



Conférence de presse - jeudi 3 février 2000 – 16h00
Palais des Congrès – 2, place de la Porte Maillot – 75017 Paris

Synthèse de l'étude IPSOS-Médiangles
réalisée pour le compte de l'INA, avec le concours de chello broadband
France

Les nouveaux usages de l'Internet associés au large bande

Contact presse : Sophie Brauner
Tél. : 01 49 83 28 66
Mél : sbrauner@ina.fr

S o m m a i r e

L'Institut national de l'audiovisuel
IPSOS-Médiangles

p. 3
p. 3

Objectifs de l'étude

p. 4

La méthodologie

p. 5

Echantillon en connexion classique

- Le type de connexion pour les usagers « classiques »
- L'intérêt d'une connexion rapide pour les internautes « classiques »
- Usages actuels pour les utilisateurs d'une connexion « classique »
- Le large bande démultiplie les usages

p. 6
p. 7
p. 8
p. 9

Echantillon en connexion large bande

- Le large bande permet-il d'élargir le marché ?
- Modification « quantitative » de l'usage d'Internet
- Influence par rapport à d'autres usages dans le temps de loisirs
- Les différences d'usages
- D'abord la connexion permanente...
- Pas de désabonnement...
- Des utilisateurs de plus en plus exigeants...

p. 10
p. 11
p. 12
p. 13
p. 14
p. 15
p. 16

Conclusions

p. 17

L'Institut national de l'audiovisuel

Principalement connu pour sa mission de conservation et d'exploitation du patrimoine audiovisuel français, l'INA est positionné à double titre au cœur de la convergence de l'**audiovisuel** et du **multimédia** : parce que l'Institut vit cette "révolution numérique" au quotidien dans chacune de ses activités, mais aussi parce que la loi lui a confié la mission de contribuer à éclairer les acteurs du secteur audiovisuel sur les différentes facettes de cette transformation.

Imagina constitue un temps fort de cette contribution.

Ainsi, depuis 19 ans, les thématiques débattues à Imagina sont apparues comme le reflet des champs de développement et de recherche explorés par l'INA. En retour, la manifestation a pu se nourrir et capitaliser au fil des ans sur les savoir-faire et expertises développés au sein de l'Institut.

Philippe Bailly
Directeur général adjoint
pbailly@ina.fr

IPSOS-Médiangles

Par ses enquêtes régulières auprès des utilisateurs Internet (elle a lancé en 1996 le premier baromètre du marché), IPSOS-Médiangles est la **société d'études marketing la plus active en France dans les études Internet**.

Elle a réalisé en 1999 plusieurs dizaines d'études dans ce domaine : tests de concept/maquette de sites web, mesures de satisfaction, mesures de parc utilisateurs sur des cibles spécialisées, mesures d'audience Internet.

Louis Rougier
lrougier@mediangles.de

Xavier Daras
xavier.daras@mediangles.fr

Objectifs de l'étude

• Sur les usages de l'Internet :

- L'usage d'Internet à partir d'un micro-ordinateur connecté en permanence (always on) modifie-t-il les **usages** du réseau Internet ?
- Les performances de débit ainsi que le mode spécifique de tarification poussent-ils à utiliser plus l'ensemble des **fonctionnalités** de l'Internet ou à en privilégier certaines ?
- Sur quelles autres activités le temps supplémentaire est-il pris ?
- Passe-t-on à une consultation plus **collective** (rapprochement avec la télévision) ?
- L'évolution des usages a-t-elle poussé le foyer à modifier son **équipement** informatique ou sa localisation dans l'habitation ?
- Ces systèmes offrent-ils, pour les actuels abonnés à Internet, un saut **qualitatif** significatif par rapport au réseau RTC, ou les utilisateurs restent-ils en fait dépendants de l'encombrement du réseau lui-même ?
- Sur quel type d'usages la différence est-elle la plus visible (téléchargement de fichier, son, vidéo, etc.) ?
- Intérêt perçu de la **tarification** forfaitaire.
- A nouveau, sur quel type d'usages la différence est-elle la plus visible ?

• Sur le profil des internautes :

- L'arrivée du large bande va-t-il permettre d'**ouvrir le marché à un public différent**, plus ouvert à une consommation audiovisuelle qu'informatique ?
- Les nouvelles performances d'accès, ainsi que les conditions forfaitaires, ont-elles conduit de nouvelles personnes à devenir utilisateurs d'Internet ?

La méthodologie

Enquête auprès de **440 Internautes**

Personnes déjà équipées d'une connexion large bande :

Sur Access Panel Médiangles (internauts connectés au câble)

Complément auprès des abonnés de Chello broadband France (connectés par le câble)

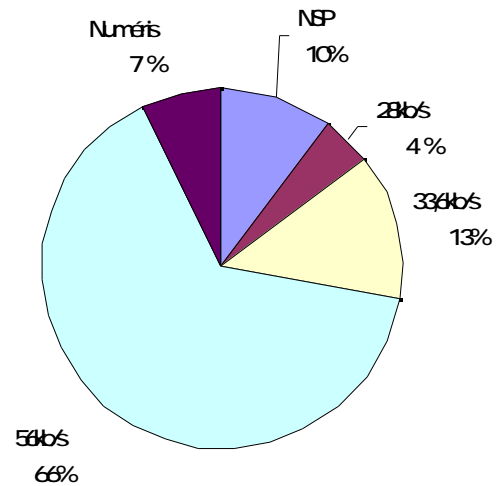
Comparaison auprès d'un échantillon représentatif d'internauts équipés en connexion traditionnelle

Questionnaires auto-administrés

Période du 16 décembre 1999 au 25 janvier 2000

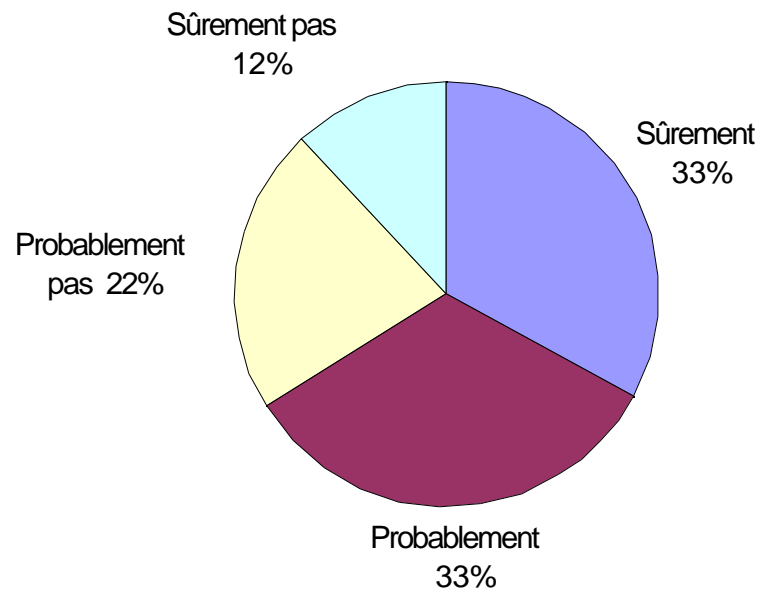
1 - Echantillon en connexion classique

Le type de connexion pour les usagers « classiques »



1 - Echantillon en connexion classique

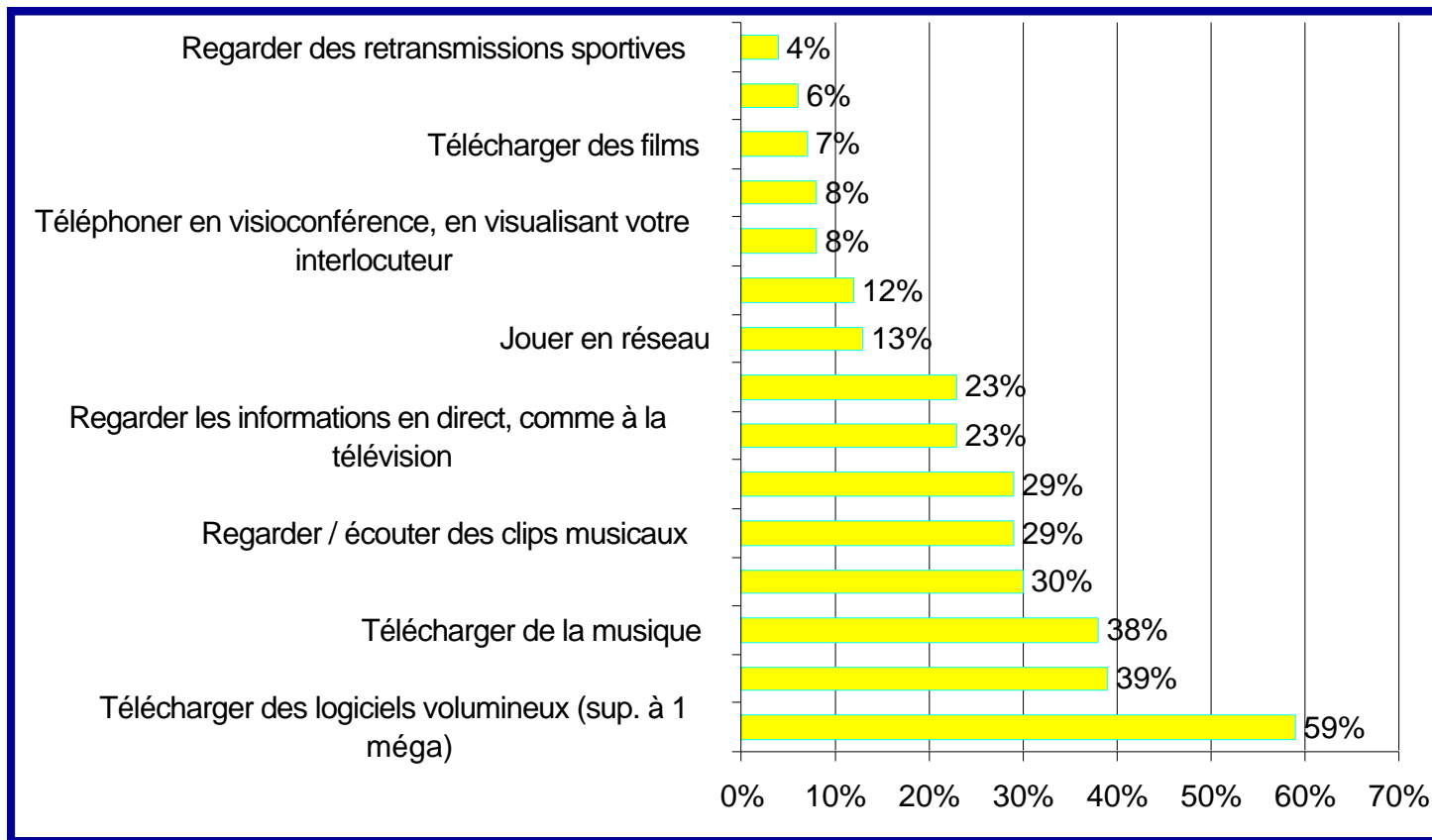
L'intérêt d'une connexion rapide pour les internautes « classiques »



« Si on vous proposait une formule d'abonnement à Internet en accès rapide, avec un débit jusqu'à 100 fois supérieur aux connexions par modem classique, à un prix forfaitaire de l'ordre de 230-300 F par mois incluant l'accès à

1 - Echantillon en connexion classique

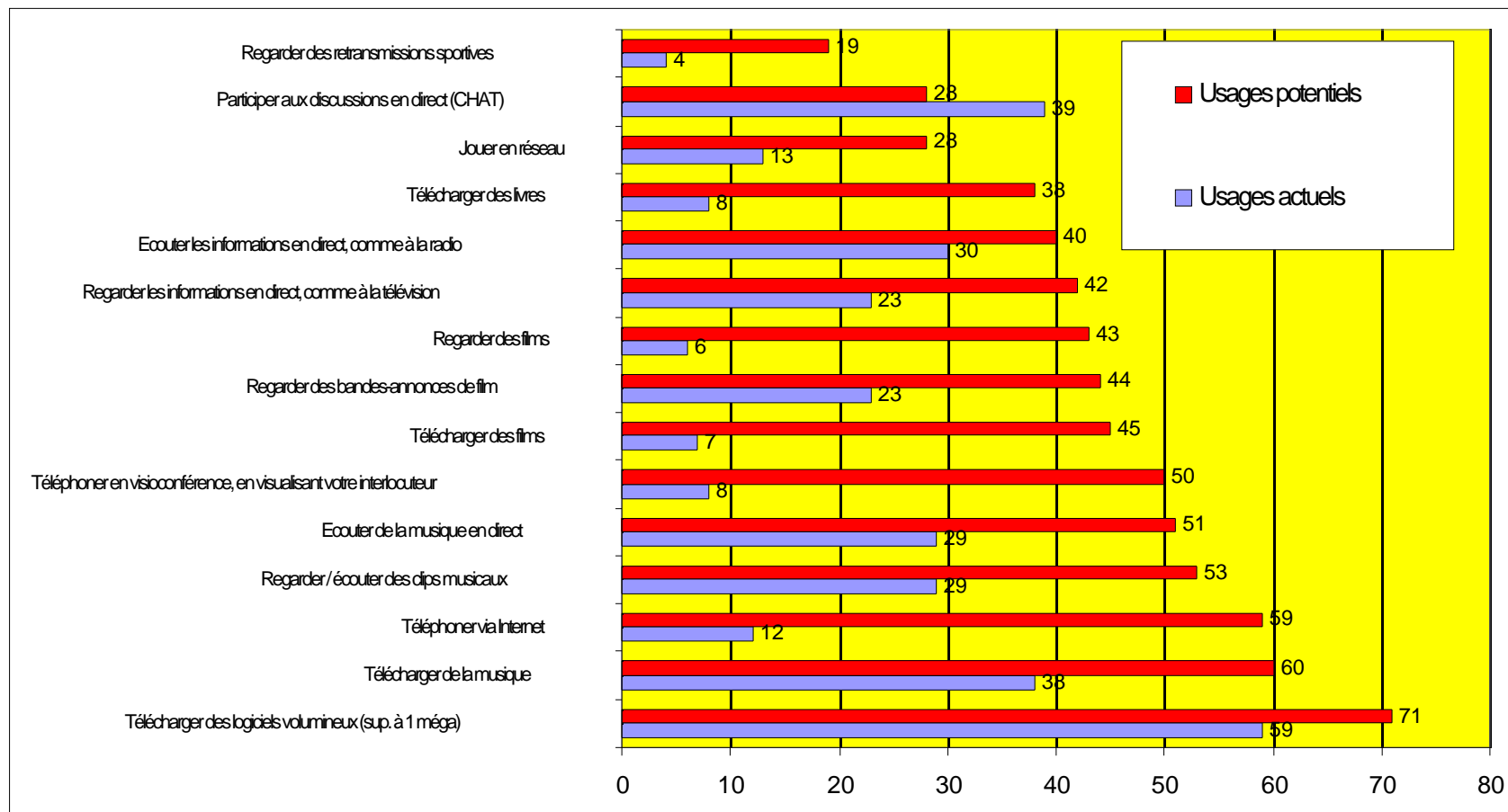
Usages actuels pour les utilisateurs d'une connexion « classique »



« Avez-vous, au cours des 30 derniers jours, utilisé Internet »

1 - Echantillon en connexion classique

Le large bande démultiplie les usages

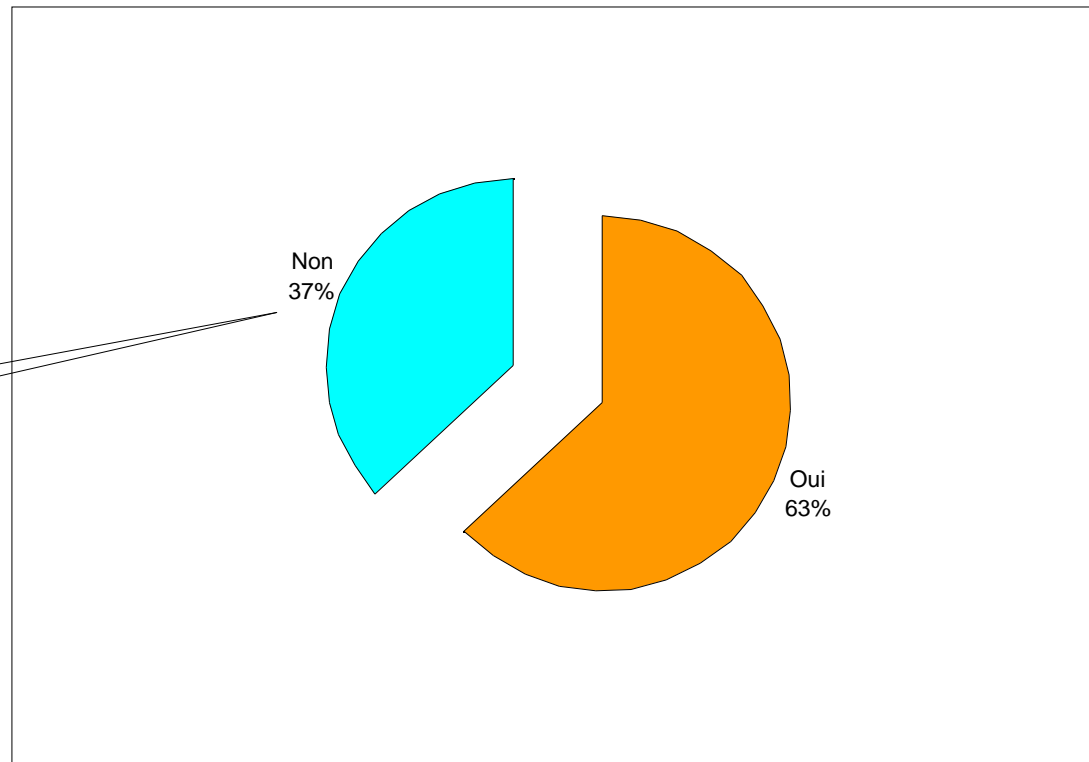


2 - Echantillon en connexion large bande

Le large bande permet-il d'élargir le marché ?

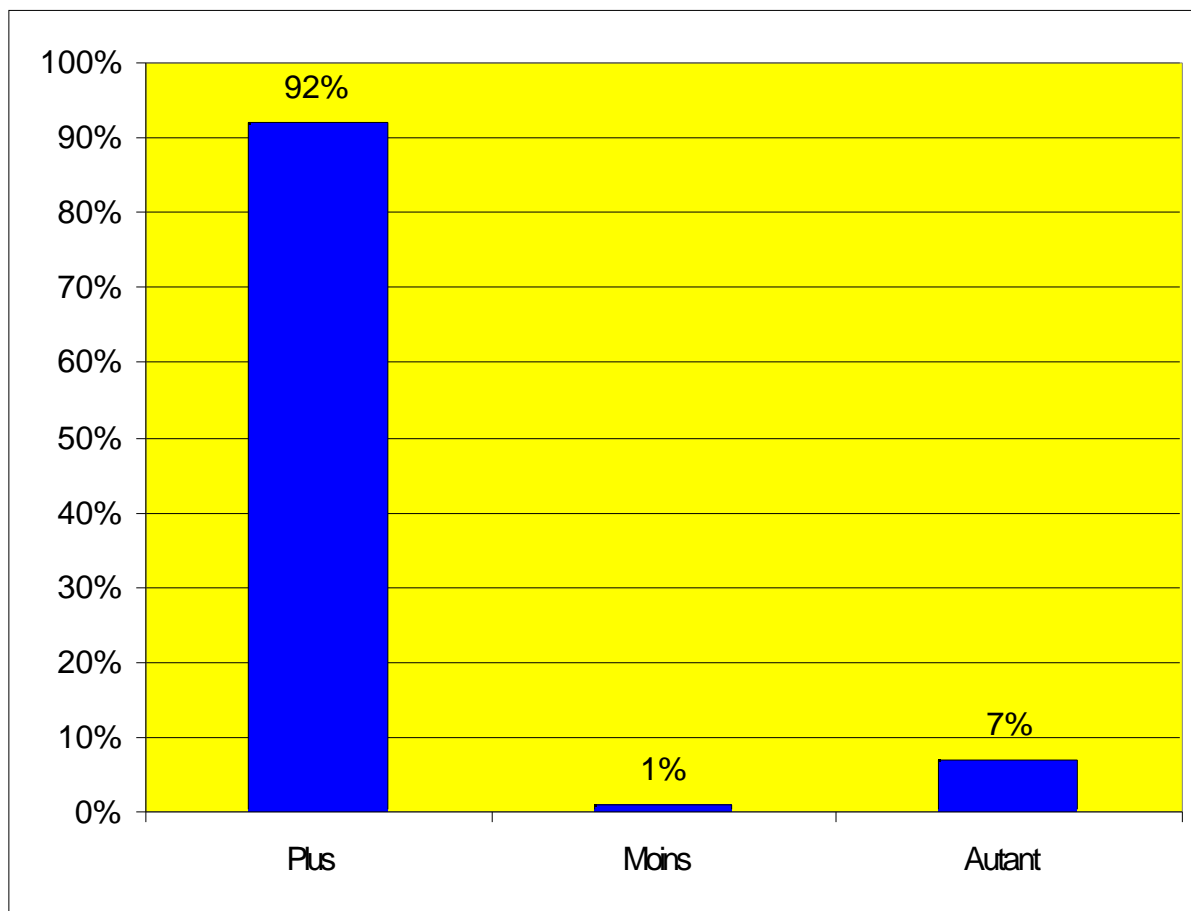
« Avant votre connexion par le câble, étiez-vous déjà abonné »

Nouveaux utilisateurs



2 - Echantillon en connexion large bande

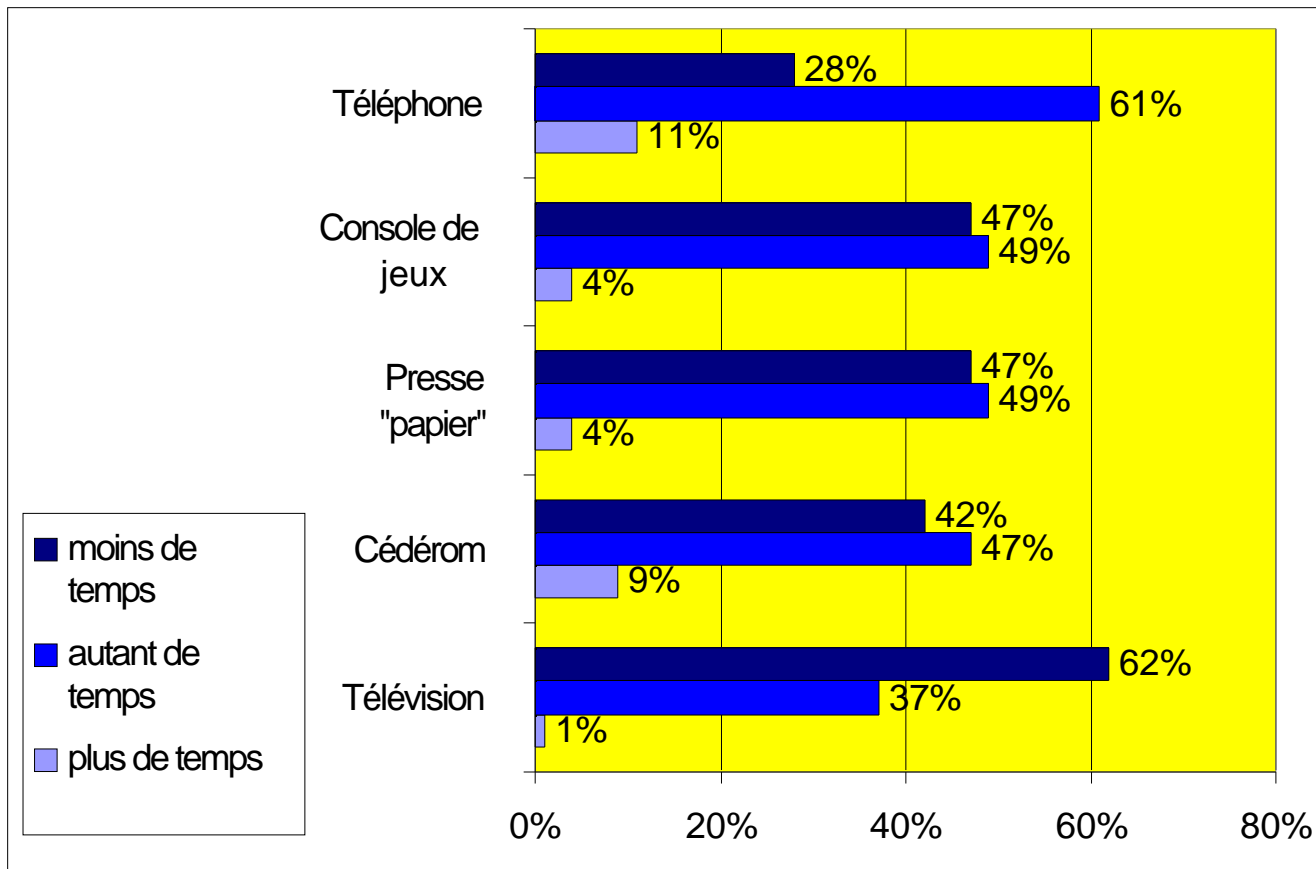
Modification « quantitative » de l'usage d'Internet



« Par rapport à votre précédent abonnement à Internet, diriez-vous que cette formule d'Internet via le câble vous a conduit à utiliser plus, moins, ou autant Internet ? »

2 - Echantillon en connexion large bande

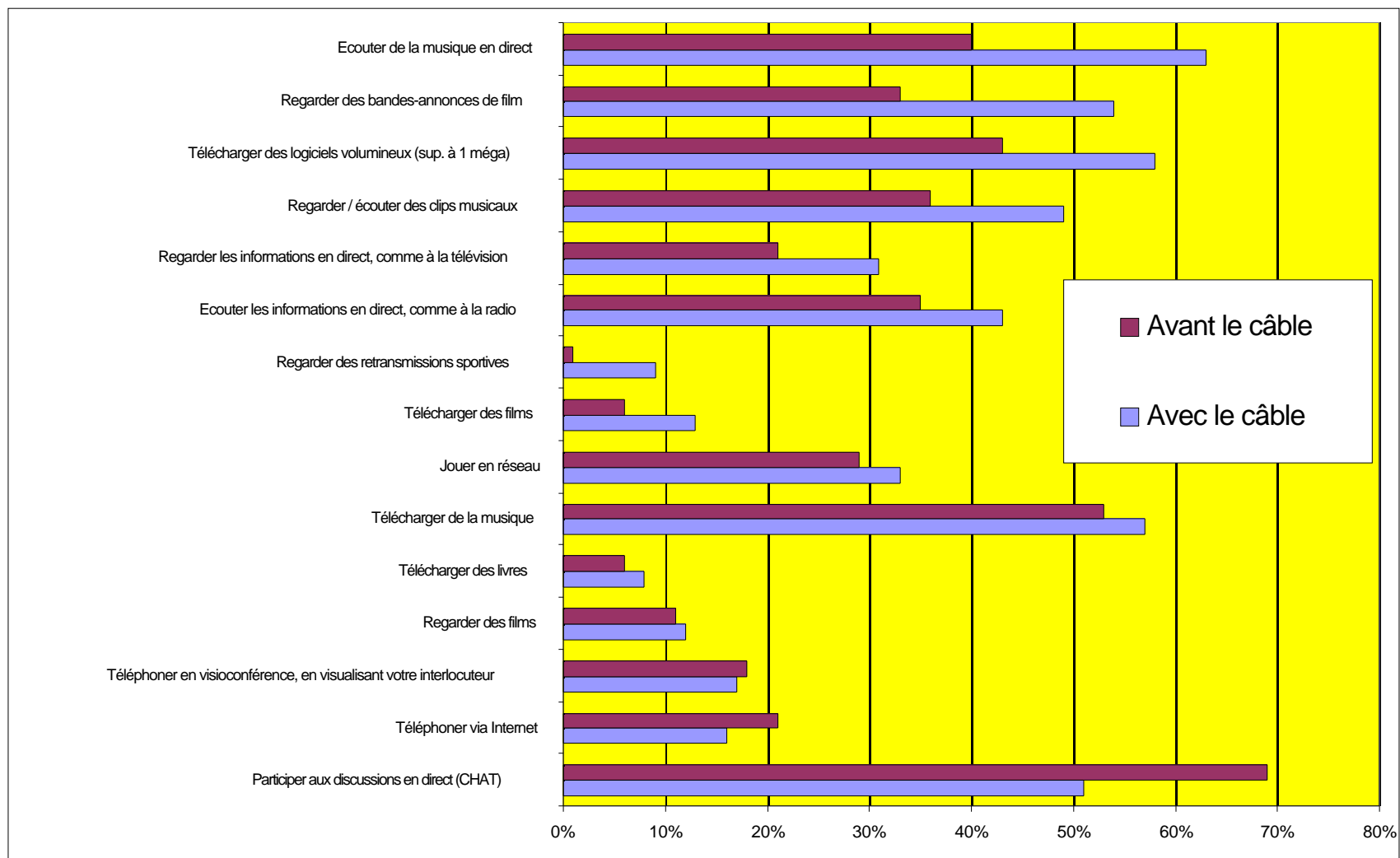
Influence par rapport à d'autres usages dans le temps de loisirs



« Diriez-vous que depuis que vous avez Internet par le câble, vous

2 - Echantillon en connexion large bande

Les différences d'usages



2 - Echantillon en connexion large bande

D'abord la connexion permanente...

« *Qu'est-ce qui vous paraît le plus intéressant dans la formule de l'Internet par le câble ?* »

Le débit d'accès aux informations
une fois que l'on est connecté



18%

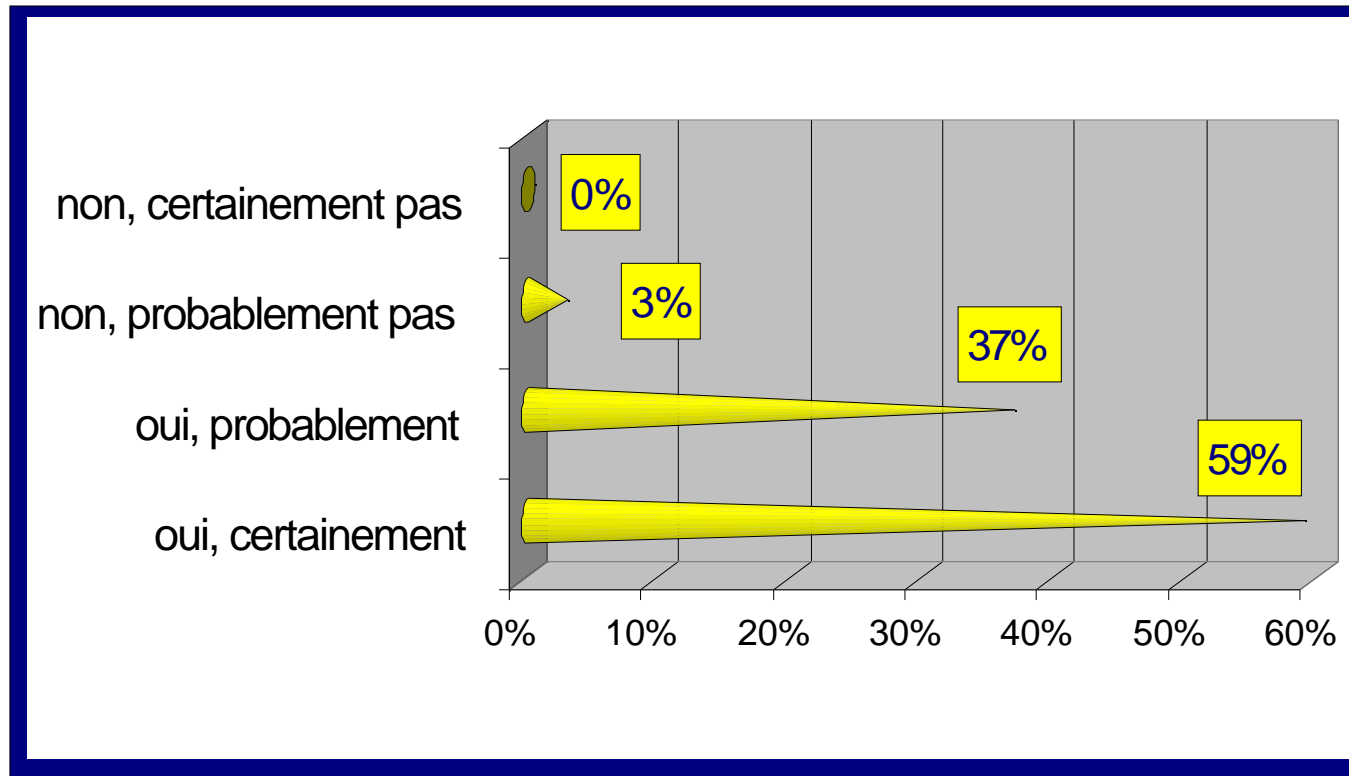
Le fait de pouvoir rester connecté en permanence,
sans supplément de coût



82%

2 - Echantillon en connexion large bande

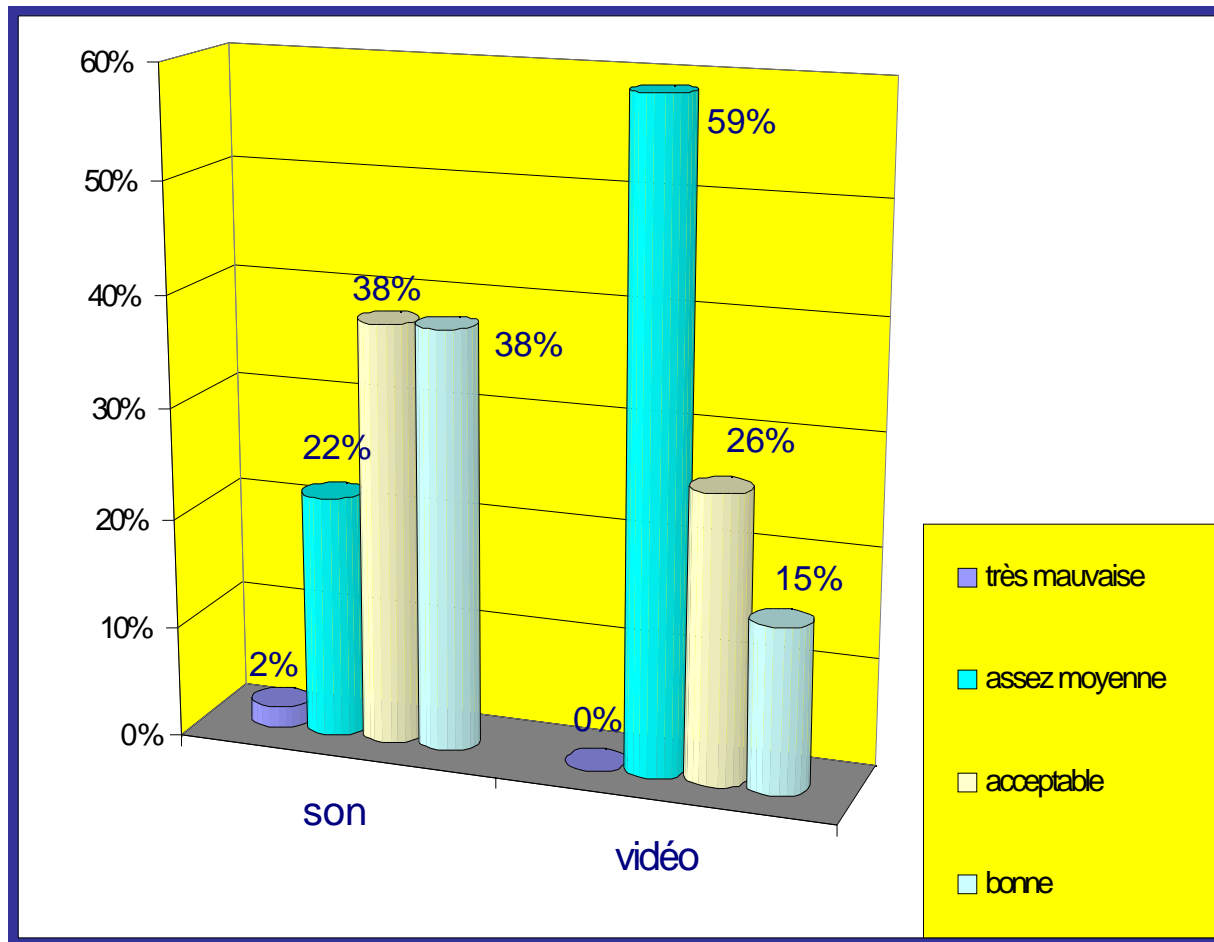
Pas de désabonnement...



« Avez-vous à priori l'intention de prolonger votre abonnement à Internet via le câble ? »

2 - Echantillon en connexion large bande

Des utilisateurs de plus en plus exigeants...



Qualité audio et vidéo ressentie

Conclusions

- Le large bande s'adresse avant tout à des **personnes déjà utilisatrices d'Internet**. Plus une extension qualitative que quantitative.
- Une **réelle demande** chez les utilisateurs « classiques ».
- Après le large bande, **on ne revient pas à la connexion classique**.
- L'intérêt de la **connexion permanente** l'emporte sur le débit.
- Le large bande modifie profondément l'usage d'Internet, c'est d'abord « **plus de tout** », c'est ensuite plus d'écoute musicale et de vision de vidéo.
- Dans le temps de loisirs, le large bande se fait essentiellement **au détriment de la télévision**.
- Les utilisateurs de large bande deviennent **de plus en plus exigeants** : à quand le Très Large Bande ?