



Actualités OFS

Embargo: 04.02.2011, 9:15

16 Culture, médias, société de l'information, sport

Neuchâtel, février 2011

Internet dans les ménages en Suisse

Information, communication, consommation, voyage et loisirs:
Internet omniprésent.

Renseignements:

Yves Froidevaux, OFS, Section Structures et conjoncture, tél.: +41 32 71 36726

E-mail: Yves.Froidevaux@bfs.admin.ch

N° de commande: 824-1000-05

Sommaire

Introduction	4	5 Sécurité sur Internet	16
1 L'essentiel en bref	5	5.1 Perceptions	16
1.1 Accès des ménages	5	5.2 Précautions	17
1.2 Activités des internautes	5	5.3 Fréquence des problèmes de sécurité	18
1.3 La sécurité préoccupe les internautes	5	6 Comparaison internationale	19
1.4 La Suisse dans le peloton de tête	5	6.1 Accès des ménages et types de connexions	19
2 Accès des ménages à Internet	6	6.2 Internaute	20
2.1 Caractéristiques des ménages connectés	6	7 Méthodologie	21
2.2 Types de connexions fixes	6	7.1 Echantillon, taux de réponse et extrapolation	21
2.3 Moyens d'accès et connexions mobiles	7	Définitions	23
2.4 Raisons du non accès à domicile	8		
3 Qui sont les internautes?	10		
3.1 Portrait type	10		
3.2 Lieux et intensité d'utilisation	11		
4 Activités des internautes	14		
4.1 Internet omniprésent	14		
4.2 Fossé numérique dans les motifs d'utilisation	15		

Introduction

Depuis le début des années 2000, l'Office fédéral de la statistique (OFS) fournit des informations sur la «société de l'information» en Suisse. Les résultats sont disponibles soit sous la forme d'indicateurs sur Internet, périodiquement actualisés, soit par l'entremise de publications ou de rapports de méthodes.

Cette publication a pour objectif de présenter les premiers résultats de la nouvelle enquête menée par l'OFS dans le domaine de l'accès des ménages à Internet et de son utilisation par les particuliers. Effectuée en mai 2010 auprès de 3450 personnes et, pour certaines informations spécifiques, auprès de 3621 ménages, l'enquête «Omnibus TIC 2010» vise à offrir un instantané de la société de l'information en Suisse. L'enquête repose sur une méthodologie standardisée au niveau de l'Union européenne (UE). Les résultats permettent ainsi, pour la première fois, d'effectuer une comparaison fiable avec les pays voisins.

Le **chapitre 1** présente un rapide tour d'horizon des principaux résultats obtenus grâce à cette nouvelle enquête. Le **chapitre 2** se consacre à l'analyse sous l'optique des ménages alors que les **chapitres 3 et 4** se focalisent sur l'utilisateur, à savoir l'internaute. Un accent particulier est mis sur le type d'activité effectuée sur le web. Le **chapitre 5** se concentre sur une présentation de la thématique de la sécurité sur Internet. Le **chapitre 6** établit quelques comparaisons internationales concernant l'accès et l'utilisation. Enfin, le **chapitre 7** clôt cette publication en présentant les principaux éléments de la méthodologie de l'enquête omnibus TIC 2010.

Cette publication s'adresse aussi bien aux décideurs politiques, aux étudiants des hautes écoles, qu'aux journalistes et chercheurs qui s'intéressent au développement et à l'utilisation d'Internet dans notre société.

1 L'essentiel en bref

En moins de 15 ans, Internet s'est solidement installé dans les ménages suisses. Il est devenu un élément indispensable dans nombre d'activités de la vie privée, que ce soit dans le domaine de la communication, de l'information, de la consommation ou des loisirs.

1.1 Accès des ménages

En Suisse, au deuxième trimestre 2010, 77% des ménages disposent d'un accès Internet à la maison, dont plus de 90% avec une connexion à haut débit. Etant donné que 20% des ménages du pays déclarent ne pas vouloir Internet à domicile, ne pas en avoir besoin ou ne pas être intéressés, le taux d'accès à Internet est stabilisé à un niveau élevé.

La composition du ménage, sa taille et l'âge de ses membres jouent un rôle important dans le choix de posséder ou non un accès à Internet. Les taux d'accès varient considérablement. Ils atteignent 95% pour les ménages dont la personne la plus âgée a moins de 50 ans. Ils s'élèvent à 33% pour les ménages dont le membre le plus âgé a 70 ans ou plus.

1.2 Activités des internautes

L'utilisateur d'Internet (ci-après *l'internaute*) se définit comme la personne ayant utilisé Internet dans les trois mois précédant l'enquête. En Suisse, 78% des personnes âgées de 15 ans ou plus peuvent être qualifiées d'internautes.

L'âge, le niveau de formation et le genre influencent fortement non seulement le fait d'être internaute, mais également le type d'activités pratiquées sur Internet. On observe qu'au sein de la cohorte des moins de 30 ans, toutes les personnes sont internautes. Ce résultat s'explique par le fait que cette catégorie de personnes a grandi à l'ère numérique et intègre Internet dans la vie quotidienne. Au sein de ce groupe d'âge, le fossé numérique n'existe tout simplement pas.

Les trois quart des internautes, soit 3,8 millions de personnes, utilisent Internet quotidiennement. Un cinquième, soit 1,1 million, y consacre plus de 10 heures par semaine. A noter que les jeunes générations utilisent Internet de manière encore plus intensive.

1.3 La sécurité préoccupe les internautes

D'une manière générale, la prise de conscience des problèmes de sécurité est bien réelle. En effet, seule une minorité d'internautes déclare n'être «pas du tout» préoccupée par cette question. Face aux risques les plus fréquents, des mesures de précaution sont mises en œuvre. Plus de 80% des internautes disposent d'un logiciel de sécurité, dont la mise à jour est effectuée régulièrement.

Cependant, seulement 30% des internautes vivant dans un ménage avec enfant déclarent disposer d'un logiciel de contrôle parental ou de filtrage. Par ailleurs, pas moins de 40% des internautes n'effectuent jamais, ou presque jamais, de copies de sauvegarde. Ces éléments laissent entrevoir un décalage entre prise de conscience et action préventive. Le comportement de l'internaute reste ainsi un élément clé en matière de sécurité sur Internet.

1.4 La Suisse dans le peloton de tête au niveau international

Tant en termes d'accès des ménages que de connexion à haut débit et d'utilisation, la Suisse se situe juste derrière le groupe de tête des pays membres de l'UE les plus avancés.

Par rapport à 2004, la Suisse perd quelques places dans le classement des pays européens, passant du 5^e au 7^e rang pour l'accès des ménages et au 8^e rang pour la proportion d'internautes. Ce recul reste toutefois limité et la Suisse est clairement au-dessus de la moyenne des pays européens.

2 Accès des ménages

Haut niveau d'accès des ménages à Internet

Au premier trimestre 2010, 77% des ménages suisses disposent d'un accès Internet à la maison, 70% à large bande, 7% à bas débit. La Suisse a atteint un niveau très élevé. La marge de progression reste limitée dans la mesure où 20% des ménages déclarent ne pas vouloir Internet à domicile, ne pas en avoir besoin ou ne pas être intéressé.

2.1 Caractéristiques des ménages connectés

Le fait de disposer d'un accès Internet à domicile est étroitement lié à la composition du ménage, à sa taille et à l'âge de ses membres (cf. graphique G 1). Les taux varient entre 95% pour les ménages dont la personne la plus âgée a moins de 50 ans et à 33% pour les ménages dont le membre le plus âgé a 70 ans et plus. A partir d'une taille de trois personnes, plus de 90% des ménages sont équipés, contre 55% des ménages d'une personne. La présence d'enfant est clairement corrélée avec l'accès du ménage à Internet: 96% des ménages avec enfant dis-

posent d'un accès Internet contre 71% des ménages sans enfant. C'est un indicateur du rôle particulier que les enfants jouent dans l'adoption des nouvelles technologies. Ce critère de la présence d'enfant doit cependant être considéré conjointement avec l'âge. Pour les ménages les plus jeunes, l'accès à Internet est systématique et n'est plus significativement lié à la présence d'enfant.

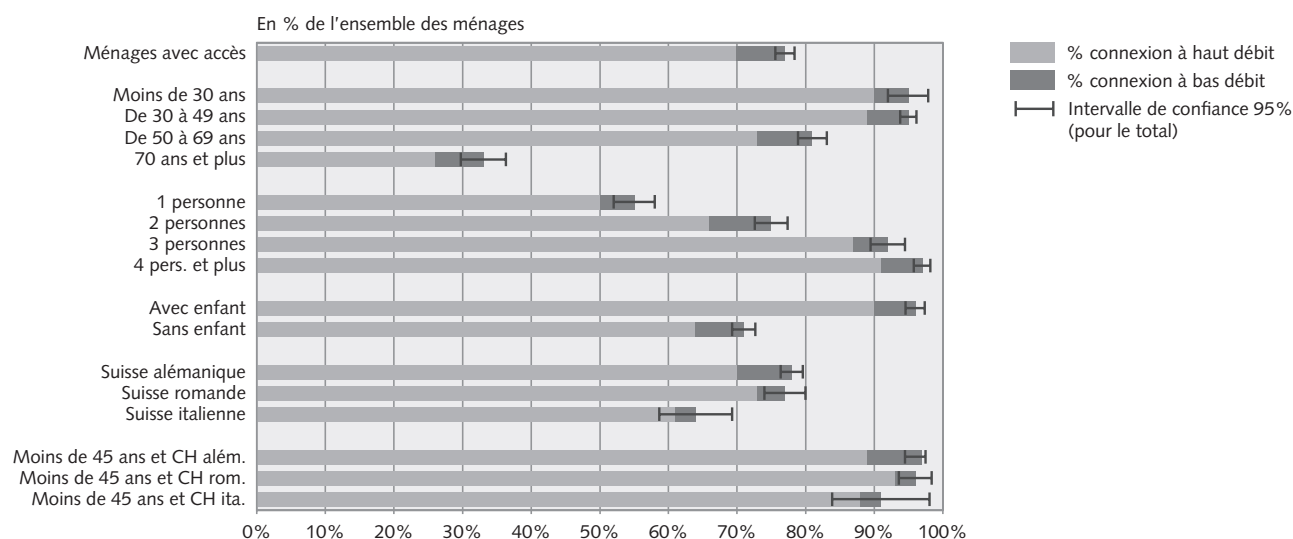
Du point de vue régional, la Suisse alémanique et la Suisse romande sont à un niveau équivalent. Elles précèdent la Suisse italienne, qui marque encore un certain retard. Cette différence géographique est cependant clairement réduite pour les ménages dont la personne la plus âgée a moins de 45 ans.

2.2 Types de connexions fixes

Le haut débit s'est généralisé en Suisse: 70% des ménages de notre pays disposent d'un accès à large bande et 7% ont un accès à bas débit à domicile (cf. graphique G 1).

Sur l'ensemble des ménages connectés à Internet, 91% disposent d'une connexion à haut débit. L'âge des membres du ménage et la présence d'enfant diffé-

Accès des ménages à Internet

G 1


rençient également les taux d'équipement avec le haut débit, mais dans une moindre mesure que pour l'accès à Internet proprement dit. La proportion tombe à 80% pour les ménages connectés dont la personne la plus âgée a plus de 70 ans, alors que la proportion est de 95% pour les ménages les plus jeunes.

Parmi les différents types de connexions fixes à haut débit, l'ADSL maintient fermement son premier rang avec les trois quarts des ménages équipés, le câble TV (CA-TV) étant utilisé par le quart restant (cf. graphique G2). La fibre optique, infrastructure d'avenir, reste encore minoritaire puisque seuls 2% des ménages mentionnent un tel type d'accès.

Concernant le haut débit, les différences régionales sont limitées. En Suisse allemande, 90% des ménages connectés à Internet disposent du haut débit. La proportion s'élève à 95% en Suisse romande et en Suisse italienne. Cette dernière compense par conséquent en partie son «retard» en termes d'accès par la qualité des connexions utilisées par les ménages.

La répartition des types de connexions haut débit varie sensiblement selon la région linguistique. L'ADSL domine partout. Sa prépondérance est cependant plus marquée en Suisse italienne (87% des ménages connectés) qu'en Suisse romande (78%) ou qu'en Suisse alémanique (66%). On observe par ailleurs que la grande région de Zürich est celle où la différence entre câble TV (32%) et ADSL (60%) est la plus faible. A contrario, au Tessin et dans la région lémanique, l'ADSL domine largement les connexions par réseau câblé.

2.3 Moyens d'accès et connexions mobiles

L'ordinateur fixe et l'ordinateur portable sont désormais à égalité comme vecteur de connexion à Internet. Les résultats montrent que 69% des ménages se connectent via un ordinateur fixe. Une proportion analogue de 68% des ménages utilise un ordinateur portable, conjointement ou non à l'ordinateur fixe (cf. graphique G3).

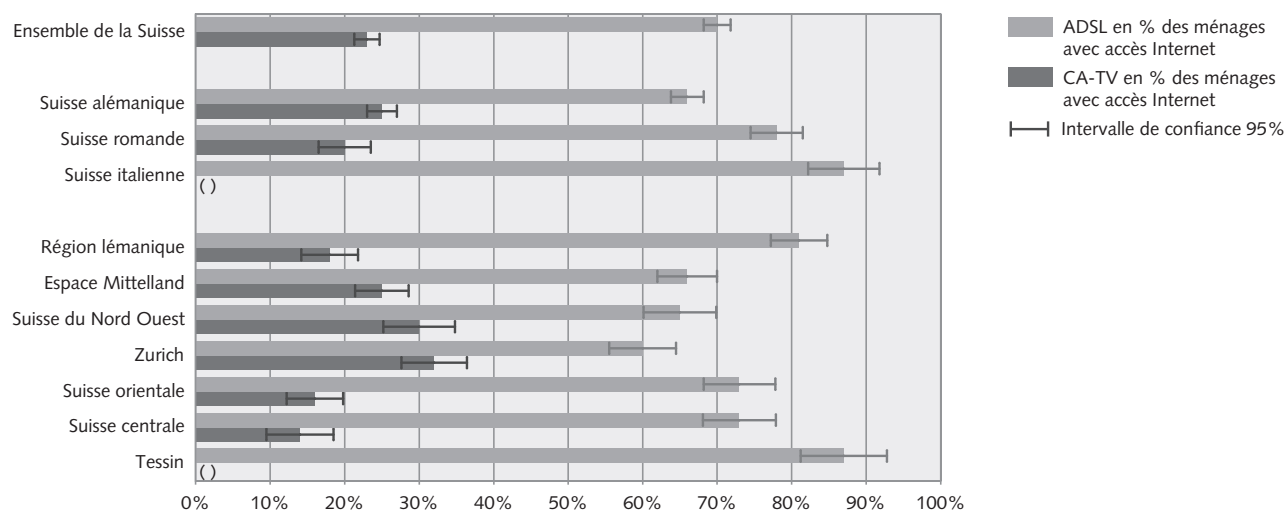
Au total, 75% des ménages indiquent qu'au moins un appareil mobile est utilisé pour accéder à Internet, que ce soit un ordinateur portable, un téléphone mobile ou un autre type d'appareil tels que console de jeu ou tablette numérique par exemple.

La fréquence des ménages citant des appareils mobiles est un indice du fort potentiel de mobilité des internautes. Le fait de disposer d'un réseau sans fil (wifi) à domicile représente une première étape dans l'évolution vers un usage mobile d'Internet: 58% des ménages avec accès Internet disposent d'une installation wifi et cette proportion monte à plus de 70% pour les ménages les plus jeunes (personne la plus âgée de moins de 30 ans).

L'Internet mobile proprement dit, soit la connexion mobile à haut débit hors du domicile, devient de plus en plus courant. Il est utilisé par un ou plusieurs membres du ménage dans plus du quart des ménages avec accès Internet (26%). L'accès avec un téléphone mobile de troisième génération (3G) est plus fréquent que l'accès par ordinateur portable. On peut encore relever que 39% des ménages les plus jeunes citent le téléphone mobile 3G comme moyen d'accès à Internet.

Types d'accès à haut débit: différences régionales

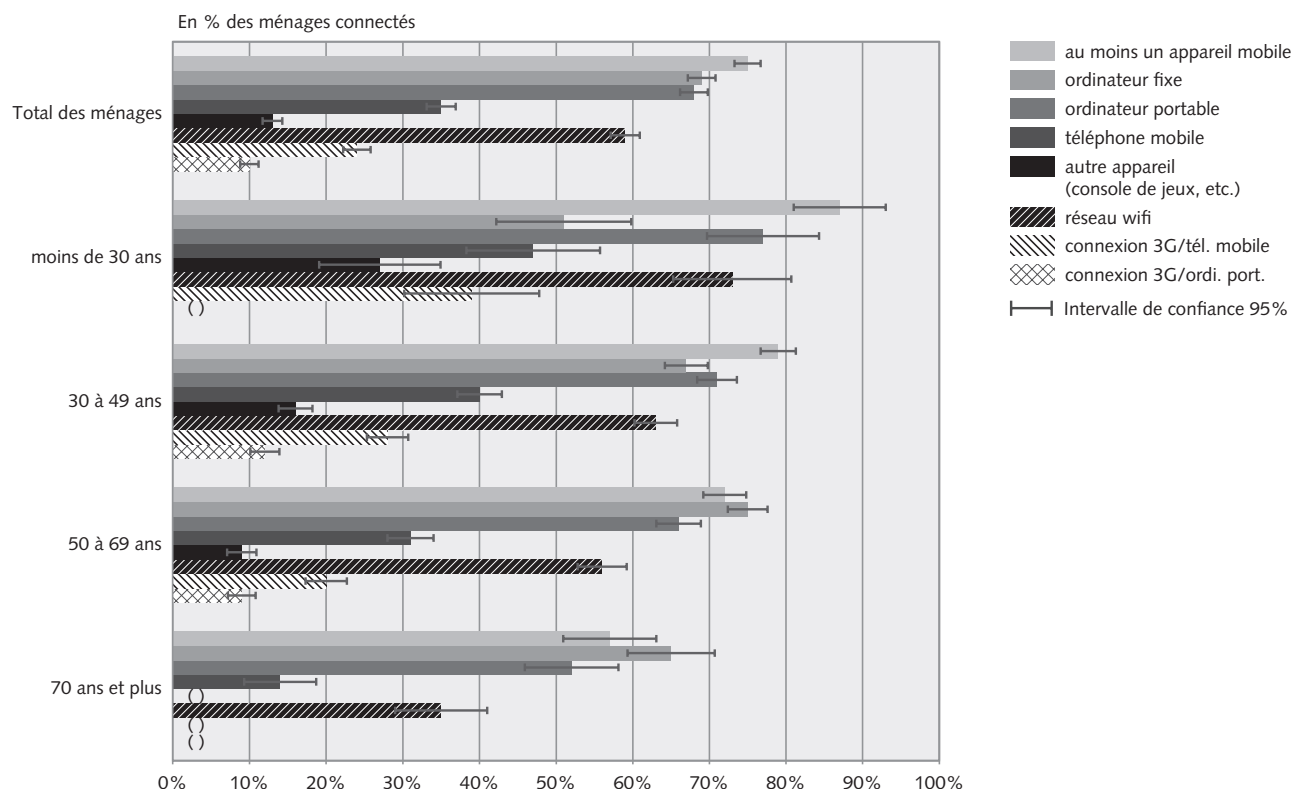
G 2



(): nombre de cas insuffisant

Appareils et connexions mobiles utilisés (par un ou plusieurs membres du ménage)

G 3



© Office fédéral de la statistique (OFS)

2.4 Raisons du non accès à domicile

En 2010, 23% des ménages n'ont pas d'accès à Internet à domicile. Les résultats de l'enquête permettent d'en identifier quelques raisons.

Une écrasante majorité (87% des foyers non connectés) ne veut tout simplement pas Internet. Ces ménages ne sont pas intéressés ou n'en ont pas besoin (cf. tableau T1). Les autres raisons invoquées sont le manque de compétence ou de confiance. C'est le manque de compétences nécessaires qui est cité le plus souvent (40% des ménages sans accès). Le manque de confiance et la crainte d'atteinte à la vie privée concernent environ un quart des ménages non connectés. Viennent ensuite le fait de disposer d'un accès hors du domicile (19%), d'avoir une difficulté ou incapacité physique (17%) et enfin de juger les coûts trop élevés (16%).

Le fait de ne pas avoir besoin d'Internet ou le manque de compétence est d'autant plus important que l'âge est élevé. En revanche, la possibilité d'accès ailleurs qu'à la maison ainsi que les coûts trop élevés sont des raisons plus souvent citées par les ménages moins âgés.

T1 Raisons du non accès à Internet à la maison

	en % du total des ménages	en % des ménages non connectés	idem, âge inférieur à 60 ans	idem, âge supérieur à 60 ans
le ménage...				
... n'a pas besoin d'internet	18%	81%	70%	84%
... ne veut pas internet à la maison	10%	44%	(36%)	46%
... ne veut pas ou n'en a pas besoin	20%	87%	78%	89%
... manque de compétence	9%	40%	(21%)	45%
... manque de confiance (souci de sécurité, vie privée)	5%	24%	(21%)	24%
... a un accès ailleurs	4%	19%	38%	15%
... ne peut pas, par incapacité physique (handicap)	4%	17%	()	19%
... n'a pas les moyens (coûts trop élevés)	4%	16%	(26%)	13%
... a d'autres raisons	(2%)	(9%)	()	(7%)

Ages: age de la personne la plus âgée du ménage

(n) indique un CV > 10%, mais <20%, et () un nombre de cas insuffisant

Source: OFS

3 Qui sont les internautes?

Plus de 5 millions d'internautes en Suisse

Au premier trimestre 2010, 78% des individus âgés de 15 ans et plus ont utilisé Internet au cours des trois derniers mois, représentant quelque 5,1 millions d'internautes. Les résultats montrent que cette population n'est pas homogène. Certes, le fossé numérique tend à se combler avec l'extension de l'accès à Internet et de son utilisation, mais certains critères déterminent encore de grandes différences. L'âge arrive en première position. Par contre, les différences selon le genre et le niveau de formation se sont fortement estompées et disparaissent pour les jeunes générations. Femmes ou hommes, avec ou sans formation post obligatoire, les personnes nées ou

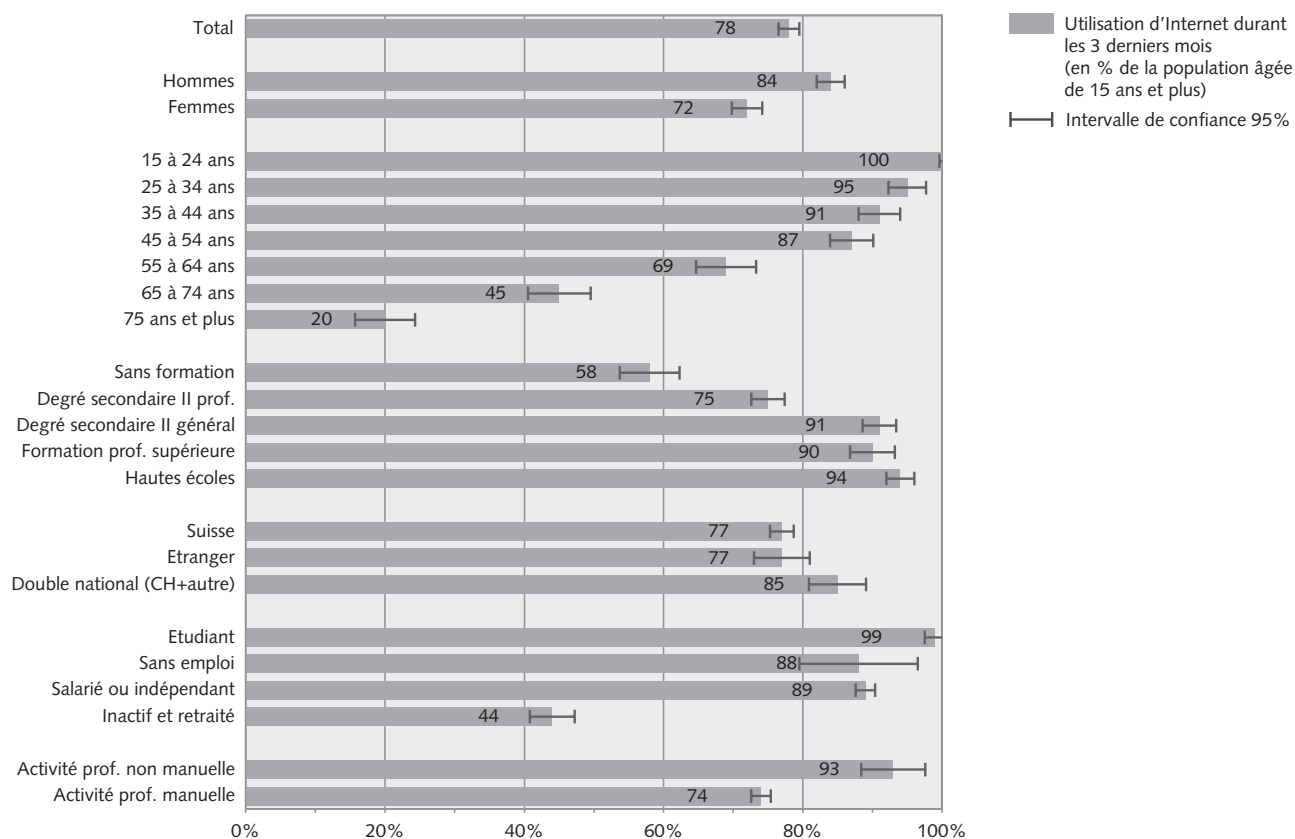
ayant grandi à l'ère numérique sont toutes internautes. Ces caractéristiques socio-démographiques conservent cependant une influence marquée sur l'intensité d'utilisation d'Internet et sur les activités pratiquées.

3.1 Portrait type

L'âge détermine les plus grands contrastes. Si plus de 95% des personnes de moins de 35 ans sont internautes, la proportion chute progressivement pour les classes d'âges plus élevées. Ainsi, seules 69% des personnes âgées entre 55 et 64 ans utilisent Internet. Cette proportion chute à 45% pour celles qui ont entre 65 et 74 ans et à 20% pour les personnes de 75 ans et plus (cf. graphique G 4).

Internautes en Suisse en 2010 (premier trimestre)

G 4



© Office fédéral de la statistique (OFS)

Le genre constitue également un critère de différenciation entre internautes et non internautes: 84% des hommes sont internautes contre 72% des femmes. Ce critère n'est toutefois pertinent que pour les générations des plus de 30 ans. Dans le groupe d'âges des 15–29 ans, 99% des hommes et 97% des femmes sont internautes (cf. graphique G5).

Le niveau de formation est également responsable de contrastes importants: 94% des personnes au bénéfice d'une formation tertiaire (Hautes écoles) sont internautes, contre 75% de celles de formation de degré secondaire II professionnel. La rupture se fait vraiment au sein du niveau secondaire II, entre niveau professionnel et niveau général. La proportion des internautes tombe à 58% pour les personnes sans formation post-obligatoire (cf. graphique G4). Enfin, si on observe le niveau de formation et l'âge, on constate qu'il n'existe pratiquement plus de différence dans le groupe des moins de 30 ans (cf. graphique G5).

L'analyse de la nationalité des personnes ne permet pas de mettre en évidence des différences significatives. La plus forte proportion d'internautes parmi les doubles nationaux s'explique essentiellement par la moyenne d'âge de ce groupe, constitué de personnes plus jeunes.

La proportion d'internautes selon le statut d'activité confirme sans surprise que les étudiants sont tous internautes. Il n'existe pas de différence entre actifs salariés ou indépendants et sans emploi. Les retraités et autres inactifs ne sont que 44% à être internautes, une faible proportion naturellement liée à l'âge de ces personnes.

Pour les actifs, le type de profession, manuelle ou non, influence encore le fait d'être ou non internaute. Trois quarts des personnes de profession manuelle sont internautes, alors que la proportion est supérieure à 90% pour les professions non manuelles.

De même que pour l'accès des ménages, les différences régionales sont faibles. Seul le Tessin affiche une proportion d'internautes dans la population (68%) qui est significativement inférieure à celle des autres régions (78%).

3.2 Lieux et intensité d'utilisation

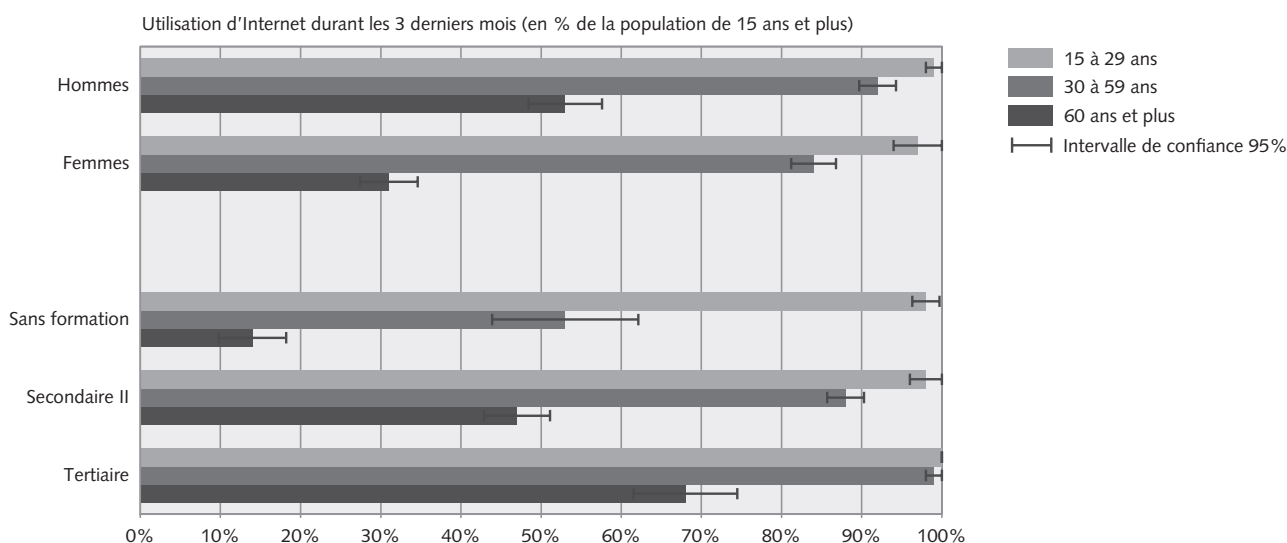
L'analyse porte ici sur les modalités de l'utilisation d'Internet: les lieux, la fréquence et la durée.

Dans l'ensemble, 95% des internautes utilisent Internet à domicile, ce qui représente les trois quarts de la population du pays (individus âgés de 15 ans et plus). Quel que soit l'âge, le sexe et le niveau de formation, cette proportion démontre le rôle que joue désormais Internet dans la vie personnelle des individus (cf. graphique G6).

La place de travail arrive au deuxième rang des lieux d'utilisation: 49% des internautes actifs (salariés et indépendants) indiquent utiliser Internet sur leur lieu de travail. L'utilisation au travail est clairement corrélée avec le niveau de formation, en rapport direct avec les professions exercées.

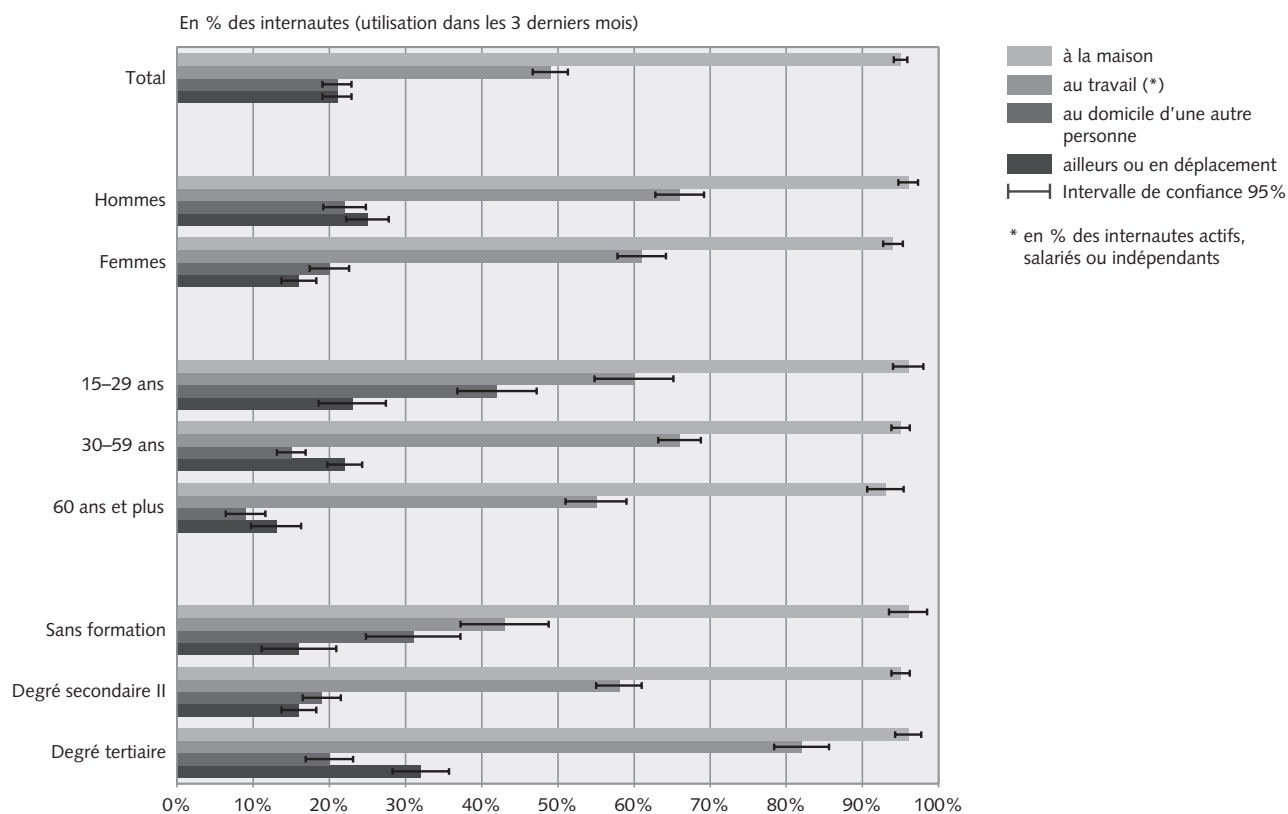
L'utilisation d'Internet au domicile d'un tiers concerne un cinquième des internautes. Elle apparaît comme un usage plus spécifique des jeunes générations; en effet,

Internautes selon l'âge et le genre ou l'âge et le niveau de formation **G 5**



Lieux d'utilisation d'Internet

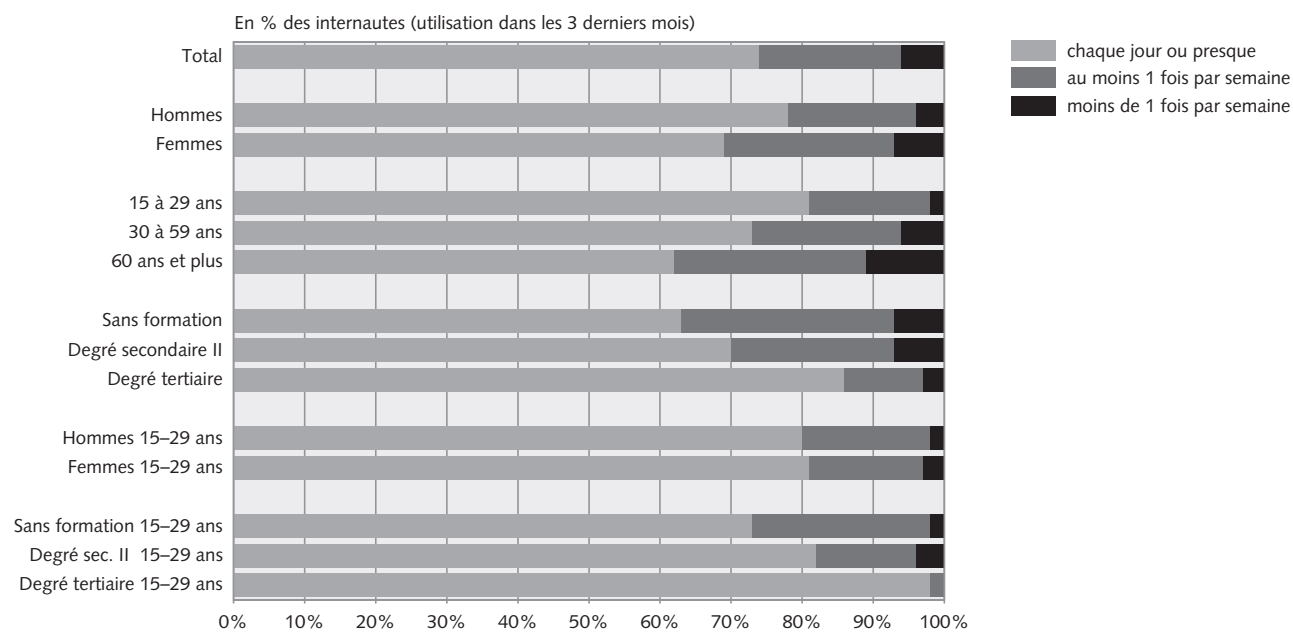
G 6



© Office fédéral de la statistique (OFS)

Fréquence d'utilisation d'Internet

G 7



© Office fédéral de la statistique (OFS)

40% des internautes de moins de 30 ans mentionnent ce lieu. Enfin, un cinquième des internautes déclare utiliser Internet dans d'autres endroits ou en déplacement, la proportion étant plus élevée pour les hommes (25%) et les personnes au bénéfice d'une formation supérieure (32%). Ces indications spatiales confirment l'avancée des usages mobiles d'Internet, même s'ils ne concernent encore qu'une minorité d'internautes.

La fréquence et la durée d'utilisation témoignent également de l'importance prise par Internet dans la vie quotidienne des internautes. Les trois quarts l'utilisent chaque jour ou presque et 94% au moins une fois par semaine (cf. graphique G7).

L'utilisation d'Internet est devenue quasi quotidienne pour les internautes de 15 à 29 ans, qui sont 81% à se connecter sur Internet chaque jour ou presque. La proportion est encore plus forte pour les internautes au bénéfice d'une formation de degré tertiaire. Ces derniers cumulent deux caractéristiques importantes (jeunes et formation supérieure) et sont tous quasi quotidiennement sur Internet (98%). A nouveau, la différence de genre n'existe plus pour les jeunes générations (cf. graphique G7).

L'estimation de la durée hebdomadaire d'utilisation permet d'observer une majorité d'internautes passant jusqu'à 5 heures par semaine sur Internet (58%), soit

moins d'une heure par jour en moyenne. Un cinquième des internautes (21%) consacre entre 6 et 10 heures par semaine à Internet. Moins de 10% estiment passer entre 11 et 15 heures par semaine sur Internet. Enfin, 15% des internautes peuvent être qualifiés de très assidus. Ce sont les quelque 750'000 personnes qui déclarent être connectées plus de 15 heures par semaine, soit plus de deux heures par jour en moyenne (cf. graphique G8).

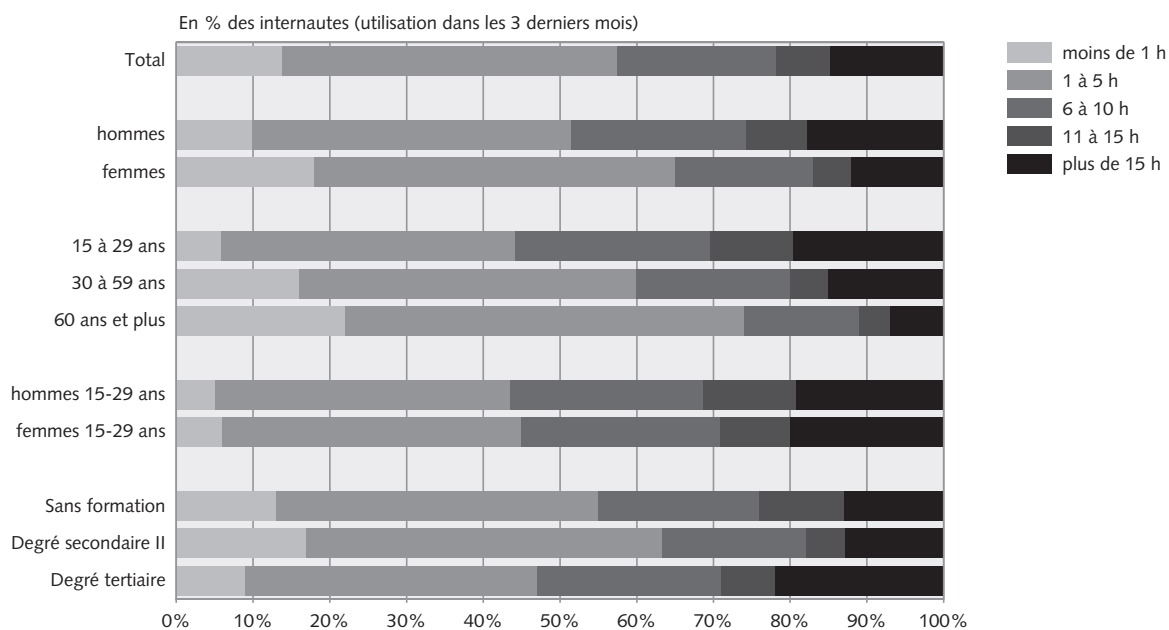
Comme la fréquence d'utilisation, la durée est étroitement liée à l'âge des internautes. Les jeunes générations ont très clairement une utilisation plus intense d'Internet, indépendamment du genre ou du fait d'avoir une formation post-obligatoire ou non.

Le groupe d'âge intermédiaire des 30-59 ans indique une répartition des durées d'utilisation proche de la moyenne d'ensemble; les différences sont néanmoins marquées selon le genre. Les internautes de plus de 60 ans apparaissent comme les moins assidus; c'est dans ce groupe que les différences selon le genre et le niveau de formation sont les plus fortes.

L'importance du facteur de l'âge dans la caractérisation des modalités d'utilisation – lieux, fréquence et durée – démontre la rapidité de l'évolution des 10 ou 15 dernières années et, surtout, le fait qu'Internet est très rapidement devenu un véritable standard de la vie quotidienne.

Durée hebdomadaire d'utilisation d'Internet

G 8



© Office fédéral de la statistique (OFS)

4 Activités des internautes

Forte variabilité des usages

L'augmentation de la fréquence et l'allongement de la durée d'utilisation d'Internet vont de pair avec une multiplication des activités. Les motifs d'utilisation considérés dans l'enquête correspondent à des activités exercées à des fins privées et durant les trois derniers mois, quel que soit le lieu d'utilisation.

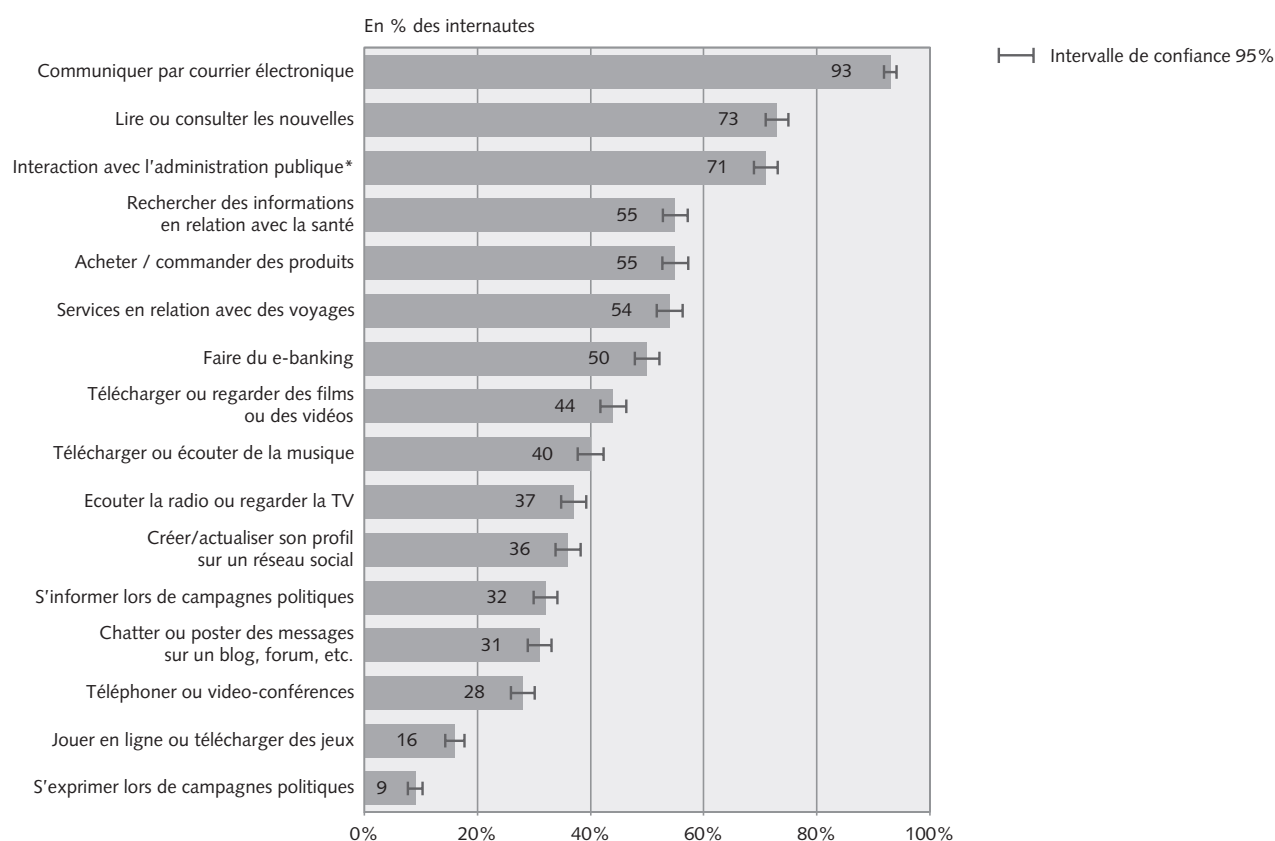
4.1 Internet omniprésent

Le courrier électronique est pratiqué par plus de 90% des internautes et les trois quart d'entre eux indiquent lire les journaux ou consulter les nouvelles sur Internet.

La recherche d'information sur le site officiel d'une administration publique (communale, cantonale ou fédérale) durant les 12 derniers mois est mentionnée par 71% des internautes.

Plus de la moitié des internautes effectue des recherches d'informations spécifiques au domaine de la santé. Le commerce électronique (ou e-commerce), soit les achats ou commandes effectués sur Internet, est pratiqué par une majorité d'internautes, soit près de 3 millions de personnes. Les services de voyage et d'hébergement, ainsi que les paiements électroniques et gestion de son compte en banque (ou e-banking) sont également pratiqués par une moitié des internautes.

Activités effectuées sur Internet à des fins privées (durant les 3 derniers mois) G 9



* activité effectuée au cours des 12 derniers mois

L'utilisation de réseaux sociaux, la messagerie instantanée ou encore la téléphonie sont le fait d'un tiers des internautes environ. Le téléchargement de musique est mentionné par 40% des internautes, tandis que seuls 16% indiquent télécharger des jeux ou jouer en réseau sur Internet.

Enfin, si un tiers des internautes s'informe par le média Internet lors de campagnes politiques, seuls 9% déclarent utiliser Internet pour donner leur avis ou s'exprimer dans ce contexte de campagnes politiques, que ce soit sur des blogs ou d'autres types de sites Internet.

4.2 Fossé numérique dans les motifs d'utilisation

Les motifs d'utilisation se différencient significativement en fonction de l'âge mais aussi du niveau de formation et du genre. Les différentes dimensions du fossé numérique conservent donc leur pertinence au niveau des activités pratiquées, révélant ainsi un fossé numérique de second ordre, qui se situe au niveau des modalités d'utilisation plutôt que de l'accès (cf. tableau T2).

Ainsi l'utilisation des réseaux sociaux est une activité typique des jeunes générations et plus fréquemment pratiquée par les personnes sans formation post-obliga-

toire. Le fait de poster des messages sur Internet (chat, blog, forum, etc.) est une activité exercée par deux tiers des jeunes contre moins d'un quart des internautes plus âgés. Le profil des internautes qui téléchargent de la musique est proche de celui des personnes qui téléchargent des films ou des vidéos: 68% des 15–29 ans le pratiquent, contre 34% des 30–59 ans. La proportion atteint même 84% pour les personnes âgées entre 15–29 ans sans formation post-obligatoire. Elle atteint 58% pour les jeunes au bénéfice d'une formation secondaire ou tertiaire.

Autre constat, la recherche d'informations sur la santé est une activité plutôt féminine. En effet, 62% des femmes internautes indiquent ce type d'activité, contre 48% pour les hommes. Aucune autre activité n'est aussi nettement différenciée selon le genre. Par contre, l'âge ne joue pas de rôle dans ce domaine.

Lire ou consulter les nouvelles, utiliser des services de e-banking, pratiquer le e-commerce, téléphoner par Internet ou encore s'informer lors de campagnes politiques sont clairement des activités plus caractéristiques des internautes au bénéfice d'une formation supérieure (Hautes écoles).

T2 Activités effectuées sur Internet à des fins privées (durant les 3 derniers mois)

	en % des internautes	en % des internautes de 15 à 29 ans	en % des internautes de formation supérieure	en % des internautes hommes de 15–29 ans	en % des internautes femmes de 15–29 ans
Communiquer par courrier électronique	93	95	97	93	97
Lire ou consulter les nouvelles	73	76	81	74	78
Interaction avec l'administration publique (*)	71	64	84	63	64
Rechercher des informations en relation avec la santé	55	45	59	35	57
Acheter/commander des produits	55	49	69	53	46
Services en relation avec des voyages	54	43	70	43	44
Faire du e-banking	50	45	65	44	46
Télécharger ou regarder des films ou des vidéos	44	77	43	83	71
Télécharger ou écouter de la musique	40	68	39	71	65
Écouter la radio ou regarder la TV	37	48	42	51	44
Créer/actualiser son profil sur un réseau social	36	72	29	71	73
S'informer lors de campagnes politiques	32	28	48	22	()
Chatter ou poster des messages sur un blog, forum, etc.	31	63	24	68	57
Téléphoner ou video-conférences	28	37	36	39	(35)
Jouer en ligne ou télécharger des jeux	16	26	(12)	36	(16)
S'exprimer lors de campagnes politiques	9	8	(12)	()	()

(*): durant les 12 derniers mois

(): nombre de cas insuffisant; (n) coefficient de variation > 10%

Source: OFS

5 Sécurité sur Internet

Préoccupation généralisée mais lacunes au niveau des précautions prises

La perception des risques, l'expérience de problèmes de sécurité et les précautions prises par les utilisateurs d'Internet sont les trois principaux éléments qui ressortent de la thématique de la sécurité abordée lors de l'enquête de 2010. La perception du risque et les mesures de précaution effectivement prises permettent de mesurer le niveau de confiance des utilisateurs. Cette dernière est nécessaire pour la poursuite du développement de l'utilisation des services tels que le e-commerce, la cybersanté ou le e-gouvernement.

5.1 Perceptions

De manière générale, seule une minorité d'utilisateurs déclare n'être pas du tout préoccupée par les problèmes de sécurité sur Internet (cf. graphique G10). Partant de l'hypothèse que la préoccupation implique une certaine

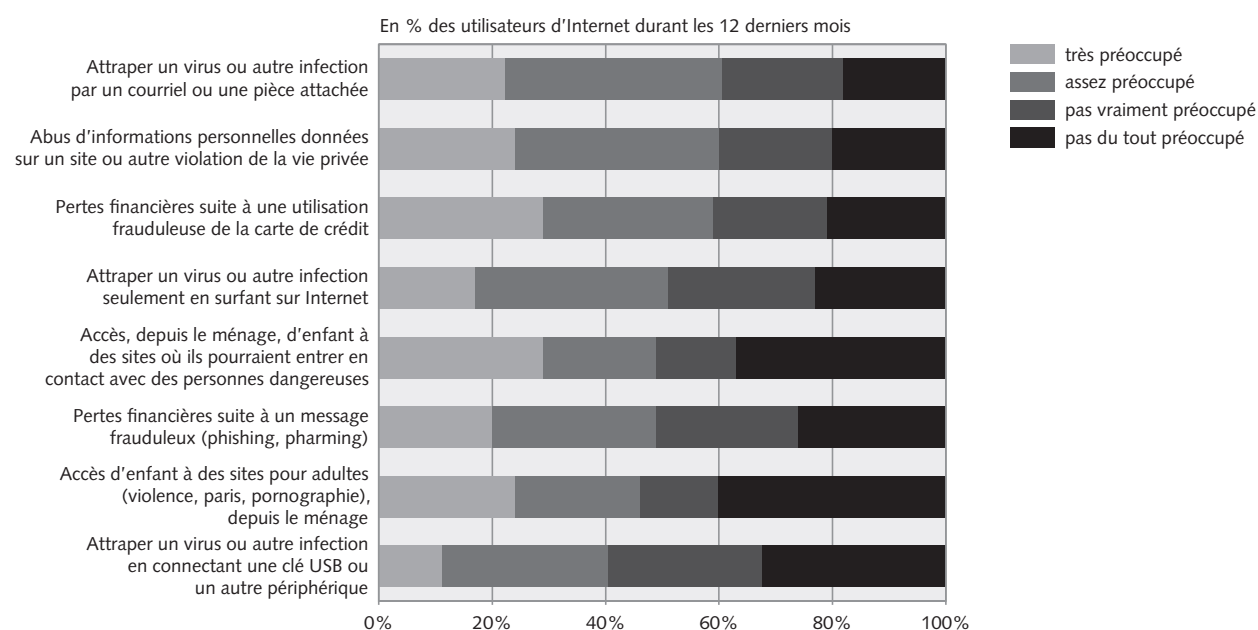
prise de conscience, on peut conclure que la prise de conscience est bien réelle pour une bonne majorité d'utilisateurs d'Internet.

La proportion d'internautes «très préoccupés» varie sensiblement selon les problèmes évoqués. Elle est la plus élevée pour les risques en lien avec les enfants et les fraudes à la carte de crédit. Bien que présente, la crainte d'abus de données personnelles et d'infections de son ordinateur paraît moins marquée.

Concernant les problèmes de virus, il est intéressant de constater que la prise de conscience des risques varie selon le vecteur de l'infection. Si 60% des internautes se disent très ou assez préoccupés par les virus dans les courriers électroniques, la proportion baisse à 50% lorsque l'on considère le risque d'infection par simple consultation de sites Internet. Et il n'y a plus que 40% d'internautes qui sont préoccupés par le danger d'infection lié à la connexion d'une clé USB ou d'un autre équipement accessoire à son ordinateur.

Préoccupation face aux problèmes de sécurité sur Internet

G 10



© Office fédéral de la statistique (OFS)

5.2 Précautions

Face aux risques, plus ou moins bien identifiés, l'écrasante majorité des internautes prend des précautions. Près de 80% des utilisateurs déclarent disposer d'un logiciel de sécurité, tandis que 8% délèguent la question de la sécurité à quelqu'un d'autre dans le ménage. Seulement 1% des utilisateurs disposant d'un ordinateur à domicile ignorent s'ils utilisent ou non un logiciel de sécurité. Au final, seule une proportion relativement limitée d'environ 12% d'utilisateurs déclare ne pas avoir de logiciel de sécurité.

Disposer d'un tel logiciel est le premier pas vers la sécurité. Encore faut-il s'assurer que l'application soit régulièrement mise à jour. De ce point de vue, la situation apparaît comme relativement bonne. Si l'on considère ensemble les mises à jour automatiques (63%), les mises à jour «dès que possible» (18%) ou la délégation de cette tâche à quelqu'un de plus compétent au sein du ménage (13%), la proportion d'utilisateurs disposant de logiciel de sécurité régulièrement mis à jour dépasse 90%. On peut relever que cette question «technique» est encore très marquée par le genre: 21% des femmes internautes délèguent le soin des mises à jour, contre 7% des hommes.

On peut encore signaler que 88% des utilisateurs déclarent disposer d'un anti-virus, 66% d'un pare-feu, 63% d'un filtre anti-spam et 19% d'un filtre de contrôle parental. En outre, 30% des internautes utilisent une suite logicielle (package), mais en ignorent les composants. La proportion d'internautes disposant d'autres logiciels de sécurité, des logiciels de cryptage ou de désinfection par exemple, est très faible (5%).

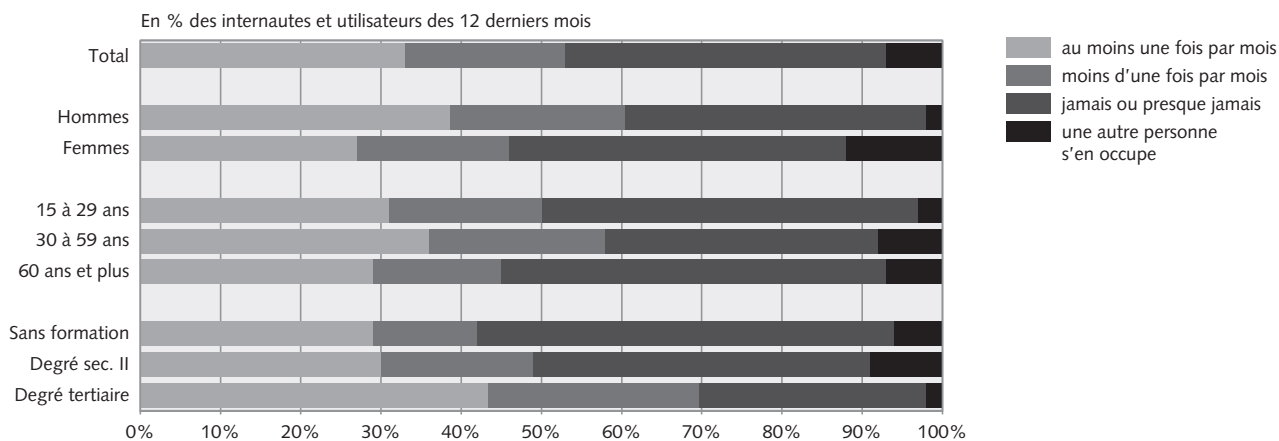
Considérant uniquement les internautes vivant dans un ménage avec enfant, 30% d'entre eux déclarent disposer d'un logiciel de contrôle parental ou de filtrage. Cette faible proportion est un indice de l'existence d'une contradiction entre la prise de conscience des problèmes de sécurité et la réalité des précautions prises.

La mesure de la fréquence des copies de sauvegarde est un autre indicateur qui suggère qu'il existe un certain décalage entre la prise de conscience des risques d'Internet et une action préventive. Si la grande majorité des internautes est consciente des problèmes de sécurité, une minorité seulement prend une des précautions de base, telle que la sauvegarde régulière des données personnelles. Un tiers des usagers effectue une sauvegarde au moins une fois par mois, un cinquième moins d'une fois par mois et pas moins de 40% des internautes n'effectuent jamais ou presque jamais de copie de sécurité (cf. graphique G 11).

A nouveau, la mise en application de ce type de précaution est marquée par le genre: les femmes confient plus fréquemment cette tâche à quelqu'un d'autre dans le ménage. Les internautes de moins de 30 ans et ceux de plus de 60 ans sont les moins enclins à faire des sauvegardes. Près de la moitié n'en font jamais, contre 34% pour les 30-59 ans. Cependant, les différences de comportement les plus marquées apparaissent selon le niveau de formation. La proportion d'internautes n'effectuant jamais, ou presque jamais, de copies de sécurité est inversement proportionnelle au niveau de formation. Alors que 52% des personnes sans formation post-obligatoire n'effectuent jamais des copies de sauvegarde, seuls 28% des personnes au bénéfice d'un degré tertiaire adoptent le même comportement.

Fréquence des copies de sauvegarde de ses données personnelles

G 11



5.3 Fréquence des problèmes de sécurité

Les problèmes rencontrés par les internautes durant les 12 derniers mois paraissent confirmer le décalage entre la prise de conscience des risques et l'action préventive, qui s'avère lacunaire ou inefficace. Il n'est pas surprenant que les spam apparaissent en première position: 68% des usagers déclarent être touchés. Vu l'ampleur connue du phénomène, cette proportion peut paraître faible mais elle s'explique vraisemblablement par le renforcement des mesures prises au niveau des serveurs par les fournisseurs d'accès.

Viennent ensuite les infections par virus ou maliciels (malwares), qui apparaissent comme très communes: 20% des utilisateurs d'Internet, soit plus d'un million de personnes, ont vécu ce type de problèmes dans les 12 mois précédents l'enquête.

L'abus d'informations personnelles ou la violation de la vie privée sont mentionnés comme un problème de sécurité rencontré par 3% des internautes. L'accès par des enfants à des sites non appropriés ou la prise de contacts potentiellement dangereux sont déclarés par 2% des internautes (soit environ 100'000 personnes)¹.

Enfin, les pertes financières suite à une utilisation abusive de la carte de crédit ou à un message frauduleux (phishing) sont mentionnées dans une même proportion et ont donc touché environ 100'000 personnes en Suisse.

En conclusion, il ressort de l'enquête que les problèmes de sécurité sur Internet préoccupent une majorité d'internautes. Ces derniers disposent de logiciels de sécurité dont la mise à jour paraît relativement bien prise en charge. Cependant, la réalité et la fréquence des problèmes rencontrés tendent à montrer qu'il reste beaucoup à faire pour combler le décalage entre la prise de conscience et l'action préventive.

¹ Le nombre de cas compris dans l'échantillon est trop faible et ne permet pas de différencier ces deux problèmes de sécurité en rapport avec les enfants.

6 Comparaison internationale

La Suisse toujours dans le peloton de tête

Cette nouvelle enquête de l'OFS repose sur la méthodologie standardisée des 27 pays membres de l'Union Européenne. Afin d'assurer une comparabilité absolue avec les résultats de l'UE, il a fallu apporter quelques ajustements aux données de base présentées aux chapitres précédents. En effet, à l'échelle européenne, la population de référence est constituée des personnes âgées de 16 à 74 ans et des ménages comprenant au moins une personne dans cette catégorie d'âges. La population de référence de l'enquête suisse considère la population résidente permanente des individus de 15 ans et plus. Par conséquent, cette population doit être adaptée pour la ramener au standard européen. La non prise en compte des individus de 15 ans et des personnes de 75 ans et plus ramène l'échantillon à 3'215 ménages et 2'694 individus. Cette adaptation explique les différences entre les résultats publiés dans les chapitres précédents et ceux indiqués dans ce chapitre.

6.1 Accès des ménages et types de connexions

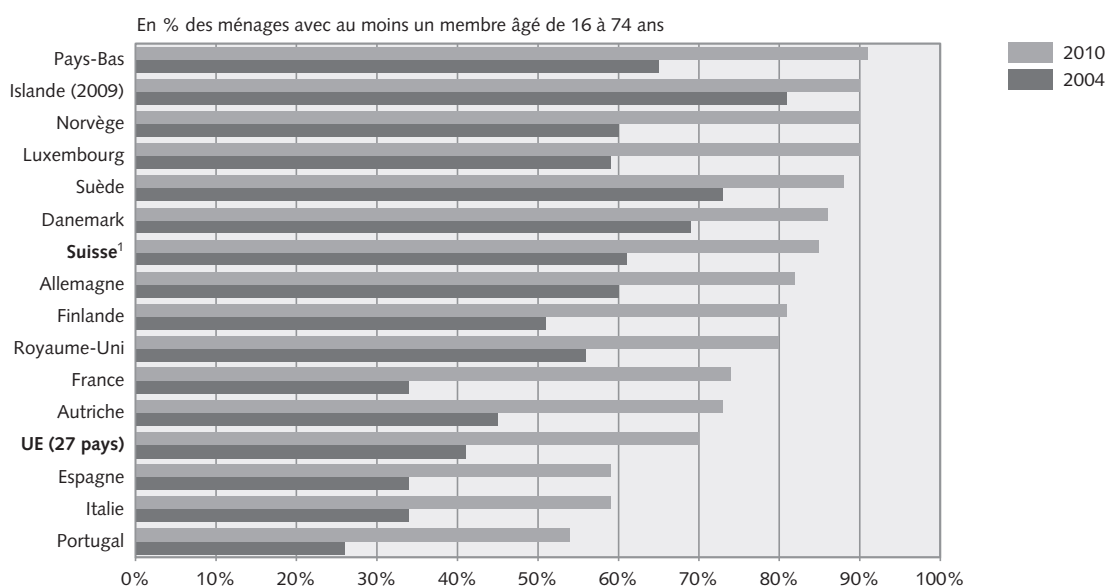
Tant en ce qui concerne le taux d'accès des ménages à Internet en général que la proportion de connexions à large bande, les résultats confirment la position de la Suisse dans le peloton de tête des pays européens les plus avancés, juste derrière les pays scandinaves et les Pays-Bas. Avec 85% des ménages connectés à Internet à domicile, la Suisse se place devant l'Allemagne (82%), le Royaume-Uni (80%), la France (74%) et à plus forte raison l'Italie qui, avec 59% de ménages connectés, est nettement à la traîne (moyenne des 27 pays de l'UE: 70%, cf. graphique G 12).

Par rapport à 2004, la Suisse perd quelques places. Alors qu'elle se situait au 5^e rang des pays européens -avec 61% des ménages disposant d'un accès à domicile en 2004-, la Suisse se place dorénavant - avec un taux d'accès de 85% - au 7^e rang du classement de 2010.

Avec 77% des ménages disposant du haut débit, la Suisse est également dans le groupe de tête des pays européens, au même niveau que les Pays-Bas et largement au-dessus de la moyenne européenne qui s'établit à 61% (cf. graphique G 13).

Comparaison internationale: accès des ménages à Internet

G 12



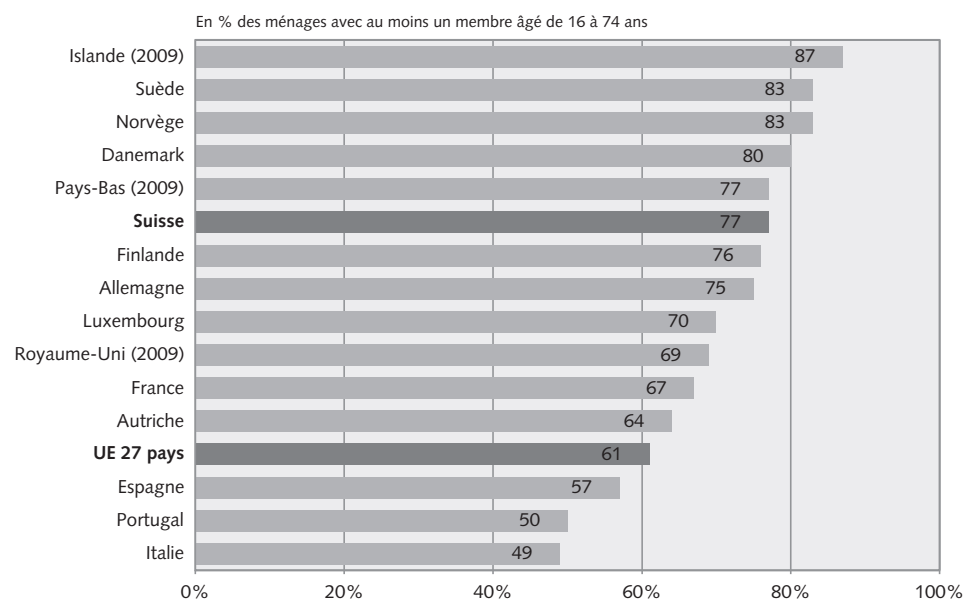
¹ 2004: ensemble des ménages

Sources: Eurostat, statistique de la société de l'information, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

Comparaison internationale: accès des ménages à Internet avec connexion à large bande

G 13



Sources: Eurostat, statistique de la société de l'information, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

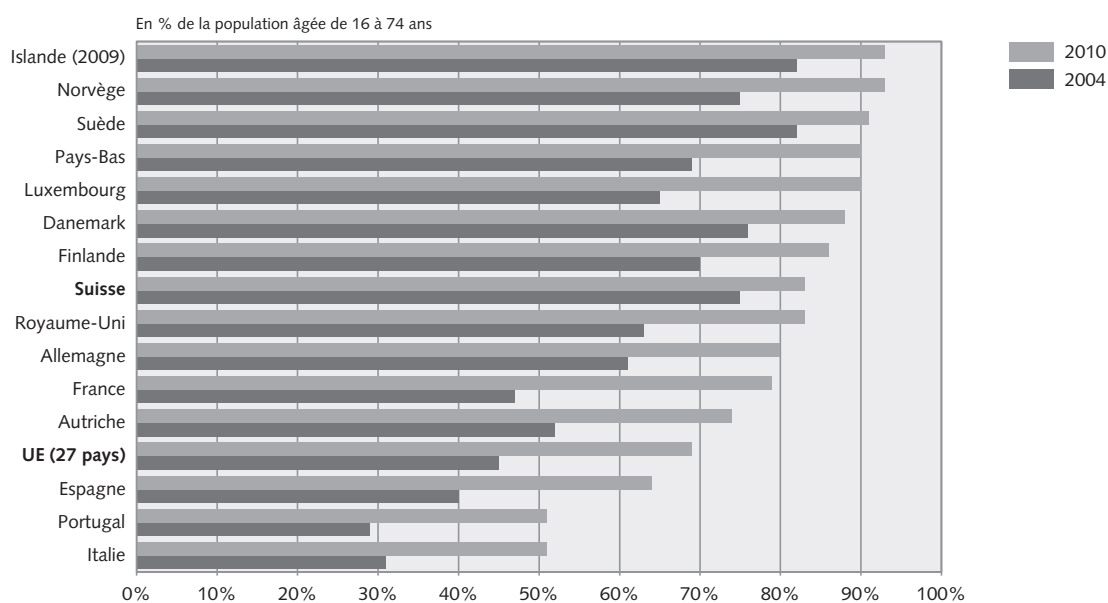
6.2 Internautes

En termes de proportion d'internautes dans la population de référence, soit les personnes de 16 à 74 ans, la Suisse se positionne à nouveau derrière le groupe de tête. Avec 83% d'internautes, notre pays se détache de la Norvège, de la Suède ou de l'Islande qui comptent plus de 90% d'internautes. La Suisse est à égalité du Royaume-Uni et talonnée par l'Allemagne (80%) et la France (79%).

L'évolution de ces dernières années indique que la Suisse a connu une progression plus faible que celle des autres pays. Les données disponibles en 2004 plaçaient la Suisse au 4^e rang. En 2010, notre pays se trouve au 8^e rang (cf. graphique G 14).

Internautes: particuliers ayant utilisé Internet au cours des 3 derniers mois

G 14



Sources: Eurostat, statistique de la société de l'information, OFS

© Office fédéral de la statistique (OFS)

7 Méthodologie

7.1 Echantillon, taux de réponse et extrapolation

L'enquête Omnibus TIC a été réalisée sur un échantillon brut de 6'400 ménages tirés dans une base de sondage téléphonique. Parmi ces ménages, 4'900 étaient éligibles (77% de l'échantillon brut), un ménage éligible étant un ménage privé comprenant au moins une personne de 15 ans et plus. La taille de l'échantillon net des ménages était égale à 3'621 (74% des ménages éligibles) et celle de l'échantillon net des individus à 3'450 (70% des personnes cibles des ménages éligibles) (cf. tableau T3).

L'objectif était d'avoir un nombre de répondants de 15 ans et plus (population cible) compris entre 3'000 et 4'000 personnes qui permette également de remplir les exigences d'Eurostat concernant la précision des données pour la statistique communautaire sur la société de l'information. Le coefficient de variation des proportions sur la population totale des 16 à 74 ans ne devant pas excéder les 2% et le coefficient de variation des proportions sur des sous-populations représentant au moins 5% de la population totale ne devant pas excéder les 4%. Cet échantillon était stratifié par grande région (NUTS 2), avec des tailles proportionnelles à la population cible de chaque grande région, excepté pour la plus

petite, le Tessin, dont la taille était fixée égale à la plus petite des autres grandes régions, la Suisse centrale.

La base de sondage téléphonique était celle construite par l'OFS en janvier 2010 à partir des livraisons de numéro de téléphone par les différents opérateurs téléphoniques de Suisse. Cette base peut s'apparenter à une base de ménage et, de cette manière, a permis d'atteindre les ménages pour la première partie du questionnaire (questionnaire ménage), puis de sélectionner aléatoirement une personne cible dans chaque ménage pour la deuxième partie du questionnaire (questionnaire personne). Du fait de sa construction à partir de registres de numéros de téléphone, cette base induit une sur-couverture, éliminée par la sélection des ménages éligibles et une sous-couverture de la population cible.

Pour calculer les estimations des variables d'intérêt de l'enquête, on a procédé à une pondération des ménages pour les réponses du questionnaire ménage et à une pondération des personnes pour les réponses du questionnaire personne en prenant en compte la non réponse.

Afin de corriger la sous-couverture de la population cible par la base de sondage et d'améliorer la précision des estimations, un calage sur marge a été effectué pour

T3 Echantillonnage et taux de réponse

Strate		Taille échantillon brut	Ménages éligibles		Répondants ménage		Répondants personne	
Numéro	Nom		Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
1	Région lémanique	1 139	854	75%	583	68%	559	65%
2	Espace Mittelland	1 385	1 054	76%	770	73%	726	69%
3	Suisse du Nord-Ouest	831	665	80%	512	77%	493	74%
4	Zurich	1 043	812	78%	621	76%	591	73%
5	Suisse orientale	849	652	77%	486	75%	466	71%
6	Suisse centrale	567	455	80%	330	73%	319	70%
7	Tessin	586	408	70%	319	78%	296	73%
Total		6 400	4 900	77%	3 621	74%	3 450	70%

Source: OFS

ces deux poids. Pour le poids ménage, les variables de calage utilisées ont été le sexe et l'âge (8 classes d'âge: 15 ans/16 à 24 ans/25 à 34 ans/35 à 44 ans/45 à 54 ans/55 à 64 ans/65 à 75 ans/76 ans et plus), alors que pour le poids personne, il s'agissait du sexe, de l'âge (les mêmes 8 classes d'âge), de l'état civil (célibataire/marié(e)/veuf/veuve/divorcé(e)) et de la nationalité (suisse/étrangers). Ces variables ont été calées sur les chiffres de la population résidente permanente à la fin de l'année 2009 (ESPOP 2009).

Définitions

ADSL: Asymmetrical Digital Subscriber Line; technologie d'accès Internet à haut débit, par le fil du téléphone.

Câble TV (CATV): câble coaxial TV permettant également un accès Internet à haut débit.

e-commerce: commerce électronique. Toute transaction effectuée par Internet ou autre réseau informatique. Les biens et services sont commandés sur ces réseaux mais le paiement et/ou la livraison proprement dite peuvent s'effectuer en ligne ou hors ligne (définition OCDE).

Grandes régions: Région lémanique (Genève, Vaud, Valais); Espace Mittelland (Berne, Fribourg, Jura, Neuchâtel, Soleure); Suisse du Nord-Ouest (Argovie, Bâle-campagne, Bâle-Ville); Zurich (Zurich); Suisse orientale (Appenzell, Glaris, Grisons, St.-Gall, Schaffhouse, Thurgovie); Suisse centrale (Lucerne, Nidwald, Obwald, Schwyz, Uri, Zoug); Tessin (Tessin).

Haut débit, large bande: expression synonyme désignant les accès Internet «rapides», dont le débit de transmission est supérieur à 256 Kbit/s, par opposition aux anciens accès à bas débit par modem téléphonique.

Internaute: personne ayant utilisé Internet dans les trois derniers mois (dans les 3 mois précédents l'enquête). La population prise en compte en Suisse est la population résidente permanente âgée de 15 ans et plus. Pour les comparaisons internationales, la population de référence est constituée des personnes de 16 à 74 ans et des ménages dont une personne au moins appartient à cette tranche d'âge.

Intervalle de confiance et coefficient de variation (CV): Le coefficient de variation (CV), ou écart-type relatif, est le quotient de l'écart-type (racine carrée de la variance) de l'estimateur de la valeur cherchée, par cet estimateur:

$$CV(\hat{\theta}) = \frac{\sqrt{\text{Var}(\hat{\theta})}}{\hat{\theta}}$$

Pour obtenir l'intervalle de confiance à 95%, en terme de pourcent de la valeur estimée, il suffit de multiplier le CV par un facteur de 1.96 que l'on arrondi fréquemment à 2. Ainsi un coefficient de 5% pour une estimation signifie que l'intervalle de confiance à 95% de cette estimation sera de +/- 10% et, si l'estimation vaut 1'000, l'intervalle à 95% est donné par: 1'000 +/- (1'000 x 10%) = 1'000 +/- 100 = [900 ; 1'100].

Maliciel/malware: programme informatique malveillant, développé dans le but de nuire à un système informatique. Les virus et les vers en sont deux exemples parmi les plus connus.

Niveaux de formation: sans formation post-obligatoire; degré secondaire II (regroupe le secondaire II des écoles de formation générale et de formation professionnelles); degré tertiaire (regroupe les formations professionnelles supérieures et les hautes écoles, HES et Universités).

Phishing: «hameçonnage», par cette technique basée sur des courriels ou des sites Internet déguisés afin de faire croire à la victime qu'elle s'adresse à un tiers de confiance, les fraudeurs tentent d'accéder aux données personnelles confidentielles, par exemple aux données d'accès de compte de e-banking.

WIFI: Wireless Fidelity; terme utilisé pour désigner les réseaux locaux sans fil, en particulier à domicile.

3 G, carte 3G, modem USB: 3^e génération de réseau téléphonique mobile cellulaire, utilisé pour se connecter à Internet avec un téléphone mobile ou un ordinateur portable muni d'une carte modem ou d'une clé USB permettant d'accéder au réseau cellulaire 3G ou plus.

