

BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine

Réalisé par Médiamétrie

Troisième édition – 2^e trimestre 2012

Un outil :

- **Initié par la chaire Économie numérique** de l'Université Paris-Dauphine, sous la direction scientifique du Professeur Dominique Roux
- **Réalisé avec Médiamétrie**
- **Chaque trimestre**
- Consacré à **l'économie numérique sous toutes ses formes** : Internet, télécommunications, information et médias, contenus et services numériques, e-commerce, m-commerce...
- Permettant de **suivre l'évolution des équipements, des consommations et des usages numériques** des Français
- Au travers de **trois volets** :
 - I. Les **Grands indicateurs numériques**
 - II. Les **Questions barométriques**
 - III. Les **Questions d'actualité**

I. Grands indicateurs numériques

1. Équipement des foyers
2. Usages Internet par individu
3. Usages mobile par individu

1. Équipement des foyers

1. Équipement des foyers

Foyers équipés micro-ordinateurs

Ensemble des foyers équipés d'au moins un ordinateur

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
20 646 000	75,2 %	+ 0,5 %

Au 2^e trimestre 2012, l'équipement en micro-ordinateur passe la barre des 75 %, tiré par une légère augmentation (+ 110 000 foyers équipés ce trimestre).

1. Équipement des foyers

Foyers accédant Internet

Ensemble des foyers possédant un accès à Internet à domicile, quel que soit le moyen de connexion (micro-ordinateur, téléphone mobile ou autre)

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
20 261 000	73,8 %	+ 0,2 %

Le nombre de foyers accédant à Internet à leur domicile continue de croître également, avec une légère hausse de 0,2 % au 2^e trimestre 2012.

1. Équipement des foyers

Foyers accédant Internet haut débit

Ensemble des foyers ayant accès à Internet via l'un des moyens suivants : accès ADSL, accès câble, accès fibre optique

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
18 909 000	68,9 %	+ 1,8 %

Les foyers connectés à Internet en haut débit sont de plus en plus nombreux : ils ont été 344 000 à choisir le haut débit entre le 1^{er} et le 2^e trimestre 2012, soit une hausse de près de 2 %.

1. Équipement des foyers

Foyers équipés TV connectée

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

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
3 130 000	11,4 %	+ 6,5 %

Le nombre de foyers équipés de TV connectée (Smart TV) continue sa très rapide progression : il a doublé entre le 3^e trimestre 2011 (1 582 000 foyers équipés) et aujourd'hui (soit une hausse de 96,5 %) !

Près de 200 000 foyers se sont équipés au cours du 2^e trimestre 2012.

2. Usages Internet par individu

2. Usages Internet par individu

Nombre d'internautes (dernier mois)

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

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
40 596 000	75 %	+ 0,8 %

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

Le nombre d'internautes continue de progresser, avec 336 000 internautes supplémentaires par rapport au 1^{er} trimestre 2012.

2. Usages Internet par individu

Achat en ligne (dernier mois)

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

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
17 350 000	32 %	- 8,9 %

L'achat en ligne connaît une légère baisse au 2^e trimestre 2012, la période de Noël puis celle des soldes ayant probablement favorisé les achats sur la toile lors du 4^e trimestre 2011 et du 1^{er} trimestre 2012.

2. Usages Internet par individu

Banque en ligne (dernier mois)

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

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
23 465 000	43,3 %	+ 10,7 %

Les pratiques de banque en ligne concernent plus de 40 % des internautes de 16 ans et plus et continuent de se développer, avec une progression de 4 points en un trimestre (soit une hausse de près de 11 % entre le 1^{er} et le 2^e trimestre 2012).

2. Usages Internet par individu

Inscrit au moins à un site communautaire

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

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
27 928 000	51,5 %	+ 6,7 %

L'inscription sur les sites communautaires a nettement progressé au cours du 2^e trimestre 2012, avec une hausse de 6,7 %. Désormais, plus de la moitié des internautes français sont inscrits sur au moins un site communautaire.

3. Usages mobile par individu

3. Usages mobile par individu

Nombre d'utilisateurs principaux téléphone mobile

Ensemble des individus affirmant être l'utilisateur principal (la personne du foyer l'utilisant le plus souvent) d'au moins un téléphone mobile du foyer

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
44 687 000	82,4 %	0,7 %

Depuis le 3^e trimestre 2011, le taux d'équipement en téléphone mobile des Français reste globalement stable, avec de faibles variations d'un trimestre à l'autre : + 0,7 % entre le 1^{er} et le 2^e trimestre 2012.

3. Usages mobile par individu

Nombre d'équipés Smartphone

Ensemble des individus affirmant être l'utilisateur principal d'un téléphone mobile disposant d'un système d'exploitation (OS)

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

* Chiffres disponibles au 1^{er} trimestre et au 3^e trimestre uniquement.

Au 1^{er} trimestre 2012, plus de 45 % des utilisateurs de téléphone mobile possédait un Smartphone.

3. Usages mobile par individu

Nombre de mobinautes (dernier mois)

Ensemble des individus déclarant avoir consulté au moins un service mobile ou ayant utilisé une des fonctions suivantes sur leur téléphone mobile au cours du dernier mois : email (consultation ou envoi), messagerie instantanée, télévision, téléchargement via un site...

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
21 398 000	47,9 %	+ 7,1 %

La pratique de l'internet sur mobile croît à un rythme de plus en plus soutenu : on constate une hausse de 7,1 % au 2^e trimestre 2012, contre 5 % au 1^{er} trimestre 2012 et 4 % au 3^e trimestre 2011. Elle concerne ce trimestre plus de 21,3 millions d'individus.

3. Usages mobile par individu

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

Ensemble des individus déclarant avoir envoyé ou consulté des emails sur leur mobile au cours des 30 derniers jours

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
17 212 000	38,5 %	+ 10,3 %

L'envoi et la consultation d'emails sur mobile se développent très rapidement : depuis le troisième trimestre 2011, cette pratique a connu une hausse de près de 25 %. Elle concerne aujourd'hui 38,5 % des personnes équipées d'un téléphone mobile.

Cette tendance correspond très probablement à un changement progressif des pratiques lié à l'usage du Smartphone. Grâce à la possibilité pour les utilisateurs de se connecter à Internet depuis leur mobile, les mails se substituent peu à peu aux SMS et MMS.

3. Usages mobile par individu

Achat sur mobile

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

Au 2 ^e trimestre 2012		Hausse depuis le 1 ^{er} trimestre 2012
4 819 000	10,9 %	12,8 %

Les pratiques d'achat sur mobile sont également en hausse : + 12,8 % en un trimestre.

II. Questions barométriques

1. Vous, personnellement, combien payez-vous votre forfait mobile (hors dépassement) ?
2. Quelles sont les principales raisons qui pousseraient votre foyer à changer de fournisseur d'accès à Internet ?
3. Savez-vous qu'il est possible d'acheter depuis votre mobile sur Internet des produits et des services ?

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

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

	T3 2012	↑ ↓ depuis T2 2012
Moins de 10 €	11,7 %	+ 21,6 %
De 11 à 20 €	27,2 %	+ 3 %
De 21 à 30 €	24 %	- 2,8 %
De 31 à 50 €	16,8 %	- 14,9 %
De 51 à 80 €	7 %	+ 38,2 %
Plus de 80 €	Non significatif	Non significatif
Je n'ai pas de forfait mobile	5,1 %	- 16,5 %
Je ne sais pas car il est compris dans un autre abonnement	3,1 %	- 9,8 %
Je ne sais pas, je n'en connais pas le montant	Non significatif	Non significatif
Je n'ai pas de mobile en ce moment	3,4 %	+ 27 %

Le montant affecté au forfait mobile continue de décroître. Cela s'illustre notamment par la part des internautes déclarant payer leur forfait mobile moins de 10 € qui est en hausse constante (+ 21,6 % ce trimestre) et constitue aujourd'hui près de 12 % des déclarations. Cette hausse tire essentiellement sa croissance des individus qui disposaient auparavant de forfaits mobile entre 11 et 50 € et, dans une moindre mesure, de ceux qui ne possédaient pas de forfait mobile. On note tout de même que la majorité des internautes (68 %) déclare toujours payer son forfait entre 11 et 50 €.

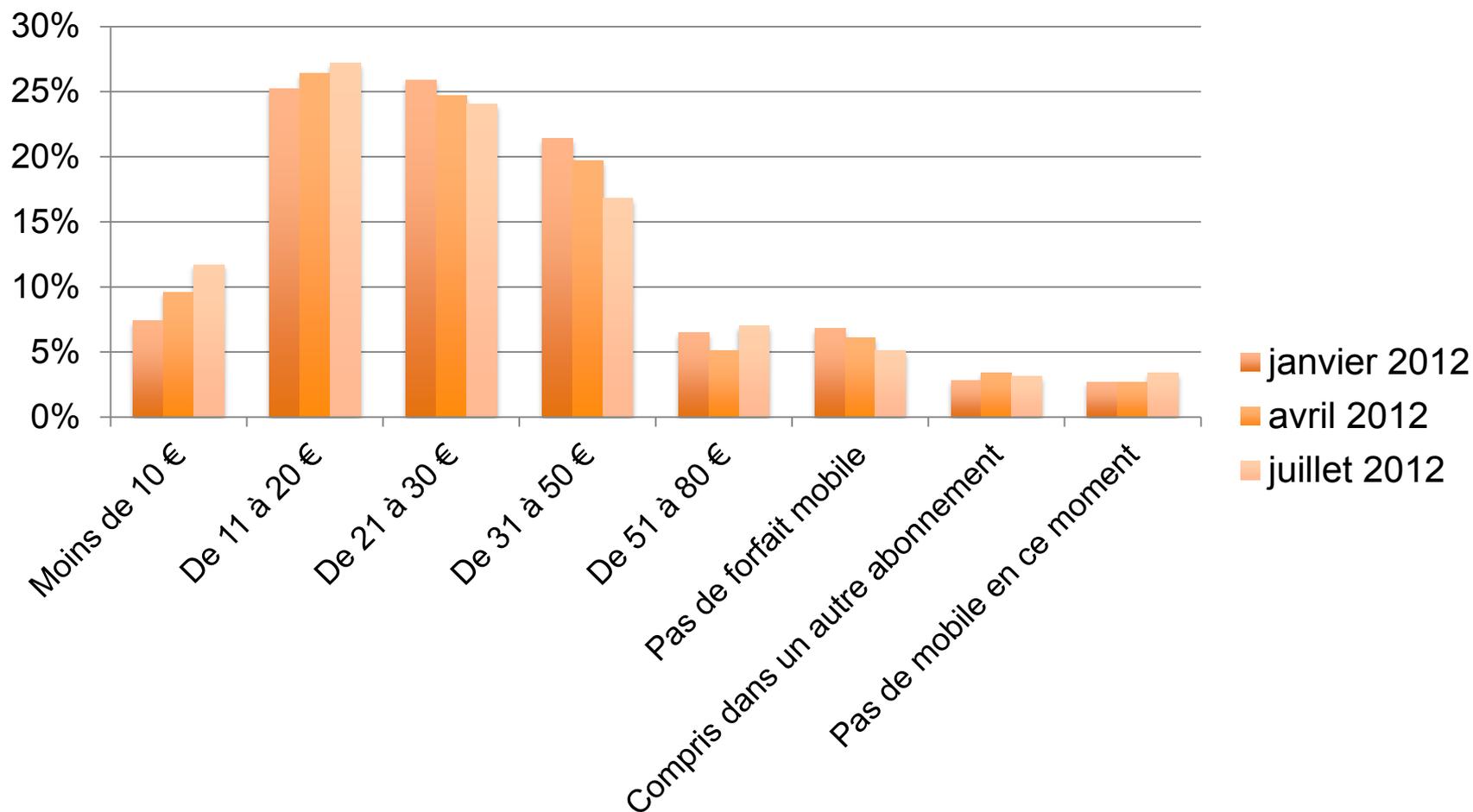
1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?

	Ensemble	ÂGE					
		15-34	↑ ↓	35-49	↑ ↓	50 et +	↑ ↓
Moins de 10 €	11,7 %	5,6 %	- 36,4 %	11,5 %	+ 15,2 %	18,7 %	+ 81,8 %
De 11 à 20 €	27,2 %	31,2 %	+ 34,2 %	23,9 %	- 18,9 %	25,8 %	- 5,3 %
De 21 à 30 €	24 %	32,3 %	+ 4 %	18,6 %	- 9,6 %	19,6 %	- 7,8 %
De 31 à 50 €	16,8 %	15,5 %	- 35,6 %	20,1 %	+ 5,2 %	15,3 %	- 1 %
De 51 à 80 €	7 %	7,4 %	+ 21,3	11,1 %	+132,6%	NS*	NS*
Pas de forfait mobile	5,1 %	NS*	- 76 %	5,1 %	- 24,7 %	7 %	- 28,2 %

* NS : Non significatif

Les forfaits entre 11 et 20 € sont toujours les plus prisés et continuent leur croissance. Ils ont notamment la faveur des 15-34 ans, qui ont tendance à payer leur forfait plus cher que les 35-49 ans et les 50 ans et plus, sans doute parce qu'ils privilégient des offres comprenant l'internet mobile. A l'inverse, les 50 ans et plus sont de plus en plus nombreux à se diriger vers des offres à moins de 10 € : ils sont presque 82 % de plus ce trimestre à les avoir choisies.

1. Combien payez-vous votre forfait mobile ?



2. Quelles sont les principales raisons qui pousseraient votre foyer à changer de fournisseur d'accès à Internet ?

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

	T3 2012	↑ ↓ depuis T2 2012
Le prix de l'abonnement	72,6 %	- 1,8 %
La qualité de la connexion (fiabilité, disponibilité)	40 %	+ 14 %
Le débit (rapidité, puissance) de la connexion	33,7 %	- 9,5 %
L'accès à plus de services (appels illimités, chaînes de TV, pack musique ou film...)	27,6 %	- 0,2 %
Les fonctionnalités du matériel fourni (box, décodeur...)	22,2 %	0 %
L'assistance, le service client	21,9 %	+ 8,6 %
Les services exclusifs proposés par un autre fournisseur	13,9 %	+ 0,6 %

Si le prix de l'abonnement reste toujours, pour une grande majorité des internautes français, un critère déterminant dans le choix de leur FAI, on observe une montée significative de l'importance pour eux de la qualité de la connexion (+ 14 % au 3^e trimestre 2012). L'arrivée de la fibre optique y est-elle pour quelque chose ? La légère diminution de l'intérêt porté au prix de l'abonnement Internet peut-elle être mise en lien avec l'économie réalisée grâce à la baisse du budget accordé au forfait mobile ?

Une tendance à suivre.

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

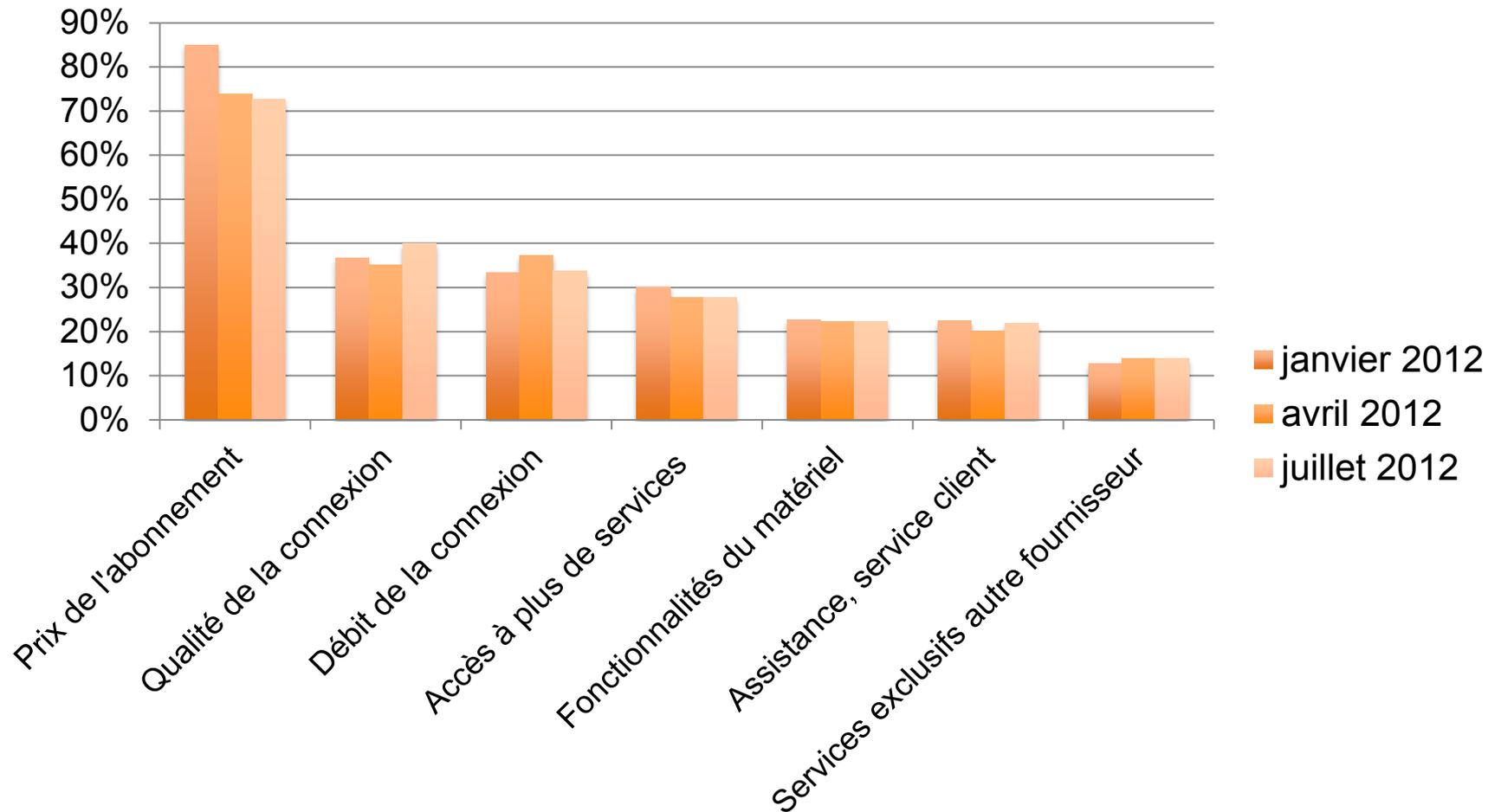
	SEXE		ÂGE			RÉGION	
	H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province
Prix de l'abonnement	71,4 %	73,8 %	78,3 %	70,7 %	67,9 %	74,4 %	72,1 %
Qualité de la connexion	41,9 %	38,1 %	43,9 %	41,7 %	34,3 %	42,9 %	39,3 %
Débit de la connexion	38,6 %	28,7 %	39 %	33 %	28,3 %	38,7 %	32,4 %
Accès à plus de services	27,8 %	27,4 %	34,1 %	27,6 %	20,4 %	35,5 %	25,6 %
Fonctionnalités du matériel	25,1 %	19,2 %	23,2 %	23,1 %	20,2 %	23,4 %	21,9 %
Assistance, service client	22,1 %	21,7 %	19 %	19,7 %	27,1 %	21,1 %	22,1 %
Services exclusifs d'un autre fournisseur	14,2 %	13,6 %	15,4 %	15,1 %	11,2 %	14,8 %	13,7 %

La qualité de la connexion devient le deuxième critère de choix pour les 15-34 ans et les 35-49 ans (en hausse respectivement de 16,4 % et de 20,6 %).

Chez les 50 ans et plus, l'assistance et le service client tiennent une place relativement importante : 27,1 % le mentionnent comme un critère de choix contre 22 % en moyenne.

Il est à noter que les trois quarts des Franciliens déclarent aujourd'hui regarder avant tout le prix de l'abonnement dans le choix de leur FAI, et qu'ils sont aussi plus sensibles à l'offre de services supplémentaires.

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



3. Savez-vous qu'il est possible d'acheter depuis votre mobile, sur Internet, des produits et services ?

3. Savez-vous qu'il est possible d'acheter depuis votre mobile, sur Internet, des produits et services ?

	T3 2012	SEXE		ÂGE			REGION		CSP		
		H	F	15-34	35-49	50 et +	IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
OUI	87,6 %	89,6 %	85,5 %	90,3 %	91,5 %	81 %	90 %	87 %	93,2 %	88,3 %	81,6 %
NON	12,4 %	10,4 %	14,5 %	9,7 %	8,5 %	19 %	10 %	13 %	8,7 %	11,7 %	18,5 %

La forte notoriété du commerce mobile se stabilise autour de sa valeur du trimestre dernier : 87,6 % au 3^e trimestre 2012 contre 88,2 % au 2^e trimestre 2012 (mais 85,8 % au 1^{er} trimestre 2012). Une notoriété toujours particulièrement forte chez les hommes, les 15-34 ans et les 35-49 ans (+ 5,9 % ce trimestre), les Franciliens et les CSP + (+ 2 %).

Cette forte notoriété s'accompagne d'une hausse des achats sur mobile : au 2^e trimestre 2012, 12,8 % de personnes de plus qu'au trimestre précédent ont déclaré avoir déjà réalisé un achat depuis leur mobile.

III. Questions d'actualité

1. Êtes-vous ou avez-vous déjà été inscrit sur un site de rencontre sur Internet ?
2. À la suite de votre inscription sur un site de rencontre sur Internet, quels ont été vos usages ?

1. Êtes-vous ou avez-vous déjà été inscrit sur un site de rencontre sur Internet ?

1. Êtes-vous ou avez-vous déjà été inscrit sur un site de rencontre sur Internet ?

Oui, je suis actuellement inscrit sur un site de rencontre	8,7 %
Oui, j'ai déjà été inscrit sur un site de rencontre mais je ne le suis plus actuellement	19,6 %
Non, je n'ai jamais été inscrit sur un site de rencontre mais je n'exclus pas de le faire un jour	10,9 %
Non, je n'ai jamais été inscrit sur un site de rencontre et je n'envisage pas de le faire	60,8 %

Environ 30 % des internautes français déclarent avoir été ou être toujours inscrits sur un site de rencontre sur Internet, puisqu'ils sont 8,7 % à être actuellement inscrits et 19,6 % à l'avoir déjà été.

De plus, près de 11 % des internautes envisagent de pouvoir s'y inscrire un jour...

Mais attention, ces chiffres sont à prendre avec précaution du fait du risque de sous-déclaration liée à la perception encore légèrement péjorative de l'inscription sur de tels sites.

1. Êtes-vous ou avez-vous déjà été inscrit sur un site de rencontre sur Internet ?

	Ensemble	SEXE		ÂGE		
		H	F	15-34	35-49	50 et +
Oui, je suis actuellement inscrit	8,7 %	10,9 %	6 %	7,5 %	12,9 %	6,2 %
Oui, j'ai déjà été inscrit	19,6 %	18,6 %	20,5 %	25,7 %	20,7 %	11,8 %
Non, mais j'envisage de le faire	10,9 %	11,3 %	10,6 %	12,2 %	12,1 %	8,5 %
Non, et je ne l'envisage pas	60,8 %	59,2 %	62,5 %	54,6 %	54,4 %	73,5 %

Les jeunes et plus globalement les 15-49 ans sont en affinité avec les sites de rencontres. Un quart d'entre eux y a déjà été inscrit alors qu'à l'inverse, plus de trois quarts des 50 ans et plus affirment ne s'être jamais inscrit sur un site de rencontre et que plus de 73 % d'entre eux ne l'envisagent pas.

Aujourd'hui, ces sites sont plus fréquentés par les hommes, puisque presque 11 % des hommes déclarent être actuellement inscrits, contre 6 % de femmes, et par les 35-49 ans (près de 13 %). De manière générale, ce sont les mêmes cibles ainsi que les 15-34 ans, les habitants d'Île de France et les CSP + qui déclarent avoir déjà été inscrits sur ces sites.

1. Êtes-vous ou avez-vous déjà été inscrit sur un site de rencontre sur Internet ?

	Ensemble	REGION		CSP		
		IDF	Province	CSP +	CSP -	Inactifs
Oui, je suis actuellement inscrit	8,7 %	7,7 %	8,9 %	8,8 %	11,5 %	5,9 %
Oui, j'ai déjà été inscrit	19,6 %	27,9 %	17,5 %	23,3 %	21,2 %	14,4 %
Non, mais j'envisage de le faire	10,9 %	10,5 %	11 %	13,1 %	10,5 %	9,4 %
Non, et je ne l'envisage pas	60,8 %	53,9 %	62,6 %	54,8 %	56,9 %	70,4 %

Les sites de rencontre sont également davantage fréquentés aujourd'hui par les CSP -, qui sont 11,5 % à être inscrits, et par les internautes résidant en province (8,9 % contre 7,7 % pour les Franciliens). Cependant, si l'on prend en compte le nombre de personnes déclarant avoir déjà été inscrites mais ne plus l'être actuellement, les habitants d'Île de France sont 37,6 %, contre seulement 26,4 % d'habitants de la province à être ou à avoir été inscrits sur un site de rencontre. Doit-on voir en cette forte présence des Franciliens sur les sites de rencontre le résultat de l'omniprésence des publicités dans les transports en commun franciliens ? Est-ce représentatif du sentiment d'isolement grandissant dans les grandes métropoles ?

2. À la suite de votre inscription sur un site de rencontre sur Internet, quels ont été vos usages ?

2. À la suite de votre inscription, quels ont été vos usages ?

Réponse exclusive pour les questions 1 et 2. Réponse multiple pour les questions 3 et 4.

Vous n'avez jamais fait autre chose que dialoguer virtuellement	43,2 %
Vous avez uniquement eu des rendez-vous qui n'ont pas donné lieu à d'autres rencontres	15 %
Vous avez déjà eu un rendez-vous qui a donné lieu à une rencontre amoureuse	31,5 %
Vous avez déjà eu un rendez vous qui a donné lieu à une rencontre amicale	19,4 %

Les sites de rencontre sont majoritairement utilisés pour dialoguer virtuellement. Ainsi, près de la moitié des utilisateurs n'ont jamais fait autre chose que tchater à la suite de leur inscription.

Pour autant, les sites de rencontre permettent également de nouer des relations amoureuses, puisqu'un peu plus de 3 inscrits sur 10 déclarent avoir déjà eu une relation amoureuse à la suite d'un rendez-vous décroché sur un de ces sites. 28,3 % des internautes de 15 ans et plus ayant déclaré être ou avoir déjà été inscrit sur un site de rencontre, c'est donc près de 10 % de la population globale interrogée qui a déjà trouvé une relation amoureuse *via* un site de rencontre.

Si une grande partie des internautes utilisent donc les sites de rencontre uniquement pour dialoguer, plus de la moitié d'entre eux ne se sont pas contentés d'échanges virtuels et se sont ainsi rencontrés.

2. À la suite de votre inscription, quels ont été vos usages ?

Réponse exclusive pour les questions 1 et 2. Réponse multiple pour les questions 3 et 4.

	SEXE		ÂGE			CSP		
	H	F	15-34	35-49	50 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Dialogue virtuel	46 %	40 %	50,2 %	40,3 %	34 %	32,6 %	48,5 %	51,3 %
Rendez-vous unique	12,6 %	17,8 %	13,9 %	17,5 %	NS*	15 %	NS*	NS*
Rencontre amoureuse	32,1 %	31 %	26,3 %	33,9 %	38 %	33,5 %	32,6 %	26,6 %
Rencontre amicale	18,9 %	19,9 %	15,4 %	22 %	NS*	23,3 %	14,7 %	20,7 %

* NS : Non significatif

Les 15-34 ans et les inactifs sont les plus nombreux à se contenter d'utiliser ces sites pour dialoguer virtuellement : plus de la moitié d'entre eux n'ont jamais eu d'autres usages. Les hommes sont également plus nombreux que les femmes à avoir seulement dialogué en ligne.

Il est par contre assez rare que les internautes inscrits sur un site de rencontre aient uniquement eu des rendez-vous n'ayant pas donné lieu à d'autres rencontres : moins de 20 %, quels que soient le sexe, l'âge ou la catégorie socio-professionnelle.

Les 50 ans et plus sont les plus nombreux à avoir déjà noué une relation amoureuse par le biais d'un site de rencontre, puisqu'ils sont près de 40 %.

Par ailleurs, si pour un tiers des inscrits de 35 à 49 ans et des CSP +, les rencontres ont déjà débouché sur une relation amoureuse, ces derniers y nouent également davantage de relations amicales que la moyenne.

Méthodologie

I. Grands indicateurs numériques

Méthodologie

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

1. **Référence des équipements multimédias-Médiamétrie/Gfk – T2 et T1 2012, T4 et T3 2011**
 - **22 000 foyers interrogés par an** en face à face et via un système CAPI (Computer Assisted Personal Interview)
 - Recensement rapproché des ventes réelles issues des panels distributeurs du groupe GFK
2. **Observatoire des usages Internet – T2 et T1 2012, T4 et T3 2011**
 - Enquête téléphonique dédiée réalisée **chaque mois** auprès de **1 000 individus** âgés de 11 ans et +, dont 15 % d'exclusifs mobile
 - Population de référence établie à partir des données INSEE
 - Dispersion optimale des interviews sur l'ensemble du territoire
 - Représentativité assurée en amont et contrôlée en aval
3. **Mobile Consumer Insight-Téléphonie et Services Mobiles – T2 et T1 2012, T4 et T3 2011**

Téléphonie et Services Mobiles

 - Enquête réalisée **chaque trimestre** auprès d'un échantillon de **3 000 individus** de 11 ans et +, représentatif de la population française, interrogé par téléphone fixe ou mobile

Mobile Consumer Insight

 - **12 000 interviews** réalisées **chaque trimestre**, avec une méthodologie alliant téléphone et Internet

II. Questions barométriques

III. Questions d'actualité

Méthodologie

Les résultats des **Questions barométriques** et des **Questions d'actualité** sont issus de MédiaFit, l'enquête Omnibus exclusive Médiamétrie :

- Enquête réalisée par Internet
- auprès de **1051 internautes** de 15 ans et +
- Entre le 19 juillet 2012 et le 24 juillet 2012

Chaire Économie Numérique

Fondation Dauphine

Place du Maréchal de Lattre de Tassigny

75775 PARIS Cedex 16

<http://www.fondation.dauphine.fr/nos-chaire/chaire-Économie-numerique/chaire/9/>

Responsable scientifique

Professeur Dominique Roux, Professeur émérite à l'Université Paris-Dauphine, Président de Bolloré Telecom

Chargée de mission

Laure Protat - 01 44 05 42 65 - laure.protat@fondation-dauphine.fr