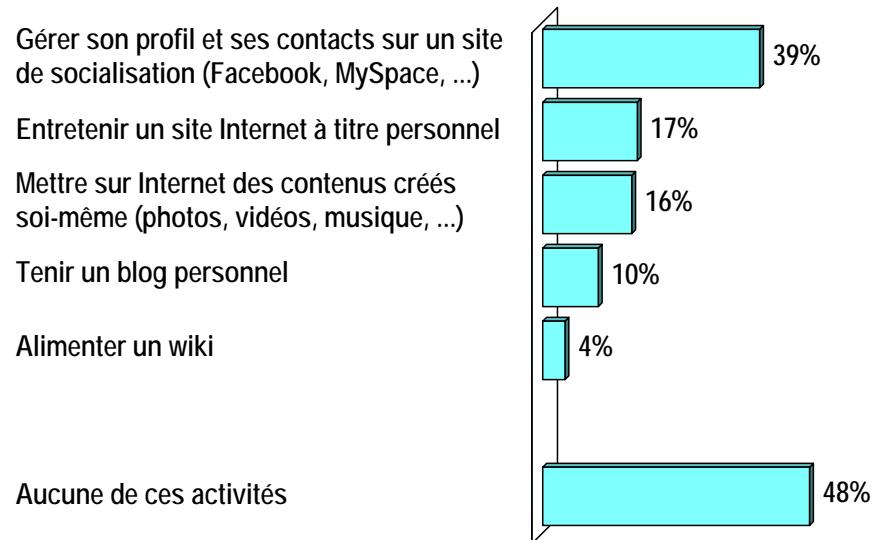
- Ce sont à nouveau en première ligne des raisons de sécurité qui expliquent qu'un quart des utilisateurs n'achètent jamais sur Internet et ceci pour tous les types de ménages;
- les Suisses alémaniques et les retraités ont un peu plus souvent peur des attaques criminelles (respectivement 34% et 37% contre 28% en moyenne);
- l'absence du plaisir d'achat est un autre facteur important, tout comme le plaisir d'achat n'est pas une raison pour acheter sur Internet pour ceux qui l'ont pratiqué au moins une fois;
- des livraisons non correctes sont craintes surtout par les familles avec enfants (25% contre 11% en moyenne);
- la complexité de la commande est invoquée surtout par les retraités (17% contre 10% en moyenne);
- 35% des sondés citent encore d'autres raisons, en particulier quand ils sont membres de ménages à haut revenu (74%).

## 7) Présence sur la toile

### Pratique d'autres activités sur Internet (Q. n°26)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

Part des ménages dans lesquels au moins un membre a déjà pratiqué les activités suivantes :

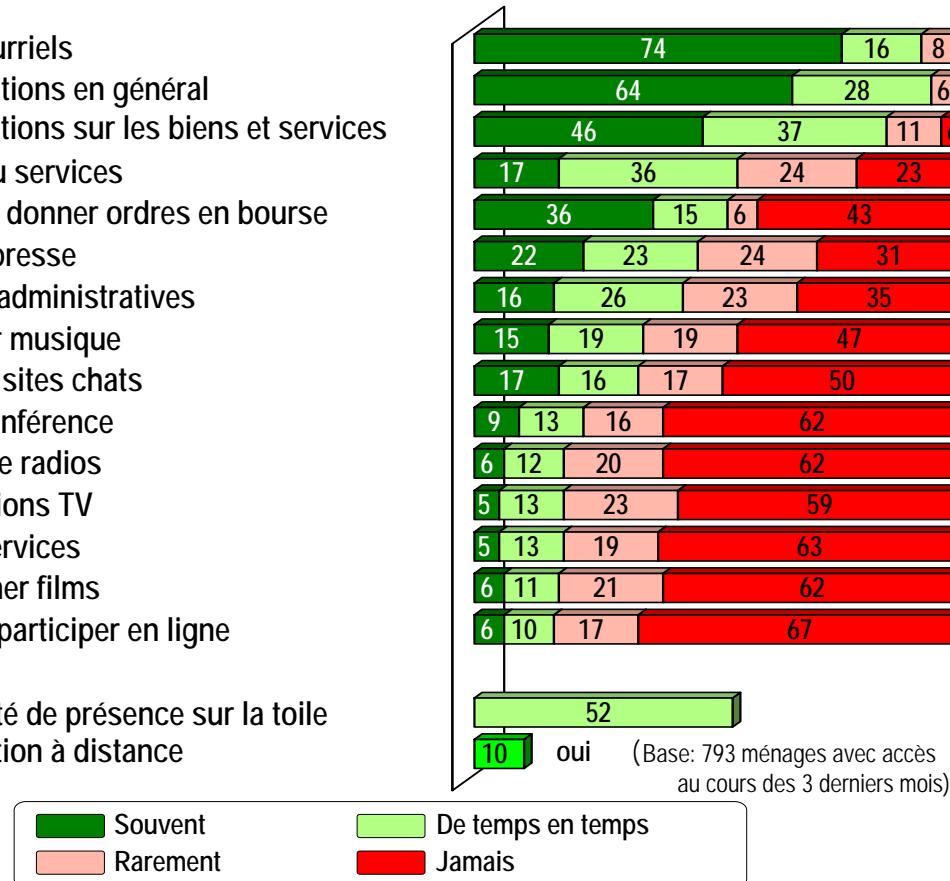


- Presque la moitié des ménages qui utilisent Internet à domicile ne pratiquent aucune activité impliquant une certaine présence sur la toile;
- cette part diminue avec le nombre de personnes dans le ménage (elle n'est plus que de 34% dans les ménages avec au moins 3 personnes);
- elle est particulièrement importante dans les ménages de retraités et autres inactifs (73%), mais également dans les ménages à faible revenu (58%) et dans les ménages sans enfants en dessous de 15 ans (52% contre 40% lorsqu'il y a des enfants);
- les blogs sont davantage tenus en Suisse romande (21% contre 6% en Suisse alémanique et 11% au Tessin).

#### 5.4. Vue d'ensemble des types d'usage (Q. n°23, 26 et 22)

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

- Envoi / réception courriels
- Recherche d'informations en général
- Recherche d'informations sur les biens et services
- Acheter des biens ou services
- Effectuer paiements, donner ordres en bourse
- Lire / télécharger la presse
- Réaliser démarches administratives
- Ecouter / télécharger musique
- Envoyer messages sur sites chats
- Téléphonie / vidéoconférence
- Réception / écoute de radios
- Visionnement émissions TV
- Vente de biens ou services
- Télécharger / visionner films
- Télécharger jeux ou participer en ligne
  
- Au moins une activité de présence sur la toile
- Télétravail ou formation à distance



L'activité la plus courante sur Internet est l'envoi et la réception de courriels : 74% des ménages la pratiquent souvent et seulement 10% rarement ou jamais.

La recherche d'informations en général est également très répandue, mais pratiquée un peu moins souvent, suivie de la recherche d'informations sur les biens et les services.

L'achat de biens ou services est relativement répandu mais il ne s'agit pas là d'une activité forcément fréquente, alors que les paiements par Internet, presque aussi répandus, se pratiquent plus fréquemment. La vente sur Internet est par contre une activité relativement rare puisque 63% des ménages ne l'ont jamais pratiquée.

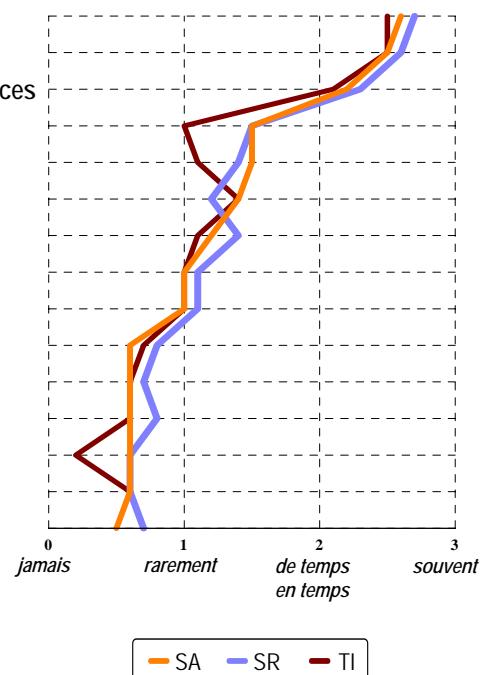
A part l'écoute et le téléchargement de la musique, les activités de divertissement sur Internet sont relativement peu répandues.

### **Les activités sur Internet selon la région linguistique**

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

#### Fréquences moyennes

- Envoi / réception courriels
- Recherche d'informations en général
- Recherche d'informations sur les biens et services
- Acheter des biens ou services
- Effectuer paiements, donner ordres en bourse
- Lire / télécharger la presse
- Réaliser démarches administratives
- Ecouter / télécharger musique
- Envoyer messages sur sites chats
- Téléphonie / vidéoconférence
- Réception / écoute de radios
- Visionnement émissions TV
- Vente de biens ou services
- Télécharger / visionner films
- Télécharger jeux ou participer en ligne



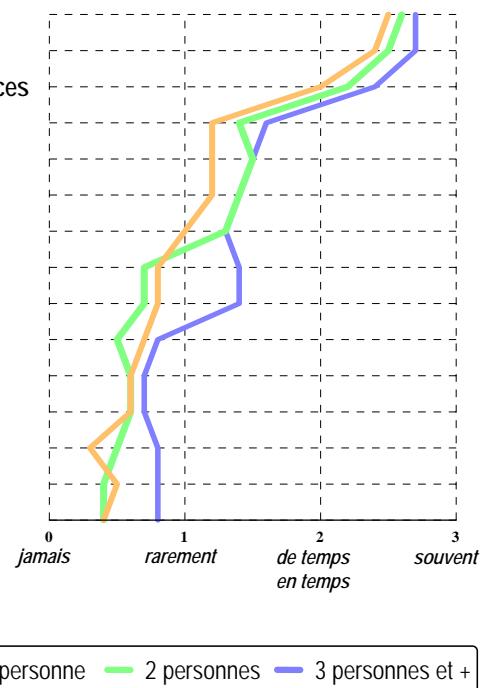
- Les différences entre les trois régions linguistiques ne sont pas très marquées à l'exception de l'achat et de la vente sur Internet qui sont nettement moins répandus au Tessin qu'ailleurs.

## Les activités sur Internet selon la taille du ménage

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

### Fréquences moyennes

- Envoi / réception courriels
- Recherche d'informations en général
- Recherche d'informations sur les biens et services
- Acheter des biens ou services
- Effectuer paiements, donner ordres en bourse
- Lire / télécharger la presse
- Réaliser démarches administratives
- Ecouter / télécharger musique
- Envoyer messages sur sites chats
- Téléphonie / vidéoconférence
- Réception / écoute de radios
- Visionnement émissions TV
- Vente de biens ou services
- Télécharger / visionner films
- Télécharger jeux ou participer en ligne



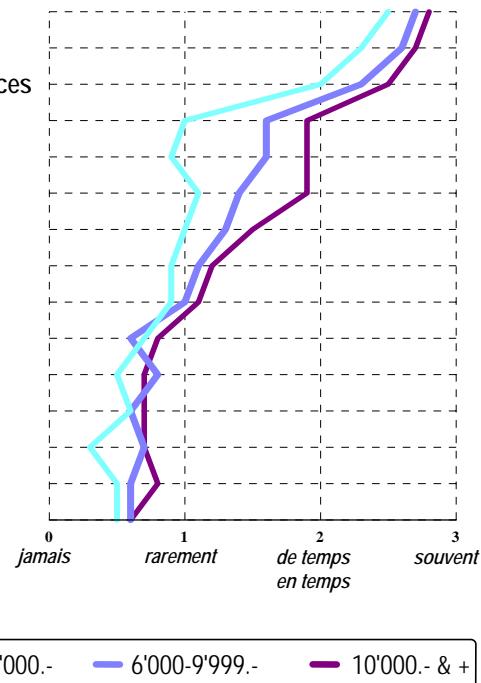
- La fréquence d'une grande partie des activités sur Internet est liée à la taille du ménage;
- en principe, les activités de divertissement se pratiquent plus souvent dans les ménages d'une seule personne que dans ceux à deux personnes;
- l'utilisation de chats est sensiblement plus importante dans les ménages d'au moins 3 personnes, probablement lors de la présence d'adolescents et de jeunes adultes (le lien avec la présence d'enfants en dessous de 15 ans n'est pas avéré).

## Les activités sur Internet selon le niveau de revenu

(Base : 804 ménages s'étant connectés à Internet à domicile au cours des 12 derniers mois)

### Fréquences moyennes

- Envoi / réception courriels
- Recherche d'informations en général
- Recherche d'informations sur les biens et services
- Acheter des biens ou services
- Effectuer paiements, donner ordres en bourse
- Lire / télécharger la presse
- Réaliser démarches administratives
- Ecouter / télécharger musique
- Envoyer messages sur sites chats
- Téléphonie / vidéoconférence
- Réception / écoute de radios
- Visionnement émissions TV
- Vente de biens ou services
- Télécharger / visionner films
- Télécharger jeux ou participer en ligne



- Une bonne partie des activités sur Internet est positivement liée au revenu du ménage, à l'exception de la plupart des activités de divertissement;
- les plus grandes différences se trouvent dans l'achat de biens et services, les paiements et la lecture de la presse; cette dernière est probablement plus liée à un facteur culturel que financier puisque la fréquence de la lecture de la presse sur Internet augmente avec le niveau de formation du répondant.

## 6. CRAINTES LIEES A L'UTILISATION D'INTERNET

Les préoccupations en lien avec la sécurité, l'atteinte à la vie privée ou des contenus douteux des sites Internet ne sont que des raisons très marginales de ne pas avoir accès à Internet à domicile. Seul respectivement 4% et 1% des ménages ont cité ces deux ordres de raisons pour expliquer l'absence d'accès à Internet à leur domicile. Relevons que ces préoccupations sont un peu plus souvent à l'origine du renoncement à Internet dans les ménages d'au moins trois personnes.

Par contre la sécurité est un souci central des ménages qui ont accès à Internet : 93% déclarent protéger leur ordinateur (principalement avec des logiciels anti-virus) et la sécurité est l'enjeu principal dans le comportement d'achat-vente sur Internet. En effet les deux premiers critères qui orientent le choix d'acheter ou non sur Internet concernent des aspects de sécurité : pour 90% des ménages avec expérience d'achat sur Internet la protection des données personnelles et la sécurité de la transaction sont importantes, pour près de 80% même très importantes. A l'inverse, pour les 16% des ménages qui n'ont jamais effectué une activité d'achat-vente sur Internet, ces mêmes éléments sont principalement à l'origine du renoncement à ce type d'utilisation. Spontanément 31% mentionnent le fait que le système de paiement n'est pas assez sûr et 28% invoquent le danger d'une attaque criminelle (virus, spam, etc.), ce qui représente en tout 47% qui indiquent au moins l'une ou l'autre de ces deux raisons.

On peut en conclure que la confiance dans les TIC est globalement bonne, puisque les craintes d'ordre sécuritaire retiennent moins de 5% des ménages à avoir un accès à Internet à domicile et à peine 8% des ménages à effectuer des opérations d'achat-vente sur Internet. Toutefois, la sécurité est une préoccupation majeure puisque la quasi-totalité des internautes protègent leur ordinateur contre les virus et autres attaques et que la protection des données personnelles et la sécurité du système de paiement sont les deux critères qui influencent le plus leur décision d'acheter ou non sur Internet.

## 7. SYNTHESE ET CONCLUSIONS

Cette synthèse est conçue de manière à répondre aux objectifs de la recherche tels qu'ils ont été formulés par l'OFCOM et qui figurent ci-dessous en caractères gras.

### **Mesurer le niveau d'équipement des ménages en postes TV et en ordinateurs**

☞ 90% des ménages disposent d'au moins un appareil de télévision. 53% de la réception de programmes de télévision est de type analogique par câble, suivi du numérique par câble (22%). A l'heure actuelle, la TV numérique par DSL n'est utilisée que dans 5% des cas. Quant à la fibre optique, elle joue un rôle marginal (moins de 1%).

Sur le plan structurel, la présence mais aussi le nombre d'appareils de télévision est fonction de la taille et du revenu du ménage. Les ménages d'une personne et les ménages avec un revenu inférieur à 6'000.- frs sont plus nombreux à ne pas avoir de télévision (respectivement 16% et 14%).

La réception analogique par câble est davantage répandue en Suisse alémanique (57%, contre 44% en Suisse romande et 41% au Tessin).

☞ 71% des ménages disposent d'au moins un ordinateur à domicile. Les ordinateurs sont donc moins présents dans les ménages suisses que les postes de télévision.

Sur le plan structurel, les ménages Tessinois et les ménages de retraités et autres inactifs possèdent sensiblement moins souvent un ordinateur (56% respectivement 50% en possèdent). Tout comme pour les postes de télévision, le nombre d'ordinateurs est fonction de la taille et du revenu des ménages. 28% des ménages en Suisse possèdent plusieurs ordinateurs.

## Connaître le taux de pénétration d'Internet et les types de connexion utilisés

→ 71% des ménages en Suisse disposent d'un accès à Internet à domicile qui n'est pas payé par l'employeur. 3% des ménages ont accès à Internet sans posséder d'ordinateur et 3% des ménages possesseurs d'un ordinateur n'ont pas d'accès à Internet.

Sur le plan structurel, ce sont à nouveau les ménages au Tessin et les ménages de retraités et autres inactifs qui ont sensiblement moins souvent accès à Internet à domicile (seuls 57% respectivement 48% y ont accès). L'accès augmente avec le revenu et la taille du ménage et avec la présence d'enfants.

→ La connexion à Internet à domicile se fait essentiellement sur réseau fixe à haut débit : 89% des ménages avec un accès à Internet ont un tel raccordement. Le faible débit comme seul moyen de connexion ne concerne que 6% des ménages et le haut débit sur réseau mobile que 1%. Seul 1% des ménages avec accès à Internet ont opté pour une connexion particulière telle que PLC, fibre optique ou satellite.

Sur le plan structurel, la seule différence se trouve dans le fait que le haut débit par ADSL ou DSL est davantage répandu au Tessin et en Suisse romande et le haut débit par réseau câblé davantage en Suisse alémanique. En outre, l'accès à haut débit par réseau mobile est trois fois plus répandu dans les ménages qui n'ont pas de téléphonie fixe. Il faut souligner que le type de connexion n'est pas lié au revenu du ménage.

## Comprendre les raisons de la non-utilisation d'Internet

→ Parmi les 29% des ménages sans accès à Internet à domicile, 68% indiquent comme raison l'absence d'ordinateur et/ou le manque d'intérêt. Le manque d'intérêt est un raison invoquée davantage par les ménages de retraités ou inactifs. Le manque de compétences est une raison pour 28% des ménages. La question du prix et les craintes d'ordre sécuritaire ne sont que des raisons marginales (5% ou moins des raisons citées).

## Saisir les critères de choix du prestataire de services pour le raccordement Internet au domicile

👉 Actuellement, plus de la moitié des ménages ayant un accès à Internet à haut débit sur réseau fixe sont clients de Swisscom. Un tiers des ménages ne connaît pas le débit offert par leur fournisseur d'accès. Pour ceux qui peuvent l'indiquer, il s'agit dans 70% des cas d'un haut débit du milieu de gamme (entre 2'001 et 10'000 Kbit/s pour le téléchargement), les autres 30% se répartissant à parts égales entre le bas et le haut de gamme.

La vitesse d'accès à Internet ne semble donc pas représenter un enjeu majeur pour la plupart des ménages en Suisse.

👉 Les deux tiers des ménages avec un accès à haut débit sur réseau fixe n'ont jamais changé d'opérateur et cette fidélité est la même dans tous les types de ménage. La fidélité est légèrement moindre pour l'accès à haut débit sur réseau mobile.

Plus des deux tiers des ménages ne cherchent pas à obtenir le meilleur rapport prix / qualité pour leur accès à Internet à haut débit, qu'il soit fixe ou mobile : 68% ne comparent jamais ou moins que tous les deux ans les offres du marché. 22% les comparent tout de même au moins une fois par année.

👉 Les huit critères proposés orientant le choix du fournisseur se réfèrent donc dans la plupart des cas au premier choix effectué. En ce qui concerne le haut débit sur réseau fixe, la qualité des services, la prise en charge de la clientèle et la clarté des informations arrivent en tête. Ces critères sont assez à très importants dans le choix du fournisseur pour 92% et 90% des ménages, suivi de près par le prix de l'accès, important pour 89% des ménages.

Les débits offerts n'arrivent qu'en quatrième position de l'importance des critères de choix avec toutefois 81% des ménages trouvant ce critère important. Il est moins important pour les retraités mais plus important pour les ménages à haut revenu.

Suivent, dans un ordre d'importance décroissant, le modèle tarifaire, le montant des frais uniques, l'image de l'entreprise et, en dernier, l'installation par un spécialiste qui est un critère important pour 44% des ménages. A l'exception du débit offert, ces critères sont les mêmes pour tous les types de ménage, quel que soit leur région linguistique, taille et niveau de revenu.

👉 Les critères de choix de l'accès à haut débit sur réseau mobile suivent une autre logique. Les deux critères les plus importants sont la couverture du réseau et les débits offerts (ils sont importants pour 18 ménages sur 19). Suivent la qualité des services, le modèle tarifaire, la prise en charge de la clientèle et la clarté de l'information ex aequo avec les prix. Puis, les frais uniques, l'image et l'installation se trouvent en fin de liste.

## Appréhender le degré de satisfaction par rapport aux prestations obtenues

☞ La grande majorité des ménages sont satisfaits de la vitesse et de la fiabilité de leur connexion à haut débit sur réseau fixe (respectivement 89% et 86% de satisfaits). La vitesse rassemble un peu moins de très satisfaits (32%) que la fiabilité (45%).

☞ En revanche, on voit apparaître une certaine insatisfaction lorsqu'il s'agit de juger le prix : 40% trouvent leur connexion à haut débit sur réseau fixe assez chère et 14 % même très chère.

Les ménages en Suisse romande se plaignent davantage du prix : 51% le trouvent assez cher et 20% très cher.

☞ La satisfaction avec la qualité de la connexion à haut débit sur réseau mobile est assez proche de celle avec l'accès sur réseau fixe. Elle est pratiquement la même en ce qui concerne la vitesse de connexion et légèrement plus basse en ce qui concerne sa fiabilité. La couverture du réseau ne représente pas non plus un motif d'insatisfaction : un tiers en est très satisfait, une bonne moitié moyennement satisfait et un peu plus d'un dixième insatisfait.

Le prix de la connexion à haut débit sur réseau mobile est globalement jugé un peu plus cher que celui sur réseau fixe.

☞ Moins d'un tiers de l'échantillon s'est adressé à son fournisseur au cours des 12 derniers mois à cause d'un problème lié à l'utilisation d'Internet, et 28% d'entre eux n'ont pas été vraiment, voire pas du tout, satisfaits de la prise en charge de ce problème. Toutefois, ramenée à l'ensemble de l'échantillon interrogé, l'insatisfaction liée à la prise en charge d'un problème représente moins de 9% des ménages ayant accès à Internet à domicile.

## Identifier l'ampleur et les types d'utilisation d'Internet à domicile

☞ La grande majorité des ménages fait un usage très régulier d'Internet : 96% y ont eu accès au cours des trois derniers mois et, parmi ces derniers, les trois quarts en font un usage quotidien ou presque et un cinquième un usage au moins hebdomadaire.

L'usage que les ménages en Suisse font d'Internet est non seulement très régulier mais également assez intensif : 30% l'utilisent plus de 10 heures par semaine et seulement 11% moins d'une heure par semaine en moyenne.

Tant la fréquence que l'intensité d'utilisation d'Internet à domicile sont fortement liées à la taille et au revenu du ménage. Ainsi, les ménages avec au moins trois personnes et un revenu mensuel supérieur à 10'000.- frs sont 90% à utiliser Internet quotidiennement et 34% à y passer plus de 21 heures par semaine contre 61% et 6% pour un ménage d'une seule personne gagnant moins de 6'000.- frs. Enfin, les ménages qui disposent d'un raccordement à haut débit recourent plus fréquemment à l'Internet que les autres.

Les ménages dont le revenu principal provient d'une personne retraitée ou inactive ont non seulement moins souvent accès à Internet mais, lorsque accès il y a, en font aussi un usage sensiblement moins intensif. Ces ménages sont en moyenne également plus petits.

☞ Internet est utilisé en premier lieu pour envoyer et recevoir du courrier électronique, ainsi que pour rechercher des informations en général ou sur des biens et services. Respectivement 74%, 64% et 46% des ménages l'utilisent souvent pour ces trois activités et seulement quelques rares ménages ne l'ont jamais utilisé dans ces buts.

L'achat de bien ou services sur Internet est également assez répandu, bien que cela ne se fasse pas fréquemment. Le paiement par Internet concerne la moitié des ménages. Par contre, la vente par Internet est plus rare, 63% ne l'ayant jamais pratiquée et 19% que rarement. Les ménages au Tessin achètent et vendent particulièrement peu par Internet.

Les activités de divertissement ne sont globalement pas très répandues. La plus fréquente est l'écoute ou le téléchargement de musique qui concerne un tiers des ménages pour une utilisation au moins occasionnelle. Ces activités sont les seules à ne pas varier linéairement avec la taille et le revenu du ménage, puisqu'elles sont davantage pratiquées dans les ménages d'une personne que dans ceux à deux personnes.

Presque la moitié des ménages n'ont jamais pratiqué aucune activité impliquant une certaine présence sur la toile (sites de socialisation, site personnel, partage de documents, blogs, etc.). Parmi les activités citées, ce sont les sites de socialisation qui remportent le plus grand succès (39% des ménages). La présence d'enfants augmente ce type d'activités.

Enfin, le télétravail et la téléformation ne sont pratiquées que par 10% des ménages.

## Identifier les domaines de manque de confiance dans les TIC

☞ La confiance dans les TIC est globalement bonne, puisque les craintes d'ordre sécuritaire retiennent moins de 5% des ménages à avoir un accès à Internet à domicile et à peine 8% des ménages à effectuer des opérations d'achat-vente sur Internet. Toutefois, la sécurité est une préoccupation majeure des internautes sans constituer une véritable peur, puisque 93% des internautes protègent leur ordinateur contre les virus et autres attaques et que la protection des données personnelles et la sécurité du système de paiement sont les deux critères retenus comme les plus importants dans la décision des internautes d'acheter ou non sur Internet.

## Conclusions

☞ L'étude montre globalement une pénétration de l'accès à Internet à domicile qui, contrairement au trend des années précédentes, n'est pas en hausse par rapport aux chiffres publiés par l'OFS / SUKO en 2007. Le plus faible accès se dessine au Tessin, dans les ménages d'une seule personne, les ménages à revenu inférieur à 6'000.- frs mensuels et parmi les ménages de retraités et autres inactifs.

Si la pénétration d'Internet n'est pas plus importante, ce n'est toutefois pas une question de prix ni de craintes liées à Internet, mais plutôt en raison d'un manque d'intérêt.

Parmi les ménages ayant accès à Internet, le haut débit sur réseau fixe est très répandu, mais le débit ne semble pas constituer un enjeu particulier. Les attentes concernent plutôt le service et la prise en charge de la clientèle; elles sont assez bien comblées sauf dans le cas d'un fournisseur particulier. Quant au haut débit sur réseau mobile, il joue, pour l'instant encore, un rôle marginal.

L'usage d'Internet à domicile est régulier et fréquent et il augmente avec le débit disponible, la taille et le revenu du ménage sauf en ce qui concerne les activités de divertissement, par ailleurs faiblement répandues. Les activités les plus fréquentes sont l'envoi et la réception de courrier électronique et la recherche d'informations.