

12/2006

Auteur

Morag OTTENS

Contenu

Internet et bande large –
comparaison entre ménages et
entreprises..... 2

23% des ménages disposent de la
bande large 3

L'utilisation régulière d'Internet
montre un écart de 46 points de
pourcentage entre les étudiants et
les chômeurs..... 3

Les entreprises utilisent davantage
Internet pour l'achat que pour la
vente des biens 4

62% des entreprises sont
présentes sur la Toile,
principalement pour
commercialiser leurs produits 4

Les livres et les voyages
représentent les achats en ligne les
plus fréquents par les particuliers.6

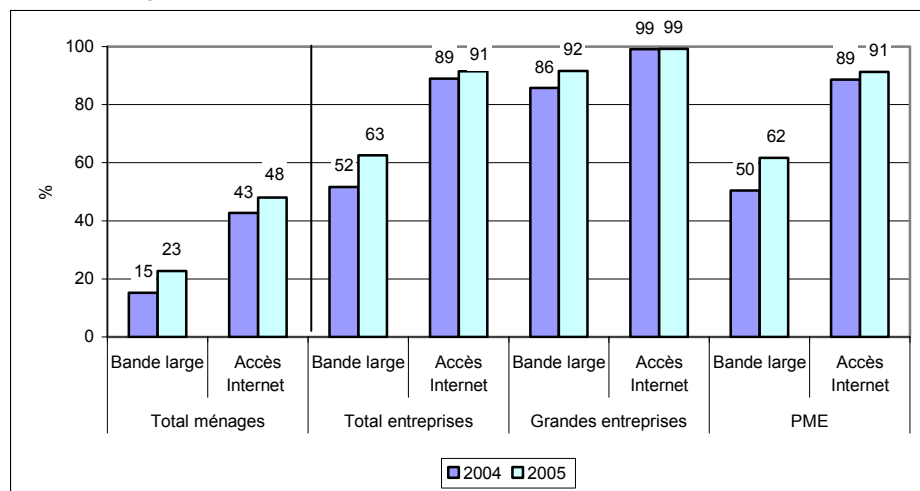


Utilisation d'Internet par les particuliers et les entreprises

Les principaux points abordés dans ce numéro sont résumés ci-après.

- Le pourcentage de ménages naviguant sur Internet a continué de croître en 2005 et on a enregistré une augmentation de la connexion à large bande, surtout dans les petites et moyennes entreprises (PME) et les ménages.
- L'Islande et les Pays-Bas présentent les taux accès à Internet les plus élevés pour les ménages, et la Finlande pour les entreprises.
- La connexion à large bande dans les ménages est la plus répandue en Belgique et en Estonie.
- Parmi les nouveaux États membres, la proportion de particuliers qui n'ont jamais utilisé Internet est plus élevée que celle des utilisateurs réguliers, sauf pour la Slovaquie et l'Estonie.
- 36% des entreprises utilisent Internet pour commander des biens et des services.
- Presque 90% des entreprises utilisent leur propre site Internet pour la commercialisation de produits.
- Les livres et les voyages représentent les achats en ligne les plus fréquents chez les particuliers.

Graphique 1: Accès à Internet et connexion à large bande dans les entreprises et les ménages – UE25, 2004-2005



Source : Eurostat, Enquêtes communautaires sur l'utilisation des TIC dans les entreprises et les ménages.

Note : Données non disponibles pour :ménages :FR, IE, MT ; Entreprises : FR,MT,PT

Au Conseil européen de Lisbonne, en mars 2000, les chefs d'État et de gouvernement de l'Union européenne ont adopté une stratégie afin de préparer l'UE aux défis du siècle nouveau. Elle est désormais connue sous le nom de « stratégie de Lisbonne ». Les objectifs fixés à Lisbonne – croissance plus soutenue, davantage d'emplois mieux qualifiés et cohésion sociale accrue – étaient ambitieux et, pour les atteindre, il a été établi que les technologies de l'information et des communications (TIC) avaient un rôle capital à jouer. Aussi, pour donner un élan politique au développement de la société de l'information, la Commission européenne a-t-elle lancé l'initiative eEurope. En abordant les véritables problèmes au moment opportun, cette initiative a pleinement contribué au débat politique sur la société de l'information en Europe et au-delà. L'actuel plan d'action eEurope s'est achevé fin 2005.

Les enquêtes sur les TIC menées par Eurostat auprès des ménages et des entreprises mesurent, entre autres, le taux d'adoption de ces technologies et l'utilisation qui en est faite. Le présent numéro de « Statistiques en bref » met en lumière quelques-uns des premiers résultats de la vague d'enquêtes de 2005.

Internet et large bande – Comparaison entre ménages et entreprises

Le graphique 2 compare l'accès à Internet dans les ménages et les entreprises de plusieurs pays européens et dans l'UE25. L'axe horizontal montre qu'en 2005, un peu moins de la moitié (48%) des ménages de l'UE25 a accès à Internet à la maison. Le pourcentage moyen d'entreprises de dix salariés ou plus ayant accès à Internet en janvier 2005 était de 91%, comme indiqué sur l'axe vertical. La Finlande (98%) et le Danemark (97%) avaient la plus forte densité d'accès pour les entreprises, et les Pays-Bas (78%) et le Luxembourg (77%) pour les ménages.

Parmi les nouveaux États membres, la Slovaquie présentait le taux d'accès le plus élevé tant pour les ménages (48%, niveau de l'UE25) que pour les entreprises avec 96%, soit le même niveau que la Suède.

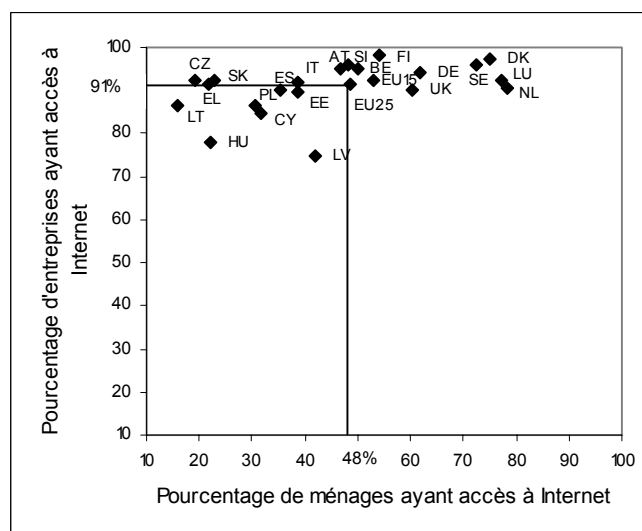
La République tchèque, la Lituanie, la Grèce et la Slovaquie affichent le plus grand écart dans l'accès à Internet entre les ménages et les entreprises. Les taux d'accès les plus faibles ont été observés en Lituanie pour les ménages (16%) et en Lettonie pour les entreprises (75%).

Dans la plupart des pays, la pénétration d'Internet a atteint le point de saturation au sein des grandes entreprises et des PME. En comparant l'utilisation d'Internet entre les différentes classes de taille, on constate que le Danemark, la Finlande, la Suède et la Slovaquie affichent le plus faible écart entre les grandes et les petites entreprises (tableau 1).

Naguère réservées aux grandes institutions du secteur privé, les technologies à large bande commencent manifestement à être adoptées par un grand nombre de PME et de ménages. Près d'un quart (23%) des ménages européens disposent d'une connexion à large bande, soit une augmentation de huit points de pourcentage en 2005, tandis que la majorité (62%) des PME utilisent les technologies à large bande, soit une progression de douze points de pourcentage enregistrée sur une année (graphique 1).

Les pays qui enregistraient le plus fort pourcentage d'entreprises disposant de la technologie à large bande étaient la Suède, le Danemark et la Finlande. Ils se situaient bien au-dessus de la moyenne des États membres, laquelle s'établissait à 63%. Pour l'ensemble des entreprises, la connexion à large bande est le moins répandue à Chypre (40%), en Pologne (43%) et en Grèce (44%). En moyenne, ces trois pays se situaient à vingt points de pourcentage en dessous de la moyenne de l'UE25.

Graphique 2: L'accès à Internet en 2005 dans les ménages et les entreprises



Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC dans les entreprises et les ménages

Note : Données non disponibles pour : Ménages : FR, IE, MT, NO ; Entreprises : FR, MT, PT, IS

Tableau 1: Proportion d'entreprises et de particuliers ayant accès à Internet et les entreprises ayant une connexion à large bande en 2005 (%)

		UE25	UE15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Toutes entreprises	bande large	63	65	78	52	82	62	67	44	76	:	48	57	40	48	57	64	48	:	71	61	43	:	74	48	81	83	65	:	78
	Internet	91	92	95	92	97	94	90	92	90	:	92	92	85	75	86	92	78	:	91	95	87	:	96	92	98	96	90	:	93
Grandes	bande large	92	93	93	81	97	95	91	77	93	:	86	93	91	73	72	85	83	:	92	94	90	:	96	66	96	98	90	:	98
	Internet	99	99	98	100	100	99	95	100	98	:	100	99	100	98	100	100	99	:	97	100	99	:	100	98	100	100	100	:	100
Moyennes	bande large	79	83	89	65	91	82	79	59	86	:	62	79	60	60	67	77	66	:	84	81	65	:	88	60	90	94	84	:	91
	Internet	98	98	99	98	100	99	96	98	96	:	98	98	99	93	98	98	100	:	96	99	98	:	98	98	99	100	99	:	98
Petites	bande large	59	61	75	48	80	57	63	41	74	:	43	54	36	45	54	61	43	:	68	56	36	:	69	45	78	80	61	:	76
	Internet	90	91	94	91	97	93	88	90	89	:	90	91	82	71	83	91	74	:	89	94	84	:	95	91	98	95	88	:	92

Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC dans les entreprises

Note : Données non disponibles : FR, MT, PT, IS

23% des ménages disposent d'une connexion à bande large

La connexion à large bande dans les ménages est le plus élevée en Islande, avec 63% ; viennent ensuite les Pays-Bas, avec 54%, et le Danemark avec 51% (tableau 2). Près de la moitié des ménages européens dispose d'un accès à Internet et 23% possède une connexion à large bande.

On peut constater que le taux d'accès à Internet est moins élevé dans les régions rurales à faible densité (40%) que dans les zones urbaines très peuplées (52%).

Tableau 2: Proportion des ménages disposant d'une connexion à large bande selon le degré d'urbanisation en 2005 (%)

		UE25	UE15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Total	Bande large	23	25	41	5	51	23	30	1	21	:	:	13	4	13	12	39	11	:	54	23	16	20	19	7	36	40	32	63	:
	Internet	48	53	50	19	75	62	39	22	36	:	:	39	32	42	16	77	22	:	78	47	30	31	48	23	54	73	60	84	:
Dense	Bande large	27	28	40	7	59	25	37	1	26	:	:	16	7	19	20	38	19	:	57	30	26	27	28	15	43	45	34	:	:
	Internet	52	55	49	22	80	62	45	29	42	:	:	41	40	50	25	68	32	:	80	49	40	36	53	33	59	67	58	:	:
Intermédiaire	Bande large	23	25	44	5	52	24	u	3	20	:	:	13	3	11	:	42	11	:	53	24	15	16	u	:	42	49	34	69	:
	Internet	49	53	54	18	74	61	u	15	34	:	:	38	39	59	:	83	22	:	78	48	31	30	50	:	56	83	64	86	:
Dispersée	Bande large	15	19	29	3	42	15	22	0	10	:	:	6	1	7	6	36	5	:	49	15	5	11	13	4	30	36	22	54	:
	Internet	40	49	41	17	70	62	32	16	23	:	:	34	16	34	9	81	14	:	75	44	19	23	45	19	51	72	67	82	:

Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC dans les ménages

Note : Données non disponibles pour FR, IE, MT, NO

u = donnée non fiable

L'utilisation régulière d'Internet montre un écart de 46 points de pourcentage entre les étudiants et les chômeurs.

En 2005, 43% de particuliers ont accédé à Internet en moyenne au moins une fois par semaine et un pourcentage identique a déclaré ne l'avoir jamais utilisé (tableau 3).

Les pays de l'UE15 comptent davantage de personnes qui utilisent Internet régulièrement que de personnes qui affirment ne l'avoir jamais utilisé. Parmi les nouveaux États membres, seules la Slovaquie et l'Estonie sont dans ce cas. Dans les autres nouveaux pays, la proportion d'individus qui n'ont jamais utilisé Internet est, en effet, plus élevée que celle des utilisateurs réguliers. Ceci vaut également pour la Grèce, l'Espagne, l'Italie et le Portugal.

Dans l'UE25, si l'on compare l'utilisation régulière d'Internet par les particuliers en fonction de leur occupation, les étudiants sont proportionnellement ceux qui utilisent le plus

régulièrement Internet. Par contre 48% des chômeurs déclarent ne jamais l'utiliser. Pour ce qui est de l'utilisation régulière d'Internet par les chômeurs, ce sont les Pays-Bas qui enregistraient le meilleur taux (87%), suivis de la Suède (80%). Ces deux pays se situaient bien au-dessus de la moyenne des États membres, qui s'établissait à 32%.

En ce qui concerne l'utilisation régulière d'Internet selon le sexe, on observe une différence de onze points de pourcentage entre les hommes et les femmes. Pour la Hongrie, la Lettonie et la Lituanie, cet écart est beaucoup moins marqué, avec seulement un point de pourcentage. Le taux de personnes qui n'ont jamais utilisé Internet s'élève globalement à 47% chez les femmes contre 39% chez les hommes. On note des taux identiques pour les hommes et les femmes en Hongrie et en Finlande.

Tableau 3: Utilisation régulière d'Internet par sexe et par activité professionnelle en 2005 - UE25*

	UE25	UE15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Utilise Internet au moins une fois par semaine																													
Total	43	46	53	26	73	54	54	18	35	:	:	28	26	36	30	63	34	:	74	49	29	28	40	43	62	76	54	81	:
Hommes	49	52	58	29	75	62	57	22	40	:	:	34	28	37	30	76	34	:	79	54	31	31	42	47	64	80	61	82	:
Femmes	38	41	48	23	71	47	51	15	30	:	:	23	24	36	29	51	33	:	68	43	28	25	39	39	60	72	47	79	:
Étudiants	79	81	88	63	95	88	95	48	77	:	:	66	64	81	85	87	71	:	97	91	74	88	u	79	79	95	86	98	:
Salariés	55	59	65	33	81	64	63	28	46	:	:	39	30	46	38	73	44	:	85	61	38	34	54	49	76	84	64	85	:
Travailleurs indépendants/travailleurs familiaux	47	51	69	u	74	73	u	20	39	:	:	38	22	22	16	66	49	:	83	59	24	23	u	63	67	79	61	80	:
Chômeurs	32	38	39	12	68	45	u	14	27	:	:	23	29	15	7	45	22	:	87	39	12	15	u	26	37	80	u	66	:
N'a jamais utilisé Internet																													
Total	43	40	39	63	14	29	36	73	50	:	:	62	64	51	61	29	60	:	18	40	58	63	48	42	23	12	28	11	:
Hommes	39	36	35	60	13	24	33	71	45	:	:	56	62	50	61	17	60	:	14	35	56	59	45	38	23	10	26	9	:
Femmes	47	44	43	65	16	33	38	75	54	:	:	67	66	52	62	40	60	:	22	45	59	66	50	45	23	13	31	12	:
Étudiants	7	7	6	17	1	u	u	31	4	:	:	19	17	3	4	4	20	:	1	3	7	4	u	2	0	1	u	0	:
Salariés	29	26	25	54	7	17	25	59	35	:	:	49	59	39	51	20	48	:	7	25	46	54	31	35	12	6	18	6	:
Travailleurs indépendants/travailleurs familiaux	41	38	24	u	15	14	27	74	48	:	:	52	70	65	77	22	47	:	9	32	66	68	u	20	21	11	23	9	:
Chômeurs	48	41	48	75	14	28	48	72	49	:	:	64	55	72	82	45	69	:	8	45	69	70	u	53	32	8	u	21	:

Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC par les particuliers

Note : Données non disponibles pour FR, IE, MT, NO

* taux exprimé en pourcentage du nombre total d'individus

u = donnée non fiable

Les entreprises utilisent davantage Internet pour l'achat que pour la vente de biens

Les commandes en ligne sont généralement plus fréquentes que les ventes en ligne (tableau 4). En 2004, 36% d'entreprises ont utilisé Internet pour commander des biens et des services. Les entreprises qui ont commandé le plus par cette voie sont les entreprises finlandaises, suédoises et danoises. Le volume des commandes reçues via Internet

s'élevait à 11%. Parmi les nouveaux États membres, à l'exception de la République tchèque, les entreprises enregistrent des taux inférieurs à la moyenne de l'UE pour les achats, les ventes et pour le total des ventes par Internet en pourcentage de leur chiffre d'affaires global.

Tableau 4: Commerce électronique des entreprises en 2004 (%)

	Total entreprises			Grandes entreprises			Moyennes entreprises			Petites entreprises		
	Achats	Ventes	Ventes sur Internet en % du chiffre d'affaires total	Achats	Ventes	Ventes sur Internet en % du chiffre d'affaires total	Achats	Ventes	Ventes sur Internet en % du chiffre d'affaires total	Achats	Ventes	Ventes sur Internet en % du chiffre d'affaires total
UE25	36	11	2.5	54	21	3.5	45	14	2.0	34	10	1.0
UE15	39	12	2.7	59	23	3.6	49	16	2.1	37	11	1.3
BE	52	12	2.1	70	23	1.8	60	15	2.7	50	11	2.1
CZ	37	15	3.1	45	16	3.8	46	18	3.4	35	15	1.6
DK	64	35	u	84	45	u	74	34	u	61	34	u
DE	54	17	3.0	64	27	3.5	61	20	2.7	52	16	1.6
EE	23	7	0.9	43	17	1.7	29	9	0.9	22	6	0.8
EL	14	6	1.6	25	10	2.5	19	8	2.9	13	6	0.4
ES	10	2	0.5	19	8	0.7	13	3	0.4	9	2	0.2
FR	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
IE	53	22	9.6	76	32	10.5	64	30	8.3	50	20	8.8
IT	19	3	0.7	39	10	1.2	31	5	0.5	18	3	0.3
CY	27	4	0.2	43	27	0.6	43	15	0.5	24	2	0.1
LV	7	2	0.6	17	3	c	9	3	0.7	7	2	0.7
LT	15	6	1.8	21	7	1.0	18	6	1.3	14	6	3.4
LU	40	u	:	57	u	:	44	u	:	38	u	:
HU	5	5	1.0	7	7	0.8	7	5	0.8	5	5	1.9
MT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NL	35	21	:	56	31	:	45	24	:	33	21	:
AT	39	13	1.0	61	22	0.9	47	15	0.9	37	12	1.1
PL	17	4	1.5	31	8	1.7	24	6	1.6	15	4	1.0
PT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
SI	26	9	u	30	18	1.2	24	9	0.9	26	8	u
SK	22	7	0.0	23	6	0.0	25	7	0.0	22	6	0.1
FI	75	18	4.7	85	29	u	84	22	u	73	17	u
SE	67	22	u	87	37	u	81	24	c	64	22	c
UK	54	15	4.0	69	27	5.2	62	20	2.7	52	13	1.7
IS	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	57	20	3.7	78	31	2.7	71	23	5.3	55	19	3.5

Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC et du commerce électronique dans les entreprises

Note : Données non disponibles pour FR, MT, PT, IS

u = donnée non fiable ; c= donnée confidentielle

62% des entreprises sont présentes sur la Toile, principalement pour commercialiser leurs produits

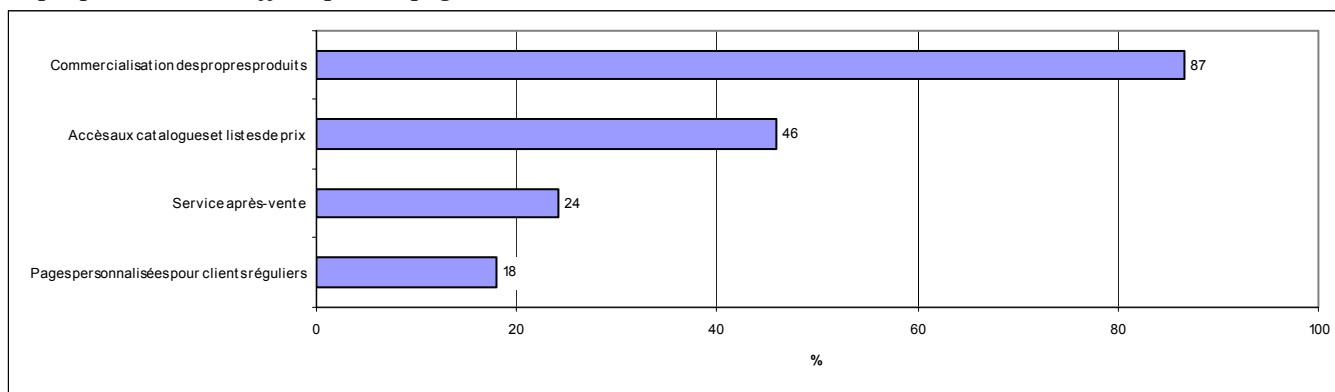
En janvier 2005, dans les 25 pays de l'Union européenne, la proportion des entreprises ayant un accès Internet et dotées d'un site web s'élevait à 62%. Ces firmes peuvent ainsi fournir des renseignements sur elles ou sur leurs produits ou services, donner une liste ou un catalogue des biens ou services disponibles avec les prix, ou bien proposer un service après vente. Ce site permet également de commercialiser leurs propres produits ou de proposer une page pour des clients fidèles. Les pays où le taux de présence sur la Toile est le plus élevé sont la Suède et le Danemark. Par contre, seulement 29% des entreprises possèdent des pages web en Lettonie, 40% en Hongrie et 41% en Lituanie (tableau 5).

La plupart des entreprises qui disposent de pages web les utilisent majoritairement pour commercialiser leurs produits. Un peu moins de la moitié s'en servent pour montrer leurs catalogues de produits et services disponibles et leurs prix. Un quart y propose un service après-vente aux clients (graphique 3 et tableau 6).

L'utilisation des TIC varie d'une activité économique à l'autre. La proportion des établissements des secteurs « Immobilier, location et services aux entreprises » (NACE K), « Hôtels et autres moyens d'hébergement » (NACE H 55.1-55.2) et des secteurs « Activités cinématographiques, vidéo, de radio et de télévision » (NACE O 92.1-92.2) qui disposent de sites web est supérieure à celle des secteurs « Transports et communications » (NACE I), « Commerce de gros et de détail » (NACE G), « Construction » (NACE F) ou encore « Industrie manufacturière » (NACE D).

Comme l'on pouvait s'y attendre, les activités économiques où la proportion d'entreprises ayant un site web est le plus élevée sont celles des activités cinématographiques, vidéo, de radio et de télévision et des hôtels. L'activité économique où la proportion d'entreprises ayant un site web est le plus faible est celle de la construction.

Graphique 3: Services offerts par les pages web*



Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC et du commerce électronique dans les entreprises

Note : Données non disponibles pour FR, MT, PT

*en pourcentage des entreprises ayant un site web

Tableau 5: Proportion d'entreprises dotées d'un site web par classe NACE en 2005 (%)

	UE5	UE15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Total	62	64	65	67	82	72	53	56	43	:	60	54	44	29	41	59	40	:	72	70	49	:	59	61	76	85	74	:	67
D	63	66	69	66	u	72	53	55	47	:	67	59	35	26	40	54	40	:	76	73	52	:	62	59	86	86	78	:	76
F	46	47	54	62	66	58	39	42	24	:	40	34	30	20	39	50	33	:	62	57	39	:	37	38	53	69	67	:	61
G	62	65	65	65	u	72	54	55	49	:	46	56	33	28	39	56	38	:	70	70	44	:	64	61	76	88	68	:	57
H*	90	91	97	88	u	91	91	80	81	:	77	92	83	65	80	66	68	:	88	94	75	:	90	88	97	91	100	:	83
I	54	55	47	59	u	55	49	45	46	:	67	43	57	26	33	56	40	:	62	59	55	:	u	57	57	73	65	:	62
K	70	71	74	76	u	75	59	61	51	:	73	50	76	44	52	77	46	:	80	76	60	:	64	84	83	94	77	:	82
O*	94	94	84	89	u	96	85	79	71	:	70	69	56	42	71	100	59	:	95	99	86	:	u	84	98	94	100	:	76

Tableau 6: Services offerts par le site web par classe NACE en 2005 (%)*

	UE25	UE15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO		
Commercialisation des propres produits																															
Total	87	88	94	96	94	89	88	96	87	:	83	95	97	91	79	56	u	:	68	83	89	:	98	42	89	93	:	:	98		
D	89	91	96	97	u	92	91	98	83	:	84	96	96	92	79	56	u	:	74	83	92	:	98	45	92	94	:	:	98		
F	83	85	93	96	87	88	79	94	91	:	71	94	100	93	77	57	u	:	42	82	85	:	99	36	87	91	:	:	97		
G	84	86	93	96	u	84	90	95	83	:	80	95	97	91	82	61	u	:	75	83	87	:	100	47	86	92	:	:	97		
H*	95	96	98	97	u	96	96	100	97	:	89	98	99	96	79	92	u	:	83	91	95	:	100	60	100	98	:	:	100		
I	86	87	90	93	u	89	87	95	92	:	80	95	99	86	72	54	u	:	61	80	91	:	u	41	87	88	:	:	95		
K	85	88	92	95	u	90	82	95	91	:	84	93	94	88	80	45	u	:	67	84	88	:	95	33	88	97	:	:	99		
O*	88	89	85	92	u	88	72	94	90	:	82	96	100	83	79	79	u	:	83	96	90	:	u	46	90	97	:	:	100		
Accès facilité aux catalogues de produits et aux listes de prix																															
Total	46	44	35	49	44	40	49	41	53	:	40	42	43	52	55	38	u	:	70	36	58	:	50	48	37	42	:	:	44		
D	50	48	38	50	u	45	50	38	61	:	42	44	40	58	52	42	u	:	76	35	67	:	u	54	35	44	:	:	47		
F	24	22	11	23	14	19	30	26	31	:	16	14	46	37	49	25	u	:	45	18	34	:	31	38	u	16	:	:	17		
G	55	53	45	62	u	48	57	45	60	:	50	47	45	55	65	56	u	:	78	50	63	:	u	60	49	55	:	:	59		
H*	71	72	67	69	u	59	85	52	78	:	45	90	55	84	68	77	u	:	93	71	80	:	u	52	89	82	:	:	64		
I	40	38	28	44	u	38	45	44	37	:	31	30	42	46	51	38	u	:	63	28	48	:	50	33	42	39	:	:	44		
K	36	34	26	42	u	27	37	34	45	:	32	21	31	44	45	25	u	:	69	26	41	:	u	29	30	33	:	:	34		
O*	47	47	53	69	u	47	45	39	49	:	42	40	51	50	67	53	u	:	83	27	54	:	u	98	u	u	:	:	62		
Prestation de services après-vente																															
Total	24	26	15	26	31	43	14	11	10	:	18	12	13	7	5	16	u	:	15	10	7	:	22	15	24	24	:	:	25		
D	16	18	12	19	u	30	9	7	7	:	17	10	3	6	4	14	u	:	15	9	4	:	14	7	u	20	:	:	26		
F	18	20	6	17	19	39	5	8	5	:	3	6	11	5	7	15	u	:	5	2	2	:	7	9	u	13	:	:	10		
G	29	31	20	33	u	51	16	14	14	:	18	19	20	11	5	19	u	:	17	15	11	:	u	17	u	30	:	:	29		
H*	24	25	4	29	u	48	23	9	7	:	9	12	9	6	5	3	u	:	13	9	3	:	17	7	40	15	:	:	29		
I	29	31	16	32	u	58	20	9	12	:	30	12	23	8	2	17	u	:	17	4	5	:	37	10	26	14	:	:	25		
K	30	32	16	34	u	48	20	19	13	:	21	15	14	5	4	16	u	:	18	11	9	:	u	29	27	32	:	:	28		
O*	47	47	25	26	u	52	17	7	6	:	2	8	7	0	4	26	u	:	19	0	4	:	5	0	u	26	:	:	31		
Page personnalisée pour clients réguliers																															
Total	18	18	18	13	22	16	13	10	19	:	12	24	15	21	44	19	u	:	14	20	21	:	20	37	9	19	:	:	16		
D	16	16	14	11	u	13	11	10	16	:	11	22	9	18	40	20	u	:	10	16	20	:	17	26	u	17	:	:	11		
F	10	9	7	14	20	4	4	1	11	:	7	18	5	17	43	19	u	:	4	17	13	:	5	39	u	5	:	:	6		
G	20	19	20	15	u	16	17	8	21	:	12	27	13	19	46	17	u	:	19	24	24	:	25	35	u	19	:	:	21		
H*	19	19	45	19	u	9	14	9	26	:	14	31	16	12	63	31	u	:	17	11	21	:	9	42	u	23	:	:	24		
I	21	21	33	12	u	18	16	16	27	:	16	27	23	33	58	25	u	:	15	17	25	:	23	29	u	18	:	:	21		
K	22	22	19	16	u	22	15	17	21	:	15	28	24	23	34	17	u	:	15	26	21	:	u	58	u	26	:	:	19		
O*	28	28	22	19	u	28	17	17	17	:	8	34	22	25	75	47	u	:	18	19	25	:	5	32	u	30	:	:	3		

Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC et du commerce électronique dans les entreprises

Note : Données non disponibles pour FR, MT, IS

*en pourcentage des entreprises ayant un site web

** H 55.1 et H 55.2 uniquement - Hôtels et autres moyens d'hébergement de courte durée ; O 92.1 et 92.2 uniquement - Activités cinématographiques et vidéo et activités de radio et de télévision

u = donnée non fiable

Les livres et les voyages représentent les achats en ligne les plus fréquents des particuliers

23% des particuliers ont passé des commandes dans les douze derniers mois en 2005. Les consommateurs se servent le plus d'Internet pour acheter des livres et pour organiser des voyages (tableau 7). Environ 8% des personnes ont déclaré avoir acheté des livres et un pourcentage presque identique a déclaré avoir fait des préparatifs de voyage par cette voie. Les autres produits le plus souvent achetés sur Internet sont les vêtements et articles de sport et les films/la musique.

Le graphique 4 et le tableau 8 montrent les quatre produits et services les plus achetés en ligne par classe d'âge des

acheteurs. Même si les jeunes de 16-24 ans sont les plus grands utilisateurs d'Internet (84%), c'est chez les particuliers de 25 à 55 ans que l'on trouve le taux d'achat le plus élevé. On constate surtout chez les jeunes un intérêt pour la musique/les films ou les vêtements. La tranche d'âge intermédiaire passe le plus de commandes et elle s'intéresse aux livres et voyages. La tranche d'âge des 55-74 ans est celle qui se connecte le moins à Internet (25%), mais elle passe des commandes, surtout pour les voyages et l'hébergement.

Tableau 7: Biens et services les plus achetés sur Internet par des particuliers en 2005 (%)*

	UE25	UE15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
% de personnes ayant fait des achats ces 12 derniers mois	23.1	27.2	16.3	5.5	48.0	42.4	6.8	2.5	11.7	:	:	5.9	5.1	4.8	2.2	39.0	8.1	:	:	25.3	6.9	5.8	u	9.0	38.0	50.3	44.1	44.0	:
Livres/ magazines/e-learning	7.9	9.3	:	1.6	10.9	16.9	2.3	0.8	1.9	:	:	1.6	2.0	0.7	0.8	24.1	3.0	:	:	10.0	2.9	1.9	u	2.6	8.5	12.2	14.4	16.1	:
Voyages et hébergements de vacances	7.8	9.7	:	0.7	17.7	10.0	2.2	0.4	4.9	:	:	2.0	1.3	0.8	0.4	16.7	1.7	:	:	3.4	0.6	0.9	u	1.7	10.0	16.3	23.5	31.1	:
Vêtements, articles de sport	7.5	9.1	:	1.1	13.7	16.9	2.4	0.4	1.0	:	:	1.0	1.0	0.6	0.2	10.3	1.2	:	:	7.4	1.6	1.1	u	2.9	10.5	12.8	14.8	8.7	:
Films/musique	7.4	9.0	:	0.5	11.3	11.1	u	0.4	1.5	:	:	1.1	1.2	1.0	0.5	15.5	1.6	:	:	4.9	1.4	1.5	u	1.1	6.8	12.7	23.4	12.3	:
Billets	5.6	6.9	:		4.6	11.2	u	0.3		:	:	0.5	0.4	0.8	0.1	7.7	0.7	:	:	4.1	1.0	u	u	1.6	4.7	3.0	11.2	8.7	:
Biens d'équipement ménager	5.5	6.8	:	1.0	16.8	7.6	2.8	0.2	3.1	:	:	0.9	0.1	0.6	0.5	12.4	1.6	:	:	3.9	0.6	1.4	u	0.8	8.5	9.1	15.9	11.0	:
Équipements électroniques	4.6	5.4	:	2.1	8.6	8.6	u	0.3	1.2	:	:	1.0	0.9	1.4	0.1	7.3	0.9	:	:	4.4	1.6	1.1	u	1.0	4.4	7.3	10.2	4.8	:
Logiciels informatiques	4.2	5.0	:	0.4	8.5	7.3	u	0.2	1.2	:	:	1.0	1.1	0.5	0.4	8.6	1.4	:	:	2.7	1.2	1.1	u	1.1	3.9	3.8	10.9	8.5	:
Matériel informatique	3.5	4.2	:	0.3	10.3	5.8	u	0.6	1.2	:	:	0.8	0.7	0.4	0.2	5.9	0.8	:	:	2.2	1.3	0.9	u	0.6	5.9	5.5	8.3	4.4	:
Alimentation/Épicerie	2.3	2.8	:	0.2	3.3	2.5	u	0.0	1.0	:	:	0.4	0.3	0.1	0.1	3.1	0.5	:	:	1.8	1.2	u	u	0.2	u	0.7	8.7	2.2	:
Actions/Services financiers/Assurances	2.2	2.8	:	u	2.4	2.0	u	0.1	0.6	:	:	0.5	0.4	0.1	0.1	2.6	0.4	:	:	0.5	0.3	0.7	u	0.2	2.4	2.7	9.3	3.1	:

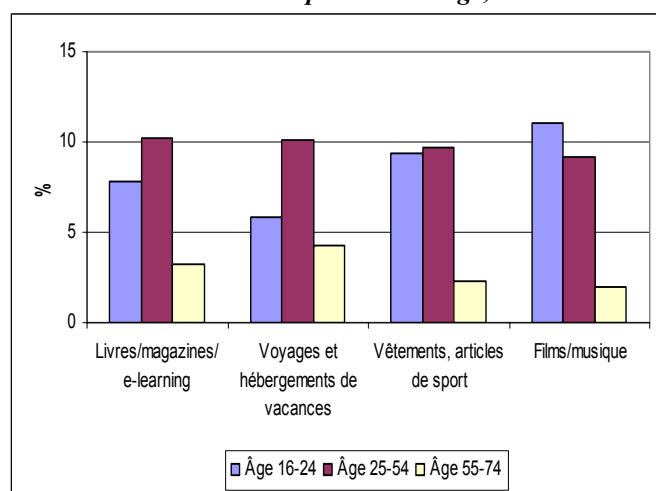
Source : Eurostat, Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC et du commerce électronique dans les entreprises

Note : Données non disponibles pour FR, IE, MT, NL, NO

* taux exprimé en pourcentage du nombre total d'individus

u = donnée non fiable

Graphique 4 - Les quatre produits et services les plus achetés via Internet par classe d'âge, UE-25 *



* en pourcentage des individus qui ont acheté dans les 12 derniers mois

Tableau 8 - Achats des particuliers via Internet par classe d'âge, UE-25 *

	Total	Âge 16-24	Âge 25-54	Âge 55-74
Personnes ayant utilisé Internet pendant les 12 derniers mois	54.5	83.7	61.7	24.9
Personnes ayant fait des achats sur Internet pendant les 12 derniers mois	23.1	28.0	28.4	9.9
Livres/magazines/e-learning	7.9	7.8	10.2	3.3
Voyages et hébergements de vacances	7.8	5.8	10.1	4.3
Vêtements, articles de sport	7.5	9.4	9.7	2.3
Films/musique	7.4	11.0	9.2	1.9
Billets	5.6	2.7	7.9	2.6
Biens d'équipement ménager	5.5	6.1	7.0	2.3
Équipements électroniques	4.6	5.2	5.8	1.9
Logiciels informatiques	4.2	4.5	5.1	2.2
Matériel informatique	3.5	4.3	4.2	1.6
Alimentation/épicerie	2.3	1.8	3.1	1.1
Actions/Services financiers/Assurances	2.2	1.6	3.1	0.8

* taux exprimé en pourcentage du nombre total d'individus

➤ CE QU'IL FAUT SAVOIR – NOTES METHODOLOGIQUES

ABRÉVIATIONS

UE ou UE-25 (Union européenne, comprenant les 25 États membres); BE (Belgique), CZ (République tchèque), DK (Danemark), DE (Allemagne), EE (Estonie), EL (Grèce), ES (Espagne), FR (France), IE (Irlande), IT (Italie), CY (Chypre), LV (Lettonie), LT (Lituanie), LU (Luxembourg), HU (Hongrie), MT (Malte), NL (Pays-Bas), AT (Autriche), PL (Pologne), PT (Portugal), SI (Slovénie), SK (Slovaquie), FI (Finlande), SE (Suède), UK (Royaume-Uni); BG (Bulgarie), RO (Roumanie), TR (Turquie); IS (Islande), NO (Norvège).

SYMBOLES

« : » donnée non disponible
« u » donnée non fiable
« c » donnée confidentielle

Les données nationales marquées d'un « u » (donnée non fiable) sont incluses dans l'agrégat UE. Les données nationales marquées d'un « c » (donnée confidentielle) ne sont pas incluses dans l'agrégat UE.

ENQUÊTE COMMUNAUTAIRE SUR L'UTILISATION DES TIC DANS LES MÉNAGES ET PAR LES PARTICULIERS (2005)

Période de référence : premier trimestre 2005.

En 2005, d'après les données disponibles : 116 580 ménages et 173 470 particuliers ont été interrogés dans l'ensemble des pays répondants.

Champ (particuliers) : individus âgés de 16 à 74 ans.

Champ (ménages) : ménages comptant un membre au moins âgé de 16 à 74 ans.

Pondération des résultats : les résultats ont été pondérés par le nombre de ménages ou d'individus.

Notes :

En 2004 :

Luxembourg - La large bande inclut la connexion sans fil.

En 2005 :

Chypre - Accès à Internet dans les ménages - changement de définition entre 2004 et 2005. En 2005 : l'accès à Internet au moins une fois pendant le premier trimestre 2005.

Finlande - Achat des équipements électroniques par les particuliers - inclut les appareils électroménagers.

Pays-Bas - Ménages ayant une connexion à large bande - mise au point de la question par rapport à 2004.

Pologne - Degré d'urbanisation - forte densité : zones urbaines de plus de 100 000 habitants ; densité moyenne : zones urbaines de moins de 100 000 habitants ; faible densité : zones rurales.

Royaume-Uni - Le degré d'urbanisation est indéterminé pour 10 pourcents de l'ensemble des données.

DATE D'EXTRACTION DES DONNÉES :

10 janvier 2006.

ENQUÊTE COMMUNAUTAIRE SUR L'UTILISATION DES TIC ET DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE DANS LES ENTREPRISES (2005)

Période de référence : janvier 2005 et/ou année 2004. Les questions sur le commerce électronique se rapportent à 2004.

En 2005, d'après les données disponibles : 111 740 entreprises ont été interrogées dans l'ensemble des pays répondants.

Champ : entreprises occupant 10 personnes ou plus dans des activités sélectionnées (voir ci-après).

Activités couvertes : les entreprises classées dans les catégories suivantes de la NACE Rév. 1.1 :

Section D - Industrie manufacturière

Section F - Construction

Section G - Commerce

Section H - (Groupes 55.1 et 55.2 uniquement) - Hôtels et autres

Section I - Transports et communications

Section K - Immobilier, location et services aux entreprises

Section O - (Groupes 92.1 et 92.2 uniquement) - Activités

cinématographiques et vidéo et activités de radio et de télévision.

Pour un aperçu complet de la NACE, consulter le serveur RAMON (nomenclatures d'Eurostat) :

<http://europa.eu.int/comm/eurostat/ramon>.

Ventilations par classe de taille :

petites entreprises - 10-49 salariés ;

moyennes entreprises - 50-249 salariés ;

grandes entreprises - 250 salariés et plus.

Notes:

En 2004 :

Royaume-Uni - La large bande inclut la connexion sans fil.

En 2005 :

Estonie, Royaume-Uni - O 92.1 et 92.2 : prise en compte de l'intégralité de la section O de la NACE.

DATE D'EXTRACTION DES DONNÉES:

10 janvier 2006.

La présente publication a été élaborée par Martina Pitonakova

Pour en savoir plus:

Données : [Site web EUROSTAT/Page d'accueil/Données](#)

Industrie, commerce et services

 Industrie, commerce et services - vue horizontale

 **Statistiques sur la société de l'information**

Population et conditions sociales

 Population

 Santé

 Education et formation

 Marché du travail

 Conditions de vie et bien-être

 **Statistiques sur la société de l'information**

Science et technologie

 Recherche et développement

 Enquête sur l'innovation dans les entreprises de l'UE

 Secteurs à haute technologie et services à haut niveau de savoir

 Systèmes européen et américain des brevets

 Ressources humaines en sciences et technologie

 **Statistiques sur la société de l'information**

Les journalistes peuvent contacter le service média support :

Bâtiment BECH, Bureau A4/017
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408

Fax (352) 4301 35349

E-mail: eurostat-mediasupport@cec.eu.int

European Statistical Data Support:

Eurostat a mis en place, conjointement avec les membres du "Système statistique européen", un réseau de centres d'appui, qui couvrira presque tous les États membres et certains pays de l'AELE.

La mission de ces centres sera d'aider et d'orienter les utilisateurs qui se procureront des données statistiques européennes sur l'internet.

Vous trouverez sur notre site internet des informations sur ce réseau de centres d'appui:

www.europa.eu.int/comm/eurostat/

Une liste des bureaux de vente dans le monde est disponible à :

l'Office des publications officielles des Communautés européennes.

2, rue Mercier
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.eu.int>

E-mail: info-info-opoce@cec.eu.int
