

Communiqué de presse

Etude IDC : Baromètre TIC Consommateurs

1^{er} Trimestre 2009

Bruno TEYTON – Consulting Director – 01 56 26 26 89 – bteyton@idc.com

Paris, le 11 mai 2009

IDC présente les résultats d'une web enquête menée auprès de 1001 individus français de plus de 16 ans en mars 2009. 48% des individus interrogés estiment que dans les prochains mois la crise économique aura des répercussions personnelles plutôt importantes. 12% estiment que les conséquences seront très importantes. Le niveau d'inquiétude à titre personnel culmine parmi les individus de 40 à 59 ans, les femmes et les ouvriers. Mais il est également très fort parmi d'autres catégories telles que les employés, les professions intermédiaires ainsi que les artisans et commerçants.

Bonne résistance des services telecoms et Internet et recul des équipements TIC

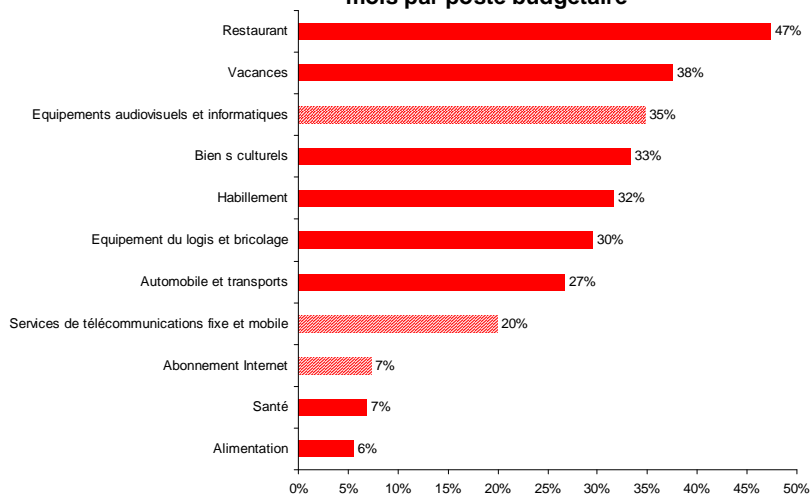
Face à la dégradation de la conjoncture macro-économique et à des perspectives personnelles assombries, les individus prévoient de réviser leur mode de consommation. Les trois postes budgétaires les plus affectés seront les dépenses liées à la restauration, aux vacances et aux équipements audiovisuels et informatiques.

A l'opposé trois postes de dépenses seront particulièrement résistants avec des projets de forte diminution inférieurs à 10% : l'alimentation, la santé et les abonnements Internet. Les services de télécommunications fixe et mobile se situent dans une situation intermédiaire : 20% des individus prévoient une forte baisse de leurs dépenses.

Concernant les équipements audiovisuels et informatiques, les intentions de forte diminution des dépenses se trouvent parmi les individus dont l'âge est compris entre 40 et 49 ans (40%), les femmes (41%), les ménages de 5 personnes et plus (38%) et les ouvriers (49%).

Les prévisions de forte diminution du poste équipements audiovisuels et informatiques ne touchent pas seulement les ouvriers ; elles concernent également les individus à plus fort pouvoir d'achat tels que les cadres et professions libérales (33%).

Forte diminution des dépenses pour les prochains mois par poste budgétaire



Mai 2009

A contrario certains segments de consommateurs ne prévoient pas d'aussi fortes diminutions : ce sont les individus de 16 à 24 ans (23%), les habitants de l'Île de France (28%) et les hommes (28%).

D'ici 1 an, 18% des individus prévoient l'achat d'un ordinateur portable, 16% un ordinateur fixe et 9% un netbook. Les segments les plus dynamiques se trouvent parmi les 16-24 ans, les étudiants, les artisans-commerçants et ceux qui se sont équipés il y a plus de 2 ans. Des baisses de prix ne produiraient que des effets extrêmement limités à moins de baisses drastiques. En effet 25% des individus ne souhaitent engager aucune dépense tandis que la baisse minimale pour décider d'investissements plus rapidement que prévu est de l'ordre de -30%.

D'ici 1 an, 20% des individus prévoient l'achat d'un téléviseur. Les intentions les plus fortes se trouvent parmi les artisans et commerçants, les cadres et les professions libérales ainsi que les célibataires.

Téléphone mobile : des dépenses sous surveillance

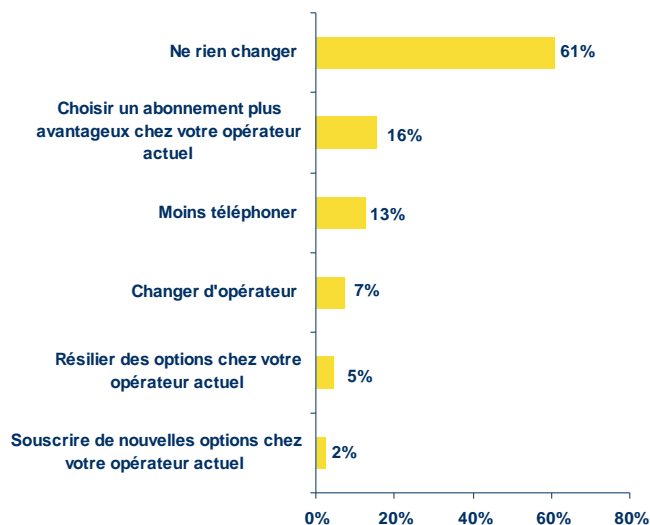
31% des individus envisagent de changer de téléphone mobile d'ici 1 an. Ce taux culmine parmi les jeunes et les étudiants (44%) et les professions intermédiaires (36%) et les individus dont le téléphone a été acquis 1 ou 2 ans auparavant.

Concernant les communications mobiles, 61% des individus envisagent de ne rien changer. En revanche, près de 25% prévoient de modifier leurs pratiques ou leurs contrats chez leur opérateur actuel pour diminuer leurs dépenses. La résiliation chez l'opérateur actuel ne concerne qu'une minorité d'individus. Les modifications des pratiques et des contrats se trouvent principalement parmi les jeunes de 16 à 24 ans et parmi les étudiants pour lesquels le poste téléphonie mobile représente une dépense importante. Les catégories ouvriers et artisans-commerçants envisagent également de prendre des mesures pour réduire leurs consommations. Beaucoup moins de cadres et professions libérales et de retraités prévoient le recours à de telles mesures.

En l'absence de modifications tarifaires, se généralisera le recours à des forfaits ou à des cartes de plus faible durée. En outre les services Internet mobiles risquent de connaître une très faible croissance.

D'ici 1 an, seulement 12% des individus envisagent de souscrire une offre permettant de naviguer sur Internet ou d'envoyer des mails. Ce seront principalement des jeunes de 16 à 24 ans, et surtout des étudiants. Les autres catégories resteront très en retrait.

Intention sur les services de communications mobiles pour les prochains mois



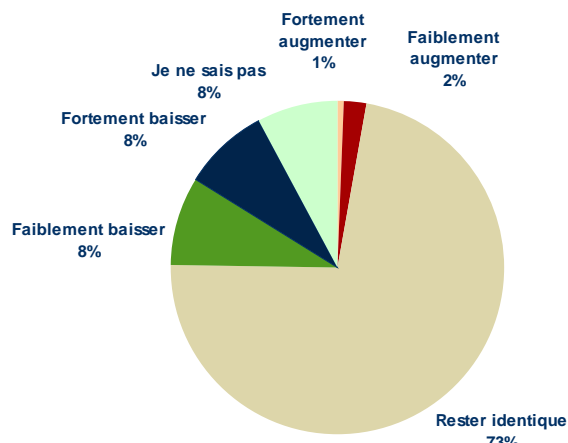
Téléphone fixe et Internet : des ajustements à la marge

Seulement 17% des individus disposant d'un téléphone fixe à domicile envisagent de diminuer leurs dépenses. Ce sont principalement les individus de 40 à 59 ans ainsi que les ouvriers.

Le principal moyen utilisé sera la diminution des communications et dans une moindre mesure le recours à des abonnements plus intéressants et la souscription de services de téléphonie sur Internet. Ces derniers ont déjà atteint des niveaux extrêmement élevés (près de deux tiers des individus).

En raison des coûts relativement modiques et des services utilisés par les internautes dans leur vie quotidienne, près de trois quarts des individus prévoient de ne rien changer à leur abonnement. Néanmoins, près de 20% d'entre eux déclarent vouloir changer de fournisseur d'accès ou choisir un abonnement plus avantageux. Ils se recrutent principalement parmi les abonnés du câble et de France Telecom.

Evolution des dépenses en téléphone fixe



Abonnements aux chaînes TV : les options en danger

Concernant les abonnements payants aux chaînes TV que ce soient par le câble, le satellite, l'ADSL ou par voie hertzienne, 29% des individus abonnés envisagent de réduire leurs dépenses, soit en résiliant les abonnements (9%), soit en résiliant des options (20%). Cette volonté de réduire les dépenses en chaînes payantes est principalement le fait des individus de plus de 40 ans, des ouvriers, des professions intermédiaires, des artisans-commerçants et des célibataires. En revanche le segment des 18 à 24 ans résiste particulièrement bien.

Présentation de l'étude

Le baromètre Consumer propose une analyse détaillée et une compréhension fine des évolutions des consommations en produits et services de l'informatique et des télécommunications de la part des consommateurs.

- Conjoncture économique et évolution des dépenses
 - Impact de la crise économique
 - Evolution des dépenses par poste
- Equipement informatique
 - Ordinateurs à domicile
 - Netbook
 - Achat d'ordinateur fixe

- Achat d'ordinateur portable
- Evolution des achats en matériel informatique en fonction des prix
- Equipements audiovisuels et abonnements à des chaînes TV
 - Téléviseurs
 - Achat de téléviseurs
 - Evolution des dépenses en téléviseurs en fonction des prix
 - Chaînes TV
 - Evolution des abonnements aux chaînes TV
- Internet
 - Accès Internet à domicile
 - Options sur Internet
 - Evolution des abonnements Internet
- Téléphones et services mobiles
 - Téléphone mobile
 - Acquisition de téléphone mobile
 - Utilisations de services avancés sur téléphone mobile
 - Evolution de la consommation de services mobiles
- Téléphone fixe
 - Existence d'un téléphone fixe
 - Offre de convergence fixe-mobile
 - Evolution de la consommation en téléphone fixe

Au sujet d'IDC

IDC est le premier groupe mondial de conseil et d'étude sur les marchés des technologies de l'information. La structure conseil du groupe forme un réseau international de plus de 1000 consultants répartis dans plus de 60 pays et fournissant les tendances marchés dans plus de 90 pays. IDC fournit aux acteurs du marché de l'informatique et des télécommunications l'ensemble des prestations d'études nécessaires à la définition et la mise en oeuvre de leur stratégie et de leur tactique.

Grâce à son équipe de consultants et aux nombreux outils dont ils disposent, IDC est pour vous un partenaire marketing qui vous permet d'étayer de données quantitatives et qualitatives objectives vos business plans, de bénéficier d'une assistance conseil pour appréhender les dynamiques des marchés, analyser la concurrence, la distribution et l'évolution de la demande sur les marchés informatiques et télécoms.

IDC France met également à la disposition de ses clients les outils de recherche suivants :

- Des études de marché françaises, européennes et internationales sur les matériels, logiciels, services et télécommunications.
- Un fond documentaire unique, accessible grâce à notre service d'information à la demande, IDC en Direct.
- Une cellule d'enquêteurs téléphoniques spécialisée, ainsi qu'une base de données de 25 000 sites utilisateurs qualifiés.

Les références clients d'IDC France comptent parmi les plus grands de l'informatique et des télécommunications.