

# REGARDS | 02

sur l'utilisation des TIC par les particuliers

**STATEC**

Institut national de la statistique  
et des études économiques

Auteur: Armande Frising  
Publication périodique | Janvier 2017

En 2016, quasiment tous les ménages résidents ont un accès internet chez eux (97%). Les rares ménages non connectés n'en ont pas besoin, manquent de compétences ou ont un accès ailleurs. Il s'agit quasi exclusivement de ménages sans enfants ni adolescents dans leur foyer. 95% des internautes se connectent tous les jours ou presque, le plus souvent via leur smartphone (83%) ; 80% se connectent en dehors de chez eux et de leur lieu de travail.

Le module 2016 de l'enquête TIC (technologies de l'information et de la communication) porte sur la confidentialité et la protection des données personnelles. Il révèle que seuls 8% des internautes n'ont pas communiqué d'informations personnelles sur internet. 4 internautes sur 10 déclarent avoir lu les clauses relatives à la politique de confidentialité avant d'avoir fourni des informations personnelles sur internet et 6 sur 10 ont limité l'accès à leur localisation géographique et/ou à leur profil ou contenu sur les réseaux sociaux.

## 92% des internautes ont communiqué des informations personnelles sur internet

La réticence augmente avec l'âge et diminue avec le niveau d'éducation : parmi les 16 à 24 ans, seuls 2% n'ont révélé aucune information personnelle en ligne contre 12% parmi les 65 à 74 ans. 13% des personnes ayant un niveau d'éducation faible n'ont révélé aucune information personnelle en ligne contre seulement 4% parmi ceux ayant un niveau d'éducation élevé. Les informations les plus fréquemment communiquées sur le net sont des renseignements personnels (nom, date de naissance, numéro de carte d'identité) et les moyens de contacts (adresse postale ou email, numéro de téléphone) ; plus de 8 internautes sur 10 les ont communiquées en ligne au cours des 12 derniers mois. 68% des internautes y ont divulgué des informations relatives à leurs coordonnées de paiement. D'autres informations telles des photos, des renseignements sur la santé, le revenu, l'emploi ou encore sur la localisation sont moins fréquentes, mais ont néanmoins été dévoilées en ligne par près de 4 internautes sur 10 (7 sur 10 parmi les 16 à 24 ans et 2 sur 10 parmi les plus de 54 ans).

Tableau 1 : Type d'informations personnelles communiquées sur internet au cours des 12 derniers mois, 2016 (en %)

	Ensemble	Hommes	Femmes	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Niveau d'éduc. faible	Niveau d'éduc. moyen	Niveau d'éduc. élevé
Informations personnelles (noms, année de naissance...)	81	83	79	88	85	82	81	71	76	69	78	88
Informations de contact (adresse postale, email...)	83	80	85	81	87	87	82	76	81	66	82	92
Coordonnées de paiement (numéro de carte de crédit...)	68	70	66	50	73	77	73	65	62	45	64	81
Autres informations personnelles (photos, localisation...)	39	39	39	69	52	39	27	19	21	42	40	36
Aucune information personnelle	8	9	8	2	6	6	9	14	12	13	9	4

Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 12 mois précédant l'enquête

43% des internautes ont lu les déclarations relatives à la politique de confidentialité avant de fournir des informations personnelles sur internet. Les internautes âgés entre 16 et 24 ans et ceux appartenant à la classe d'âges 65 à 74 ans sont un peu moins nombreux (38%) à s'informer sur la politique de confidentialité avant de fournir des renseignements personnels.

63% des internautes ont restreint l'accès à leur localisation géographique au 1<sup>er</sup> trimestre 2016 ; 70% parmi les 16 à 24 ans et 50% parmi les 65 à 74 ans. Le pourcentage augmente avec le niveau d'éducation des internautes. 64% des

internautes ont limité l'accès à leur profil ou contenu sur les réseaux sociaux ; 87% parmi les 16 à 24 ans et 43 % parmi les 65 à 74 ans. 72% des internautes n'ont pas autorisé l'utilisation de données personnelles à des fins de publicité et 66% ont vérifié la sécurité du site internet sur lequel ils ont fourni des informations personnelles (en regardant par exemple qu'il s'agit d'un site du type « https »). Notons encore que 21% des internautes ont demandé d'accéder à leurs informations personnelles détenues par des sites internet ou des moteurs de recherche afin de les actualiser ou de les supprimer.

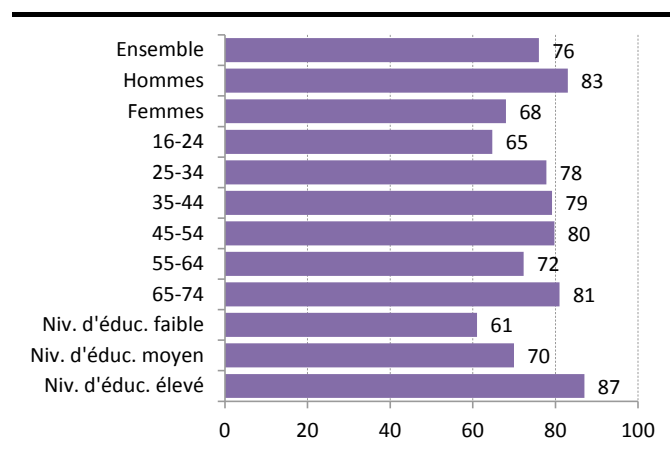
**Tableau 2 : Activités effectuées par les internautes afin de gérer l'accès à leurs informations personnelles sur internet, 2016 (en % des internautes)**

	Ensemble	Hommes	Femmes	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Niveau d'éduc. faible	Niveau d'éduc. moyen	Niveau d'éduc. élevé
Lecture de déclarations de confidentialité, avant la fourniture d'informations personnelles	43	43	43	38	42	46	47	43	38	40	41	47
Restrictions de l'accès à leur localisation géographique	63	64	61	70	73	67	61	47	50	51	58	71
Limitation de l'accès à leur profil ou contenu sur les sites de réseaux sociaux	64	64	64	87	83	69	50	42	43	64	64	63
Refus d'autorisation d'utilisation d'informations personnelles à des fins de publicité	72	73	72	69	78	77	73	67	64	60	69	80
Vérification de la sécurité du site internet sur lequel des informations personnelles ont été fournies (p.ex. sites https, logo, certificats de sécurité)	66	70	62	66	68	71	65	59	61	62	61	71
Demande d'accès aux informations personnelles détenues par des sites internet ou par des moteurs de recherche	21	23	19	27	25	19	19	18	15	27	19	20

Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 12 mois précédant l'enquête

## 76% connaissent le principe des témoins de connexion

83% des hommes et 68% des femmes sont au courant que les cookies peuvent être utilisés pour retracer leurs mouvements sur internet et créer un profil pour chaque utilisateur afin de leur proposer des publicités sur mesure. La conscience de l'effet des cookies augmente avec le niveau d'éducation et l'âge.

**Graphique 1 : Pourcentage d'internautes connaissant le principe des cookies, 2016 (en %)**


Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 12 mois précédant l'enquête

## La majorité se protège

54% des utilisateurs d'internet, 62% des hommes et 46% des femmes ont déjà modifié les paramètres de leur navigateur internet pour empêcher l'enregistrement de cookies. 20% des internautes (25% des hommes et 15% des femmes) utilisent même un logiciel anti-traçage limitant la capacité de tracer leurs activités sur internet.

**Tableau 3 : Pourcentage des internautes se protégeant contre des cookies, 2016 (en %)**

	Modification des paramètres du navigateur pour empêcher ou limiter l'enregistrement de cookies	Utilisation d'un logiciel anti-traçage
Ensemble	54	20
Hommes	62	25
Femmes	46	15
16-24	53	20
25-34	60	20
35-44	58	21
45-54	55	17
55-64	45	23
65-74	45	19
Niv. d'éduc. faible	42	14
Niv. d'éduc. moyen	49	21
Niv. d'éduc. élevé	62	22

Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 12 mois précédant l'enquête

37% des internautes ne sont pas du tout préoccupés par l'enregistrement de leurs activités en ligne et par des publicités sur mesure ; la préoccupation augmente avec l'âge.

## 97% des 16 à 24 ans utilisent le smartphone pour surfer

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2016, seuls 3% des ménages n'ont pas d'accès internet chez eux. Il s'agit quasi exclusivement de ménages sans enfants, ni adolescents dans leur foyer. Les raisons évoquées pour ne pas être connectés à la maison sont l'absence de besoin, le manque de compétences ou un accès ailleurs.

95% des internautes ont surfé tous les jours ou presque; 96% des hommes, 94% des femmes, 98% parmi les 16 à 24 ans et 90% parmi les 55 à 74 ans.

Le smartphone est l'appareil le plus prisé pour surfer (83%) suivi par l'ordinateur portable (74%), l'ordinateur de bureau (68%) et la tablette (53%). La télévision connectée (smart TV) trouve le plus d'adeptes parmi les 35 à 44 ans (27%). Plus de la moitié des utilisateurs de la télévision connectée (55%) regardent des contenus vidéo (vidéo à la demande ou autres services de partage), 41% la télévision en direct ou en rattrapage et un peu plus d'un tiers utilisent la télévision pour naviguer sur internet.

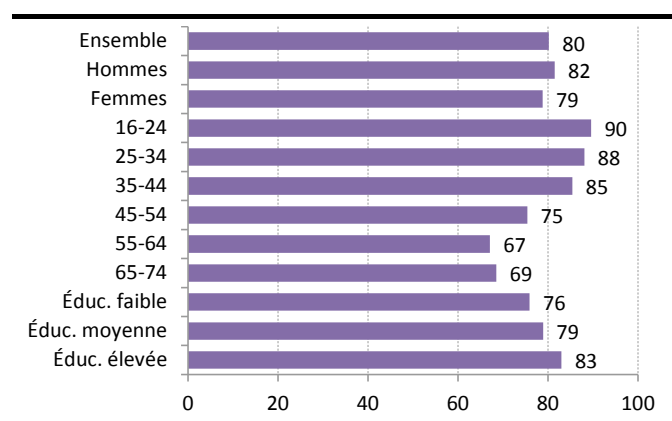
**Tableau 4 : Appareils utilisés pour accéder à internet au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2016 (en %)**

	ordina- teur de bureau	ordina- teur portable	tablette	smart- phone ou téléphone	Autres appareils mobiles*	Smart TV
Ensemble	68	74	53	83	10	21
Hommes	75	76	53	81	10	23
Femmes	60	72	53	83	10	19
16 - 24 ans	54	78	38	97	11	22
25 - 34 ans	69	76	51	91	11	26
35 - 44 ans	77	77	59	89	14	27
45 - 54 ans	74	71	63	78	10	20
55 - 64 ans	65	70	52	65	6	15
65 - 74 ans	54	68	49	68	7	11
Niv. d'éduc. faible	55	63	43	87	8	19
Niv. d'éduc. moyen	63	70	50	84	6	17
Niv. d'éduc. élevé	77	81	60	80	15	26

Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 3 mois précédant l'enquête ; \* (lecteur média ou jeux, liseuse...)

L'internet mobile reste relativement stable en 2016 : 80% des résidents ont surfé sur Internet en dehors du travail et de chez eux. Leur nombre augmente avec le niveau d'éducation et diminue avec l'âge.

**Graphique 2 : Accès internet en dehors du travail et du domicile (en %)**

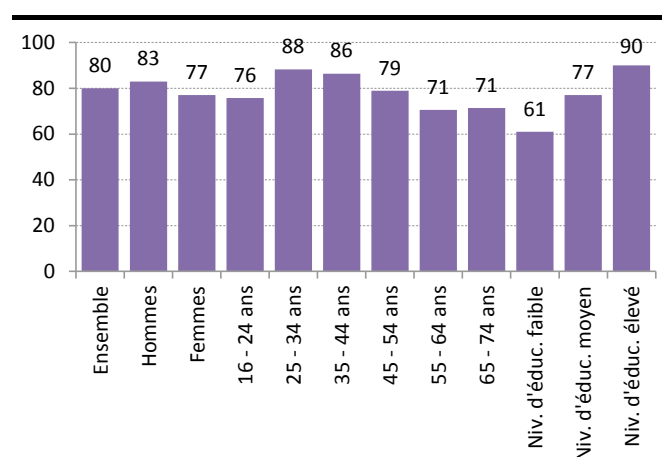


Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 3 mois précédant l'enquête

## L'achat en ligne en vogue

80% des internautes ont acheté un bien ou service en ligne pour usage privé sur internet (83% des hommes et 77% des femmes). Le nombre d'acheteurs en ligne augmente avec le niveau d'éducation.

**Graphique 3 : Internautes ayant acheté des biens ou services (en %)**

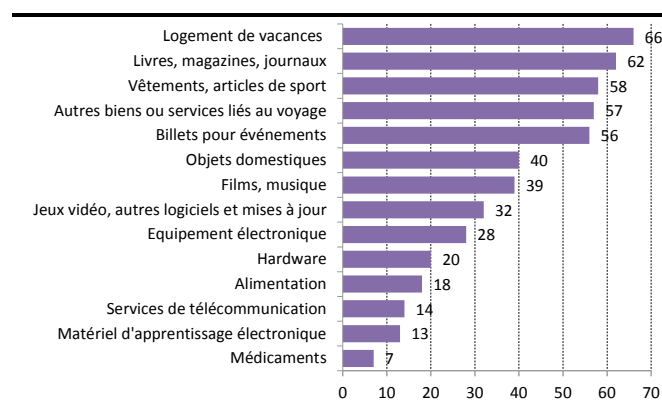


Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant acheté des biens et services au cours des 12 mois précédant l'enquête

## Logements de vacances et lecture en tête de liste des achats électroniques

66% des consommateurs en ligne ont réservé des logements de vacances en ligne et 62% ont commandé des livres, magazines ou journaux. Viennent ensuite les vêtements et articles de sports (58%), les autres services liés aux voyages tels des billets de transport ou la location de voitures (57%) et les tickets pour des événements (56%).

**Graphique 4 : Types de biens et services commandés en ligne (en %)**



Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant effectué des achats sur internet à des fins privées au cours des 12 mois précédant l'enquête

32% des internautes ayant acheté un bien ou service en ligne au cours de l'année précédant l'enquête 2016, l'ont fait auprès d'un vendeur national, 90% auprès d'un vendeur situé dans un pays de l'UE et 28% auprès de négociants du reste du monde.

3 à 5 achats en ligne au cours des 3 mois précédant l'enquête est la fréquence la plus souvent citée par les internautes (37%).

La plus grande partie (40%) des consommateurs en ligne a dépensé moins de 50 euros au cours des 3 mois précédant l'enquête ; 29% ont dépensé entre 100 et 499 euros. Ces proportions changent parmi les 16 à 24 ans et les personnes ayant un niveau d'éducation faible ; ils sont plus nombreux à avoir dépensé entre 100 et 499 euros (39% respectivement 36%).

Près de la moitié des acheteurs s'est renseignée sur le vendeur ou le produit et/ou a lu les avis d'autres consommateurs avant d'acheter un produit ou service en ligne et un tiers a consulté un site comparateur de prix. Seulement 7% des adeptes du commerce électronique ont acheté directement en cliquant sur une publicité affichée sur des réseaux sociaux. Pour leurs achats en ligne, 65% des acheteurs en ligne ont rencontré un problème lié à la commande en ligne ; le plus fréquent était la non livraison au Luxembourg (50%) et des délais de livraison plus longs que prévus (22%).

## Les activités les plus populaires sur la toile

Au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2016, les activités en ligne les plus fréquentes étaient l'échange d'emails (95%), l'actualité en ligne (89%), la recherche d'informations sur des biens ou services (88%) et les vidéos fournies par des services de partage tels que YouTube (79%). Près de 7 internautes sur 10 ont participé à des réseaux sociaux, utilisé des services liés aux voyages, effectué des transactions bancaires en ligne et recherché des informations relatives à la santé. 58% des internautes ont écouté de la musique en ligne, un peu plus de la moitié a téléphoné via internet (54%), 45% ont téléchargé du contenu créé par leurs soins et 42% ont utilisé des services de paiements en ligne de type PayPal. Les rendez-vous médicaux en ligne ne trouvent actuellement que peu d'échos auprès des résidents (15%).

**Tableau 5 : Activités réalisées sur internet au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2016 (en %)**

	Communication			Accès à l'information			Divertissement			Créativité		e-santé		Autres services en ligne				
				chercher			vidéo à la					chercher		utiliser				
	partici-			de			demande					des		des				
	envoyer-	télé-	per à	lire des	l'informa-	jouer ou	écouter	regarder	de services	vidéo à la	télé-	créer	des	prendre	des	vendre	seices	utiliser
	recevoir	phoner	des	réseaux	tion sur	télé-	de la	la télé-	commer-	demande	charger	des sites	informa-	prendre	des	vendre	seices	utiliser
	des	via	d'actu-	des biens	charger	musi-	vision en	ciaux	de services	de partage	du conte-	internet	relatives	un rv	des	des	ban-	seices de
	e-mails	internet	sociaux	alité	ou services	des jeux	que	ligne	(Netflx, PostTV)	(YouTube)	nu créé	blogs	la santé	en ligne	voyages	services	en ligne	(PayPal)
Ensemble	95	54	69	89	88	35	58	36	29	79	45	8	73	15	73	15	73	42
Hommes	97	54	69	92	90	36	62	42	33	83	44	11	68	13	74	18	76	46
Femmes	93	54	68	86	87	34	53	30	25	75	46	4	79	17	73	11	69	37
16-24 ans	93	70	95	80	891	60	73	33	36	94	62	13	66	9	49	15	38	31
25-34 ans	97	61	89	97	91	41	68	38	36	94	60	9	74	13	76	16	83	44
35-44 ans	96	47	69	88	92	36	61	41	35	84	42	5	72	16	80	19	84	49
45-54 ans	94	50	55	91	89	24	54	33	25	71	34	6	70	17	80	14	81	40
55-64 ans	92	47	51	86	85	23	40	34	19	64	34	8	78	18	76	11	69	43
65-74 ans	98	48	42	88	89	26	39	36	16	51	32	5	76	21	72	7	65	36
Niv. d'éduc. faible	88	58	79	79	80	46	60	27	24	80	47	10	71	10	54	13	43	28
Niv. d'éduc. moyen	96	48	68	89	86	38	54	35	29	78	49	6	74	12	71	17	72	39
Niv. d'éduc. élevé	98	57	65	93	94	28	60	41	32	79	41	8	72	20	84	14	87	50

Source : STATEC (enquête sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les particuliers 2016); personnes ayant utilisé internet au cours des 3 mois précédant l'enquête

43% des internautes ont utilisé un espace de stockage sur internet (Dropbox, iCloud...) pour enregistrer des documents, des photos, de la musique ou des vidéos à des fins privées, 57% parmi les 16 à 34 ans et 36% parmi les 55 à 74 ans.

La formation en ligne quant à elle reste limitée : en 2016, 25% des internautes ont utilisé du matériel d'apprentissage en ligne (matériel audiovisuel, manuel électronique...), 15% ont communiqué avec des enseignants ou étudiants à travers des sites ou portails éducatifs mais seulement 10% ont suivi un cours en ligne, dans un cadre privé ou professionnel.

Pour ce qui est de « l'administration en ligne », l'enquête nous apprend que 65% des résidents ont téléchargé des formulaires officiels à des fins privées; 56% ont contacté des autorités publiques en ligne pour obtenir de l'information et 36% pour envoyer des formulaires complétés.

## Méthodologie et définitions

La présente publication exploite l'enquête communautaire sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication par les ménages et particuliers âgés entre 16 et 74 ans au 1<sup>er</sup> trimestre 2016. Elle a été menée par téléphone par TNS ILRES pour le compte et sous la responsabilité méthodologique du STATEC.

**Institut national de la statistique  
et des études économiques  
Luxembourg**

info@statec.etat.lu  
Tél.: (+352) 247-84219

www.statistiques.lu

ISSN 2304-7135