

# Enquête sur le comportement du consommateur à l'égard de l'Internet et des technologies de la communication

1. Avant-propos .....	1
2. Note de synthèse .....	2
3. L'enquête .....	3
3.1. Equipements dont disposent les ménages .....	3
3.2. Types d'accès / Technologies utilisées pour les connexions .....	4
3.3. Raison d'acquisition d'une offre multiservices/package et dépenses mensuelles.....	5
3.4. Fréquence d'utilisation de la connexion Internet.....	6
3.5. Changement de type de connexion pour l'accès Internet / ou de fournisseur .....	7
3.6. Satisfaction.....	9
3.7. Solutions alternatives à la connexion fixe.....	10
3.8. Changements au courant des 12 derniers mois .....	11

## 1. Avant-propos

Dans le cadre de ses activités de veille des marchés de détail, l'Institut Luxembourgeois de Régulation a chargé la société TNS ILRES à réaliser une enquête sur la diffusion, l'usage et la perception des technologies de la communication et de l'Internet à domicile par le consommateur final.

Cette enquête permet:

- d'avoir un aperçu général des équipements de communication utilisés par les ménages et des comportements du consommateur face à l'Internet;
- et s'inscrit dans le projet de l'analyse des marchés « 4/2007 » et « 5/2007 » des marchés de la fourniture en gros de l'accès aux réseaux à large bande du secteur des communications électroniques. Au niveau de la demande, elle informe sur la substituabilité des différentes technologies donnant accès à l'Internet (DSL, réseaux câblés, Internet mobile large bande, ...).

L'enquête a été réalisée en novembre 2010 auprès de 1147 ménages. 80% des ménages ont été contactés par téléphone, 20% ont été sélectionnés à l'aide d'une base de données d'adresses électroniques et interviewés sur base de questionnaires en ligne. Les personnes interrogées étaient majeures et se considéraient, au sein de leur ménage, comme la personne avec les meilleures connaissances en technologies de communication. Comme la plupart des questions ont pu être posées à plus de 1000 personnes, la marge d'erreur statistique sur les résultats obtenus se situe entre 1.9 et 3.1 points de pourcentage avec une probabilité de 95%.

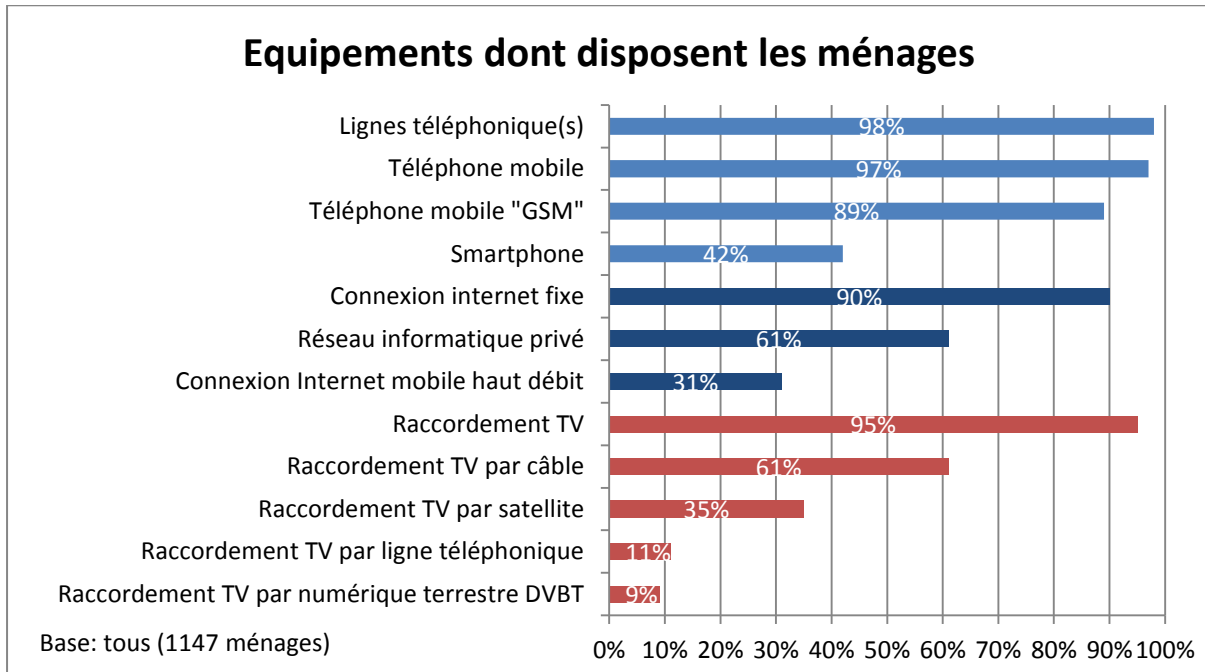
L'Institut envisage de répéter cet exercice à des intervalles réguliers, alors que l'interprétation des résultats gagnera en pertinence avec l'appréciation de leur évolution dans le temps.

## 2. Note de synthèse

- Au Luxembourg, presque tous les ménages sont équipés d'un téléphone fixe, d'un ou de plusieurs téléphones portables, et disposent d'au moins un raccordement TV. 90% des ménages possèdent un accès Internet fixe, dont au moins 82% un accès à haut débit. 42% des ménages utilisent un « smartphone » et 31% disposent d'un accès à Internet mobile à haut débit.
- Parmi les types d'accès à Internet, la technologie DSL domine (75%), suivie par l'accès bas débit via modem téléphonique (29%). Les accès par câble et les connexions haut débit sans câble restent peu répandus.
- L'Internet mobile est perçu comme complémentaire, mais ne constitue pas une alternative ou un substitut à l'Internet fixe.
- 78% des ménages ont souscrit à un abonnement multi-services; 92% des personnes sondées disposent d'un abonnement au téléphone fixe et d'un accès Internet auprès du même fournisseur.
- Les principales utilisations de l'Internet sont: la gestion des courriels, les recherches d'informations, et « surfer le web ». Les activités les plus exigeantes en bande passante ne sont pas (encore) les plus populaires, sauf parmi les jeunes.
- Près de la moitié des personnes interrogées n'a jamais changé le type d'accès à internet. Le rythme des changements semble diminuer les deux dernières années.
- Les raisons invoquées pour ne pas envisager une connexion par câble comme infrastructure d'accès à l'Internet sont la méconnaissance de la technologie et l'indisponibilité géographique, réelle ou perçue.
- Le changement de l'accès n'est pas nécessairement considéré comme une occasion de changer l'opérateur. Les consommateurs ne semblent pas connaître toutes les possibilités de réduction des coûts ou d'élargissement des services offerts par les différents acteurs du marché. La raison invoquée est la satisfaction avec le fournisseur existant (90%).
- La majorité des personnes interrogées est satisfaite ou très satisfaite du rapport qualité/prix, de la qualité/fiabilité et de la rapidité de leur connexion Internet. Dès lors, les besoins d'un Internet à très haut débit restent à l'heure actuelle encore peu développés dans les ménages à Luxembourg.
- Néanmoins, 33% des personnes interrogées affirment avoir déjà songé à changer d'opérateur - ratio beaucoup plus élevé chez les résidents de la Ville de Luxembourg (39%), les résidents étrangers (41%) et les personnes de moins de 35 ans (43%).
- Toutefois, le marché de l'information électronique est perçu comme plutôt dynamique dû à une variété d'éléments, comme les efforts publicitaires ou la concurrence par les prix, souvent invoqués par les deux tiers des sondés.

### 3. L'enquête

#### 3.1. Equipements dont disposent les ménages



Graphique 1

Au Luxembourg, presque tous les ménages sont équipés d'un téléphone fixe, d'un ou de plusieurs téléphones mobiles et d'un raccordement TV (Graphique 1). En outre, 90% des ménages disposent d'un accès Internet. On constate l'essor extraordinaire des réseaux informatiques privés (61%), des « ordiphones » (smartphones), dont disposent désormais 42% des ménages et l'accès à Internet mobile à haut débit. Cependant, il est incertain si tous les répondants ont bien su faire la distinction entre l'Internet mobile accessible via le réseau de téléphonie mobile à haut débit (UMTS, 3G) et les réseaux WIFI privés et locaux.

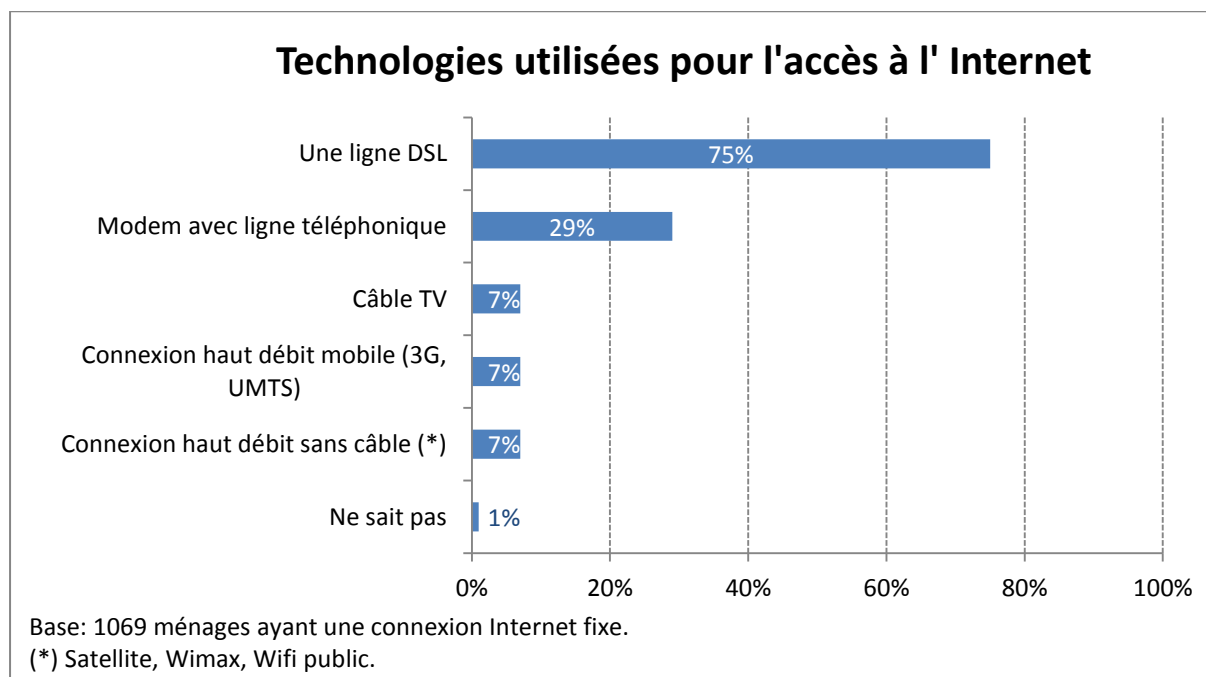
Du côté des raccordements TV, le câble reste largement dominant, quoique son taux de diffusion de 61% peut paraître faible et semble en perte de vitesse. Il est concurrencé par l'accès via satellite (35%), par la télévision digitale transmise par le réseau téléphonique (IPTV, 11%) et par la télévision numérique terrestre (TNT, DVB-T, 9%). A noter que 18% des ménages équipés d'un accès au réseau câblé disposent également d'un accès satellite, situation très exceptionnelle en Europe.

Les ménages sont équipés à raison de 90% d'un accès Internet fixe. Ce taux est toujours en légère augmentation et mène le Luxembourg en tête des niveaux européen et mondial.

### 3.2. Types d'accès / Technologies utilisées pour les connexions

Parmi les types d'accès à Internet (Graphique 2), la technologie DSL domine, suivie par l'accès bas débit par modem téléphonique, le câble coaxial et les connexions haut débit sans câble. L'utilisation du réseau câblé pour accéder à l'Internet est faible. L'ordinateur à domicile reste le moyen d'accès privilégié des connexions Internet.

Par ailleurs, 75% des utilisateurs de l'Internet mobile à haut débit conservent un accès Internet fixe (DSL ou CATV), de sorte que l'accès à l'Internet mobile est perçu comme complémentaire, mais non substituable.

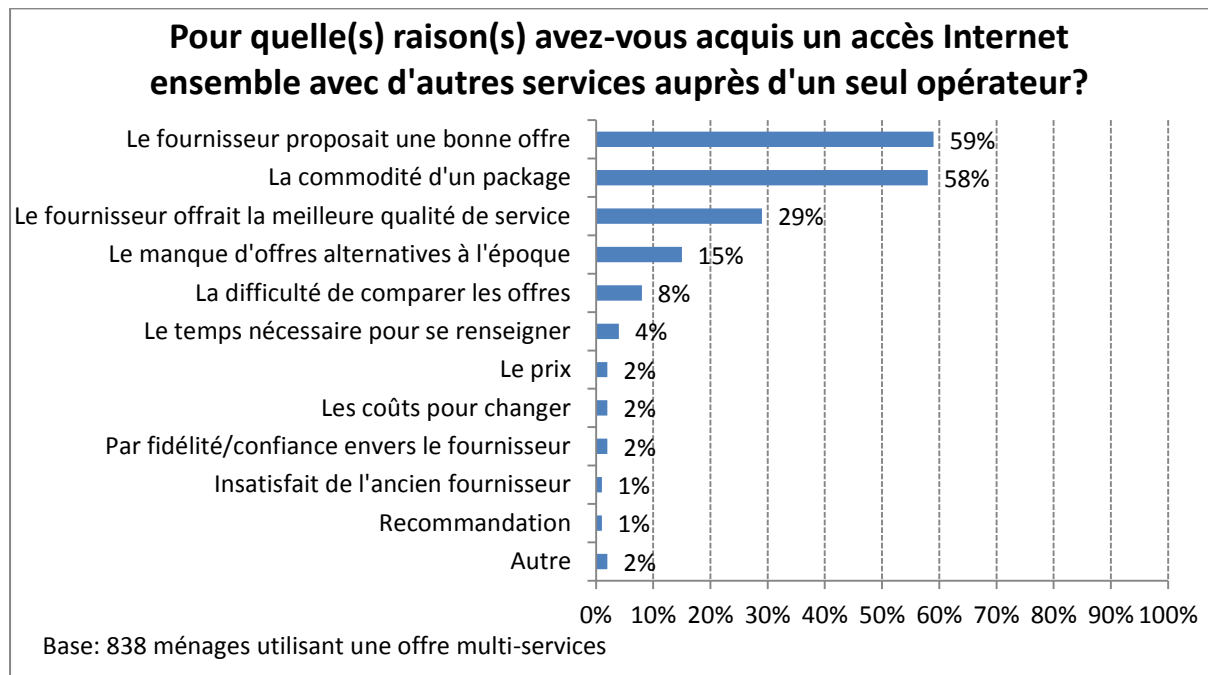


Graphique 2 – plusieurs réponses possibles

### 3.3. Raison d'acquisition d'une offre multiservices/package et dépenses mensuelles

78% des ménages ont souscrit à un abonnement multi-services auprès d'un des fournisseurs et 92% des personnes interrogées disposent d'un abonnement au téléphone fixe et d'un accès Internet auprès du même fournisseur.

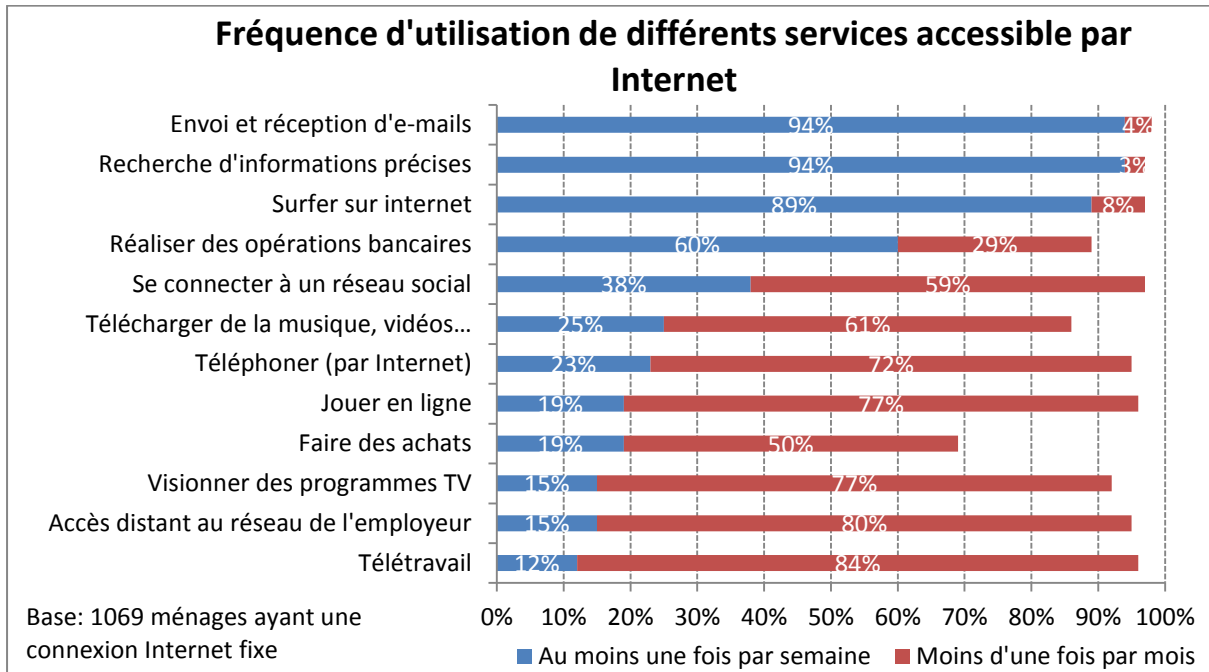
51% des ménages interrogés estiment que leurs frais d'abonnement Internet (réseau fixe) se situent en-dessous de 30 euros par mois, ce qui exclut bien sûr le coût de l'abonnement au téléphone qui s'y ajoute. Seulement 9% des personnes interrogées estiment que leur abonnement multi-services coûte moins de 40 euros par mois, ce qui reflète le niveau des tarifs offerts au Luxembourg.



Graphique 3

Au sujet de la question pourquoi les clients préfèrent souscrire à l'Internet auprès de leur fournisseur de téléphonie fixe (graphique 3), la majorité des répondants exprime leur satisfaction quant à l'offre qui leur a été proposée et évoquent la commodité de l'abonnement multiservices/package. Une minorité (moins d'un tiers) estime que son fournisseur de téléphonie offre la meilleure qualité. Toutes les autres explications ne jouent qu'un rôle marginal. Les consommateurs ne semblent pas vraiment connaître toutes les possibilités de réduction des coûts ou d'élargissement des services que leur offrent les différents acteurs du marché.

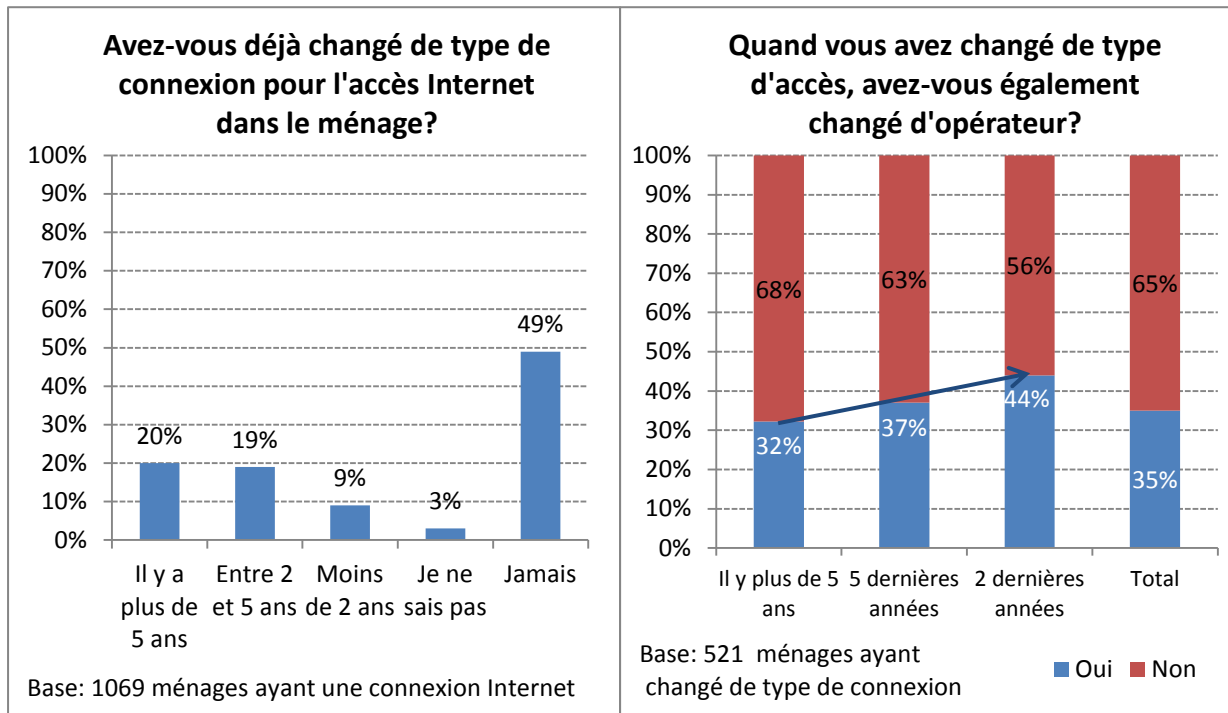
### 3.4. Fréquence d'utilisation de la connexion Internet



Graphique 4

Les comportements des internautes montrent que les utilisations les plus « classiques » restent largement dominantes: gestion des courriels, recherches d'informations, surfer le web, effectuer des opérations bancaires (graphique 4). Les réponses à cette question sont fortement tributaires de l'âge: télécharger de la musique et des vidéos et jouer en ligne sont beaucoup plus populaires chez les personnes âgées de moins de 35 ans que chez les autres. Les activités les plus exigeantes en bande passante ne sont pas (encore) les plus populaires dans toutes les classes d'âge.

### 3.5. Changement de type de connexion pour l'accès Internet / ou de fournisseur

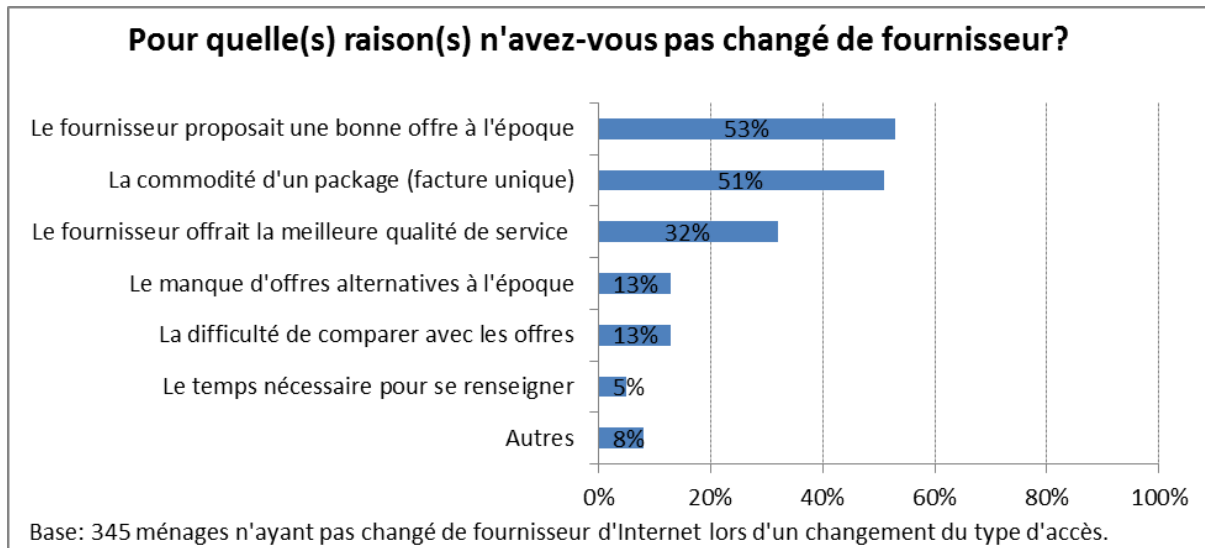


Graphique 5

Près de la moitié des ménages interrogés n'a encore jamais changé le type d'accès à l'Internet: ils conservent leur accès. Le rythme des changements de types de connexion semble légèrement en perte de vitesse les deux dernières années. La majorité des utilisateurs a abandonné l'accès modem pour s'orienter vers le DSL.

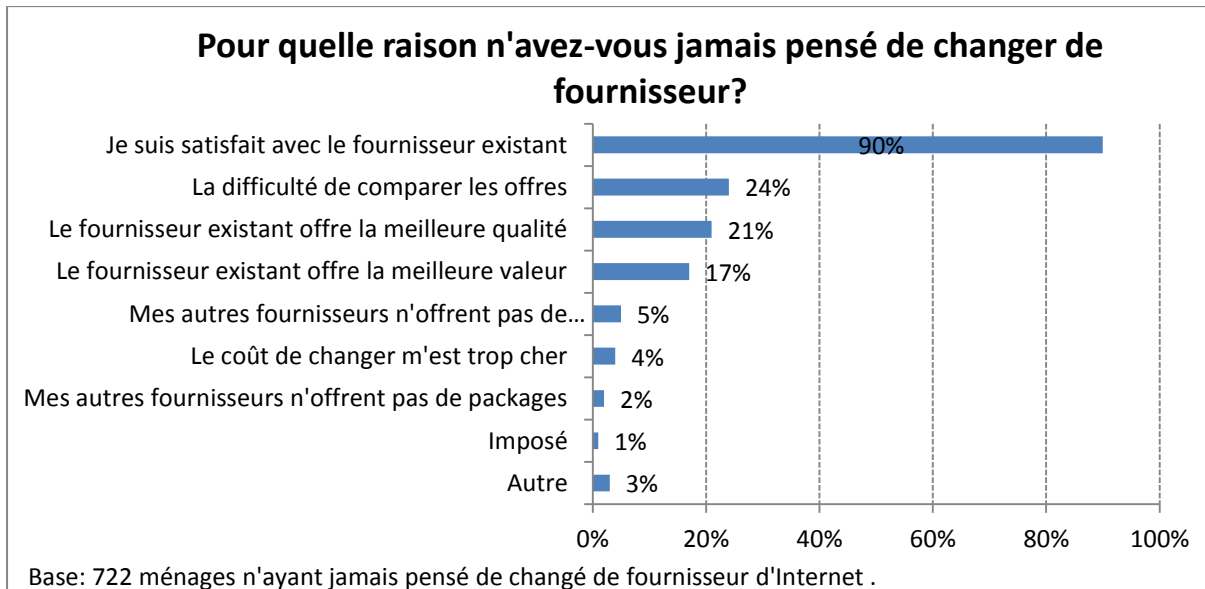
Le changement d'accès n'est pas considéré comme une occasion de scruter les offres existantes (graphique 5, à droite). Parmi les personnes interrogées qui ont déjà changé d'accès, la grande majorité reste fidèle au même fournisseur. Toutefois, cette fidélité se dissipe, car le taux des utilisateurs fidèles a baissé de 68% à 56% au cours des cinq dernières années. Les offres alternatives semblent être mieux perçues au fil des ans.

Les utilisateurs n'ont pas changé de fournisseur et ont opté pour un pack multi-services pour les raisons suivantes: l'attraction de l'offre du fournisseur existant et la commodité du package. Moins d'un tiers des répondants estiment que leur fournisseur en téléphonie offre la meilleure qualité. Les autres explications ne jouent qu'un rôle marginal (graphique 6).



Graphique 6

Dans quelle mesure le marché de l'accès à l'Internet haut débit au Luxembourg est-il fluide? A quel point le marché est-il perçu comme concurrentiel par le consommateur final? Parmi les personnes interrogées, 33% affirment avoir déjà songé à changer l'opérateur. Ce résultat est proche des 35% qui ont effectivement changé l'opérateur en changeant la technologie d'accès (graphique 5, à droite) et reflète l'attrait croissant de l'accès par le réseau câblé. Ce ratio est beaucoup plus élevé chez les résidents de la Ville de Luxembourg (39%), les résidents étrangers (41%) et les personnes âgées de moins de 35 ans (43%). La raison invoquée pour ne pas changer est la satisfaction (90%) avec le fournisseur existant (graphique 7). Une minorité de clients affirme que l'offre de son fournisseur est de meilleure valeur (17%) ou de meilleure qualité (21%). Quelques sondés éprouvent des difficultés à comparer les offres (24%). Les autres explications possibles restent marginales.

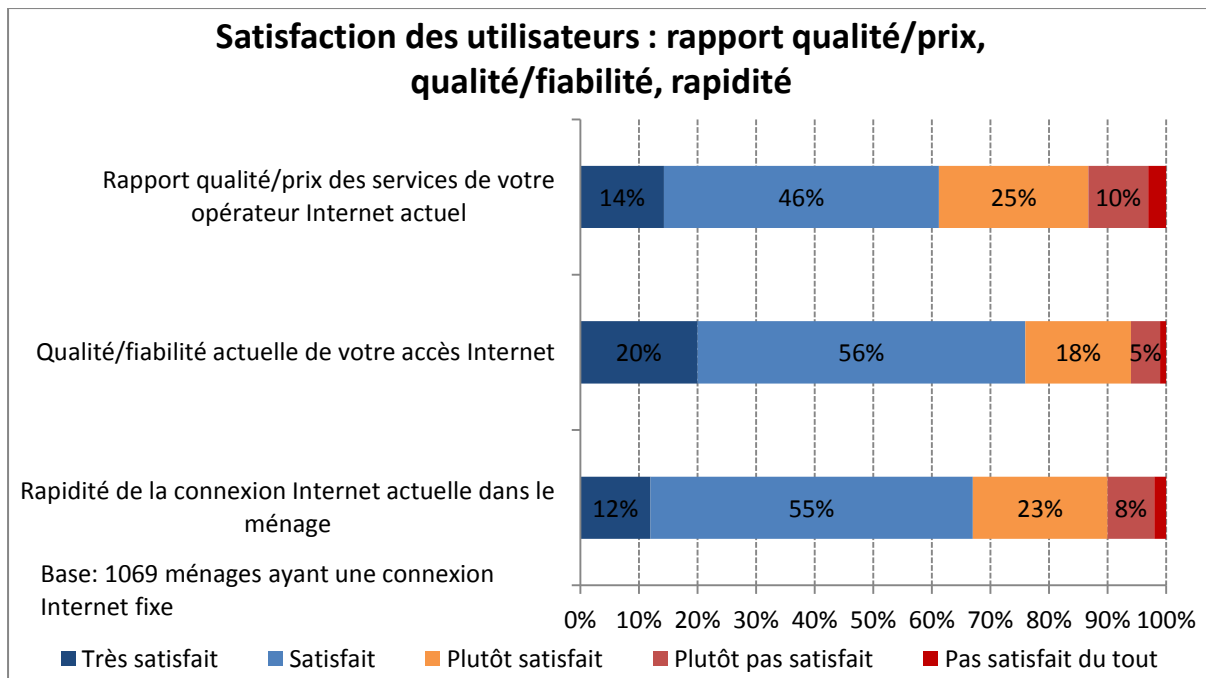


Graphique 7



### 3.6. Satisfaction

La satisfaction a également fait l'objet d'un examen plus détaillé et s'est avérée être un élément important du marché luxembourgeois. Ainsi, la majorité des sondés est très satisfaite (14%) ou satisfaite (46%) du rapport qualité/prix que lui offre son fournisseur. Une majorité s'exprime également très satisfaite (20%) ou satisfaite (56%) de la qualité/fiabilité et de la rapidité de leur connexion Internet (graphique 8). Sachant que la majorité des connexions au Luxembourg se situe en-dessous de 5 Mbps, il semble que les besoins d'un Internet à très haut débit restent à l'heure actuelle encore marginaux auprès des ménages luxembourgeois. Il s'avère également que, dans ces conditions, l'acquisition de clients existants d'entreprises concurrentes est difficile pour les opérateurs.

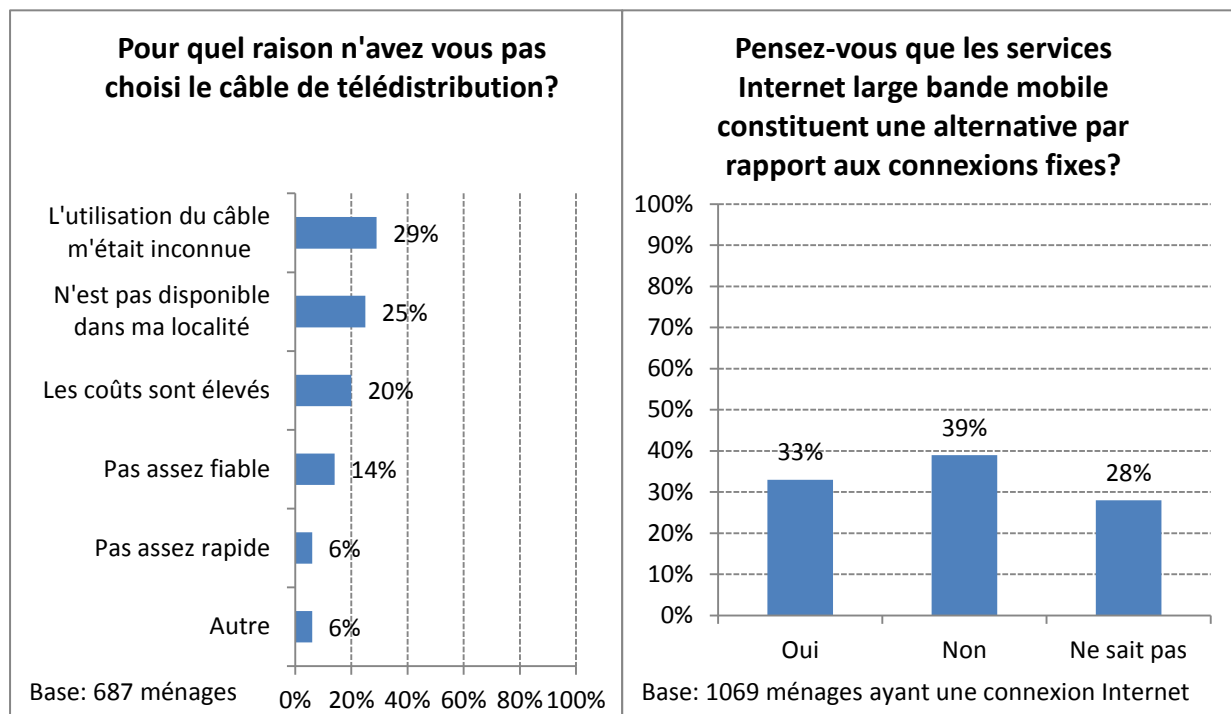


Graphique 8

### 3.7. Solutions alternatives à la connexion fixe

Est-ce que le réseau câblé ou le réseau mobile à haut débit sont perçus comme des solutions alternatives pour l'accès à l'Internet (connexion fixe)? En ce qui concerne le réseau câblé, les raisons invoquées pour ne pas envisager le câble comme infrastructure d'accès à l'Internet ne sont pas très concluantes. La méconnaissance de la technologie dans le cadre de l'Internet et l'indisponibilité géographique, réelle ou perçue du câble semblent être primordiales (graphique 9, à gauche).

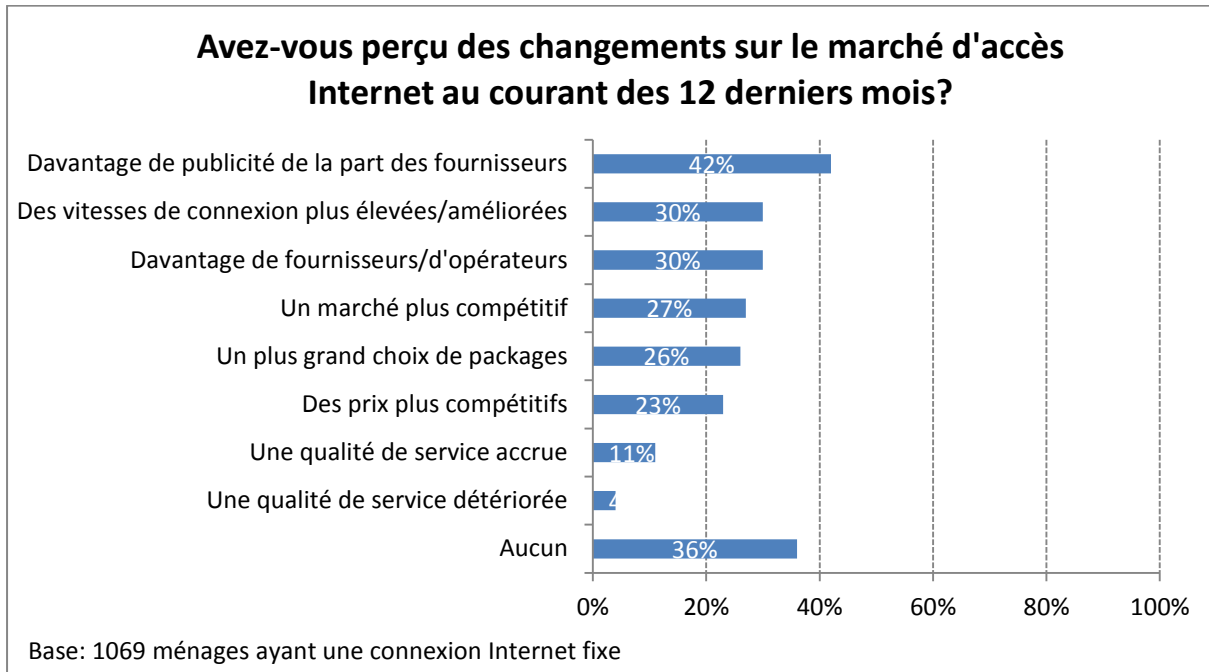
Les services Internet à large bande mobile quant à eux ne constituent pas une alternative pour 39% des sondés (graphique 9 à droite). Tenant compte des 28% qui ne se prononcent pas sur cette question, le nombre des sceptiques monte à 54%. Le réseau mobile à large bande n'est pas considéré, pour l'instant, comme une alternative à l'Internet fixe. Les raisons de cette perception sont multiples, mais se situent plus du côté subjectif (je suis satisfait avec l'existant, je n'en ai pas besoin en déplacement) qu'au niveau d'une éventuelle insuffisance de l'offre (pas assez fiable, pas assez rapide, trop cher ...). Le coût notamment n'apparaît guère comme élément dissuasif. La notion de l'accès Internet large bande mobile reste assez méconnue.



Graphique 9

Toutefois, sur un plan plus général, un certain dynamisme est perçu pour le marché d'accès à l'information électronique. Une minorité d'interlocuteurs (36%) ne voit aucun changement sur le marché de l'accès à Internet, tandis qu'une variété d'éléments, rangeant des efforts publicitaires à la concurrence par les prix sont invoqués fréquemment par les deux tiers des sondés qui perçoivent des changements au niveau du marché de l'accès à Internet (graphique 10).

### 3.8. Changements au courant des 12 derniers mois



Graphique 10

Luxembourg, le 6 juin 2011