



OBSERVATOIRE SOCIETAL DU TELEPHONE MOBILE

AFOM / TNS SOFRES



Stratégies d'Opinion / Société

Brice TEINTURIER

Fabienne SIMON

Laurence BEDEAU



FICHE TECHNIQUE

- Sondage effectué pour l'Association Française des Opérateurs Mobiles (AFOM)
- Dates de réalisation : Du **23 au 28 août 2006**
- Échantillon national de 1224 personnes, représentatif de l'ensemble de la population âgée de 12 ans et plus.
- Mode d'enquête : personnes interrogées en face-à-face à leur domicile par le réseau des enquêteurs de TNS Sofres.
- **Méthode des quotas** (sexe, âge, profession du chef de ménage PCS) et stratification par région et catégorie d'agglomération.

Le mobile, un **objet unique**
parmi les objets communicants

25 ans et 40 ans, la **double**
fracture générationnelle

Un bilan **collectif positif... mais**
en baisse

Un bilan **individuel positif ... et**
en hausse

Le mobile, **le doudou commun**

Le mobile, une **responsabilité**
individuelle assumée

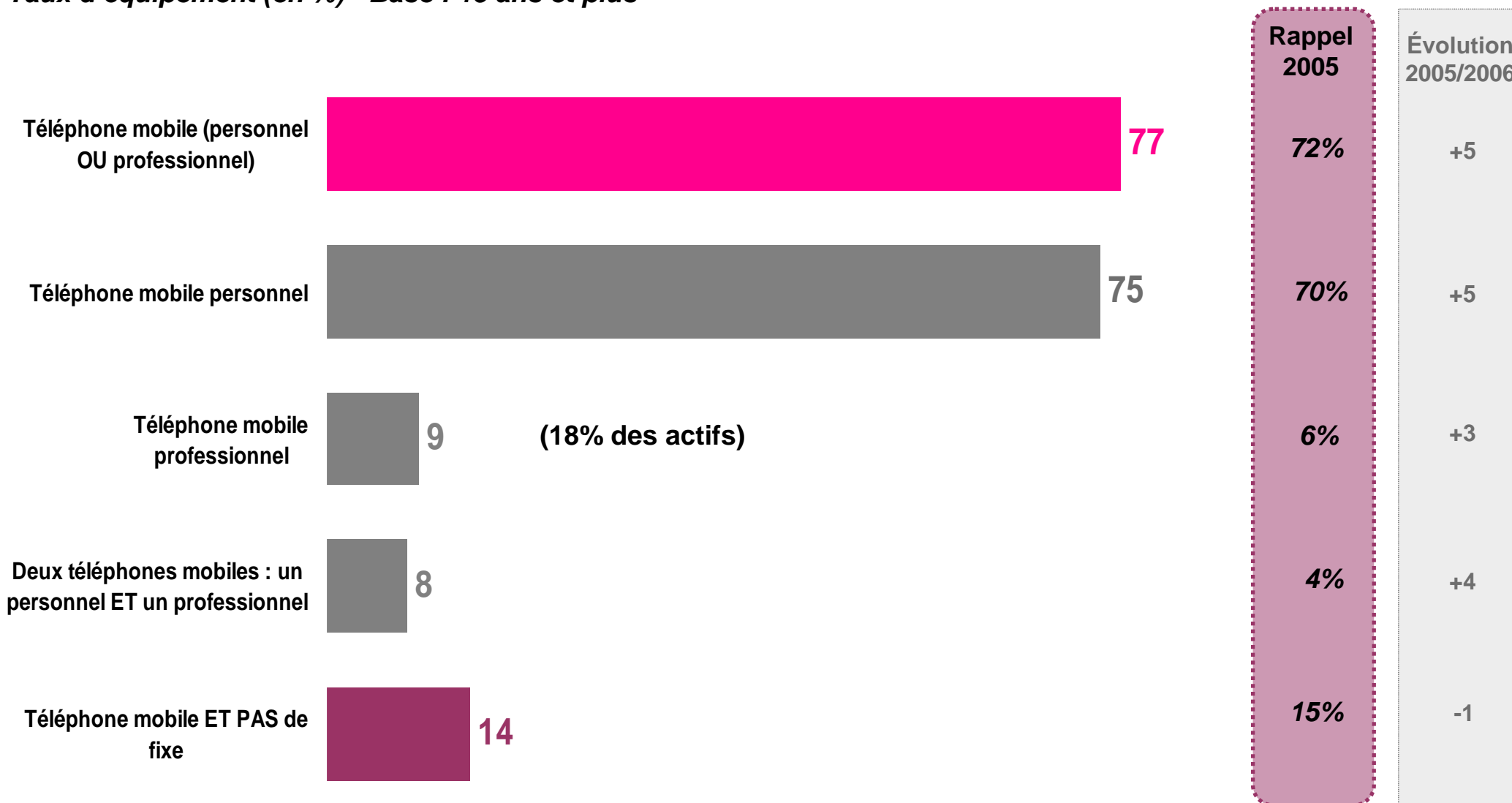


**Le mobile,
un objet unique
parmi les objets communicants**

2006 : un phénomène de société qui continue de se diffuser

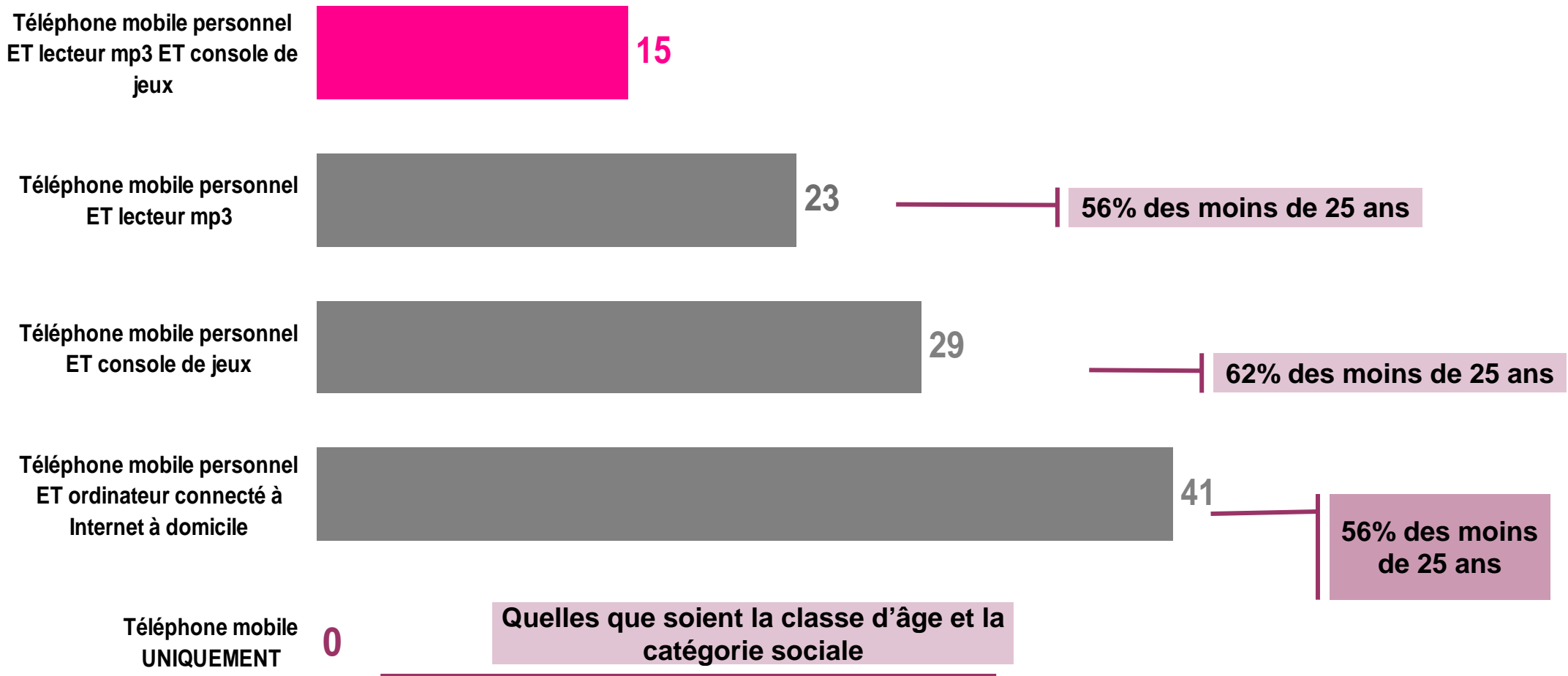
77% des + de 15 ans utilisent un mobile

Taux d'équipement (en %) - Base : 15 ans et plus



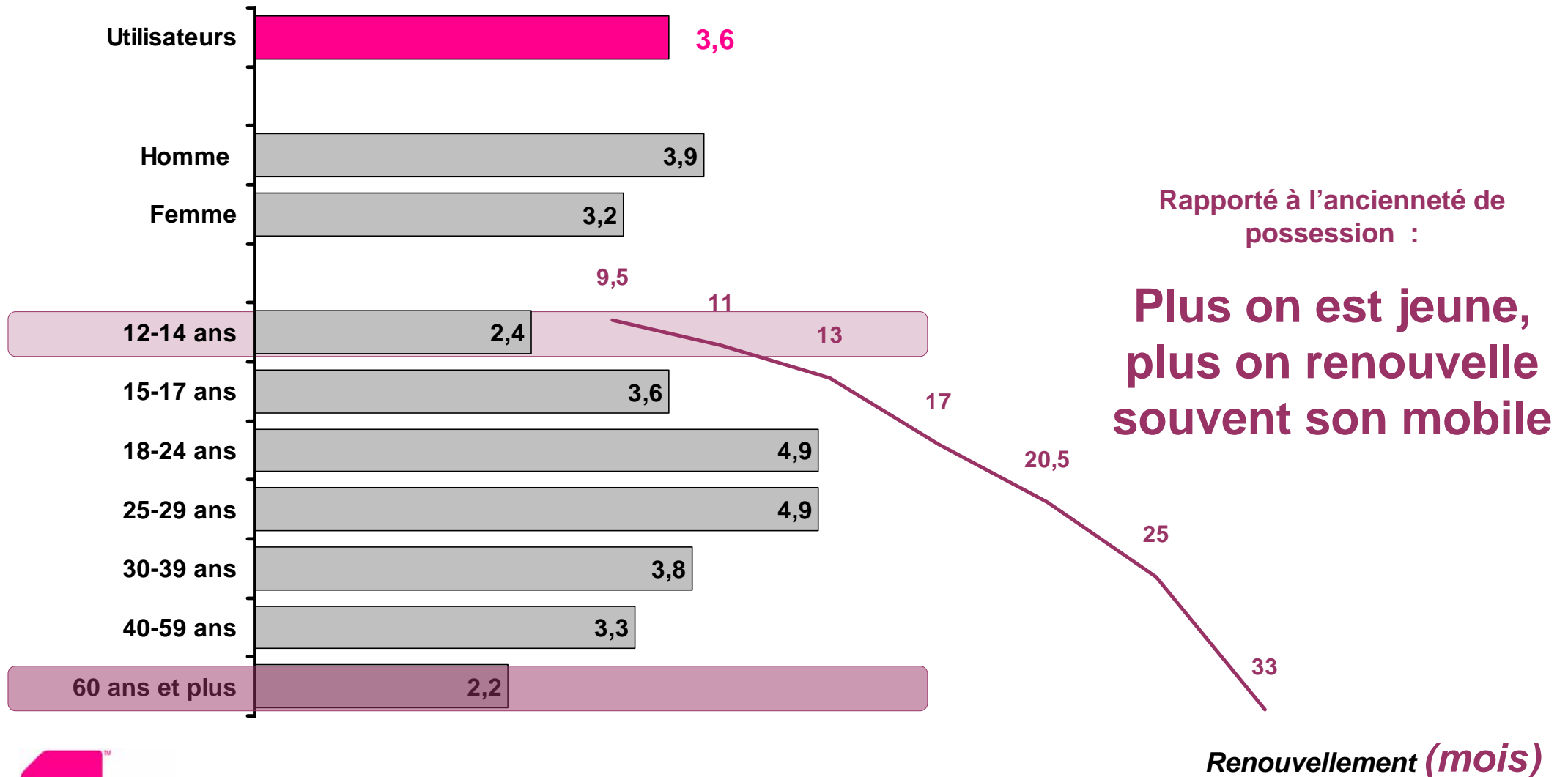
Un objet qui s'intègre à une panoplie d'objets communicants : pas d'effet de substitution

Taux d'équipement (en %) - Base : 12 ans et plus



Un renouvellement du mobile toujours rapide : un changement tous les 20 mois en moyenne

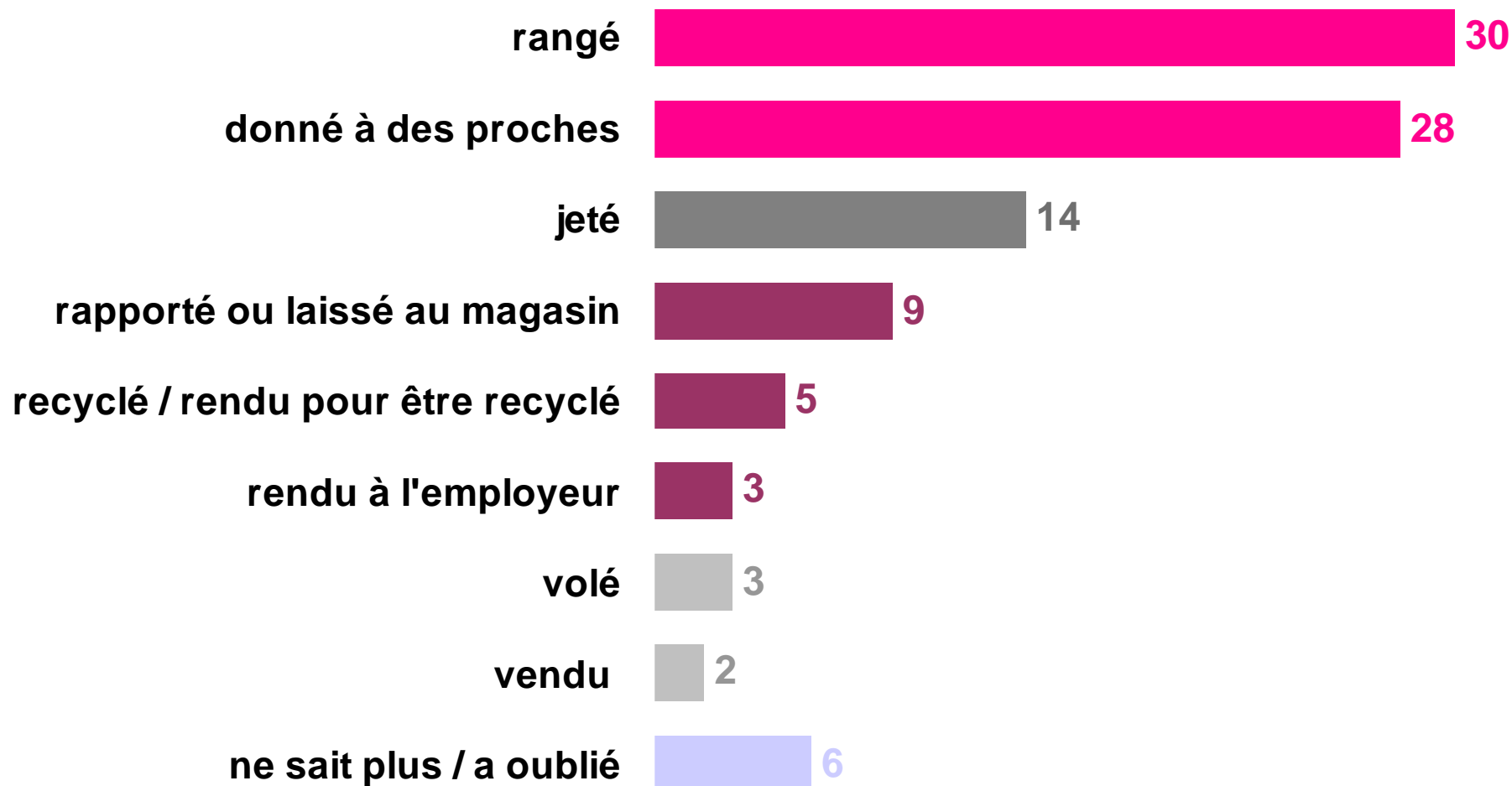
*Nombre moyen de mobiles déjà possédés -
Base : utilisateurs de mobiles 12 ans et plus*



Un objet renouvelé souvent mais qu'on ne jette toujours pas : des stratégies de recyclage multiples

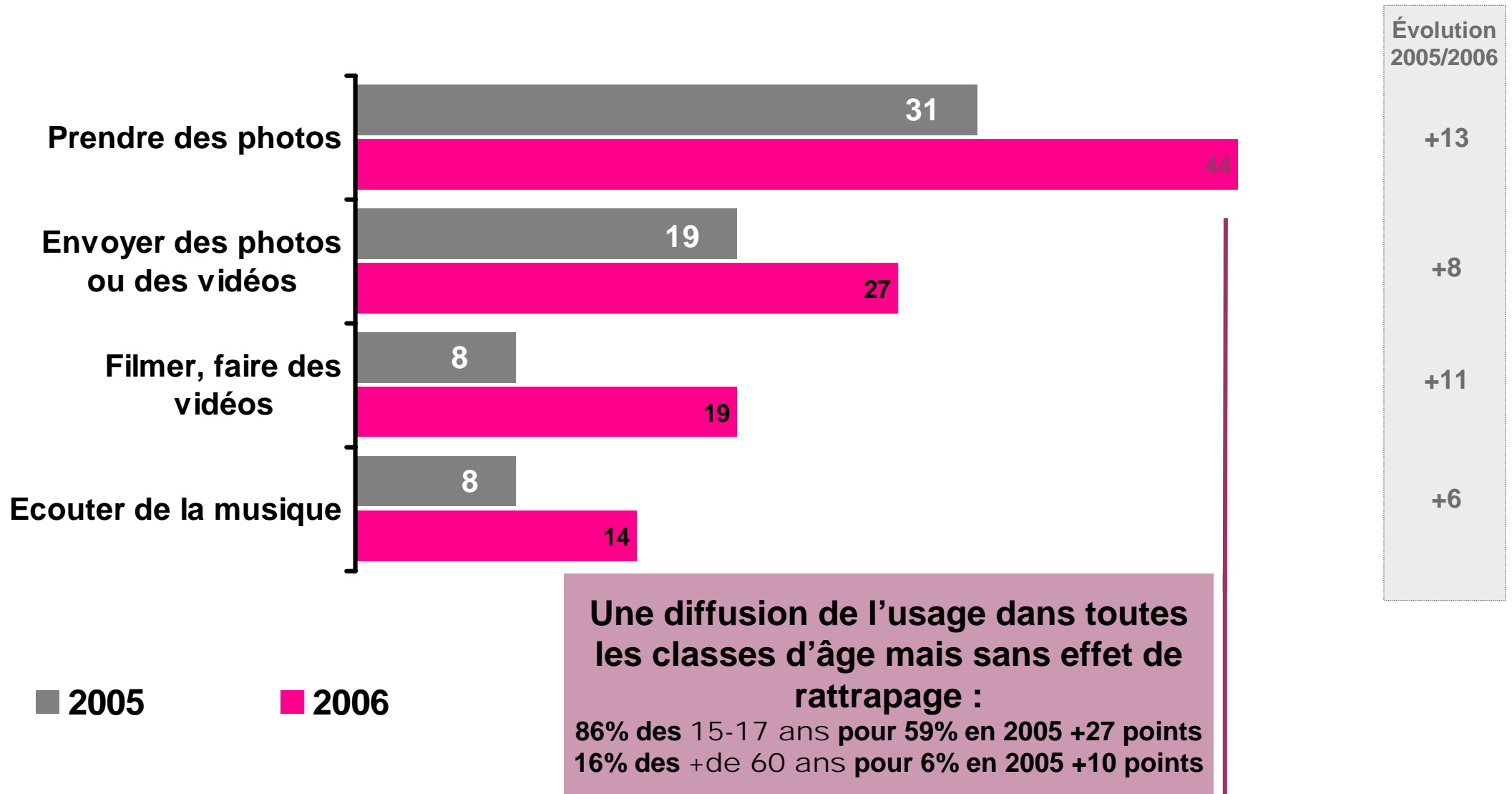
Qu'avez-vous fait de vos anciens téléphones mobiles?

(En % - Base : utilisateurs de mobiles de plus de 12 ans ayant eu au moins deux mobiles, i.e. 81% des utilisateurs de mobile)



En 12 mois, une évolution rapide des usages photo, vidéo et musique

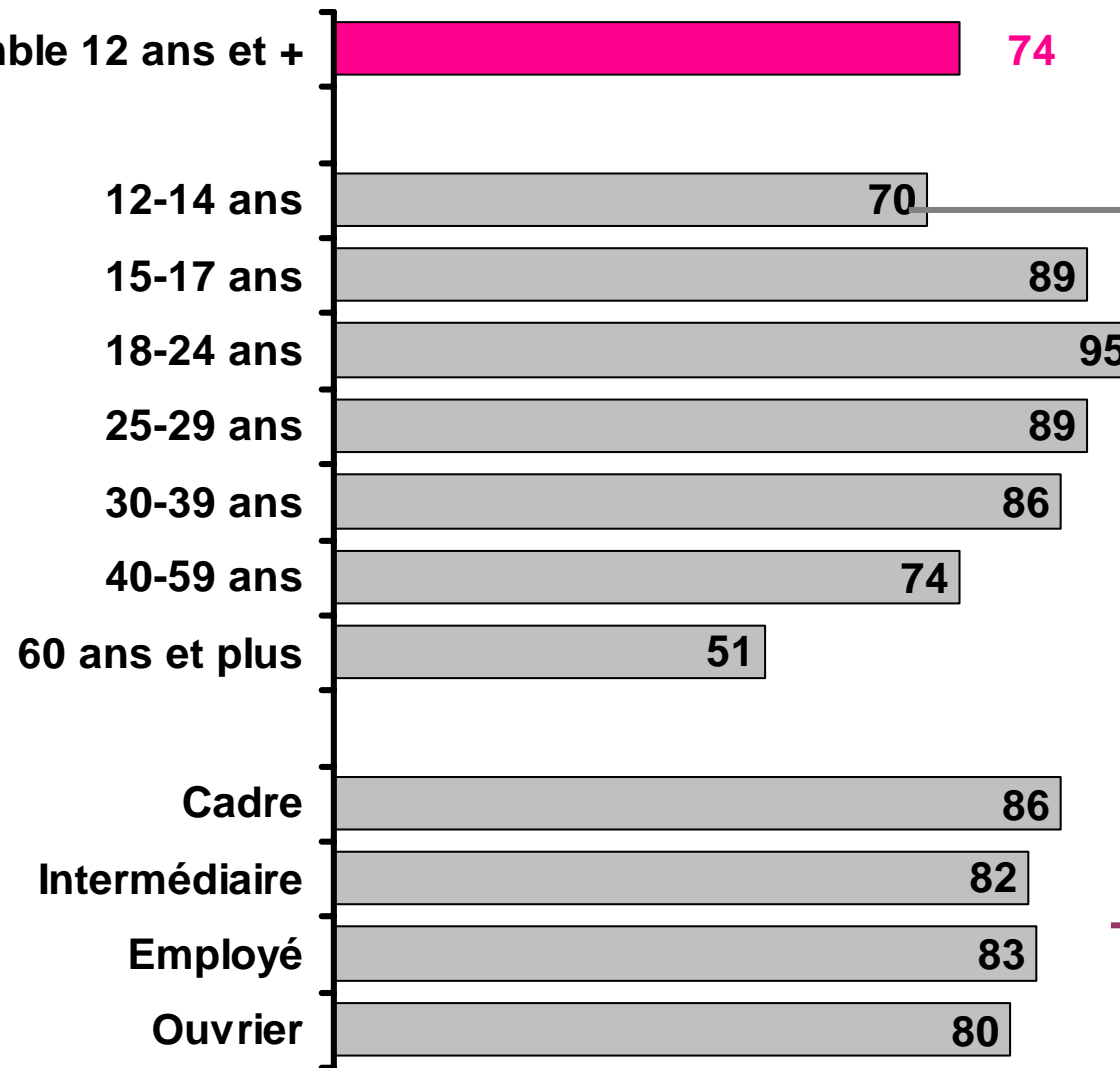
En % - Base : utilisateurs de mobiles 15 ans et plus



L'âge demeure le seul critère segmentant

Taux d'équipement mobile personnel (en %) -

Base : 12 ans et plus



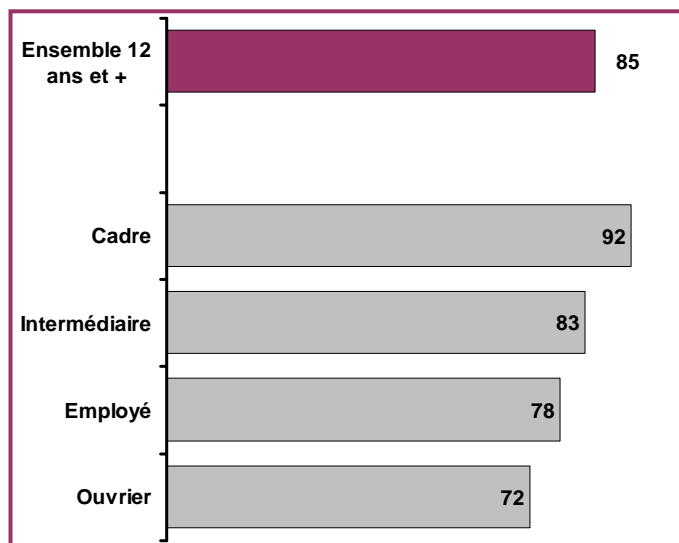
Un taux d'équipement supérieur chez les filles : 76% sont équipées contre 64% des garçons de 12 à 14 ans

Très peu de différenciation sociale

A l'inverse du fixe, du mobile professionnel et d'Internet : un objet démocratique parmi des marqueurs sociaux

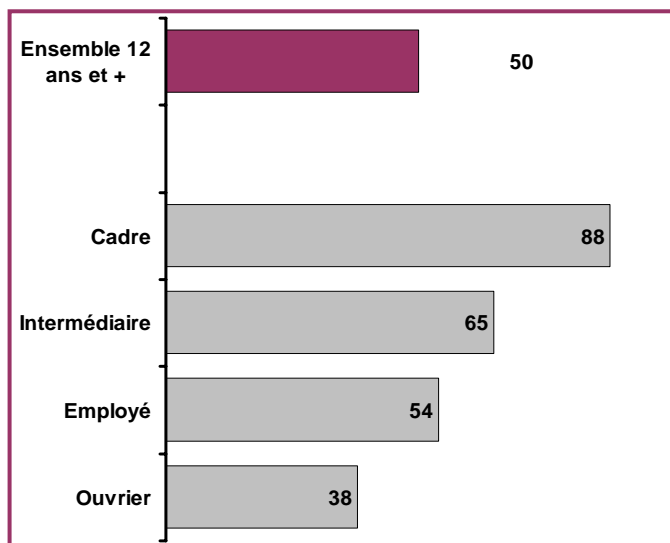
Taux d'équipement (en %)

Un téléphone fixe à domicile



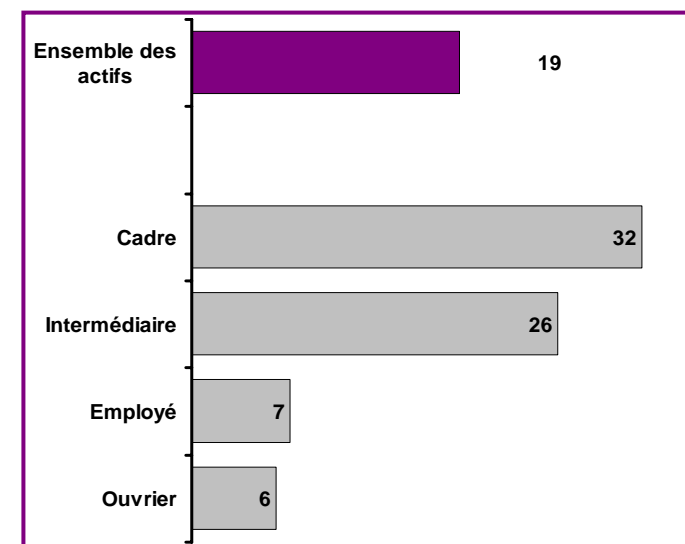
Base : 12 ans et plus

Un ordinateur connecté à Internet à domicile



Base : 12 ans et plus

Un téléphone mobile professionnel



Base : actifs 12 ans et plus



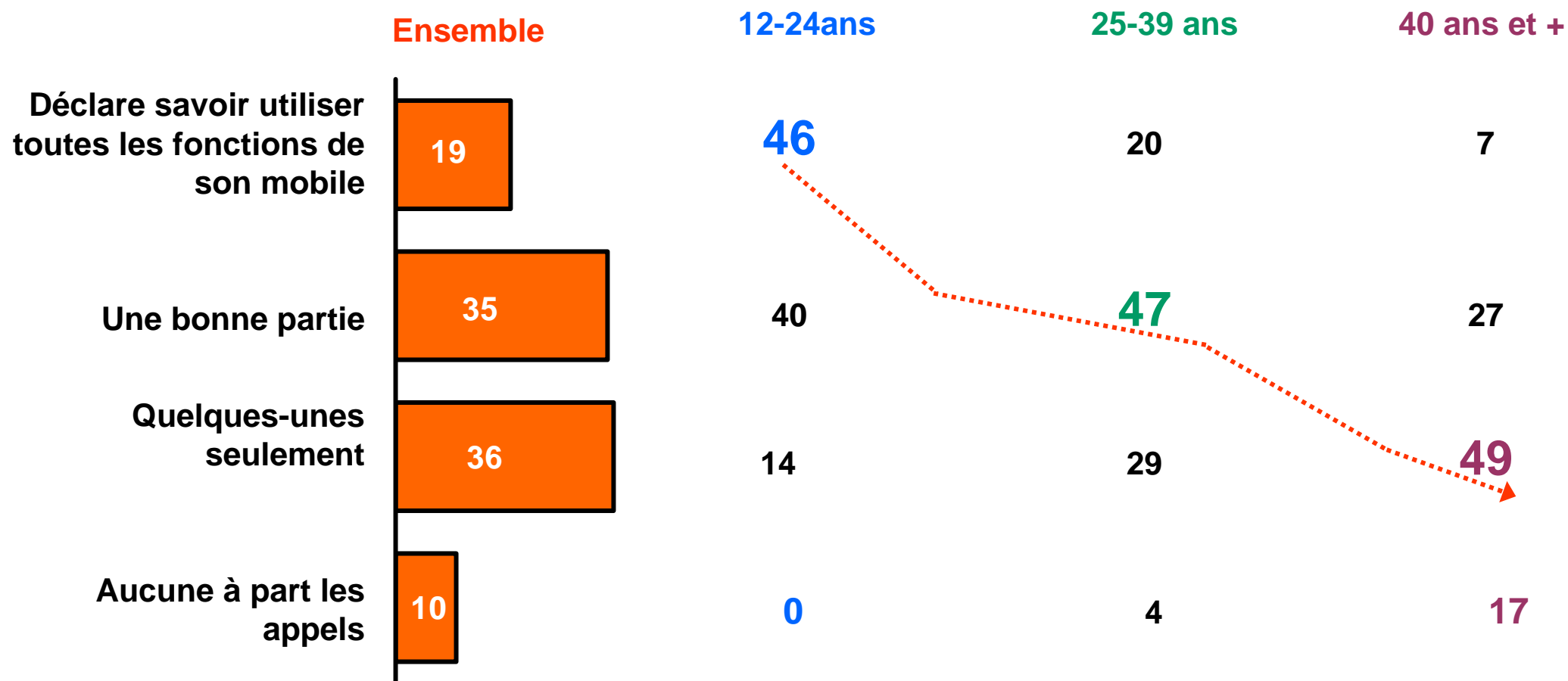
- **La permanence de ses paradoxes** – importance de sa diffusion malgré sa jeunesse, importance de son renouvellement malgré le caractère récent de l'équipement, attachement à ses anciens mobiles malgré le fort taux de renouvellement –, **et l'évolution remarquablement rapide de ses usages en un an donnent au téléphone mobile une place à part dans la panoplie des objets communicants.**
- **Seul objet démocratique parmi des marqueurs sociaux**, le mobile personnel est parfaitement intégré aux rapports sociaux et traverse toutes les générations.
- **L'ensemble de ces caractéristiques fait du téléphone mobile un objet unique, qui ne ressemble à aucun autre.**

25 ans et 40 ans,
la double fracture
générationnelle

2

Trois générations, trois niveaux de maîtrises du mobile

En % - Base : utilisateurs de mobile de 12 ans et plus



Trois générations, trois relations au mobile :

« multi-fonctionnelle » et inconditionnelle, fonctionnelle et rationnelle, utile mais distanciée

En % de réponses - Base : ensemble 12 ans et plus

	Ensemble	12-24 ans	25-39 ans	40 ans et +
C'est un objet utile , mais dont on peut se passer	53	36	57	57
C'est un objet pratique , qui peut remplir plusieurs fonctions	32	52	34	24
C'est un objet indispensable	23	33	22	19
C'est un objet qui favorise les relations entre les gens	22	27	20	21
C'est un objet contraignant , qui enlève une part de liberté	13	3	10	17
C'est un objet de mode , qui peut être très joli	6	11	7	4
C'est un objet personnel , qui a une valeur affective	5	10	3	3

Trois générations, trois perceptions du mobile

En % de réponses - Base : ensemble 12 ans et plus

	Ensemble	12-24 ans	25-39 ans	40 ans et +
Praticité	92	98	95	88
Sécurité	79	75	82	79
Simplicité	77	88	85	70
Dépendance	76	75	79	76
Liberté	75	85	78	71
Indépendance	75	83	81	69
Incivilité	71	47	73	77
Individualisme	66	54	65	70
Danger	64	48	66	69
Surveillance	63	60	66	62
Intrusion	62	38	63	69
Solidarité	59	59	55	61
Responsabilité	58	66	57	55
Stress	48	34	51	51
Intimité	42	61	38	36

Trois générations, trois perceptions du mobile

Base : ensemble 12 ans et plus

12-24 ans

PRATICITE

SIMPLICITE

LIBERTE

INDEPENDANCE

SECURITE

DEPENDANCE

RESPONSABILITE

INTIMITE

SURVEILLANCE

SOLIDARITE

INDIVIDUALISME

DANGER

INCIVILITE

INTRUSION

STRESS

25-39 ans

PRATICITE

SIMPLICITE

SECURITE

INDEPENDANCE

DEPENDANCE

LIBERTE

INCIVILITE

DANGER

SURVEILLANCE

INDIVIDUALISME

INTRUSION

RESPONSABILITE

SOLIDARITE

STRESS

INTIMITE

40 ans et +

PRATICITE

SECURITE

INCIVILITE

DEPENDANCE

LIBERTE

INDIVIDUALISME

SIMPLICITE

DANGER

INTRUSION

INDEPENDANCE

SURVEILLANCE

SOLIDARITE

RESPONSABILITE

STRESS

INTIMITE

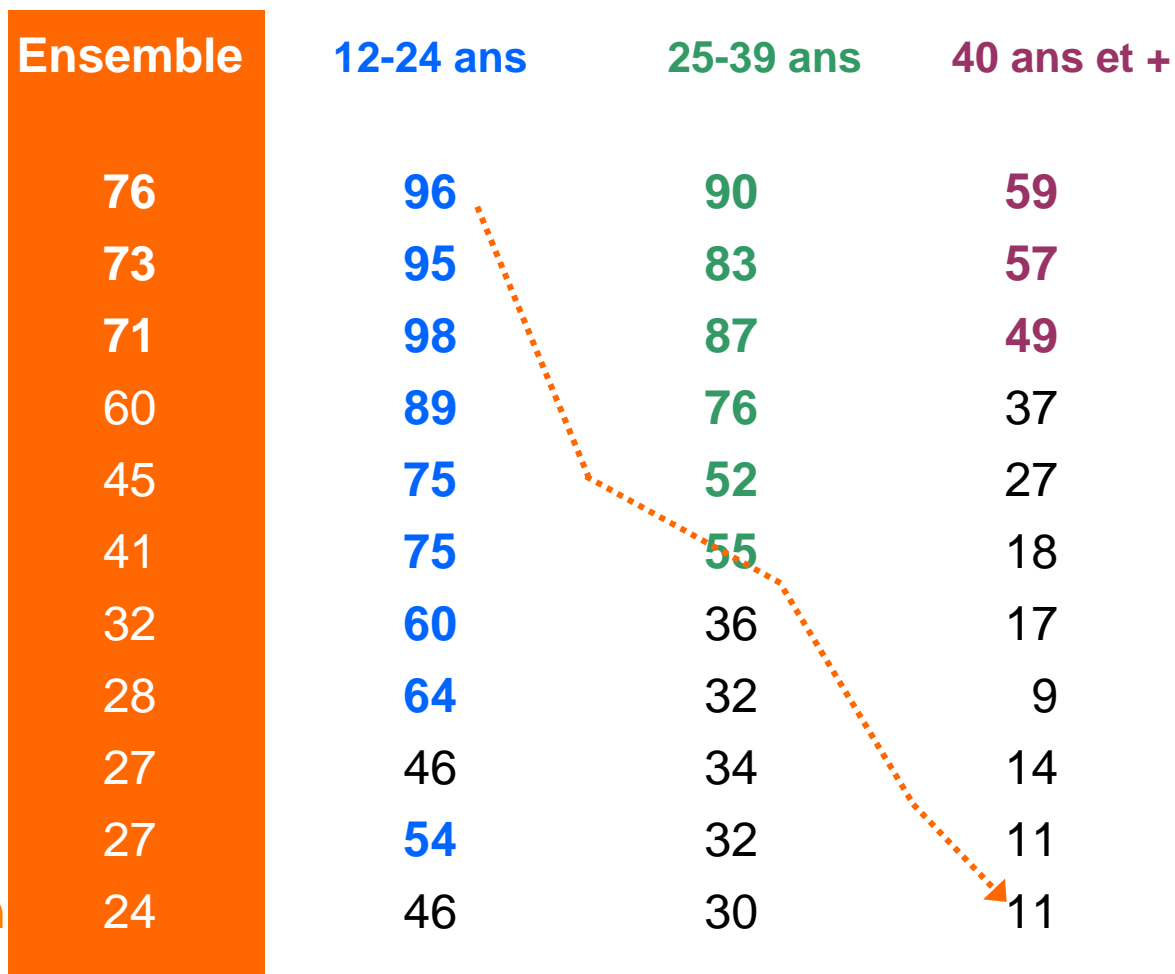
Trois générations, trois types d'usage

En % de « pratiquants, réguliers ou occasionnels »

Base : utilisateurs de mobile 12 ans et plus

Principaux usages :

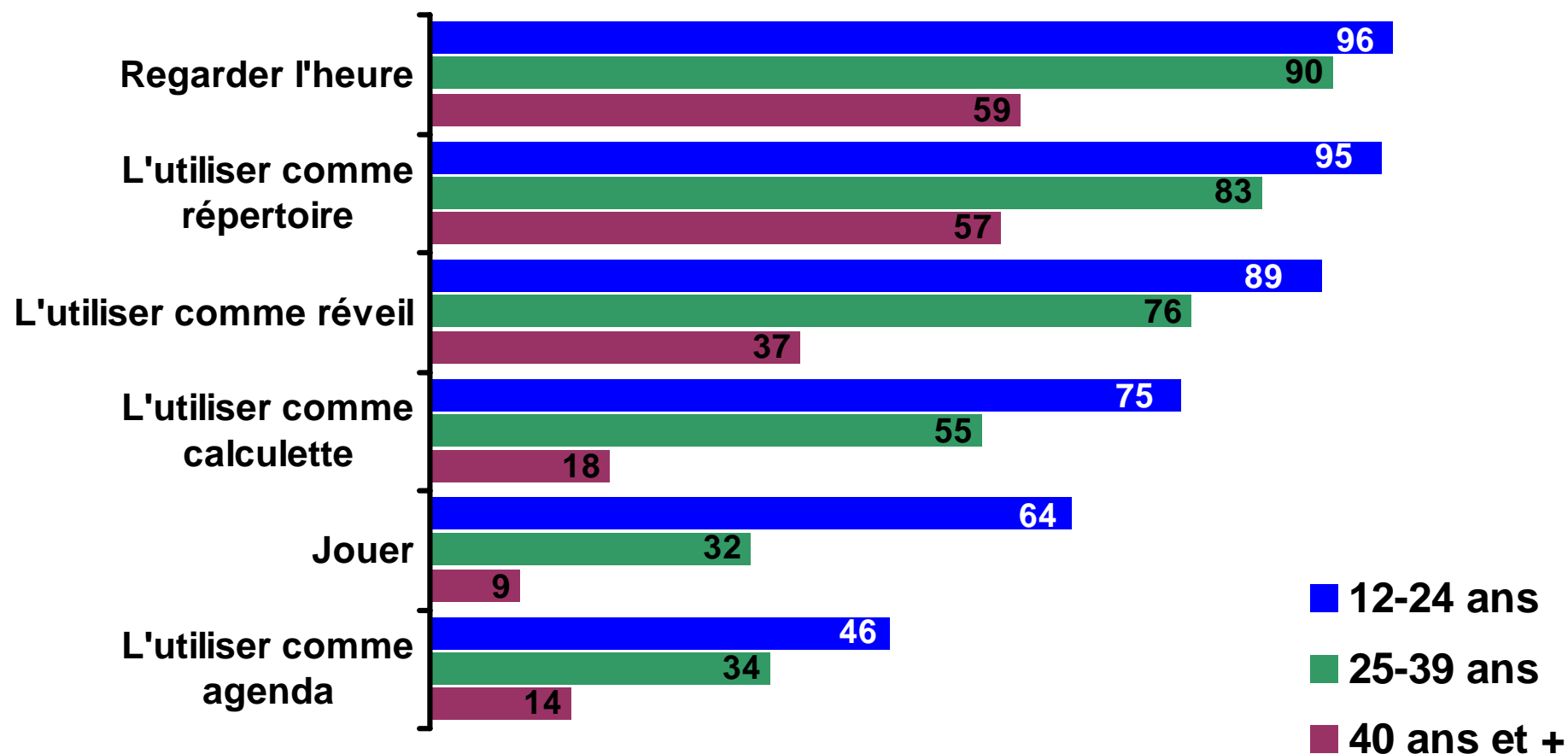
- Regarder l'**heure**
- L'utiliser comme **répertoire**
- Envoyer des **SMS**
- L'utiliser comme **réveil**
- Prendre des **photos**
- L'utiliser comme **calculatrice**
- Envoyer des **MMS**
- **Jouer**
- L'utiliser comme **agenda**
- **Envoyer des photos ou des vidéos**
- Télécharger des **sonneries, fonds d'écran**



Trois générations, trois types d'usage

Le mobile « couteau suisse » des 12-24 ans

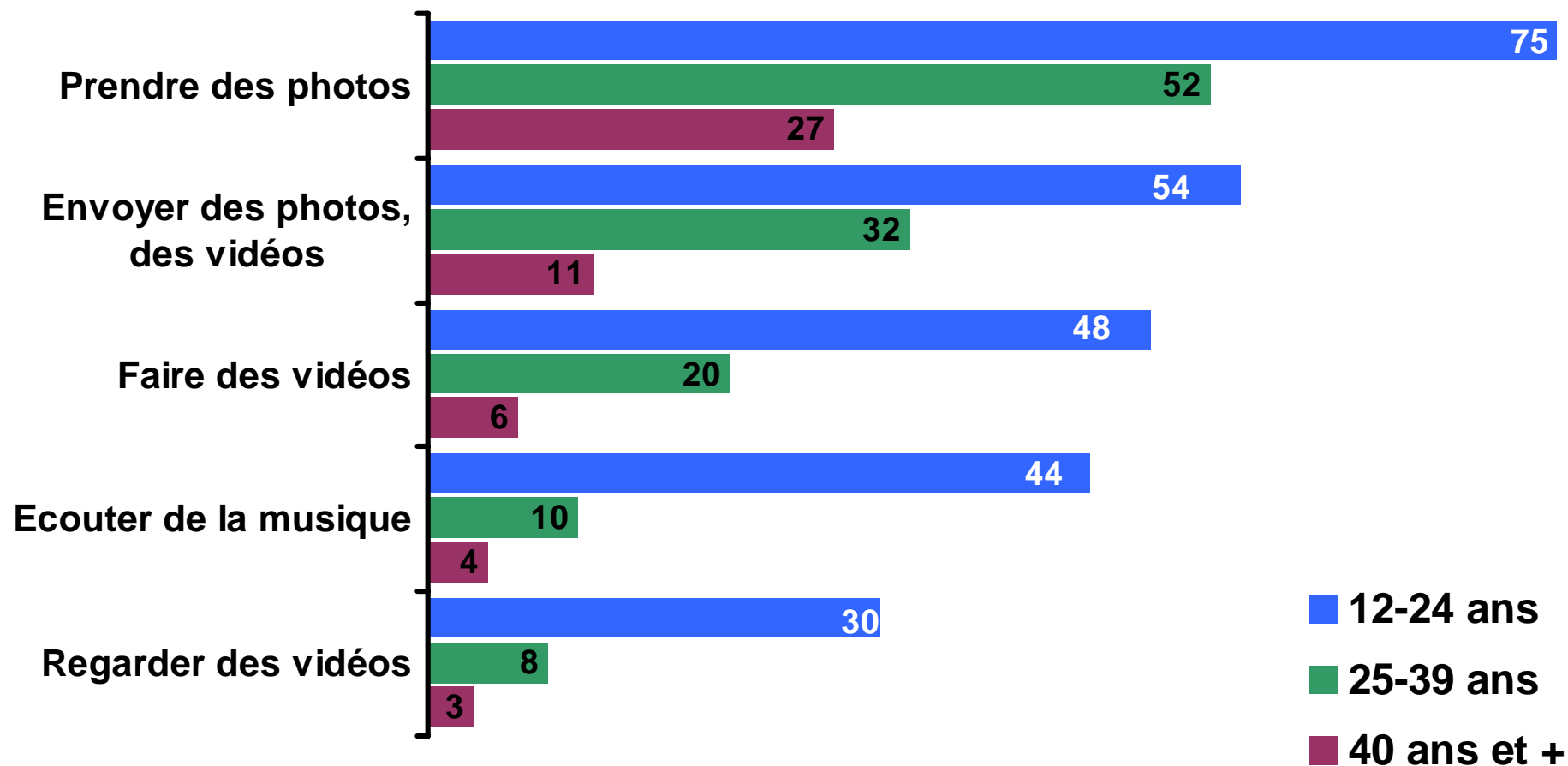
Base : utilisateurs de mobile 12 ans et plus



Trois générations, trois types d'usage

Le mobile photo / musique / vidéo des 12-24 ans

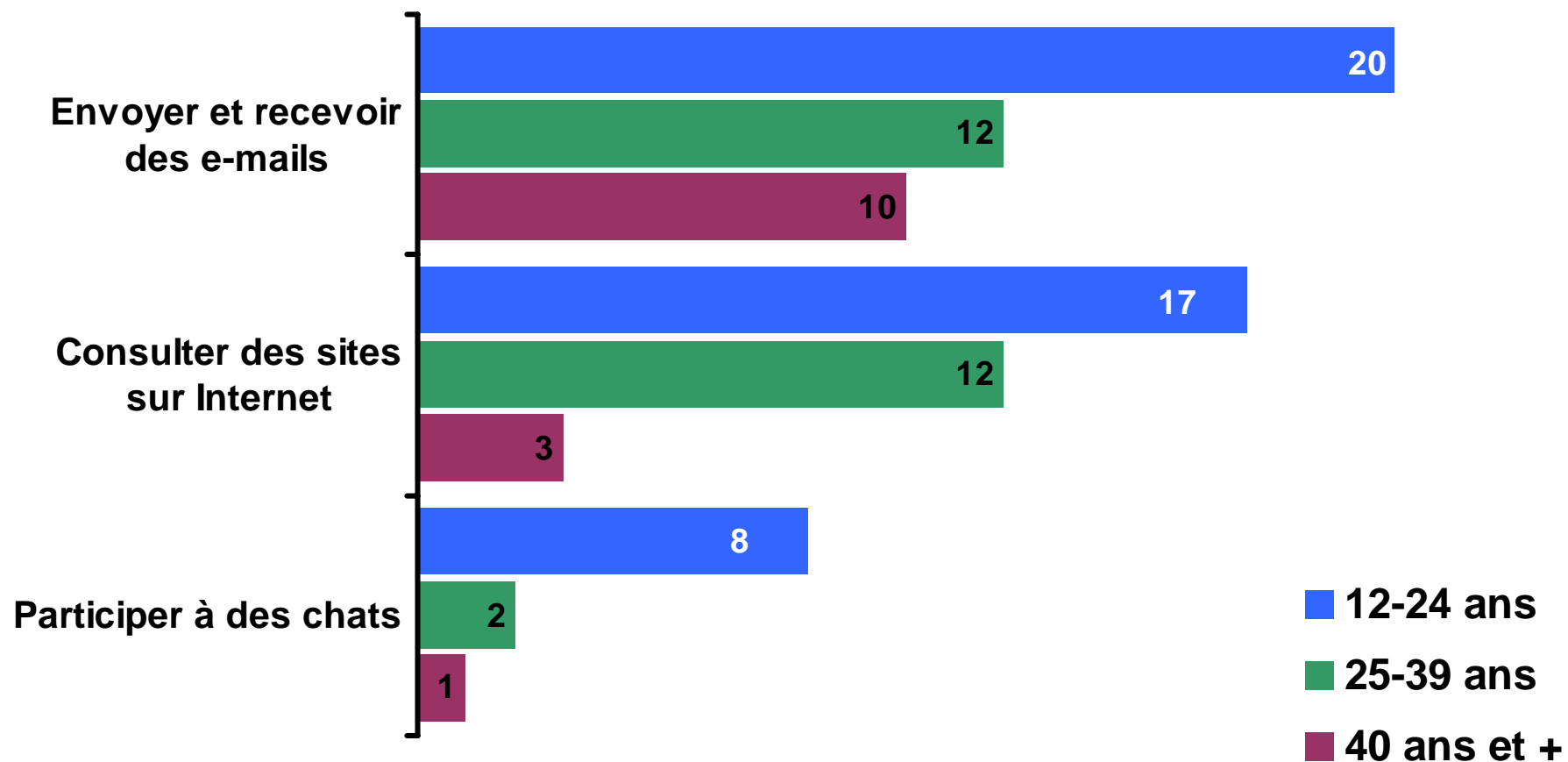
Base : utilisateurs de mobile 12 ans et plus



Trois générations, trois types d'usage

Les services en ligne

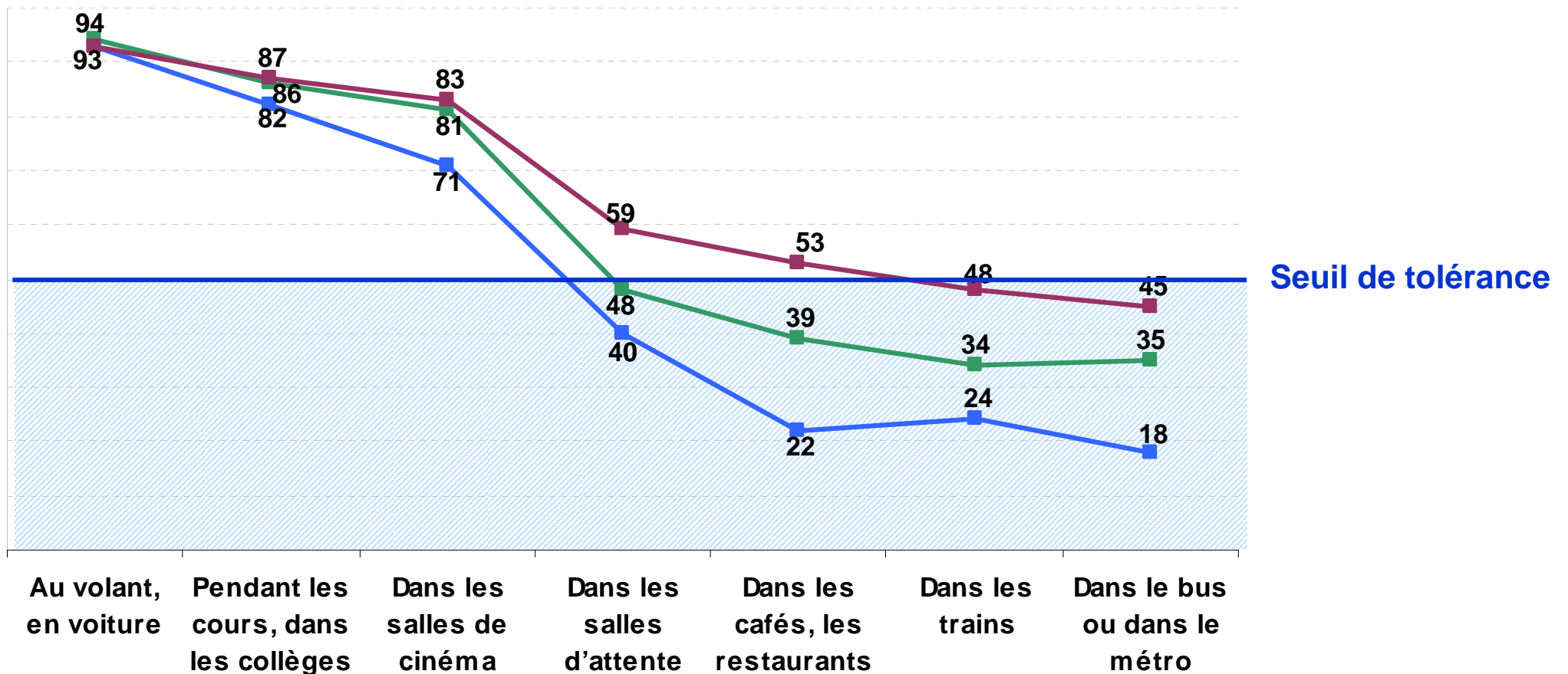
Base : utilisateurs de mobile 12 ans et plus



Un consensus sur la voiture, les collèges, lycées, et salles de cinéma mais trois générations et trois regards sur les problèmes posés par le mobile dans les lieux publics

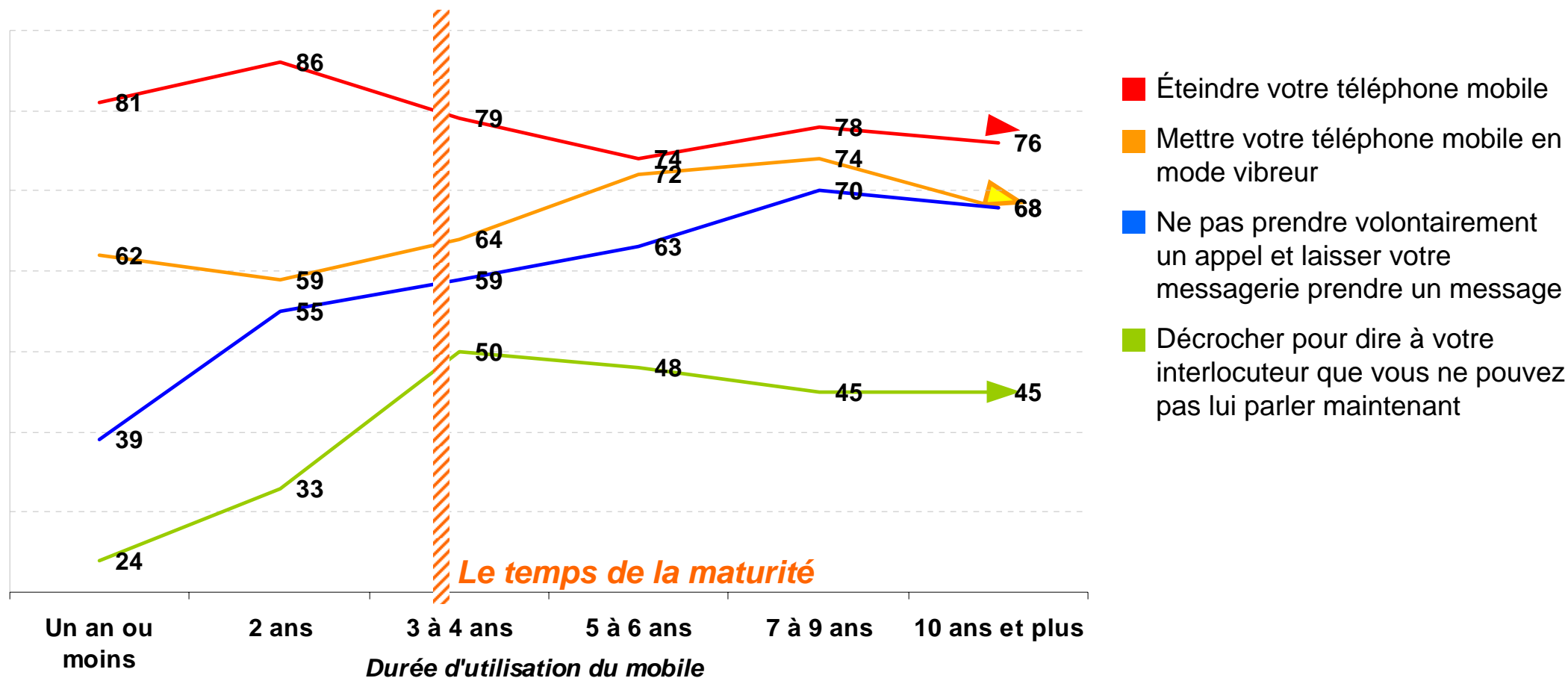
En % de réponses positives à la question « Le mobile pose problème... »
Base : ensemble 12 ans et plus

- 40 ans et +
- 25-39 ans
- 12-24 ans



L'apprentissage des comportements « mobile » en société : la maturité en fonction de l'ancienneté de possession du mobile, quelle que soit la génération à laquelle on appartient

Pratique (régulière ou occasionnelle) des comportements permettant d'être injoignable sur son mobile
Base : utilisateurs de mobile 12+





- La deuxième édition de l'Observatoire dessine donc très clairement le profil de trois générations « mobile ». **Trois générations, pour trois « mobile attitudes »**, que l'on se situe sur le plan de la maîtrise de l'objet, de la relation établie avec le mobile, de sa perception, ou des usages que l'on en fait.
- **Les 12-24 ans** appréhendent le mobile très intuitivement et en font un **usage élargi**. Multifonctionnel et multimédia, l'objet est perçu indispensable. La mobilité qu'il donne à cette génération lui permet d'exprimer un besoin de liberté, de responsabilité, d'autonomie et d'intimité.
- **Les 25-39 ans** entretiennent une **relation fonctionnelle et rationnelle à l'objet**, affectivement moins investi que par leurs cadets.
- Enfin, **les 40 ans et plus**, plus distants et plus critiques, reproduisent largement les attitudes et comportements qu'ils ont avec le téléphone fixe, élargissant très timidement leurs usages aux fonctions multimédia.

3

Un bilan collectif positif...
mais en baisse

Un bilan individuel positif ...
et en hausse

Un bilan globalement toujours positif pour la société française...

Question ouverte - « Selon vous, qu'est-ce que le téléphone mobile apporte de positif dans notre société ? » - Base : ensemble 15 ans et plus

	2006	2005	Évolution 2005/2006
<p>■ Les bénéfices organisationnels et le côté pratique du mobile</p> <p>Cela fait gagner du temps / C'est pratique, utile / On peut être joint à tout moment / On peut être joint où que l'on soit / On peut appeler à tout moment / Cela rend plus mobile / On peut appeler où que l'on soit / Cela donne plus de liberté, de souplesse, d'indépendance</p>	51	51	=
<p>■ Les bénéfices en termes de communication et de relations humaines</p> <p>Facilite les échanges, la communication / Renforce les liens familiaux / Permet d'être moins isolé / Rend plus disponible / Apporte plus de communication</p>	34	34	=
<p>■ Les bénéfices en termes de sécurité, le côté rassurant du mobile</p> <p>C'est utile en cas d'urgence, d'accident, pour appeler les secours / C'est rassurant, ça apporte de la sécurité</p>	34	34	=
<p>■ Les bénéfices économiques / Cela profite au monde du travail</p>	8	8	=
<p>Autres éléments positifs</p>	7	5	+2
<p>Dont Bénéfices en termes de service</p>	2	0	+2
<p>Rien</p>	5	4	+1
<p>Sans opinion</p>	4	4	=

Mais des signaux faibles de crispation

Question ouverte - « Selon vous, qu'est-ce que le téléphone mobile apporte de néгатif dans notre société ? » - Base : ensemble 15 ans et plus

	2006	2005	Évolution 2005/2006
<p>■ Les effets pervers : Cela crée de la dépendance, un asservissement, moins de liberté / On est tout le temps dérangé / réduit le contact direct, dilue le lien social / Cela contribue à la mauvaise orthographe (SMS) / Cela crée plus d'astreinte professionnelle</p>	33	30	+3
<p>■ L'usage abusif : On téléphone trop, on téléphone pour un rien / Les jeunes en font une utilisation exagérée, ça leur donne trop de liberté</p>	27	22	+5
<p>■ La nuisance dans les lieux publics : Un usage intempestif, déplacé, impudique, indiscret / Une nuisance dans les lieux publics, sonneries</p>	14	17	-3
<p>■ Le coût financier, le service</p>	16	15	+1
<p>■ Les effets négatifs sur la santé : Les ondes radio dangereuses pour la santé / Les antennes relais dangereuses pour la santé / Cela crée des problèmes auditifs</p>	12		
<p>■ C'est dangereux de téléphoner en voiture</p>	5	6	-1
<p>■ C'est inutile / pas indispensable / un gadget / du consumérisme</p>	2	0	+2
<p>■ Cela génère de la violence (agressions / vols / racket)</p>	1	0	+1
<p>■ Autres éléments négatifs</p>	7	7	=
<p>■ Rien</p>	9	10	-1
<p>■ Sans opinion</p>	8	8	=

Mais des signaux faibles de crispation

Base : ensemble 15 ans et plus

■ Pour la société, le mobile est :

- Une bonne chose
- Une mauvaise chose

2006

2005

Évolution
2005/2006

82
16

88
8



Le mobile est **une bonne chose** :

- pour **89 % des utilisateurs de mobiles** (-5% par rapport à 2005)
- pour **56 % des non utilisateurs de mobiles** (-16% par rapport à 2005)

■ Pour le monde du travail, le mobile est :

- Une bonne chose
- Une mauvaise chose

83
13

88
8

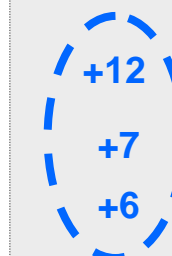


■ Représentations négatives du téléphone mobile :

- Incivilité
- Danger
- Intrusion

71
64
63

59
57
57



Dans le même temps, des bilans individuels de plus en plus positifs

Conséquences perçues dans sa vie personnelle
Base : ensemble 15 ans et plus

	2006			2005	Évolution 2005/2006
	Plutôt positives	Plutôt négatives	Aucune	Plutôt positives	
Dans vos relations avec vos <u>amis</u>	61	4	25	58	+3
Dans <u>l'organisation de votre vie en général</u>	60	5	24	59	+1
Dans vos relations <u>conjugales ou amoureuses</u>	50	6	28	44	+6
Dans <u>vos travail, vos études</u>	42	7	23	41	+1



- Les Français dressent donc toujours un **bilan collectif et individuel positif** du mobile.
- Par rapport à 2005, le bilan individuel est en hausse et le bilan collectif est en baisse. Les Français sont plus nombreux qu'il y a un an à pointer les excès et les nuisances que ses usages génèrent en société.
- Les Français sont de plus en plus nombreux à utiliser un mobile et de plus en plus positifs quant aux bénéfices personnels qu'il apporte. La progression et la diffusion des usages s'accompagnent d'une amplification de ses effets pervers en société. Les Français sont ainsi plus sensibles aux incivilités et aux dérives qui sont associées au mobile.

4

Le mobile,
le doudou commun

Le mobile, un bilan positif dans les relations familiales

Base : parents d'enfants mineurs équipés de mobile

Dans vos relations avec vos enfants : %

Conséquences positives	72
Conséquences négatives	5
Aucune conséquence	19
Autant positives que négatives	0
Non concerné / sans réponse	4

Base : Moins de 25 ans

Dans vos relations avec vos parents : %

Conséquences positives	70
Conséquences négatives	6
Aucune conséquence	19
Autant positives que négatives	1
Non concerné / sans réponse	4

Base : grands-parents de petits-enfants équipés de mobile

Dans vos relations avec vos petits-enfants : %

Conséquences positives	49
Conséquences négatives	6
Aucune conséquence	29
Autant positives que négatives	2
Non concerné / sans réponse	14

Base : Moins de 25 ans

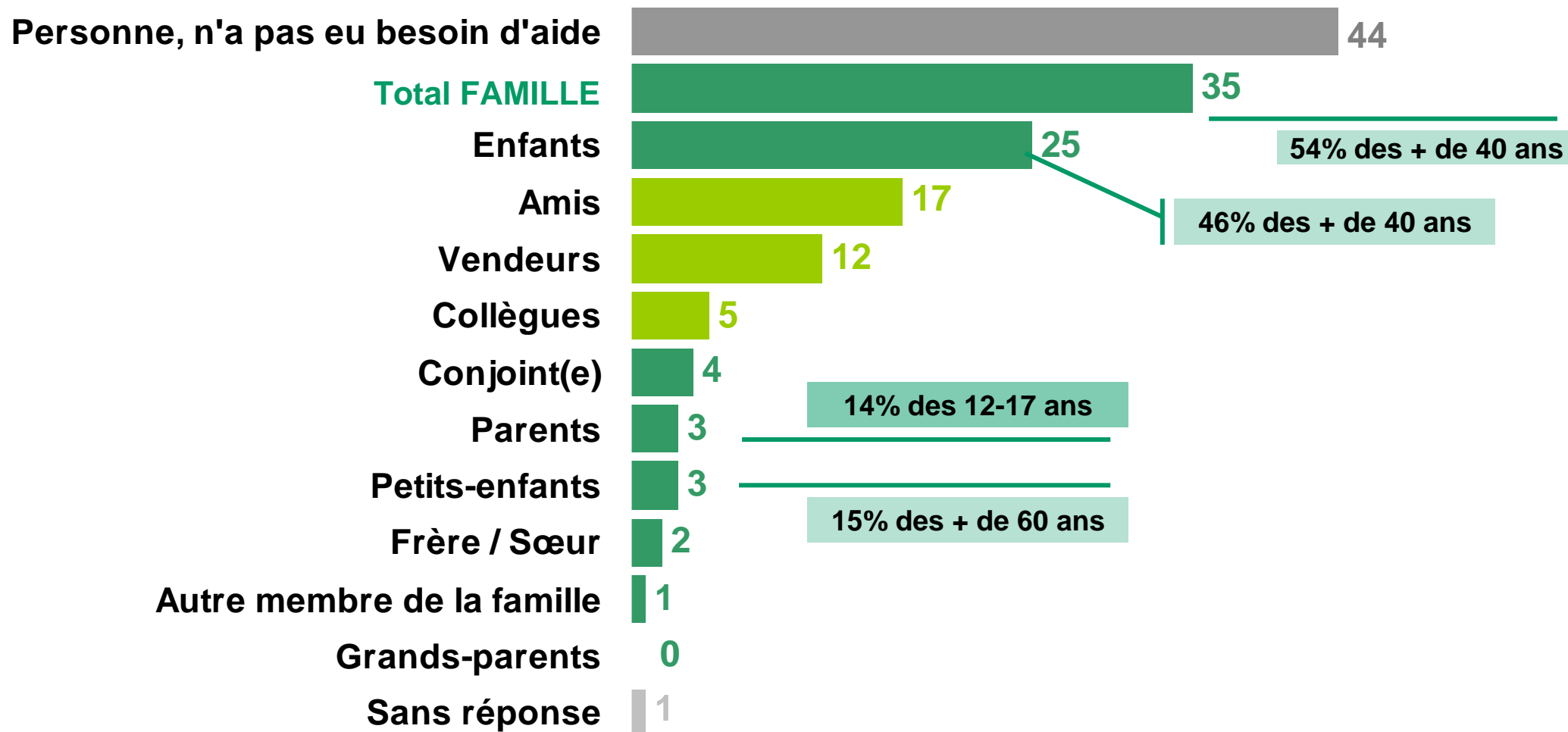
Dans vos relations avec vos grands-parents : %

Conséquences positives	40
Conséquences négatives	5
Aucune conséquence	32
Autant positives que négatives	1
Non concerné / sans réponse	22

L'apprentissage du savoir-mobile : en famille ... mais une transmission inversée

Pouvez-vous me dire, parmi les personnes suivantes, celles qui vous ont le plus aidé pour vous apprendre à bien utiliser les différentes fonctions de votre téléphone mobile?

Base : utilisateurs de mobile 12 ans et plus



Le mobile ne crée pas la relation familiale mais la facilite : l'objet de la réassurance pour toutes les générations

Base : utilisateurs de mobile 12+

	Enfants / Parents	Parents / Enfants	Grands-parents / Petits-enfants	Petits-enfants / Grands-parents
Cela vous rassure	70	79	67	68
Cela vous permet de savoir où ils sont et ce qu'ils font	54	58	44	49
Vous avez une relation directe avec eux, sans passer par vos parents	–	–	42	38
Cela les rend plus autonomes et responsables		54	–	–
Vous vous sentez plus proches d'eux	31	43	35	26
Ils vous racontent plus de choses	20	21	17	21
Cela les rend moins disponibles pour vous	–	19	–	–
Vous leur racontez plus de choses	22	18	13	19
Vous les voyez moins souvent qu'avant	10	–	13	14



- Si les Français ne croient pas en la vertu « magique » d'un objet qui créerait la relation familiale, ils sont en revanche convaincus de sa capacité à la faciliter.
- Dans un climat de morosité, de pessimisme, d'incertitude et d'insécurité, le mobile s'inscrit résolument dans une **dynamique d'autoprotection de l'individu et de ses proches**.
- Le mobile est, pour toute la famille et quelle que soit la génération à laquelle on appartient, un vecteur de réassurance, le « doudou commun » qui permet à ses membres de former une **bulle protectrice autour du groupe familial**.
- Phénomène de compensation et besoin de prendre ses distances avec une situation vécue et / ou perçue difficile, le mobile est sans aucun doute **l'objet de la réassurance**.

5

**Le mobile, une
responsabilité
individuelle assumée**

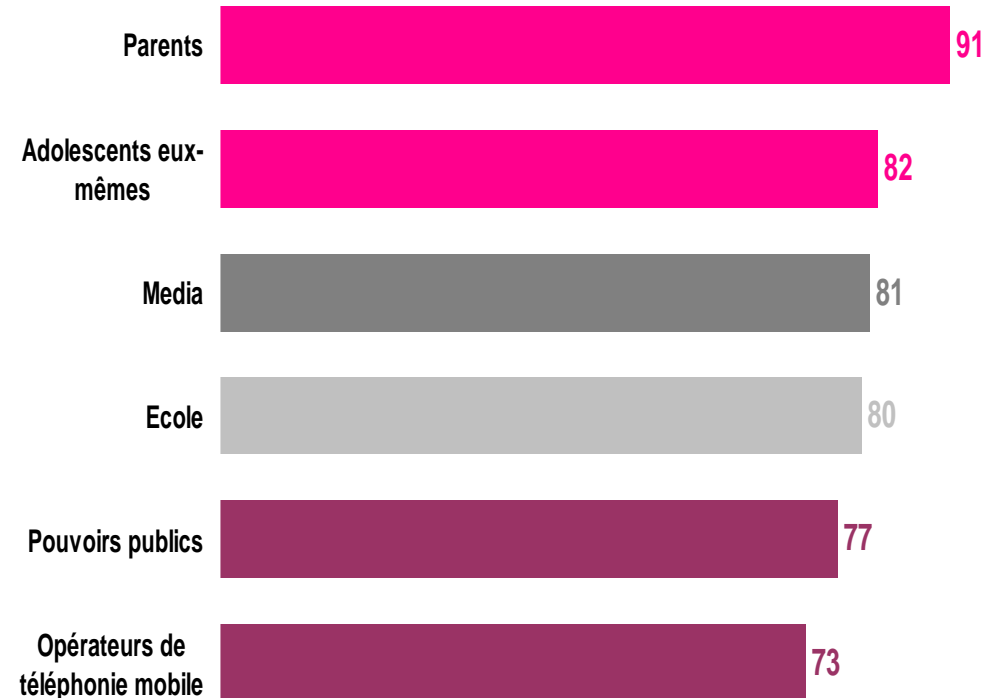
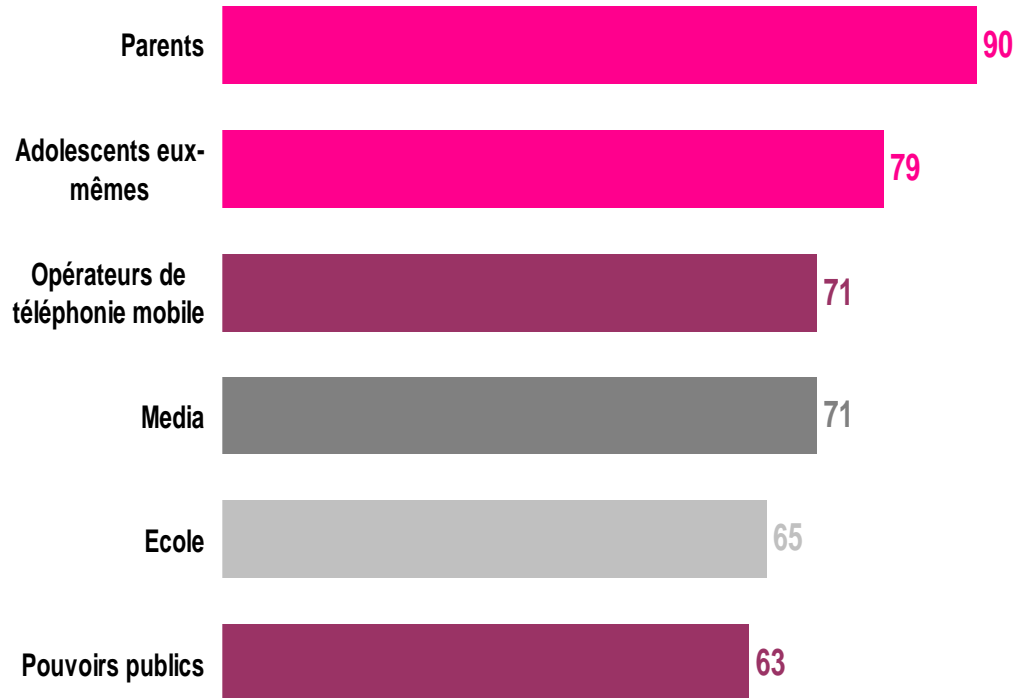
L'utilisateur de mobile : acteur responsable mais pas unique acteur

Base : ensemble 12 ans et plus

Ont un rôle plutôt important à jouer pour :

Apprendre aux enfants mineurs à bien utiliser leur téléphone mobile en société

Apprendre aux enfants mineurs à se préserver des utilisations malveillantes (harcèlement, séduction, intrusion abusive)

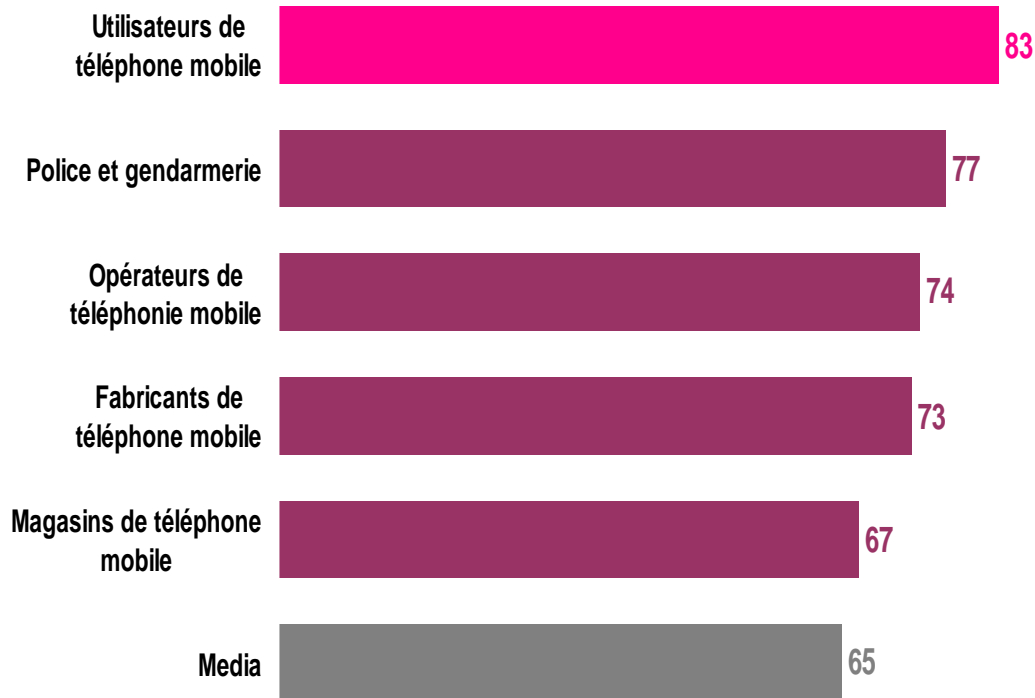


L'utilisateur de mobile : acteur responsable mais pas unique acteur

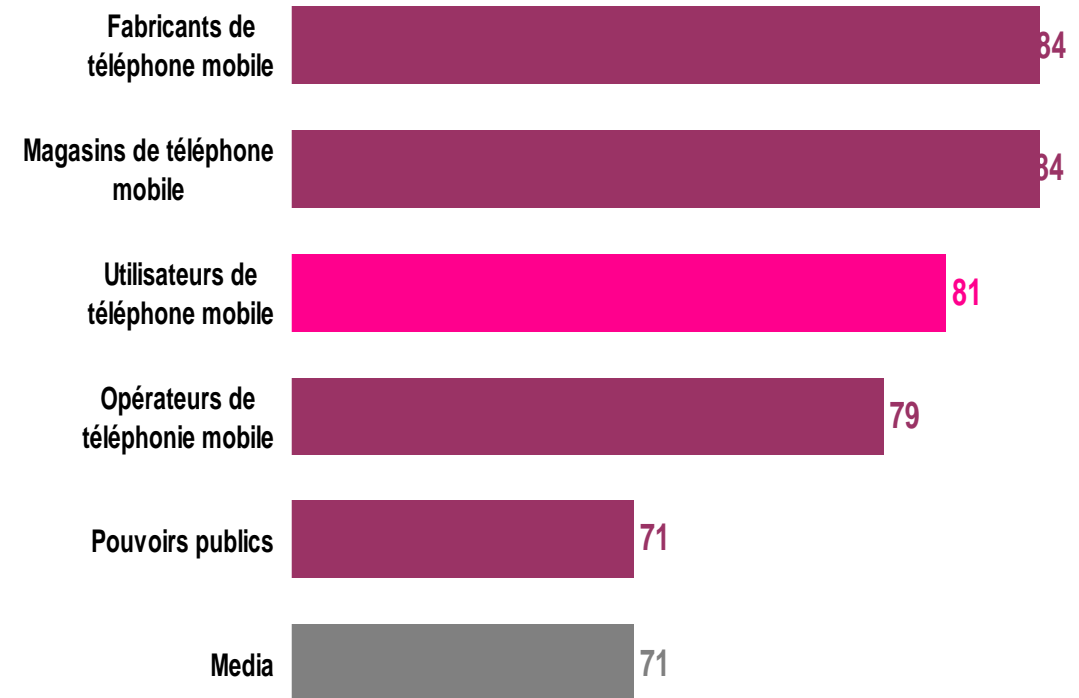
Base : ensemble 12 ans et plus

Ont un rôle plutôt important à jouer pour :

Lutter contre le vol des téléphones mobiles



Favoriser le recyclage des anciens téléphones mobiles

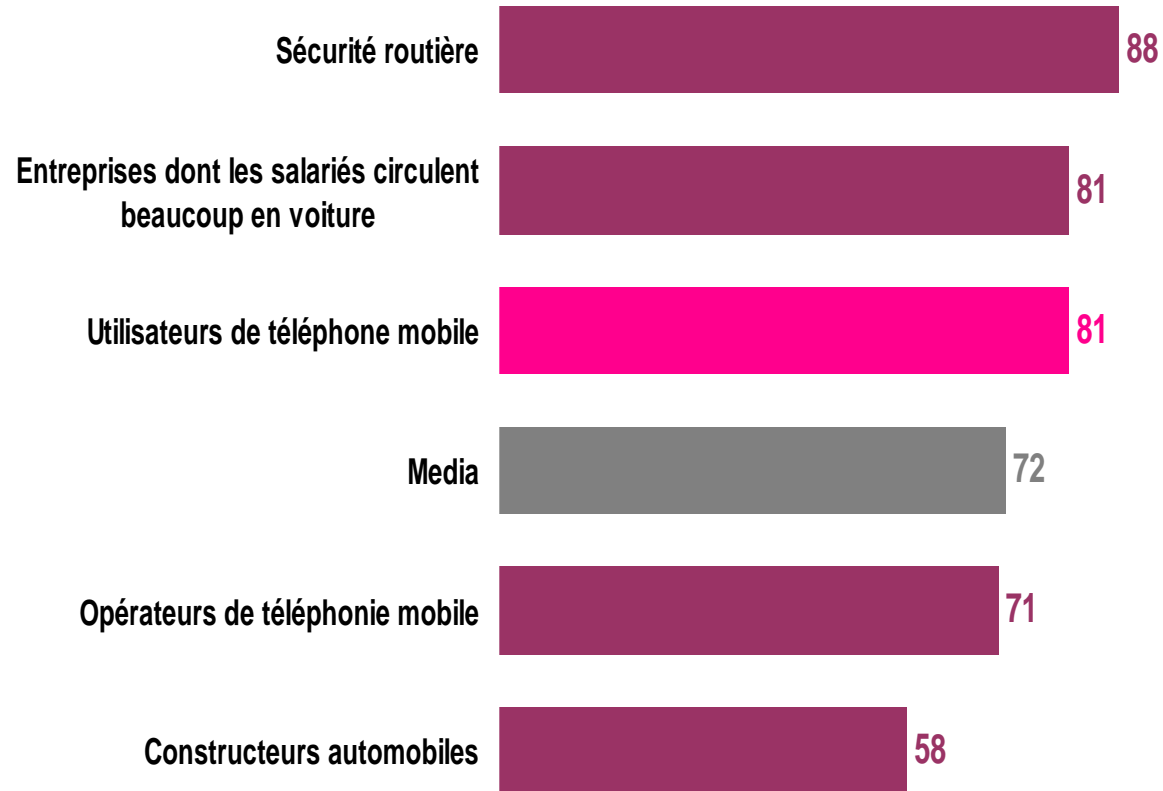


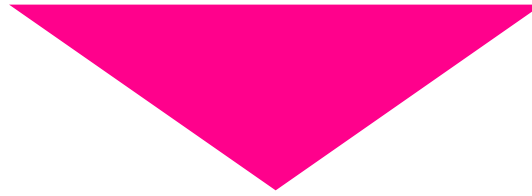
L'utilisateur de mobile : acteur responsable mais pas unique acteur

Base : ensemble 12 ans et plus

Ont un rôle plutôt important à jouer pour :

Favoriser une utilisation plus sûre du téléphone mobile en voiture





- Quel que soit le périmètre de la question, les Français considèrent que **tous les acteurs sont concernés**, légitimes et compétents. Chacun, à sa mesure et dans son domaine, semble devoir jouer un rôle important.
- Enfin, le **partage des rôles n'est jamais un alibi** permettant aux utilisateurs de mobile d'éviter ou de déléguer leur responsabilité individuelle. Pour une très large majorité, ce sont les utilisateurs eux-mêmes qui ont un rôle principal à jouer.