

Les TIC dans les ménages et chez les particuliers en 2014

Sommaire

Les TIC dans les ménages et chez les particuliers en 2014	3
Introduction	5
1. Les ménages et l'utilisation des TIC	7
2. Les particuliers face à l'utilisation des TIC	9
3. Compétences informatiques	15
4. L'administration en ligne	16
5. Les dépenses des ménages en TIC	16
6. Le commerce électronique	23
7. Les réseaux sociaux	26
8. Services de stockage en ligne (cloud services)	29
9. Méthodologie	32
Annexes	35

Impressum

Responsable de la publication

Dr Serge Allegrezza

Coordination et rédaction

Lucile Bodson

Armande Frising

Statec

**Institut national de la statistique
et des études économiques**

Centre Administratif Pierre Werner

13, rue Erasme

L - 1468 Luxembourg-Kirchberg

Téléphone

247 - 84219

Fax

46 42 89

E-mail

info@statec.etat.lu

Internet

www.statec.lu

Table des matières

Les TIC dans les ménages et chez les particuliers en 2014

Introduction	5
1. Les ménages et l'utilisation des TIC	7
1.1 La connexion à Internet	7
1.2 Moyens et types de connexion des ménages à Internet	8
2. Les particuliers et l'utilisation des TIC	9
2.1 L'utilisation d'ordinateurs par les particuliers	9
2.1.1 Utilisateurs de l'ordinateur	9
2.1.2 Fréquence d'utilisation de l'ordinateur	10
2.2 L'utilisation d'Internet par les particuliers	11
2.2.1 Profil des internautes	11
2.2.2 Fréquence d'utilisation d'Internet	12
2.2.3 L'accès mobile à Internet	12
2.2.4 Les activités en ligne	14
3. Compétences informatiques	15
4. L'administration en ligne	16
5. Les dépenses des ménages en TIC	16
5.1 Les dépenses en TIC dans le budget des ménages – tendances générales	17
5.2 Evolution des dépenses des ménages en TIC au cours des 30 dernières années	18
5.3 Répartition des dépenses en TIC et structure de consommation des ménages	19
5.4 Les déterminants de la consommation des ménages: analyses au moyen de modèles Tobit	21
6. Le commerce électronique	23
6.1 Evolution et comparaison européenne	23
6.2 Qui achète en ligne?	23
6.3 Qu'achète-t-on en ligne?	24
6.4 Quels sont les produits téléchargés?	25
6.5 Localisation géographique des vendeurs/commerçants?	25
6.6 Quelles sont les moyens de paiement utilisés?	25
7. Les réseaux sociaux	26
7.1 Présence sur les réseaux sociaux	26
7.2 Rythme hebdomadaire et nombre d'heures passées sur Facebook, Google+, Twitter et LinkedIn	27
7.3 Nombre de réseaux sociaux consultés	28
7.4 Profil des personnes présentes sur les réseaux sociaux	28
8. Services de stockage en ligne (cloud services)	29
9. Méthodologie	32
Organisation et méthode d'enquête	32
Base juridique	33
Contenu de l'enquête	33
Niveau d'éducation	33
Unité statistique et échantillonnage	33
Période de référence	34

Annexes	35
Annexe 1: Fréquence d'utilisation d'Internet (en %)	35
Annexe 2: Activités des internautes sur Internet en 2014 ventilées par genre, classes d'âges, statut professionnel et niveau d'enseignement achevé	35
Annexe 3: Evolution des prix des TIC, 2003-2015	36
Annexe 4: Montant des dépenses annuelles en TIC selon quelques caractéristiques sociodémographiques (en Euros)	37
Annexe 5: E-commerce selon quelques caractéristiques sociodémographiques	39
Annexe 6: Présence sur les réseaux sociaux (RS) selon quelques caractéristiques sociodémographiques	40

Introduction

Une large diffusion des équipements informatiques et de l'Internet ...

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont intégré la vie quotidienne des individus et des ménages dont l'accès aux biens et services culturels, tout aussi bien qu'aux biens et services commerciaux, se trouve facilité et élargi. C'est également le cas au Luxembourg qui est en train de s'orienter vers la tête de peloton en matière de diffusion des équipements informatiques et de connexions à Internet.

Au Luxembourg, 96 % des ménages ont un accès à Internet, soit 6 points de pourcentage de plus qu'en 2010 et 26 de plus qu'en 2006. Le Luxembourg se positionne désormais en tête en Europe aux côtés des Pays-Bas qui affichent un taux identique. En 2014, parmi les ménages disposant d'un accès Internet, 97% ont un accès à large bande, contre quelque 80% en 2010 et seulement un peu plus de 60% en 2006.

Par ailleurs, les ordinateurs portables et les téléphones mobiles ont le vent en poupe. En 2014, 87% des ménages utilisent un ordinateur portable pour accéder à la toile et 70% des ménages se raccordent désormais à Internet en utilisant leur smartphone.

En 2014, un module sur l'utilisation des services de stockage en ligne (cloud) est ajouté au questionnaire. Il en ressort que 37% des résidents, ayant utilisé Internet au cours du 1^{er} trimestre 2014, âgés entre 16 et 74 ans, ont utilisé un espace de stockage en ligne pour stocker des fichiers à des fins privées. Ce taux place le Luxembourg en 3^e position, à égalité avec la Suède, derrière le Danemark (44%) et le Royaume-Uni (42%). Cette activité trouve sans surprise le plus grand écho auprès des 16 à 24 ans dont la moitié utilise le cloud.

... accompagnée d'une extension et d'une diversification des activités sur Internet

Depuis 2010, l'utilisation quotidienne d'Internet a fortement augmenté: au cours du 1^{er} trimestre 2014, 92% des utilisateurs d'Internet ont surfé tous les jours ou presque et 7% se sont connectés au moins une fois par semaine contre respectivement 82% et 14% en 2010.

A l'instar de 2010, l'envoi et la réception de courriels (94%) et la recherche d'informations sur des

biens ou services (87%) restent les activités en ligne les plus populaires au 1^{er} trimestre 2014. En termes d'évolution, les gagnants sont les réseaux sociaux, la visualisation/écoute ou le téléchargement de films / musique / images / jeux et le téléphone et les appels vidéo sur le net.

... avec, toutefois, des inégalités persistantes

La diffusion et l'utilisation des TIC se sont donc intensifiées et démocratisées. Toutefois, ces technologies et leurs usages continuent de dépendre du niveau d'éducation, des revenus, de l'âge et du sexe des usagers, ainsi que du type de ménage.

C'est en effet parmi les particuliers à faible niveau d'instruction, les personnes âgées de plus de 55 ans et les personnes inactives que l'on retrouve le plus grand nombre de personnes qui n'ont jamais utilisé Internet. Ils sont respectivement 13%, 11% et 12%. On constate également que 8% des travailleurs manuels n'ont jamais accédé à la toile tout comme 11% des particuliers issus d'un ménage appartenant au 1^{er} quartile de revenus.

L'écart hommes/femmes en matière d'accès à Internet quant à lui s'est fortement réduit sur les 5 dernières années: en 2014, 5% des femmes et 3% des hommes n'ont jamais surfé contre respectivement 11% et 5% en 2010. Il en est de même pour l'utilisation quotidienne d'Internet où l'écart hommes/femmes a rétréci sans pour autant être résorbé. En effet le pourcentage d'internautes au quasi quotidien est passé en 5 ans de 77% à 89% chez les femmes et de 87% à 95% chez les hommes.

Les dépenses en TIC représentent 3% du budget annuel des ménages

L'équipement extensif des ménages en TIC n'est pas synonyme de dépenses exorbitantes. D'après les résultats de la vague 2011-2013 de l'Enquête Budget des Ménages (EBM), les dépenses des ménages en équipements informatiques, audiovisuels ou photographiques atteignent quelque 550 EUR par an et les dépenses en communication (matériel et services de téléphonie et d'Internet) environ 1 300 EUR, soit globalement un peu plus de 3 % du budget annuel des ménages (environ 2% pour les communications et 1% pour les équipements informatiques, audiovisuels et photographiques).

Le montant des dépenses allouées par les ménages en TIC dépend avant tout de leurs revenus, de la taille de leur ménage et de la présence d'adolescents. L'âge ne joue plus qu'un rôle secondaire, tout comme le niveau d'éducation (résultats de modèles multivariés).

Le commerce électronique en nette hausse

En 2014, 74% des résidents ont effectué, pour une utilisation privée, des achats de biens et de services sur Internet. Cette proportion a doublé en 10 ans (39% en 2005). Parmi les achats les plus courants, on trouve les achats liés aux vacances (le logement et les transports), les livres, les billets de spectacle/événements et les téléchargements payants. Au niveau européen, le Luxembourg se place en 4^{ème} position des populations effectuant des achats sur Internet.

Les personnes effectuant des achats sur Internet (résultats de modèles multivariés) sont plus souvent des jeunes, ayant un niveau d'éducation plutôt élevé et des revenus assez importants.

Les réseaux sociaux: Facebook et les jeunes

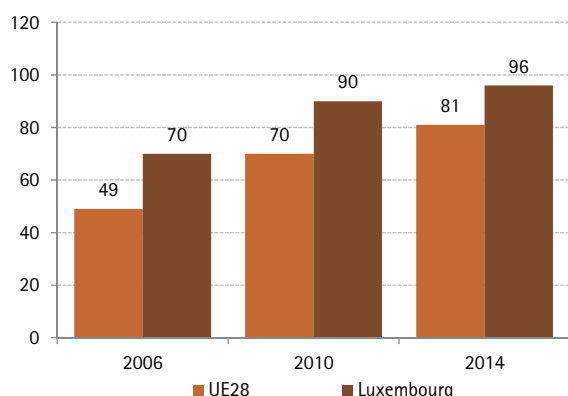
Au cours du premier semestre 2014, 60% de la population résidente âgée de 16 à 74 ans a participé, au moins une fois sur une période de 3 mois, à des réseaux sociaux, soit en créant un profil d'utilisateur ou bien en postant un message ou une autre contribution. La plupart des résidents ont été actifs sur le réseau social Facebook (57%). Seulement 8 à 9% ont utilisé Google+, Twitter et LinkedIn, 3% Instagram, et autour de 1% d'autres réseaux sociaux.

La raison première qui conduit les gens à s'inscrire sur un réseau social est de maintenir des relations existantes ou de renouer des relations passées. Mais les résidents utilisent également les réseaux sociaux pour partager de l'information, tels que des photos et des vidéos, pour exprimer des opinions personnelles, pour développer un réseau de contacts, rechercher de l'information ou un emploi.

1. Les ménages et l'utilisation des TIC

1.1 La connexion à Internet

Graphique 1: Ménages avec accès Internet (en %)



Champ: Ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans
2006: UE27

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

En 2014, une part élevée de 96% des ménages dispose d'un accès Internet à domicile contre 90% en 2010 et 70% en 2006. La moyenne européenne s'établit désormais à 81%.

On constate que le taux de connexion à Internet est lié au revenu du ménage et à la présence d'enfants de moins de 16 ans dans le ménage. En 2014, 89% des ménages du quartile inférieur, c'est-à-dire les 25% des ménages ayant les plus faibles revenus, ont un accès Internet, alors que ce taux atteint 100% pour les ménages du dernier quartile. La présence d'enfants (<16 ans) augmente le taux de pénétration d'Internet de 5 points de pourcent. Ces écarts sont nettement plus marqués en moyenne européenne.

De manière générale, on peut dire que l'accès à Internet est désormais relativement généralisé dans les ménages, ce qui est loin d'être le cas partout en Europe.

Tableau 1: Accès Internet selon le type de ménage, 2014 (en %)

	Luxembourg	UE28
Tous les ménages	96	81
Ménages avec enfants	99	94
Ménages sans enfants	94	76
Ménages appartenant au 1er quartile de revenus	89	60
Ménages appartenant au 2e quartile de revenus	95	76
Ménages appartenant au 3e quartile de revenus	97	89
Ménages appartenant au 4e quartile de revenus	100	97

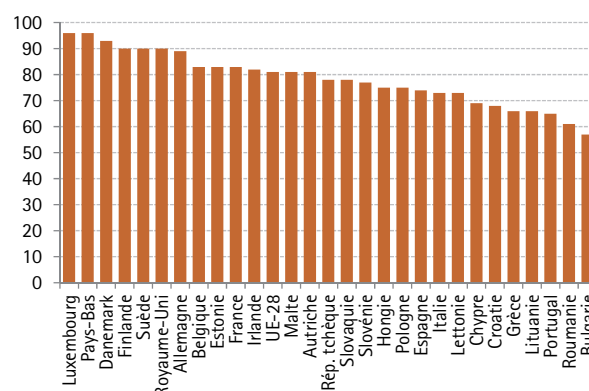
Champ: Ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans

Enfants = personnes de moins de 16 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

En 2014, on retrouve le Luxembourg en tête du peloton européen en matière d'accès à Internet, à égalité avec les Pays-Bas avec 96% de ménages connectés, suivis de près par les pays scandinaves, le Royaume-Uni et l'Allemagne affichant des taux de pénétration avoisinant les 90%. En Belgique et en France, 83% des ménages sont connectés à la toile, un peu plus qu'en moyenne européenne (81%). En fin de classement on retrouve la Bulgarie (57%), la Roumanie (61%) et la Lituanie (66%) mais également deux très anciens membres de l'UE, à savoir le Portugal (65%) et la Grèce (66%).

Graphique 2: Ménages avec accès à Internet – comparaison européenne (en %)



Champ: Ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

1.2 Moyens et types de connexion des ménages à Internet

Au Luxembourg, 61% de l'ensemble des ménages utilisent un poste fixe pour la connexion à Internet. L'utilisation des ordinateurs portables, incluant tablettes et netbooks, est en forte hausse: 87% en 2014 contre 71% en 2010. Parallèlement, l'usage de l'ordinateur fixe a diminué de 18 points de pourcentage en 5 ans.

La télévision connectée (smart TV) connaît également une forte progression (27% en 2014 contre 12% en 2010) et dépasse désormais la console de jeux (23% en 2014 contre 17% en 2010) en tant que moyen de connexion à Internet.

L'ordinateur portable (79%) et le smartphone (70%) dépassent donc désormais le poste fixe (61%) comme principal moyen de connexion mais la tablette est également utilisée par près de la moitié des ménages (Tableau 4). Lorsqu'on met en rapport le moyen de connexion avec le type de ménage, on constate que les ménages avec enfant(s) se raccordent plus fréquemment à la toile via un laptop ou un netbook que ceux sans enfant (84% contre 77%), et que le smartphone et la tablette sont nettement plus prisés par les premiers (85% et 69%) que par les ménages adultes (65% et 43%). Il va sans dire que la connexion via console de jeux et télévision intelligente est également plus répandue dans les ménages avec enfants de moins de 16 ans.

Au Luxembourg, la connexion à large bande a quasiment remplacé les connexions plus lentes avec Modem ou ligne ISDN. Si, en 2010, parmi les ménages utilisant Internet, déjà près de 80% accédaient Internet par un accès large bande, on atteint aujourd'hui 97%. Le Luxembourg a donc rattrapé son retard par rapport à la moyenne européenne (Tableau 3).

Tableau 2: Moyens de connexion des ménages à Internet de 2014-2010 (en %)

	2010	2014
Ordinateur (PC)	79	61
Ordinateurs portables (laptop, netbook, tablet)	71	87
Appareils mobiles autres que ordinateur portable	47	76
Smart TV	12	27
Console de jeux	17	23

Champ: Ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans avec un accès à Internet

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 - 2014

Tableau 3: Ménages disposant d'un accès à large bande (en %)

	2010	2014
Bulgarie	79	100
Croatie	87	100
Chypre	94	100
Lettonie	88	100
Grèce	89	99
Lituanie	88	99
Hongrie	86	99
Malte	98	99
Pays-Bas	87	99
Finlande	94	99
Belgique	96	98
Estonie	95	98
Espagne	97	98
Italie	83	98
Autriche	87	98
Portugal	94	98
Slovénie	91	98
Slovaquie	73	98
Royaume-Uni	:	98
UE-28	87	97
République tchèque	89	97
Allemagne	91	97
Irlande	80	97
Luxembourg	78	97
Suède	94	97
Pologne	90	95
Roumanie	54	95
Danemark	93	92
France	90	92

Champ: Ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans avec un accès à Internet

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 - 2014

Tableau 4: Moyens de connexion à Internet utilisés par les ménages en 2014 ventilé par type de ménage

Spécification	Ordinateur		Tablette	Smartphone	Téléphone portable	Autres appareils		Console de jeux
	Ordinateur (PC)	portable (laptop, netbook)				portables (lecteur de livres électroniques)	Smart tv	
								Unité: en %
Tous les ménages	61	79	49	70	15	13	27	23
Ménage avec enfant(s)	66	84	69	85	22	15	36	38
Ménage sans enfant	59	77	43	65	13	13	24	19

Champ: Ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans avec un accès à Internet

Enfants = personnes de moins de 16 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

2. Les particuliers et l'utilisation des TIC

2.1 L'utilisation d'ordinateurs par les particuliers

Au cours du 1^{er} trimestre 2014, 94% des particuliers âgés entre 16 et 74 ans ont déclaré avoir utilisé un ordinateur, contre 90% cinq ans plus tôt. Parallèlement, la part des personnes n'ayant jamais utilisé un ordinateur diminue sur la même période en passant de 7% à 3%.

En comparaison européenne, le Luxembourg se positionne au 2^e rang en termes d'utilisation d'un ordinateur au cours du 1^{er} trimestre 2014, derrière le Danemark (96%), devant la Suède et les Pays-Bas (93%) et nettement au-dessus de la moyenne communautaire (77%). Ses pays voisins, l'Allemagne, la Belgique et la France occupent respectivement les 7^e, 8^e et 10^e places avec 87%, 85% et 82% des particuliers ayant utilisé un ordinateur au cours du 1^{er} trimestre 2014. En queue de peloton, on retrouve la Roumanie (55%) et la Bulgarie (56%) ainsi que 3 Etats membres du Sud de l'Europe à savoir l'Italie (59%), la Grèce (63%) et le Portugal (66%).

2.1.1 Utilisateurs de l'ordinateur

Au cours des trois derniers mois précédant l'enquête, 92% des femmes contre 95% des hommes ont utilisé un ordinateur (Tableau 7). L'utilisation de l'ordinateur culmine à 98% dans la classe d'âge des 25 à 34. Elle est à son plus bas dans la classe d'âge des 65 à 74 ans qui sont cependant encore 84% à avoir utilisé un ordinateur au cours des trois derniers mois. En considérant le niveau d'enseignement achevé, ces pourcentages passent de 82% chez les particuliers n'ayant pas dépassé l'enseignement secondaire inférieur à 99% chez les universitaires. C'est chez les premiers que l'écart entre hommes et femmes est le plus marqué puisque 79% des femmes n'ayant pas dépassé le secondaire inférieur ont utilisé un ordinateur au cours des trois derniers mois, contre 87% de leurs homologues masculins.

Tableau 5: Utilisation d'un ordinateur par les particuliers

	2010	2014
	Unité: en %	
Au cours des 3 derniers mois précédant l'enquête	90	94
N'ayant jamais utilisé un ordinateur	7	3

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 - 2014

Tableau 6: Utilisation d'un ordinateur par les particuliers: comparaison européenne

	2010	2014
	Unité: en %	
UE 28	71	77
Danemark	89	96
Luxembourg	90	94
Pays-Bas	91	93
Suède	92	93
Finlande	88	92
Royaume-Uni	86	91
Allemagne	83	87
Belgique	79	85
Estonie	74	84
France	76	82
Autriche	77	81
Slovaquie	78	80
République Tchèque	69	79
Irlande	70	78
Hongrie	64	76
Lettonie	67	76
Malte	64	73
Espagne	67	73
Slovénie	70	73
Lituanie	62	72
Chypre	57	70
Croatie	56	68
Pologne	62	67
Portugal	55	66
Grèce	48	63
Italie	53	59
Bulgarie	45	56
Roumanie	41	55

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 - 2014

Tableau 7: Utilisation d'un ordinateur selon le genre par classes d'âges et niveau d'éducation en 2014

	Ensemble	Hommes	Femmes
	Unité: en %		
Ensemble	94	95	92
Classes d'âges			
16 à 24 ans	96	100	91
25 à 34 ans	98	98	98
35 à 44 ans	97	97	96
45 à 54 ans	94	95	92
55 à 64 ans	88	89	88
65 à 74 ans	84	90	84
Niveau d'enseignement achevé			
primaire, secondaire inférieur	82	87	79
secondaire supérieur	94	95	92
supérieur	99	99	99

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Malgré la forte présence de l'ordinateur dans le quotidien des résidents, des inégalités persistent. Le tableau 8 nous révèle en effet que 4% des femmes (contre 2% des hommes), 7% des particuliers âgés entre 55 et 64 ans et 11% des particuliers âgés entre 65 et 74 ans n'ont jamais utilisé un ordinateur. Il en est de même pour 12% des particuliers n'ayant pas dépassé l'enseignement secondaire inférieur, 10% de l'ensemble des inactifs et 7% des travailleurs manuels.

Tableau 8: Particuliers n'ayant jamais utilisé un ordinateur

			Unité: en %
Femmes	4	ens. primaire, secondaire inférieur	12
Hommes	2	ens. secondaire supérieur	2
		ens. supérieur	0
16 à 24 ans	0		
25 à 34 ans	0	En emploi	2
35 à 44 ans	1	Au chômage	4
45 à 54 ans	4	Etudiant	0
55 à 64 ans	7	Inactifs	10
65 à 74 ans	11		
Travailleur manuel	7	Travailleur non-manuel	1

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

2.1.2 Fréquence d'utilisation de l'ordinateur

En 2014, 88% de l'ensemble des particuliers (84% des femmes et 92% des hommes) ayant utilisé un ordinateur au cours des 3 derniers mois l'utilisent quasiment tous les jours. L'utilisation quasi quotidienne varie de 75% chez les particuliers n'ayant pas dépassé le secondaire inférieur à 95% chez les diplômés de l'enseignement supérieur et de 72% chez les travailleurs manuels à 94% chez les travailleurs non-manuels.

Tableau 9: Fréquence d'utilisation d'un ordinateur en 2014 (en%)

	Tous les jours ou presque	Au moins 1 fois par semaine	Moins d'1 fois par semaine
Ensemble	88	10	3
Femmes	84	13	4
Hommes	92	7	2
16 à 24 ans	81	14	6
25 à 54 ans	89	9	2
55 à 74 ans	88	8	4
Travailleur non-manuel	94	5	1
Travailleur manuel	72	24	4
Ens. primaire, secondaire inférieur	75	18	7
Ens. secondaire supérieur	85	11	3
Ens. supérieur	95	4	0
En emploi	90	8	1
Au chômage	87	8	5
Etudiant	80	14	6
Inactifs	85	10	5

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé un ordinateur au cours du 1er trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

La modélisation logistique¹ confirme les résultats descriptifs de la fréquence d'utilisation de l'ordinateur. La régression logistique multinomiale (Tableau 10) fait en effet apparaître que, par rapport aux utilisateurs journaliers de l'ordinateur, les per-

¹ La régression logistique est très répandue pour les problèmes de prédiction ou d'explication d'une variable dépendante binaire (malade oui/non, défaillance oui/non, client potentiel oui/non, etc.) à partir d'une série de variables explicatives continues, binaires ou binarisées (dummy variables). On parle dans ce cas de régression logistique binaire.

Lorsque la variable dépendante possède plusieurs catégories non ordonnées ($K > 2$), on parle de régression logistique multinomiale.

Grosso modo, la régression logistique multinomiale consiste à désigner une catégorie de référence, la dernière (K ème) par exemple pour fixer les idées, et à exprimer chaque logit (ou log-odds) des ($K-1$) modalités par rapport à cette référence à l'aide d'une combinaison linéaire des variables prédictives ».

sonnes qui l'utilisent moins souvent (mais au moins une fois par semaine), sont plus souvent des femmes et des personnes ayant un niveau d'éducation faible. « Quant aux utilisateurs exceptionnels, c'est-à-dire moins d'une fois par semaine, ils sont par rapport aux utilisateurs quotidiens, plus souvent des femmes et des personnes de plus de 55 ans, ayant un faible niveau d'éducation. »

Tableau 10: Régression logistique multinomiale – Fréquence d'utilisation d'un ordinateur

		Odds ratio		Odds ratio	
		estimates	Pr > ChiSq	estimates	Pr > ChiSq
		<i>Au moins une fois par semaine</i>		<i>Moins d'une fois par semaine</i>	
Age	16-24 ans	1.35	0.3509	0.99	0.9827
	25-34 ans	2.33	0.0057	1.05	0.9074
	35-44 ans	Réf	-	Réf	-
	45-54 ans	1.35	0.3530	1.61	0.1768
	55-64 ans	1.52	0.2205	3.39	0.0003
Genre	65-74 ans	0.69	0.4372	3.85	0.0002
	Homme	0.45	0.0000	0.48	0.0002
Niveau d'éducation	Femme	Réf	-	Réf	-
	Faible	1.95	0.0025	3.40	0.0000
	Moyen	Réf	-	Réf	-
	Elevé	0.31	0.0000	0.12	0.0000

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Catégorie de référence : utilisateurs quotidiens ou quasi-quotidiens

Alpha = 5%

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

2.2 L'utilisation d'Internet par les particuliers

En 2014, 95% des particuliers âgés de 16 à 74 ans ont utilisé Internet au cours des 3 derniers mois précédant l'enquête, 1% l'a utilisé il y a plus longtemps et 4% ne l'ont jamais utilisé.

Comme dans le classement relatif à l'utilisation de l'ordinateur, le Luxembourg occupe la 2^e position en Europe en matière d'accès à Internet au cours du 1^{er} trimestre 2014, juste derrière le Danemark et devant les Pays-Bas, les deux autres pays scandinaves et le Royaume-Uni. Au sein de l'UE28, en moyenne 78% des particuliers âgés entre 16 et 74 ans ont accédé à Internet au cours de cette période. Les derniers rangs sont occupés par la Roumanie et la Bulgarie, où un peu plus de la moitié des 16 – 74 ans ont accédé à Internet au cours du 1^{er} trimestre 2014.

Tableau 11: Accès à Internet: comparaison européenne

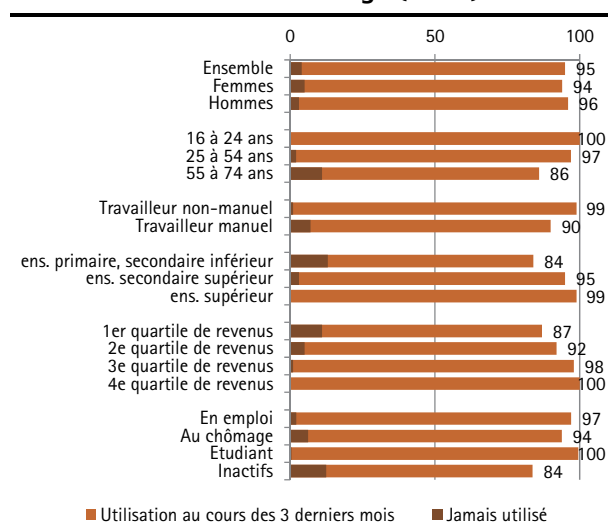
	2010	2014
	Unité: en %	
UE 28	69	78
Danemark	88	96
Luxembourg	90	95
Pays-Bas	90	93
Suède	91	93
Finlande	86	92
Royaume-Uni	83	92
Allemagne	80	86
Belgique	78	85
Estonie	74	84
France	75	84
Autriche	74	81
Slovaquie	76	80
République Tchèque	66	80
Irlande	67	80
Hongrie	62	76
Lettonie	66	76
Espagne	64	76
Malte	62	73
Slovénie	68	72
Lituanie	60	72
Chypre	52	69
Croatie	54	69
Pologne	59	67
Portugal	51	65
Grèce	44	63
Italie	51	62
Bulgarie	43	55
Roumanie	36	54

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 – 2014

2.2.1 Profil des internautes

Le Graphique 3 fait apparaître sans surprise que c'est parmi les particuliers à faible niveau d'instruction, les personnes âgées de plus de 55 ans et les personnes inactives que l'on retrouve le plus grand nombre de personnes qui n'ont jamais utilisé Internet. Ils sont respectivement 13%, 11% et 12%. On constate également que 7% des travailleurs manuels n'ont jamais accédé à la toile tout comme 11% des particuliers issus d'un ménage appartenant au 1^{er} quartile de revenus. Notons encore que l'écart hommes/femmes en matière d'accès à Internet s'est fortement réduit sur les 5 dernières années: en 2014, 5% des femmes et 3% des hommes n'ont jamais surfé contre respectivement 11% et 5% en 2010.

Graphique 3: Accès Internet par genre, classes d'âges, niveau d'éducation, statut professionnel et niveau de revenu du ménage (en %)

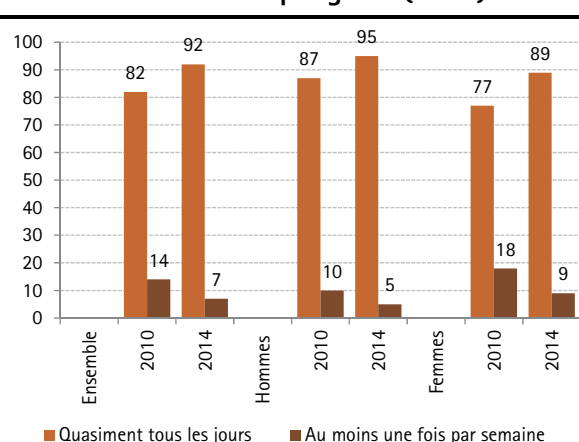
Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

2.2.2 Fréquence d'utilisation d'Internet

Au cours du 1^{er} trimestre 2014, 92% des utilisateurs d'Internet ont surfé tous les jours ou presque et 7% se sont connectés au moins une fois par semaine. Depuis 2010, l'utilisation quotidienne a fortement augmenté, réduisant l'écart hommes/femmes sans cependant le résorber totalement. En effet le pourcentage d'internautes au quasi quotidien est passé en 5 ans de 77% à 89% chez les femmes et de 87% à 95% chez les hommes.

L'annexe 1 détaille la fréquence d'utilisation en 2014 selon certaines caractéristiques sociodémographiques. L'utilisation quasi quotidienne atteint ses sommets chez les particuliers issus d'un ménage appartenant au dernier quartile de revenus (98%), chez les universitaires (97%), chez les étudiants (96%), les hommes (95%), les travailleurs non manuels (94%) et les personnes en emploi (93%).

Graphique 4: Evolution de la fréquence d'utilisation d'Internet par genre (en %)

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours du 1^{er} trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 - 2014

2.2.3 L'accès mobile à Internet

Au 1^{er} trimestre 2014, trois quarts des internautes ont utilisé un appareil mobile pour accéder à Internet en dehors de chez eux et en dehors de leur lieu de travail. Parmi eux, 67% ont utilisé un téléphone portable et 41% un ordinateur portatif (laptop, tablette). 55% des internautes qui se connectent avec leur téléphone portable, le font via un réseau wifi et 49% via un réseau mobile. Les connexions avec un laptop ou une tablette se font le plus souvent via wifi (36%); seulement 7% des particuliers qui surfent sur leur ordinateur portatif, le font via un réseau mobile (carte SIM, clé USB ou en utilisant un téléphone portable comme modem).

Tableau 12: Accès mobile à Internet, en dehors du domicile et du travail (en %)

	Via un réseau mobile*	Via un réseau sans fil (wifi)
Téléphone portable / smartphone	67	49
Ordinateur portatif (laptop, tablette)	41	7

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours du 1^{er} trimestre 2014

* Pour l'ordinateur portatif: en utilisant une carte SIM, une clé USB ou un téléphone portable comme modem

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Le Tableau 13 nous révèle que 84% des internautes, âgés entre 16 à 24 ans, ont utilisé leur téléphone portable pour surfer en dehors de leur domicile et de leur travail. L'utilisation du téléphone portable augmente également avec le niveau d'éducation passant de 60% chez les personnes n'ayant pas dépassé l'enseignement secondaire inférieur à 72% chez les détenteurs d'un diplôme universitaire. Le revenu du ménage auquel appartient l'internaute importe également; près de ¾ des internautes issus de ménages du 3^e et 4^e quartile de revenus surfent sur leur téléphone portable en dehors du domicile respectivement de leur travail contre 58% des internautes appartenant au 1^{er} quartile. Pour l'ordinateur portable respectivement la tablette, les plus fervents utilisateurs sont les indépendants; 58% l'utilisent en dehors du domicile / travail pour accéder à la toile contre 42% des employés. D'autres admirateurs sont les utilisateurs munis d'un diplôme universitaire (52%) et ceux issus d'un ménage du dernier quartile de revenus (56%). Les écarts selon les niveaux d'éducation et selon le revenu sont plus importants pour la tablette ou le laptop que pour le téléphone portable. Parmi les internautes inactifs (retraités, au foyer..), 46% ont déclaré qu'ils n'accèdent pas à Internet en dehors de leur domicile et de leur travail.

Tableau 13: Appareils portables utilisés pour accéder à Internet en dehors du domicile/travail selon les caractéristiques sociodémographiques (en %)

	Téléphone portable / smartphone	Ordinateur portatif (laptop, tablette)	Pas de connexion en dehors du domicile/travail
Ensemble	67	41	26
Femmes	64	38	28
Hommes	69	43	24
16 à 24 ans	84	34	13
25 à 54 ans	72	44	22
55 à 74 ans	41	37	44
Travailleur non-manuel	73	47	20
Travailleur manuel	58	27	35
Ens. primaire, secondaire inférieur	60	22	35
Ens. secondaire supérieur	64	37	27
Ens. supérieur	72	52	20
1er quartile de revenus	58	28	35
2e quartile de revenus	61	31	31
3e quartile de revenus	73	39	21
4e quartile de revenus	75	56	16
Employés	71	42	23
Indépendants	66	58	24
Au chômage	70	39	22
Etudiants	83	39	14
Inactifs	39	32	46

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet à des fins privées au cours du 1er trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

La régression logistique multinomiale détaillée dans le tableau 14 confirme les résultats descriptifs de l'utilisation des appareils portables pour accéder à Internet en dehors du domicile et du lieu de travail à savoir que les utilisateurs d'Internet via un smartphone ne sont pas les mêmes que les utilisateurs d'Internet via une tablette ou un laptop. Elle révèle que l'usage du smartphone est surtout lié à l'âge: les jeunes l'utilisent beaucoup plus que les moins jeunes. Les 16 à 24 ans ont en effet près de 4.5 fois plus de chances d'utiliser un téléphone portable pour surfer que les 35-44 ans (classe d'âge de référence).

Sont également liés à l'usage de l'Internet mobile, et ce via un smartphone ou une tablette/un laptop, le niveau d'éducation et les revenus du ménage auquel appartient l'internaute mobile.

Tableau 14: Régression logistique multinomiale – appareils portables utilisés pour l'accès Internet en dehors du domicile / travail

		Odds ratio estimates	
		Utilisation d'un Smartphone	Utilisation d'un laptop ou d'une tablette
Age	16-24 ans	3.59	1.02
	25-34 ans	1.86	0.79
	35-44 ans	Réf	Réf
	45-54 ans	0.62	0.96
	55-64 ans	0.30	0.84
	65-74 ans	0.23	0.63
Genre	Homme	1.14	1.20
	Femme	Réf	Réf
Niveau d'éducation	Faible	0.64	0.47
	Moyen	Réf	Réf
	Elevé	1.36	1.59
Revenu	1er quintile	Réf	Réf
	2e quintile	1.45	1.24
	3e quintile	1.55	1.12
	4e quintile	1.81	1.96
	5e quintile	3.19	3.06
	Non renseigné	1.02	1.59
R ²		0.209	0.106

Champ : Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet à des fins privées au cours du 1er trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Alpha = 5%

2.2.4 Les activités en ligne

À l'instar de 2010, l'envoi et la réception de courriels (94%) et la recherche d'informations sur des biens ou services (87%) restent les activités en ligne les plus populaires au 1^{er} trimestre 2014. Elles sont suivies par la lecture de sites d'actualité – journaux – magazines d'information en ligne qui est passée de 66% en 2010 à 85% en 2014. 7 internautes sur 10 ont recours à des services liés au voyage ou à l'hébergement et utilisent les services bancaires en ligne. La création de sites web ou blogs et les rendez-vous médicaux en ligne sont des activités encore peu répandues en 2014.

En termes d'évolution, les gagnants sont les réseaux sociaux, la visualisation/écoute ou le téléchargement de films / musique / images / jeux et le téléphone et les appels vidéo sur le net.

Les réseaux sociaux seront traités en détail dans la partie 7 du présent bulletin.

Tableau 15: Activités réalisées sur Internet à des fins privées

	2010	2014
	Unité: en %	
Communication		
Envoyer et recevoir des emails	93	94
Téléphoner sur Internet / passer des appels vidéo sur Internet	31	42
Participer à des réseaux sociaux (créer un profil utilisateur, poster des messages ou autres contributions sur Facebook, Twitter, etc.)	43	64
Information		
Lire des sites d'actualité – journaux – magazines d'information en ligne	66	85
Trouver des informations sur des biens ou services	87	87
Divertissement		
Écouter la radio sur Internet*	43	37
Regarder ou télécharger des films, écouter ou télécharger de la musique, jouer ou télécharger des jeux, regarder ou télécharger des images	43	59
Jouer des jeux en réseau avec d'autres personnes	:	11
Créativité		
Créer et télécharger du contenu (texte, photos, musique, vidéos, logiciels etc.) sur un site Internet en vue d'un partage	39	28
Créer des sites web ou des blogs	:	7
Santé		
Prendre un rendez-vous avec un médecin via un site web d'un hôpital ou un centre de santé	:	9
Autres services en ligne		
Utiliser des services liés au voyage ou à l'hébergement	66	71
Vendre des biens ou services, p. ex. via des sites d'enchères (p. ex. eBay)	13	15
Utiliser les services bancaires sur Internet	63	70

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé Internet au 1^{er} trimestre de l'année de référence

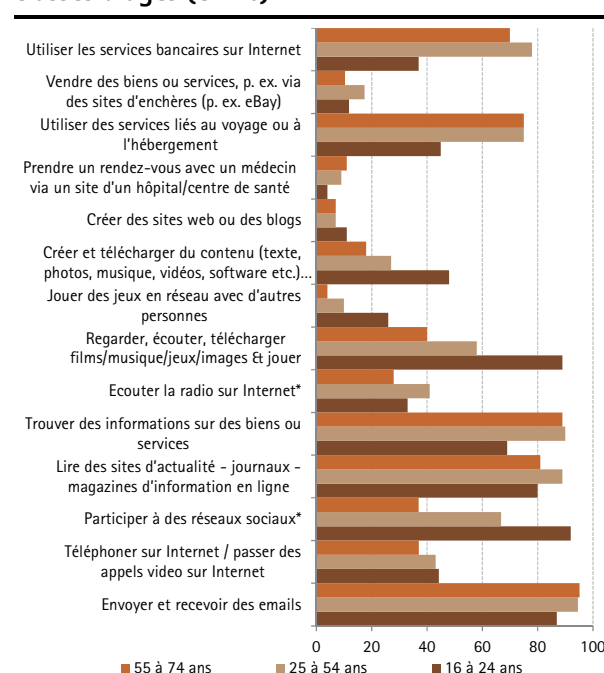
* inclut la télévision en ligne en 2010

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2010 – 2014

Le graphique 5 reprend les activités en ligne selon l'âge des internautes. Il fait apparaître que les téléchargements (jeux, films ou musique), la création et les downloads de contenus en vue d'un partage et les jeux en ligne avec d'autres internautes sont des activités en ligne trouvant le plus d'intérêt chez les jeunes âgés de 16 à 24 ans.

La recherche d'informations en ligne, le recours à des services online liés aux voyages et hébergements et les services bancaires en ligne trouvent le plus grand écho chez 25 à 74 ans. Les 25 à 54 ans sont les plus nombreux à écouter la radio en ligne.

Graphique 5: Activités réalisées sur Internet par classes d'âges (en %)



Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé Internet au cours du 1^{er} trimestre 2014

* créer un profil utilisateur, poster des messages ou autres contributions sur Facebook, Twitter, etc.

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

L'annexe 2 du présent document, détaille toutes les activités réalisées sur Internet par genre, classes d'âges, niveau d'enseignement achevé et situation professionnelle. Il en ressort que les hommes sont nettement plus nombreux à écouter la radio en ligne que les femmes (42% contre 32%). Ils sont également plus enclins à regarder, écouter ou télécharger des films, de la musique, des jeux ou des images ou encore à jouer sur Internet (63% contre 54%). La prise en compte du niveau d'enseignement achevé fait apparaître que les activités en ligne suivantes sont plus prisées par les détenteurs d'un diplôme universitaire: téléphoner, passer des appels vidéo, suivre l'actualité, chercher des informations

sur des biens et services, écouter la radio, utiliser des services liés aux voyages et faire des transactions bancaires. Les particuliers n'ayant pas dépassé l'enseignement secondaire inférieur sont plus nombreux à jouer en réseau avec d'autres internautes.

Les personnes au chômage téléphonent plus souvent sur Internet (59% contre 43% pour ceux en emploi et pour les étudiants et 32% pour les inactifs) et sont plus nombreux à créer des sites web ou des blogs (20% contre 6% pour ceux en emploi, 11% pour les étudiants et 5% pour les inactifs). Etudiants et chômeurs regardent, écoutent ou téléchargent plus de films, de la musique, des jeux ou des images, créent ou téléchargent plus de contenu et sont plus présents sur les réseaux sociaux que les personnes en emploi ou les autres inactifs (cf. Annexe 2).

3. Compétences informatiques

Les opérations informatiques les plus fréquemment effectuées par les particuliers sont le « copier/coller pour dupliquer ou déplacer des informations dans un document » (87%), la « copie/déplacement de fichiers ou répertoires » (83%) et le « transfert de fichiers entre ordinateurs ou vers d'autres appareils » (74%). Les hommes branchent et installent également fréquemment de nouveaux appareils tels un modem p.ex. (82%). Le tableau 16 révèle que l'écart hommes – femmes varie fortement selon les opérations mais que les femmes semblent particulièrement réticentes à « modifier / vérifier des paramètres de configuration de logiciels » (33%), « installer un nouveau système d'exploitation ou remplacer un ancien » (24%) et « écrire un programme dans un langage de programmation spécialisé » (9%). Notons que cette dernière activité informatique est également la moins prisée chez les hommes (22%).

Les opérations les plus prisées par les jeunes (16 à 24 ans), sont, outre les « copier /coller » (97%) et « copier/déplacement » (94%), le « transfert de fichiers entre ordinateurs ou vers d'autres appareils » (90%) et la création de présentations (83%).

Tableau 16: Opérations informatiques effectuées selon le genre, les classes d'âges, le niveau d'enseignement et le statut d'occupation

	Copier ou déplacer un fichier ou un répertoire	Copier-coller ou déplacer des informations dans un document	Formules basiques d'arithmétique dans un tableur	Compresser (ou zipper) des fichiers	Brancher et installer de nouveaux appareils, p. ex. un modem	Ecrire un programme dans un langage de programmation spécialisé	Transférer des fichiers entre ordinateurs ou vers d'autres appareils (appareil photo, téléphone mobile...)	Modifier ou vérifier des paramètres de configuration de logiciels (sauf navigateurs Internet)	Créer des présentations (p. ex. slides), comprenant des images, du son, des vidéos ou des graphiques	Installer un nouveau système d'exploitation ou remplacer un ancien
										Unité: en %
Ensemble	83	87	66	63	67	16	74	45	54	40
Hommes	87	89	72	71	82	22	82	56	63	54
Femmes	79	84	59	53	51	9	66	33	45	24
16 à 24 ans	92	95	62	65	76	21	88	44	80	43
25 à 54 ans	85	89	71	67	71	17	76	52	54	43
55 à 74 ans	72	75	55	48	51	10	59	27	38	27
Primaire, secondaire inférieure	68	71	41	41	55	10	62	31	42	27
Secondaire supérieur	82	84	63	58	64	13	71	41	45	38
Supérieur	91	96	78	75	75	21	82	54	67	46
En emploi	85	89	70	66	69	17	76	49	55	42
Au chômage	81	88	70	64	71	14	76	62	47	41
Etudiants	94	97	66	67	77	23	90	45	83	45
Inactifs	69	72	50	45	52	9	56	29	30	26

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé Internet au cours du 1er trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

4. L'administration en ligne

Au 1^{er} trimestre 2014, 70% des résidents ont été en contact ou interagi en ligne, à des fins privées, avec les autorités publiques au cours de l'année précédant l'enquête; 46% pour obtenir des informations à partir de sites des autorités publiques, 61% pour télécharger des formulaires officiels et 37% pour envoyer des formulaires complétés (cf. Tableau 17). Par rapport aux 3 pays voisins, les résidents du Luxembourg téléchargent nettement plus de formulaires officiels mais ils sont dépassés par les Français et les Belges en termes d'envoi de formulaires complétés.

Dans les trois activités de l'administration en ligne, ce sont les hommes, la catégorie d'âge des 25 à 54 ans et les personnes ayant un niveau d'éducation élevé qui affichent les pourcentages les plus importants (cf. Tableau 18).

Tableau 17: Activités réalisées avec les autorités publiques via Internet au cours des 12 mois précédant l'enquête

	UE28	Luxembourg	Belgique	Allemagne	France
	Unité: en %				
Contact ou interaction avec les autorités publiques à des fins privées au cours des 12 derniers mois	59	70	64	60	74
Obtention d'information à partir des sites des autorités publiques	51	46	51	59	56
Téléchargement de formulaires officiels	37	61	33	37	47
Envoi de formulaires complétés	33	37	42	18	52

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours des 12 derniers mois

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Tableau 18: Activités réalisées avec les autorités publiques via Internet au cours des 12 mois précédant l'enquête par genre, catégorie d'âges et niveau d'enseignement achevé

	Obtention d'informations à partir de sites des autorités publiques	Téléchargement de formulaires officiels	Envoi de formulaires complétés
	Unité: en %		
Ensemble	46	61	37
Femmes	44	56	36
Hommes	48	65	37
16-24 ans	26	46	30
25-54 ans	50	66	38
55-74 ans	47	56	38
Primaire, secondaire inférieur	25	33	18
Secondaire supérieur	40	59	34
Supérieur	59	73	47

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours des 12 derniers mois

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

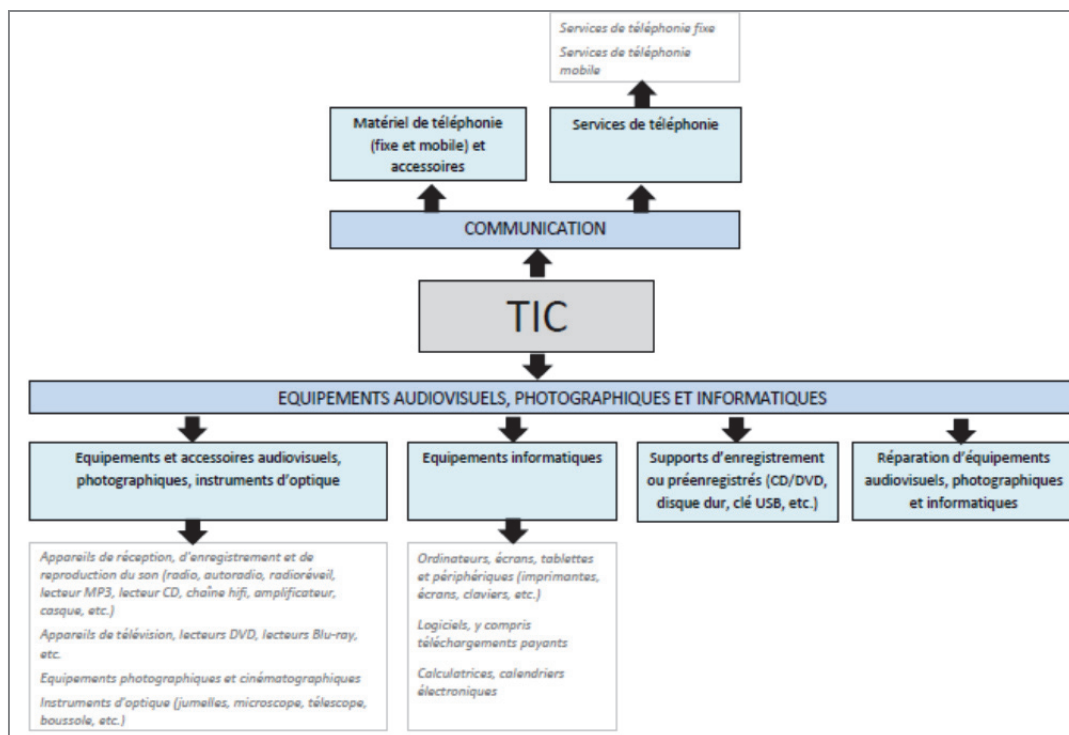
5. Les dépenses des ménages en TIC

Cette section va analyser le degré de pénétration des TIC au Luxembourg sous l'angle des dépenses réalisées par les ménages dans ce domaine. Les Enquêtes sur le Budget des Ménages (EBM) fournissent de l'information sur les dépenses moyennes des ménages en TIC ainsi que sur la part qu'occupent ces dépenses dans le budget total des ménages. Ces enquêtes sont réalisées chaque année auprès d'un échantillon de 1 500 ménages. L'objet de cette enquête est de collecter, sur des périodes prédéfinies, le montant des dépenses effectuées dans un certain nombre de postes tels que définis par la nomenclature COICOP (Classification Of Individual Consumption by Purpose). Ces postes sont présentés dans le Graphique 6.

Ce chapitre se divise en deux parties: dans un premier temps, les tendances générales seront présentées, incluant une dimension comparative européenne et une dimension longitudinale. Dans la seconde partie, la structure de consommation des ménages luxembourgeois sera décortiquée en utilisant des modèles économétriques.

Les résultats rendent compte de la situation observée dans le pays sur la période 2011-2013. Les prix ont été ajustés sur l'année 2012.

Graphique 6: Les postes de dépenses en TIC selon la nomenclature COICOP



Source: STATEC

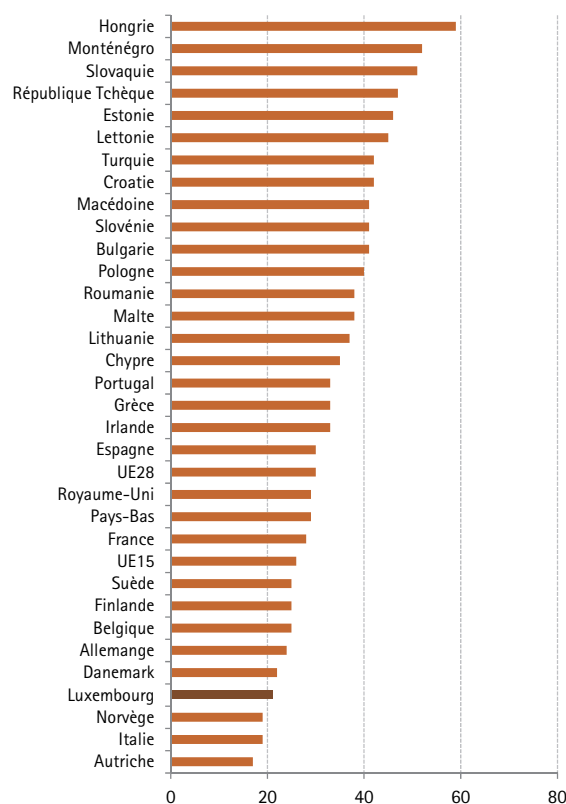
5.1 Les dépenses en TIC dans le budget des ménages – tendances générales

D'après la vague 2011-2013 de l'EBM, les ménages luxembourgeois consacrent en moyenne 1837 EUR par an en dépenses en TIC, soit 3.2% du budget annuel. Plus précisément, les ménages consacrent 2.2% de leur budget en dépenses de communication et 1.0% en équipements audiovisuels, photographiques et informatiques.

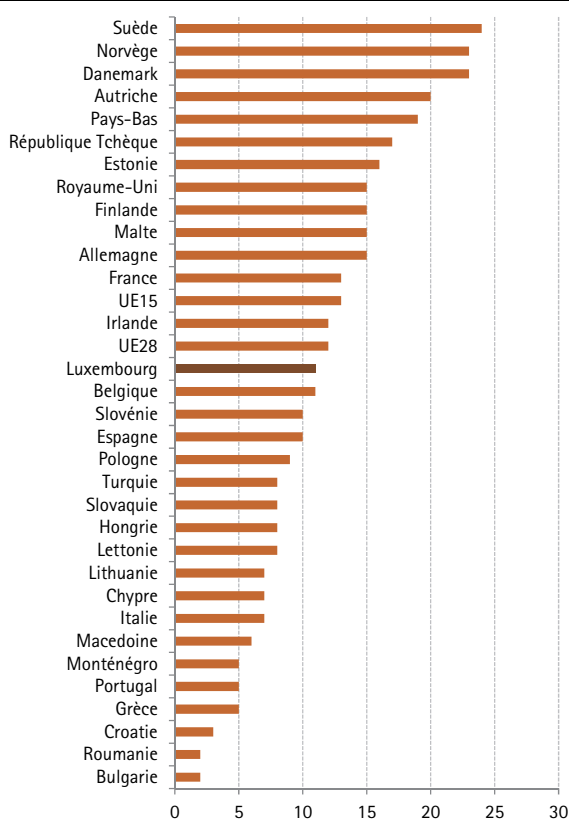
Au niveau européen, si l'on s'en tient aux données les plus récentes diffusées par EUROSTAT, c'est-à-dire celles de 2010, le Luxembourg fait partie des pays dont la part des dépenses en communication est la plus faible, juste derrière l'Autriche, l'Italie et la Norvège. Ceci est le cas de la plupart des pays de l'UE15. Pour les autres pays de l'UE, la charge des dépenses de communication pèse plus lourd (cf. Graphique 7).

Par contre, la part des dépenses d'équipements audiovisuels, photographiques et informatiques dans le budget des ménages est plus importante dans les pays les plus riches d'Europe que dans les autres. Le Luxembourg se place en milieu de tableau (cf. Graphique 8).

Graphique 7: Part des dépenses de communication (en %), 2010



Source: EUROSTAT, Enquêtes sur le Budget des Ménages

Graphique 8: Part des dépenses d'équipement (en ‰), 2010

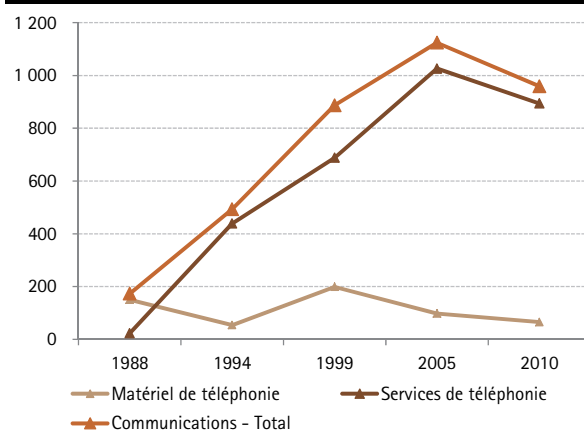
Source: EUROSTAT, Enquêtes sur le Budget des Ménages

5.2 Evolution des dépenses des ménages en TIC au cours des 30 dernières années

La somme allouée aux TIC en 2012 est identique à celle allouée en 2005: 1 837 EUR/an¹. Mais sur cette période, la répartition entre les dépenses de communication et les dépenses d'équipements s'est modifiée au profit de la communication: elle a gagné 6 points de pourcentage, passant de 64% à 70%. Durant cette même période, l'équipement informatique s'est démocratisé mais les dépenses associées ont reculé, puisqu'elles représentent 12% pour l'année 2012 contre 15% en 2005. Ceci est sans doute dû au recul des prix.

Les dépenses de communication des ménages ont connu un accroissement sensible jusqu'en 2005,

passant de 173 PPA² en 1988 à 1 124 PPA en 2005, avant de connaître un léger recul et atteindre 959 PPA en 2010. Cette évolution s'explique par la hausse puis le léger recul des dépenses en services de téléphonie, qui sont passées de 23 PPA en 1988 à 1 026 PPA en 2005 et à 894 PPA en 2010. En comparaison, sur la même période, les dépenses d'équipement en téléphonie semblent être restées relativement stables bien qu'elles aient enregistré un léger recul mais constant sur les dix dernières années, passant de 199 PPA en 1999 à 65 PPA en 2010 (cf. Graphique 9). On notera toutefois que l'évolution des dépenses est perturbée par le fait que les dépenses liées à l'achat du téléphone mobile sont depuis plusieurs années souvent incluses dans le montant de l'abonnement.

Graphique 9: Dépenses de communication des ménages (PPA), 1988-2010

Source: EUROSTAT, Enquêtes sur le Budget des Ménages

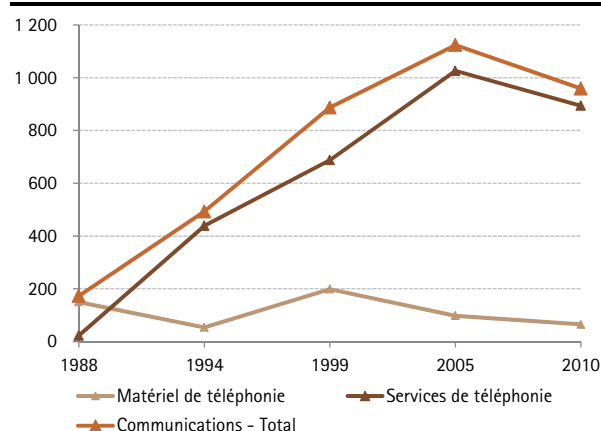
Les dépenses de communication occupent depuis une dizaine d'année une part relativement stable du budget des ménages (21 à 22 ‰) alors que dans les années 1990, celles-ci affichaient une nette augmentation (de 7 ‰ en 1988 à 21 ‰ en 1999). La relative stabilité observée au cours des dix dernières années cache en fait des disparités entre ses deux composantes: d'un côté, la part des dépenses en équipement a reculé (de 5 ‰ à 1 ‰) et de l'autre

¹ STATEC, *Les TIC dans les ménages et chez les particuliers en 2009*, Bulletin du STATEC, n°1, 2010, 39 p.

² L'INSEE définit la parité du pouvoir d'achat comme un taux de conversion monétaire permettant d'exprimer dans une unité commune les pouvoirs d'achat des différentes monnaies. Ce taux exprime le rapport entre la quantité d'unités monétaires nécessaires dans des pays différents pour se procurer le même « panier » de biens et de services. Ce taux de conversion peut être différent du « taux de change »; en effet, le taux de change d'une monnaie par rapport à une autre reflète leurs valeurs réciproques sur les marchés financiers internationaux et non leurs valeurs intrinsèques pour un consommateur: le taux de change ne permet donc pas de comparer de manière fiable les pouvoirs d'achat dans les différents pays.

côté, la part des dépenses en services a augmenté (de 16 ‰ à 20 ‰).

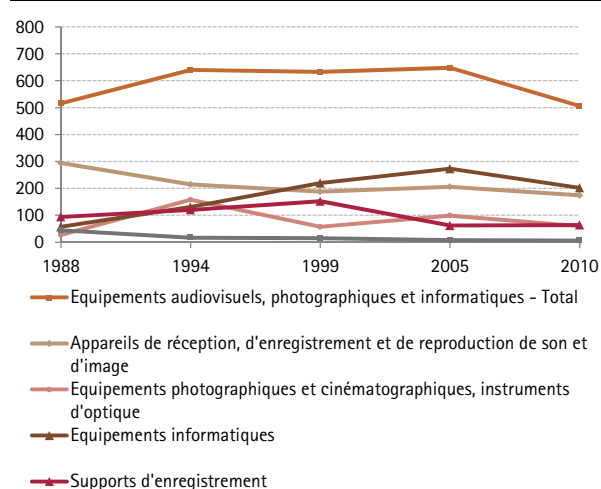
Graphique 10: Part des dépenses de communication dans le budget des ménages (en ‰), 1988-2010



Source: EUROSTAT, Enquêtes sur le Budget des Ménages

De même que pour les dépenses de communication, les dépenses pour l'équipement audiovisuel, photographique et informatique ont reculé entre 2005 et 2010. Celles-ci sont passées de 648 PPA à 506 PPA. Ce recul est dû à une baisse constatée sur tous les postes de dépenses mis à part les supports d'enregistrement (cf. Graphique 11). La chute la plus remarquable concerne les équipements informatiques qui, après avoir fait l'objet d'une fulgurante ascension (de 57 à 273 PPA entre 1988 et 2005), ont reculé à 202 PPA en 2010.

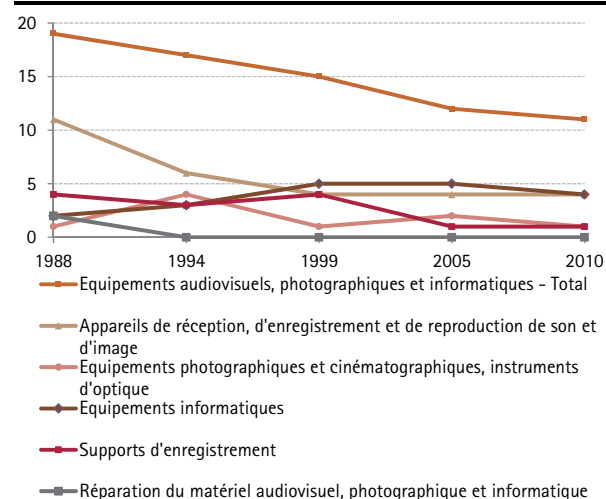
Graphique 11: Dépenses des ménages en équipements audiovisuels, photographiques et informatiques (PPA), 1988-2010



Source: EUROSTAT, Enquêtes sur le Budget des Ménages

Alors que la part des dépenses de communication est relativement stable sur la période 1999-2010, la part des dépenses en équipement TIC recule, et ce depuis 1988, passant de 19 ‰ en 1988 à 11 ‰ en 2010 (cf. Graphique 12).

Graphique 12: Part (en ‰) des dépenses des ménages en équipements audiovisuels, photographiques et informatiques, 1988-2010



Source: EUROSTAT, Enquêtes sur le Budget des Ménages

Diverses raisons peuvent être invoquées pour expliquer ces changements comme la désuétude de certains équipements (par ex. le magnétoscope, le poste de radio ...), la place de plus en plus grande occupée par l'informatique parmi les équipements audiovisuels (on peut regarder la télévision et/ou écouter la radio sur Internet, faire des photos et des vidéos avec les tablettes et smartphones, ...) ou encore une meilleure connaissance technique des utilisateurs (qui pourrait expliquer en partie la baisse des dépenses de maintenance des appareils). Cependant, un autre facteur joue sans doute un rôle déterminant dans ces changements: c'est la baisse continue du prix de ces biens (cf. annexe 3).

5.3 Répartition des dépenses en TIC et structure de consommation des ménages

D'après la vague 2011-2013 de l'EBM, les ménages consacrent, en moyenne, 1 289 EUR par an en communication et 548 EUR en équipements audiovisuels, photographiques ou informatiques. Les dépenses de communication représentent donc 70% des dépenses en TIC, contre 30% pour les dépenses en équipements audiovisuels, informatiques et photographiques. Notons que les services de téléphonie, c'est-à-dire les abonnements pour des téléphones

mobiles et fixes et les abonnements/connexions à Internet représentent à eux-seuls 62% des dépenses en TIC (cf. Tableau 19).

Les moyennes présentées dans le Tableau 19 cachent des disparités importantes entre les ménages. Le Graphique 13 permet de les mettre en lumière. De nombreux ménages n'ont aucune dépense alors que pour d'autres, les dépenses sont nettement supérieures à la moyenne.

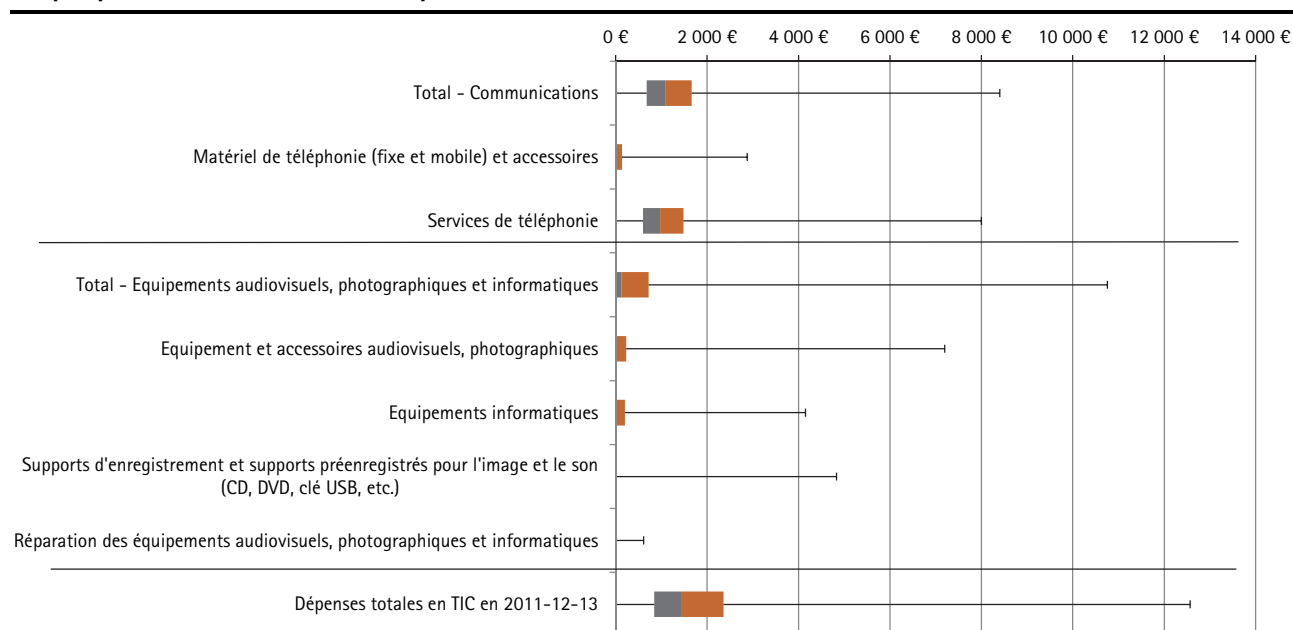
Tableau 19: Dépenses moyennes des ménages en TIC (en Euros), 2012

	Dépense moyenne des ménages en Euros	% de la dépense totale en TIC
Total – Communication	1289	70.2
Matériel de téléphonie (fixe et mobile) et accessoires	145	7.9
Services de téléphonie	1144	62.3
<i>Services de téléphonie fixe</i>	675	36.7
<i>Services de téléphonie mobile</i>	469	25.5
Total – Equipements audiovisuels, photographiques et informatiques	548	29.8
Equipements et accessoires audiovisuels et photographiques	231	12.6
<i>Appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction du son (radio, autoradio, radio-réveil, lecteur MP3, lecteur CD, chaîne hifi, amplificateur, casque, etc.)</i>	50	2.7
<i>Appareils de télévision, lecteurs DVD, lecteurs blu-ray, etc.</i>	123	6.7
<i>Equipements photographiques et cinématographiques</i>	52	2.8
<i>Instruments d'optique (jumelles, microscope, télescope, boussole, etc.)</i>	6	0.3
Equipements informatiques	224	12.2
<i>Ordinateurs, écrans, tablettes et périphériques (imprimantes, écrans, claviers, etc.)</i>	205	11.2
<i>Logiciels, y compris téléchargements payants</i>	17	0.9
<i>Calculatrices, calendriers électroniques</i>	2	0.1
Supports d'enregistrement ou préenregistrés (CD/DVD, disque dur, clé USB, etc.)	83	4.5
Réparation d'équipements audiovisuels, photographiques et informatiques	10	0.5
TOTAL	1837	100%

Note : Le montant annuel moyen des dépenses des ménages est égal à 57135 EUR pour l'année 2012

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages 2011-2013

Graphique 13: Distribution des dépenses en TIC – Boîtes de TUKEY



Note méthodologique : chaque segment de la boîte de TUKEY représente 25% de la distribution. Les 5 valeurs observées à droite de la distribution ont été retirées de la représentation graphique. Cette méthode a été préférée à la définition de TUKEY avec laquelle disparaissait, selon les cas, jusqu'à 80% du dernier quartile.

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages 2011-2013

5.4 Les déterminants de la consommation des ménages: analyses au moyen de modèles Tobit

Le montant alloué aux TIC par les ménages varie en fonction d'un certain nombre de caractéristiques telles que le revenu, la composition du ménage, l'âge ou le niveau d'éducation (cf. Annexe 4).

Cependant, afin de vérifier l'impact de ces caractéristiques sociodémographiques « toutes choses égales par ailleurs », nous recourons à une modélisation économétrique de type Tobit: il s'agit d'une adaptation du modèle linéaire simple quand la variable expliquée est « censurée », c'est-à-dire que ses valeurs sont soumises à un plancher (censure à gauche) et à un plafond (censure à droite). C'est le cas des variables de dépenses, qui ne pourront prendre que des valeurs positives.

Le montant alloué par les ménages en TIC dépend d'un certain nombre de caractéristiques sociodémographiques telles que le revenu, la taille du ménage, le nombre d'enfants et d'adolescents vivant dans le ménage, l'âge et le niveau d'éducation de la personne de référence (cf. Tableau 20). En effet, comparés à un ménage ayant un revenu inférieur à 1 250 EUR, les ménages ayant des revenus plus importants dépensent, en moyenne, un montant annuel plus important en TIC. Ce montant augmente à mesure que les revenus augmentent, sauf pour le groupe de revenus 1 250-1 850 EUR qui ne se distingue pas du premier groupe. Sans surprise, les dépenses en TIC augmentent également avec la taille du ménage. Plus précisément, la présence d'adolescent(s) a un effet positif sur le montant des dépenses, tandis que la présence d'enfants de 0 à 13 ans tend plutôt à réduire le montant des dépenses. Enfin, concernant l'âge et le niveau d'éducation de la personne de référence, on observe deux tendances générales: les « jeunes » (19-54 ans) dépensent plus que les « plus âgés » (55 ans et plus), « toutes choses égales par ailleurs ». Par contre, en dessous de 55 ans, on ne constate pas de différences de comportement entre les groupes d'âge. Quant au niveau d'éducation, par rapport aux personnes présentant un niveau d'éducation dit « moyen », celles qui sont moins éduquées dépensent, en moyenne, moins d'argent en TIC tandis que les personnes ayant un niveau d'éducation plus élevé ne présentent pas de comportement différent de la catégorie de référence.

Afin d'affiner l'analyse, le modèle suivant prend comme catégorie de référence un couple dont la personne de référence a entre 45 et 54 ans, un niveau d'éducation « moyen », un revenu entre 3 100 et 3 700 EUR, deux enfants à charge dont un ado-adulte (14 ans et plus) et un enfant (0-13 ans) (cf. Tableau 21). Par rapport à cette famille de référence, le fait de modifier le revenu vers le bas n'a pas d'effet sur le montant des dépenses en TIC. Par contre, augmenter le revenu a un effet positif sur le montant des dépenses en TIC. De plus, avoir 2 jeunes enfants plutôt qu'un n'a pas d'effet tandis que ne pas avoir d'enfant de 0 à 13 ans ou de 14 ans et plus réduit le montant des dépenses. L'impact de l'adolescent est plus important que celui du jeune enfant, ce qui signifie que les dépenses en TIC liées à la présence d'un ado-adulte dans le ménage sont plus importantes que celles occasionnées par un jeune enfant. Comme dans le modèle précédent, l'âge a peu d'effet sur le montant des dépenses: ce n'est qu'au-delà de 65 ans qu'une différence de comportement s'observe: les ménages tendent à dépenser moins. Enfin, l'effet du niveau d'éducation est identique à celui observé dans l'ensemble de la population: l'effet positif s'observe entre un niveau faible et moyen tandis qu'aucune différence de comportement n'est constatée entre un niveau moyen et un niveau élevé.

Tableau 20: Les déterminants du montant des dépenses des ménages en TIC – Résultats d'un modèle Tobit

		Estimate	Pr > ChiSq
	Intercept	906.1158	0.0006
	rev < 1850	399.5924	0.1461
	rev < 2500	585.1476	0.0281
	rev < 3100	758.0757	0.0043
Revenu (réf: moins de 1250 EUR)	rev < 3700	661.1175	0.0122
	rev < 5000	997.9527	0.0001
	rev < 6200	1221.212	<.0001
	rev ≥ 6200	1521.625	<.0001
	Manquant	1290.501	<.0001
	2 personnes	242.2124	0.0007
	3 personnes	416.3297	<.0001
Taille du ménage (réf: 1 personne)	4 personnes	545.0606	<.0001
	5 personnes	793.0138	<.0001
	6 pers ou plus	1056.866	<.0001
Nombre d'enfants de 0 à 13 ans (réf: 0)	1	-92.8098	0.2988
	2	-283.652	0.0349
	3 ou plus	-675.150	0.0021
Nombre d'enfants de 14 ans ou plus (réf: 0)	1	312.8576	0.0007
	2	224.2381	0.1092
	3 ou plus	578.5369	0.0171
	19-24 ans	81.3242	0.7138
Age de la personne de référence (réf: 25-34 ans)	35-44 ans	-110.989	0.1351
	45-54 ans	-67.8532	0.3830
	55-64 ans	-234.086	0.0041
	65-74 ans	-436.132	<.0001
	75 ans et plus	-890.447	<.0001
Niv. d'éducation de la pers. de réf. (réf: moyen)	Faible	-299.598	<.0001
	Elevé	-124.497	0.0837
	Scale	1421.269	

Source: STATEC, Enquête Budget des Ménages, 2011-2013

Tableau 21: Les déterminants du montant des dépenses en TIC dans les couples

		Estimate	Pr > ChiSq
Revenu (réf : moins de 3700 EUR)	Intercept	2428.967	<.0001
	rev < 1250	-468.799	0.3759
	rev < 1850	-418.438	0.1522
	rev < 2500	-212.416	0.2534
	rev < 3100	50.0056	0.7434
	rev < 5000	392.8782	0.0011
	rev < 6200	588.1364	<.0001
	rev ≥ 6200	875.6892	<.0001
	Manquant	655.9756	0.0003
Nombre d'enfants de 0 à 13 ans (réf : 1)	0	-172.755	0.0483
	2	-34.3249	0.7523
	3 ou plus	-189.249	0.2407
Nombre d'enfants de 14 ans ou plus (réf : 1)	0	-558.893	<.0001
	2	79.7755	0.5724
	3 ou plus	637.0226	0.0048
	19-24 ans	76.2399	0.8545
Age de la personne de référence (réf : 45-54 ans)	25-34 ans	106.6976	0.3168
	35-44 ans	-165.244	0.0770
	55-64 ans	-84.9964	0.3796
	65-74 ans	-362.638	0.0012
	75 ans et plus	-800.192	0.0005
Niv. d'éducation pers. de réf. (réf : moyen)	Faible	-341.417	<.0001
	Elevé	-102.842	0.2714

Champ: ménages dans lesquels la personne de référence vit en couple

Méthode: Modèle Tobit

Source: STATEC, Enquête Budget des Ménages, 2011-2013

Tableau 22: Les déterminants du montant des dépenses en TIC dans les ménages monoparentaux

		Estimate	Pr > ChiSq
Revenu (réf : moins de 3100 EUR)	Intercept	1622.706	<.0001
	rev < 1250	-970.908	0.0011
	rev < 1850	-477.407	0.0026
	rev < 2500	-190.152	0.1936
	rev < 3700	-50.6770	0.7236
	rev < 5000	230.9684	0.0879
	rev < 6200	628.9577	<.0001
	rev ≥ 6200	989.6110	<.0001
	Manquant	551.7475	0.0341
Nombre d'enfants de 0 à 13 ans (réf : 0)	1	16.9143	0.8929
	2	-90.3200	0.6753
	3 ou plus	541.8163	0.3694
Nombre d'enfants de 14 ans ou plus (réf : 0)	1	463.7002	0.0024
	2	437.0827	0.0489
	3 ou plus	1060.134	0.0193
Age de la personne de référence (réf : 35-44 ans)	19-24 ans	139.2130	0.5851
	25-34 ans	-69.0930	0.5150
	45-54 ans	-107.247	0.3370
	55-64 ans	-389.930	0.0030
	65-74 ans	-401.442	0.0455
Niv. d'éducation pers. de réf. (réf : moyen)	75 ans et plus	-1184.03	0.0333
	Faible	-97.4661	0.3703
Genre (réf : femme)	Elevé	-184.879	0.0982
	Homme	163.4031	0.0396

Champ: ménages dans lesquels la personne de référence

ne vit pas en couple

Méthode: Modèle Tobit

Source : STATEC, Enquête Budget des Ménages, 2011-2013

Dans le Tableau 22, la catégorie de référence consiste en un ménage composé d'une femme de 35 à 44 ans, sans enfant, ayant un niveau d'éducation moyen et un revenu compris entre 3 100 et 3 700 EUR. Toutes choses égales par ailleurs, un homme dépense plus qu'une femme en TIC. Le coefficient n'est pas très élevé, ce qui signifie que l'effet est plutôt faible. Concernant les revenus, une personne ayant un revenu de deux catégories inférieures ou de deux catégories supérieures à la catégorie de référence (3 100-3 700 EUR) effectue, respectivement, moins ou plus de dépenses, tandis que les personnes ayant un revenu d'une catégorie supérieure ou inférieure ne présentent pas de comportement différent de la population de référence. Le fait d'avoir un jeune enfant n'a pas d'impact sur le montant des dépenses contrairement à la présence d'un ado-adulte (effet positif). Quant à l'âge et le niveau d'éducation, on retrouve, pour le premier, le même type d'effet que dans les couples, c'est-à-dire un comportement qui diffère seulement au-delà de 55 ans et pour le second une absence de lien avec le niveau d'éducation.

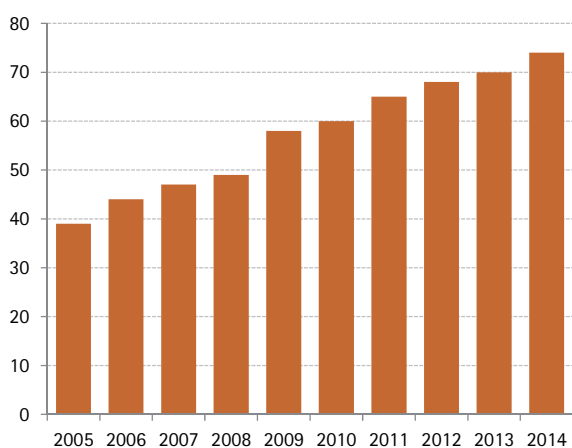
6. Le commerce électronique

Selon l'enquête communautaire sur l'utilisation des TIC par les ménages, trois quarts des résidents ont effectué des achats sur Internet au cours des douze derniers mois. Ceci inclut l'achat de biens et de services sur Internet (e-commerce) pour une utilisation privée, via tous types d'appareils (ordinateur, tablette et téléphone). Plus précisément, 62% des résidents ont effectué des achats sur Internet au cours des 3 derniers mois. Si l'on étend la période de référence aux douze derniers mois, la proportion passe à 74%. Seulement 5% des résidents ont fait des achats il y a plus d'un an tandis que 21% n'en ont jamais fait.

6.1 Evolution et comparaison européenne

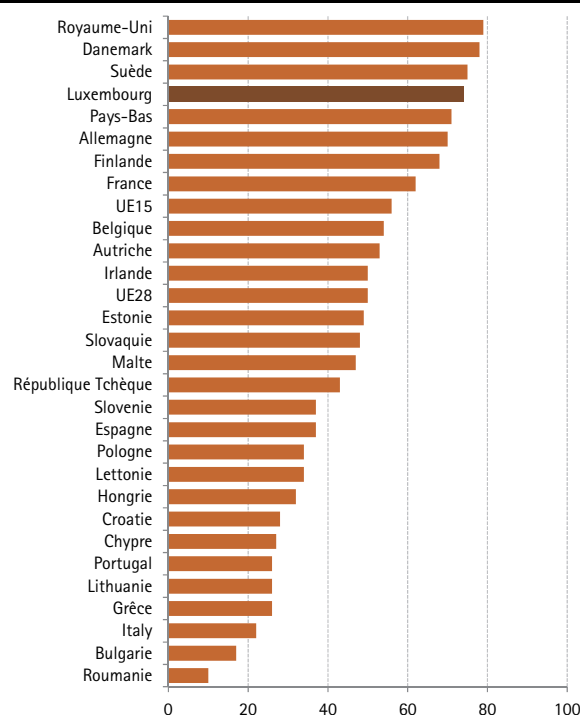
Au cours des 10 dernières années, la part de la population résidente ayant effectué des achats sur Internet a doublé, passant de 39% en 2005 à 74% en 2014 (cf. Graphique 14). Au niveau européen, le Luxembourg figure parmi les pays les plus actifs, se plaçant en 4^{ème} position derrière le Royaume-Uni, le Danemark et la Suède (cf. Graphique 15).

Graphique 14: Part de la population résidente (en %) ayant acheté des biens et/ou des services en ligne au cours des 12 derniers mois.



Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans
Source: EUROSTAT, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Graphique 15: Part de la population de l'Union Européenne ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois, 2014 (en %)



Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

6.2 Qui achète en ligne?

Selon le modèle économétrique de type logistique testant l'activité d'achat/non-achat au cours d'une période de 12 mois, l'âge, le niveau d'éducation et les revenus jouent sur les comportements d'e-commerce (cf. Tableau 23 et annexe 5 pour les statistiques descriptives). En effet, le modèle économétrique met en avant un effet d'âge: toutes choses égales par ailleurs, les 45-74 ans sont moins tournés vers Internet pour effectuer des achats que les 16-44 ans. Par ailleurs, par rapport aux personnes ayant un niveau d'éducation moyen (secondaire supérieur et post secondaire non tertiaire), les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur sont moins enclines à faire des achats sur Internet tandis que les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur le sont plus. Enfin, les chances d'effectuer un achat sur Internet augmentent à mesure que les revenus augmentent. Par contre, le genre n'a pas d'effet: les hommes ne sont pas plus tournés vers Internet que les femmes.

Tableau 23: Les déterminants de l'achat en ligne, profil des résidents ayant effectué au moins un achat en ligne au cours des 12 derniers mois

		Odds Ratio	95% Wald Confidence		
	Parameter	Estimates	Limits		Pr > ChiSq
Age (ref: 25-34 ans)	16-24 ans	1.063	0.653	1.731	0.8046
	35-44 ans	0.801	0.506	1.269	0.3446
	45-54 ans	0.556	0.358	0.861	0.0085
	55-64 ans	0.491	0.310	0.778	0.0025
	65-74 ans	0.262	0.159	0.431	<.0001
Genre (réf: femme)	homme	1.229	0.949	1.592	0.1174
Niveau d'éducation (ref: niveau moyen)	faible	0.394	0.288	0.539	<.0001
	élevé	2.446	1.762	3.394	<.0001
	non-renseigné	2.633	1.803	3.843	<.0001
Revenu (ref: 1er quintile)	2e quintile	2.794	1.727	4.521	<.0001
	3e quintile	3.615	2.244	5.824	<.0001
	4e quintile	6.894	4.283	11.096	<.0001
	5e quintile	6.010	3.157	11.441	<.0001

Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans

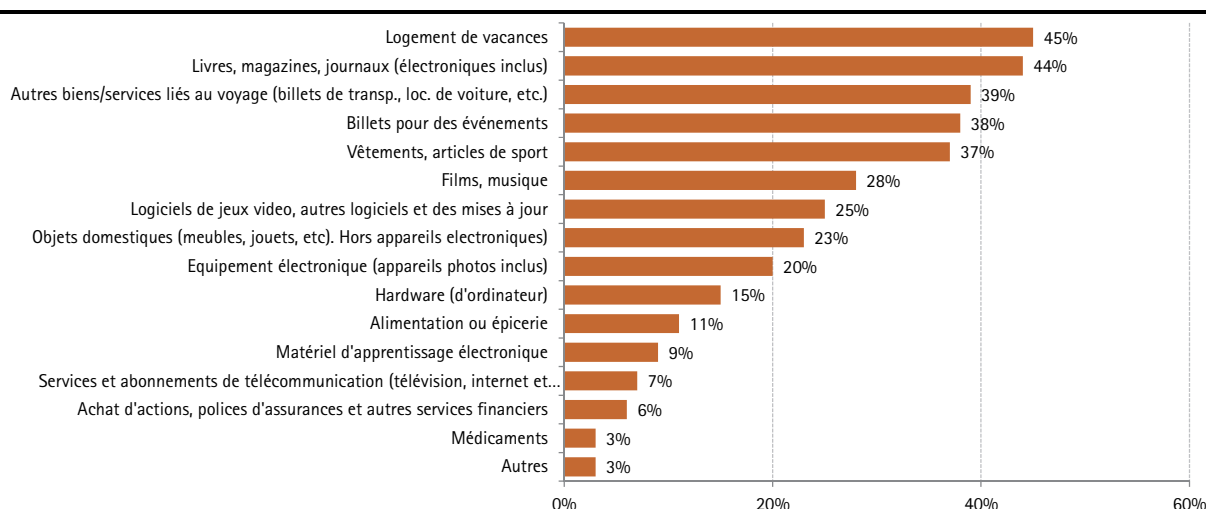
Méthode : modèle logistique

R² : 0,26

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014.

6.3 Qu'achète-t-on en ligne?

Parmi les achats les plus courants effectués par les résidents, on trouve les séjours touristiques avec, d'un côté, le logement de vacances (45%) et de l'autre, les autres biens et services liés au voyage tels que les billets de transport par exemple (39%, cf. Graphique 16). L'achat de livres, y compris de livres électroniques, de magazines et journaux est également fréquent sur Internet: 44% des résidents ont fait au moins une fois ce genre d'achat en 2014. Viennent ensuite l'achat de billets pour des événements (38%), l'achat de vêtements ou articles de sport (37%), l'achat de films ou de musique (28%), les logiciels dont les logiciels de jeux vidéo (25%), les objets domestiques (23%), l'équipement électronique (20%), les disques durs (15%), l'alimentation ou l'épicerie (11%), le matériel d'apprentissage électronique (9%), les services de télécommunication (7%), l'achat d'actions, polices d'assurances et autres services financiers (6%) et les médicaments (3%).

Graphique 16: Types de biens et services ayant une utilisation privée achetés ou commandés sur Internet au cours des 12 derniers mois (en %)

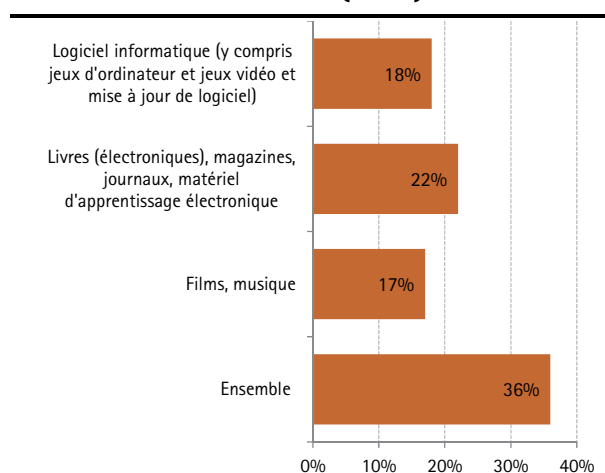
Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

6.4 Quels sont les produits téléchargés?

Sur l'ensemble des achats effectués en ligne, un certain nombre peut être obtenu via le téléchargement. C'est le cas par exemple des logiciels informatiques, des livres/magazines en tous genres et de la musique/des films. En 2014, 36% des résidents ont effectué un téléchargement payant. Plus précisément, 22% ont téléchargé un livre/ magazine/ fascicule, 18% un logiciel informatique et 17% un film ou de la musique (cf. Graphique 17).

Graphique 17: Types de biens et services ayant une utilisation privée téléchargés sur Internet au cours des 12 derniers mois (en %)



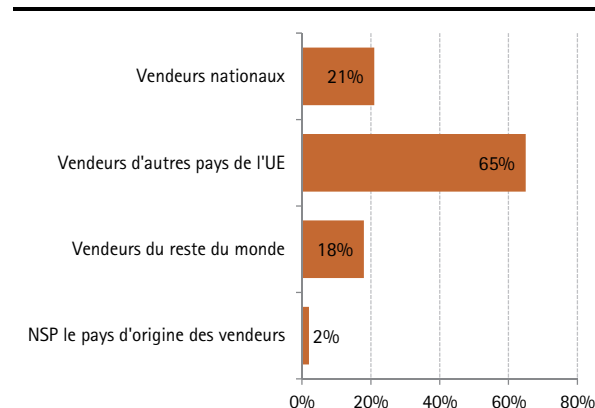
Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

6.5 Localisation géographique des vendeurs/commerçants?

En 2014, 21% des résidents ont effectué au moins un achat sur Internet auprès d'un commerçant/vendeur localisé dans le pays, 65% auprès d'un vendeur/commerçant situé dans un autre pays européen et 18% auprès d'un vendeur/commerçant situé en dehors de l'Europe (cf. Graphique 18).

Graphique 18: Localisation géographique des vendeurs/commerçants auprès desquels les résidents ont effectué des achats sur Internet (en %)



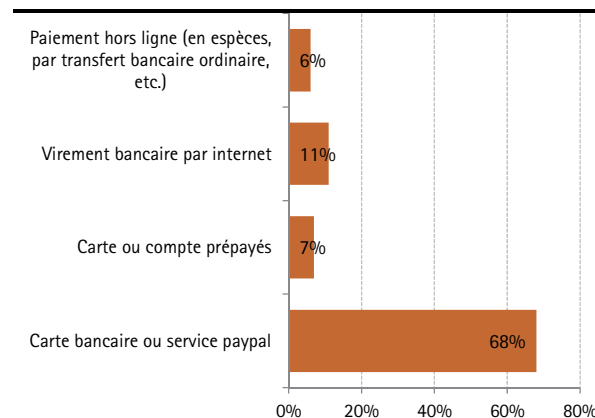
Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

6.6 Quelles sont les moyens de paiement utilisés?

En 2014, la carte bancaire et le service PayPal sont les moyens de paiement les plus utilisés sur Internet (68%). Les autres moyens de paiement, c'est-à-dire le virement bancaire (11%), les cartes ou comptes prépayés (7%) et les paiements hors-lignes (6%) sont plus occasionnels (cf. Graphique 19).

Graphique 19: Moyen de paiement utilisé pour payer ses achats sur Internet (en %)



Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

7. Les réseaux sociaux

« Au cours des 3 derniers mois, avez-vous utilisé Internet pour participer à des réseaux sociaux, en créant un profil d'utilisateur, en postant des messages ou d'autres contributions sur Facebook, Twitter, etc.? »

Cette question fait partie des questions posées dans l'enquête sur les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans les ménages en 2014. Elle est la première d'une série de questions portant sur l'utilisation des réseaux sociaux. Elle a été posée à un échantillon représentatif de la population résidente âgée de 16 à 74 ans. Les résultats présentés dans ce chapitre décrivent la situation observée au premier trimestre 2014 dans le pays.

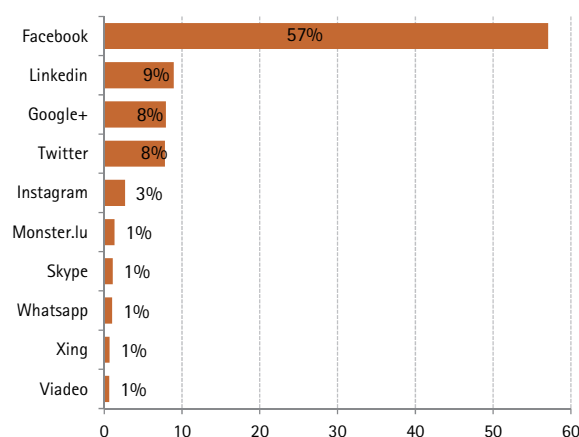
7.1 Présence sur les réseaux sociaux

Au cours du premier trimestre 2014, 60% de la population résidente âgée de 16 à 74 ans¹ a participé, au moins une fois sur une période de 3 mois, à des réseaux sociaux, soit en créant un profil d'utilisateur ou bien en postant un message ou une autre contribution. La plupart d'entre eux ont été actifs sur Facebook (57%). Seulement 8 à 9% ont utilisé Google+, Twitter et LinkedIn, 3% Instagram, et autour de 1% Monster.lu, Skype, Whatsapp, Xing et Viadeo (cf. Graphique 20). D'autres réseaux ont également été cités mais par moins de 1% des répondants.

Les raisons qui conduisent les gens à s'inscrire sur un réseau social sont multiples (cf. Graphique 21). La raison première est de maintenir des relations existantes ou de renouer des relations passées: 82% des personnes déclarent s'être inscrites sur un réseau social afin d'entretenir des liens avec leurs proches, 74% pour retrouver des amis perdus de vue et 37% sur invitation d'un ami. Ensuite, les gens utilisent les réseaux sociaux pour partager de l'information, tels que des photos ou des vidéos (57%) et pour exprimer des opinions personnelles sur des plateformes grand-publics (25%). Enfin, les réseaux sociaux servent également à développer un réseau de contacts, à rechercher de l'information ou

un emploi par exemple: 47% adhèrent à des groupes partageant un centre d'intérêt commun, 30% utilisent les réseaux sociaux pour participer à des événements festifs, 19% pour s'inscrire à des événements professionnels et 9% pour rechercher un emploi.

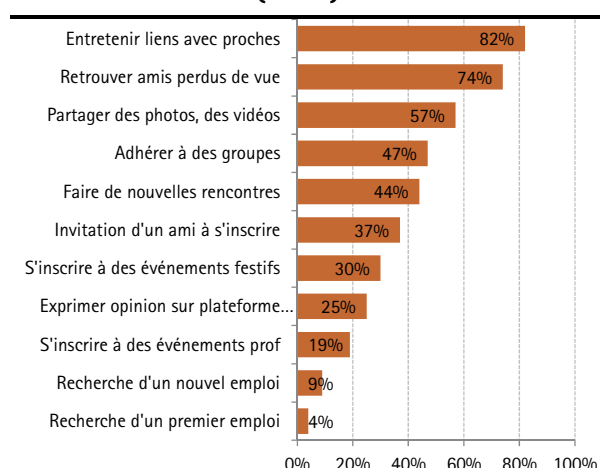
Graphique 20: Réseaux sociaux les plus consultés en 2014 (en %)



Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans ayant utilisé internet au cours des 3 mois précédant l'enquête

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

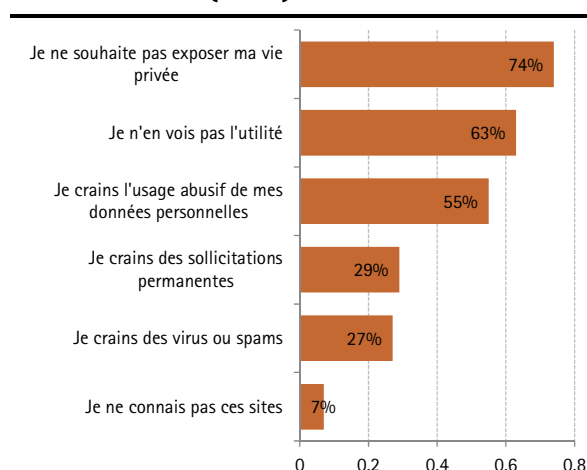
¹ Le champ d'analyse de ce chapitre se limite aux personnes ayant consulté internet au cours des 3 mois qui ont précédé l'enquête, ce qui représente 95% de la population résidente âgée de 16 à 74 ans.

Graphique 21: Motifs expliquant la présence sur des réseaux sociaux (en %)

Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans ayant été présente sur au moins un réseau social au cours des 3 mois précédant l'enquête

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

A l'inverse, les personnes actives sur Internet mais absentes des réseaux sociaux expliquent cette situation en reportant qu'elles n'en ont pas besoin (63%), mais plus encore qu'elles ne souhaitent pas exposer leur vie personnelle sur les réseaux sociaux (74%, cf. Graphique 22). De plus, 55% des personnes craignent qu'un usage abusif soit fait de leurs données personnelles. Enfin, 27% des absents des réseaux sociaux craignent les virus et spams.

Graphique 22: Motifs expliquant l'absence sur les réseaux sociaux (en %)

Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans active sur internet mais absente des réseaux sociaux et ce, au cours des 3 mois précédant l'enquête

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

7.2 Rythme hebdomadaire et nombre d'heures passées sur Facebook, Google+, Twitter et LinkedIn

Facebook est le réseau social le plus utilisé au Luxembourg: 57% des 16-74 ans disposent d'un profil qu'ils ont consulté au moins une fois au cours des 3 mois précédant l'enquête. Parmi eux, 65% consultent quotidiennement leur profil et 10% le consultent 4 à 5 fois par semaine en moyenne. Les 25% restants ont une activité plus occasionnelle (cf. Tableau 24).

Parmi les 75% ayant une activité quotidienne ou quasi-quotidienne, 66% y passent en moyenne moins d'une heure par jour et 27% y passent 1 à 2h par jour. Les 6% restants y passent plus de 2 heures par jour (cf. Tableau 25).

Google+ est un réseau social auquel 8% des résidents déclarent participer. Parmi eux, seulement 26% ont une activité quotidienne ou quasi-quotidienne, ce qui est nettement inférieur aux 75% observés pour Facebook. Par contre, ceux-ci y passent plus de temps: 50% y passent plus d'une heure par jour contre 32% pour Facebook.

La fréquence et le temps passé sur Twitter sont inférieurs à ceux passés sur Facebook et Google+: seulement 37% des utilisateurs ont une activité quotidienne ou quasi-quotidienne et 16% y passent plus d'une heure par jour.

Quant à LinkedIn, réseau social professionnel, il est utilisé de manière plus sporadique: seulement 28% des utilisateurs consultent le réseau quotidiennement ou quasi-quotidiennement. Ils y passent, pour la plupart (92%), moins d'une heure par jour.

Tableau 24: Fréquence d'utilisation des principaux réseaux sociaux (en %)

	Avec quelle fréquence consultez-vous :			
	Facebook	Google+	Twitter	LinkedIn
Tous les jours ou presque	65%	24%	30%	20%
4-5 fois par semaine	10%	2%	7%	8%
2-3 fois par semaine	13%	19%	16%	17%
1 fois par semaine	7%	16%	9%	27%
Plusieurs fois par mois	3%	17%	14%	18%
Moins souvent	2%	23%	24%	10%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans active sur les réseaux sociaux en question

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Tableau 25: Temps passé sur les réseaux sociaux par les utilisateurs réguliers (en %)

	Combien de temps par jour passez-vous sur : (pour les personnes présentes sur les RS au moins 4 à 5 fois par semaine)			
	Facebook	Google+	Twitter	LinkedIn
Moins d'une heure par jour	67%	47%	84%	91%
Entre 1 et 2 heures par jour	27%	36%	16%	5%
Entre 3 et 5 heures par jour	5%	11%	0%	3%
Plus de 5 heures par jour	1%	3%	0%	0%
Ne sais pas	1%	3%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

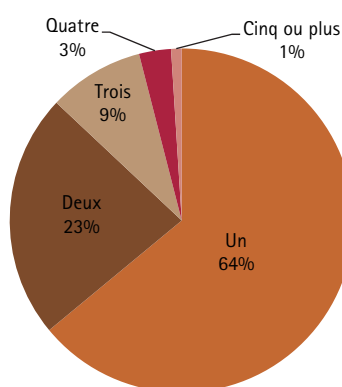
Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans consultant au moins 4 à 5 fois par semaine les réseaux sociaux en question

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

7.3 Nombre de réseaux sociaux consultés

Les amateurs de réseaux sociaux en consultent, en moyenne, 1,54. Plus précisément:

- 64% en consultent un seul,
- 23% en consultent 2,
- 9% en consultent 3,
- et 4% en consultent 4 ou plus (cf. Graphique 23).

Graphique 23: Nombre de réseaux sociaux consultés par les amateurs de réseaux sociaux

Champ: Population résidente âgée de 16 à 74 ans ayant été présente sur au moins un réseau social au cours des 3 mois précédant l'enquête
Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

7.4 Profil des personnes présentes sur les réseaux sociaux

Dans ce chapitre, on s'intéresse à trois groupes de personnes qu'on compare:

- les absents des réseaux sociaux,
- les personnes présentes sur un seul réseau social,
- les personnes présentes sur au moins deux réseaux sociaux,

selon quelques critères sociodémographiques:

- l'âge,
- le genre,
- le niveau d'éducation,
- et le statut d'occupation.

Pour cela, on utilise des modèles multivariés de types logistiques. Les statistiques descriptives sont présentées en annexe 6.

Le modèle 1 (cf. Tableau 16) s'intéresse aux déterminants de la présence sur les réseaux sociaux. Dans ce modèle, on compare les personnes présentes sur les réseaux sociaux aux personnes absentes. Les résultats montrent que la présence sur les réseaux sociaux est surtout une question de génération. Les jeunes sont très présents et les "chances" d'être présents diminuent à mesure que l'âge augmente. Par rapport à une personne âgée de 65 à 74 ans ayant un niveau d'éducation entre le secondaire supérieur et le post-secondaire non tertiaire (modèle 1), une personne plus jeune (disposant du même niveau d'éducation) aura:

1.5 fois plus de chance d'être présente sur les réseaux sociaux si elle a entre 55 et 64 ans,

2 fois plus de chance d'être présente sur les réseaux sociaux si elle a entre 45 et 54 ans,

6 fois plus de chance d'être présente sur les réseaux sociaux si elle a entre 35 et 44 ans,

11 fois plus de chance d'être présente sur les réseaux sociaux si elle a entre 25 et 34 ans,

et enfin 33 fois plus de chance d'être présente sur les réseaux sociaux si elle a entre 16 et 24 ans.

Tableau 26: Les déterminants de la présence sur les réseaux sociaux

		Etre actif sur les réseaux sociaux		Etre présent sur au moins 2 RS plutôt qu'un	
		Odds Ratio Estimates		Odds Ratio Estimates	
		Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4
Âge	16-24 ans	33.0	3.8	1.8	1.5
	25-34 ans	11.3	1.9	0.8	0.8
	35-44 ans	5.7	Référence	1.0	Référence
	45-54 ans	2.4	0.4	0.8	0.8
	55-64 ans	1.5	0.3	0.6	0.5
	65-74 ans	Référence	0.2	Référence	0.6
Genre	Homme	1.1	1.1	1.3	1.4
	Femme	Référence	Référence	Référence	Référence
Niveau d'éducation	Faible	0.9	0.7	0.6	0.5
	Moyen	Référence	0.8	Référence	0.8
	Elevé	1.3	Référence	1.2	Référence
Statut d'occupation	Indépendant		1.1		0.9
	Employé		1.0		0.6
	Fonctionnaire		0.9		0.4
	sans activité/ chômage/ retraité/ invalide		Référence		Référence
	En étude		1.7		0.8
	Max-rescaled R. Square	0.26	0.27	0.04	0.06

Méthode : modèles logistiques

Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Dans le modèle 2, les catégories de référence ont été modifiées. Par rapport à une personne âgée de 35 à 44 ans,

- les 16-24 ans ont 6 fois plus de chance d'être présents,
- les 25-34 ans, 2 fois plus de chance,
- tandis que les 45-74 ans ont entre 0.2 et 0.4 fois moins de chance.

Le niveau d'éducation a également un effet sur la présence sur les réseaux sociaux, mais dans certains cas seulement et de manière nettement moins importante que l'âge: les personnes les plus éduquées sont plus souvent présentes (+1.3) sur les réseaux sociaux que les personnes moins éduquées. Par contre, on n'observe pas de différence entre les personnes ayant un niveau d'éducation faible et moyen.

Quant au genre, hommes et femmes sont autant présents sur les réseaux sociaux.

Il en est de même du statut d'occupation: celui-ci ne semble pas jouer sur la présence sur les réseaux sociaux: par exemple, les personnes sans emploi ne présentent pas de comportement différent de celui des employés, des fonctionnaires ou des indépendants.

Dans les modèles 3 et 4, on s'intéresse aux différences entre les personnes présentes sur un réseau social et celles présentes sur plusieurs. L'âge perd ici son effet et la qualité du modèle est très mauvaise

ce qui signifie que le passage d'« amateur » à « passionné » des réseaux sociaux dépend d'autres facteurs que ceux testés dans le modèle. Ces facteurs sont probablement en rapport avec les centres d'intérêts des gens. On retiendra quand même que les hommes sont plus souvent présents sur plusieurs réseaux que les femmes (+1.4) et les employés et les fonctionnaires moins souvent que les inactifs (0.6 et 0.4).

8. Services de stockage en ligne (cloud services)

Le cloud (« nuage ») est un service en ligne relativement récent qui se répand de plus en plus. Il s'agit d'un espace de stockage permettant de sauvegarder et de partager en ligne des documents électroniques sous différents types de format (textes, photos, musique, vidéos, documents numérisés). Ces «nuages» sécurisés sont accessibles depuis tout ordinateur connecté à Internet. Ces services de stockage peuvent être gratuits ou payants. Parmi les plus populaires, on retrouve entre autres Dropbox, iCloud, Amazon Cloud Drive, Google Drive, Windows Skydrive-Onedrive et Rapidshare.

En 2014, 37% des résidents, ayant utilisé Internet au cours du 1^{er} trimestre 2014, âgés entre 16 et 74 ans, ont utilisé un espace de stockage en ligne pour stocker des fichiers à des fins privées. Ce taux place le Luxembourg en 3^e position, à égalité avec la Suède, derrière le Danemark (44%) et le Royaume-Uni (42%). Cette activité trouve sans surprise le plus grand écho auprès des 16 à 24 ans dont la moitié utilise le cloud. Parmi les 25 à 54 ans, ce sont près de 4 personnes sur 10 et parmi les 55 à 74 ans près d'un quart des internautes qui stockent des fichiers en ligne.

Les espaces de stockage partagés sur Internet sont un peu plus utilisés par les hommes (40%) que par les femmes (35%) et l'utilisation augmente avec le niveau d'enseignement achevé.

Les chiffres du tableau 27, qui analyse des moyens utilisés pour le partage électronique de documents, images ou autres fichiers, se rapportent à tous les particuliers et non seulement aux internautes puisque les moyens de stockage plus traditionnels (clé USB, DVD...) ne nécessitent pas l'usage d'Internet. Il en ressort que, indépendamment de l'âge, du genre et du niveau d'enseignement achevé des utilisateurs, l'email, reste le moyen de partage de prédilection (75% des interviewés), suivi par les moyens de partage hors ligne comme les clés USB,

DVD, Bluetooth (58% des interviewés). Les sites web personnels dépassent à l'heure actuelle encore les espaces de stockage partagés sur Internet sauf chez les détenteurs d'un diplôme universitaire qui utilisent quasiment autant les espaces partagés que les sites web.

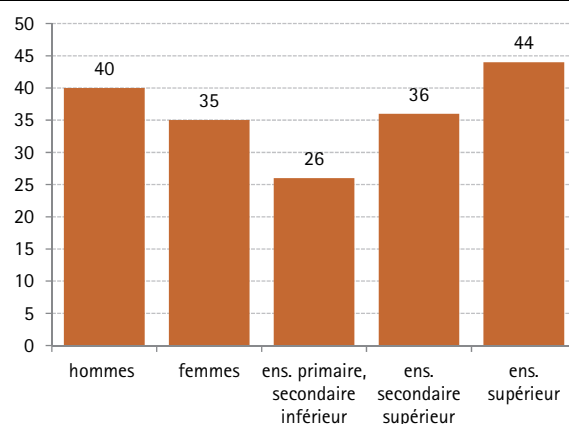
Tableau 27: Utilisation des services du cloud selon l'âge dans les pays membres

	Ensemble	16 à 24 ans	25 à 54 ans	55 à 74 ans
	Unité: en %			
UE 28	27	36	28	18
Danemark	44	63	49	24
Royaume-Uni	42	50	45	28
Luxembourg	37	50	39	26
Suède	37	48	44	18
Pays-Bas	36	51	39	24
Irlande	35	41	37	18
Belgique	33	48	34	20
Espagne	31	45	31	16
Malte	30	50	28	13
Estonie	29	46	31	10
Autriche	27	46	24	18
Italie	27	32	27	19
Finlande	26	40	32	9
France	25	30	25	20
Slovénie	25	50	22	14
Allemagne	24	33	26	15
Portugal	24	40	23	11
Croatie	22	29	23	6
République Tchèque	21	34	22	7
Slovaquie	20	31	19	9
Bulgarie	20	32	19	7
Lettonie	19	31	19	8
Chypre	19	20	20	9
Grèce	18	21	19	11
Hongrie	16	21	17	9
Roumanie	15	24	13	7
Pologne	12	20	12	4
Lituanie	11	19	10	3

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours du 1er trimestre 2014

Source: EUROSTAT, STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Graphique 24: Utilisation des services du cloud selon le genre et le niveau d'enseignement



Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours du 1er trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Tableau 28: Moyens utilisés pour le partage électronique de documents, images ou autres fichiers selon le genre, le niveau d'enseignement et les classes d'âges

	Emails avec des fichiers attachés	Site web personnel (p.ex. Blogs) ou réseaux sociaux	Espace de stockage partagé sur Internet	Autres moyens sans utilisation d'internet p.ex. clé USB, DVD, Bluetooth
	Unité: en %			
Ensemble	75	35	26	58
femmes	74	35	22	54
hommes	76	34	30	62
16 à 24 ans	76	65	37	71
25 à 54 ans	80	35	29	62
55 à 74 ans	63	16	13	42
Ens. primaire, secondaire inférieur	54	38	16	41
Ens. secondaire supérieur	73	34	23	57
Ens. supérieur	88	33	34	68

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Les personnes n'ayant pas dépassé l'enseignement secondaire inférieur s'avèrent, tout comme les 55 à 74 ans, être les plus réticents à l'égard des nuages électroniques. Les femmes utilisent autant les emails et les sites web personnels que les hommes pour partager leurs fichiers mais nettement moins les clouds et moyens « off-line » (clés USB, DVD...).

Indépendamment du genre, de l'âge ou du niveau d'éducation, ce sont les photos qui sont le plus souvent partagées en ligne moyennant un espace de stockage électronique. Les jeunes partagent plus de musique et de vidéos que les autres classes d'âges mais moins de livres ou magazines électroniques. Il en est de même pour les personnes à faible niveau d'éducation.

Tableau 29: Eléments partagés en ligne sur un espace de stockage électronique selon le genre, le niveau d'enseignement et les classes d'âges

	Textes, feuilles de calcul et présentations électroniques	Photos	Livres électronique s ou magazines	Musique	Vidéos
			en ligne		
Unité: en %					
Ensemble	57	76	21	37	25
femmes	50	76	20	37	21
hommes	63	77	21	37	28
16 à 24 ans	67	74	10	50	34
25 à 54 ans	57	77	24	37	25
55 à 74 ans	47	77	23	23	11
Ens. primaire, secondaire inférieur	62	80	15	49	35
Ens. secondaire supérieur	49	79	21	42	29
Ens. supérieur	62	74	22	31	19

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé un espace de stockage partagé

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

La principale raison pour utiliser le cloud est la possibilité d'y accéder depuis plusieurs appareils et endroits (72% des utilisateurs) suivie par la facilité de partage avec d'autres internautes (64%). La protection contre la perte des données est évoquée par la moitié des internautes et l'extension de la mémoire par 41%. Ces raisons ne varient pas beaucoup selon les caractéristiques socio-économiques sauf pour la possibilité d'accéder à de vastes collections de musique ou de films qui est un avantage cité par 41% des 16 à 24 ans et qui importe beaucoup moins aux autres classes d'âges.

Tableau 30: Raisons pour avoir utilisé un espace de stockage électronique selon le genre, le niveau d'enseignement et les classes d'âges

	Utilisation depuis plusieurs appareils et endroits	Plus grand espace mémoire	Protection contre la perte de données	Accès à de vastes collections de musique, films...	Partage facile avec d'autres personnes
	Unité: en %				
Ensemble	72	41	51	22	64
Femmes	66	50	52	20	66
Hommes	78	34	51	23	63
16 à 24 ans	81	42	50	41	77
25 à 54 ans	72	39	53	18	64
55 à 74 ans	60	48	48	13	49
Ens. primaire, secondaire inférieur	78	43	45	37	72
Ens. secondaire supérieur	72	42	59	31	61
Ens. supérieur	71	39	47	11	65

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé un espace de stockage partagé

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

La moitié des internautes ayant utilisé un espace de stockage partagé sur Internet déclare avoir rencontré un problème lors de l'utilisation. Il s'agit avant tout de problèmes de vitesse (30% des usagers), d'incompatibilité entre différents appareils ou formats de fichiers (22% des usagers) et de problèmes techniques du serveur (21% des usagers). Pour 16% des usagers, les conditions du prestataire étaient ambiguës ou difficiles à comprendre. Seuls 2 - 3% des usagers ont rencontré des problèmes de sécurité ou d'utilisations non autorisées de données personnelles.

Notons que 5% des internautes, ayant utilisé Internet au cours du 1^{er} trimestre 2014, ont payé pour un espace de stockage partagé sur Internet ou des services de partage de fichiers.

Outre les questions liées à l'utilisation d'espaces de stockage partagés sur Internet, les internautes ayant surfé au cours du 1^{er} trimestre 2014 ont été interrogés sur l'utilisation de logiciels ou de services en ligne pour diverses activités. Il en ressort que 22% d'entre eux (16% des femmes et 28% des hommes) ont eu recours à des logiciels en ligne tels que Google Docs, Office 365 ou iLife pour modifier des documents de texte, feuilles de calcul ou présentations. L'utilisation de ces logiciels diminue fortement avec l'âge passant de 32% chez les 16 à 24 ans à 14% chez les 55 à 74 ans. Il en est de même pour l'utilisation de logiciels comme Picasa, WeVideo, JW Player permettant de modifier des images ou vidéos: ils sont utilisés par 23% de l'ensemble des internautes, 40% des jeunes et 19% des moins jeunes et quasiment autant par les

femmes (22%) que par les hommes (24%). Les services en ligne pour lire des fichiers de musique ou de vidéos à partir d'espaces de stockage partagés sur Internet tels Spotify, iTunes, Amazon Cloud Player, Google Play Music sont utilisés par 51% des internautes. Leur utilisation est fortement liée à l'âge (74% des 16 à 24 ans contre 31% des 55 à 74 ans) mais également au revenu du ménage de l'internaute: 42% de ceux issus de ménages appartenant aux 2 quartiles inférieurs de revenus contre 55% et 54% pour ceux issus de ménages du 3^e et 4^e quartile l'utilisent.

Tableau 31: Utilisation de services ou logiciels en ligne pour diverses activités

	Utilisation de logiciels en ligne pour modifier des documents de texte, feuilles de calcul ou présentations, p.ex. Google Docs, Office 365, iLife (iCloud)	Utilisation de logiciels en ligne pour modifier des images ou des vidéos, p.ex. Picasa, WeVideo, JW Player	Utilisation de services en ligne pour lire des fichiers de musique / vidéo qui ont été sauvegardés / téléchargés sur un espace de stockage partagé sur Internet, p.ex. Spotify, iTunes in the Cloud, Amazon Cloud Player, Google Play Music
Ensemble	22	23	51
Femmes	16	22	49
Hommes	28	24	53
16 à 24 ans	32	40	74
25 à 54 ans	22	21	52
55 à 74 ans	14	19	31
ens. primaire, secondaire inférieur	19	25	53
ens. secondaire supérieur	22	22	51
ens. supérieur	23	24	50
1er quartile de revenus	21	18	42
2e quartile de revenus	19	22	42
3e quartile de revenus	21	23	55
4e quartile de revenus	25	23	54
En emploi	22	22	52
Au chômage*	35	24	52
Etudiants	32	38	73
Inactifs	11	16	31

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours du 1er trimestre 2014

* Effectif faible

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Parmi les internautes, n'ayant pas utilisé de services de stockage en ligne, 71% sont tout de même au courant de l'existence de tels services. Les raisons des internautes pour ne pas utiliser ces services se répartissent comme suit:

- 43% ont des doutes quant à la sécurité et à la protection de leurs données personnelles;
- 39% sauvegardent les fichiers sur des appareils propres, comptes email ou alors ne sauvegardent que rarement ou jamais de fichiers;
- 33% partagent des fichiers à l'aide d'autres moyens (email, réseaux sociaux, clé USB) ou n'en partagent pas du tout;
- 28% expriment des doutes quant à la fiabilité des prestataires et
- 18% déclarent ne pas savoir utiliser ce type d'espaces de stockage.

9. Méthodologie

L'enquête Technologie de l'Information et de la Communication (TIC)¹

Organisation et méthode d'enquête

L'enquête communautaire sur l'utilisation des TIC par les ménages et les particuliers vise à recueillir des données sur l'équipement et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC). Elle s'intéresse plus particulièrement à l'équipement des ménages, l'accès à Internet, l'utilisation des services en ligne de l'administration luxembourgeoise, les connaissances informatiques des particuliers et le commerce électronique. Récemment, des sujets comme le Cloud et les réseaux sociaux sont également entrés dans le champ de cette enquête.

L'enquête communautaire sur l'utilisation des TIC par les ménages et les particuliers a été réalisée en 2014 par TNS ILRES pour le compte et sous la responsabilité méthodologique du STATEC. Elle a été conduite auprès de 1500 résidents âgés de 16 à 74 ans.

Les interviews sont réalisés par téléphone (CATI; Computer Assisted Telephone Interviews) à l'aide de numéros générés au hasard par ordinateur. Les téléphones mobiles ne sont pas pris en compte.

¹ <http://www.statistiques.public.lu/fr/enquetes/espace-menages/enquete-TIC/index.html>

Base juridique

Le règlement cadre (CE) No 808/2004 du Parlement européen et du Conseil du 21 avril 2004 concernant les statistiques communautaires sur la société de l'information ainsi que le règlement d'application (CE) n° 859/2013 du 5 septembre 2013 forment la base juridique de l'enquête en 2014.

Contenu de l'enquête

Le questionnaire européen, établi dans les réunions des task forces et groupe de travail « Information Society Statistics (ISS) » auprès de l'Office statistique des Communautés européennes Eurostat, se compose de différents modules traitant des questions en relation avec l'informatique ainsi que d'un module regroupant les caractéristiques sociodémographiques servant à l'analyse des données.

La première partie du questionnaire traite l'accès des ménages aux TIC, les autres questions s'adressent aux particuliers et fournissent les informations sur:

- L'utilisation de l'ordinateur: fréquence de l'utilisation, la participation à des cours de formation en rapport avec l'informatique;
- L'utilisation d'Internet: fréquence et lieu de l'utilisation, moyen d'accès, activités réalisées en ligne pour le besoin privé, l'administration en ligne;

Chaque année, Eurostat met l'accent sur un thème spécifique. En 2011, le thème privilégié était les compétences en TIC et en 2012 c'était l'utilisation mobile d'Internet et la connectivité permanente. En 2013, le recours à l'administration en ligne avait été ajouté et en 2014 le module spécial portait sur l'utilisation des services de stockage en ligne (cloud).

En dehors du questionnaire européen, le Statec a ajouté des questions concernant les réseaux sociaux.

Les caractéristiques sociodémographiques sont l'âge, le genre, l'activité professionnelle, l'occupation, le niveau d'éducation, la nationalité et les classes de revenus nets.

Niveau d'éducation

Le niveau d'éducation est déterminé comme le plus haut niveau atteint selon la classification internationale type de l'éducation (CITE 97) à savoir: niveau inférieur (CITE 0, 1 ou 2), moyen (CITE 3 ou 4) et supérieur (CITE 5 ou 6).

Unité statistique et échantillonnage

Cette enquête est un sondage, l'investigation ne portant que sur un échantillon de ménages et de particuliers de la population visée. Les résultats sont donc affectés d'une erreur d'échantillonnage. En n'observant qu'un échantillon, et non l'ensemble de la population, une certaine imprécision des résultats, appelée erreur d'échantillonnage devient inévitable. Pour cette enquête ont été interrogés 1 500 ménages se composant d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans et 1 500 particuliers âgés de 16 à 74 ans. TNS ILRES utilise la méthode des quotas (genre, région, nationalité et activité professionnelle) pour la construction de l'échantillon des particuliers. Une stratification existe pour les catégories d'âges (16-18 ans, 19-24 ans, 25-34 ans, 35-49 ans, 50-64 ans et 65-74 ans), le genre, la région (ville, centre, sud, l'est et le nord y compris l'ouest), la nationalité (luxembourgeois, portugais, autres) et l'activité professionnelle (actif ou non). En ce qui concerne les ménages, la stratification existe pour les ménages avec ou sans enfants, au niveau de la région de résidence, du degré d'urbanisation et du niveau du revenu du ménage.

L'échantillon est tiré en 2 phases. L'enquêteur contacte des personnes dont le numéro de téléphone est généré aléatoirement par ordinateur. Si cette personne correspond aux caractéristiques sociodémographiques en question, elle est d'abord interrogée sur les questions concernant le ménage auquel elle appartient et ensuite l'enquêteur lui adresse les questions en relation avec l'informatique se rapportant à sa personne. Si une personne refuse de participer, l'enquêteur cherche une autre personne présentant des caractéristiques similaires de manière à remplir son quota.

Un poids est appliqué à chaque ménage en fonction de la composition du ménage et à chaque particulier en fonction des variables de quota. Les résultats présentés dans ce bulletin sont donc pondérés sur la population totale au Luxembourg de 16 à 74 ans respectivement les ménages d'au moins une personne âgée de 16 à 74 ans.

Période de référence

La période de référence correspond en général au 1^{er} trimestre de l'année, respectivement l'année précédant l'enquête pour les questions sur l'utilisation du commerce électronique.

L'enquête Budget des Ménages (EBM)¹

L'enquête sur le budget des ménages (EBM) est une enquête réalisée de façon continue, portant essentiellement sur les dépenses de consommation des ménages. Réalisée dans tous les États membres de l'UE, cette enquête vise principalement à calculer les facteurs de pondération de l'indice des prix à la consommation. Mais elle permet également de suivre l'évolution de la structure de consommation des ménages. Dans la présente publication, les données de l'enquête sont utilisées pour évaluer les dépenses des ménages en biens et services de communication et en équipements audiovisuels, photographiques et informatiques.

¹ <http://www.statistiques.public.lu/fr/enquetes/espace-menages/budget-menages/index.html>

Annexes

Annexe 1: Fréquence d'utilisation d'Internet (en %)

	Quasiment tous les jours	Au moins une fois par semaine
Ensemble	92	7
Femmes	89	9
Hommes	95	5
16 à 24 ans	96	3
25 à 54 ans	93	6
55 à 74 ans	88	9
Travailleur non-manuel	94	5
Travailleur manuel	84	14
ens. primaire, secondaire inférieur	83	12
ens. secondaire supérieur	90	8
ens. supérieur	97	3
1er quartile de revenus	85	11
2e quartile de revenus	87	11
3e quartile de revenus	91	7
4e quartile de revenus	98	2
En emploi	93	6
Au chômage	89	6
Etudiant	96	2
Inactifs	86	11

Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé internet au cours du 1er trimestre 2014

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Annexe 2: Activités des internautes sur Internet en 2014 ventilées par genre, classes d'âges, statut professionnel et niveau d'enseignement achevé

	Envoyer et recevoir des emails	Téléphoner sur Internet / passer des appels vidéo	Participer à des réseaux sociaux*	Lire des sites d'actualité - journaux - magazines d'information en ligne	Trouver des informations sur des biens ou services	Ecouter la radio sur Internet*	Regarder, écouter, télécharger films/musique/jeux/images et jouer	Jouer des jeux en réseau avec d'autres personnes	Créer et télécharger du contenu (texte, photos, musique, vidéos, software etc.) sur un site Internet en vue d'un partage	Créer des sites web ou des blogs	Prendre un rendez-vous avec un médecin via un site d'un hôpital/centre de santé	Utiliser des services liés au voyage ou à l'hébergement	Vendre des biens ou services, p. ex. via des sites d'enchères (p. ex. eBay)	Utiliser les services bancaires sur Internet
	Unité: en %													
Ensemble	94	42	64	85	87	37	59	11	28	7	9	71	15	70
Hommes	94	42	64	88	88	42	63	14	29	9	7	70	19	72
Femmes	93	42	64	83	85	32	54	8	28	5	10	71	11	68
16 à 24 ans	87	44	92	80	69	33	89	26	48	11	4	45	12	37
25 à 54 ans	95	43	67	89	90	41	58	10	27	7	9	75	17	78
55 à 74 ans	95	37	37	81	89	28	40	4	18	7	11	75	10	70
Primaire, secondaire inférieur	84	33	73	74	77	32	64	18	30	7	6	46	10	42
Secondaire supérieur	92	36	61	83	84	34	55	11	28	7	8	68	16	69
Supérieur	99	51	63	92	93	41	59	7	28	8	10	83	16	84
Travailleurs non manuels	96	45	63	89	92	40	58	7	26	7	9	80	17	80
Travailleurs manuels	89	33	66	75	84	44	48	13	26	5	10	58	15	69
En emploi	95	43	64	87	91	41	56	8	26	6	9	77	17	78
Au chômage	93	59	83	89	84	37	80	24	43	20	4	54	14	64
Etudiants	91	43	93	83	68	34	91	28	46	11	4	49	12	36
Inactifs	92	32	39	82	88	24	40	4	20	5	12	67	11	68

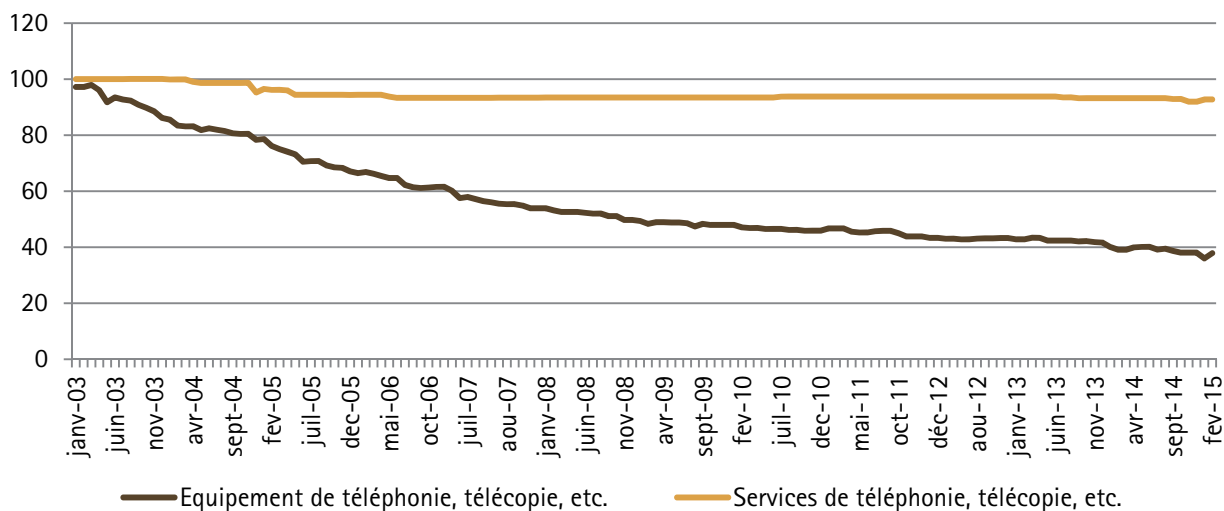
Champ: Particuliers âgés entre 16 et 74 ans ayant utilisé Internet au cours du 1er trimestre 2014

*créer un profil utilisateur, poster des messages ou autres contributions sur Facebook, Twitter, etc.

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

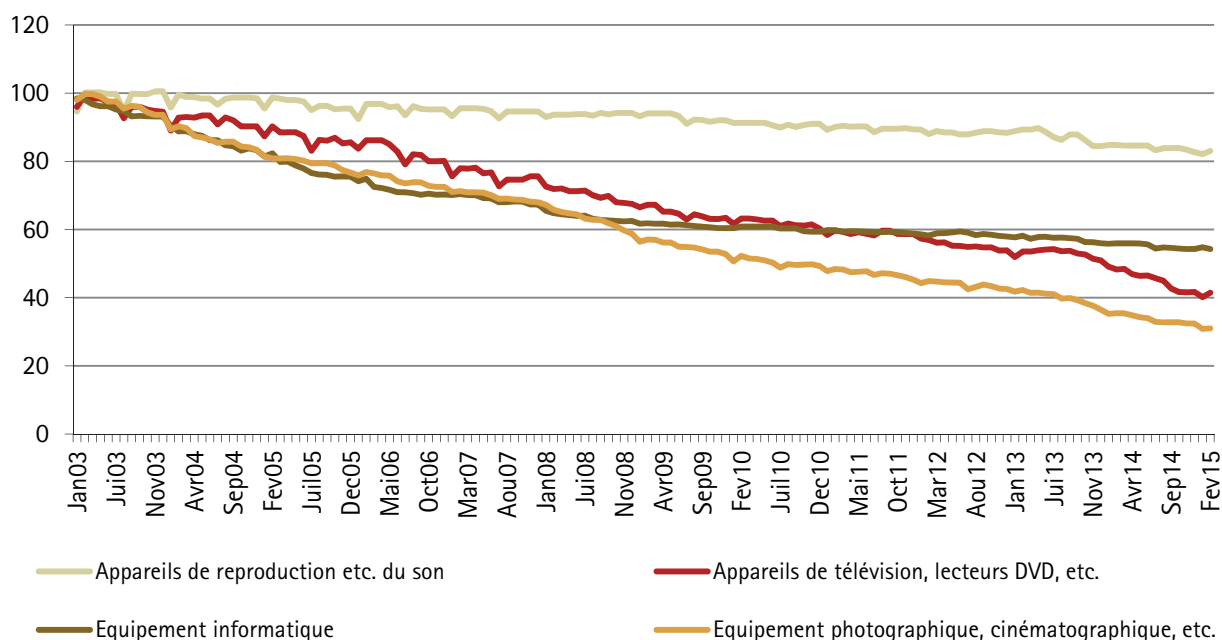
Annexe 3: Evolution des prix des TIC, 2003-2015

Evolution des prix pour l'équipement et les services de communication



Source : STATEC - IPC

Evolution des prix en équipements audiovisuels, photographiques et informatiques



Source : STATEC - IPC

Annexe 4: Montant des dépenses annuelles en TIC selon quelques caractéristiques sociodémographiques (en Euros)

	Âge de la personne de référence						
	19-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Total – Communications	1098	1339	1424	1518	1219	990	671
Matériel de téléphonie (fixe et mobile) et accessoires	146	148	167	187	121	102	51
Services de téléphonie	952	1191	1258	1330	1098	888	620
Total – Equipements audiovisuels, photographiques et informatiques	450	533	566	696	545	432	144
Equipement et accessoires audiovisuels, photographiques	102	208	236	275	247	209	106
Equipements informatiques	279	253	220	299	225	133	29
Supports d'enregistrement et supports préenregistrés pour l'image et le son (CD, DVD, clé USB, etc.)	69	67	101	114	53	81	4
Réparation des équipements audio., photo. et informatiques	1	6	9	8	20	9	5
Dépenses totales en TIC en 2011-12-13	1548	1872	1990	2214	1763	1421	815

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages, 2011-2013

	Genre de la personne de référence		Nombre d'enfants de 0 à 13 ans résidant dans le ménage			
	Homme	Femme	0	1	2	3 ou plus
Total – Communications	1359	1157	1186	1622	1539	1573
Matériel de téléphonie (fixe et mobile) et accessoires	154	129	123	211	206	211
Services de téléphonie	1205	1028	1063	1411	1333	1362
Total – Equipements audiovisuels, photographiques et informatiques	625	397	518	637	649	538
Equipement et accessoires audiovisuels, photographiques	268	158	219	268	276	199
Equipements informatiques	258	158	211	257	265	256
Supports d'enregistrement et supports préenregistrés pour l'image et le son (CD, DVD, clé USB, etc.)	88	75	77	106	104	79
Réparation des équipements audio., photo. et informatiques	11	6	11	6	5	4
Dépenses totales en TIC en 2011-12-13	1984	1554	1704	2259	2188	2111

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages, 2011-2013

	Nombre d'enfants de 14 ans et plus résidant dans le ménage				Niveau d'éducation de la personne de référence		
	0	1	2	3 ou plus	Faible	Moyen	Elevé
Total – Communications	1182	1802	1861	2015	1227	1348	1373
Matériel de téléphonie (fixe et mobile) et accessoires	127	244	226	250	157	147	124
Services de téléphonie	1055	1559	1635	1765	1070	1201	1249
Total – Equipements audiovisuels, photographiques et informatiques	502	707	787	1183	381	708	755
Equipement et accessoires audiovisuels, photographiques	221	257	270	427	170	279	311
Equipements informatiques	189	365	391	649	155	261	327
Supports d'enregistrement et supports préenregistrés pour l'image et le son (CD, DVD, clé USB, etc.)	83	74	100	102	50	152	105
Réparation des équipements audio., photo. et informatiques	8	10	27	5	6	16	13
Dépenses totales en TIC en 2011-12-13	1684	2509	2648	3198	1608	2057	2128

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages, 2011-2013

	Classes de revenu								
	0 - 1249 EUR	1250 - 1849 EUR	1850 - 2499 EUR	2500 -3099 EUR	3100 -3699 EUR	3700 - 4999 EUR	5000 - 6199 EUR	6200 EUR et plus	Revenu non renseigné
Total – Communications	583	805	976	1020	1094	1320	1500	1608	1388
Matériel de téléphonie (fixe et mobile) et accessoires	43	56	123	127	124	156	182	165	181
Services de téléphonie	540	749	853	893	971	1163	1317	1443	1208
Total – Equipements audiovisuels, photographiques et informatiques	180	175	212	338	320	524	626	909	734
Equipement et accessoires audiovisuels, photographiques	8	70	91	159	136	231	251	375	327
Equipements informatiques	98	63	78	121	131	209	256	382	326
Supports d'enregistrement et supports préenregistrés pour l'image et le son (CD, DVD, clé USB, etc.)	66	39	41	53	47	79	98	135	76
Réparation des équipements audio., photo. et informatiques	8	3	2	5	6	5	20	16	6
Dépenses totales en TIC en 2011-12-13	763	980	1188	1358	1414	1844	2126	2517	2123

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages, 2011-2013

	Taille du ménage					
	1 pers	2 pers	3 pers	4 pers	5 pers	6 et plus
Total – Communications	902	1253	1555	1609	1819	2033
Matériel de téléphonie (fixe et mobile) et accessoires	84	128	179	216	254	271
Services de téléphonie	819	1126	1376	1393	1565	1762
Total – Equipements audiovisuels, photographiques et informatiques	365	566	636	732	688	749
Equipement et accessoires audiovisuels, photographiques	148	274	249	305	214	322
Equipements informatiques	130	210	278	323	362	347
Supports d'enregistrement et supports préenregistrés pour l'image et le son (CD, DVD, clé USB, etc.)	80	70	100	91	102	76
Réparation des équipements audio., photo. et informatiques	7	12	8	13	11	4
Dépenses totales en TIC en 2011-12-13	1267	1820	2191	2340	2507	2781

Source : STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages, 2011-2013

Annexe 5: E-commerce selon quelques caractéristiques sociodémographiques

Âge	16-24 ans	71%
	25-34 ans	85%
	35-44 ans	80%
	45-54 ans	73%
	55-64 ans	68%
	65-74 ans	55%
Genre	homme	77%
	femme	71%
Situation professionnelle	en emploi	80%
	au chômage	72%
	étudiants	73%
	retraité ou pré-retraité	55%
	en invalidité	51%
	au foyer	54%
Niveau d'éducation	faible (au plus jusqu'à la fin du secondaire inférieur)	49%
	moyen (du secondaire supérieur au post-secondaire non tertiaire)	72%
	élevé (universitaire)	88%
Revenu du ménage	1er quintile	47%
	2e quintile	68%
	3e quintile	77%
	4e quintile	89%
	5e quintile	90%
	missing	70%

Champ : Population âgée de 16 à 74 ans ayant utilisé internet au cours des 3 mois précédant l'enquête

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014

Annexe 6: Présence sur les réseaux sociaux (RS) selon quelques caractéristiques sociodémographiques

	Âge						
	16-74 ans	16-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans
Inactif sur les RS	40%	9%	19%	32%	54%	65%	74%
Présent sur 1 RS	38%	49%	54%	42%	31%	26%	16%
Présent sur au moins 2 RS	22%	42%	27%	26%	15%	9%	10%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	Genre		Niveau d'éducation		
	Hommes	Femmes	faible	moyen	élevé
Inactif sur les RS	39%	40%	39%	42%	37%
Présent sur 1 RS	37%	40%	42%	36%	39%
Présent sur au moins 2 RS	24%	20%	19%	22%	24%
	100%	100%	100%	100%	100%

éducation "faible" : secondaire inférieur maximum

éducation "moyen" : de secondaire supérieur à post-secondaire non-tertiaire

éducation "élevé" : du tertiaire court au doctorat

	Indépendant	Employé	Fonctionnaire	Sans emploi/ chômeur/ retraité/ invalide	Etudiant
Inactif sur les RS	40%	38%	39%	61%	8%
Présent sur 1 RS	34%	41%	44%	24%	50%
Présent sur au moins 2 RS	26%	21%	17%	15%	42%
	100%	100%	100%	100%	100%

Champ : Population résidente âgée de 16 à 74 ans

Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2014