



INSTITUT POUR L'ETUDE DES MARCHES ET LES SONDAGES D'OPINION – INSTITUT FÜR MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG
M.I.S. TREND SA – Pont Bessières 3 – CH 1005 Lausanne – Tél. +41 21 320 95 03 – Fax + 41 21 312 88 46 e-mail : info@mistrend.ch

Étude auprès des usagers des services mobiles de télécommunication

réalisée pour la Division des services de télécommunication
de l'Office fédéral de la communication

Août 2007



TABLE DES MATIERES

	page
1. DESCRIPTIF DE LA RECHERCHE	
1.1. Objectifs de l'étude	4
1.2. Conception méthodologique pour construire l'échantillon	6
1.3. Structure de l'échantillon	8
1.4. Prise d'information	10
1.5. Articulation du rapport	11
2. L'EQUIPEMENT TELEPHONIQUE EN SUISSE	
2.1. Equipement des foyers et structure	12
2.2. Equipement individuel des jeunes de 8 à 14 ans	14
2.3. Equipement des personnes de 15 ans et plus	15
2.4. Usage professionnel	17
2.5. Abonnement ou carte prépayée	20
2.6. Raison d'avoir acquis un téléphone mobile	21
2.7. Raccordement à la téléphonie fixe	22
2.8. Attachement au réseau fixe	23

3.	CHOIX DE L'OPERATEUR	
3.1.	Opérateur actuel	25
3.2.	Raisons du choix de l'opérateur actuel	26
3.3.	Changements d'opérateur	28
3.4.	Rythme de renouvellement de l'appareil mobile	30
4.	USAGE DE LA TELEPHONIE MOBILE	
4.1.	Fréquence de l'usage	32
4.2.	Usage des autres services	34
4.3.	Dépenses	36
4.4.	Modification de l'usage pour économiser	38
5.	SATISFACTION DE LA CLIENTELE	
5.1.	Satisfaction vis-à-vis de la qualité des services et du rapport qualité / prix	40
5.2.	Traitement des problèmes par l'opérateur	42
6.	SYNTHESE ET CONCLUSIONS	43

1. DESCRIPTIF DE LA RECHERCHE

1.1. Objectifs de l'étude

L'Office fédéral de la communication (OFCOM) compte parmi ses tâches celle de fournir régulièrement des informations intéressantes les acteurs qui interviennent sur le marché suisse des télécommunications, soit les autorités, le législateur, le régulateur, les opérateurs et les consommateurs. Pour ce faire, il établit annuellement la statistique officielle des télécommunications, qui repose sur les données fournies par les opérateurs actifs sur le marché suisse. Néanmoins, afin de ne pas se focaliser exclusivement sur l'offre, l'Office veille, de temps à autre, à lancer des sondages afin de pouvoir appréhender les opinions des utilisateurs des services de télécommunication sur diverses questions d'intérêt général. Ainsi, en 2005, il publiait les résultats d'une étude par sondage entreprise auprès des utilisateurs de la téléphonie fixe résumée en ces termes : « En Suisse, la téléphonie classique sur réseaux fixes est loin de disparaître. D'autre part, l'utilisation d'Internet à la maison est proche du seuil de la saturation. D'une manière générale, les ménages suisses sont extrêmement satisfaits de la qualité des services de télécommunication, un peu moins des tarifs. »

En 2007, c'est aux usagers de la téléphonie mobile que s'est plus particulièrement intéressé l'OFCOM en réalisant l'étude qui donne lieu à ce rapport et dont les principaux objectifs étaient les suivants :

- mesurer le niveau d'équipement de la population,
- comprendre les raisons pour lesquelles les consommateurs suisses utilisent un téléphone mobile,
- saisir les critères qui influencent le choix d'un prestataire de service,
- identifier les services de télécommunication mobile utilisés par les consommateurs et saisir leur fréquence d'utilisation,
- appréhender le degré de satisfaction des consommateurs par rapport aux prestations obtenues,
- mettre en évidence d'éventuelles différences de valeur et de comportement en fonction des variables socio-démographiques retenues.

Pour mesurer le niveau d'équipement de la population, il était nécessaire d'entreprendre une étude parfaitement représentative des ménages et de la population suisse, ce qui présente actuellement des difficultés. En effet, les tirages d'échantillons, aussi bien pour les besoins des études scientifiques que commerciales, ont lieu à partir de l'univers des numéros de téléphones privés acheté à Swisscom Directories SA. Or, cette base de données initiale est lacunaire puisque les personnes qui ne disposent pas d'équipements téléphoniques ou qui ne souhaitent pas figurer dans l'annuaire téléphonique ne sont pas prises en compte. En outre, la téléphonie mobile y est très peu enregistrée soit parce que les utilisateurs préfèrent être joignables sur leur installation fixe, soit parce qu'ils ne veulent pas communiquer leur numéro de portable. Dans le cadre de l'étude

mandatée par l'OFCOM, visant à observer les possesseurs de téléphonie mobile, ce défaut pose évidemment un problème particulièrement aigu puisqu'il empêche d'atteindre une partie de la cible même de la recherche.

De façon plus générale, ce défaut préoccupe beaucoup les chercheurs en sciences sociales qui tentent de trouver des solutions praticables pour composer des échantillons représentatifs. Malheureusement, aucun processus n'a, jusqu'à ce jour, été testé avec succès. L'Office fédéral de la statistique (OFS) compte, à terme, sur la mise à disposition des données des Registres des habitants. Les instituts de recherche privés n'y auront cependant pas accès, protection des données oblige.

Dès lors, nous avons mis en place une procédure méthodologique particulière permettant de garantir l'échantillon de base le plus représentatif possible, afin de calculer la pénétration des équipements téléphoniques dans la population et les ménages. Puis, c'est sur un échantillon de personnes disposant d'un téléphone mobile à titre privé qu'a porté l'essentiel de la recherche.

L'organisation du travail avec le mandataire a pris la forme suivante :

- soumission d'une proposition méthodologique et budgétaire sur la base de l'appel d'offres émis par l'OFCOM,
- séance pour en discuter les termes et définir exactement les modalités du projet et son déroulement,
- après rédaction d'un projet de questionnaire sur la base du canevas fourni par l'OFCOM, séance de discussion pour aboutir à une version finale en français, ensuite traduite en allemand et en italien,
- séance pour discuter le contenu du rapport final, après soumission par l'institut d'un projet rédigé et illustré.

1.2. Conception méthodologique pour construire l'échantillon

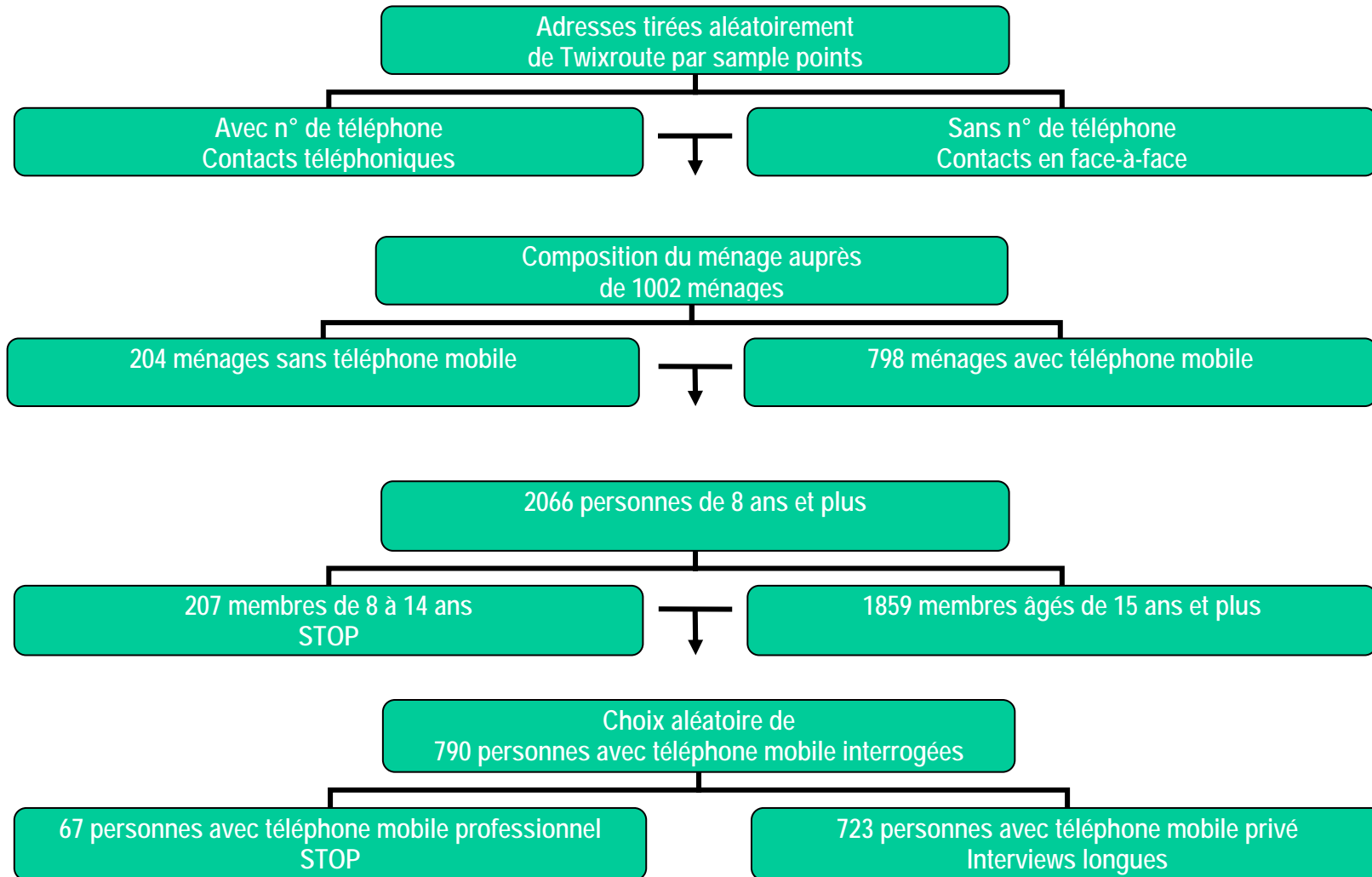
La procédure d'échantillonnage s'est déroulée en deux étapes selon le descriptif suivant :

- tirage de 105 points d'échantillon (sample points), répartis sur l'ensemble du territoire, selon un processus aléatoire au sein des sept régions NUTS (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques) de l'OFS, en respectant les différentes tailles de localités;
- tirage d'un échantillon aléatoire de 16 bâtiments au sein de ces points d'échantillon grâce à Twixroute, système d'informations géographiques indiquant la position exacte de plus de 1.6 million de bâtiments, chaque bâtiment étant indiqué sur la carte avec son numéro et pouvant être sélectionné dans la liste des rues;
- déplacement d'enquêteurs dans les points d'échantillon pour relever dans chacun des bâtiments retenus l'intégralité des personnes y résidant. Les noms et prénoms sur les boîtes aux lettres ou près des sonnettes ont permis de dresser la liste des habitants. Il est arrivé que le bâtiment soit à usage purement professionnel, qu'un seul foyer y réside ou, au contraire, plusieurs dizaines;
- sur la base de ce nouveau fichier de ménages, extraction aléatoire de 16 ménages à contacter dans chaque point d'échantillon;
- confrontation des noms et adresses avec les données de l'annuaire de Swisscom Directories. Les ménages disposant d'un numéro de téléphone ont donné lieu à une prise d'information CATI (Computer Assisted Telephonic Interviews);
- les ménages non répertoriés ont donné lieu à une prise d'information en face-à-face CAPI (Computer Assisted Personal Interviews).

Ainsi, nous avons pu compléter la base de données de l'annuaire par des foyers non détectables à travers lui. Mis à part les ménages qui, pour des raisons de déménagement ou d'installation récents dans leur logement, n'avaient pas encore leur nom mentionné sur les boîtes aux lettres / sonnettes, ou les bâtiments récents non encore répertoriés dans Twixroute, nous pouvons considérer que l'échantillon ainsi construit est sans doute le plus représentatif qui soit actuellement en Suisse.

Cette méthode a en outre permis de réaliser l'essentiel de la prise d'information par téléphone, ce qui permet de nombreuses tentatives de contact pour atteindre les foyers et les personnes visés, avec pour effet une diminution des taux de non-réponse. En outre, la surveillance permanente de la prise d'information dans nos centrales téléphoniques en garantit la qualité. Enfin, on évite ainsi les frais de déplacement. Les entretiens en face-à-face, plus coûteux et plus difficiles à mettre en place, n'ont porté que sur la faible proportion de ménages qui ne disposent pas d'un raccordement téléphonique sur réseau fixe ou dont les coordonnées ne figurent pas dans l'annuaire de Swisscom Directories.

Il convient donc ici de présenter tout d'abord l'organigramme de la recherche et des différents sous-groupes répertoriés et consultés :



1.3. Structure de l'échantillon

Il avait été convenu d'interroger 800 personnes disposant d'un téléphone mobile, détectées à partir d'un échantillon représentatif disproportionnel afin d'analyser chacune des régions avec plus de fiabilité. Cet échantillon a pris la forme suivante, **avant la pondération** qui a redonné à chaque région son poids démographique réel :

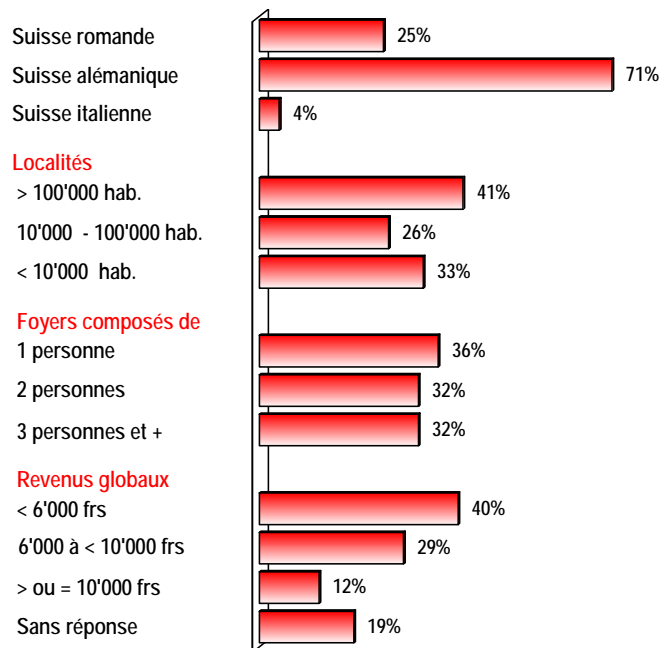
- 351 ménages en Suisse romande, avec une marge d'erreur maximale de $\pm 5,2 \%$, respectivement 681 personnes de 8 ans et plus recensées ($\pm 3,8 \%$) et 276 personnes interrogées ($\pm 5,8\%$),
- 531 ménages en Suisse alémanique, avec une marge d'erreur maximale de $\pm 4,2 \%$, respectivement 1'149 personnes de 8 ans et plus recensées ($\pm 2,9 \%$) et 433 personnes interrogées ($\pm 4,7\%$),
- 120 ménages au Tessin, avec une marge d'erreur maximale de $\pm 8,8 \%$, respectivement 235 personnes de 8 ans et plus recensées ($\pm 6,4 \%$) et 77 personnes interrogées ($\pm 11 \%$).

Ainsi, l'étude a porté sur :

- 1'002 ménages dont nous analyserons l'équipement téléphonique en fonction de la région linguistique, la taille de la localité, le nombre de personnes au foyer et les revenus globaux du ménage (marge d'erreur : $\pm 3,1 \%$);
- 1'859 personnes âgées de 15 ans et plus recensées dans ces 1'002 foyers (marge d'erreur : $\pm 2,2 \%$) et 207 enfants de 8 à 14 ans, dont nous analyserons l'équipement téléphonique en fonction du sexe, des classes d'âges, de l'activité professionnelle, de la région, de la taille de la localité, de la taille et des revenus du foyer (marge d'erreur : $\pm 6,8 \%$);
- 790 personnes âgées de 15 ans et plus sélectionnées pour répondre à l'enquête, parce qu'elles jouissent d'un téléphone mobile;
- dont 723 disposent d'un téléphone mobile privé en cela qu'il n'a pas été payé par l'employeur, respectivement dont l'employeur ne paie pas les frais de communication, et qu'il n'est pas utilisé à des fins strictement professionnelles (marge d'erreur : $\pm 3,7 \%$).

La structure des ménages et de l'échantillon des personnes de 15 ans et plus que nous y avons détectés est représentée sur les graphiques suivants, après une pondération croisée selon la région linguistique, la taille de la localité, le sexe et l'âge du répondant.

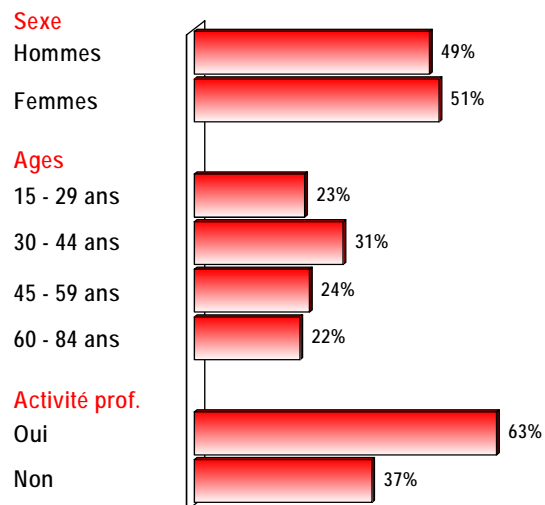
L'échantillon des ménages (Base : 1002 ménages représentatifs en Suisse)



La taille des foyers que nous avons détectés correspond exactement à celle communiquée par l'OFS, soit 36 % de foyers de 1 personne, 32 % de foyers de 2 personnes et 32 % de foyers de 3 personnes et plus.

Il en va de même avec les revenus globaux des foyers. L'OFS annonce en effet 40 % de ménages de moins de 6'000.- francs, 20 % entre 6'000.- et 10'000.- francs et 20 % supérieurs à 10'000.- francs. Dans l'étude, ils sont respectivement 40 %, 29 % et 12 %, mais 19 % des ménages ne donnent pas de réponse. Ces foyers appartiennent en grande partie à la classe des revenus supérieurs, généralement peu encline à s'exprimer à ce sujet.

L'échantillon des personnes au foyer (Base : 1859 personnes de 15 ans et plus, issues de 1002 ménages représentatifs)



Quant à l'échantillon des personnes, il correspond exactement en sexe et âges à la statistique nationale, et compte un nombre d'actifs et d'inactifs qui correspond aux catégories d'âges que nous avons interrogées. La catégorie des inactifs englobe des personnes en dessous de l'âge de l'entrée dans la vie professionnelle et d'autres ayant atteint l'âge de la retraite.

1.4. Prise d'information

Comme nous l'avons spécifié plus haut, les travaux se sont déroulés en deux étapes : dans un premier temps, le relevé des adresses des ménages et, par la suite, la prise d'information proprement dite. Ce ne sont pas les mêmes enquêteurs qui ont procédé aux deux démarches, ce qui garantit la qualité de l'échantillonnage et de la prise d'information.

Le relevé des noms et adresses des ménages s'est déroulé du 12 au 21 mars dans toute la Suisse et 29 enquêteurs y ont été employés.

La prise d'information téléphonique s'est déroulée du 3 avril au 12 mai et 22 enquêteurs y ont participé.

La prise d'information en face-à-face s'est déroulée du 2 au 20 mai et 13 enquêteurs y ont participé.

Tous les enquêteurs ont été préalablement instruits, en présence de la responsable du projet à l'OFCOM, sur les objectifs de la recherche, ses difficultés et les règles de qualité à respecter.

1.5. Articulation du rapport

Le rapport qui suit permettra successivement :

- D'analyser l'équipement des ménages (téléphonie fixe, mobile, les deux, aucune), puis des personnes recensées dans ces ménages, séparément selon qu'elles ont 15 ans et plus ou qu'elles sont âgées de 8 à 14 ans, en tenant compte des caractéristiques socio-démographiques enregistrées grâce au questionnaire.
- De mesurer chez les personnes actives professionnellement si le téléphone mobile a été fourni par l'employeur, si les communications sont payées par lui et, enfin, si l'usage qui est fait de la téléphonie mobile est plutôt privé ou professionnel.
- De comprendre les raisons expliquant l'acquisition d'un téléphone portable et, pour ceux que cela concerne, les causes de la fidélité à la téléphonie fixe.
- D'aborder les questions liées à l'opérateur : choix de l'opérateur actuel et raisons de ce choix, rythme de changement d'appareil et d'opérateur, sensibilité aux offres du marché.
- De cerner l'usage qui est fait de la téléphonie mobile en tenant compte des différents services qu'elle offre, et des dépenses qui y sont liées.
- De mesurer enfin la satisfaction ressentie par les utilisateurs.

Finalement, une synthèse reprendra les principaux enseignements de l'étude.

2. L'ÉQUIPEMENT TÉLÉPHONIQUE EN SUISSE

2.1. Equipement des foyers et structure

L'étude permet de déterminer la pénétration des équipements téléphoniques dans les ménages en Suisse :

- 19 % ($\pm 2,5$ %) ont un raccordement téléphonique fixe seulement, et ce chiffre est plus important en Suisse italienne (30 %), chez les ménages aux revenus inférieurs à 6'000.- francs par mois (30 %) et dans les ménages d'une seule personne (39 %);
- 5 % ($\pm 1,3$ %) des ménages ne disposent que d'un téléphone mobile, avec une pointe à 8 % chez les revenus les plus bas et à 9 % chez les ménages d'une seule personne;
- 2 % ($\pm 0,9$ %) des foyers ne disposent ni d'un téléphone mobile ni d'un raccordement sur réseau fixe dont les trois quarts appartiennent aux classes de revenus les plus bas;
- ce qui laisse la plus large place à 74 % ($\pm 2,7$ %) des ménages qui disposent à la fois d'un raccordement sur réseau fixe et d'un ou plusieurs mobiles. Cette situation dépasse 90 % dans les foyers aux revenus supérieurs à 6'000.- francs et qui comptent 3 personnes et plus en leur sein.

Ces différences structurelles s'expliquent essentiellement par l'âge : les ménages de trois personnes et plus comptent plus de jeunes alors que les foyers d'une seule personne sont plus souvent ceux des personnes âgées au niveau de revenus assez faible, dont nous verrons qu'elles disposent moins de téléphones mobiles. La situation du Tessin, terre d'accueil de nombreux retraités, s'explique sans doute aussi par cela.

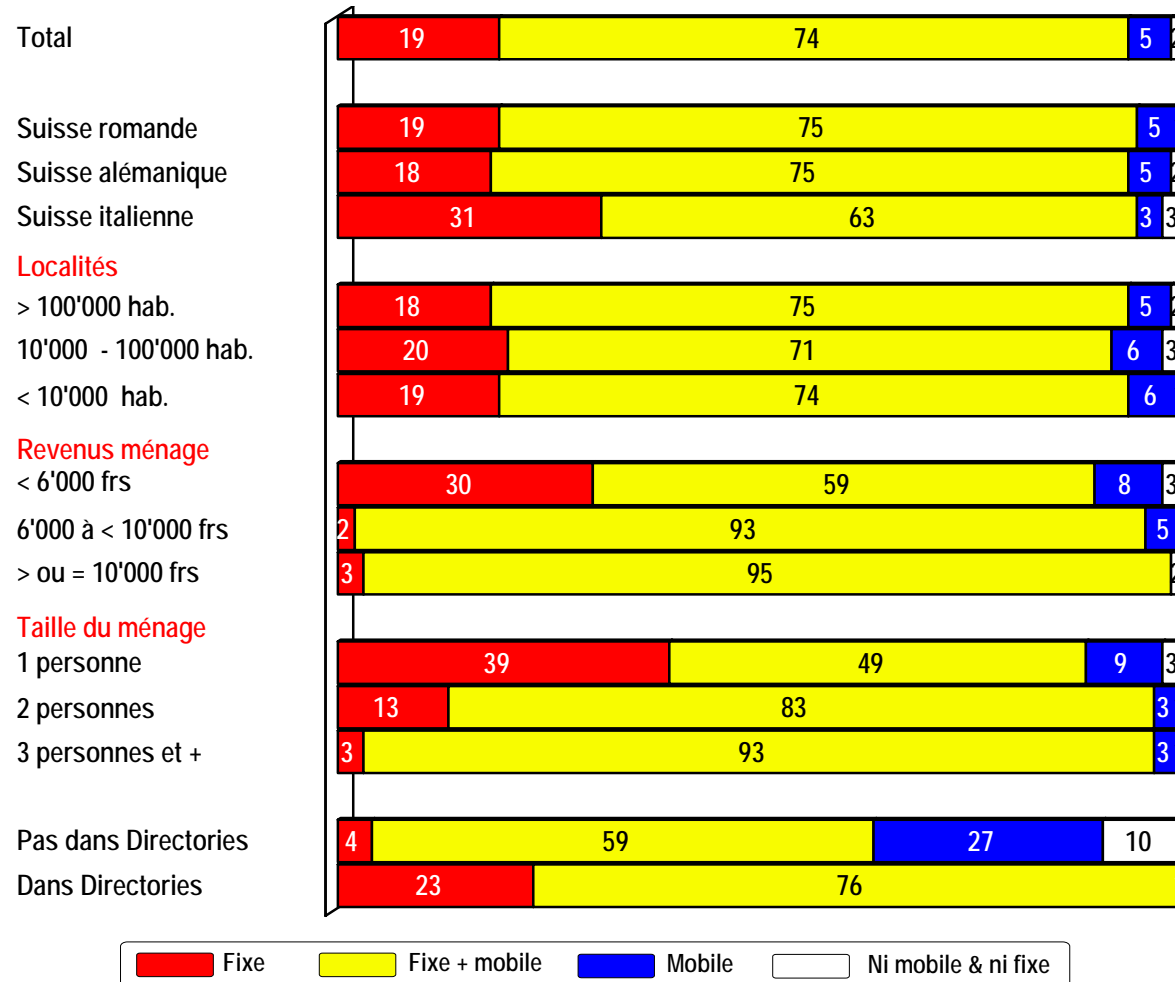
Toutefois, c'est dans ce même type de ménages, composés d'une seule personne et disposant de revenus plutôt faibles, que se situent les quelques jeunes vivant indépendamment de leurs parents, ce qui explique qu'on y trouve également la plus forte proportion de possesseurs de téléphone mobile seulement.

Mentionnons encore qu'on n'observe aucune différence significative selon la taille de la localité.

Enfin, ce sont évidemment les foyers qui n'apparaissent pas dans l'annuaire qui comptent la plus forte proportion de possesseurs de téléphone mobile seulement (26%) ou qui ne disposent d'aucun raccordement (10%).

Pénétration des équipements dans les ménages en Suisse

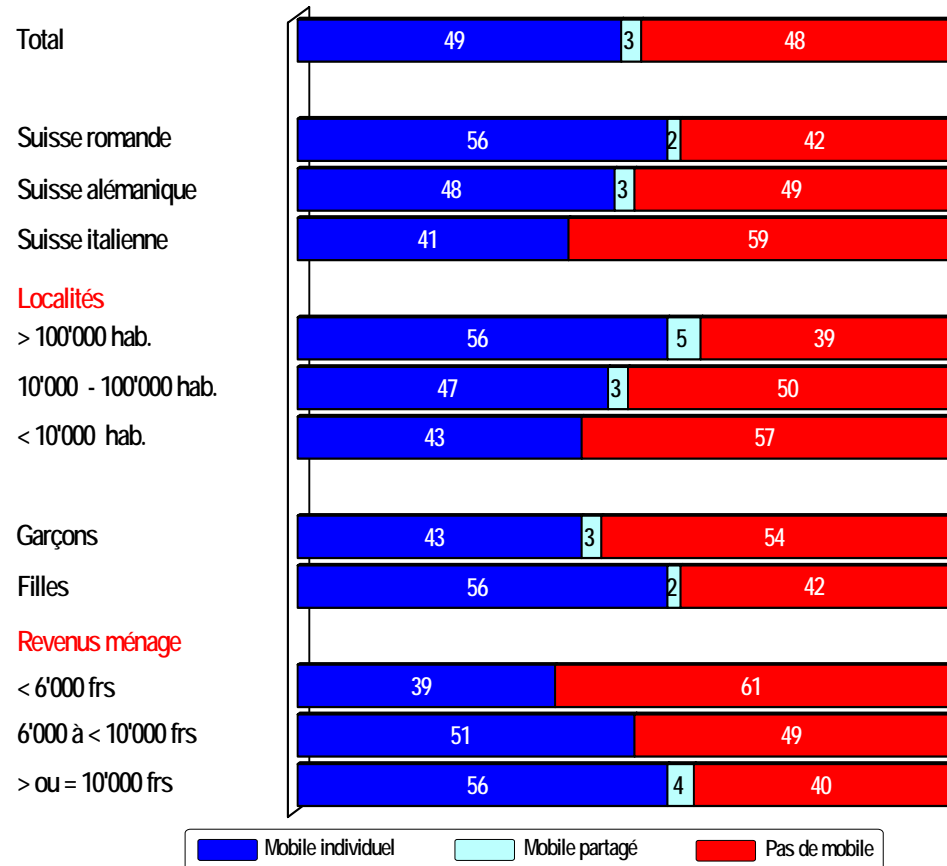
(Base : 1002 ménages représentatifs en Suisse)



2.2. Equipement individuel des jeunes de 8 à 14 ans

L'étude a permis de détecter 207 personnes âgées de 8 à 14 ans au sein des 1'002 ménages représentatifs interrogés. Il en découle que :

(Base : 207 personnes de 8 à 14 ans issues de 1002 ménages représentatifs)



- 49 % des jeunes de 8 à 14 ans disposent d'un mobile individuel auxquels s'ajoutent 3 % qui le partagent, pour un total de 52 %;
- la pénétration du téléphone mobile chez les jeunes est particulièrement élevée en Suisse romande (58 %), par rapport à la Suisse alémanique (51 %) et surtout au Tessin (41 % seulement);
- la pénétration va croissant avec la taille de la localité puisqu'elle passe de 43 % dans celles de moins de 10'000 habitants pour atteindre 61 % dans celles de plus de 100'000 habitants, le taux dans les localités de taille intermédiaire atteignant exactement 50 %;
- on découvre également que les filles sont beaucoup plus équipées que les garçons (58 % contre 46 %);
- enfin, le taux d'équipement des jeunes va croissant avec les revenus du ménage passant de 39 % lorsqu'ils sont inférieurs à 6'000.- francs à 60 % lorsqu'ils sont supérieurs à 10'000.- francs, en passant par 51 % dans la classe des revenus intermédiaires.

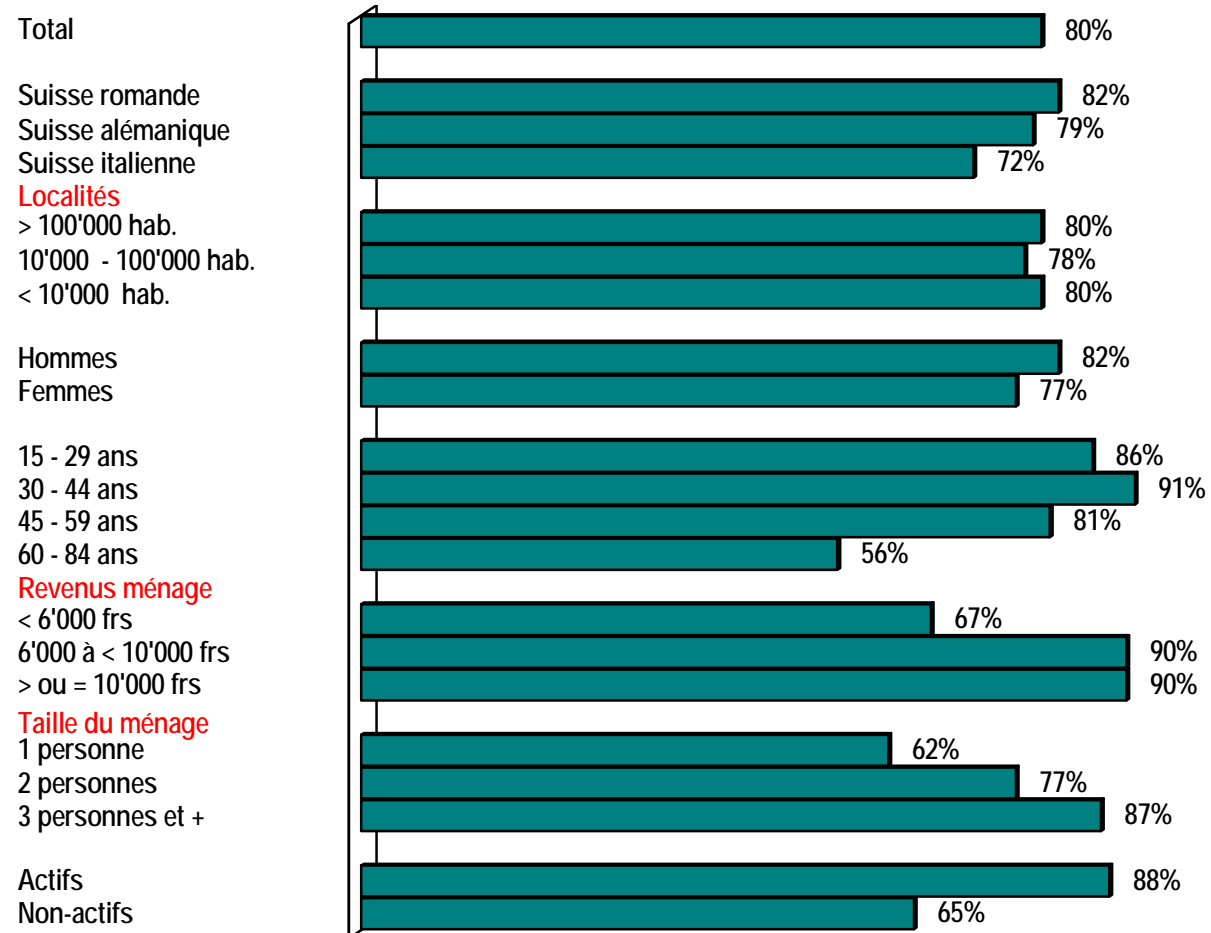
2.3. Equipement des personnes de 15 ans et plus

Sur un total de 1'859 personnes âgées de 15 ans et plus composant les 1'002 ménages interrogés, on observe que :

- 80 % disposent d'un téléphone mobile qu'elles utilisent soit à titre privé, soit dans le cadre professionnel;
- la possession d'un téléphone mobile est plus répandue en Suisse romande (82 % de l'échantillon romand), puis en Suisse alémanique (79 %) et enfin au Tessin (72 %);
- le taux de pénétration est stable quelle que soit la taille de la localité d'habitation, ce qu'on observait déjà au niveau de l'équipement des ménages eux-mêmes;
- les hommes sont un peu mieux équipés que les femmes (82 % contre 77 %) alors qu'on vient de voir que, chez les jeunes de moins de 15 ans, les filles sont mieux équipées que les garçons;
- contrairement à une idée reçue, ce ne sont pas les 15 à 29 ans qui sont les mieux équipés (86 %), mais plutôt les 30 à 44 ans (91 %), ce qui s'explique sans doute par un pouvoir d'achat supérieur grâce à l'avancée dans la vie professionnelle;
- le taux d'équipement le plus bas se situe chez les 60 à 84 ans, dont 56 % seulement possèdent un téléphone mobile;
- les actifs sont nettement plus équipés que les non-actifs (88 % contre 65 %), ce qui s'explique par leur âge : l'équipement des 60 à 84 ans n'atteint que 56 % et celui des jeunes de 15 à 18 ans est également inférieur à celui de la classe d'âges supérieure;
- enfin, le taux d'équipement augmente avec la taille du ménage.

Pénétration des téléphones mobiles privés et professionnels au sein de l'échantillon des personnes de 15 ans et plus

(Base : 1859 personnes représentatives âgées de 15 ans et plus)



2.4. Usage professionnel

" Qui a payé votre téléphone mobile, vous-même à titre privé ou votre employeur ?"

" Qui paie l'utilisation de votre mobile ?"

" Quelle est l'utilisation que vous faites de votre téléphone mobile ? L'utilisez-vous essentiellement à des fins privées, indifféremment à des fins privées et professionnelles ou essentiellement à des fins professionnelles ?"

Sur 790 personnes disposant d'un téléphone mobile et ayant donc été interrogées, 496 sont salariées. Nous nous sommes intéressés à savoir si elles avaient payé elles-mêmes leur appareil ou si c'était leur employeur qui s'en était chargé. Cela est vrai dans 7 % des cas, et l'employeur paie entièrement ou partiellement les communications dans 9 % des cas.

Il était convenu de ne pas continuer l'interview avec ces personnes, l'hypothèse étant que leur sensibilité au prix est forcément moindre dans la mesure où elles n'assument pas elles-mêmes les coûts inhérents à l'usage du téléphone mobile et, la plupart du temps, ne choisissent pas l'opérateur elles-mêmes.

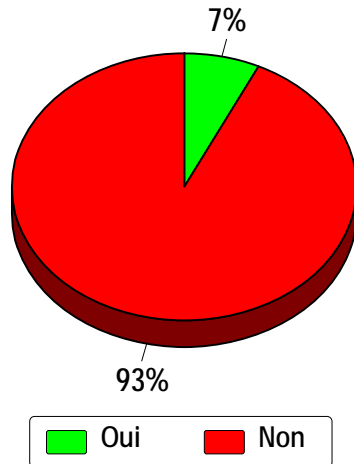
Sur le plan structurel, on constate que :

- les employeurs ont payé 13 % des appareils des hommes salariés contre moins de 1 % des femmes salariées;
- la proportion des personnes actives dont l'employeur paie le téléphone portable augmente avec l'âge puisque le taux passe de 1 % chez les 15 à 29 ans à 18 % chez les 60 ans et plus; cela provient sans doute de la nature et de l'ampleur des responsabilités assumées au cours de l'évolution professionnelle;
- les employeurs paient le portable à leurs cadres ou directeurs, le taux passant de 5 % lorsque le revenu du foyer est inférieur à 6'000.- francs à 10 % lorsqu'il est supérieur à 10'000.- francs.

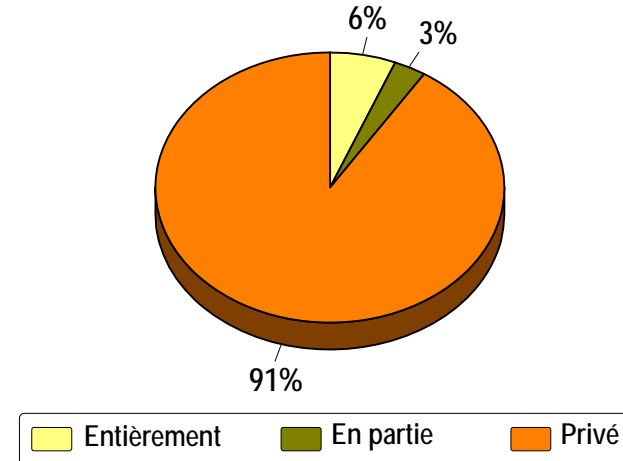
Ces remarques sont également valables pour le paiement de l'utilisation du mobile.

(Base : 496 personnes salariées représentatives disposant d'un mobile)

Mobile payé par l'employeur ?



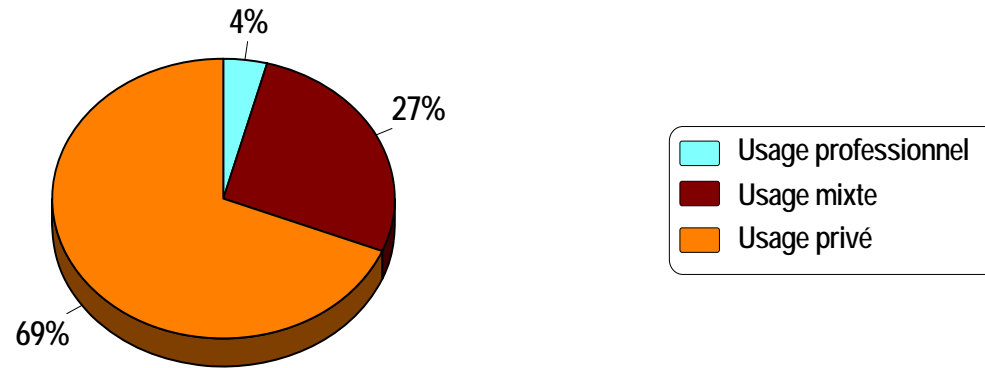
Utilisation payée par l'employeur ?



Les personnes salariées ou indépendantes payant elles-mêmes leurs communications et leur appareil sont 4 % à en faire un usage uniquement professionnel, 69 % un usage privé et 27 % un usage mixte.

Mobile et utilisation payés par le privé : usage privé ou professionnel ?

(Base : 520 personnes salariées et indépendantes payant elles-mêmes)



Toujours chez les personnes interrogées actives professionnellement, l'usage à des fins professionnelles ou mixtes est nettement plus élevé chez les hommes que chez les femmes (38 % contre 24 %), sans doute en raison des différences de professions, de tâches et de responsabilités entre hommes et femmes. De même, l'usage mixte s'accroît avec l'âge et passe de 18 % seulement chez les moins de 30 ans à 37 % chez les plus de 60 ans. Il concerne plus souvent les formations supérieures que les formations de base ou professionnelles (36 % contre 19 % et 25 %).

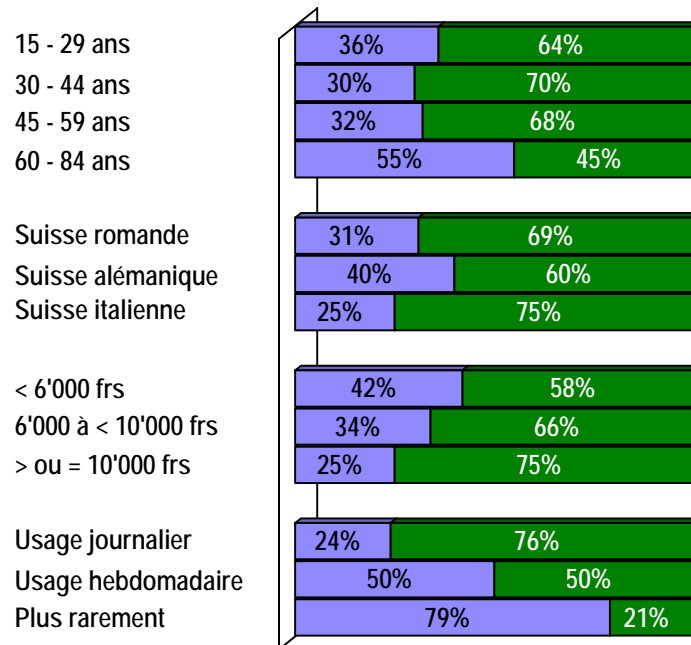
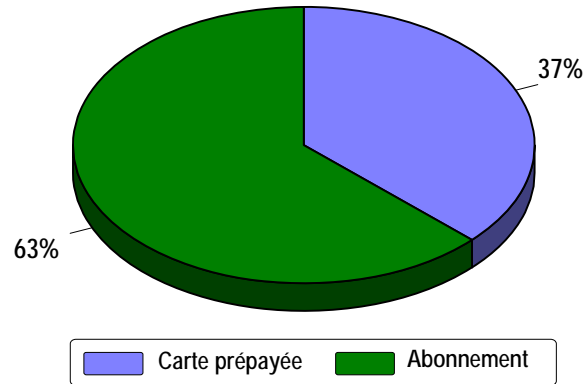
NOTA BENE

A partir du chapitre suivant, l'analyse porte sur 723 personnes représentatives âgées de 15 ans et plus disposant d'un téléphone mobile à titre privé, c'est-à-dire celles qui payent elles-mêmes leur téléphone mobile, assument elles-mêmes les frais de communication et qui n'utilisent pas leur téléphone mobile à des fins essentiellement professionnelles.

2.5. Abonnement ou carte prépayée

"Avez-vous souscrit un abonnement ou avez-vous une carte prépayée ?"

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Un gros tiers des personnes disposant d'un mobile à titre privé utilisent une carte prépayée plutôt qu'un abonnement. Ce sont plus particulièrement les personnes âgées de plus de 60 ans (55 %), dont on sait également qu'elles font un usage moins régulier de leur appareil. Les Alémaniques semblent également plus enclins à choisir la carte prépayée puisqu'ils sont 40 % à le faire contre 31 % des Romands et 25 % des Tessinois.

La carte prépayée est favorisée par les personnes appartenant à des foyers dont les revenus sont inférieurs à 6'000.- francs par mois (42 %) par rapport aux foyers à revenus moyens (34 %) et surtout aux foyers aisés (25 % seulement).

Visiblement, l'usage de la carte prépayée est fonction de l'utilisation plus ou moins intensive que l'on fait de son appareil. Ainsi, seulement 24 % des personnes qui recourent quotidiennement à leur téléphone mobile ont choisi une carte prépayée, alors qu'elles sont 50 % parmi celles qui en font un usage hebdomadaire et 79 % parmi celles qui l'utilisent encore plus rarement.

2.6. Raison d'avoir acquis un téléphone mobile

" Pour quelles raisons avez-vous acquis un téléphone mobile ?"

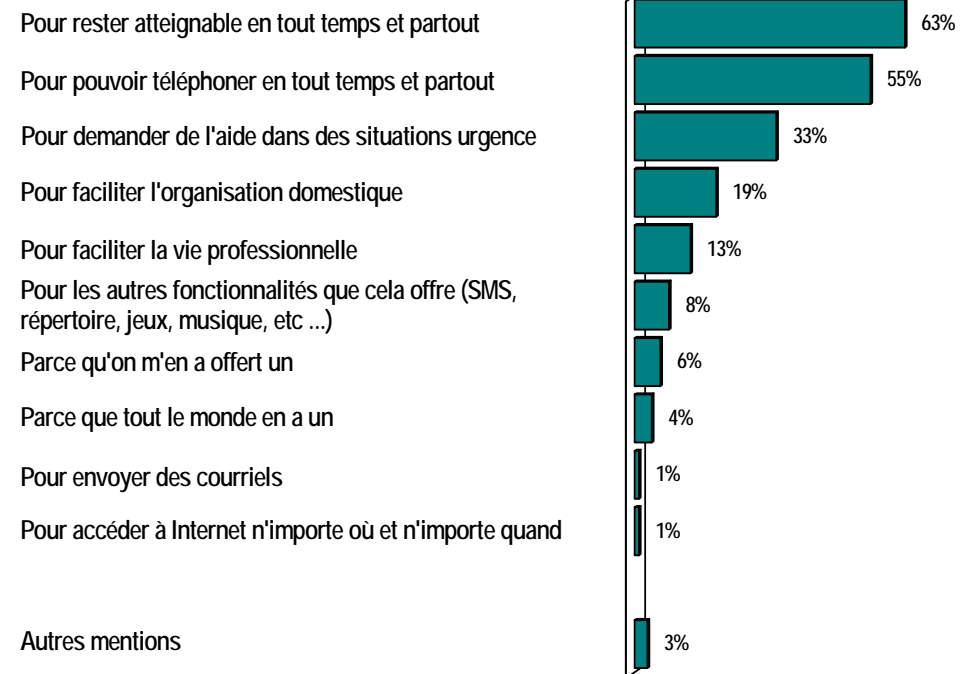
Cette question ouverte permettait à la personne interrogée de donner plusieurs réponses. Trois raisons expliquent particulièrement l'acquisition d'un téléphone mobile : 63 % veulent rester atteignables en tout temps et partout, 55 % veulent pouvoir téléphoner en tout temps et partout et 33 % souhaitent pouvoir demander de l'aide dans des situations d'urgence.

A cela s'ajoutent d'autres motivations qui revêtent cependant une importance moindre telle la possibilité qu'offre le téléphone mobile de faciliter l'organisation domestique (19 %) ou professionnelle (13 %). Les autres fonctionnalités de la téléphonie mobile n'excèdent pas 10 % (SMS, répertoire, jeux, musique, Internet) et ne semblent pas être une raison majeure de s'équiper.

En fonction de ces réponses, il est possible de cerner trois types d'utilisateurs :

- ceux qui veulent être atteignables partout et en tout temps, qui font un usage journalier de leur appareil, qui ont choisi l'abonnement, qui paient un montant plus élevé mensuellement et qui changent plus régulièrement de fournisseurs : ils ont moins de 30 ans;
- à l'opposé, ceux qui veulent surtout être atteints et demander de l'aide en cas d'urgence, qui font un usage très occasionnel de leur appareil (hebdomadaire plutôt que journalier), paient moins de 25.- francs par mois pour leurs communications et ont choisi une carte prépayée : ils ont plutôt 60 ans et plus;
- entre ces deux extrêmes, on trouve évidemment les classes d'âges de 30 à 59 ans, qui insistent plus sur la facilitation de l'organisation domestique et professionnelle, même s'ils veulent aussi rester atteignables et pouvoir téléphoner en tout temps.

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



2.7. Raccordement à la téléphonie fixe

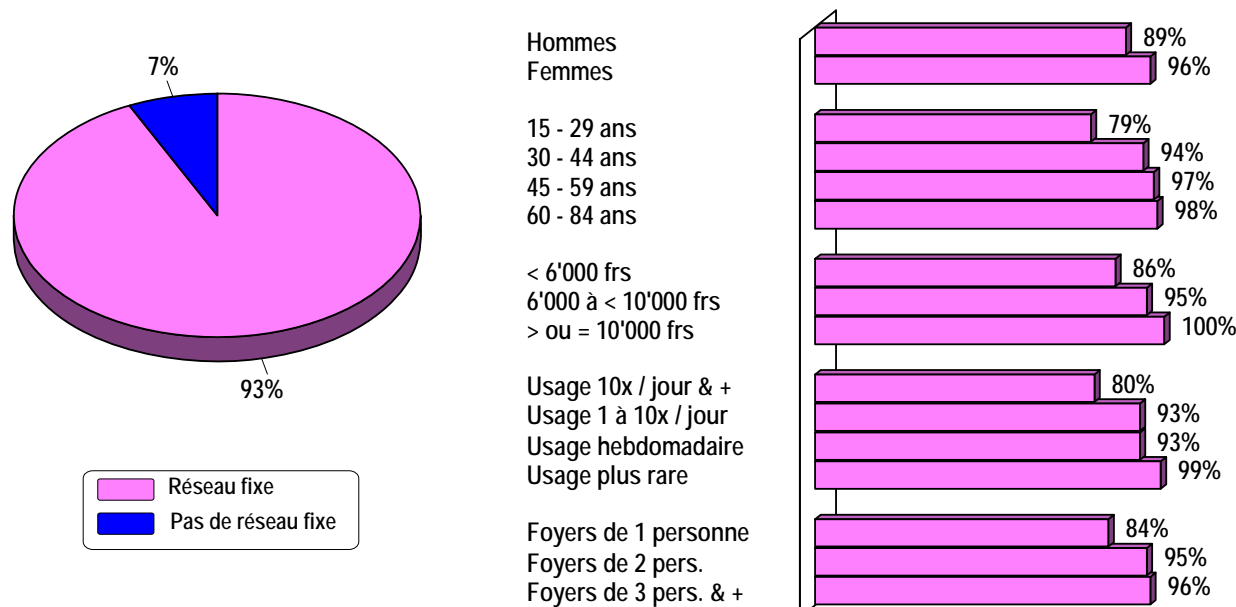
" A la maison, avez-vous un téléphone sur réseau fixe (raccordement analogique, raccordement ISDN ou raccordement téléphonique par le câble du télé-réseau) ?"

Comme nous l'avons déjà vu en analysant la pénétration des équipements dans les 1'002 ménages interrogés, seuls 7 % des possesseurs de téléphone mobile à titre privé n'ont pas de raccordement téléphonique sur réseau fixe. Cela semble être plus particulièrement le cas :

- chez les moins de 30 ans où cette situation atteint 21 %, de même que dans 14 % des foyers d'une seule personne;
- dans les foyers aux revenus inférieurs à 6'000.- francs où le réseau fixe est absent dans 14 % des cas. Il y a ici corrélation avec les personnes ayant une formation primaire plutôt que professionnelle ou supérieure;
- chez 20 % des personnes utilisant très intensivement leur appareil, 14 % de celles qui dépensent plus de 66.- francs mensuels pour la téléphonie mobile et 23 % de celles qui ont déjà changé de fournisseur.

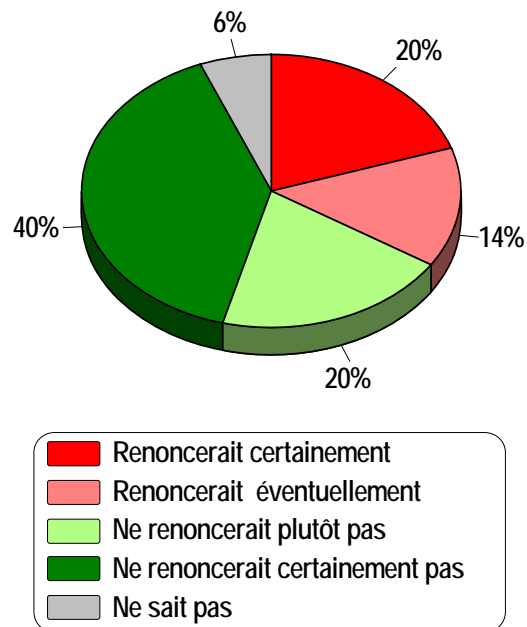
Le résultat le plus intéressant concerne les personnes que nous avons dû interroger en face-à-face parce qu'elles n'apparaissent pas dans l'annuaire. Chez elles, le taux de possesseurs d'un téléphone mobile seulement atteint 29 %. De façon évidente, il s'agit de foyers jeunes qui renoncent à la téléphonie fixe pour des raisons sans doute multiples dont on peut faire l'hypothèse : installation temporaire dans le logement, pas de foyer à atteindre dans l'ensemble de son entité, culture du mobile mieux intégrée que chez les plus âgés.

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)

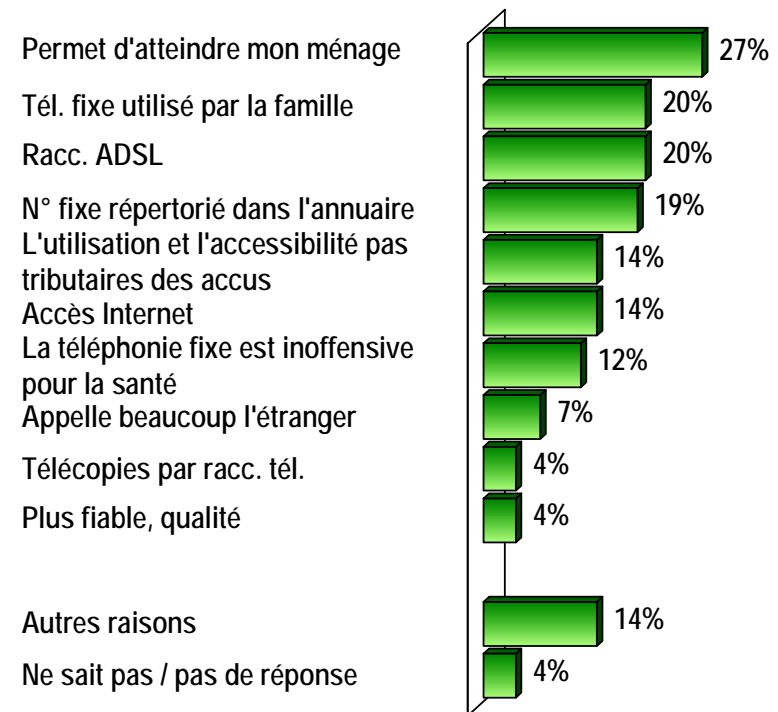


2.8. Attachement au réseau fixe

" Si le prix des communications nationales sur réseau mobile et réseau fixe était le même, est-ce que vous résilieriez votre abonnement de téléphonie fixe ?"
(Base : 670)



" Pour quelles raisons conserveriez-vous quand même votre abonnement de téléphonie fixe ?"
(Base : 495)



Si le prix des communications nationales sur réseau mobile était le même que sur le réseau fixe, 20 % des personnes disposant d'un mobile à titre privé renonceraient certainement à leur abonnement à la téléphonie fixe et 14 % éventuellement. A l'opposé, 40 % d'entre elles sont sûres qu'elles garderaient leur abonnement.

Les différences structurelles sont importantes :

- l'attachement au réseau fixe va croissant avec l'âge puisqu'il passe de 23 % chez les moins de 30 ans à 59 % dès 60 ans;
- il atteint 46 % chez les foyers aux revenus modestes contre 36 % chez les classes moyennes ou supérieures;
- il est de 50 % chez les personnes sans activité professionnelle contre 35 % seulement chez les actifs;
- ce sont les Romands qui se montrent les moins attachés au réseau fixe puisque 30 % y renonceraient certainement contre 16 % seulement en Suisse alémanique ou au Tessin;
- en toute logique, ce sont les personnes ayant souscrit un abonnement pour la téléphonie mobile qui renonceraient plus facilement que les personnes qui ont choisi la carte prépayée.

Les raisons de maintenir l'abonnement de téléphonie fixe relèvent de plusieurs ordres :

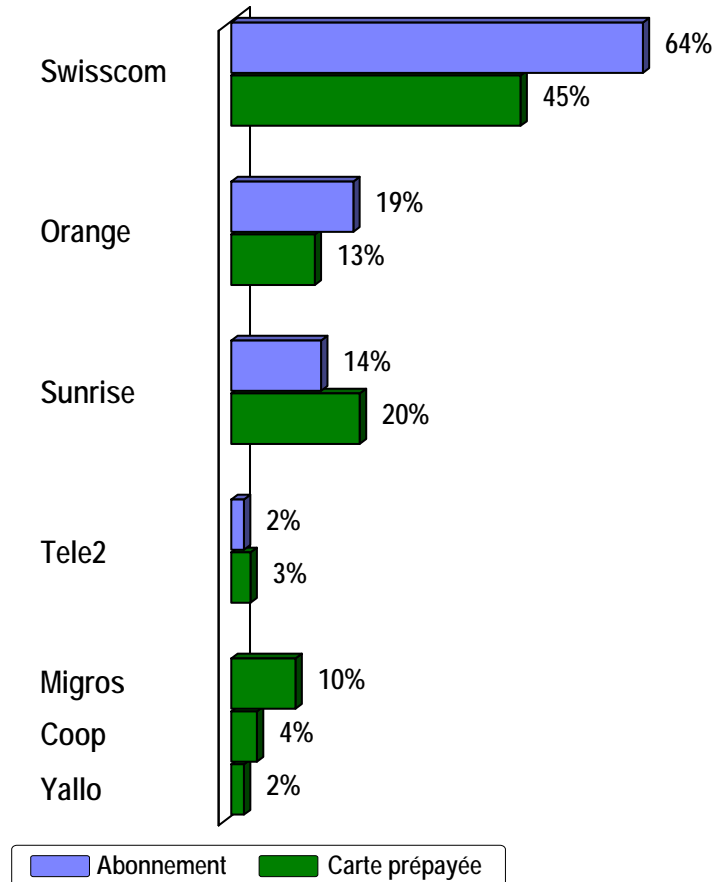
- cela permet de réunir toute la famille sous un seul numéro qui est utilisé par chacun et qui rend chacun atteignable (47 % des réponses);
- associé à cela, la visibilité donnée au ménage par la publication du numéro fixe dans l'annuaire (19 %);
- ceci mis à part, la nécessité d'avoir un raccordement téléphonique pour pouvoir accéder à Internet ("dial up") ou disposer d'une connexion ADSL est citée dans 34 % des cas;
- enfin, le caractère pratique du téléphone sur réseau fixe - non tributaire des batteries, ou plus fiable, ou inoffensif pour la santé - recueille 30 % des réponses.

3. CHOIX DE L'OPERATEUR

3.1. Opérateur actuel

" A quel fournisseur payez-vous vos factures de téléphonie mobile / avez-vous payé votre carte de téléphonie mobile ?"

(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



On choisit plus facilement Swisscom lorsqu'on a un abonnement que lorsqu'on achète une carte prépayée (64 % contre 45 %). Si cette tendance reste valable pour Orange, mais dans une moindre mesure (19 % et 13 %), elle s'inverse en revanche pour Sunrise (14 % et 20 %).

Seule Migros, avec son offre M-Budget Mobile, apparaît avec 10 % de parts de marché dans les cartes prépayées, les autres fournisseurs étant fort peu cités.

Les différences structurelles sont les suivantes :

- les personnes de 45 à 84 ans (72 %) et les personnes au bénéfice d'un apprentissage (69 %) choisissent particulièrement Swisscom lorsqu'il s'agit de contracter un abonnement. L'attachement à Swisscom est particulièrement élevé en Suisse alémanique (68 % contre 55 % en Suisse romande et 63 % au Tessin);
- Orange a un profil plutôt jeune : 30 % des moins de 30 ans l'ont choisi pour leur abonnement de téléphonie mobile et encore 20 % des 30 à 44 ans. Par ailleurs, 25 % de ses abonnés sont au bénéfice d'une formation supérieure. C'est en Suisse romande que cet opérateur est le plus solidement implanté (30 % contre 15 % en Suisse alémanique et 6 % au Tessin);
- Sunrise a une pénétration très stable quelles que soient les variables considérées, avec seulement une pointe dans les grandes villes de Suisse alémanique (22 %).

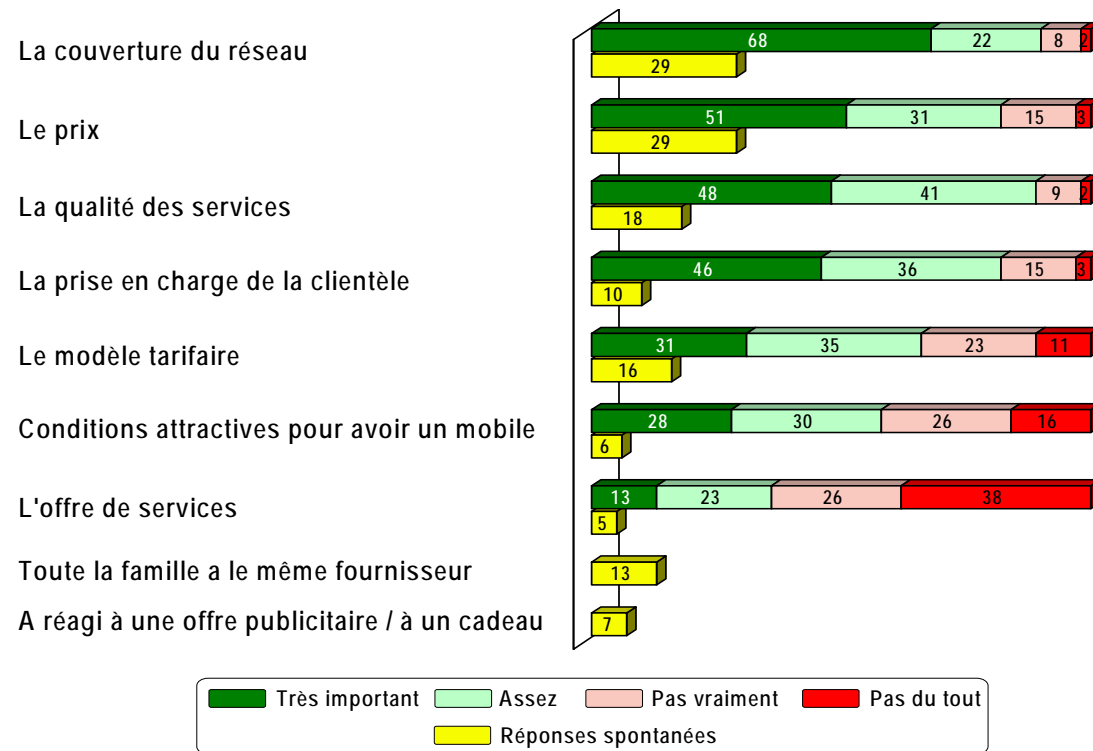
On retrouve les mêmes différences structurelles pour les fournisseurs de cartes prépayées, avec Swisscom en tête qui présente un profil de clients plutôt âgés, sans activité professionnelle, et dépensant peu pour leurs communications, en raison d'un usage occasionnel. A l'opposé, Orange montre un profil jeune, de formation supérieure et très nettement romand.

3.2. Raisons du choix de l'opérateur actuel

" Quelles sont les raisons qui ont influencé le choix de votre dernier fournisseur ?"

" Je vais vous citer 7 critères qui peuvent exercer une influence (en général) sur le choix d'un fournisseur. Dites-moi, s.v.p., pour chacun d'entre eux, si cela est très, assez, pas vraiment ou pas important du tout dans votre choix ?"

(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Spontanément, ce sont la couverture du réseau (29 %) et le niveau des prix qui sont principalement cités. Toutefois, en additionnant les réponses concernant le modèle tarifaire à celles concernant le niveau des prix, les questions péuniaires forment 45 % des citations, ce qui en fait la principale raison du choix du fournisseur lors du dernier changement effectué.

La qualité des services arrive ensuite avec 18 %, et le fait que toute la famille soit cliente d'un même fournisseur (13 %). A l'opposé, les arguments les moins souvent cités spontanément sont les conditions attractives pour obtenir un appareil (6 %) et l'offre de services (5 %).

Une fois qu'on leur cite toute une série de raisons motivant le choix d'un fournisseur, les personnes interrogées donnent une hiérarchie de réponses similaire à leurs mentions spontanées. La couverture du réseau vient en premier (68 % en font une raison très importante), puis le prix (51 %) et la qualité des services (48 %).

Citées seulement par 6 % en spontané, les conditions attractives pour obtenir un appareil sont ici jugées très importantes par 28 % des personnes interrogées, auxquelles on peut encore ajouter 30 % qui jugent cela assez important.

Finalement, l'offre de services est le critère qui revêt le moins d'importance aux yeux des usagers.

Les différences structurelles sont les suivantes :

- la couverture du réseau reste le critère de choix principal dans tous les sous-groupes observés, avec un intérêt encore plus marqué chez les Tessinois;
- le prix semble moins important aux personnes de 60 ans et plus, mais il l'est particulièrement pour les utilisateurs intensifs, et ceux qui changent de fournisseurs régulièrement. Le modèle tarifaire, qui relève de la même problématique, est jugé également très important dans ces mêmes sous-groupes;
- l'offre de services intéresse plus les jeunes de moins de 30 ans, qui font sans doute un usage plus complet des possibilités qu'offre le téléphone mobile que les personnes plus âgées. Les Tessinois y sont particulièrement sensibles, de même que les personnes actives et les utilisateurs intensifs qui dépensent les plus grosses sommes pour leur facture mensuelle de communications et changent souvent d'opérateur;
- l'obtention d'un appareil à des conditions attractives intéresse moins les Alémaniques que les Romands et les Tessinois;
- les personnes qui affichent les plus fortes dépenses mensuelles sont en revanche les plus intéressées à obtenir des téléphones portables à des conditions attractives.

3.3. Changements d'opérateur

" Combien de fois avez-vous changé de fournisseur depuis que vous avez un téléphone mobile?"

Environ les trois quarts de la population interrogée n'ont jamais changé de fournisseur. Sans étonnement, on constate que la fidélité va croissant avec l'âge : 21% des moins de 30 ans ont changé deux fois et plus de fournisseur.

Les Romands semblent changer plus souvent de fournisseur que les Alémaniques ou les Tessinois (36 % contre 24 % dans les deux autres cas).

Les personnes qui font un usage intensif de leur appareil sont 21 % à avoir déjà changé trois fois et plus de fournisseur.

" A quelle fréquence comparez-vous les diverses offres du marché en vue d'obtenir des prestations toujours mieux adaptées à vos besoins ?"

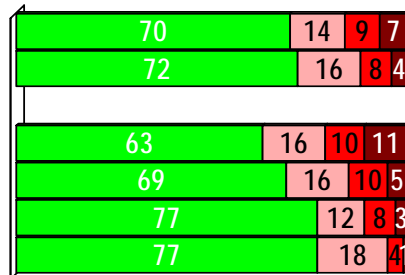
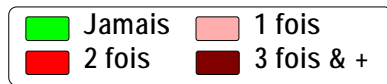
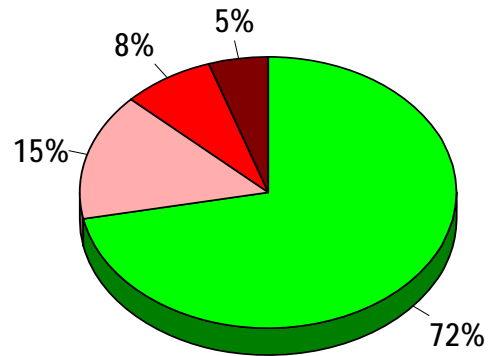
Le nombre des personnes qui comparent les offres une fois par an ou plus est supérieur à celui des personnes qui changent réellement de fournisseur (32 % contre 28 %), mais il reste proche et on peut en déduire qu'entre un quart et un tiers des possesseurs de mobile à titre privé sont à l'affût de nouvelles propositions tarifaires ou d'une offre de services particulière. Les autres ne se préoccupent guère des évolutions du marché.

Les différences structurelles sont les suivantes :

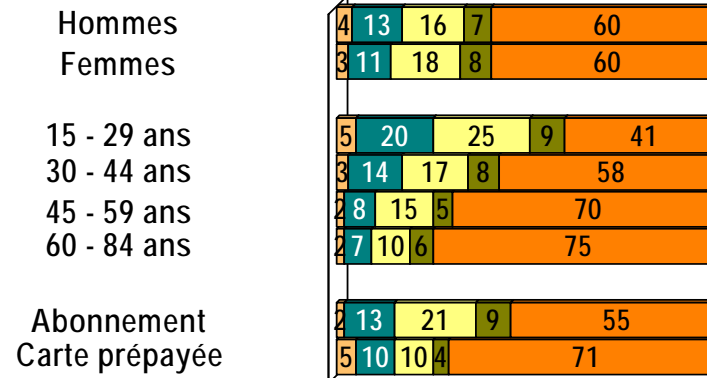
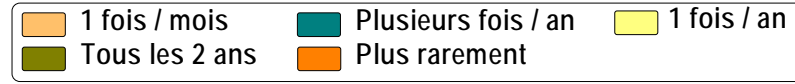
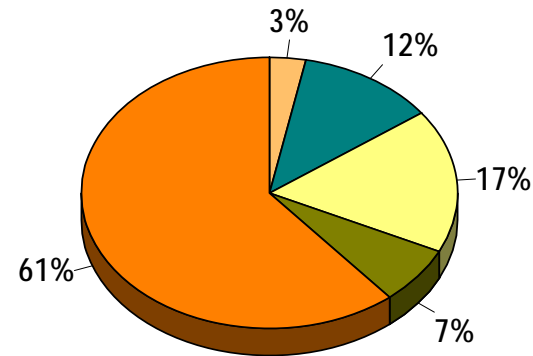
- la comparaison des offres est essentiellement le fait des moins de 30 ans qui sont 50 % à le faire au moins une fois par an alors que ce chiffre tombe à 34 % chez les 30 à 44 ans, 25 % entre 45 et 59 ans et 19 % à peine au-delà de 60 ans;
- ce sont plutôt les possesseurs d'abonnement qui comparent les offres : 36 % le font une fois par an au moins contre 25 % seulement chez ceux qui ont choisi les cartes prépayées;
- les Suisses alémaniques qui se montraient plus fidèles à leur fournisseur à la question précédente comparent moins souvent les offres;
- enfin, les personnes qui font un usage hebdomadaire seulement, voire moins fréquent encore, de leur téléphone mobile sont également celles qui ne comparent jamais les offres.

(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)

Combien de fois avez-vous changé de fournisseur ?



A quelle fréquence comparez-vous les offres ?



3.4. Rythme de renouvellement de l'appareil mobile

" Combien de temps en moyenne conservez-vous le même téléphone mobile ?"

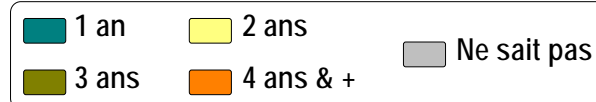
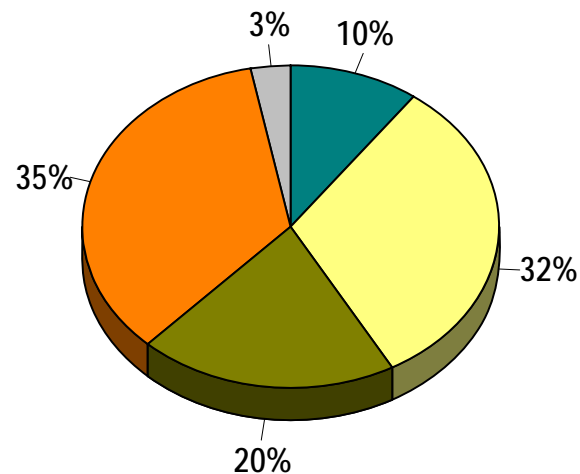
On vient d'apprendre au chapitre précédent que les Suisses sont dans l'ensemble très fidèles à leur fournisseur, et qu'ils ne comparent pas très souvent les offres. Toutefois, ils renouvellent leur appareil mobile puisque 10 % le font tous les ans et 32 % tous les deux ans.

Une fois encore, les différences structurelles concordent puisque ce sont les moins de 30 ans qui changent d'appareil fréquemment : 27 % chaque année, 37 % tous les deux ans, et sans doute en profitent-ils pour changer parfois de fournisseur puisqu'ils étaient aussi les plus nombreux à comparer les offres.

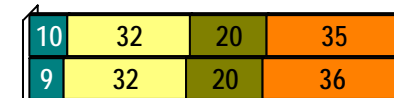
Les personnes ayant choisi le système de la carte prépayée ne changent guère d'appareil au contraire de celles qui prennent un abonnement.

Enfin, c'est en toute logique les utilisateurs les plus intensifs de la téléphonie mobile qui changent le plus régulièrement d'appareil.

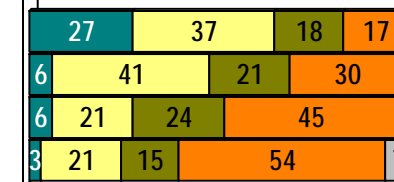
(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Hommes
Femmes



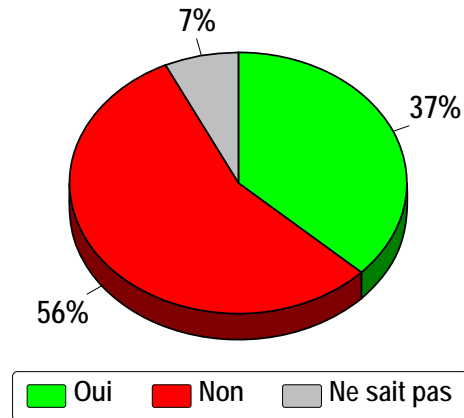
15 - 29 ans
30 - 44 ans
45 - 59 ans
60 - 84 ans



" Est-ce que vous changeriez moins souvent votre téléphone mobile s'il fallait le payer au prix coûtant ?"

Un bon tiers des possesseurs de mobile à titre privé en changeraient moins souvent s'il fallait le payer au prix coûtant. Toutefois, quelques sous-groupes ont des avis contrastés :

(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



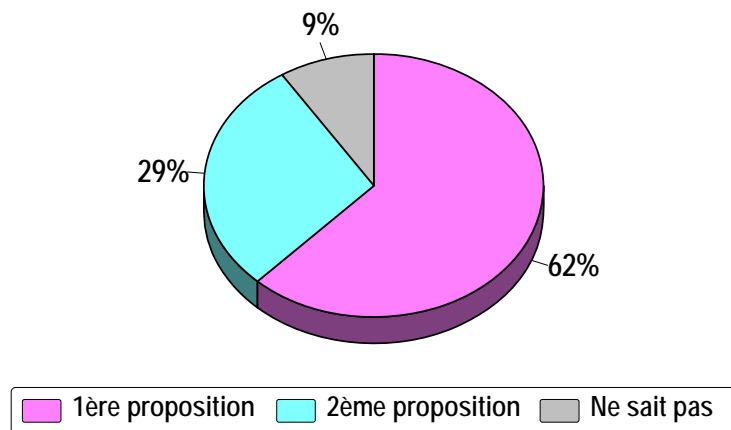
- chez ceux qui changent tous les deux ans au moins d'appareil, 59 % le feraient moins souvent s'il fallait payer le prix coûtant alors que 38 % ne changeraient pas leurs habitudes actuelles de renouvellement régulier;
- les hommes changeraient moins leurs habitudes que les femmes;
- les personnes les plus âgées ainsi que les Alémaniques, catégories qui changent peu d'appareil, sont également plus indifférentes à la question du prix coûtant.

" Parmi les deux propositions suivantes, laquelle choisiriez-vous :

1^e : payer son téléphone mobile à prix coûtant et payer un peu moins pour les communications

2^e : obtenir un téléphone mobile à des conditions attractives et payer un peu plus pour les communications ?"

(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Presque les deux tiers des personnes interrogées préféreraient payer leur téléphone mobile au prix coûtant et leurs communications moins chères, ce qui s'explique aisément puisqu'ils changent peu souvent d'appareil, mais communiquent tous les jours pour la plupart.

Seuls 30 % optent pour la situation inverse, soit un appareil attractif et des communications plus chères.

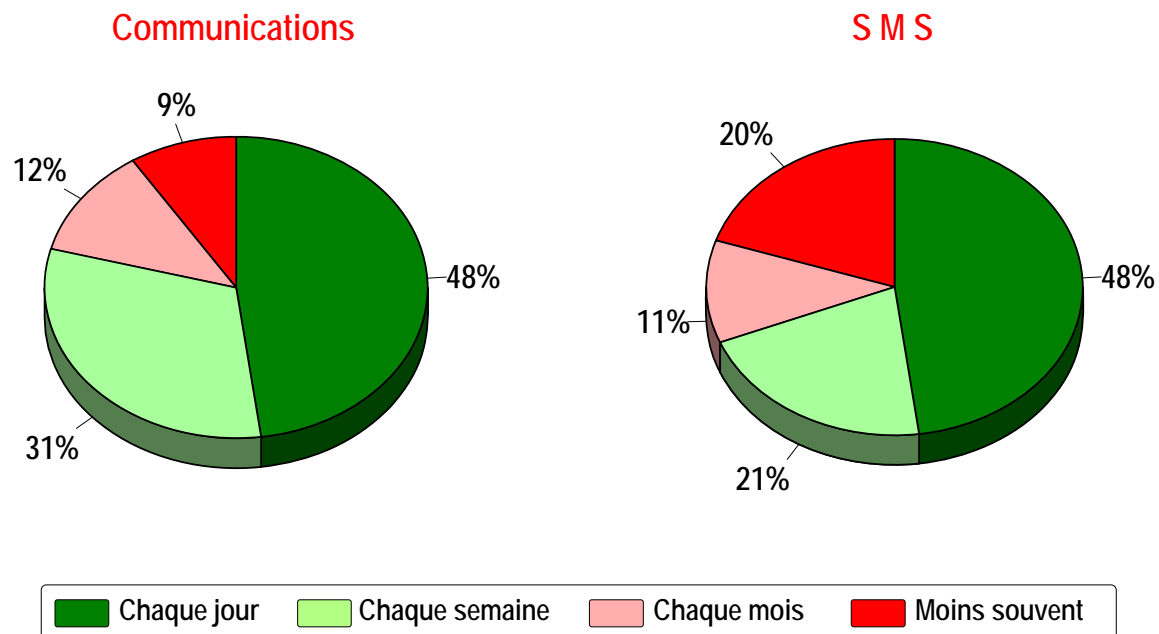
Il s'agit plus particulièrement des Romands, des personnes ayant opté pour un abonnement plutôt qu'une carte prépayée, et des gens qui font un usage moyen de la téléphonie mobile. Ainsi, 40 % des personnes payant de 25.- à 65.- francs par mois pour l'usage de leur portable sont de cet avis.

4. USAGE DE LA TELEPHONIE MOBILE

4.1. Fréquence de l'usage

" A quelle fréquence faites-vous des appels avec votre mobile ?"

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)

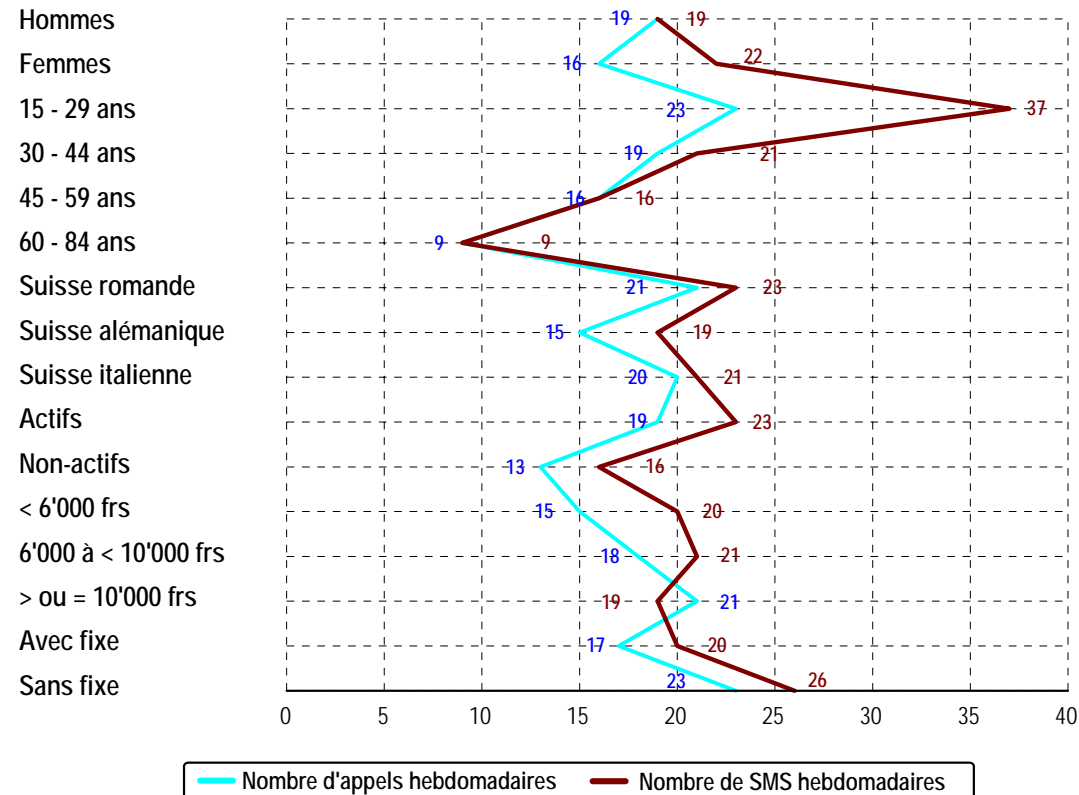


Qu'il s'agisse de communications ou de SMS, 48 % des personnes interrogées en font un usage quotidien. Le nombre moyen des appels journaliers s'élève à 4,7 et celui des SMS à 5,9. L'usage hebdomadaire touche 31 % du public concerné, respectivement 21 % pour les SMS. Reste ainsi un usage extensif chez 21 % du public pour les communications et chez 31 % pour les SMS.

En moyenne, on obtient ainsi un nombre de 17 appels émis et de 21 SMS envoyés par semaine toutes populations confondues, chiffres élevés s'il en est.

Evidemment, les différences structurelles sont extrêmement importantes, comme l'illustre le graphique ci-après.

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



On constate en particulier que :

- 66 % des moins de 30 ans font un usage quotidien de la téléphonie mobile pour leurs communications et 90 % pour envoyer des SMS. Ainsi, dans cette catégorie d'âges, l'écrit l'emporte sur l'oral. De façon évidente, la classe des 30 à 44 ans, bien qu'en retrait, montre une utilisation proche de celle des plus jeunes avec 56 % d'usage quotidien pour les communications et 49 % pour les SMS. C'est ensuite seulement que l'usage diminue au point de chuter à 22 % pour les communications chez les 60 à 84 ans et à 19 % pour les SMS. A noter qu'à ces âges, 20 % ne font pas même un appel par mois avec la téléphonie mobile et 47 % n'envoient pas ou que très rarement de SMS;

- l'usage des deux services est le même chez les hommes, alors que les femmes font un peu moins de communications et un peu plus de SMS;
- la fréquence de l'usage des deux services va croissant avec la formation et en diminuant avec l'âge, ce qui s'explique par le fait que les jeunes bénéficient souvent d'une formation supérieure à celle de leurs aînés;
- si la fréquence d'usage des SMS est stable quel que soit le niveau des revenus du foyer, celle des communications augmente avec les moyens à disposition;
- les personnes actives professionnellement font un usage plus fréquent des communications et des SMS que les inactifs et que les personnes les plus âgées, déjà à la retraite;
- qu'il s'agisse de communications ou de SMS, les champions de l'usage sont romands, puis tessinois et enfin alémaniques. De façon générale, les grandes villes sont plus férues de téléphone mobile que les localités de moins de 10'000 habitants;
- les utilisateurs de cartes prépayées ont une fréquence de 10 appels seulement par semaine et de 15 SMS, alors que les abonnés atteignent 21 appels hebdomadaires et 23 SMS.

4.2. Usage des autres services

"Je vais vous citer divers autres services accessibles depuis un téléphone mobile. Dites-moi, s.v.p., pour chacun d'eux, si vous l'utilisez souvent, de temps en temps, rarement, jamais ou si vous n'en avez jamais entendu parler ?"

Seuls deux autres services liés à la téléphonie mobile sont utilisés, même rarement, par plus de 20 % des possesseurs d'un mobile à titre privé. Il s'agit de la consultation de la boîte vocale, utilisée souvent par 18 % de l'échantillon, de temps en temps par 20 % et rarement par 18 %, pour un total de 56 % d'utilisateurs. Par ailleurs, l'envoi de contenu par MMS est utilisé souvent par 4 % des personnes interrogées, de temps en temps par 13 % et rarement par 24 %, pour un total de 41 %.

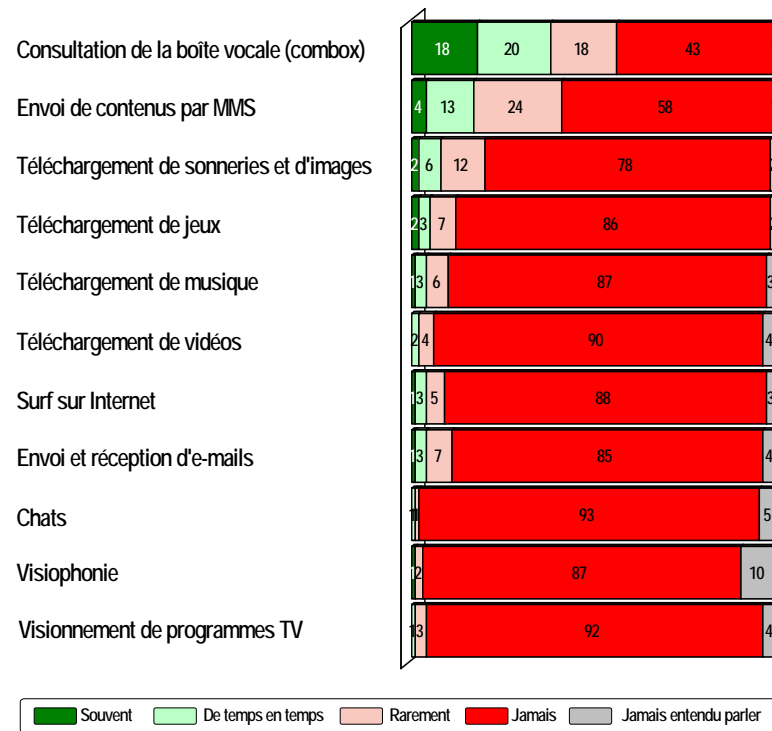
En revanche, les téléchargements divers, les liaisons Internet, les chats, la visiophonie ou le visionnement de programmes TV ont des audiences confidentielles, même si, dans l'ensemble, ces services sont connus : seuls 10 % n'ont jamais entendu parler de la visiophonie, 5 % du chat et moins encore des autres services.

Sans aucune exception, l'usage est plus fréquent dans les catégories d'âges jeunes, et ce pour tous les services confondus. Il est à peu près semblable de 15 à 44 ans pour la consultation de la boîte vocale et l'envoi de contenus par MMS. En revanche, dès qu'il s'agit de téléchargement ou d'autres services, les moins de 30 ans l'emportent sur les 30 à 44 ans.

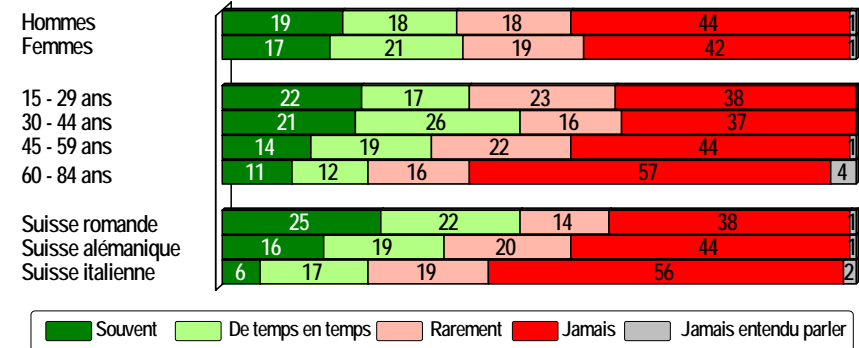
Là encore, les Romands montrent un usage plus intensif que les Alémaniques ou que les Tessinois, particulièrement pour la boîte vocale et un peu moins pour les MMS.

Enfin, les actifs, les personnes bénéficiant d'une formation supérieure et/ou d'un haut niveau de revenus utilisent plus que les autres la boîte vocale, ainsi que ceux qui ont souscrit un abonnement plutôt qu'une carte prépayée.

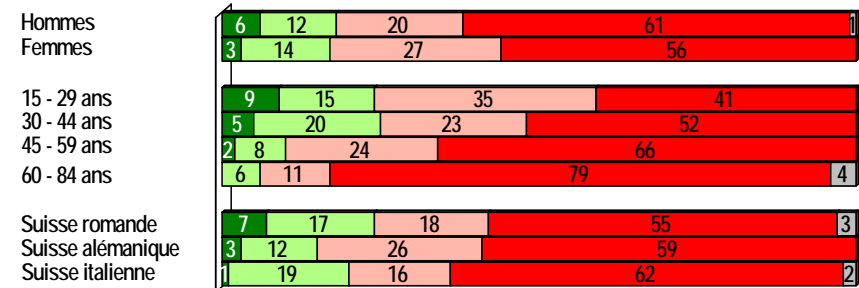
(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Boîte vocale



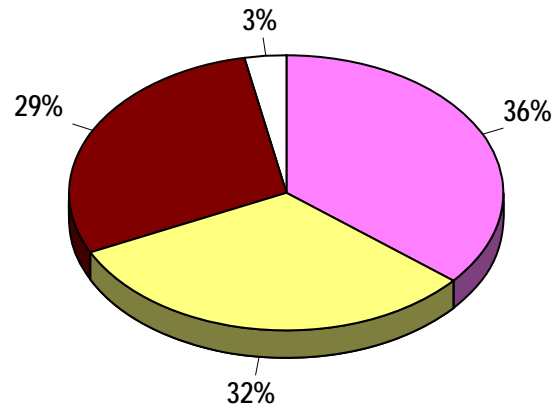
MMS



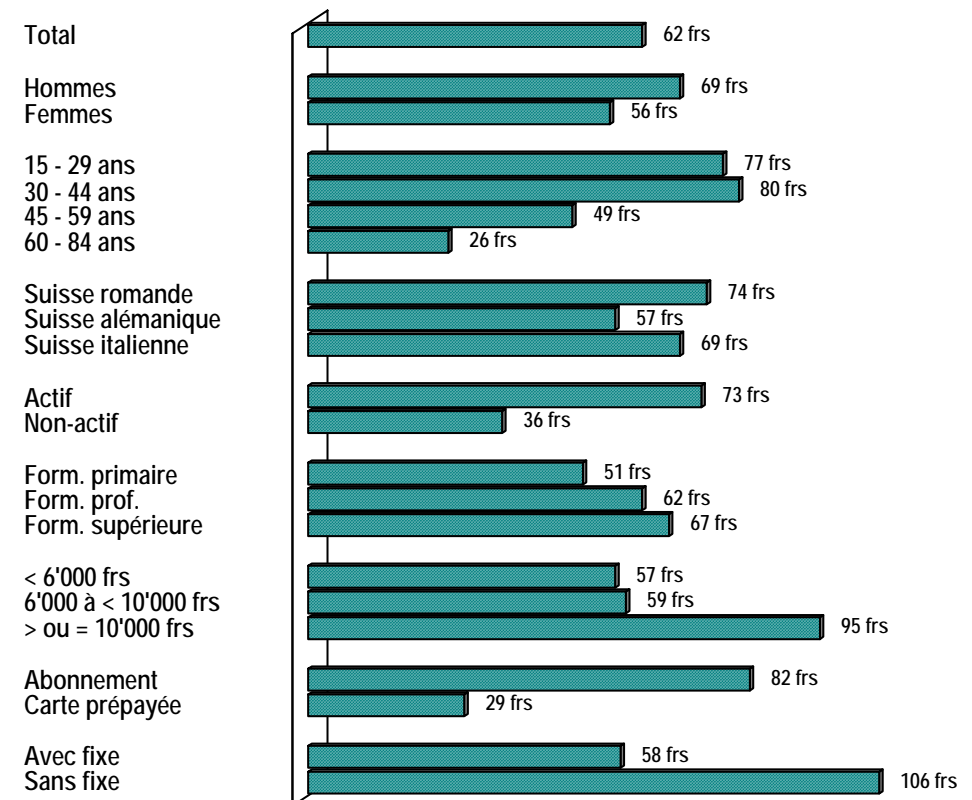
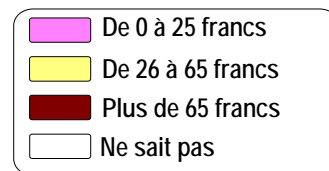
4.3. Dépenses

" Combien dépensez-vous en moyenne par mois pour l'utilisation de votre téléphone mobile (y compris le coût de l'abonnement lorsqu'il y en a un) ?"

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Moyenne : 62 francs / mois



En moyenne, les possesseurs d'un téléphone mobile à titre privé se partagent en trois groupes approximativement semblables en terme de dépenses : 37 % dépensent moins de 26.- francs par mois, 33 % de 26.- à 65.- francs et 30 % consacrent 66.- francs et plus.

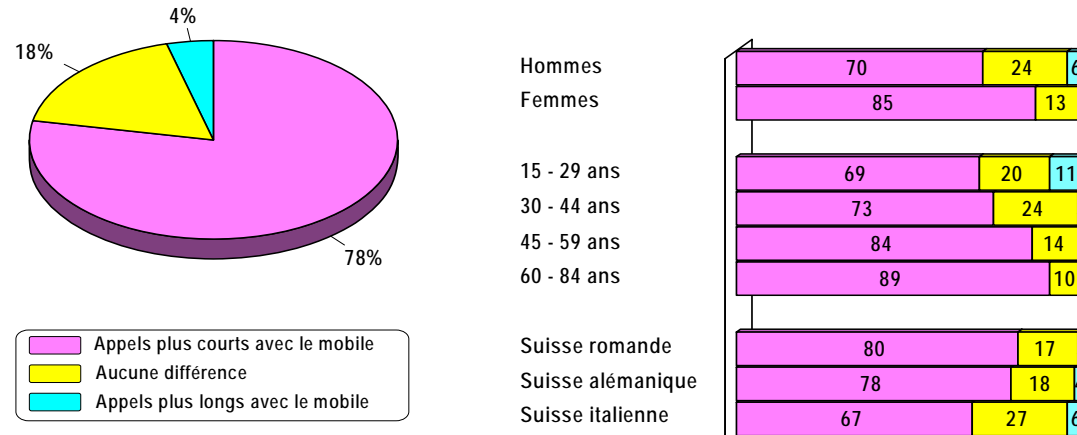
Les différences structurelles sont fortement marquées :

- les hommes dépensent 69.- contre 56.- francs pour les femmes, dont on a d'ailleurs vu précédemment qu'elles utilisaient plus les SMS que les communications par rapport à leurs homologues masculins;
- les personnes de moins de 45 ans dépensent 78.- francs en moyenne par mois, contre 49.- francs pour les 45 à 59 ans et 26.- francs seulement au-delà de cet âge;
- la dépense passe de 51.- à 67.- francs selon le niveau de formation de la personne interrogée et de 57.- francs à 95.- francs selon que les revenus du ménage sont inférieurs ou supérieurs à 10'000.- francs mensuels;
- l'activité professionnelle est déterminante puisque les inactifs dépensent 36.- francs par mois et les actifs 73.-;
- les Romands dépensent 74.- francs par mois contre 69.- pour les Tessinois et 57.- seulement pour les Alémaniques, ce qui vient confirmer tous les autres résultats de l'étude montrant un usage plus intensif du téléphone mobile en Suisse romande. Les habitants des grandes villes et des villes moyennes consacrent la même somme moyenne mensuelle alors que ceux des localités de moins de 10'000 habitants se distancient (66.- contre 53.- francs);
- enfin, les possesseurs d'abonnement dépensent 82.- francs en moyenne contre 29.- seulement chez ceux qui utilisent des cartes prépayées.

4.4. Modification de l'usage pour économiser

" Quand vous téléphonez avec votre mobile, avez-vous tendance à faire des appels plus longs, plus courts ou de durée semblable que lorsque vous utilisez votre raccordement fixe ?"

(Base : 670 personnes disposant à la fois d'un fixe et d'un mobile)



Presque huit possesseurs sur dix de téléphone mobile et de téléphone fixe procèdent à des appels plus courts avec le mobile qu'avec le fixe, sans que nous sachions si c'est pour économiser ou en raison des conditions d'usage différentes des deux types de téléphonie. En effet, le fixe, utilisé à domicile, permet peut-être de plus longs appels.

Quoi qu'il en soit, cette façon de faire est commune à tous les sous-groupes interrogés sans exception, même si cette attitude est un peu moins marquée chez les hommes, les jeunes de moins de 45 ans, les ménages dont les revenus sont les plus élevés, et ceux qui dépensent le plus pour leur téléphonie mobile.

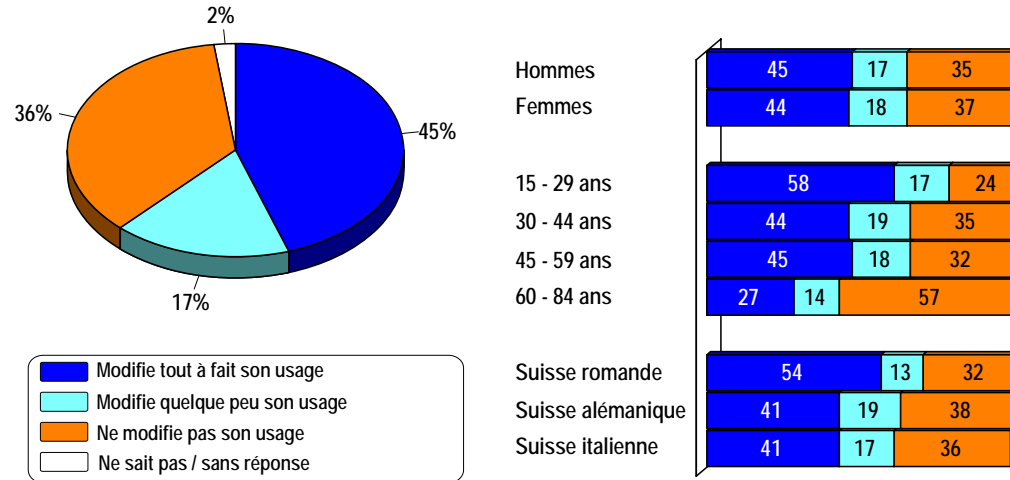
A noter que 4 % seulement font des appels plus longs avec le mobile, ce qui est concentré chez les utilisateurs intensifs (12 %) et chez les moins de 30 ans (11 %).

Enfin, 18 % ne font aucune différence, et ce sont un peu plus les hommes (24 %), les revenus supérieurs (29 %), les actifs professionnellement (21 %) et les personnes qui dépensent le plus pour leur téléphonie mobile (31 %).

" Au cours des 12 derniers mois, êtes-vous allé à l'étranger pour des raisons privées ?"

" Lorsque vous êtes à l'étranger, modifiez-vous généralement votre usage du téléphone mobile pour ne pas avoir à supporter des frais excessifs ?"

(Base : 477 utilisateurs d'un mobile à titre privé et s'étant rendus à l'étranger au cours des 12 derniers mois)



Les deux tiers des possesseurs de mobile à titre privé qui se sont rendus à l'étranger au cours des 12 derniers mois se partagent approximativement en deux, soit ceux qui modifient considérablement leur usage du téléphone mobile lorsqu'ils sont à l'étranger afin d'éviter les frais excessifs, et ceux qui ne le font pas. Quelques-uns modifient un peu leur usage, sans que l'on sache exactement ce qu'ils pratiquent : des appels plus courts, l'achat d'une carte prépayée sur place, moins d'appels ou un usage plus régulier du SMS ?

La modification de l'usage est d'autant plus grande que l'on est jeune et elle décroît de 58 % chez les moins de 30 ans à 27 % chez les plus de 60 ans.

Enfin, les Romands modifient plus leur usage que les Alémaniques ou les Tessinois, sans doute parce que leur usage est de façon générale plus intensif.

A noter que les revenus supérieurs, les moins de 45 ans, les habitants des localités de plus de 100'000 habitants et les actifs qui vont plus souvent à l'étranger sont également ceux qui utilisent le plus intensément le téléphone mobile.

5. SATISFACTION DE LA CLIENTELE

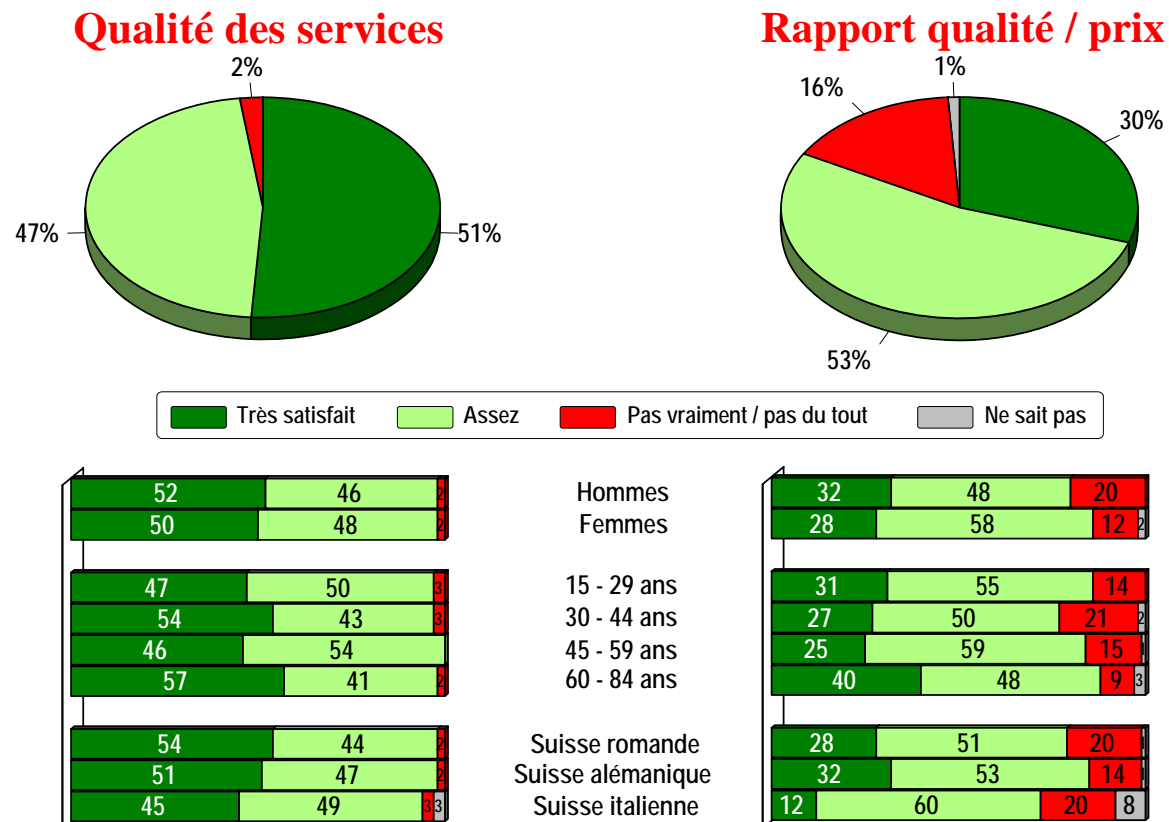
5.1. Satisfaction vis-à-vis de la qualité des services et du rapport qualité/prix

" De manière générale, êtes-vous très, assez, pas vraiment ou pas du tout satisfait de la qualité des services que vous utilisez à l'aide de votre téléphone mobile ?"

" Pourquoi n'êtes-vous pas totalement satisfait de la qualité des services de votre fournisseur de téléphonie mobile ?"

" De manière générale, êtes-vous très, assez, pas vraiment ou pas du tout satisfait du rapport qualité /prix des services que vous utilisez à l'aide de votre téléphone mobile ?"

(Base : 723 personnes représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Le moins que l'on puisse dire, c'est que la satisfaction vis-à-vis de la qualité des services fournis par les opérateurs est d'un très haut niveau puisque la moitié des possesseurs d'un téléphone mobile à titre privé sont entièrement satisfaits et 47 % le sont assez, laissant place à une insatisfaction qui représente seulement 2 % de l'échantillon, répartis à égalité dans toutes les catégories observées. C'est la raison pour laquelle la question demandant les raisons de l'insatisfaction n'a porté que sur quatre personnes et n'est donc pas exploitable.

En revanche, lorsqu'il s'agit du rapport qualité / prix, l'entière satisfaction passe de 51 % à 30 %, et l'insatisfaction s'élève à 16 %. On peut donc en déduire qu'elle concerne essentiellement les prix puisque la qualité des services n'est pas mise en cause. On en conclut que 16 % des possesseurs de téléphone mobile à titre privé jugent le prix des communications sans rapport avec les prestations offertes.

On observe une certaine correspondance entre cette insatisfaction et les personnes qui utilisent le plus intensivement leur téléphone mobile :

- les hommes (20 % d'insatisfaits contre 12 % seulement des femmes);
- les 30 à 45 ans (21 % d'insatisfaits);
- les personnes appartenant à des ménages aux revenus supérieurs (32 % d'insatisfaits);
- les actifs professionnellement (18 % d'insatisfaits);
- ceux qui dépensent plus de 66.- francs par mois (16% d'insatisfaits) et ceux qui font usage de leur téléphone mobile plus de 10 fois par jour (22 % d'insatisfaits).

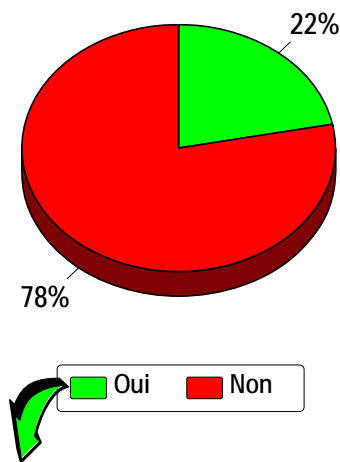
Toutefois, on peut admettre que ce niveau d'insatisfaction reste modéré, à la fois par son taux et à la fois parce que les répondants se sont déclarés plutôt "pas vraiment satisfaits" que "pas du tout satisfaits".

5.2. Traitement des problèmes par l'opérateur

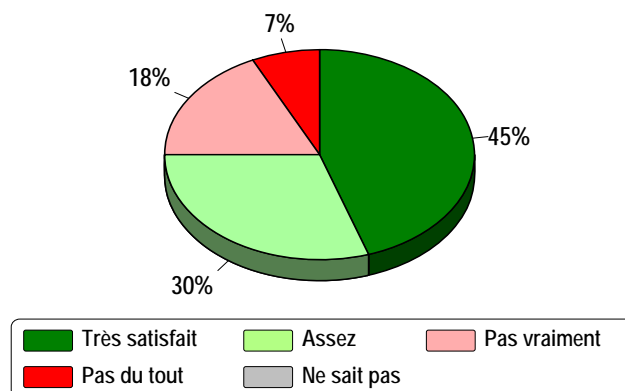
" Au cours des 12 derniers mois, vous êtes-vous adressé à votre fournisseur à cause d'un problème lié à l'utilisation de votre téléphone mobile ?"

" Comment avez-vous apprécié la prise en charge de votre problème ? En avez-vous été très, assez, pas vraiment ou pas du tout satisfait ?"

(Base : 723 pers. représentatives disposant d'un mobile à titre privé)



Satisfait de la prise en charge du problème ?
(Base : 159)



Moins d'un quart de l'échantillon s'est adressé à son fournisseur pour un problème au cours des 12 derniers mois, et ce sont plus particulièrement les sous-groupes qui font un usage intensif de la téléphonie mobile, soit :


- les moins de 30 ans (27 %),
- les classes de revenus supérieurs (32 %),
- les actifs professionnellement (24 %),
- les porteurs d'abonnement (26 %),
- les personnes qui utilisent plus de 10 fois par jour leur mobile (39 %).

Parmi les 159 personnes qui se sont adressées à leur fournisseur au cours des 12 derniers mois, 45 % ont été très satisfaites de la prise en charge du problème et 30 % assez satisfaites. Dès lors, l'insatisfaction atteint 25 %, avec de faibles différences structurelles qui ne sont pas statistiquement significatives en raison du nombre restreint de répondants concernés par cette question.


6. SYNTHÈSE ET CONCLUSIONS

Cette synthèse est conçue de manière à répondre aux objectifs de la recherche tels qu'ils ont été formulés par l'OFCOM, et qui figurent ci-dessous en caractères gras.


Mesurer le niveau d'équipement de la population


 19 % des ménages disposent uniquement d'un raccordement téléphonique sur réseau fixe, 5 % d'un téléphone mobile seulement et 74 % jouissent simultanément d'un raccordement sur réseau fixe et d'un ou plusieurs mobiles. Seuls 2 % des ménages n'ont pas de téléphone.

Sur le plan structurel, on constate que ce sont les ménages aux revenus les plus bas et ne comptant qu'une seule personne qui n'ont qu'un outil de téléphonie (soit fixe soit mobile), alors que les foyers aux revenus supérieurs et comptant plusieurs personnes sont plutôt équipés des deux.

 Au niveau de la population maintenant, et non plus des ménages, un échantillon de jeunes de 8 à 14 ans a été observé. L'équipement s'y élève à 52 %, avec des filles mieux équipées que les garçons, la Suisse romande mieux que la Suisse alémanique et que le Tessin, et une pénétration qui va croissant avec la taille de la localité et les revenus du ménage.

Il est intéressant de comparer ce chiffre à l'échantillon de 16 ans et plus de l'étude intitulée « Mobilfunkmonitor 2006 » réalisée par l'Institut gfs de Berne¹ : 36 % seulement des personnes interrogées trouvaient très ou assez pertinent que des jeunes de moins de 16 ans disposent d'un téléphone mobile. Ainsi, la question normative donne des résultats bien inférieurs à la réalité des comportements.


 Chez les personnes de 15 ans et plus, 80 % disposent au moins d'un téléphone mobile. Comme c'était aussi le cas chez les jeunes de moins de 15 ans, la pénétration est plus faible au Tessin, mais l'équipement est en revanche semblable quelle que soit la taille de la localité. Il augmente avec la taille du ménage et diminue significativement à partir de 60 ans. Les actifs sont mieux équipés que les personnes professionnellement inactives.

 Seuls 7 % des personnes salariées disposent d'un téléphone mobile mis à disposition par leur employeur et 9 % ont leurs communications payées entièrement ou en partie par leur employeur. Pourtant, 31 % des salariés et indépendants ayant acquis leur téléphone mobile et finançant eux-mêmes les dépenses liées à son utilisation s'en servent soit à des fins strictement professionnelles (4 %), soit à des fins à la fois privées et professionnelles (27 %).


¹ Source : <http://www.gfsbern.ch/publikationen/fberichte.php?showid=225&lang=de&sub2=1>.

Comprendre les raisons pour lesquelles les consommateurs suisses utilisent un téléphone mobile

NOTA BENE : Toutes les conclusions suivantes sont basées sur un échantillon de 723 personnes de 15 ans et plus qui disposent d'un téléphone mobile qu'elles ont acquis elles-mêmes, dont elles payent elles-mêmes les frais d'utilisation, et qui ne l'utilisent pas à des fins professionnelles seulement.

 Trois types d'utilisateurs se dessinent selon leurs raisons d'avoir acquis un téléphone mobile :

- ceux qui veulent être atteignables partout et en tout temps : ils ont moins de 30 ans et font un usage intensif de la téléphonie mobile,
- ceux qui veulent surtout être atteints en cas d'urgence et qui font un usage très occasionnel de leur appareil. Ils ont plutôt 60 ans et plus,
- entre ces deux extrêmes, les classes d'âges de 30 à 59 ans insistent sur la facilitation de l'organisation domestique et professionnelle, même s'ils veulent aussi rester atteignables et pouvoir téléphoner en tout temps.


 Si le prix des communications nationales sur réseaux mobiles était le même que sur réseau fixe, 40% des personnes interrogées sont certaines de ne pas renoncer pour autant à leur raccordement sur réseau fixe. Cet attachement va croissant avec l'âge puisqu'il passe de 23% chez les moins de 30 ans à 59% dès 60 ans. Les raisons pour ce faire sont de réunir toute la famille sous un même numéro répertorié dans l'annuaire, d'avoir un raccordement fixe pour accéder à Internet soit par « dial up » soit par le biais d'une connexion ADSL, ainsi que la meilleure fiabilité du téléphone fixe. Le processus de substitution de la téléphonie fixe par la téléphonie mobile n'est donc pas sans limites et il est probable qu'une partie de la population continuera à recourir aux deux types de technologies afin de combler des besoins différents.


Saisir les critères qui influencent le choix d'un prestataire de services

 Spontanément, les raisons citées d'avoir choisi tel ou tel opérateur sont d'abord d'ordre pécuniaire (prix et modèle tarifaire), puis la couverture du réseau. La possibilité d'obtenir un mobile à des conditions attractives (6 %) et l'offre de services n'arrivent que loin derrière.


En revanche, après relance sur sept critères, le plus important est la couverture du réseau, suivie par le prix, la qualité des services, la prise en charge de la clientèle et le modèle tarifaire. La possibilité d'obtenir un mobile à des conditions attractives, qui n'avait que peu été citée spontanément, apparaît ici comme très importante pour 28 % des possesseurs de mobile privé. Comme c'était déjà le cas lors des réponses fournies spontanément, l'offre de services est le dernier critère cité.

La couverture du réseau est plus particulièrement importante pour les Tessinois alors que le prix est particulièrement important pour les utilisateurs intensifs, de même que le modèle tarifaire. L'offre de services intéresse plus les jeunes de moins de 30 ans.

 Les trois quarts des possesseurs de téléphone mobile n'ont jamais changé d'opérateur et cette fidélité va croissant avec l'âge. En outre, seuls 39 % des personnes interrogées comparent les offres au moins tous les deux ans, mais ce chiffre atteint 59 % chez les moins de 30 ans.


 10 % des possesseurs de téléphone portable changent d'appareil chaque année, 32 % tous les deux ans, 20 % tous les trois ans et les autres moins souvent encore. Cependant, 64 % des jeunes changent au moins tous les deux ans. S'il fallait payer l'appareil au prix coûtant, 37% en changeraient moins souvent. D'ailleurs, 62 % des sondés préféreraient payer leur téléphone mobile au prix coûtant et moins cher les communications plutôt que le contraire.

Identifier les services de télécommunications mobiles utilisés par les consommateurs et saisir leur fréquence d'utilisation


 48 % des possesseurs de téléphone mobile en font un usage journalier, que ce soit pour effectuer des appels ou pour envoyer des SMS. En moyenne, on obtient un nombre de 17 communications par semaine, toutes populations confondues, et de 21 SMS. Les différences structurelles montrent que, dans tous les sous-groupes de population sauf les niveaux de revenus les plus élevés, le nombre de SMS hebdomadaire est supérieur à celui des appels, la différence étant particulièrement importante chez les moins de 30 ans.

Les moins de 30 ans sont 66 % à faire un usage quotidien de la téléphonie mobile et 90 % des SMS. A l'inverse, ces deux usages diminuent fortement chez les 60 ans et plus, au point de chuter à 22 % pour les communications et 19 % pour les SMS. A ces âges, 20 % des individus ne font pas même un appel par mois et 47 % n'envoient pas ou que très rarement des SMS.

Les personnes actives professionnellement utilisent plus fréquemment leur téléphone mobile que les inactifs. Les champions de l'usage sont les Romands, alors que les Alémaniques ferment la marche. Enfin, les habitants des grandes villes font un usage plus intensif de leur téléphone mobile que les habitants des communes de moins de 10'000 habitants.

 A part les communications et les SMS, seuls deux autres services liés à la téléphonie mobile sont utilisés, même rarement, par plus de 20 % des possesseurs de mobile à titre privé. Il s'agit de la consultation de la boîte vocale, utilisée souvent par 18 % de l'échantillon, et l'envoi de contenus par MMS utilisé souvent par 4 % des personnes interrogées.

En revanche, les téléchargements, liaisons Internet, chats, visiophonie ou visionnement de programmes TV ont des audiences très faibles, même si, dans l'ensemble, ces services sont connus.

 En moyenne, les possesseurs d'un téléphone mobile à titre privé dépensent 62.- francs par mois pour les services qu'ils utilisent. Les différences sont toutefois très marquées, les catégories dépensant le plus étant les hommes (69.-), les personnes de moins de 45 ans (78.-), les actifs professionnellement (73.-), les revenus élevés (95.-), les niveaux de formation supérieurs (67.-), les Romands (74.-), les habitants des villes grandes ou moyennes (66.-) et les possesseurs d'abonnement (82.-).


Appréhender le degré de satisfaction des consommateurs par rapport aux prestations obtenues

☞ La quasi-totalité des possesseurs de téléphone mobile à titre privé sont très satisfaits (51 %) ou assez satisfaits (47 %) de la qualité des services qu'ils utilisent à l'aide de leur téléphone mobile, services dont on a vu qu'ils étaient essentiellement composés des appels téléphoniques, des SMS et de la boîte vocale.

En revanche, on voit apparaître 16 % d'insatisfaction lorsqu'il s'agit de juger le rapport qualité / prix. Puisque la qualité ne suscite pratiquement aucune insatisfaction, on peut imputer l'essentiel de ces 16 % au niveau des prix pratiqués. Les personnes qui jugent le prix des communications sans rapport avec les prestations offertes sont concentrées chez les usagers qui utilisent le plus intensivement leur téléphone mobile.

☞ Moins d'un quart de l'échantillon s'est adressé à son opérateur à cause d'un problème lié à l'utilisation de son téléphone mobile, et 25 % d'entre eux n'ont pas été vraiment, voire pas du tout, satisfaits de la prise en charge de leur problème. Toutefois, ramenée à l'ensemble de l'échantillon interrogé, l'insatisfaction liée à la prise en charge d'un problème représente moins de 6 % des possesseurs de téléphone mobile à titre privé.

Conclusions

 L'étude montre globalement une très forte pénétration de la téléphonie mobile chez les plus de 15 ans et un usage qui touche également beaucoup les jeunes de 8 à 14 ans. En outre, la fréquence de l'usage est extrêmement élevée dans certains sous-groupes et seules les personnes de plus de 60 ans, qui n'ont pas vécu l'essentiel de leur vie dans la philosophie "mobile", sont nettement en retrait. Même s'il existe des différences régionales, selon la taille de la localité ou les revenus des ménages, la téléphonie mobile a pénétré tous les sous-groupes de la population, où qu'elle se situe et quel que soit son niveau social.

La très forte pénétration de la téléphonie mobile chez les jeunes, voire les très jeunes, laisse augurer d'un développement encore plus grand à l'avenir. On notera d'ailleurs que, si les prix venaient à s'unifier, un quart des possesseurs de téléphone mobile à titre privé disent vouloir renoncer à leur raccordement fixe. Toutefois, les foyers de plus d'une personne admettent qu'il est intéressant de pouvoir joindre toute la famille sous un seul numéro, ce qui assurera sans doute une certaine pérennité à la téléphonie fixe.

Les personnes interrogées sont unanimement satisfaites de la qualité des prestations fournies. En revanche, le niveau des prix facturés semble, dans certains cas, être la source d'une insatisfaction. Le problème n'est cependant pas très aigu puisque seule une minorité d'utilisateurs change d'opérateur, respectivement compare régulièrement les offres mises à disposition sur le marché. Une tarification élevée pourrait cependant ralentir la diffusion des services les plus récents (téléchargement de sonneries et de jeux, chats, Internet, etc ...) dont nous avons vu qu'en dépit d'être connus, ils étaient fort peu utilisés.