

*Les IEN sont publiés sous le haut patronage du Secrétariat d'Etat chargé de la prospective et du développement de l'économie numérique*

**Edition 2009**



**Bilan 2008**

## Avant propos

*La compréhension des évolutions et de l'impact de l'économie numérique sur la croissance de l'économie globale est un enjeu majeur pour les acteurs, les politiques et le gouvernement.*

***Au travers de la publication des IEN, l'ACSEL, l'Association de l'économie numérique, souhaite contribuer à la construction d'une vision transversale des différents indicateurs de l'économie numérique afin d'en dégager les tendances fortes.***

*Cette première version des IEN illustre la place importante que prend l'économie numérique dans l'économie réelle. Notre secteur est encore un des rares à progresser et le niveau de saturation n'est pas encore d'actualité.*

*Cela montre aussi qu'il y a de grandes marges de progression dans notre pays notamment pour les petites entreprises, qui jouent un rôle essentiel dans le tissu économique français. Les usages des Français évoluent très rapidement dans leur pratique du numérique et c'est une bonne chose ; il faut agir activement contre les inégalités d'accès au réseau. Enfin, les IEN confirment que les marchés des contenus numériques n'ont pas encore trouvé leur modèle économique ; il y a là également un chantier à mener sur ces questions.*

**Pierre KOSCIUSKO MORIZET, Président de l'ACSEL**

## Sommaire

L'éditorial de Pierre Kosciusko-Morizet	1
Introduction	1
La définition de l'économie numérique	1
Le périmètre de l'économie numérique	1
CHAPITRE 1 - Les indicateurs structurels de l'économie numérique	2
CHAPITRE 2 - Les entreprises et l'adoption de l'économie numérique	2
CHAPITRE 3 - Les particuliers face à l'économie numérique	3
CHAPITRE 4 - Les marchés	4
Le commerce électronique	4
Les produits et contenus numériques	4
Le marché de la communication sur Internet fixe et mobile	5
CHAPITRE 5 - L'administration électronique	5
Index	5
Glossaire	5
Notice méthodologique	6





À l'occasion de la parution de ce premier baromètre, il convient de préciser la définition de l'économie numérique élaborée par l'ACSEL, ainsi que son périmètre sectoriel.

### La définition de l'économie numérique

Plusieurs définitions coexistent sur le marché. On trouve tout d'abord la définition du Secrétariat d'Etat à l'économie numérique<sup>1</sup>, pour qui l'économie numérique est composée des secteurs suivants : télécommunications, audiovisuel, logiciel, services informatiques, services en ligne. Le MEDEF propose une définition plus large puisque l'ensemble des secteurs d'activités en dépendent : l'économie numérique est « l'ensemble des secteurs basés sur les technologies de l'information et des télécommunications, que se soit en production ou en usage<sup>2</sup> ». Enfin, on trouve entre autres définitions celles de l'IDATE et du MINEFE. L'IDATE étudie les télécommunications, l'internet, les médias et les jeux vidéo. Le MINEFE analyse les T.I.C. et le commerce électronique.

Enfin, l'OCDE englobe le secteur des « télécommunications, notamment l'Internet, le haut débit et les mobiles, ainsi que la convergence entre les secteurs de radio-télédiffusion et du câble, et les services de télécommunications plus traditionnels. » L'ACSEL est en accord avec l'objectif fixé par l'OCDE sur la nature des travaux à mener sur l'économie numérique : « ils visent à mieux comprendre la nature des impacts des TIC sur l'économie et sur ses différents acteurs<sup>3</sup> ».

Ainsi, pour l'ACSEL, la vision de l'économie numérique est transversale. L'économie numérique n'est pas l'apanage de quelques secteurs qui produisent ou qui sont basés sur les T.I.C., mais aussi les secteurs qui les utilisent. Ainsi, **l'économie numérique comprend le secteur des télécommunications, de l'audiovisuel, du logiciel, de l'Internet et les secteurs qui les utilisent en tant que cœur ou support de leur activité.**

### Le périmètre d'étude de l'ACSEL

L'objectif de l'ACSEL au travers de cette publication annuelle est de regrouper en un seul endroit des données permettant de comprendre l'économie numérique, et d'en apporter un éclairage. Elle sera complétée par des publications thématiques, émanant des commissions de l'ACSEL. Cet ensemble constituera un panorama exhaustif et inédit sur le sujet.

Dans ce baromètre 2008, le premier niveau étudié concerne les infrastructures qui sous-tendent le développement de l'économie numérique. La couverture du territoire en matière de haut débit, de fibre optique, de 3G ou encore de TNT, sont les bases de la compréhension de l'économie numérique. Ensuite, nous nous focalisons sur les entreprises. Dans un troisième temps, nous étudions les particuliers et leurs usages du web et du mobile, en utilisant une segmentation par usage (usages précurseurs, freins, mobilité, usage des médias numériques). Découlant de cela, nous abordons le e-commerce et les marchés des contenus numériques. Enfin, nous recensons les données sur la e-administration.

Cette première version, qui concerne **le bilan de l'année 2008**, regroupe un ensemble de données issues de producteurs de chiffres dont l'Arcep, le Credoc, Eurostat, l'Idate, l'IFPI, l'Insee, Médiamétrie, TDF, le SRI, le Snep.....

#### Remerciements

L'ACSEL tient à remercier tout particulièrement ses partenaires, l'ARCEP, l'IDATE et Médiamétrie pour leur collaboration et leurs suggestions. Nos remerciements vont également aux représentants des organisations suivantes, qui ont accepté de partager leur vision de l'économie numérique, son périmètre, ses enjeux et perspectives, au travers de réunions de cadrage du baromètre : APECA, Atos, IREP, Kelkoo, LeGuide.com, MEDEF, Ogone, OJD, Paypal, Powerboutique, Price WaterHouse Coopers, Rexel, UDA, Yahoo.

1

<sup>1</sup> Plan de développement de l'économie numérique, France Numérique 2012, Secrétariat d'Etat chargé de la prospective, de l'évaluation des politiques publiques et du développement de l'Economie Numérique, Octobre 2008, p. 3

<sup>2</sup> Faire de la France un leader de l'économie numérique, sous la présidence de Jean MOUNET, Collection « Proposer », Direction des Affaires Economiques Financières de la Recherche et des Nouvelles Technologies, MEDEF, juin 2008

<sup>3</sup> Mettre les TIC à profit dans une économie numérique, Politiques de l'information et des communications, OCDE, 2005 ; Guide to Measuring the Information Society, Directorate for Science, Technology and Industry, Committee for Information, Computer and Communications Policy, OCDE, nov. 2005





## CHAPITRE 1

### Les indicateurs structurels de l'économie numérique

#### Un investissement dans les TIC en France un peu au-dessus de la moyenne des pays européens

Ce chapitre a pour objectif de quantifier les marchés des télécommunications et de mesurer l'importance des infrastructures, qui sont le socle de l'économie numérique.

Un premier chiffre nous permet d'appréhender les investissements relatifs aux T.I.C. (Technologies de l'Information et de la Communication) en France : les dépenses relatives aux TIC en France qui s'élèvent à 55 millions d'euros en 2006, chiffre en faible évolution depuis 3 ans. Il recouvre l'ensemble des dépenses des secteurs publics et privés (entreprises, individus et ménages) en matière de TIC (source : Eurostat / EITO - European Information Technology Observatory).

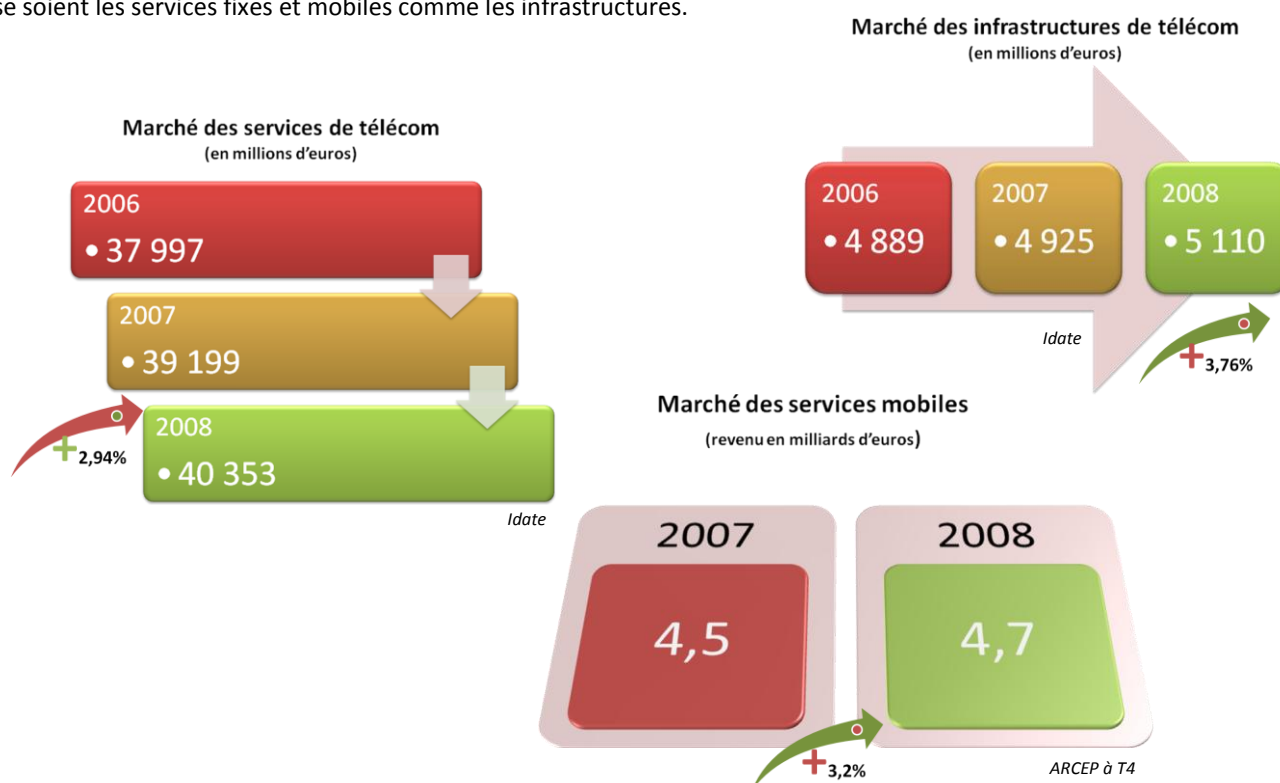
Ces dépenses sont, en % du PIB, un peu au-dessus de la moyenne des pays européens (Europe à 15 et 27) qui est à 2,7% et de l'Allemagne (2,9%), mais sensiblement inférieur au Royaume-Uni (3,5%), au Japon (3,4%) ou aux Etats-Unis (3,3%).

#### Les infrastructures : marché et équipement des télécommunications



##### Le marché des télécommunications

Les marchés des télécommunications sont en hausse modérée mais constante depuis les trois dernières années, que se soient les services fixes et mobiles comme les infrastructures.



*N.B. : Le marché des services de télécom comprend l'ensemble des revenus des services de télécommunication (téléphonie fixe, services mobiles, données et internet) au client final, grand public et entreprises. Le marché des infrastructures de télécom, quant à lui, concerne le total des revenus d'équipements pour réseaux de télécommunications, publics et privés (équipements de transmission, de commutation, de routage, d'accès, etc), hors terminaux.*





La France dispose d'un assez bon niveau d'infrastructures si l'on excepte le très haut débit

Nombre d'abonnements à la téléphonie fixe  
(en millions)

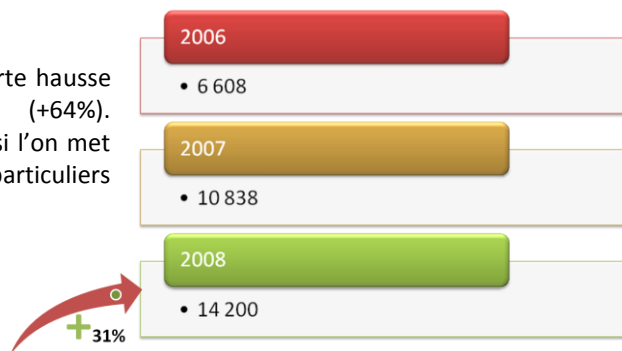


Tant dans les entreprises que dans le grand public, la France dispose d'un bon niveau d'infrastructures, qui la positionne dans le peloton de tête des grandes nations européennes.

Le nombre d'abonnements à la téléphonie fixe continue de croître.

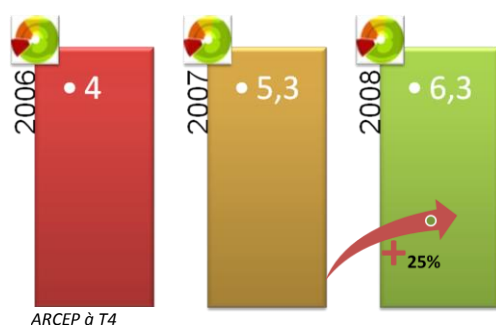
Le nombre de souscripteurs à la VoIP est toujours en forte hausse malgré un infléchissement par rapport à 2006 (+64%). La croissance semble surtout portée par les entreprises, si l'on met en perspective ce chiffre avec celui des usages des particuliers (chapitre 3, §2).

Nombre de souscripteurs à la VoIP  
(en milliers)



Idate

Nombre de lignes dégroupées  
(en millions)



La part de marché du dégroupage lignes est de 10,5%.

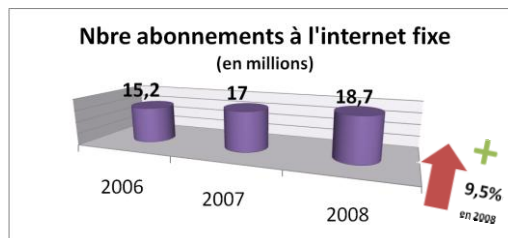
La part de marché du dégroupage Internet est de 50%.  
Le dégroupage est possible sur 30% du territoire français et pour 71,2% des Français.

(Source : France Numérique 2012, Plan de développement de l'Economie Numérique)

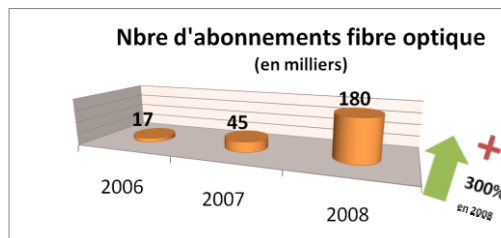


## L'équipement en internet fixe

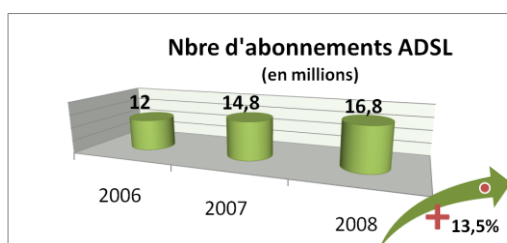
Le nombre d'abonnement à l'Internet fixe poursuit sa croissance (+9,5%). Même si la fibre optique a fait un bon score l'année passée (autant de lignes ouvertes en 2008 que sur les 5 années précédentes), les 180 000 lignes installées représentent à peine 1 % des accès à Internet en France.



ARCEP à T4



Idate



ARCEP à T4

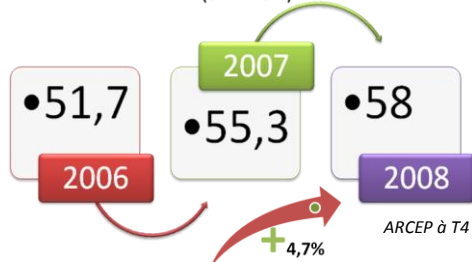


ARCEP à T4



## L'équipement en téléphonie mobile

### Nombre d'abonnements à la téléphonie mobile (en millions)



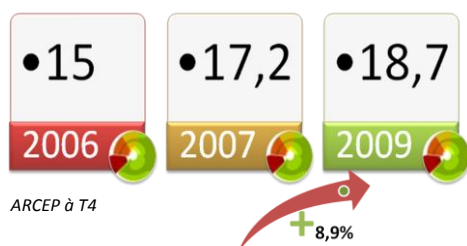
ARCEP à T4

Le taux de pénétration du téléphone mobile est de 91,3% au 3ème trimestre 2008.

La 3G est déployée sur près de 50% du territoire français ce qui concerne 70% des Français (*Plan France numérique 2012*).

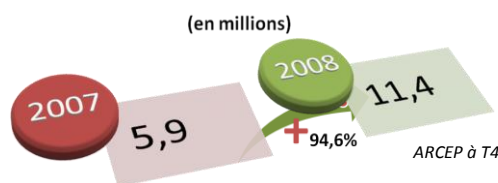
Le parc actif 3G accélère sa croissance en cette fin d'année 2008 alors que la croissance du nombre d'abonnements s'infléchit.

### Parc actif multimédia (en millions)



ARCEP à T4

### Parc actif 3G (en millions)



ARCEP à T4



## Part de marché des MVNO

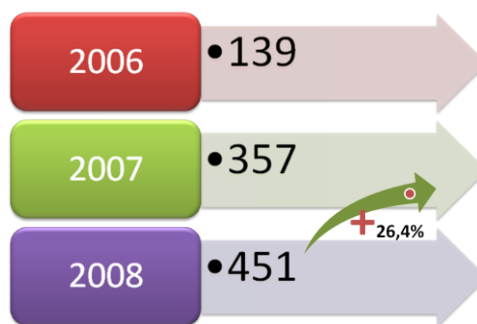


On notera enfin que, sur l'ensemble des marchés des télécommunications, la part de l'opérateur historique est en baisse (téléphonie fixe) ou en stagnation (mobile, Internet HD). Toutefois, il reste leader sur les trois marchés

ARCEP en décembre

Depuis le 21 mai 2007, l'Assemblée Nationale a entériné le délai de portabilité des numéros de téléphone mobile à 10 jours, ce qui a provoqué une hausse immédiate du nombre de numéros portés.

## Nombre de numéros portés par trimestre (en milliers)



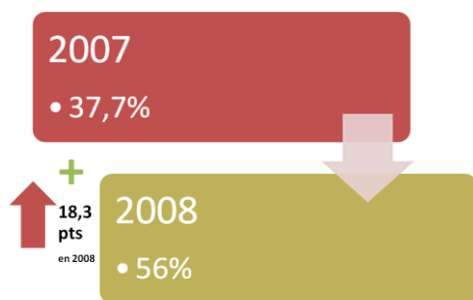
ARCEP à T4



## Le déploiement de la télévision numérique

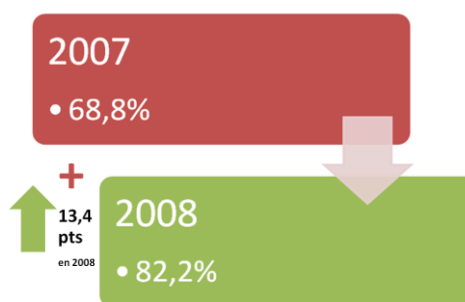
Les infrastructures d'accès à la télévision numérique sont en plein déploiement depuis 2007 : la TNT est potentiellement disponible pour une grande majorité des Français. Toutefois, comme on le verra dans l'étude des usages, moins d'un tiers des Français sont concrètement équipés.

## Taux d'initialisation de la TNT



TDF - T2 2008

## Taux de couverture TNT de la population



TDF - Juillet







## CHAPITRE 2

### Les entreprises et l'adoption de l'économie numérique



#### L'équipement et les usages des TIC en entreprises

NB : Les entreprises prises en compte par Eurostat sont les entreprises de plus de 10 salariés, hors secteur financier

Les entreprises françaises sont presque toutes équipées en ordinateurs, Internet et Internet haut débit.

D'après Eurostat, seules 54% des entreprises françaises de plus de 10 employés ont un site Internet, ce qui place la France en deçà de la moyenne européenne (plus de 64%), et très loin des pays les plus avancés que sont, sur ce critère, les pays scandinaves et la Hollande (+ de 82%).

**La France semble aussi à la traîne sur l'intégration fournisseurs/clients**, avec 11% des entreprises qui la pratiquent, elle est en deçà de la moyenne européenne à 15 comme à 27 (environ 15%), et loin derrière les pays les plus avancés que sont le Luxembourg (28%) et le Danemark (21%).

	2006	2007	2008	Evolution
Part des entreprises utilisant l'informatique	99%	99%	98%	- 1 pt
Part des entreprises ayant accès à Internet	94%	96%	95%	+1 pt
Part des entreprises disposant d'un accès à l'Internet haut débit	86%	89%	92%	+ 3 pts
Part des entreprises dotées d'un site Internet	61%	57%	54%	-3 pts

Eurostat

**En matière de CRM également, on trouve un retard, malgré un fort taux de croissance** : 14% des entreprises françaises sont équipées de logiciels de CRM, contre 18% pour la moyenne européenne et 30% pour l'Autriche, 26% pour l'Allemagne, les deux pays les plus avancés.

Par contre, **les entreprises françaises sont des utilisatrices importantes des intranets** (42% vs 30% pour la moyenne européenne) et des extranets (30% vs 16% pour la moyenne européenne). Les pays les plus en pointe en la matière, sont, pour l'usage des extranets, la Belgique (32%) et les pays scandinaves (30%) ; pour l'usage des intranets, ce sont des pays peu médiatisés, l'Irlande et la Slovaquie qui sont les plus avancés, avec 49% d'entreprises utilisatrices.

La France se trouve dans la moyenne européenne pour l'utilisation de systèmes d'exploitation et/ou de logiciels libres/ouverts (14%) et des ERP (19%). Les pays les plus avancés le sont significativement : en ce qui concerne les systèmes d'exploitation et/ou les logiciels libres/ouverts, les pays de l'est sont les premiers (République Tchèque : 22% ; Lituanie : 24%). Pour l'usage des ERP, on trouve en tête la Belgique et la Grèce (32%) suivies des pays scandinaves (environ 30%).

Comparaison des données françaises par rapport aux pays européens les plus performants et par rapport à la moyenne européenne (à 15 ou 27 pays).

	2006	2007	2008	Evolution
Part des entreprises utilisant un intranet	40%	37%	42%	+ 5 pts
Part des entreprises utilisant un extranet	22%	17%	30%	+ 13 pts
Part des entreprises utilisant un système d'exploitation et/ou des logiciels libres/ouverts	NC	12%	14%	+ 2 pts
Part des entreprises intégrées avec fournisseurs et/ou clients	16%	11%	NC	NC
Part des entreprises disposant d'un ERP	NC	16%	19%	+ 3 pts
Part des entreprises utilisant un logiciel de GRC (CRM)	NC	11%	20%	+ 9 pts
Nombre d'abonnements mobiles professionnels (en milliers)	7038	7759	NC	NC

Source Idate

Eurostat

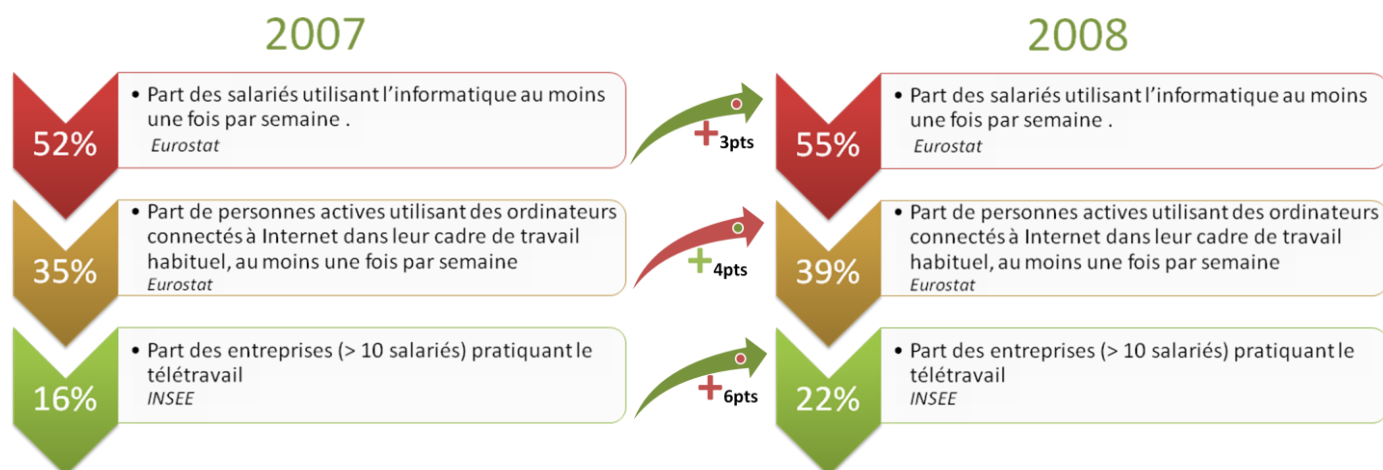






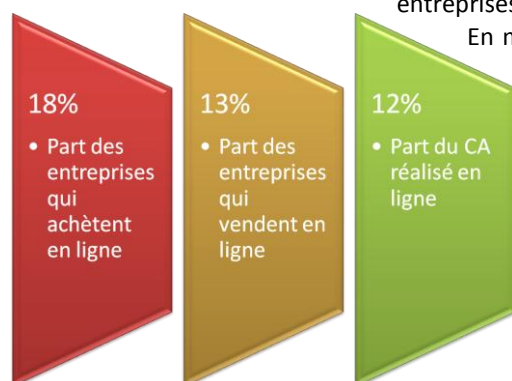
## L'impact individuel de l'économie numérique sur le travail en entreprises

Plus de la moitié des salariés ont accès à un ordinateur mais à peine plus d'un tiers utilisent Internet sur leur lieu de travail. À la traîne par rapport aux autres pays de l'Europe (*source Eurostat*), un tiers des Français déclarent toutefois avoir travaillé au moins une fois à domicile en 2008 grâce aux outils numériques. Il est à noter qu'Eurostat dispose de données sur le télétravail mais qui ne sont pas renseignées pour la France.



## Les entreprises face au commerce

La France est très en dessous de la moyenne des pays européens en matière d'achat en ligne (18 % vs 30 %). Les entreprises anglaises sont déjà près de la moitié à acheter en ligne.



*Eurostat – Internet et autres réseaux*

En matière de vente en ligne, la France semble en retard également mais dans de moindres proportions : 13 % vs 17 % pour la moyenne des pays européens, et 32 % pour le Royaume-Uni. Pour ce qui est du pourcentage du chiffre d'affaires réalisé en ligne, la France se trouve dans la moyenne des pays européens, mais encore une fois en dessous du Royaume-Uni (21 % du chiffre d'affaires des entreprises réalisés par le commerce électronique).

*N.B. : Le recueil des données par Eurostat n'a commencé qu'en 2008 pour la vente et l'achat en ligne des entreprises.*

*Eurostat propose des données pour l'Europe à 15, 25 ou 27. Les données ci-dessus sont celles de l'Europe à 25. La France accuse un retard quel que soit le périmètre choisi pour l'Europe.*





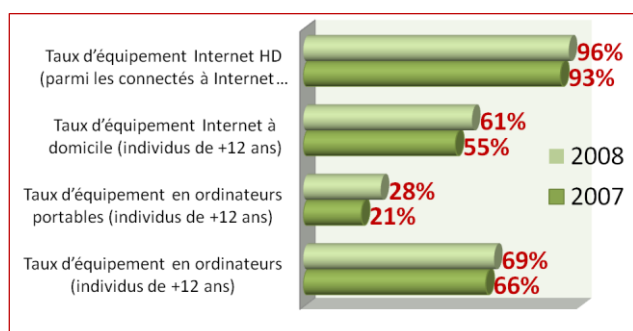
## CHAPITRE 3

### Les particuliers dans l'économie numérique



#### L'équipement et les connexions Internet

Tous les indicateurs d'équipement sont en progression : ordinateurs, internet.



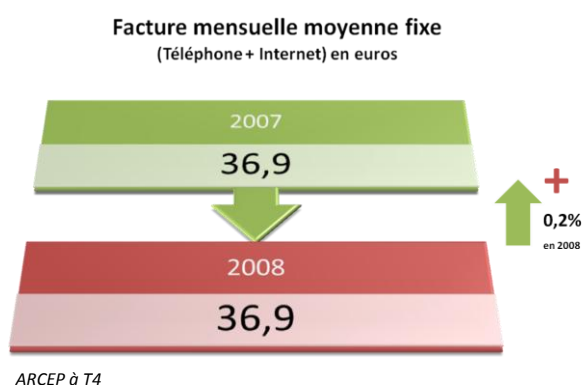
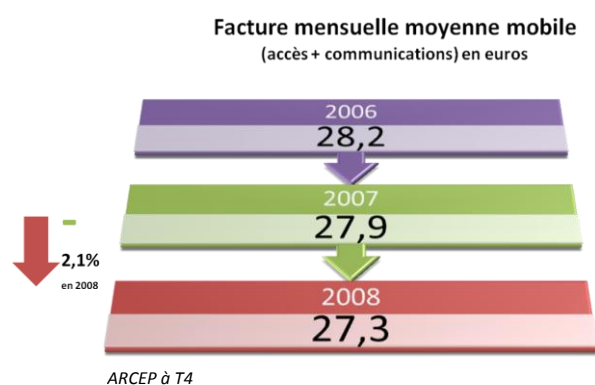
Crédoc

Mais cela ne doit pas masquer le phénomène de fracture numérique qui perdure avec de fortes disparités selon les générations, les niveaux d'étude et les revenus. Seuls 11 % des plus de 70 ans ont un accès à Internet, 27 % des non diplômés, 26 % des retraités et 34 % des personnes percevant moins de 900 euros par mois. À l'inverse, 91% des ménages ayant un revenu de plus de 3 100 euros par mois ont accès à Internet, 88 % des cadres du supérieur.

	2006	2007	2008
Nombre d'individus de 11 ans et plus ayant accès à Internet dernier mois (en millions)	28,7	31,9	33,6

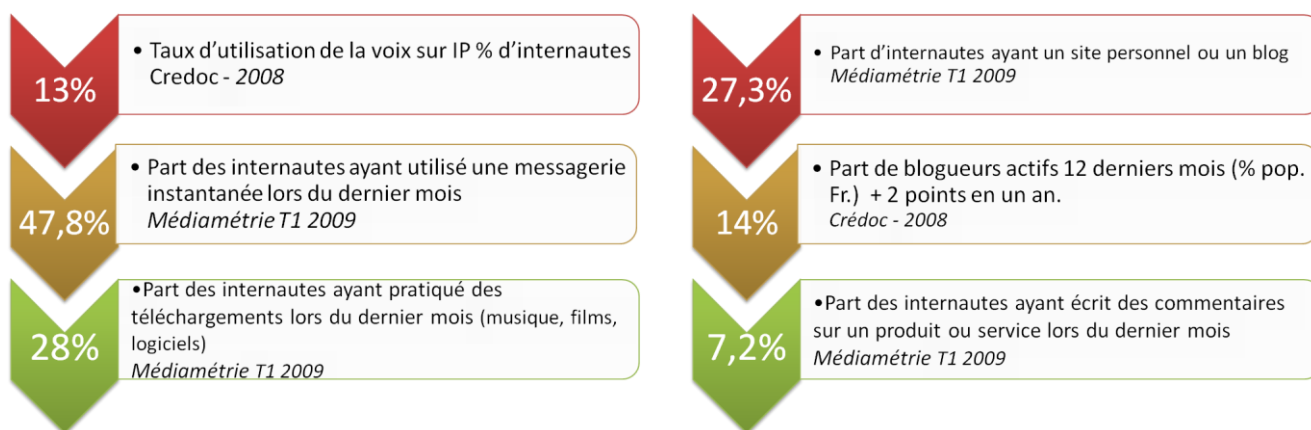
Médiamétrie

#### Une facture qui tend à se stabiliser





## Les usages précurseurs de l'Internet

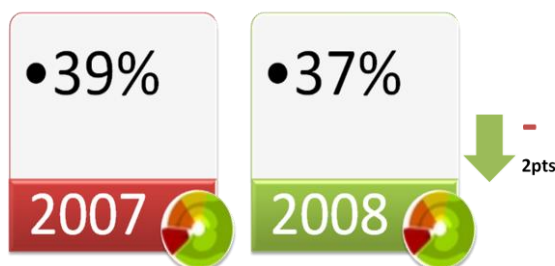


N.B. : La population de référence pour Médiamétrie sont les internautes dernier mois de 11 ans et plus ; pour le Credoc, les 12 ans et plus.



## Les freins à l'usage de l'Internet

Part des Français qui ne se sont jamais connecté à l'Internet

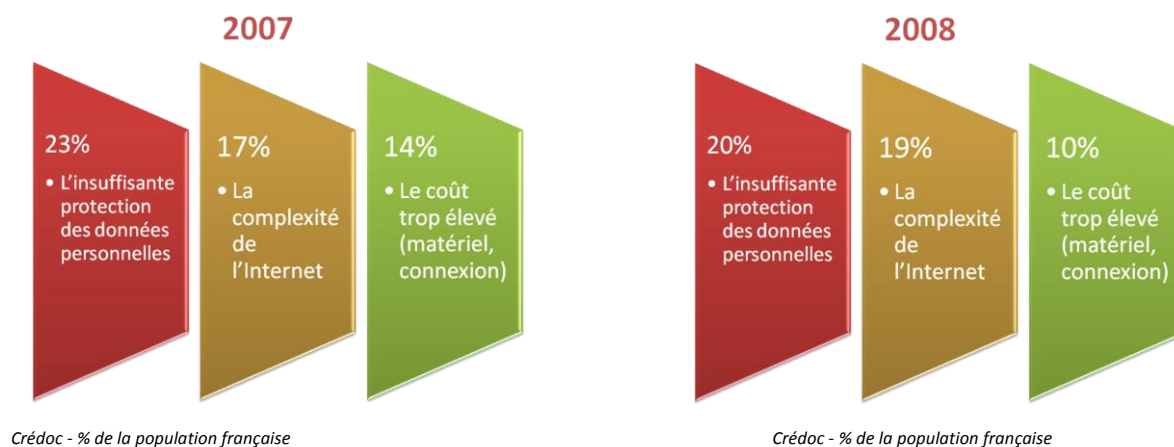


Il est à noter que plus d'un tiers des Français ne se sont encore jamais connecté à Internet. Il s'agit majoritairement des plus de 60 ans (68% des 60-69 ans et 88% des plus de 70 ans).

Les femmes au foyer et les ouvriers sont également surreprésentés, respectivement 61% et 43%.

Crédoc - % des Français de plus de 12 ans

Le premier frein à l'utilisation est lié à la protection des données (20%), talonné par la complexité du web (19%). Enfin, le coût du matériel et des forfaits est jugé trop onéreux pour 10% des répondants. Les autres freins sont que Internet n'est pas utile à la vie quotidienne (11%), le SAV et l'assistance y sont insuffisants (9%) ou encore que la qualité de service (débit) n'est pas satisfaisante (8%).



Crédoc - % de la population française

Crédoc - % de la population française





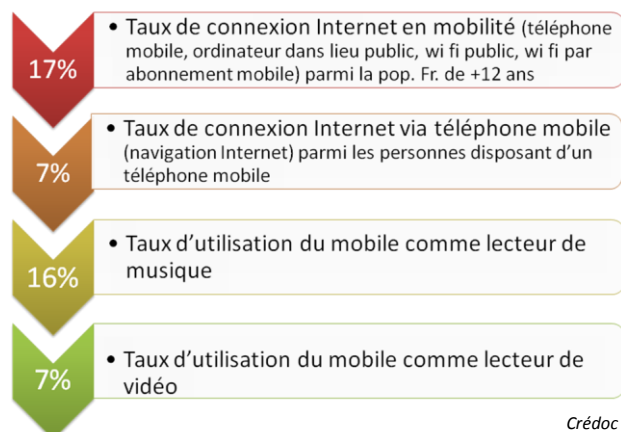
L'équipement de la population française en téléphone mobile continue sa croissance. Le volume de communication, quant à lui, connaît une stabilisation voire une légère baisse depuis 3 ans, à l'instar du montant de la facture.

	2006	2007	2008	Evolution	
Parc total actif de la téléphonie mobile en France (en millions)	51	54,1	<b>56,7</b>	+4,8%	ARCEP en déc 2008.
Taux d'équipement en téléphone mobile (total population Française.)	80,3%	84,6%	<b>88,2%</b>	+ 3,6 pts	Calcul ARCEP en déc 2008 / INSEE
Facture mensuelle moyenne en euros H.T. (mobile seulement)	28,2	28,5	<b>28</b>	-1,7%	ARCEP à T4
Volume de communications mobiles (en Mds de minutes)	24,9	25,9	<b>25,8</b>	-0,4%	ARCEP à T4

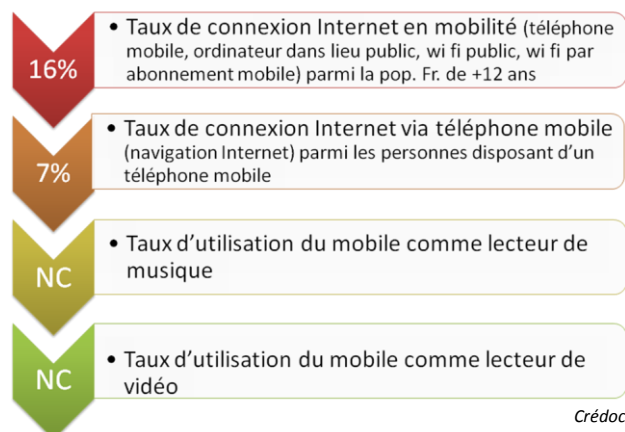
L'usage des SMS est en très forte croissance (+69%), dopé par les forfaits illimités : le nombre de SMS envoyés a doublé en un an. À l'inverse, le MMS est toujours très minoritaire mais on observe une croissance importante cette dernière année : un décollage ? Les usages de l'Internet mobile demeurent quant à eux également timorés et sont même en très léger recul.

	2006	2007	2008	Evolution	
Nombre de SMS interpersonnels échangés (en millions)	4098	5712	11553	<b>+102,3%</b>	ARCEP à T4
Nombre de SMS envoyé par mois par client	26,9	35,1	67,3	<b>+91,8%</b>	ARCEP à T4
Taux d'utilisation SMS (pers. ayant un téléphone mobile)	NC	69%	69%	-	Crédoc
Nombre MMS interpersonnels échangés (en millions)	82	76	100	<b>+31,6%</b>	ARCEP à T4

### 2007



### 2008

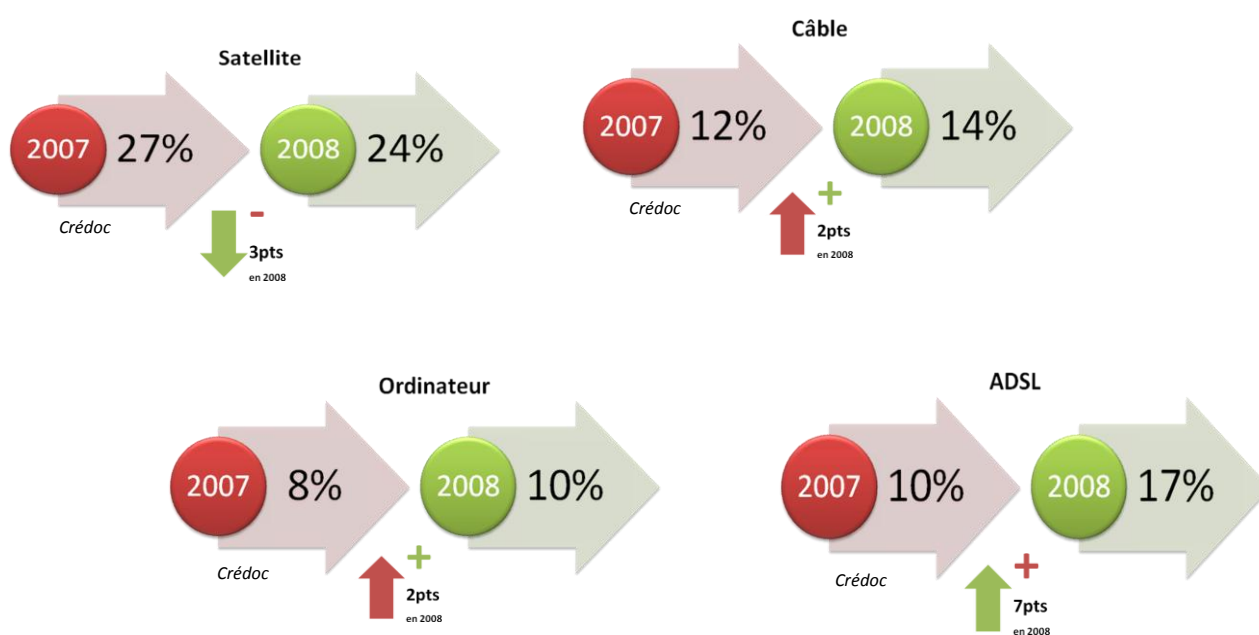




Les pratiques nouvelles en matière d'écoute de la télévision se développent à un rythme relativement faible : télévision numérique, télévision sur les nouveaux supports (mobile, internet). Par ailleurs, bien que les chiffres les plus récents sur l'utilisation de la VOD fassent défaut, il est à noter qu'un quart des internautes téléchargent des films, que se soient légalement ou illégalement.

	2006	2007	2008	Evolution	
Part des Français de +12 ans n'ayant qu'un seul mode d'accès à la TV	NC	56%	51%	- 5 pts	Credoc
Part des Français de + 12 ans ayant au moins 2 modes d'accès à la TV	NC	41%	46%	+ 5 pts	Credoc
Taux d'équipement en téléviseur HD (ensemble des foyers Français)	NC	15%	23,2%	+8,2 pts	TDF (àT2)
Part des foyers français ayant accès à un bouquet numérique (% des foyers abonnés à une solution de TV numérique payante)	36%	41%	49%	+8pts	IDATE

## Part des Français de + 12 ans ayant accès à la télévision numérique par



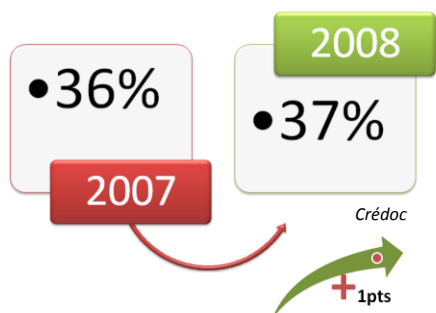
	2007	2008	Evolution	
Part des Français de + 12 ans utilisant la TMP	1%	2%	+ 1 pt	Credoc
Part des internautes de +15 ans ayant utilisé au moins une fois un service de VOD	4,4%	NC	-	CNC
Part des internautes de + 12 ans ayant regardé la TV sur Internet (12 derniers mois)	14%	15%	+ 1 pt	Credoc
Part d'internautes de + 12 ans ayant téléchargé des films (12 derniers mois)	23%	24%	+ 1 pt	Credoc



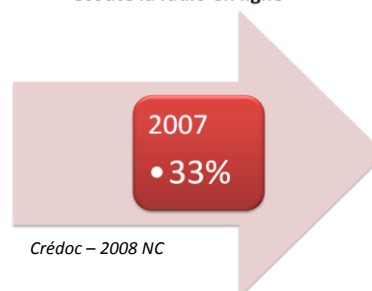
## L'écoute de la radio en ligne et les téléchargements de musique

Un tiers des internautes ont déjà écouté la radio sur Internet ou téléchargé de la musique.

Part d' internautes qui téléchargent de la musique  
(12 derniers mois)



Part d' internautes qui ont déjà écouté la radio en ligne



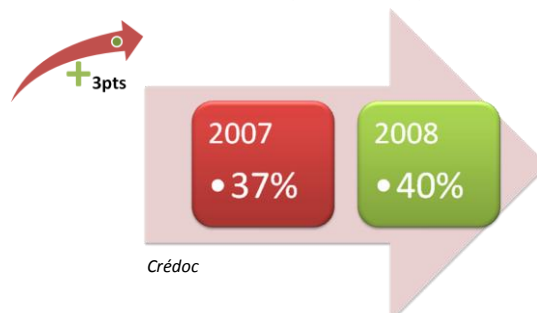
## L'usage des jeux vidéo en ligne et des logiciels

En 2007, 18% des internautes auraient joué en ligne. En 2008, 40% des internautes ont téléchargé un logiciel, pratique en très légère progression.

Part d' internautes qui ont joué en ligne  
(12 derniers mois)



Part d' internautes ayant téléchargé des logiciels  
(12 derniers mois)





## CHAPITRE 4

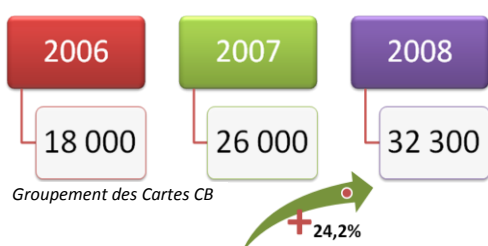
### Les marchés

Notre ambition est de traiter ici le commerce électronique, le marché de la communication et enfin, des marchés des produits numériques. En ce qui concerne ces derniers, il s'agit des marchés de la musique, de l'édition, du cinéma, de la presse numérique et des jeux vidéo, mais seules les données du marché de la musique numérique sont publiques en 2008, par l'intermédiaire du SNEP, ainsi que des données pour le jeu vidéo. Les organismes référents pour les autres marchés sont, pour le cinéma, le CNC, pour le livre, le SNE et pour la presse, l'OJD (dont la méthodologie est en cours de déploiement).

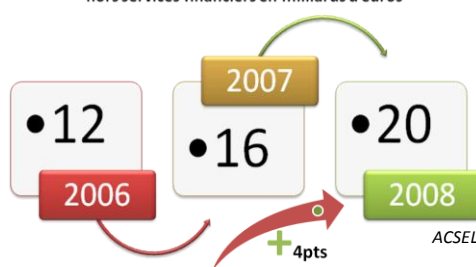


#### Le commerce électronique

##### Nombre de e-commerçants



##### Chiffre d'affaires du e-commerce hors services financiers en milliards d'euros



##### Nombre de transactions

hors services financiers (en millions d'euros)



##### Transactions moyennes hors services financiers en euros



#### Le commerce B to C

	T1 2007	T1 2008	T1 2009	Evolution	
Nombre d'acheteurs en ligne (en millions)	17,9	21	21,7	+3,4%	Médiamétrie
Taux de confiance des internautes dans l'achat en ligne	60,8%	62,4%	62,5%	+ 0,5 pts	Médiamétrie
Dépenses annuelles en ligne (en euros)	NC	NC	509	-	IDATE

Au premier trimestre 2009, le e-commerce résiste à la crise mais accuse le coup : le nombre d'acheteurs continue certes à augmenter mais seulement de 3,4% au lieu de + 17% pour la même période l'an dernier. Au total, 21,7 millions d'internautes ont acheté en ligne soit 65,6% des internautes et 41% de la population française.

Selon l'IDATE, les internautes auraient en moyenne dépensé 509 euros en 2008 pour leurs achats en ligne. Désormais, plus de 62% des internautes ont confiance dans l'achat en ligne.



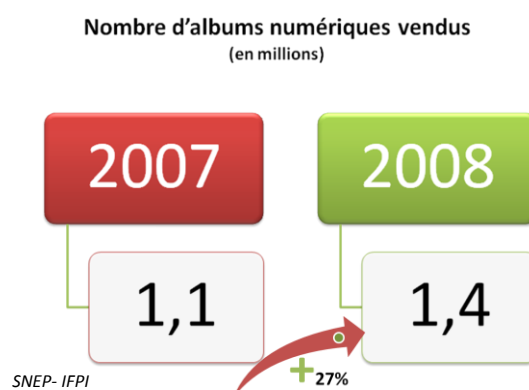
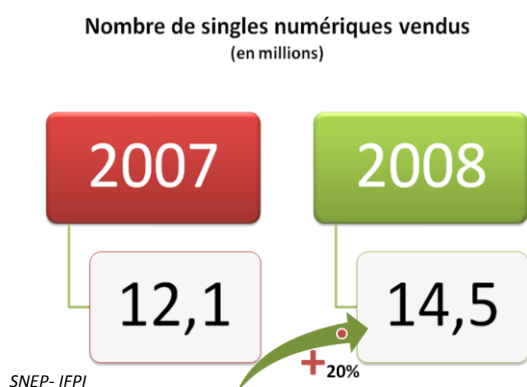
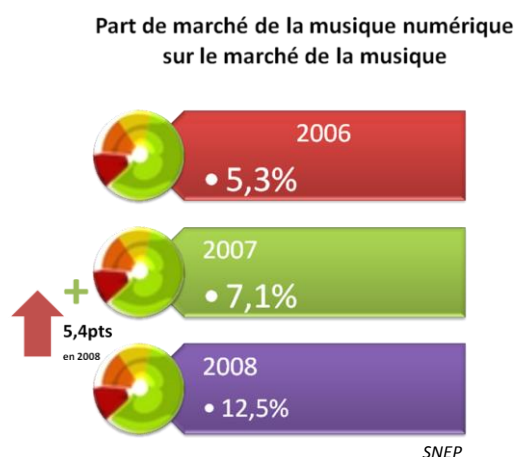




## Le marché des produits numériques

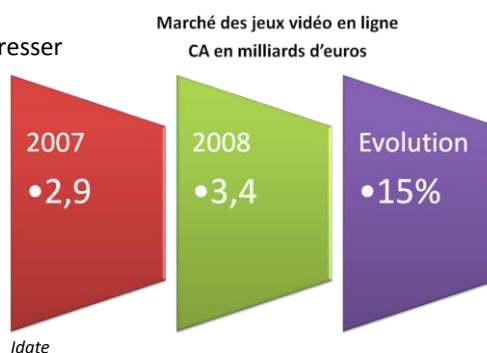
### Un marché de produits culturels numériques : le marché de la musique

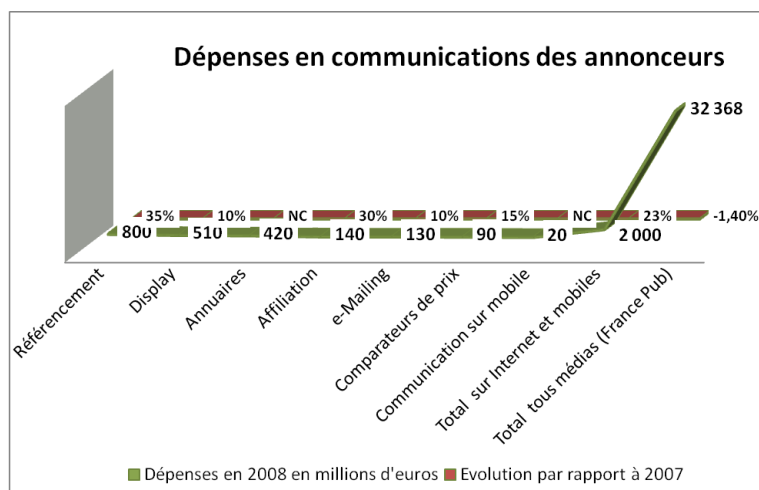
Le marché de la musique numérique est en très forte hausse mais ne compense pas la chute des ventes physiques (1,3 milliards d'euros en 2002, 530 millions en 2008), puisqu'il ne représente que 12,5% du marché.



### Le marché des jeux vidéo off line

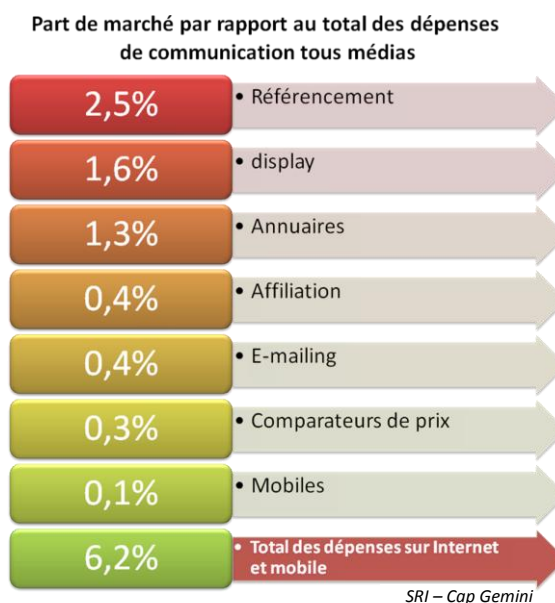
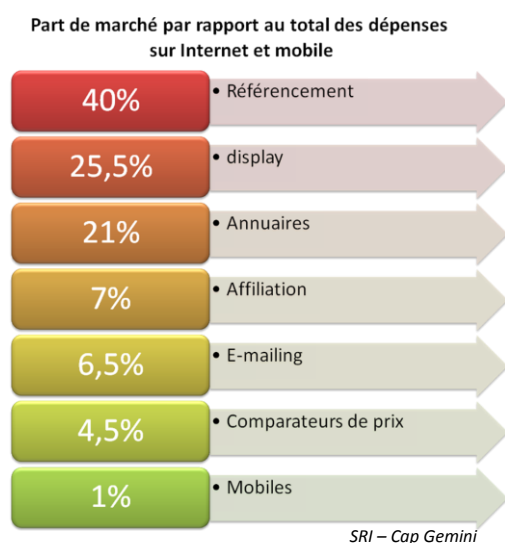
Le marché global des jeux vidéos continue de progresser (3,4Mds€), porté par la croissance des nouvelles consoles de jeux et le développement des jeux en réseau





SRI – Total tous média France Pub

Les dépenses de communication en ligne continuent à croître fortement en 2008 (+23% au global pour atteindre 2 milliards d'euros d'après le SRI), notamment en comparaison avec l'atonie du marché global. Les liens sponsorisés sont le premier support de communication en ligne et progressent de 35%, suivis du display (+10%) et des annuaires. L'affiliation et l'e-mailing sont à des niveaux comparables mais avec un plus fort dynamisme côté affiliation. On trouve enfin les comparateurs de prix (90 M en hausse de 15%).



En bas du tableau, le mobile attire 1% des investissements.



## CHAPITRE 5

### L'administration électronique



#### Les usages des particuliers

##### Un coup d'accélérateur depuis 2007

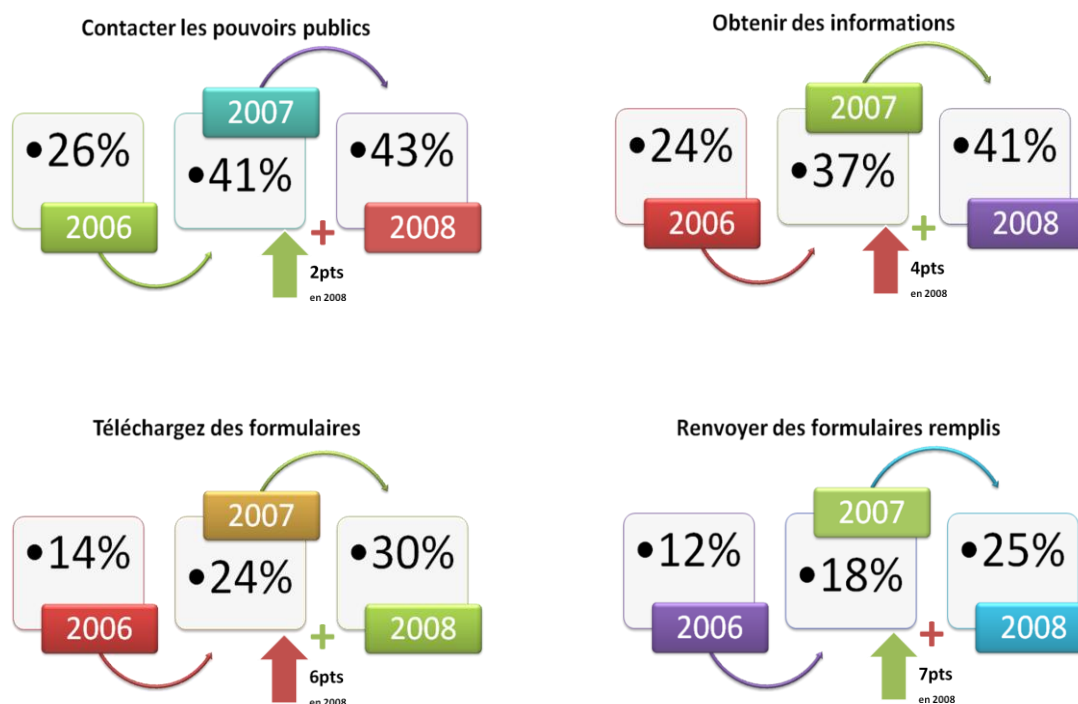
Les relations avec les pouvoirs publics passent de plus en plus par le canal Internet, avec un coup d'accélérateur depuis 2007 : de la simple recherche d'information à l'envoi et au téléchargement de formulaires, en passant par les contacts (envois de mail).

Les usages en matière de e-administration sont très développés dans les pays du Nord de l'Europe : Islande, Norvège, Finlande. Pays dans lesquels les contraintes climatiques et géographiques sont un frein aux déplacements. La France se situe toutefois au-dessus de la moyenne européenne sur l'ensemble des quatre indicateurs suivis par Eurostat.

	2007	2008	Evolution
Part des internautes ayant effectué, au cours des douze derniers mois, des démarches administratives ou fiscales sur Internet	57%	58%	+ 1 pt

Crédoc

##### Part des particuliers ayant utilisé Internet au cours des trois derniers mois pour :



Eurostat





### 73% des entreprises utilisent internet pour leurs contacts avec les pouvoirs publics

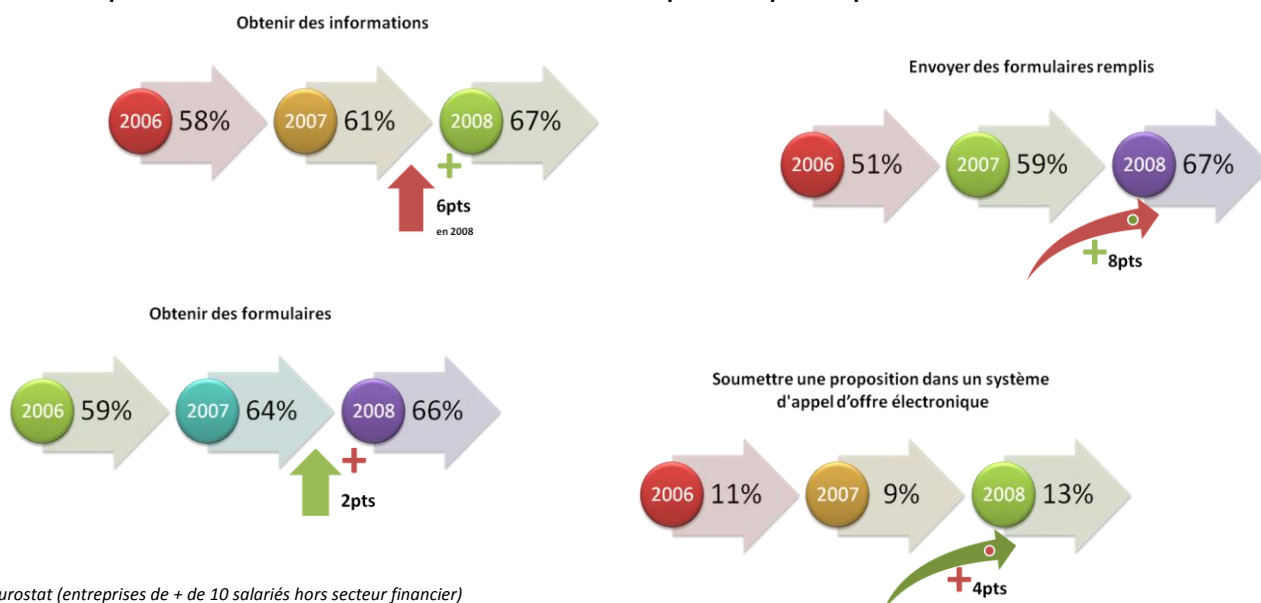
	2006	2007	2008	Evolution
Part d'entreprises utilisant Internet pour leurs contacts avec les pouvoirs publics	66%	69%	73%	+ 4 pts

Eurostat (entreprises de +10 salariés hors secteur financier)

Comme les particuliers, les entreprises utilisent de façon croissante les services de la e-administration : prises de contact, recherche d'information, obtention et envoi de formulaires, ainsi que le dépôt de propositions sur les sites d'appels d'offres électroniques.

On observe également un fort développement de ces usages dans les pays nordiques. La France est néanmoins en très bonne place par rapport à la moyenne européenne.

### Part d'entreprises utilisant Internet dans leur relation avec les pouvoirs publics pour :



Eurostat (entreprises de + de 10 salariés hors secteur financier)



## INDEX

3G	2	Fibre optique	2	Réseau social	3
Achats en ligne	4	Freins à l'usage d'Internet	3	RFID	annexe
Acheteurs en ligne	4	Internet Fixe	2,3	Search Marketing	4
Administration	5	Internet Haut Débit	2	Site marchand	3
ADSL	2	Intranet	2	SMS	3
Annonces Internet	4	IPTV	3	Téléchargements	3
Blog, blogueur	3	Jeux vidéo	4	Télécommunications	2
Campagnes de publicité	4	Journaux numériques	4	Téléphonie	2
Catch up TV	4	Kiosques virtuels	4	Téléphonie fixe	2
Chiffre d'affaires du e-commerce	4,5	Liens sponsorisés	4	Téléphonie mobile	2,3
Confiance en ligne	4	Livre numérique	4	Télétravail	2
Contrat de VAD	annexe	Logiciels	4	Télévision mobile	3
Cyberacheteurs	4	Messagerie instantanée	3	Télévision mobile personnelle	4
Démarches administratives et fiscales	5	MMS	3	Télévision numérique	3
Display	4	Musique	3	TMP	4
Distribution multicanaux	3	MVNO	2	TNT	2,3
e-administration	5	Ordinateur	2,3	TVHD	4
e-commerce	4,5	Ordinateur portable	3	Vidéo	3
EDI	2,3	Podcast	4	Video à la demande	4
Email marketing	4	Portabilité	2	VOD	4
Extranet	2	Pure player	3	Voix sur IP	3
Facture	3	Radio	4	Web 2.0	3
		Référencement	4		



Les définitions marquées d'une étoile \* proviennent du glossaire de la TIM, « Terminologie Internet et Mobile » du CESP ([terminologietim.org](http://terminologietim.org)). Les autres définitions, si elles ne mentionnent pas de source spécifique, ont été élaborées par l'ACSEL.

**3G\*** : Norme accessible au grand public dans certains pays d'Europe depuis 2002 (en Norvège, Autriche, Roumanie, puis en France et autres). S'appuie sur la norme Universal Mobile Telecommunications System (UMTS), permettant des débits bien plus rapides (2Mbps prévus à maturité du réseau) qu'avec la génération précédente, le GSM.

**ADSL\*** : *Asymmetric Digital Subscriber Line*. Service d'accès à Internet illimité à haut débit utilisant les lignes téléphoniques classiques.

**Blog\*** : Site formé d'un ensemble de billets présentés le plus souvent par ordre chronologique inversé (les plus récents sont publiés en premier). Le créateur d'un blog est appelé "blogueur" ; c'est lui qui édite le contenu, souvent textuel, pouvant être enrichi de liens hypertextes et d'éléments multimédias, et sur lequel chaque visiteur peut généralement apporter des commentaires ou opinions personnelles (auteurs secondaires).

**Catch Up TV ou TV de rattrapage** : service proposé par les chaînes de télévision permettant de visionner les programmes sur Internet pendant une certaine durée après leur diffusion. Il s'agit d'un mode de consommation personnalisé de la télévision. Il peut être gratuit (Arte, M6 replay), payant (TF1 vision) ou encore gratuit mais réservé aux seuls abonnés (Canal +) (source : *L'économie de la VOD en France*, rapport du CNC, mars 2008).

**Contrat de VAD** : Contrat qu'une entreprise passe avec une banque pour pouvoir encaisser des paiements par cartes bancaires à distance. Toutes les banques Françaises sont habilitées à attribuer ce type de contrat à une entreprise Française ou Européenne.

**EDI** ou Echange de Données Informatisées : Technique qui remplace les échanges physiques de documents entre entreprises (commandes, factures, bons de livraison,...) par des échanges, selon un format standardisé, entre ordinateurs connectés par liaisons spécialisées ou par un réseau (privatif) à valeur ajoutée (RVA). Les données sont structurées selon des normes techniques internationales de référence (source : INSEE.fr, rubrique « Définitions et méthodes »)

**Dégroupage, lignes dégroupées** : Ouverture du réseau téléphonique local à la concurrence. Les lignes dégroupées sont les lignes qui ne sont plus gérées par l'opérateur historique. Le dégroupage peut-être partiel (l'abonné paie l'abonnement à l'opérateur historique mais les communications à un concurrent) ou total (l'abonné ne dépend plus de l'opérateur historique).

**Display\*** : Publicité graphique sur Internet. [NDR : Par opposition aux liens sponsorisés notamment.]

**ERP ou Enterprise Ressource Planning** : En français, on utilise le terme PGI ou *Progiciel de Gestion Intégrée* qui permet de gérer les processus opérationnels au sein des organisations (gestion financière, RH, ventes etc).

**Extranet** : Site Internet dont l'accès n'est autorisé qu'à certaines personnes identifiées, comme les clients ou les fournisseurs.

**Français** : Dans le cas des enquêtes et sondages présentés dans ce baromètre, un Français est une personne qui réside sur le sol français. On ne prend pas en compte les Français vivant à l'étranger, et on ne prend pas en compte la nationalité des individus qui vivent en France (on les considère comme Français).

**Fibre Optique\*** : Fil de verre permettant le transport de données numériques sous forme d'impulsions lumineuses, insensible aux variations électromagnétiques.

**GRC ou Gestion de la Relation Client** : Plus communément utilisé sous l'acronyme anglais CRM (*Customer Relationship Management*), il s'agit d'une politique de gestion des clients axée sur le long terme (marketing relationnel, fidélisation), facilitée par l'informatique et les systèmes d'information.

**Internaute** : Pour Médiamétrie, un internaute est un individu de plus de 11 ans qui s'est connecté à Internet dans le dernier mois. Attention, pour le Crédoc, il s'agit des individus de 12 ans et plus connectés dans l'année. Ceci peut donc expliquer des différences dans les statistiques.

**Intranet** : Réseau local basé sur les protocoles de l'Internet, utilisé par les membres d'une entreprise ou d'une organisation.

**IPTV ou Télévision sur IP** : Mode d'accès à la télévision par Internet. L'IPTV regroupe la VOD, la Catch Up TV et la télévision en direct diffusée par Internet.

**Liens sponsorisés** : voir référencement

**MMS\*** : *Multimedia Message Service*. SMS "amélioré", il permet de recevoir des messages multimédias (images, sons, vidéo, etc.) avec ou sans texte.

**MVNO\*** : *Mobile Virtual Network Operator* (Opérateur de réseau virtuel mobile). Opérateur qui ne possède pas de réseau télécom propre. Le MVNO peut posséder ses propres cartes SIM et achète des minutes en gros à un opérateur mobile disposant d'un réseau. Il peut fixer ses propres tarifs et services, gérer le service client et la facturation.

**Opérateur historique** : en France, il s'agit de France Telecom. L'entreprise détenait le monopole de la mise en place et de la gestion des infrastructures

et services de télécommunication, avant l'ouverture du marché aux opérateurs alternatifs.

**Parc actif** : Dans la terminologie de l'ARCEP, le parc actif de téléphones mobiles est l'ensemble des téléphones mobiles munis d'un forfait de communications, et donc réellement utilisables.

**Podcast\*** : Moyen de diffusion de fichiers audio ou vidéo sur Internet. Permet de télécharger, manuellement ou automatiquement (par exemple via des flux RSS) des programmes audio ou vidéo sur son baladeur numérique ou sur son ordinateur depuis Internet (le plus souvent via une application).

**Portabilité** : Possibilité offerte à l'abonné d'un service de téléphonie mobile de conserver son numéro de téléphone même s'il change d'opérateur.

**Pure Player** : Entreprise dont le modèle économique repose uniquement (ou originellement) sur une présence sur Internet.

**Référencement\*** : Indexation d'un site Internet ou de certaines pages dans les différents outils de recherche disponibles sur Internet, comme les moteurs de recherche, afin d'en améliorer la notoriété et la visibilité. Désigne plus généralement l'indexation d'un contenu dans une base de données. Le référencement d'un site Internet ou de pages passe par le recours à deux pratiques distinctes mais complémentaires : les liens sponsorisés et le référencement naturel.

**Réseau Social** : Sur Internet, par abus de langage par rapport à la définition émanant de la sociologie, un réseau social est un site qui permet à ses membres de créer entre eux des interactions sociales.

**RFID\*** ou *Radio Frequency Identification* : Technologie d'échange de données, sans contact, à une distance de quelques centimètres.

**Taux d'initialisation numérique** : pourcentage de « foyers initialisés numérique », c'est-à-dire les « foyers dont l'un au moins des récepteurs TV permet d'accéder à la télévision numérique (par la TNT ou le câble numérique ou le satellite numérique ou internet) » (Source TDF, baromètre août 2008, p. 3)

**Télétravail** : « Une entreprise pratique le télétravail si elle a des personnes qui travaillent au moins une demi-journée par semaine en dehors de ses locaux, en ayant accès au système informatique de l'entreprise par des réseaux électroniques. » (source « E-administration, télétravail, logiciels libres : quelques usages de l'Internet dans les entreprises », INSEE PREMIERE, n° 1228, mars 2009, p. 4)

**TMP** ou Télévision Mobile Personnelle : Il s'agit d'un mode d'accès à la télévision sur récepteur mobile (le téléphone par exemple). La diffusion est hertzienne selon la norme DVB-H. Le format des programmes, fournis par les chaînes de télévision, privées ou publiques, est adapté aux spécificités du mode de réception.

**TNT** ou Télévision Numérique Terrestre : Mode de diffusion terrestre de la télévision dans lequel les signaux vidéo, audio et de données ont été numérisés pour être ordonnés dans un flux unique avant d'être modulés puis diffusés, c'est-à-dire transportés jusqu'aux téléspectateurs via les ondes. Cette évolution technologique permet la diffusion de 18 chaînes gratuites et de 11 chaînes payantes. Dès lors, pour la TNT comme pour le haut débit ou la téléphonie mobile, se pose la question de la couverture du territoire. La diffusion de la TNT a débuté le 31 mars 2005 (source : TDF.fr, rubrique « glossaire »)

**TVHD** ou Téléviseur Haute Définition : Il s'agit d'un type de poste récepteur de la télévision, permettant de restituer de façon très qualitative le son et l'image des programmes, et adapté à la diffusion numérique.

**VOD\*** ou Vidéo à la demande. Permet de commander et de regarder de la vidéo au moment choisi par l'internaute sur Internet. Ce type de diffusion s'appuie sur des infrastructures de communication à haut débit (ADSL ou fibres optiques par exemple), et sur des techniques de *streaming*.

**VoIP\*** ou Voix sur IP : Technique qui permet de communiquer par la voix via l'Internet ou l'Internet Mobile ou tout autre réseau acceptant le protocole TCP/IP.

**Web 2.0\*** : Evolution du Web conduisant à une plus grande interactivité entre internautes. Concept d'utilisation d'Internet qui favorise les échanges et la participation des internautes. On parle également de "web collaboratif" ou de "web participatif". On peut distinguer deux aspects dans la définition du Web 2.0 :

- au niveau technique : le Web 2.0 prend appui sur les interfaces enrichies (Ajax, Flash 8, Ruby on Rails, etc)
- au niveau de la communication et du partage : le Web 2.0 correspond aux techniques permettant aux internautes de développer des relations, notamment au sein de réseaux sociaux (blog, flux RSS, portail communautaire, etc)



# NOTICE METHODOLOGIQUE

*Le baromètre est basé sur deux modes de recueil des données. Tout d'abord, il centralise et synthétise des données secondaires issues des études de l'IDATE, de l'ARCEP, du CREDOC pour l'ARCEP, d'Eurostat, de l'INSEE, de TDF, de Médiamétrie, du SNEP, de l'IREP / France Pub, du CNC et de l'AFDEL. De plus, depuis 2001, Price WaterHouse Coopers opère un recueil ad hoc pour l'ACSEL et agrège les données des 7 intermédiaires de paiement afin de calculer le chiffre d'affaires et le volume de transaction du e-commerce français.*

## **Digiworld Yearbook, The digital world's challenges de l'IDATE**

Les données sont calculées sur la base des publications des opérateurs de services et fournisseurs d'équipements (rapports annuels notamment), ainsi que des statistiques produites par les régulateurs, organisations professionnelles et institutionnels (ARCEP, Commission européenne, OEA – Observatoire Européen de l'Audiovisuel, etc). Plus d'informations sur [idate.fr](http://idate.fr), rubrique « Digiworld », sous rubrique « Digiworld Yearbook ».

## **Les Observatoires de l'ARCEP**

L'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et Postales publie trimestriellement des indicateurs relatifs à l'activité de l'ensemble des fournisseurs d'accès à l'Internet et des opérateurs de téléphonie fixe et mobile. Les données sont des données déclaratives émanant de ces entreprises, qui peuvent être complétées par des données de sondage. Plus d'informations sur [arcep.fr](http://arcep.fr).

## **L'étude DTIC (La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française) du CREDOC pour l'ARCEP**

Cette étude existe depuis 2002. Pour le rapport 2008, les vagues d'enquêtes ont été réalisées en juin 2008 auprès de deux échantillons distincts représentatifs de la population française sélectionnés selon la méthode des quotas (un échantillon de 2011 personnes de 18 ans et plus ; un échantillon de 210 individus de 12-17 ans avec obtention de l'accord des parents). Les résultats sont redressés représentatifs des populations étudiées.

## **L'enquête communautaire sur l'utilisation des TIC et le commerce électronique dans les entreprises de Eurostat**

Cette enquête est organisée et réalisée par chaque institut national de la statistique des pays membres de l'Union européenne. Elle suit une méthodologie commune et un même modèle de questionnaire. Le Règlement européen n° 808-2004 du 21 avril 2004 a rendu cette enquête statistique annuelle obligatoire pour l'ensemble des pays membres durant la période 2006 à 2010. Ce dispositif permet d'assurer la comparabilité des suivis statistiques nationaux de l'usage des TIC dans les entreprises européennes. Plus d'informations sur [ec.europa.eu/eurostat/](http://ec.europa.eu/eurostat/)

## **L'Observatoire de l'e-pub 2008 du SRI**

Cette enquête commanditée par le SRI auprès de Cap Gemini, a été réalisée grâce à des entretiens en face à face, d'octobre à décembre 2008, auprès des acteurs des différents supports de communication en ligne : régies, agences et annonceurs.

## **INSEE**

Le chiffre utilisé dans ce baromètre (pourcentage des entreprises de plus de 10 salariés pratiquant le télétravail) provient de « E-administration, télétravail, logiciels libres : quelques usages de l'Internet dans les entreprises », INSEE

PREMIERE, n° 1228, mars 2009

## **Le baromètre de la télévision numérique de TDF**

TDF commande auprès d'instituts d'études (notamment NPA Conseil) des enquêtes ad hoc sur l'équipement et les usages en matière de télévision numérique. Plus d'information sur [tdf.fr](http://tdf.fr), rubrique « Presse », sous rubrique « Le baromètre ».

## **L'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie**

L'enquête est réalisée par téléphone chaque mois auprès de 1000 individus âgés de 11 ans et plus, dont 13% d'exclusifs mobiles. Le terrain se réalise sur 11 mois dans l'année. L'étude sert de cadrage au Panel Mediametrie//NetRatings. Plus d'informations sur [mediametrie.fr](http://mediametrie.fr), rubrique « Internet ».

## **Le bilan annuel du SNEP**

Les données émanent de quatre instituts d'études : l'IFOP, Yacast, BYA et TNS Media Intelligence. Plus d'informations sur [disqueenfrance.com](http://disqueenfrance.com), rubrique « Chiffres du marché ».

## **Le marché publicitaire français de l'IREP (Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires) et de France Pub**

Il s'agit d'une évaluation des recettes publicitaires nettes des médias (commissions de régies et petites annonces incluses, remises déduites), recueillie au moyen d'une enquête systématique auprès des régies. Ces résultats sont mis en cohérence et présentés avec l'étude France Pub. Cette dernière est prise en charge par le groupe Hersant Media (depuis 1992) et est basée sur une enquête auprès d'un panel d'entreprises françaises de toutes tailles, nationales, régionales et locales. Elle prend en compte l'ensemble des investissements nets des annonceurs (y compris rémunérations des agences et frais techniques) sur l'ensemble des vecteurs de communication (source : Les principales sources des chiffres de la communication, in *Les chiffres clés des annonceurs 2008*, UDA). Plus d'informations sur [irep.asso.fr](http://irep.asso.fr)

## **Les pratiques des Français en matière de vidéo à la demande (VOD) du CNC**

Il s'agit une étude ad hoc basée sur un sondage en ligne auprès de 3 761 individus âgés de 15 ans et plus réalisée du 25 octobre au 27 novembre 2006 par l'institut Novatris. Plus d'informations sur [cnc.fr](http://cnc.fr)

## **Euro Software 100, Key players and Market Trends**

Etude dirigée par Price WaterHouse Coopers pour le compte des associations professionnelles européennes du logiciel, dont l'AFDEL (Association Française des Editeurs de Logiciel). Depuis 1992, PAC conduit des analyses sur le marché européen du logiciel, en interrogeant les dirigeants d'un millier d'entreprises. Les données sont déclaratives.

