

Comeva?
A VOUS LA PAROLE

Comeva présente :



La vie numérique du Belge

Enquête en ligne
sur la vie numérique des Belges

Dossier de presse

Octobre 2011

Libelle

Flair

feeling

GLAM★IT

Vitaya°
la santé bien-être

marie claire

Femmes
PARLONS ENSEMBLE

GAEL



Table des matières

Introduction	3
Méthodologie et profil de participation	4
1. Données sociodémographiques numériques	5
2. Life management	8
3. Sense of belonging	13
4. Gestion de l'image et réputation	16
5. Vie privée et protection	18
6. Divertissements	21
7. Des enfants dans une vie numérique	23
8. Fossé numérique	25
Conclusion	27

Introduction



Comeva est un projet commun des magazines Libelle, Flair, Feeling, Vitaya Magazine, Glam*it, Femmes d'Aujourd'hui et Marie Claire. **Comeva écoute toutes les femmes et leur donne la parole.** Comeva étudie la vie et la pensée des femmes et des hommes au moyen de sondages, d'enquêtes et de discussions. Tous les titres Comeva touchent ensemble plus de 3 millions de femmes.

Cette année, Comeva a passé au crible la vie numérique du Belge.

L'homme et la femme d'aujourd'hui sont aussi à l'aise avec une souris et un clavier qu'avec une fourchette et un couteau. Du moins sans aucun doute en Belgique. Comeva a voulu connaître notre niveau de confort dans ce monde numérique et savoir comment cette technologie influençait nos activités au quotidien. Quel rôle joue par exemple le GSM dans l'organisation du ménage ? Ou quels sentiments partage-t-on sur les blogs ? Et les Belges pourraient-ils encore vivre sans internet, Facebook ou le GSM ?

C'est la raison pour laquelle a été créée une plate-forme d'écoute en ligne. Quelque **5.800 personnes** y ont donné leur avis sur de nombreux sujets à propos du monde numérique. Le public a été appelé à participer à cette enquête par divers canaux dans les médias. Si davantage de femmes que d'hommes, et plus de néerlandophones que de francophones, ont participé à cette enquête, celle-ci permet néanmoins de tirer quelques conclusions fiables à propos du Belge, du Flamand ou du Wallon. Au vu du grand nombre de répondants et de l'équilibre dans ces catégories, les conclusions sont suffisamment représentatives.

L'enquête comporte six facettes.

1. Tout d'abord, il est important de connaître les applications internet que les Belges utilisent, le nombre d'heures qu'ils passent sur le net et les équipements qu'ils possèdent chez eux. C'est ce que nous appelons les **données sociodémographiques numériques**. Celles-ci serviront ensuite à établir le profil du Belge numérique.
2. Ensuite, nous étudions le contenu du monde numérique, comme **outil de life management**. Comment l'internet, le GSM et les médias sociaux sont-ils utilisés dans l'organisation de notre vie, du shopping à l'éducation des enfants ? Nous nous intéressons également au C de l'abréviation ICT (technologies de l'information et de la communication). Ce C doit en fin de compte faciliter la communication. Mais comment et pour quels messages l'utilisons-nous ?
3. Le volet suivant étudie le **sense of belonging**. Nous voulons dire par-là le sentiment d'avoir sa place quelque part, d'avoir un lieu de parole et de pouvoir dire ce que l'on pense. Trouvons-nous des âmes-sœurs sur le net ? Qu'est-ce que l'amitié numérique concrètement ? Nous analysons l'aspect émotionnel de la communauté numérique.
4. **L'image** est particulièrement importante dans un monde numérique. Tout comme dans la vraie vie, nous avons aussi un aspect, un "physique", en ligne. La façon dont nous apparaissions en ligne peut être gérée soigneusement, ou pas. Les Belges ont-ils conscience de leur image numérique et leur alter ego numérique souffre-t-il également d'une atteinte à l'image numérique ?
5. L'aspect vie privée y est ici **étroitement associé**. S'il y a certaines choses que nous voulons partager avec d'autres, il y en a aussi que nous voulons absolument garder pour nous.
6. La technologie numérique peut aussi tout simplement être amusante. Les nouveaux médias offrent des possibilités infinies de **divertissement** et nous ne boudons pas notre plaisir.
7. Mais la médaille internet a aussi son revers : **le fossé numérique**. Est-il encore vrai que certains groupes de population n'ont pas accès à ces nouveaux développements ? Cet aspect concerne toutes les questions, mais nous l'approfondissons dans le dernier chapitre.

Conclusion de l'étude

Une grande conclusion saute aux yeux à l'analyse des chiffres : nous sommes tous numériques et nous trouvons tout cela parfaitement normal. Nous trouvons même cela particulièrement amusant et n'en voyons pratiquement que les avantages dans notre vie. La numérisation de notre monde est totale. Nous ne pouvons plus imaginer notre vie sans un téléphone mobile et les possibilités de l'internet 2.0. Nous considérons que les gadgets numériques réduisent davantage notre stress qu'ils ne l'augmentent. Tout le monde est numérique, jeunes et vieux ; le fossé entre **digital natives** et **digital immigrants** a disparu.



Méthodologie et profil de participation

Le forum d'écoute a posé 37 questions.

Pour trouver des répondants, un appel à participation à l'enquête en ligne a été lancé par le biais de **différents canaux (e-mails, bannières, affiches, ...)**. Sur la plate-forme, ont été placées une version en français et une version en néerlandais, avec les mêmes questions.

Afin d'encourager suffisamment de répondants à participer à l'enquête, il a été décidé d'organiser un **concours** en vertu duquel les participants à l'enquête pouvaient gagner un smartphone.

Le forum d'écoute a débuté le 18 avril 2011 et a été clôturé le 9 juin 2011 après avoir enregistré **5.801 répondants**.

Profil sociodémographique des participants :

- 5.006 répondants néerlandophones, 795 répondants francophones
- 73 % de femmes, 27 % d'hommes
- 65 % de cohabitants, 35 % de célibataires
- 55 % avec enfants, 45 % sans enfants
- Âge :
 - moins de 30 ans : 26 %
 - 30 – 44 ans : 34 %
 - 45 – 59 ans : 29 %
 - plus de 60 ans : 11 %
- Diplôme :
 - Enseignement primaire et enseignement secondaire inférieur : 19 %
 - Enseignement secondaire : 20 %
 - Enseignement supérieur non universitaire de type court : 33 %
 - Enseignement supérieur non universitaire de type long : 9 %
 - Enseignement (post) universitaire : 19 %
- Profession :
 - Étudiants : 11 %
 - Employés/fonctionnaires : 55 %
 - Ouvriers : 6 %
 - Pensionnés : 10 %
 - Chômage/incapacité de travail/congé maladie/congé maternité/etc. : 8 %
 - Femme ou homme au foyer : 4 %
 - Autres : 6 %

En comparaison avec les rapports au sein de la population belge, le groupe de participants comportait quelques rapports 'biaisés'. On compte ainsi, parmi les répondants, plus de femmes que d'hommes, et plus de néerlandophones que de francophones. On observe également une légère sous-représentation des plus de 60 ans. Mais comme les répondants francophones présentent la même répartition sociodémographique que les néerlandophones, les deux groupes sont comparables. Il en va de même pour les hommes et les femmes. Au vu du grand nombre de répondants, on peut tirer des conclusions suffisamment fiables pour les différents sous-groupes.

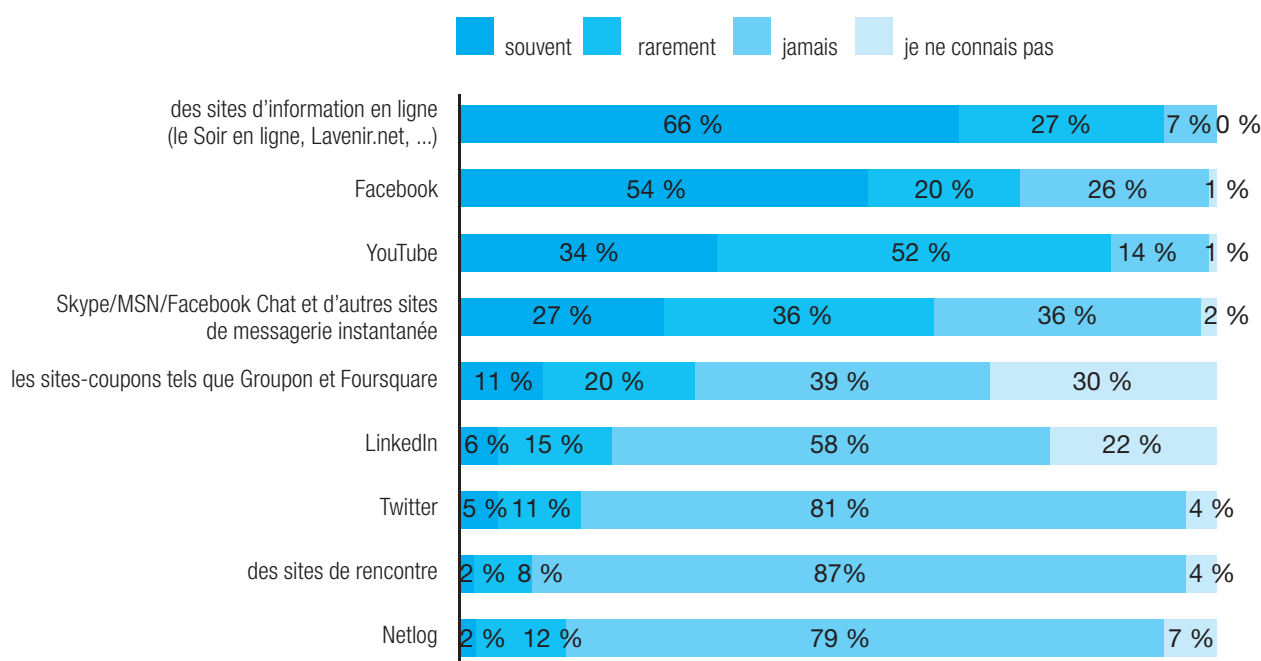
1. Données sociodémographiques numériques



Quels sites les Belges utilisent-ils sur internet ?

Sur internet, les Belges ne consultent pas simplement les sites comme ils le faisaient il y a 10 ans, mais ils utilisent tout un éventail d'applications interactives avec du contenu généré par l'utilisateur. Nous nous sommes penchés sur les applications web 2.0 les plus populaires (et sites d'information).

Fréquences d'utilisation d'applications interactives...



Les sites d'information sont très populaires chez les Belges. Tout le monde les consulte. Deux tiers des répondants disent même les rechercher très souvent. YouTube est aussi utilisé par 86 % des répondants. Bien que l'usage absolu de Facebook soit un peu plus limité, on observe que Facebook est utilisé un peu plus intensivement.

Les sites-coupons comme Groupon et Foursquare connaissent un succès grandissant. Un répondant sur trois en fait usage. Un répondant sur dix les utilise même de manière intensive. Mais 30 % des répondants ne connaissent pas ces applications. LinkedIn est inconnu par près d'1 personne sur 4.

Les sites d'information ont plus de succès auprès des hommes. Les répondants ayant un niveau d'éducation plus élevé surfent un peu plus souvent sur les sites d'information.

Pour les autres applications internet, on observe toutefois que le **niveau d'éducation n'exerce pas ou peu d'influence sur leur utilisation.**

Plus l'**internaute** est jeune, plus il est actif sur Facebook. Quelque 84 % des jeunes vont ainsi souvent sur Facebook. Le sexe joue également un rôle. **Les femmes** sont beaucoup plus actives que les hommes. Il en va de même pour **les célibataires**, dont 66 % vont souvent sur Facebook.

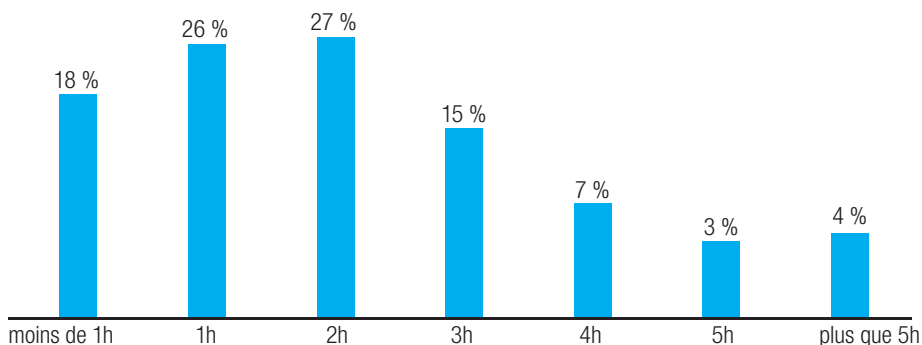
La langue et le niveau d'éducation n'ont pas d'impact sur l'utilisation de Facebook.

YouTube est surtout très populaire auprès des jeunes de moins de 30 ans. Le sexe et le niveau d'éducation n'exercent pas d'influence. Les célibataires regardent toutefois plus souvent les films sur YouTube. Les francophones semblent aussi être plus actifs sur YouTube que les néerlandophones.



Emploi du temps sur le net

Le nombre moyen d'heures par jour sur internet (non-professionnel)

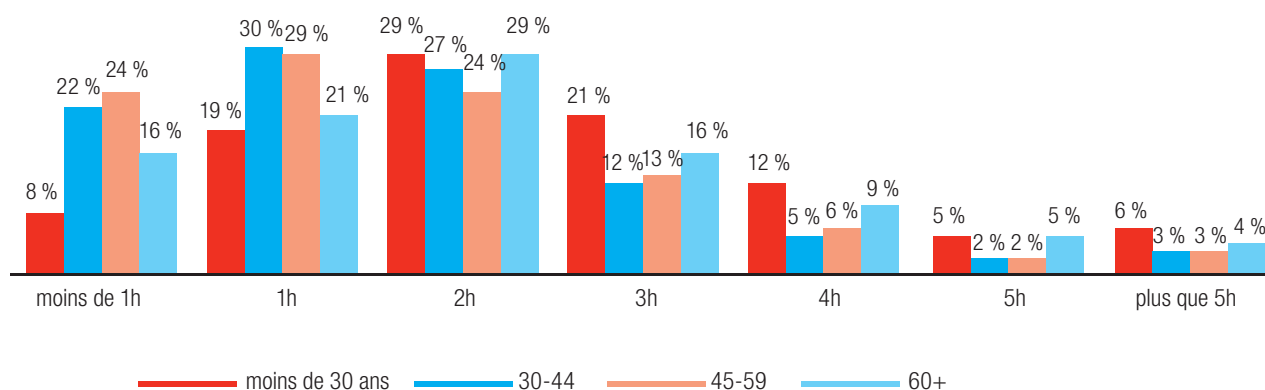


Plus de la moitié des répondants (56 %) surfent plus d'une heure par jour sur internet ; 1 sur 8 passe 4 heures par jour ou plus sur internet. Le plus grand facteur d'influence sur ce chiffre est le fait que les gens travaillent ou non.

Les personnes sans travail et les étudiants sont les plus gros utilisateurs d'internet, suivis par les pensionnés.

Les personnes qui travaillent et, surtout, les indépendants passent chaque jour moins de temps sur le net à des fins personnelles. Comme les pensionnés et les étudiants passent relativement plus de temps sur internet, cette tendance se retrouve également quand on observe la courbe d'âge en fonction du nombre total d'heures passées sur internet. Les gens âgés de 30 à 59 ans passent en moyenne moins d'heures sur internet pendant leurs temps libres.

Le nombre moyen d'heures par jour sur internet (non-professionnel)



On observe aussi que la **situation familiale** a son importance. Les Belges qui vivent avec un partenaire et/ou des enfants passent moins de temps en ligne.

Le fait que les Belges ayant fait moins d'études surfent un peu plus sur internet que ceux ayant fait davantage d'études est déduit du fait que les premiers cités sont nettement moins présents dans la catégorie des 'personnes surfant moins de 2 heures par jour'. Les hommes passent un peu plus de temps sur le net que les femmes.



Infrastructure ICT

Les Belges ont en moyenne 2 GSM à la maison et plus d'ordinateurs portables que d'ordinateurs de bureau. Les tablettes ne sont pas encore aussi populaires, mais le nombre de **smartphones** est remarquablement élevé. On observe également que les répondants possèdent en moyenne davantage d'ordinateurs que de télévisions. La plus grande différence se situe sur les courbes pour les lecteurs mp3 et les GSM. Cela signifie que les nombres varient le plus en fonction de l'âge.

Le nombre de GSM, télévisions et ordinateurs de bureau est le plus important chez les Belges de 45 à 59 ans. Les smartphones et, surtout, les lecteurs mp3 sont les plus populaires parmi les jeunes générations.

Trois quarts des répondants possèdent une télévision numérique et 82 % ont l'internet sans fil. Le diplôme a une influence sur la possession d'une télévision numérique. Les personnes ayant fait moins d'études (80 %) ont un peu plus souvent une télévision numérique que les personnes ayant fait davantage d'études (70 %). Également les célibataires (68 %) et les personnes sans enfants (71 %) sont moins nombreux à posséder une télévision numérique à la maison.

Les plus de 60 ans sont un peu à la traîne en ce qui concerne l'internet sans fil (67 %), bien que la pénétration d'internet soit quand même très élevée. Deux personnes de plus de 60 ans sur trois ont l'internet sans fil chez elles.



2. Life management

Qu'en est-il de l'organisation de notre vie avec le monde numérique. Nous disposons de tout un éventail de gadgets et applications numériques pour bien gérer et faciliter notre vie. Mais est-ce vraiment comme ça qu'on le perçoit ?

Nous avons d'abord étudié l'organisation pratique de notre vie en nous concentrant spécifiquement sur les achats et les finances en ligne. Ensuite, nous avons élargi notre regard à l'influence du monde numérique sur la façon dont nous nous organisons. Jusqu'où le numérique s'est-il infiltré dans l'organisation de notre vie quotidienne ? Pouvons-nous encore nous en passer ?

Shopping et opérations bancaires en ligne

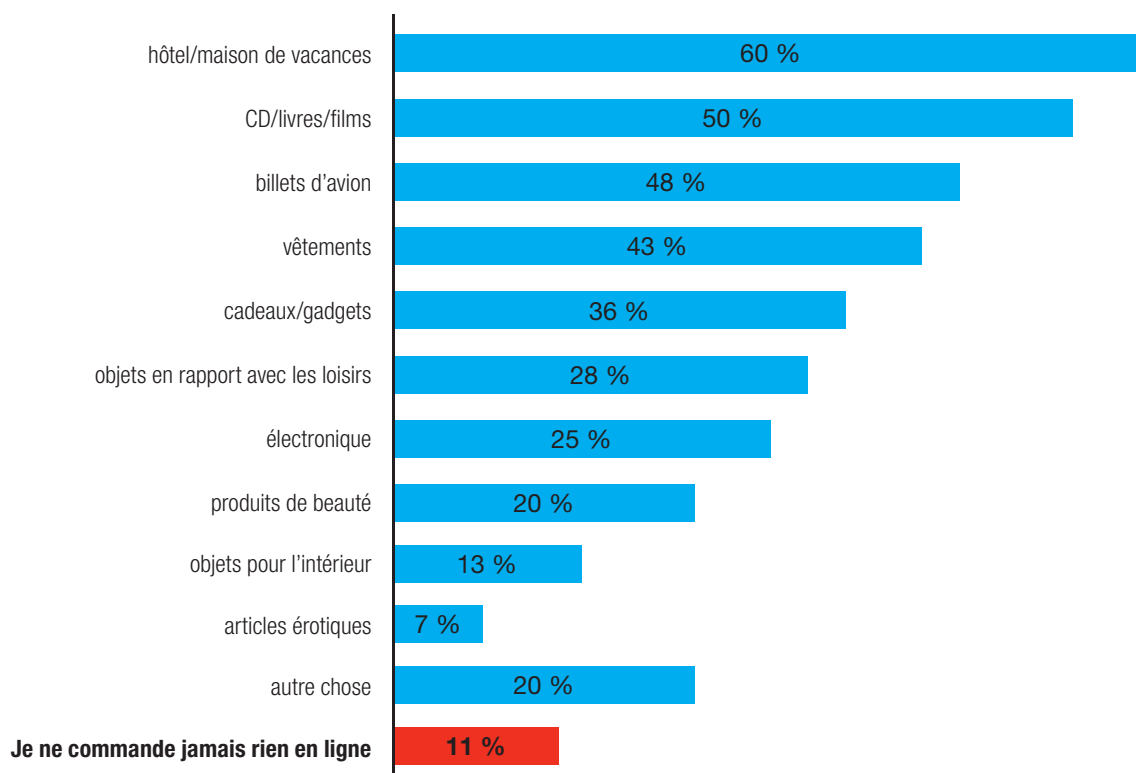
Outre le travail, les courses et, surtout, la recherche du bon produit représentent sans doute une des activités les plus "chronophages" à l'extérieur. L'internet rapproche davantage ce monde commercial de la maison que ne l'ont jamais fait les dépliants publicitaires. Même les transactions financières peuvent s'effectuer de la maison. Comment le Belge utilise-t-il ces possibilités ?

La grande majorité des répondants règlent leurs affaires bancaires en ligne, alors que plus de la moitié remplissent leur déclaration d'impôts en ligne, 2.227.345 Belges², pour être précis, cette année. Parmi eux, les hommes sont un peu plus nombreux (61 %) que les femmes (56 %) et ce sont surtout les Belges de 30 à 45 ans (63 %) qui font usage de cette possibilité en ligne. Les personnes ayant fait peu d'études (48 %) remplissent moins souvent leur déclaration d'impôt en ligne, et seuls 50 % des célibataires et 54 % des personnes sans enfants procèdent de cette façon. On n'observe pratiquement pas de différences pour les opérations bancaires en ligne.

Shopping en ligne

Les répondants utilisent surtout internet pour organiser leurs vacances. La vente en ligne de livres, films et CD marche également très bien. Seul 1 répondant sur 10 ne commande jamais rien sur internet.

Que commandez-vous parfois en ligne ?



² <http://www.levif.be/info/actualite/economie/tax-on-web-2-23-millions-de-declarations-fiscales-rentrees-en-ligne/article-1195064861901.htm>



Nous observons que ce sont surtout **les jeunes Belges** qui achètent en ligne. Seul 1 sur 10 (9 %) n'achète jamais en ligne, alors que ce chiffre est de 21 % pour les plus de 60 ans. Avec 57 %, les billets d'avions sont de loin les achats les plus populaires auprès des moins de 30 ans. Les maisons de vacances et les hôtels obtiennent pour leur part une excellente note auprès des Belges de 30 à 44 ans (65 %). Cette catégorie d'âge achète aussi plus que les Belges plus âgés ou plus jeunes des vêtements (52 %) et des livres/CD/films (57 %) en ligne.

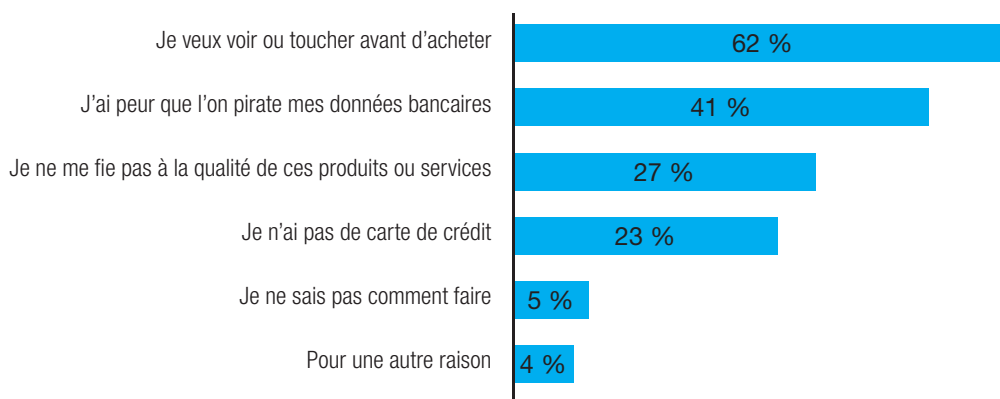
Plus le répondant a un niveau d'éducation élevé, plus il réserve des billets d'avions et des maisons de vacances en ligne, et plus il achète aussi des CD, des livres et des films sur internet. Parmi les personnes ayant fait peu d'études, on recense un groupe bien plus important de répondants (17 %) que parmi les personnes au niveau d'éducation supérieur à n'avoir jamais rien commandé en ligne.

Les femmes (48 %) commandent beaucoup plus souvent des vêtements en ligne que les hommes (28 %), ainsi que des produits de beauté (24 % contre 8 %). Les hommes (41 %) achètent à leur tour plus souvent de l'électronique que les femmes (19 %). Il en va de même pour "les articles de hobby" (39 % contre 24 % chez les femmes).

Les répondants francophones achètent un peu plus souvent des vêtements (52 % contre 41 %), des objets d'intérieur (21 % contre 11 %) et des produits de beauté (30 % contre 18 %) en ligne que les répondants néerlandophones.

Si les répondants célibataires réservent aussi souvent des billets d'avions sur internet, ils louent moins souvent un hôtel ou une maison de vacances en ligne. Ce chiffre est de 65 % pour les personnes cohabitant avec leur partenaire alors que 51 % des célibataires réservent leurs hôtels ou leurs maisons de vacances en ligne.

Pourquoi ne commandez-vous rien en ligne ?*



* Le tableau ne reprend que les personnes qui n'achètent jamais rien en ligne, soit 11 % du nombre total de répondants

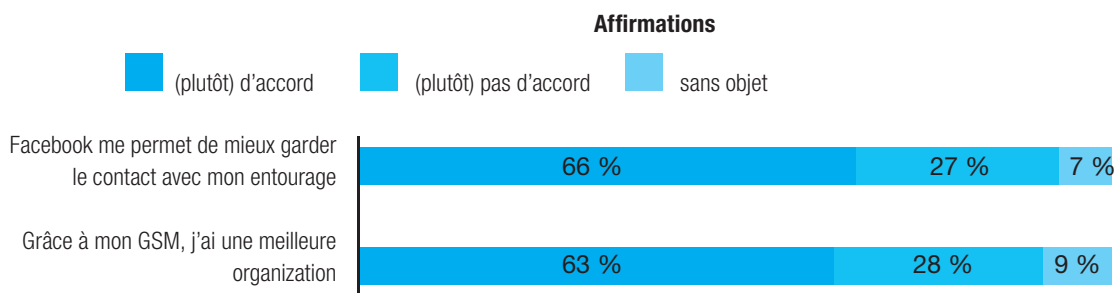
La principale raison invoquée par les répondants qui n'achètent pas en ligne est qu'ils aiment toucher avant d'acheter. La peur de la fraude est également une raison pour 40 % des Belges de ne pas acheter sur internet.

Les internautes de moins de 30 ans craignent proportionnellement autant la fraude (35 %) qu'une mauvaise qualité des produits (35 %). Quelque 34 % des jeunes n'achètent pas non plus en ligne parce qu'ils n'ont pas de carte de crédit. Les femmes (66 %) préfèrent plus que les hommes (54 %) toucher les articles avant de les acheter. Les hommes (33 %) font un peu moins confiance à la qualité que les femmes (26 %).



Gérez votre environnement

Internet représente non seulement une aide pour les activités quotidiennes comme les courses, mais aussi pour les contacts avec l'environnement. Nous pouvons en principe joindre tout le monde à tout moment et nous avons accès à une source inépuisable d'informations. Ce qui a des répercussions sur le tissu social.

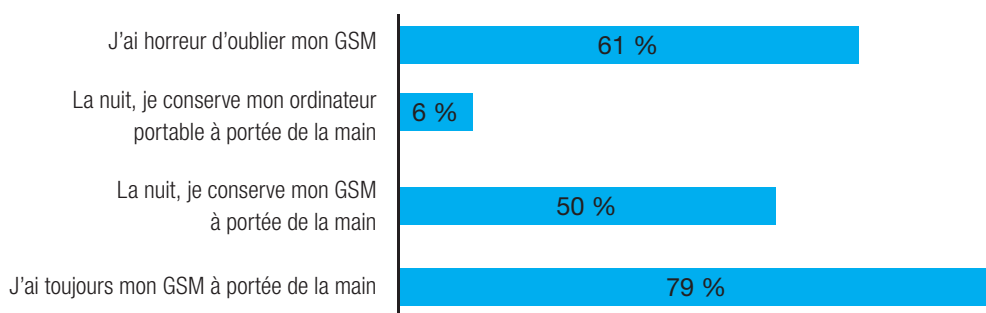


Deux répondants sur trois disent entretenir un meilleur contact avec leur entourage grâce à Facebook et environ autant disent la même chose à propos de leur GSM.

Quelque 82 % des Belges de moins de 30 ans trouvent qu'il est plus facile d'entretenir le contact avec l'entourage grâce à Facebook. Ce chiffre retombe à 67 % chez les 30 à 44 ans et à 49 % chez les 45 à 59 ans. Il n'est plus que de 45 % chez les plus de 60 ans. Les femmes (70 %) sont plus souvent de cet avis que les hommes (56 %). Les célibataires (73 %) sont également plus d'accord avec cette affirmation que les cohabitants (62 %).

Parmi les plus de 30 ans, 74 % disent pouvoir mieux organiser leur vie grâce au GSM. Chez les plus de 60 ans, ils ne sont que 48 %. Les néerlandophones (66 %) en sont un peu plus convaincus que les francophones (49 %).

Plus étonnant encore que le fait que nous puissions mieux organiser notre vie avec ce nouveau média, est notre attachement à internet. **Les répondants sont 79 % à toujours avoir leur GSM sur eux** et 61 % se sentent très mal quand ils l'ont oublié. La moitié des répondants dorment même avec leur GSM à côté d'eux.



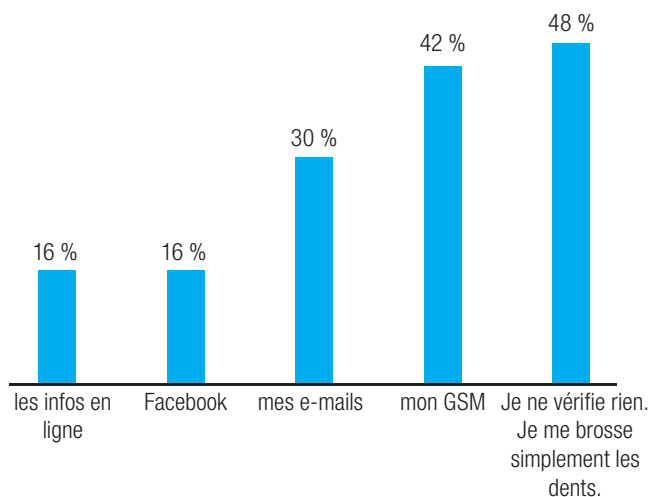
Quelque 13 % des répondants de moins de 30 ans dorment avec leur ordinateur portable à côté d'eux. Ils ne sont que 4 % chez les 30 à 44 ans et 1,5 % seulement chez les plus de 45 ans. Ce sont surtout les célibataires qui dorment avec leur ordinateur portable (11 %). Seuls 2 % des répondants ayant un partenaire cohabitants ont besoin de leur ordinateur portable au lit.

Pas moins de 78 % des moins de 30 ans dorment avec leur GSM à côté d'eux. Ils ne sont plus que 46 % chez les 30 à 44 ans, 37 % chez les 45 à 59 ans et 30 % chez les plus de 60 ans. **Les femmes** (53 %) dorment plus souvent avec leur GSM que les hommes (42 %).

L'âge, le sexe, la langue, le diplôme, les enfants et le partenaire n'ont aucune influence sur la possession d'un GSM. Les répondants plus âgés acceptent plus facilement d'oublier leur GSM que les plus jeunes.



Le matin, lorsque je me lève, je vérifie immédiatement...



Parmi les 50 % de répondants dormant à côté de leur GSM, 42 % le contrôlent aussi immédiatement dès qu'ils se lèvent. Un peu moins, mais le chiffre est quand même considérable, consultent leurs e-mails, Facebook et les infos en ligne. L'autre moitié ne contrôle absolument rien le matin.

La moitié des répondants utilisent un médium numérique dès qu'ils se lèvent. Près de la moitié contrôlent leur GSM, et 1 sur 3 consulte ses e-mails au lever.

Les plus de 60 ans sont 41 % à contrôler leurs e-mails le matin. Ces plus de 60 ans sont aussi 22 % à consulter les informations en ligne. Ce chiffre peut être lié à une tendance que nous avons déjà évoquée, à savoir que les pensionnés passent plus de temps en ligne durant leurs temps libres que les personnes qui travaillent.

Les moins de 30 ans sont 65 % à contrôler leur GSM (42 % en moyenne) et 28 % de ceux-ci ouvrent immédiatement Facebook (16 % en moyenne).

Les célibataires sont 53 % à consulter immédiatement leur GSM le matin, tandis que 36 % seulement des personnes ayant un partenaire cohabitant le font. Quelque 21 % des célibataires consultent aussi immédiatement Facebook (13 % des personnes qui cohabitent avec un partenaire).

Stress et fatigue

Le fait d'être joignable partout et à tout moment ne pose aucun problème pour la plupart des répondants. Seul 1 sur 5 s'y sent obligé mais 13 % sont effectivement stressés par internet.

Affirmations

(plutôt) d'accord (plutôt) pas d'accord

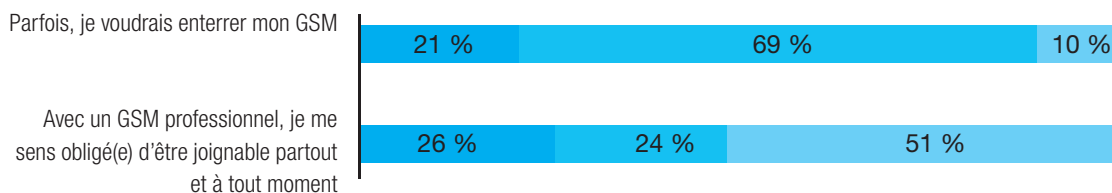


Environ 16 % des moins de 30 ans sont stressés par internet. Ce chiffre n'est plus que de 9 % chez les plus de 60 ans (13 % pour les 30 à 59 ans). Les femmes sont 15 % à être stressées par internet contre 10 % pour les hommes. Quelque 32 % des répondants de moins de 30 ans se sentent obligés d'être joignables partout et à tout moment (30-44 = 21 %, 45-59 = 16 %, 60+ = 13 %).



Affirmations

■ (plutôt) d'accord ■ (plutôt) pas d'accord ■ sans objet



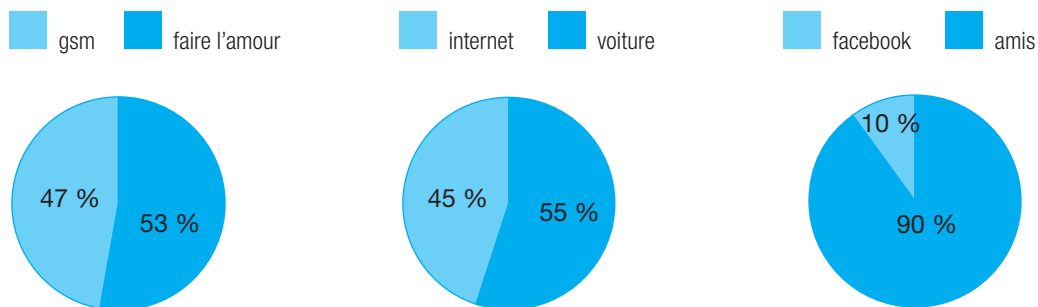
Un cinquième des répondants parfois préféreraient enterrer leur GSM. La moitié des personnes ayant un GSM de société (soit 26 % de tous les répondants si l'on conserve les 51 % de "pas d'application") se sentent obligés de rester joignables partout et tout le temps.

Avec un GSM de société, les hommes (30 %) se sentent un peu plus obligés que les femmes (24 %) de rester joignables partout et tout le temps. Les francophones (37 %) ressentent aussi plus cette obligation que les néerlandophones (24 %).

Pouvons-nous nous en passer ?

Lorsque l'on demande aux répondants de choisir entre le monde analogique et le monde numérique, le modèle obtenu est le suivant.

Le pire est une semaine sans...



À partir de 30 ans, on observe une légère préférence pour une semaine sans GSM. Les personnes ayant fait davantage d'études préfèrent un peu plus souvent une semaine sans GSM qu'une semaine sans sexe (55 %). Pour les hommes (70 %), une semaine sans sexe est clairement pire que pour les femmes (46 %). Les répondants sans partenaire cohabitant trouvent pour leur part une semaine sans sexe moins grave qu'une semaine sans GSM (57 %). Pour les francophones (59 %), une semaine sans sexe est pire que pour les néerlandophones (52 %).

Pour les Belges de moins de 30 ans, une semaine sans voiture n'est pas un problème insurmontable (40 %) ; ils préfèrent internet, alors que c'est l'inverse pour les autres catégories d'âge. Les répondants qui cohabitent avec un partenaire (60 %) peuvent beaucoup moins se passer de leur voiture que les célibataires (45 %). La même proportion s'applique aux personnes avec et sans enfants.

Parmi les personnes n'ayant pas fait beaucoup d'études, 16 % pourraient se passer une semaine de leurs amis si elles n'étaient pas déconnectées de Facebook.

3. Sense of belonging



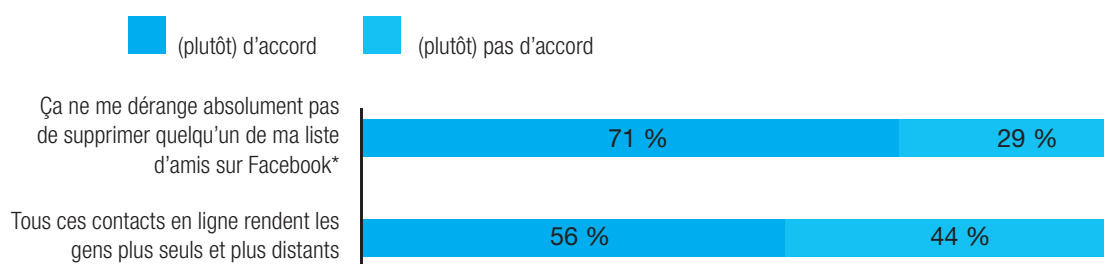
On parle souvent de communautés en ligne, d'amis sur Facebook. De 'pairs' sur des forums où nous rencontrons non seulement des amis et des connaissances de la vraie vie, mais où nous parlons aussi avec de parfaits étrangers. Quelle est la force de ces communautés et comment nous sentons-nous dans ce cadre ?

Numérique ou analogique

Les Belges ne considèrent même pas la moitié des personnes figurant sur la liste de leurs amis sur Facebook comme de bons amis qu'ils connaissent ou comme des personnes qu'ils apprécient vraiment.

Le nombre d'amis sur Facebook chute fortement en fonction de l'âge. Les répondants de moins de 30 ans ont ainsi en moyenne **265** amis, ceux qui ont entre 30 et 44 ans en moyenne **163** amis, entre 45 et 59 ans en moyenne **94** amis et les plus de 60 ans en moyenne **55** amis. Le nombre de vrais amis parmi les contacts Facebook ne chute pas tellement en proportion, respectivement 88, 60, 42 et 24 vrais amis en moyenne.

Affirmations



* question posée uniquement aux personnes sur Facebook (74 % des gens).

La majorité des utilisateurs de Facebook n'hésitent pas à supprimer des contacts de leur liste d'amis. Pas moins de 85 % des francophones n'ont aucun problème à supprimer des 'amis' sur Facebook. Ils sont 69 % chez les néerlandophones.

Un peu plus de la moitié des Belges sont convaincus que les contacts en ligne rendent les gens plus solitaires et distants. Ceci est surtout un souci pour les plus de 45 ans (64 %). Cela inquiète aussi davantage les francophones (62 %) que les néerlandophones (55 %).

Cartes d'anniversaire

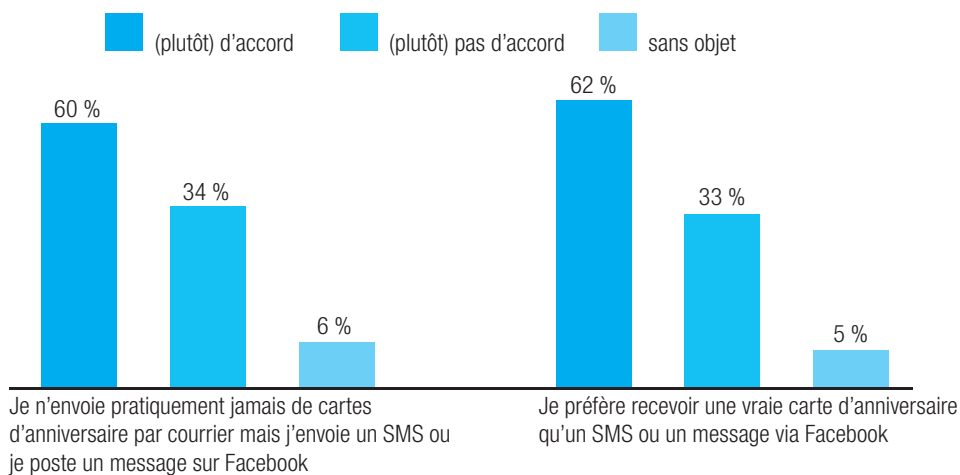
Un des meilleurs exemples pour évaluer la chaleur des liens numériques est sans doute la carte d'anniversaire. Deux tiers des Belges préfèrent recevoir une vraie carte, mais autant de répondants environ affirment envoyer plutôt des SMS ou des messages Facebook aux autres.

Les femmes sont 65 % à préférer recevoir une vraie carte d'anniversaire plutôt qu'un SMS ou un message Facebook, alors que les hommes ne sont que 56 %. Les francophones (50 %) sont aussi beaucoup moins dérangés que les néerlandophones (64 %) de recevoir des cartes d'anniversaire numériques. L'âge et le diplôme n'influencent pas le fait que quelqu'un aime ou non recevoir de vraies cartes d'anniversaire.

Les moins de 30 ans surtout n'envoient presque jamais de cartes d'anniversaire par la poste mais envoient un message sur Facebook ou un SMS (80 %). Près de la moitié des plus de 60 ans (45 %) préfèrent toujours envoyer une carte par la poste. Les répondants qui cohabitent avec un partenaire préfèrent encore plus souvent envoyer de vraies cartes d'anniversaire (38 %) que les célibataires (28 %), et les néerlandophones (35 %) le font plus que les francophones (26 %).



Cartes d'anniversaire



Pairs

Internet a beau être parfois perçu comme quelque chose qui nous rend plus solitaires et distants, il relie aussi le monde entier. Il est plus facile de trouver des pairs sur la toile mondiale que dans de petites communautés fermées. Les tabous sont également plus faciles à aborder de manière anonyme.

Problème commun

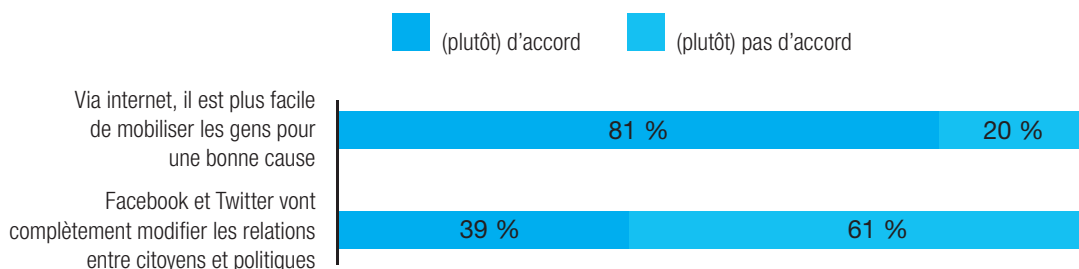
Pourtant, seul 1 répondant sur 5 dit trouver des pairs en ligne pour parler de sujets communs. Cette situation n'est pas d'application pour 39 %.

Les répondants ayant fait moins d'études (23 %) trouvent un peu plus souvent des pairs que les personnes ayant fait plus d'études (15 %) pour discuter de leurs problèmes en ligne. Les francophones (30 %) parlent bien plus souvent en ligne de leurs problèmes que les néerlandophones (16 %).

Pouvoir des médias sociaux

Si le Belge n'est peut-être pas encore totalement convaincu de parler de ses problèmes personnels avec des pairs sur le net, trouve-t-il des interlocuteurs pour les questions sociales et politiques ? Quel est le rôle des médias sociaux dans ce cas ? Parmi les répondants, 81 % sont convaincus que les gens se mobilisent plus facilement pour une bonne cause et plus d'1 sur 3 est convaincu que les rapports entre les citoyens et le monde politique changent totalement grâce à Twitter et Facebook.

Affirmations



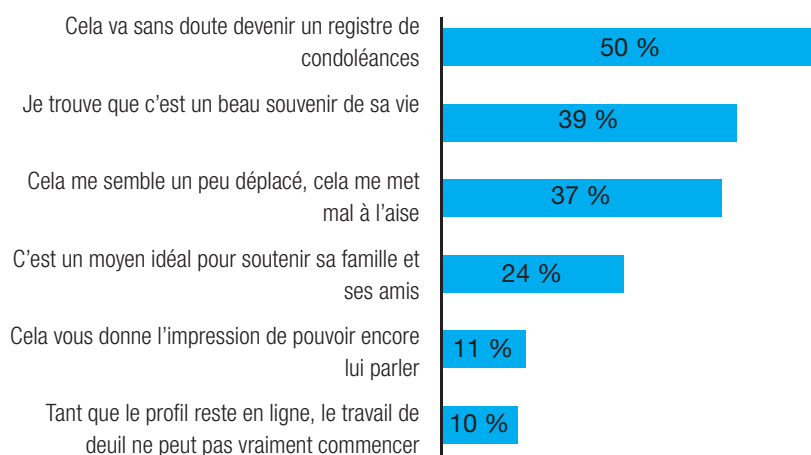
Parmi les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur, 44 % sont convaincues que Facebook et Twitter changent totalement les rapports entre les citoyens et le monde politique (34 % des personnes ayant fait moins d'études et 37 % des personnes ayant un niveau d'éducation moyen). Les francophones (57 %) en sont plus convaincus que les néerlandophones (36 %), tout comme ils sont davantage convaincus (FR = 87 %) qu'internet permet de mobiliser plus facilement les gens pour une bonne cause (NL = 79 %).



Décès

Quand un Belge décède, son identité numérique ne disparaît pas pour autant immédiatement. Cela ne peut être fait que par d'autres. Que font les proches de votre empreinte numérique ?

Supposez que le profil Facebook d'un ami décédé reste activé. Qu'en pensez-vous ?



Davantage d'hommes (47 %) que de femmes (34 %) se sentent mal à l'aise quand le profil d'un ami décédé reste en ligne. Les hommes sont d'ailleurs 13 % à penser que le processus de deuil ne peut pas commencer tant que le profil est en ligne.

La moitié des répondants francophones sont mal à l'aise face au profil d'un défunt (NL = 34 %). Ils sont dès lors 18 % à penser que le processus de deuil ne peut pas commencer (NL = 9 %).

Les répondants de plus de 45 ans (42 %) et surtout de plus de 60 ans (60 %) ont beaucoup de mal à accepter que le profil continue d'exister.



4. Gestion de l'image et réputation

Internet fait en sorte que nous pouvons accéder à n'importe quelle information partout et tout le temps. Cela vaut aussi pour vous-même et les traces que vous y laissez. Quelle est l'importance que les Belges accordent à leur trace ou image numérique ?

Près de la moitié des Belges font des recherches sur Google ou Facebook quand ils rencontrent quelqu'un et mieux vaut donc veiller à ce que ce qui s'y trouve corresponde à ce que vous voulez y trouver.

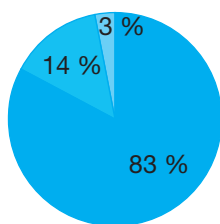
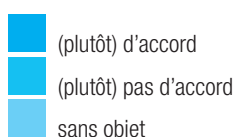
Près de 72 % des Belges de moins de 30 ans font des recherches sur Google ou Facebook quand ils rencontrent quelqu'un (30-44 = 48 %, 45-59 = 29 %, 60+ = 21 %). Les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur le font aussi plus souvent (54 %) que les personnes ayant un niveau d'éducation moyen (43 %) ou inférieur (40 %). Ensuite, nous constatons que les femmes font un peu plus souvent des recherches en ligne sur quelqu'un (48 %) que les hommes (39 %) et que les célibataires (59 %) le font plus souvent que les personnes qui cohabitent avec leur partenaire (38 %). Les néerlandophones (47 %) sont ici plus assidus que les francophones (35 %).

Mais les contacts connus sont aussi souvent visualisés sur internet. Quelque **34 % des répondants disent ainsi passer beaucoup de temps à visualiser des photos en ligne.**

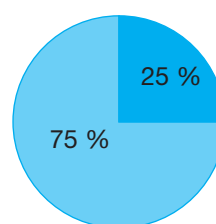
Quelque 65 % des moins de 30 ans reconnaissent consacrer beaucoup de temps à la visualisation en ligne de photos d'amis (30-44 = 36 %, 45-59 = 23 %, 60+ = 20 %). Les femmes (42 %) trouvent cela plus sympa que les hommes (27 %), tout comme les personnes sans partenaire cohabitant (47 %).

Un quart des répondants se donnent également la peine d'avoir un profil aussi séduisant que possible, même si 3 % seulement disent se présenter autrement sur Facebook qu'ils ne le sont en réalité.

Sur Facebook, je joue parfois un personnage qui n'est pas le mien



Je prends la peine d'établir un profil en ligne plutôt flatteur



Plus on est jeune, plus on trouve important que le profil soit aussi séduisant que possible. Les moins de 30 ans sont 47 % à y consacrer beaucoup d'énergie. Ce chiffre est encore de 24 % chez les 30-44 ans. **Les femmes** (27 %) sont beaucoup plus préoccupées par leur profil que les hommes (18 %). Seulement 18 % des personnes qui cohabitent avec leur partenaire trouvent cela important alors que 37 % des répondants qui vivent seuls se donnent beaucoup de mal pour avoir un profil aussi séduisant que possible. Cela est plus important pour les néerlandophones (27 %) que pour les francophones (12 %).

Enfin, 9 % des répondants reconnaissent reprendre certains amis dans leurs profils Facebook ou LinkedIn uniquement pour leur image.



Plus cool ?

L'image en ligne est autrement dit très importante. Mais comment est-elle abordée ? Nous pouvons nuire à l'image de quelqu'un en ligne et par exemple aussi l'utiliser pour draguer.

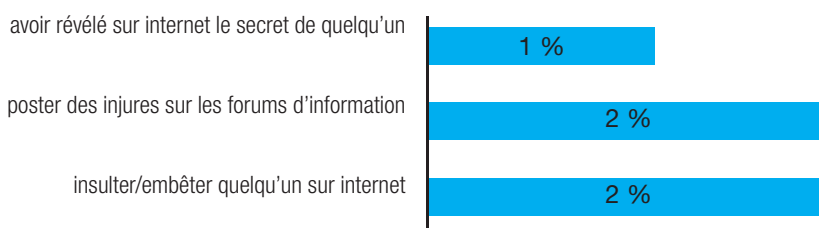
Près d'une **personne sur trois trouve que tout est plus "cool", plus facile en ligne** que dans la vraie vie. On peut y draguer, réagir violemment, exprimer son opinion alors que ce serait inapproprié dans la vraie vie.

Parmi les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur, 38 % trouvent que tout est beaucoup moins formel en ligne que dans la vraie vie (29 % pour les répondants ayant un niveau d'éducation moyen ou supérieur). Les hommes et les femmes sont respectivement 38 et 28 % à penser la même chose. Quelque 36 % des célibataires (28 % des gens qui cohabitent avec leur partenaire) trouvent que c'est plus cool en ligne, tout comme 66 % des francophones (NL = 26 %).

Atteinte à l'image

Néanmoins, une très petite minorité reconnaît mal se comporter sur le net et pratiquer par exemple du harcèlement, révéler les secrets de quelqu'un ou poster des commentaires peu amènes.

En toute honnêteté, je dois reconnaître qu'il m'arrive de...



Nous sommes toutefois moins prudents pour nous-mêmes. Un répondant sur huit a déjà raconté des choses qu'il a ensuite regrettées. Cette façon de se lâcher en ligne semble surtout concerner les jeunes (22 % des moins de 30 ans). Les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur (15 %) sont aussi un peu plus touchées que les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur (10 %). Les célibataires ont aussi plus de chances de raconter des idioties sur internet (18 %).

Parmi les jeunes répondants, 42 % ont déjà trouvé sur le net des photos ou des informations sur eux-mêmes qu'ils auraient préféré ne pas y trouver. Ce chiffre est de 30 % chez les 30-44 ans et de 16 % chez les plus de 45 ans. Les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur (32 %) sont ici un peu plus souvent touchées que les autres répondants (25 %). Et les femmes (29 %) sont aussi plus souvent victimes que les hommes (22 %), tout comme les célibataires (35 %) par rapport aux répondants cohabitants avec leur partenaire (35 %) et les francophones (33 %) par rapport aux néerlandophones (26 %).

Drague et rendez-vous

Un répondant sur cinq drague en ligne et un sur dix a aussi parfois un blind date avec quelqu'un rencontré sur internet.

Plus les Belges sont jeunes, plus ils draguent en ligne. Quelque 33 % des répondants de moins de 30 ans le font. Éducation, sexe et langue ne font aucune différence. Les célibataires sont 33 % à draguer occasionnellement en ligne, mais 11 % des répondants qui cohabitent pourtant avec leur partenaire le font aussi de temps à autre.

C'est relativement logique : cette drague en ligne peut déboucher sur un blind date. Les moins de 30 ans sont 13 % à le faire de temps en temps. Le blind dating diminue avec l'âge, encore 2 % chez les plus de 60 ans. Sexe et diplôme ne jouent ici aussi aucun rôle. Les néerlandophones (9 %) ont un peu plus souvent un blind date que les francophones (5 %).

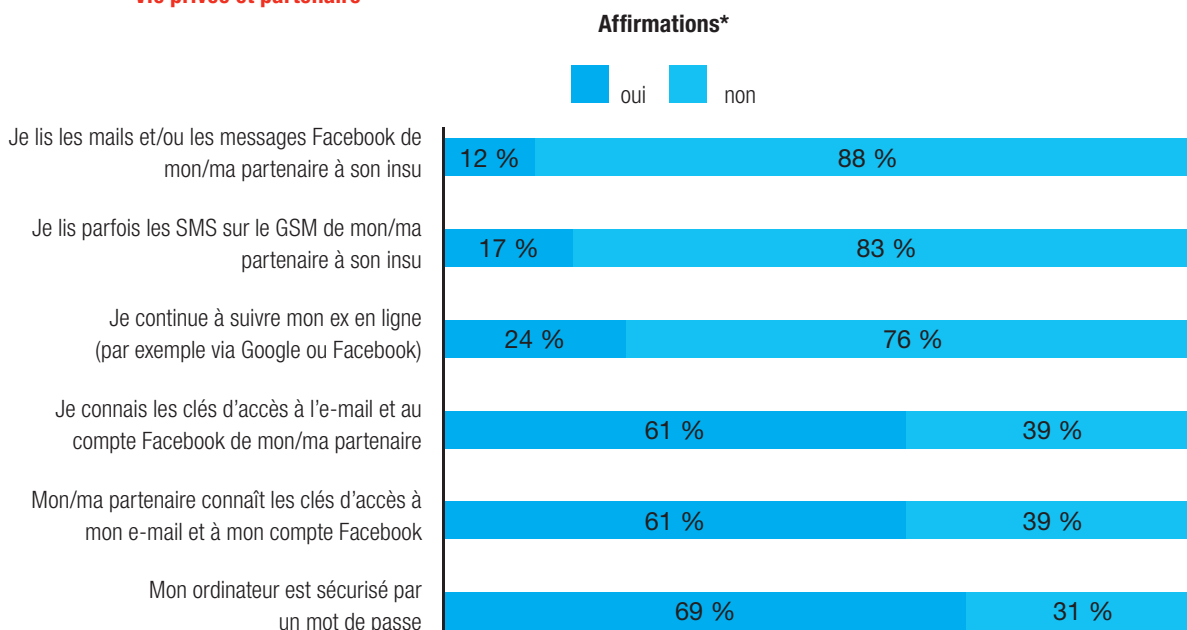
Les célibataires sont 16 % dans ce cas, de même que 4 % des répondants qui cohabitent avec leur partenaire.



5. Vie privée et protection

Après le chapitre sur l'image et la drague en ligne, nous en arrivons logiquement à un autre sujet brûlant du monde numérique, à savoir le respect de la vie privée. Qu'en est-il du respect de la vie privée en ligne vis-à-vis de ceux avec qui nous partageons normalement tout ?

Vie privée et partenaire



* Question est uniquement passé au répondants avec GSM, Facebook, partenaire, etc.

Il n'existe pas de différence entre les groupes sociodémographiques en ce qui concerne la protection de l'ordinateur au moyen d'un mot de passe.

Quelque 35 % des moins de 30 ans et 22 % des 30 à 44 ans continuent à suivre leur ex en ligne (45+ = 11 %). Les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur (29 %) le font un peu plus souvent que les autres (22 %). Les femmes sont 26 % à continuer à suivre plus souvent leur ex en ligne que les hommes (18 %).

Les moins de 30 ans et les 30 à 44 ans sont respectivement 27 et 19 % à lire en cachette les SMS sur le GSM de leur partenaire (45-59 = 11 %, 60+ = 7 %). Les femmes (21 %) le font ici plus souvent que les hommes (8 %). La lecture en cachette des e-mails et avis sur Facebook est beaucoup moins fréquente (-30 = 17 %, 30-44 = 14 %, 44-59 = 8 %, 60+ = 7 %). Les femmes sont dans ce cas 10 % à le faire, contre 5 % des hommes.

ICT avec C comme Communications

Si nous tenons au caractère privé de certaines choses, nous n'hésitons pas à en dévoiler d'autres en public. Quels sont les sujets abordés typiquement dans les nouveaux médias ? Et comment se retrouvent-ils au carrefour des précédents piliers ; sense of belonging, life management, vie privée et image.

Communiquer avec les amis et la famille

Y a-t-il une étiquette en ce qui concerne les annonces importantes ?

Comment informez-vous vos amis ?

Selon l'enquête, 15 % des Belges de moins de 30 ans annonceraient une grossesse par Facebook et un groupe tout aussi important le ferait par SMS. Plus le niveau de formation est élevé, plus les gens ont tendance à annoncer personnellement la grossesse.



Les femmes sont 10 % à envoyer des SMS pour annoncer qu'elles ont une nouvelle relation, contre 6 % seulement des hommes. Téléphoner est aussi davantage prisé par les femmes (18 %) que par les hommes (10 %). Les hommes communiquent généralement moins à ce sujet. Quelque 30 % des moins de 30 ans et 11 % des personnes âgées de 30 à 44 annoncent une nouvelle relation sur Facebook. Le nombre des plus de 45 ans qui le font est négligeable. Nous observons la même tendance pour les SMS. À noter toutefois que la catégorie S.O. augmente fortement avec l'âge (beaucoup de gens dans une relation stable). Une même tendance que pour la grossesse se dessine aussi dans le cadre des nouvelles relations. Plus le niveau d'éducation est élevé, plus les gens tiennent à annoncer des messages importants en personne, avec le téléphone pour intermédiaire. Les francophones (22 %) téléphonent plus souvent que les néerlandophones (15 %).

Les femmes sont 27 % à diffuser un ragot par SMS, contre 17 % des hommes. Elles sont aussi 34 % (hommes = 24 %) à téléphoner et 51 % à le dire en personne (hommes = 40 %). Les hommes sont pour leur part 23 % à dire que cette question n'est pas d'application. Plus on est jeune, plus on utilise les médias numériques. Plus on est vieux, moins on dit diffuser des ragots. Les célibataires diffusent en général beaucoup plus de ragots, mais utilisent proportionnellement moins l'e-mail et plus souvent les SMS ou Facebook.

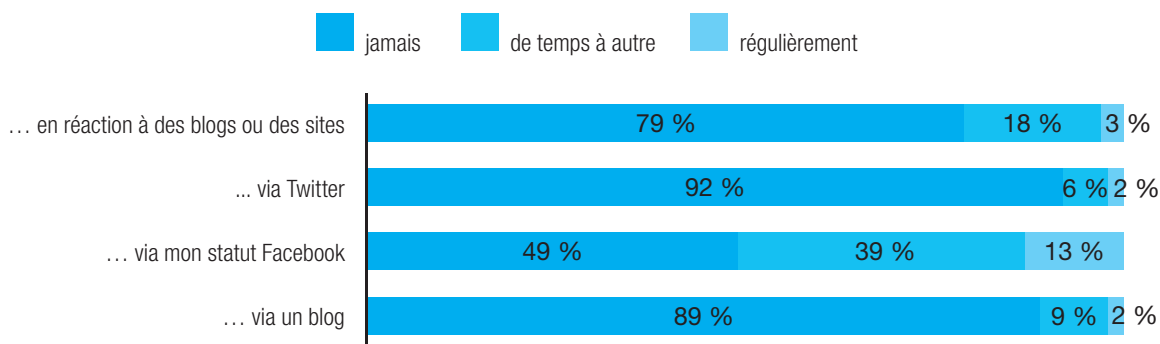
Les hommes sont 50 % à répondre S.O. à la question consistant à savoir comment ils annoncent la fin d'une relation. Les femmes sont par conséquent plus présentes dans toutes les autres catégories de communication. Nous observons ici aussi deux tendances en termes d'âge. Les jeunes utilisent plus souvent les médias numériques alors que les plus vieux disent plus souvent ne pas avoir besoin de communiquer que leur relation est terminée. Et nous voyons à nouveau aussi en regard du niveau de formation que la part des personnes ayant un niveau d'éducation inférieur qui communiquent sur Facebook ou par SMS est plus importante que dans le chef des personnes ayant un niveau d'éducation supérieur.

Nous pouvons en conclure que ce sont surtout **les jeunes et les femmes qui utilisent les nouveaux médias pour raconter des choses émotionnelles.**

Blogs et microblogs

Le statut Facebook est l'endroit préféré pour diffuser un blog ou, dans ce cas, un microblog. La moitié des répondants le disent. Ils sont suivis par les réactions sur les sites internet. Twitter et les blogs représentent des médias un peu plus petits pour la grande population en ligne.

Je raconte des choses ou je communique...



Les jeunes sont 12 % à blogger de temps en temps et 3 % le font régulièrement. Les jeunes adaptent aussi plus souvent leur statut Facebook (54 % de temps en temps et 22 % régulièrement). Un jeune sur quatre (23 %) écrit des réactions sur des sites internet.

Les néerlandophones (12 %) bloggent un peu plus souvent que les francophones (7 %). Les répondants néerlandophones adaptent aussi plus souvent leur statut Facebook (41 % de temps en temps, 14 % régulièrement) que les francophones (26 % de temps en temps, 7 % régulièrement). La même tendance vaut pour Twitter (NL = 9 %, FR = 4 %) et les réactions sur les sites internet (NL = 22 %, FR = 16 %).



Les femmes adaptent plus régulièrement leur statut Facebook (42 % de temps en temps, 14 % régulièrement) que les hommes (30 % de temps en temps, 10 % régulièrement). Les hommes, par contre, réagissent plus souvent que les femmes sur des sites internet (25 % contre 19 %). Les répondants sans partenaire cohabitant changent plus souvent leur statut Facebook (44 % de temps en temps, 16 % régulièrement).

Sur quoi communiquent les Belges dans le monde numérique public ?

Que souhaitent notamment partager les Belges sur la toile mondiale ? Les femmes racontent surtout ce qu'elles ont vécu. Les hommes communiquent en premier lieu sur l'actualité. Les sentiments et les enfants sont bien plus populaires chez les femmes, alors que les résultats sportifs ont clairement la préférence des hommes. Les différences sont également claires en termes d'âge. Les jeunes parlent plutôt de ce qu'ils ont vécu, du travail et de l'école, de propos d'eux-même ou d'amis, de préférences culturelles, de sentiments et de propos de personnages célèbres. Les plus vieux parlent plus souvent de l'actualité. Communiquer sur les enfants ne concerne que les gens de plus de 30 ans. Jeunes et vieux communiquent dans les mêmes proportions sur des blagues, des réflexions philosophiques et les résultats sportifs.

Les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur bloggent plus souvent sur les relations (20 %) et les sentiments (31 %), les enfants (29 %) et les blagues (51 %). Les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur bloggent plus sur leurs préférences culturelles (46 %), l'actualité (48 %) et des réflexions philosophiques (26 %).

6. Divertissements



Qui dit internet dit bien sûr aussi détente et amusement. Outre les blogs, les jeux ou Facebook, les films représentent aussi un passe-temps très apprécié sur internet. Que recherchent les Belges sur internet ?

Les jeunes regardent en général beaucoup plus de films sur internet. Les films érotiques et les petits films sur des produits que l'on aime sont visualisés dans les mêmes proportions par toutes les catégories d'âge. Seules les informations et l'actualité deviennent un peu plus populaires avec l'âge.

Les films d'horreur et violents sont un peu plus populaires auprès des personnes ayant un niveau d'éducation inférieur (4 % contre 2 %). L'actualité et le revisualisation des émissions de télévision sont un peu plus populaires auprès des personnes ayant un niveau d'éducation supérieur.

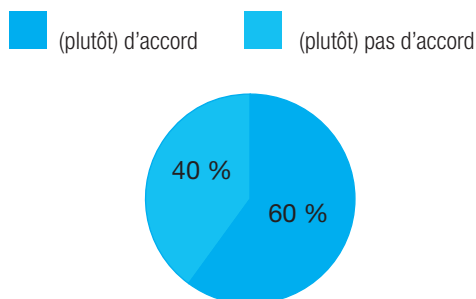
Les films comiques sont beaucoup plus populaires dans la région linguistique néerlandophone (56 %) qu'auprès des francophones (26 %), tout comme les films de la famille et des amis (NL = 22 %, FR = 13 %). Les petits films de célébrités sont par contre plus populaires auprès des francophones (NL = 16 %, FR = 28 %).

Les films érotiques sont aussi populaires auprès des répondants vivant avec un partenaire que sans. Les célibataires regardent toutefois plus souvent des petits films sur des célébrités (21 % contre 16 %) et revisualisent plus d'émissions de télé en ligne (43 % contre 29 %).

Téléchargement illégal

Sujet sensible ou pas, **le téléchargement illégal n'est pas considéré comme du vol par 40 % des répondants.**

Le téléchargement illégal, c'est du vol



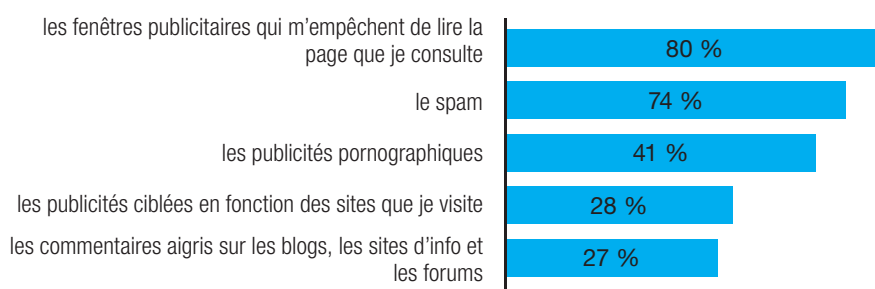
Seulement 41 % des moins de 30 ans qualifient le téléchargement illégal de vol, alors que 74 % des plus de 60 ans le perçoivent bel et bien comme du vol. Les célibataires (54 % contre 62 %) et les néerlandophones (59 % contre 64 %) le considèrent un peu moins comme du vol.



Agacements

Outre les choses qui nous divertissent, il existe aussi, sur internet, des choses qui nous irritent. Les publicités qui gâchent la vue sur les sites internet et les spams constituent dans ce cas les principales sources d'agacement. Les publicités pornographiques suivent en troisième position.

Les 3 ennuis majeurs sur l'internet



Les hommes (36 %) se disent plus souvent agacés que les femmes (25 %) par la publicité adaptée à leur comportement sur internet. Alors que les femmes (46 %) se disent beaucoup plus dérangées que les hommes (26 %) par les publicités pornographiques.

Les jeunes trouvent un peu moins grave que la publicité soit adaptée à leur comportement sur internet. Les publicités pornographiques dérangent beaucoup plus les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur (48 %) que les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur (33 %).

Les publicités pornographiques représentent une source d'agacement pour 53 % des francophones (NL = 39 %). Les francophones (37 %) ont également moins de compréhension que les néerlandophones (36 %) pour la publicité adaptée à leur comportement sur internet, alors que les néerlandophones (76 %) trouvent les spams plus agaçants que les francophones (65 %).

7. Des enfants dans une vie numérique



Les jeunes nés ces 15 dernières années n'ont jamais connu un monde sans l'omniprésence des médias numériques. Certains sont encore plus doués que leurs parents pour les utiliser. Comment les parents gèrent-ils l'organisation et la protection de leur progéniture avec les nouveaux développements ?

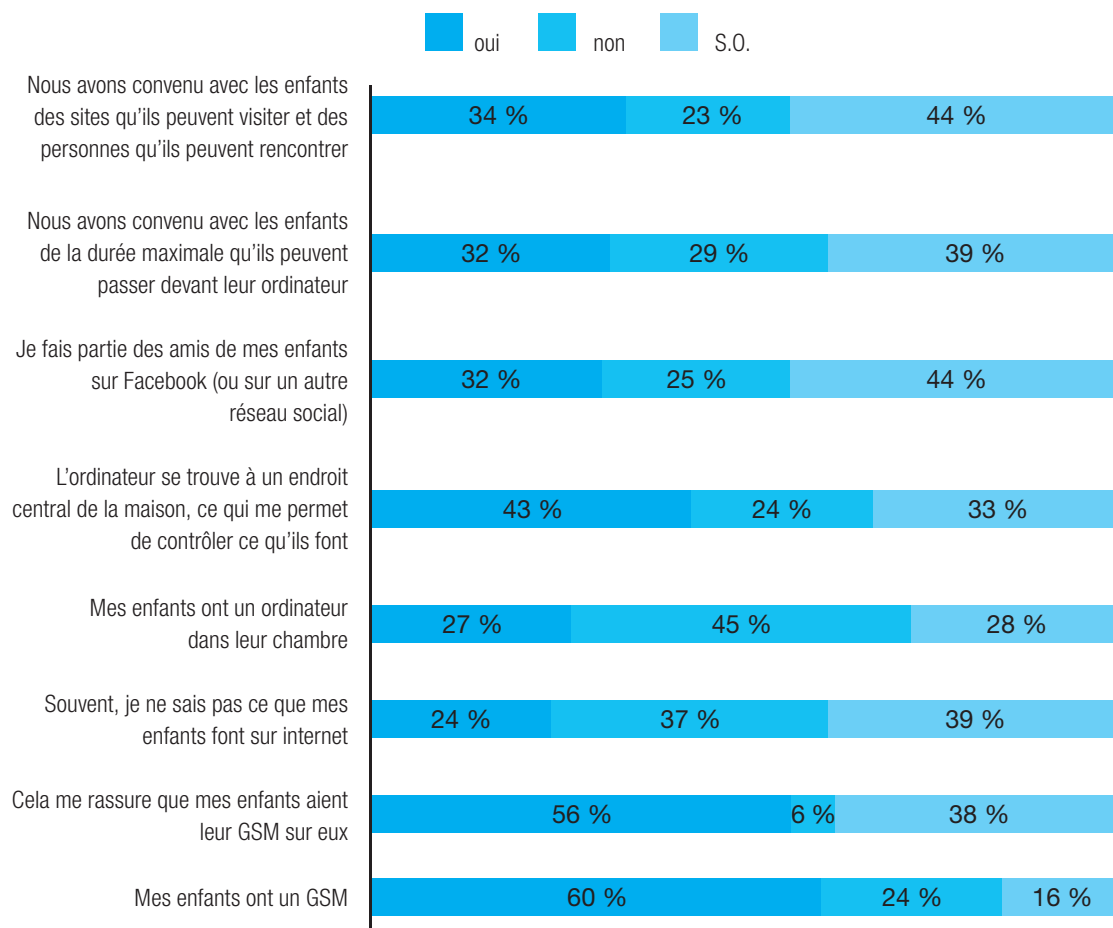
Les chiffres sont relativement identiques pour les différents domaines du monde numérique. L'âge de **12 ans**, ce qui correspond au passage dans le secondaire, semble être, pour les parents, le moment idéal pour laisser leurs enfants surfer seuls sur internet et leur donner un GSM. La marge en ce qui concerne cette évaluation varie de 9/10 à 15 ans. Pour Facebook, les parents se sont montrés un peu plus réservés. Ils ajoutent en moyenne une petite année dans ce cas.

Plus de la moitié des parents dont les enfants peuvent surfer en ligne ont **conclu des accords** clairs avec leurs enfants quant aux sites qu'ils peuvent visiter, aux personnes avec qui ils peuvent converser et au temps qu'ils peuvent passer sur l'ordinateur. Deux tiers des parents qui laissent leurs enfants surfer en ligne ont installé l'ordinateur dans un endroit central de la maison de manière à pouvoir garder un œil dessus.

Néanmoins, 1 parent sur 3 dit ne pas savoir ce que son enfant fait en ligne. Cela est surtout le cas pour les parents dont les enfants ont entre 13 et 18 ans (38 %) ; ce chiffre n'est que de 16 % pour les enfants plus jeunes. Nous ne tenons pas compte ici des enfants de plus de 18 ans.

Si nous ne tenons pas compte des réponses de type pas d'application³, nous voyons alors que **90 % des parents sont rassurés de savoir que leur enfant a un GSM sur lui.** Les parents d'enfants dans le secondaire surtout sont rassurés de savoir que leurs enfants ont leur GSM sur eux (94 %). Ce chiffre est un peu moins élevé pour les parents d'enfants du primaire (83 %).

Les affirmations suivantes s'appliquent-elles à votre ménage ?



³ Parce que les enfants sont par exemple trop jeunes pour avoir un GSM.

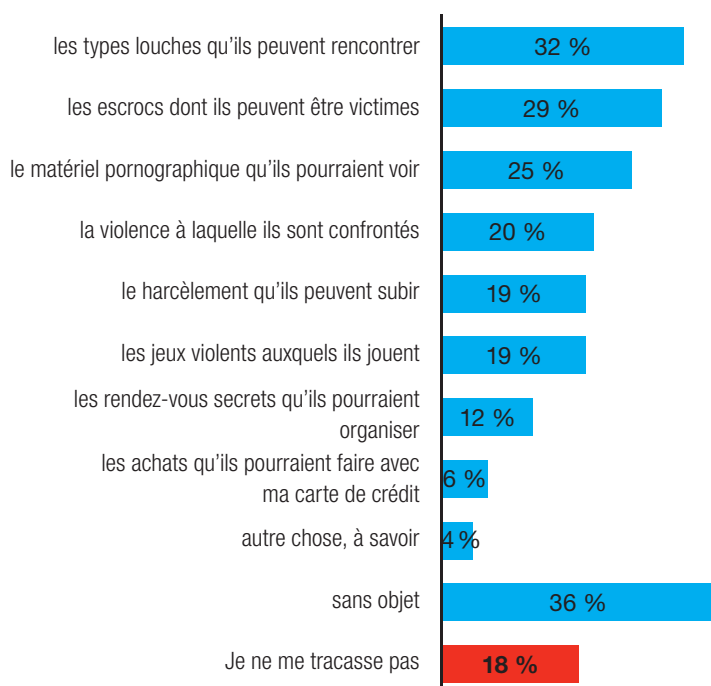


De quoi s'inquiètent surtout les parents ? Tout d'abord et surtout des personnes louches avec lesquelles leurs enfants pourraient entrer en contact, suivie des escrocs. Aux troisième et quatrième places, arrivent la possible exposition à du matériel pornographique et la violence.

Un parent sur cinq a peur que son enfant ne fasse l'objet de harcèlement. La peur que leur progéniture joue à des jeux violents est presque aussi importante.

Et un parent sur cinq ne se fait absolument pas de souci. Nous voyons ici un effet en ce qui concerne l'âge des enfants. Les parents d'enfants dans l'enseignement secondaire (26 % ne se font pas de souci) sont moins souvent inquiets sur le comportement sur internet de leurs enfants que les parents d'enfants de l'enseignement primaire (18 %).

Lorsque mes enfants sont sur internet, je me tracasse pour...

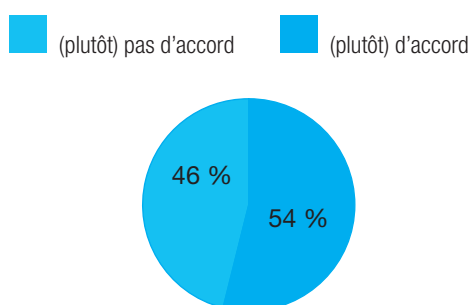


8. Fossé numérique

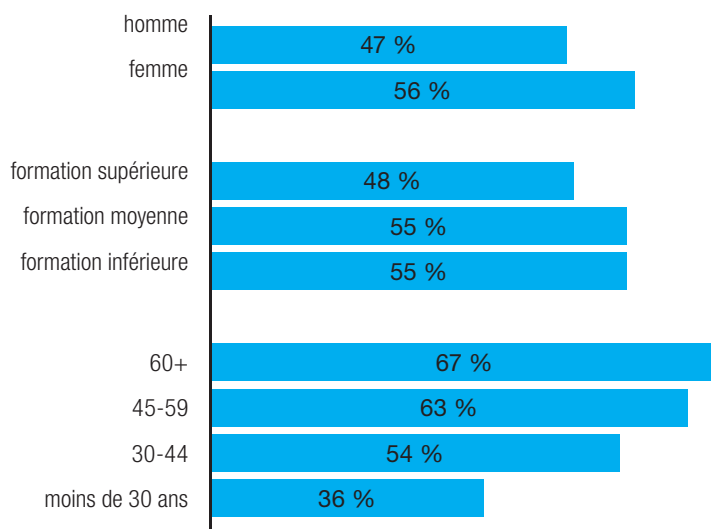


La complexité, le coût et l'évolution rapide des nouveaux médias font que certaines personnes restent ça et là à la traîne. Bien que la pénétration de Facebook et d'autres évolutions récentes soit large, nous observons malgré tout que plus de la moitié des répondants ont parfois le sentiment de ne pas être "dans le coup". Mais il y a aussi des gens qui n'ont absolument pas de connexion à internet. Où sont les priorités ?

J'ai de temps en temps le sentiment de ne pas être dans le coup avec toutes ces évolutions technologiques



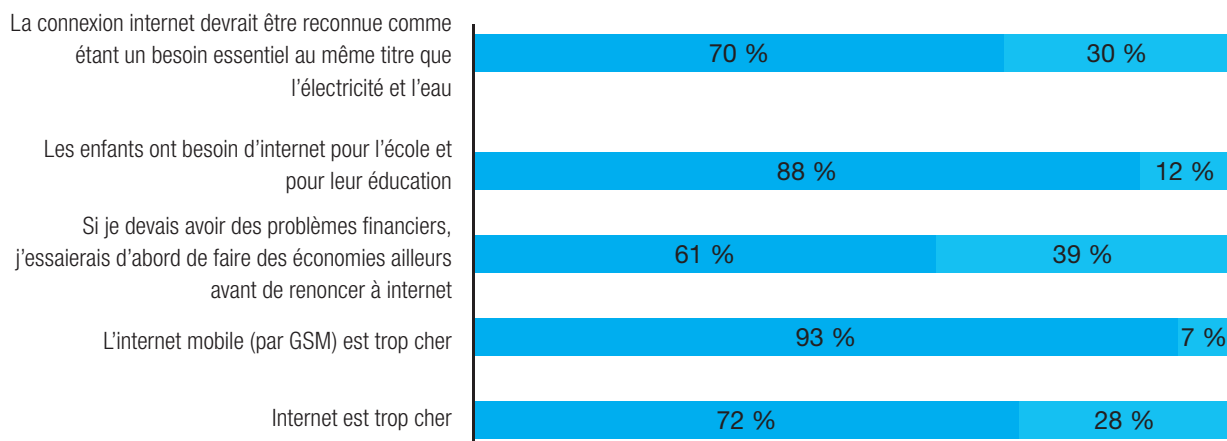
J'ai de temps en temps le sentiment de ne pas être dans le coup avec toutes ces évolutions technologiques





Affirmations

 (plutôt) d'accord  (plutôt) pas d'accord



Les plus de 60 ans sont 84 % à trouver internet trop cher. Les hommes (81 %) sont plus que les femmes (68 %) à trouver internet trop cher. Tout comme les francophones (81 %, NL = 70 %). Les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur sont moins nombreuses à trouver internet trop cher (66 %). Tout le monde trouve l'internet mobile trop cher.

Quelque 72 % des moins de 30 ans seraient prêts à économiser d'abord sur d'autres postes avant de fermer leur connexion à internet en cas de problèmes financiers (56 % pour les autres catégories d'âge). Quelque 67 % des personnes ayant un niveau d'éducation supérieur (contre 55 % des personnes ayant un niveau d'éducation inférieur) et autant de célibataires (contre 58 % des cohabitants) pensent la même chose. Tout le monde est d'accord dans les mêmes proportions en ce qui concerne l'utilité d'internet pour l'éducation d'un enfant.

Les plus de 60 ans sont 81 % à trouver qu'internet devrait être reconnu comme un besoin de base, contre 60 % des moins de 30 ans (30-44 = 68 %, 45-59 = 77 %). Les hommes sont 79 % à penser la même chose contre seulement 67 % des femmes.

Nous sommes tous numériques et nous trouvons tout cela parfaitement normal. La numérisation de notre vie est totale. Nous ne pouvons plus imaginer notre vie sans un téléphone mobile et les possibilités de l'internet 2.0. Nous y voyons aussi davantage un élément de réduction plutôt que d'augmentation du stress.

En réalité, nous pouvons constater que le fossé entre digital natives et digital immigrants n'existe plus.

Ce constat de la diminution du fossé numérique découle non seulement de notre enquête mais aussi des données nationales* selon lesquelles presque tout le monde a aujourd'hui accès à internet :

- **80 % des Belges ont été sur internet ces 3 derniers mois**
- Ce chiffre est plus précisément de 97 % pour les 16-24 ans, de 90 % jusqu'à 44 ans et de 38 % pour les 65-74 ans
- **77 % ont un ou plusieurs ordinateurs à la maison**
- Ce chiffre atteint 92 % pour les ménages avec enfants et 71 % pour les ménages sans enfants

* SPF Économie, Direction générale Statistique et Information économique, <http://statbel.fgov.be>

Conclusion



Le fossé numérique se réduit. Cela ne veut toutefois pas dire qu'il n'y a pas ici où là l'une ou l'autre ligne de fracture visible. L'intensité avec laquelle les jeunes, surtout, utilisent certaines applications en ligne semble différer de temps à autre de celle observée dans le chef des autres catégories d'âge. Nous voyons aussi une augmentation de l'activité sur internet après l'âge de la pension. Le niveau de formation ne donne pas lieu à de grandes différences en termes d'utilisation, de temps en temps en termes de mentalité seulement. **Le fossé est donc plutôt une question d'emploi du temps que d'ignorance.**

Beaucoup ont néanmoins le sentiment de ne pas être dans le coup. Fait remarquable, ce constat vaut tant pour les jeunes que pour les vieux, tant pour les hommes que pour les femmes et tant pour les plus qualifiés que les moins qualifiés. Peut-être cela est-il dû simplement à la vitesse à laquelle nous sommes assaillis de nouveaux développements, qui plus est toujours plus nombreux.

Car nous sommes parfaitement dans le coup. Les Belges lisent énormément d'informations en ligne et regardent des films sur YouTube. La plupart ont un profil Facebook et s'essaient en outre à d'autres applications internet. Mais outre la toile mondiale, nous sommes aussi entourés d'électronique dont nous ne pouvons plus nous passer. Près de la moitié des Belges pensent ainsi qu'une semaine sans GSM est plus difficile qu'une semaine sans sexe. Nous allons dormir et nous réveillons avec le GSM, nos e-mails et Facebook. Seule une petite partie y voit une source de stress supplémentaire.

Le monde numérique est tellement imbriqué dans notre vie quotidienne que nous ne pouvons ou ne voulons plus nous en passer. Bien que nous pensions que ces médias rendent les gens plus solitaires, et que nous préférions par exemple recevoir une vraie carte d'anniversaire plutôt qu'un SMS ou un message sur Facebook, nous avons malgré tout le **sentiment que le GSM et internet nous aident à organiser notre vie.** Ne fût-ce que pour réserver nos vacances en ligne ou entretenir des contacts avec notre entourage. Nous réfléchissons bien à notre propre image numérique et contrôlons aussi celles d'autres personnes lorsque nous faisons par exemple une nouvelle rencontre. Ensuite, le monde numérique nous aide aussi à organiser et contrôler la vie avec les enfants. Le GSM est par exemple très rassurant pour les parents.

Plus de vingt-cinq ans après l'arrivée du PC et quinze ans après la généralisation du GSM et d'internet, **nous voyons disparaître de plus en plus le manque de culture numérique et le fossé entre les générations.** Le fait que trois quarts des répondants seraient prêts à économiser d'abord sur d'autres postes avant de clôturer leur accès à internet en dit suffisamment long.