ÉTUDE III

DIGITAL SENIORS 2020

UTILISATION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (TIC) PAR LES PERSONNES DE 65 ANS ET PLUS EN SUISSE

Institut
Centre de gérontologie de l'Université de Zurich

Auteurs
Alexander Seifert
Tobias Ackermann
Hans Rudolf Schelling

Édition
Pro Senectute Suisse

Septembre 2020

PRO SENECTUTE
PLUS FORTS ENSEMBLE

Universität Zürich[UZH]

Avec l'aimable soutien de

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

RAIFFEISEN

MIGROS pour-cent culturel

Impressum

Étude III
Digital Seniors 2020
Utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC)
par les personnes de 65 ans et plus en Suisse

Institut
Centre de gérontologie de l'Université de Zurich

Auteurs
Alexander Seifert
Tobias Ackermann
Hans Rudolf Schelling

Édition et distribution
Pro Senectute Suisse
Lavaterstrasse 60
8027 Zurich

044 283 89 89
info@prosenectute.ch
www.prosenectute.ch

Publication
Septembre 2020

Conception de la couverture
Komplizen GmbH, Agentur für Werbung, Emmenbrücke

© Pro Senectute Suisse

Universität Zürich[UZH]

Centre de gérontologie

Digital seniors III – 2020

Utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les personnes âgées de 65 ans et plus en Suisse

Alexander Seifert, Tobias Ackermann et Hans Rudolf Schelling

03.03.2020

Une étude du Centre de gérontologie sur mandat de Pro Senectute Suisse

Table des matières

Résumé général **4**

1 Introduction **6**

2 Buts de l'étude subséquente **8**

3 Méthodologie de l'étude **9**

3.1 Démarche empirique et conception de l'enquête 9

3.2 Instrument d'enquête 9

3.3 Univers statistique et échantillon 10

3.3.1 Déroulement et taux de retour 11

3.3.2 Caractéristiques du sondage réalisé 11

3.3.3 Données pour la comparaison dans le temps 13

4 Résultats descriptifs **14**

4.1 Attitude à l'égard de la technologie 14

4.2 Possession d'appareils et utilisation de moyens de communication 16

4.2.1 Possession d'appareils 16

4.2.2 Utilisation d'Internet par l'entourage et interlocuteurs en cas de problèmes avec les appareils électroniques 20

4.3 Utilisation d'Internet : internautes et non-internautes 22

4.3.1 Utilisation actuelle d'Internet 22

4.3.2 Présentation diachronique de l'utilisation d'Internet 24

4.3.3 Durée et intensité de l'utilisation d'Internet 25

4.3.4 Utilisation mobile d'Internet 26

4.4 Profils des internautes et des non-internautes 27

4.4.1 Utilisation d'appareils TIC 28

4.4.2 Applications utilisées et intéressantes 29

4.4.3 État d'esprit (attitude) 32

4.4.3.1 Attitude à l'égard de la technologie 32

4.4.3.2 Attitudes et opinions au sujet d'Internet 33

4.4.4 Types d'internautes et de non-internautes 34

4.4.5 Craintes et peurs 35

4.4.5.1 Difficultés et obstacles par rapport à l'utilisation d'Internet 35

4.4.5.2 Participation à la vie sociale à travers l'utilisation d'Internet 37

4.4.6 Ressources et compétences 38

4.4.6.1 La formation et le revenu, deux ressources fondamentales 38

4.4.6.2 Ressources géographiques (région) 38
4.4.6.3 Contacts sociaux avec les propres enfants 39
4.4.6.4 Compétences en matière d'utilisation d'Internet 39
4.4.7 Santé et perception de la vieillesse 40
4.4.7.1 Santé, autonomie et joie de vivre 40
4.4.7.2 Affirmations sur l'âge subjectif 41
4.5 Applications de cybersanté 43
4.5.1 Utilisation d'applications de cybersanté et intérêt pour ces applications 43
4.5.2 Partage de données lié aux applications de cybersanté 45
4.6 Services numériques 46
4.6.1 Utilisation de (nouveaux) services basés sur la technologie 46
4.6.2 Avis sur les solutions numériques 48
4.6.3 Types d'attitude en matière de services numériques 50
4.6.4 Évaluations des offres futures 50

5 Facteurs influençant l'utilisation d'Internet et des services numériques ainsi que l'attitude à l'égard de ces services 52
5.1 Facteurs expliquant l'utilisation d'Internet 52
5.2 Facteurs expliquant l'utilisation mobile d'Internet (internautes) 54
5.3 Facteurs expliquant l'utilisation de services numériques 55
5.4 Facteurs expliquant l'attitude à l'égard de services numériques 56

6 Comparaison diachronique des enquêtes de 2009 à 2019 : conclusions 58

7 Excursus : mesures possibles 63

8 Conclusions 66

Bibliographie 68

ANNEXE : Questionnaire 69

Résumé général

Contexte
L'offre en matière de communication et d'information se concentre de plus en plus sur Internet. En Suisse aussi, l'utilisation d'Internet est en constante augmentation depuis 1997. Si elle connaît une forte hausse chez les personnes jusqu'à 64 ans, l'utilisation reste un peu en retrait dans le groupe d'âge des 65 ans et plus. Partant de ce constat et mue par la volonté d'en apprendre davantage sur l'utilisation d'Internet par les 65 ans et plus, Pro Senectute Suisse a lancé une première étude d'investigation représentative en 2009, à l'époque sur mandat de la Confédération. L'étude s'est poursuivie par la réalisation d'une deuxième enquête en 2014. Désireuse de pousser plus loin les recherches, plus particulièrement en ce qui concerne l'usage des services numériques et des offres de cybersanté, et d'établir une comparaison annuelle des chiffres de l'utilisation globale, Pro Senectute Suisse a commandé une nouvelle étude sur ce thème en 2019. La présente enquête est la troisième réalisée dans le cadre de l'étude sur les tendances *Digital seniors* (« Les seniors et Internet »).

Méthodes
Par l'intermédiaire d'une enquête téléphonique et postale représentative (dans toutes les régions linguistiques), un total de 1149 personnes âgées de 65 ans et plus ont été interrogées sur elles-mêmes, sur leur utilisation des technologies et des médias, ainsi que sur leur attitude à l'égard des services numériques. Les participants à l'enquête sont aussi bien des personnes qui utilisent Internet que des personnes qui n'utilisent pas elles-mêmes Internet.

Résultats
Les données pondérées donnent un rapport actuel de 74 % d'internautes, c'est-à-dire les personnes de 65 ans et plus qui utilisent Internet, et de 26 % de non-internautes, c'est-à-dire les personnes qui n'utilisent pas Internet. Le pourcentage d'internautes a donc presque doublé par rapport à la première enquête en 2009. Il existe d'importantes différences, sur le plan statistique, entre les internautes et les non-internautes concernant leur âge et leur niveau de formation. Outre ces caractéristiques, ce sont surtout les affinités avec la technologie, la facilité d'utilisation et l'évaluation personnelle de l'utilité qui favorisent l'utilisation d'Internet. Dans le cadre de l'enquête actuelle, il a aussi été possible d'étudier pour la première fois l'utilisation de services numériques et d'applications de cybersanté (représentées ici par les applications de santé). Il ressort de l'enquête que peu de personnes utilisent jusqu'ici des applis de prévention ou de contrôle de la santé sur les smartphones ou les tablettes, mais que des potentiels deviennent néanmoins visibles. Les résultats indiquent aussi que bon nombre des personnes interrogées utilisent des services très répandus, comme les distributeurs d'argent ou les automates à billets pour transports publics. Il n'en va pas de même pour les applications plus récentes, comme les caisses en libre-service ou les paiements sans contact, qui sont plutôt utilisés par les internautes. Les deux groupes indiquent toutefois rencontrer des problèmes en utilisant ce type de services : certaines personnes ont par exemple de la peine à utiliser les automates à billets pour transports publics. Les internautes se sont montrés plus d'accord que les non-internautes avec les affirmations concernant les avantages que procurent les services numériques. Ces réponses suggèrent que les internautes voient plus d'avantages dans les services numériques que les non-internautes.

Conclusion
Dix ans après la première enquête, il apparaît que l'écart se réduit entre les plus âgés et les plus jeunes en ce qui concerne l'utilisation d'Internet. À l'ère de la transformation numérique, qui se manifeste entre autres par le développement de services numériques et de technologies en libre-service, l'enquête actuelle révèle cependant que le défi de l'apprentissage et de l'usage des nouvelles technologies par les

personnes âgées reste toujours d'actualité ; les seniors n'utilisent pas les innovations techniques actuelles avec une même intensité que les plus jeunes, alors que ces technologies ne cessent de gagner en importance dans la société.

1 Introduction

L'importance et l'utilisation des technologies modernes de l'information et de la communication (TIC) ont à nouveau connu une forte progression ces dernières années. L'offre en matière de communication et d'information se concentre aujourd'hui sur des médias tels qu'Internet et les appareils mobiles (p. ex. le smartphone). L'utilisation au moins occasionnelle d'Internet a augmenté de façon constante depuis 1997. Alors que le taux de croissance atteint des valeurs élevées pour les groupes d'âge jusqu'à 69 ans (voir figure 1), l'utilisation intensive reste un peu en retrait chez les 70 ans et plus, s'établissant à 52 % seulement fin 2019 (Office fédéral de la statistique, 2019). Cette différence entre les groupes d'âge existe aussi dans les autres pays européens (voir figure 2), ce qui montre que les personnes de 65 ans et plus utilisent, aujourd'hui encore, moins souvent Internet que les personnes plus jeunes.

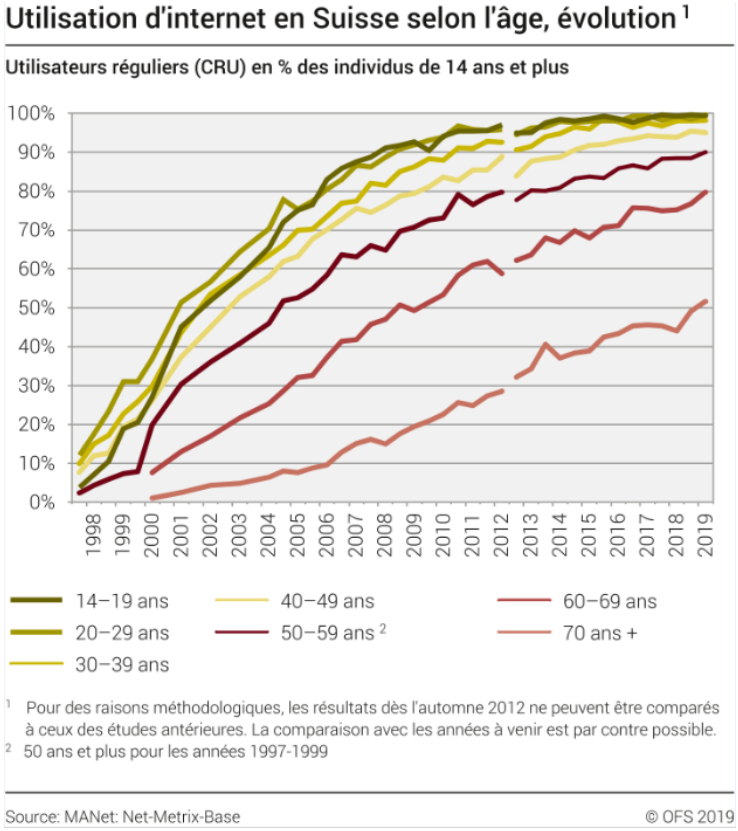

Figure 1 : Inventaire du ménage

Source : Office fédéral de la statistique, 2019

Les personnes âgées restent donc particulièrement touchées par la « fracture numérique ». Les chiffres indiquent cependant aussi que l'utilisation générale augmente parmi la génération plus âgée et que beaucoup de personnes âgées utilisent déjà Internet de façon intensive. La « numérisation » demeure toutefois un sujet d'actualité important et influence aussi de façon déterminante la gérontologie, lorsque les personnes âgées entrent en contact avec les technologies dans leur vie quotidienne et qu'elles se heurtent à des obstacles ou des barrières dans l'utilisation ou qu'elles se sentent même exclues (Seifert & Misoch, 2016 ; Seifert et al., 2018).

Les deux études précédentes sur les TIC *Digital seniors* (2010 et 2015) du Centre de gérontologie et de Pro Senectute Suisse ont permis de recueillir des données représentatives en Suisse sur l'utilisation de l'Internet fixe et mobile, ainsi que sur les raisons de la non-utilisation d'Internet. Les résultats des études ont touché un public large et intéressé, et ils ont fait l'objet de discussions dans les médias et à l'occasion de congrès.

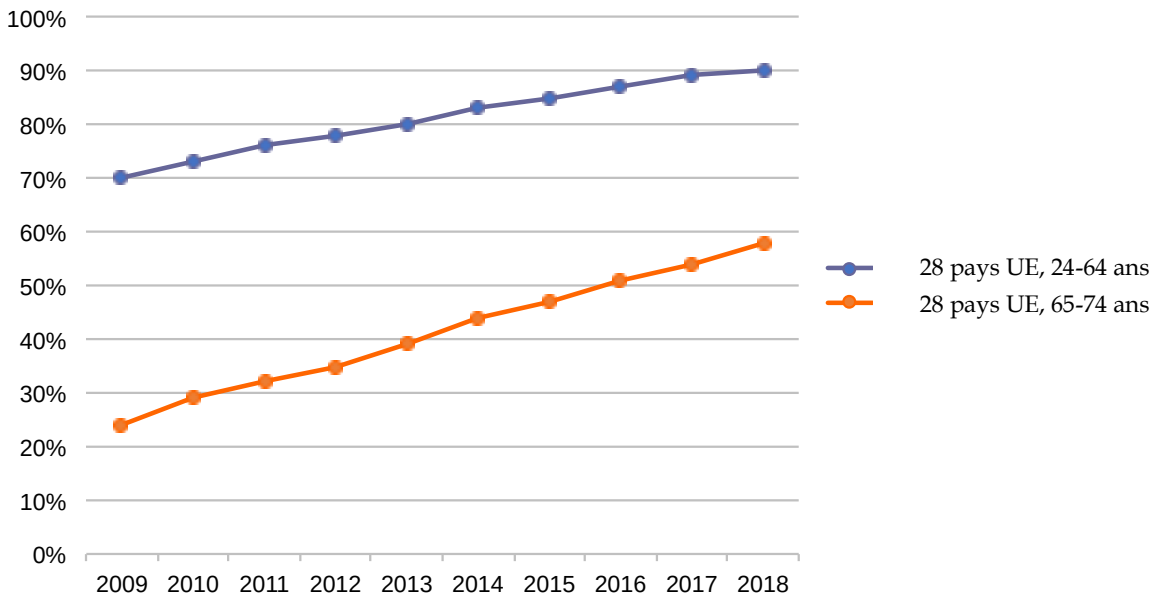

Figure 2 : Utilisation d'Internet en Europe parmi les 24 à 64 ans et les 65 à 74 ans

Source : graphique établi sur la base des données de 2018 (Eurostat, 2019). Les données concernent l'utilisation d'Internet au cours des douze derniers mois.

Depuis la dernière enquête *Digital seniors* (2015), d'autres instituts de recherche en Suisse se sont aussi intéressés à l'utilisation des TIC et aux conséquences de la numérisation pour les personnes âgées. La recherche ainsi amorcée revêt une grande importance à une époque où les personnes âgées entrent de plus en plus en contact avec des services numérisés au quotidien, qu'il s'agisse de caisses en libre-service, d'automates à billets de train ou d'autres services. Il était donc indispensable de prendre en compte également cette problématique partielle dans la troisième enquête *Digital seniors* (2019/20). Il est important d'étendre le sujet aux services numériques, étant donné qu'un nombre croissant d'informations et de services sont proposés en ligne aujourd'hui, et que les appareils ménagers et utilisés au quotidien se trouvent connectés à Internet. Par conséquent, cette évolution soulève des questions quant à l'utilisation ordinaire des technologies du quotidien, à l'organisation de la vie quotidienne et l'éducation aux médias, ainsi qu'à la signification à leur attribuer. Un exemple, à cet égard, est l'utilisation d'accessoires portables connectés pour la promotion de la santé et la prévention. Par exemple, le port d'un bracelet fitness peut aider à rester en bonne santé, car cet accessoire facilite le respect d'un rythme d'entraînements et d'interventions jouant un rôle important pour la santé. Dans ce contexte, il est important de relever les aspects positifs et négatifs d'une numérisation croissante pour les personnes âgées (Händler-Schuster & Seifert, 2016).

En outre, la présente enquête *Digital seniors* visait à étudier non seulement si et à quelle fréquence, mais aussi comment, dans quel but et avec quel bénéfice les personnes âgées utilisent Internet, et à établir dans quelle mesure l'utilisation des TIC ou de services numérisés est considérée comme une ressource au quotidien. La question supplémentaire soulevée ici est de savoir ce que les personnes concernées font *avec* Internet, et pas uniquement si elles utilisent Internet (Hunsaker & Hargittai, 2018). Par ailleurs, l'enquête doit permettre de mettre en évidence les obstacles et les raisons possibles de la non-utilisation d'Internet et de services numériques. Les résultats actuels sont comparés avec ceux des deux enquêtes précédentes réalisées en 2010 et en 2015.

2 Buts de l'étude subséquente

Le projet a pour but principal de poursuivre et d'élargir les deux enquêtes existantes, afin d'obtenir des renseignements sur les tendances actuelles dans l'utilisation des TIC par les personnes âgées et les obstacles éventuels à cette utilisation.

Dix ans après le premier sondage (et cinq ans après le deuxième sondage) réalisé auprès des personnes âgées de 65 ans et plus en Suisse, d'autres questions apparaissent concernant l'utilisation des TIC par les personnes âgées. Aussi est-il intéressant de voir si l'utilisation de ces technologies au quotidien a évolué chez les personnes âgées depuis la première ou la deuxième enquête. Un autre aspect concerne la question de savoir dans quelle mesure les générations plus âgées utilisent aujourd'hui les technologies mobiles (comme le smartphone, la montre connectée, le bracelet fitness), par exemple pour mesurer et documenter leur état de santé. En outre se pose la question de connaître l'état d'esprit de ces personnes vis-à-vis des solutions en libre-service et de savoir si et comment elles les utilisent, et ce, non seulement dans le cas des applications Internet traditionnelles, mais aussi dans celui des technologies au quotidien comme les automates à billets ou les caisses en libre-service.

Les questions de recherche à traiter sont les suivantes :

1. Comment les profils d'utilisation et les possibles appréhensions quant à l'utilisation de l'Internet (fixe et mobile) ont-ils évolué depuis les enquêtes de 2009 et 2014 ?
2. **Premier nouvel axe d'étude :** dans le cas du recours à des applications de santé et à des technologies mobiles de mesure de soi, où en sont les attitudes des personnes, la disposition à s'en servir et leur utilisation concrète ?
3. **Deuxième nouvel axe d'étude :** quels sont les services numériques utilisés aujourd'hui et à quoi les gens s'attendent-ils avec les futurs services numériques ?
4. **Troisième nouvel axe d'étude :** quelles sont les attitudes et les intentions d'utilisation vis-à-vis des services numériques actuels et futurs ?

3 Méthodologie de l'étude

Les aspects méthodologiques de l'étude sont présentés dans les sous-chapitres ci-après. Fondamentalement, la méthodologie s'inspire de celle adoptée lors des deux enquêtes précédentes (Schelling & Seifert, 2010; Seifert & Schelling, 2015).

3.1 Démarche empirique et conception de l'enquête

Afin de répondre aux questions posées, les étapes suivantes ont été définies :

1. *Recherche documentaire et d'informations* relatives à des études empiriques sur l'utilisation d'Internet, menées en Suisse et à l'étranger, ainsi qu'à des approches théoriques adéquates en matière d'utilisation des médias (« *desk research* »), afin d'assurer l'ancrage scientifique de l'étude et de développer un instrument d'enquête adéquat.

2. *Étude d'investigation représentative* portant sur la population résidante en Suisse âgée de 65 ans et plus (de langue allemande, française et italienne). Simultanément, la méthode d'enquête devait être conforme aux exigences en matière de représentativité de la population étudiée, de validité des variables recueillies et respecter le cadre financier et temporel de l'étude. Aussi bien des personnes qui utilisent Internet que des personnes qui n'utilisent pas Internet ont été interrogées. Une certaine partie des éléments est tirée des instruments d'enquête existants (notamment Schelling & Seifert, 2015).

3. *Élaboration d'un rapport scientifique* décrivant les fondements et les résultats empiriques de l'étude actuelle.

Compte tenu de nos réflexions sur le choix de l'échantillon ainsi que sur les avantages et les inconvénients de différents procédés d'enquête, nous avons opté, comme en 2009 en 2014, pour une approche combinée, qui permet d'obtenir à la fois une forte représentativité et une exploitation optimale de l'échantillon.

- *Échantillonnage probabiliste* à partir de la population résidante permanente en Suisse, âgée de 65 ans et plus (sans limite d'âge), basé sur l'annuaire AZ-Direct (sélection aléatoire). Taille souhaitée de l'échantillon (net) : 1000 personnes (all. 700, fr. 200, it. 100). L'enquête a été effectuée en trois langues ; les personnes qui ne comprennent aucune des trois langues n'ont pas été interrogées.

- *A) Interview par téléphone* (*CATI) :* méthode d'enquête principale, utilisée pour les ménages ayant un numéro de téléphone fixe. Les personnes retenues ont reçu au préalable une lettre annonçant l'appel. Si une personne était absente, elle a été appelée plusieurs fois, afin d'éviter les biais dus aux problèmes de joignabilité. Le sondage a été réalisé à l'aide d'un outil standardisé comportant des questions fermées.

- *B) Questionnaire écrit, envoyé par la poste* aux ménages sans numéro de téléphone fixe inscrit dans l'annuaire ou sur demande expresse de la personne concernée. Cet instrument d'enquête est analogue à celui utilisé pour le sondage par téléphone, avec une mise en page adaptée.

3.2 Instrument d'enquête

Le questionnaire (voir annexe) a été élaboré avant l'enquête, sur la base des sondages menés en 2009 et 2014, ainsi que de la recherche documentaire et bibliographique actuelle. Il a été rédigé en tenant compte

du groupe cible interrogé (65 ans et plus), ainsi que de la comparabilité des internautes et des non-internautes. Les questions faisant l'objet de la recherche ont servi de trame lors de la conception du questionnaire. La structure chronologique du questionnaire est basée sur un scénario déterminé : les questions générales sur la technologie sont suivies de questions sur l'utilisation et l'attitude à l'égard d'Internet ; pour certaines questions, des formulations spécifiques pour les internautes et les non-internautes sont utilisées. Le questionnaire comprend en particulier des questions relatives aux domaines suivants :

a) Attitude à l'égard de la technologie
b) Appareils dans le ménage et utilisation des médias
c) Accès à Internet/activités en ligne
d) Raisons de la non-utilisation d'Internet (non-internautes)
e) Utilisation d'applications de santé
f) Attitude à l'égard d'Internet
g) Utilisation de services numériques et attitude à l'égard de ceux-ci
h) Cybercompétences
i) Utilisation d'Internet dans l'entourage
j) État de santé et situation de vie personnels
k) Données statistiques personnelles

Au final, le questionnaire comportait 36 questions, de complexité différente, sur 19 pages. Malheureusement, en raison du périmètre défini du sondage, certains thèmes n'ont pas pu être abordés dans le questionnaire (en particulier ceux relatifs à la personnalité, à l'expérience en matière de technologie et aux activités de la vie quotidienne). Afin de permettre la comparaison avec les enquêtes antérieures de l'étude sur les tendances *Digital seniors*, certains éléments existants ont été réutilisés et complétés par des questions sur des nouveaux thèmes.

3.3 Univers statistique et échantillon

L'univers statistique est formé par la population permanente résidant en Suisse, âgée de 65 ans et plus. Comme lors des deux enquêtes précédentes de l'étude sur les tendances, un échantillon probabiliste a été établi à partir des jeux d'adresses d'AZ-Direct, qui couvrent dans une très large mesure la population résidant en Suisse.

Le sondage a porté sur le groupe cible suivant :

- échantillon aléatoire des personnes âgées de 65 ans et plus, résidant en Suisse, sans âge maximal, indépendamment de leur nationalité, y compris les résidents en EMS ;
- afin d'obtenir un groupe de comparaison, les personnes sondées pouvaient être internautes ou non (pas de quotas).

L'objectif consistait à interroger 1000 personnes âgées de 65 ans au moins sur la base d'une sélection aléatoire directe de la personne cible âgée de 65 ans et plus, en effectuant 700 interviews en Suisse alémanique, 200 en Suisse romande et 100 au Tessin. Environ 80 % des interviews devaient être menées par téléphone (CATI).

3.3.1 Déroulement et taux de retour

L'institut de sondage M.I.S. Trend SA à Lausanne/Berne, qui avait déjà réalisé les enquêtes précédentes (2009/2014), a effectué le sondage actuel (2019). Le sondage sous revue a eu lieu en août et septembre 2019. Au total, 1149 personnes des trois régions linguistiques (Suisse alémanique : 779, Suisse romande : 261 ; Tessin : 109) ont répondu au questionnaire complet.

Sur 1149 personnes interrogées, 717 personnes ont été jointes par téléphone (méthode CATI) et 432 personnes ont répondu au questionnaire envoyé par courrier. Les interviews par téléphone ont atteint un très bon taux de réponse brut de 42,6 %, tandis que le taux de retour des questionnaires envoyés par la poste s'est élevé à 22,1 %.

En moyenne, une interview a duré 28,2 minutes, à savoir 28,9 minutes avec un non-internaute et 28,0 minutes avec un internaute.

3.3.2 Caractéristiques du sondage réalisé

Le tableau 1 présente une sélection des caractéristiques du sondage réalisé (données pondérées et non pondérées). La pondération a été calculée sur la base de la répartition officielle par groupe d'âge, sexe, formation et région linguistique.

Avec 49 % de participants masculins et 51 % de femmes interrogées, le nombre d'hommes dans l'échantillon réalisé est un peu trop élevé, ce qui était d'ailleurs prévu en raison du sujet étudié, étant donné que les hommes gardent des affinités technologiques un peu plus marquées que les femmes. En comparaison avec les statistiques sur la population, la répartition par âge montre une légère surreprésentation du groupe d'âge des 65 à 79 ans et, par conséquent, une légère sous-représentation des personnes âgées de 80 ans et plus. Fait assez surprenant : 96 participants sont des personnes très âgées (85 ans et plus). Dans le présent échantillon, les plus jeunes ont 65 ans (en raison de la définition méthodologique), la personne interrogée la plus âgée a 101 ans. L'âge moyen des personnes interrogées est de 74 ans (74 pour les femmes, 73 pour les hommes).

Les problèmes de santé et la sous-représentation, dans l'annuaire téléphonique, des personnes vivant en ménage collectif pourraient expliquer pourquoi les résidents d'EMS sont moins bien représentés dans l'échantillon (5 %) que dans la population âgée de 65 ans et plus (10 %). Bien que ce pourcentage (5 %) soit réjouissant, il ne permet pas de faire des analyses détaillées relatives aux personnes en ménage collectif.

De manière générale, les personnes ayant une formation supérieure sont surreprésentées dans les sondages ; ce risque est d'autant plus élevé qu'il s'agit d'un sujet « technique ». Dans le groupe d'âge étudié, la formation est souvent liée à l'âge et au sexe ; les biais déjà mentionnés sont encore accentués en ce qui concerne la formation. Les personnes sans formation professionnelle ou secondaire sont sous-représentées dans l'échantillon ; en revanche, davantage de personnes possédant une formation de niveau secondaire II ou une formation tertiaire ont été interrogées.

Tableau 1 : Caractéristiques de l'échantillon		**Nombre**	**Pourcentage par rapport à l'échantillon**	Pourcentage après pondération*	Pourcentage selon les statistiques suisses officielles **
	Échantillon total	1149	100.0	100.0	100.0
Sexe	Homme	556	49.0	44.4	44.4
	Femme	579	51.0	55.6	55.6
	Aucune indication	14			
Groupe d'âge	65 à 69 ans	344	30.4	27.1	27.7
	70 à 74 ans	318	28.1	25.6	25.3
	75 à 79 ans	227	20.1	19.0	19.0
	80 à 84 ans	145	12.8	14.3	14.0
	85 ans et plus	96	8.5	14.0	14.0
	Aucune indication	19			
Région linguistique	Français	261	22.7	23.8	22.9
	Allemand	779	67.8	70.7	71.8
	Italien	109	9.5	5.5	5.3
Genre de ménage	Ménage privé	1098	96.7	95.1	90.2
	Ménage collectif	38	3.3	4.9	9.8
	Aucune indication	13			
Formation	*(en % par groupe d'âge)*		65-74 / 75+	65-74 / 75+	65-74 / 75+
	École obligatoire	143	9.6 / 17.4	16.3 / 29.7	17.8 / 28.6
	Secondaire II (formation prof.)	508	45.0 / 47.6	48.2 / 45.0	47.5 / 45.2
	Secondaire II (formation générale)	82	7.4 / 7.3	7.0 / 6.2	6.9 / 6.2
	Tertiaire (formation prof. sup.)	168	16.5 / 13.4	13.1 / 9.3	12.7 / 9.8
	Tertiaire (hautes écoles)	203	21.4 / 14.3	15.4 / 9.8	15.1 / 10.3
	Aucune indication	45			

*Pondération cumulée selon la répartition officielle en fonction du groupe d'âge, du sexe, de la formation et de la région linguistique.
** Source : Statistiques comparatives pour la Suisse : Office fédéral de la statistique, données de 2019

Représentativité : pondérations et intervalles de confiance

Il est logique et même fréquent de corriger ultérieurement le biais dans un échantillon par une pondération supplémentaire sur la base de caractéristiques sociodémographiques connues ; en d'autres termes, il sera donné plus de poids aux groupes de personnes sous-représentés et moins de poids à ceux qui sont surreprésentés, afin d'améliorer la représentativité au moins d'un point de vue formel. Cette démarche est très critiquée par les spécialistes, sauf si elle sert à corriger différentes probabilités de choix déterminables. Il y a même un risque que des personnes interrogées appartenant à un groupe sous-représenté présentent des caractéristiques supplémentaires, fort différentes de celles du groupe en question et non vérifiables, mais corrélées à la probabilité de participation. Dans ce cas, une pondération supplémentaire pourrait encore renforcer le biais (Diekmann, 2018).

C'est pourquoi, dans le cadre de cette étude, il n'a été procédé à aucune pondération supplémentaire générale, valable pour toutes les analyses, sur la base de caractéristiques démographiques. Ces corrections n'offriraient aucun avantage pour les comparaisons par groupes et par caractéristiques mises en avant dans l'étude, ni pour les coefficients de contingence, ni pour les analyses multivariées. Le risque de biais évoqué pèse nettement plus lourd que les bénéfices possibles. Le tableau 1 (avant-dernière colonne) présente les caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon pondéré en fonction du groupe d'âge, du sexe, de la région linguistique et de la formation. Étant donné que les caractéristiques de la population ne sont pas toujours disponibles sous forme combinée, il a fallu cumuler les pondérations individuelles. De ce fait, il existe toujours de petits écarts par rapport aux données de la population,

même pour les caractéristiques contrôlées de l'échantillon pondéré. Toutefois, il est possible de constater une amélioration de l'adéquation démographique également pour les caractéristiques non contrôlées.

Même s'il était possible de réaliser un échantillon probabiliste idéal sans biais systémique représentant parfaitement l'univers statistique – en l'occurrence, la population permanente résidant en Suisse, âgée de 65 ans et plus –, il resterait toujours une incertitude par rapport à la répartition exacte, puisque, par le fait du hasard, tout échantillon peut présenter de légères différences par rapport à l'univers statistique. Si l'échantillon est suffisamment grand, cette erreur aléatoire est toutefois limitée ; sa valeur peut être calculée sous forme d'intervalle de confiance assorti d'une probabilité déterminée. Pour tous les pourcentages relatifs à l'échantillon, il convient de tenir compte d'un intervalle de confiance de 95 % – soit ±2 à 3 % – par rapport à la population totale, autrement dit, les « valeurs effectives » se situent dans cette plage avec une probabilité de 95 %, dans la mesure où il n'existe pas de biais d'échantillonnage systémique.

3.3.3 Données pour la comparaison dans le temps

Étant donné que le contenu et la structure de l'étude d'investigation actuelle correspondent dans une certaine mesure à ceux des enquêtes précédentes de 2009 et de 2014, il est logique d'analyser les questions comparables. Toutefois, il convient de souligner que ces données ne sont pas issues d'une étude de panel (ce qui signifierait qu'une même personne aurait été interrogée une deuxième ou une troisième fois). Les trois enquêtes fournissent des données transversales. Les tendances peuvent néanmoins être comparées, puisque les données ont été recueillies dans les mêmes conditions d'échantillonnage.

L'analyse des données de l'étude actuelle compare les résultats obtenus en 2009, 2014 et 2019 pour certaines questions sélectionnées. Les échantillons des trois enquêtes sont comparables et présentent des caractéristiques similaires (cf. tableau 2).

Tableau 2 : Caractéristiques des échantillons		**Enquête de 2009**		**Enquête de 2014**		**Enquête de 2019**	
		Nombre	Pourcentage*	Nombre	Pourcentage*	Nombre	Pourcentage*
	Échantillon total	1105	100.0	1037	100.0	1149	100
Sexe	Homme	499	45.3	490	47.3	556	49.0
	Femme	602	54.7	547	52.7	579	51.0
Groupe d'âge	65 à 69 ans	401	36.7	304	29.3	344	30.4
	70 à 74 ans	247	22.6	289	27.9	318	28.1
	75 à 79 ans	197	18.0	202	19.5	227	20.1
	80 à 84 ans	147	13.4	134	12.9	145	12.8
	85 ans et plus	102	9.3	108	10.4	96	8.5
Nationalité	Suisse	1030	93.8	970	93.9	1074	94.6
	Autre nationalité	68	6.2	63	6.1	61	5.4
Genre de ménage	Ménage privé	1036	93.8	976	94.8	1098	96.7
	Autres formes	69	6.2	53	5.2	38	3.3

* réponses valables ; données non pondérées

4 Résultats descriptifs

Ce chapitre présente, dans un premier temps, les principaux résultats descriptifs de l'étude d'investigation sur la base des questions faisant l'objet de la recherche. Ces données seront ensuite approfondies au moyen d'analyses détaillées.

4.1 Attitude à l'égard de la technologie

L'attitude à l'égard de la technologie est un facteur important si l'on veut expliquer les différences dans l'utilisation des moyens technologiques. Dans la perception du grand public, les personnes âgées utiliseraient moins les moyens technologiques parce qu'elles s'intéresseraient moins à la technologie (moderne) ou qu'elles auraient une attitude défavorable à l'égard de la technologie. D'aucuns affirment aussi que les seniors ne feraient pas toujours le lien direct entre l'utilisation de la technologie et les avantages qu'elles pourraient en retirer. Très courante également est l'hypothèse selon laquelle les personnes âgées éprouveraient plus de difficultés à manier les moyens technologiques modernes (Seifert & Doh, 2016).

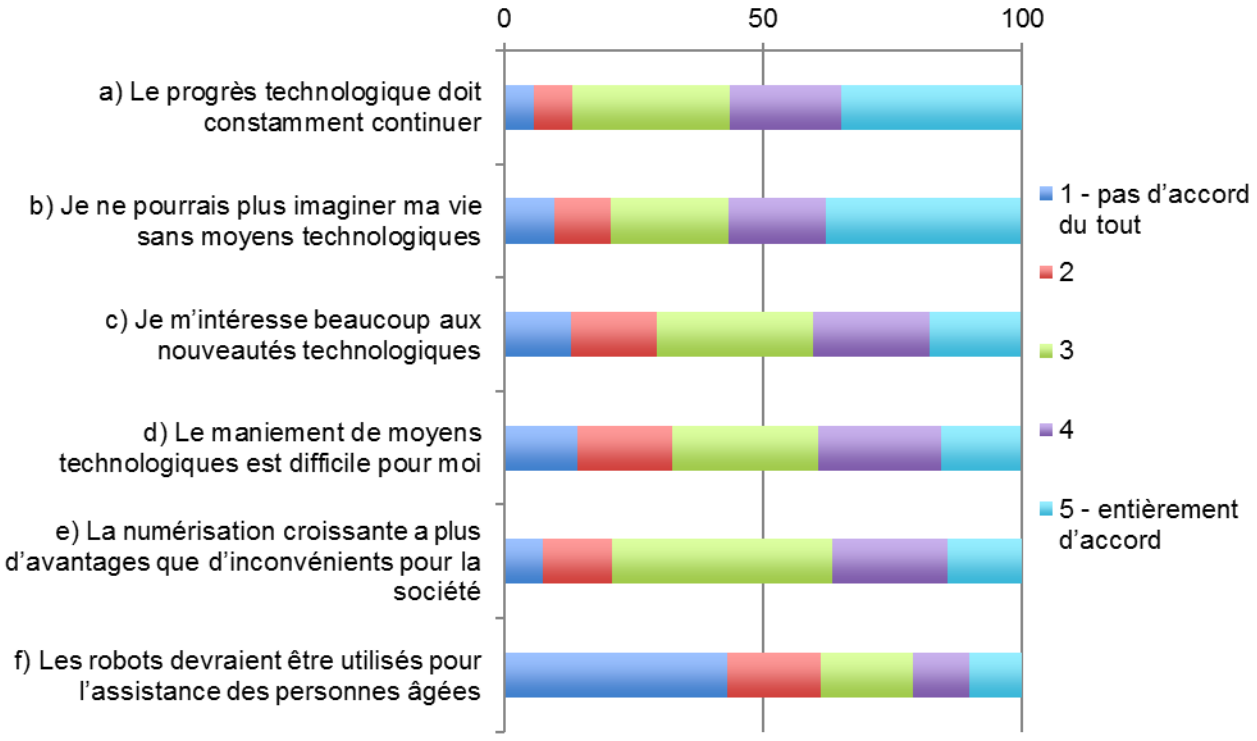

Figure 3 : Affirmations sur la technologie en général

Les personnes interrogées étaient invitées à se prononcer (note de 1 « pas d'accord du tout » à 5 « tout à fait d'accord ») sur six affirmations à ce sujet (voir figure 3).

La première affirmation – « Le progrès technologique doit constamment continuer » – a été approuvée (d'accord ou tout à fait d'accord) par une nette majorité (57 %) des participants, seuls 6 % ne sont pas d'accord du tout. Les hommes ont une opinion plus favorable (67 %) que les femmes (46 %). Le niveau de formation ($r = .089$, $p = .004$) et le revenu ($r = .157$, $p < .001$) jouent également un rôle significatif : l'affirmation sur le progrès technologique est davantage approuvée par des personnes ayant suivi une

formation supérieure ou ayant un revenu plus élevé que par celles qui ont un niveau d'instruction moins élevé et un revenu plus bas. Il n'y a pas de corrélation significative avec l'âge.

La deuxième affirmation (« Je ne pourrais plus imaginer ma vie sans moyens technologiques ») concernait le rôle des moyens technologiques dans la vie de tous les jours. Dans ce cas également, une majorité (57 %) est d'accord ou plutôt d'accord avec cette affirmation, tandis que seuls 20 % la désapprouvent plutôt ou complètement, les autres n'ayant pas d'avis tranché. Il est intéressant de voir que, dans ce cas, le sexe n'est pas un facteur significatif ; cette affirmation étant évaluée de manière similaire par les hommes et les femmes. En revanche, s'agissant de l'âge, il existe une corrélation négative significative $r = -.097$, $p = .001$) : les personnes plus jeunes sont plus nombreuses à approuver cette affirmation que les personnes plus âgées. En ce qui concerne la formation et le revenu, les résultats sont similaires à ceux de la première affirmation sur l'attitude à l'égard de la technologie, puisque les personnes ayant une formation et un revenu supérieurs sont plutôt d'accord avec la deuxième affirmation.

L'affirmation suivante (« Je m'intéresse beaucoup aux nouveautés technologiques ») était destinée à déterminer l'intérêt personnel pour la technologie. Ici, les opinions des personnes interrogées divergent ; les réponses sont plus disparates : 40 % sont d'accord ou tout à fait d'accord avec cette affirmation, tandis que 29 % la rejettent plutôt ou complètement. Les personnes plus jeunes sont plus nombreuses à approuver cette affirmation que leurs aînés ($r = -.134$, $p < .001$). Les hommes sont davantage d'accord avec l'affirmation sur les affinités en matière de technologies que les femmes (53 % des hommes ont un avis favorable ou plutôt favorable, pour seulement 28 % des femmes). Dans ce contexte, on constate également une corrélation positive entre l'acceptation de cette affirmation et le niveau de formation ($r = .209$, $p < .001$) et le revenu ($r = .223$, $p < .001$). Autrement dit, les personnes mieux formées et celles qui ont un revenu plus élevé montrent plus d'affinités en matière de technologies. Les personnes qui disent avoir un intérêt pour les nouveautés technologiques sont également plutôt favorables à la première affirmation sur le progrès technologique ($r = .400$, $p < .001$) et à la deuxième sur le rôle de la technologie au quotidien ($r = .354$, $p < .001$).

La quatrième affirmation liée à cette thématique portait sur les difficultés à utiliser les nouveaux moyens technologiques (« Le maniement de moyens technologiques est difficile pour moi »). Les réponses sont aussi disparates que celles relatives à l'affirmation précédente portant sur l'intérêt pour la technologie : 39 % sont d'accord ou tout à fait d'accord avec cette affirmation, tandis que 32 % la rejettent plutôt ou complètement. Dans ce cas également, on constate des liens similaires avec l'âge, le sexe, le niveau de formation et le revenu, qui laissent supposer que les hommes, les personnes plus jeunes, les personnes avec une formation supérieure et les personnes ayant un revenu élevé rejettent plutôt cette affirmation ; pour eux, le maniement des nouveaux moyens technologiques est plutôt simple.

En outre, ces quatre premières affirmations permettent une comparaison dans le temps entre les trois enquêtes réalisées dans le cadre de l'étude *Digital seniors* (voir tableau 3). Cette comparaison montre que si l'attitude à l'égard de la technologie est restée stable, le taux d'approbation a légèrement augmenté en ce qui concerne l'intérêt pour la technologie et son rôle dans la vie de tous les jours.

Tableau 3 : Comparaison de l'attitude à l'égard de la technologie	**Enquête de 2009**	**Enquête de 2014**	**Enquête de 2019**
a) Le progrès technologique doit constamment continuer	3.86	3.82	3.73
b) Je ne pourrais plus imaginer ma vie sans moyens technologiques	3.79	3.61	3.64
c) Je m'intéresse beaucoup aux nouveautés technologiques	3.08	2.96	3.16
d) Le maniement de moyens technologiques est difficile pour moi	*	3.23	3.08

Le tableau contient les scores moyens (note de 1 « pas d'accord du tout » à 5 « tout à fait d'accord ») ; * échelle différente ; données non pondérées

Dans l'enquête actuelle, les personnes interrogées devaient évaluer une nouvelle affirmation liée à l'attitude à l'égard de la technologie (voir figure 3) : « La numérisation croissante a plus d'avantages que d'inconvénients pour la société ». Cette affirmation était destinée à prendre en compte notamment les changements dans notre vie quotidienne en raison de la transformation numérique. Dans ce cas également, les réponses étaient plutôt ambivalentes. Si pour 37 % des personnes interrogées, les avantages sont plus importants que les inconvénients (« d'accord » ou « plutôt d'accord »), 21 % d'entre elles estiment que les inconvénients prévalent (« pas d'accord » ou « pas d'accord du tout »). Le grand nombre de personnes (42 %) qui ont choisi la note moyenne (3) témoigne de la perception ambivalente de la numérisation (elle a aussi bien des avantages que des inconvénients). Il n'existe pas de corrélation significative relative à l'âge des personnes interrogées. En revanche, la numérisation a plus d'avantages pour les hommes (41 %) que pour les femmes (33 %). S'agissant du niveau de formation et du revenu, les personnes ayant une formation supérieure ($r = .071$, $p = .022$) et un revenu plus élevé ($r = .130$, $p < .001$) approuvent plutôt cette affirmation, elles estiment donc que la numérisation a plus d'avantages.

La deuxième affirmation nouvellement intégrée à l'enquête (« Les robots devraient être utilisés pour l'assistance des personnes âgées ») avait pour but de connaître l'avis sur l'utilisation de robots dans les soins aux personnes âgées. Dans ce domaine, les avis sont plutôt unanimes : seuls 21 % sont d'accord ou tout à fait d'accord avec cette affirmation, tandis qu'une majorité (61 %) la rejettent plutôt ou complètement. Ici aussi, on constate des différences entre les hommes et les femmes et entre les niveaux de formation et de revenu : les hommes et les personnes ayant un niveau de formation ou un revenu plus élevé ont un avis plus favorable sur ce point. Il n'existe pas de différences significatives en fonction de l'âge des personnes interrogées.

4.2 Possession d'appareils et utilisation de moyens de communication

Outre l'attitude à l'égard de la technologie, il est également important d'interroger les seniors sur les appareils dont ils disposent dans le ménage et les moyens qu'ils emploient pour rechercher des informations et pour communiquer.

4.2.1 Possession d'appareils

L'enquête actuelle comprenait également des questions sur les appareils TIC traditionnels, afin de déterminer si l'utilisation de ces derniers était en baisse. La quasi-totalité (96 %) des personnes interrogées âgées de 65 ans et plus déclarent posséder au moins un poste de télévision dans le ménage, seuls 4 % n'en ont pas. Parmi les personnes qui possèdent et utilisent un poste de télévision, 86 % regardent la télévision tous les jours, 11 % seulement toutes les semaines et les autres encore moins souvent (voir figure 4). Neuf personnes sondées sur dix (91 %) écoutent la radio ; dont 76 % tous les

jours. Au fil du temps, les taux d'utilisation de la télévision et de la radio n'ont guère évolué ; toutefois, l'utilisation quotidienne est un peu en recul.

Le pourcentage de personnes interrogées qui possèdent et utilisent un téléphone fixe s'élève à 83 %. Elles sont 44 % à utiliser un téléphone portable classique (pas de smartphone, voir le chapitre 4.2.2). L'ordinateur fait aussi partie des appareils TIC que l'on trouve aujourd'hui dans pratiquement tous les ménages de personnes plus âgées : en effet, 74 % d'entre elles possèdent et utilisent un ordinateur de bureau ou un ordinateur portable. Dans ce cas également, l'âge joue un rôle : les personnes qui possèdent un ordinateur sont en moyenne plus jeunes (72 ans) que celles qui n'en possèdent pas (78 ans).

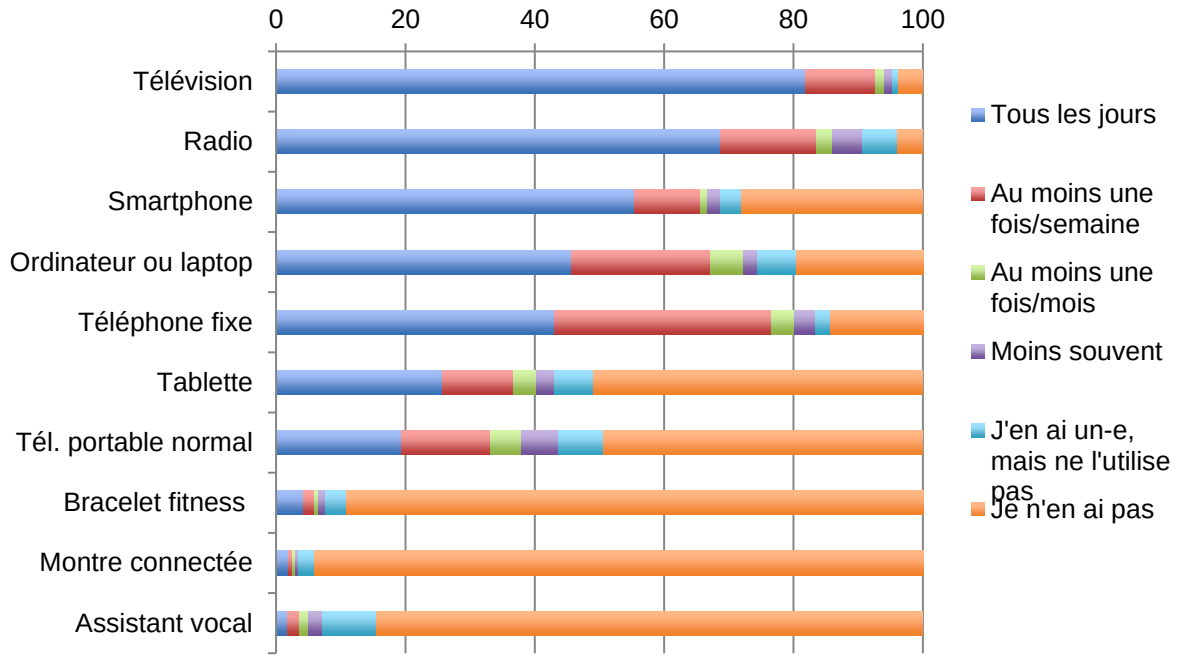

Figure 4 : Utilisation d'appareils TIC

Ces dernières années, le smartphone est devenu un outil mobile important du quotidien pour la recherche d'informations et la communication, y compris auprès de la population âgée, comme en témoigne la part de 69% d'utilisateurs et utilisatrices. Le smartphone est utilisé quotidiennement (81%, voir figure 4), aussi par une partie des personnes de 85 ans et plus (25 % d'usagers). Cela dit, une nette différence d'âge perdure : les personnes qui utilisent un smartphone sont en moyenne plus jeunes (72 ans) que celles qui n'en utilisent pas (78 ans). Cette différence se retrouve pour l'utilisation de la tablette (72 ans et 75 ans), même si l'usage a augmenté dans toutes les tranches d'âge pour atteindre, dans l'étude d'investigation actuelle, 43%. Si l'utilisation du smartphone est toujours plus importante chez les hommes, on ne constate pas de différence significative entre hommes et femmes en ce qui concerne la tablette. Alors que lors du sondage précédent en 2014, 32 % des personnes interrogées avaient un smartphone et 26 % une tablette, les utilisateurs/trices de smartphones représentent aujourd'hui 69 %, ceux de tablettes, 43 %. Leur nombre a donc presque doublé (voir figure 5).

S'agissant de l'habitronique (bracelets fitness et montres connectées), elle ne séduit guère ou pas du tout la population âgée. Toutefois, l'utilisation de ces appareils est en hausse, ce qui s'explique souvent par leurs fonctions de contrôle et de motivation. Pour cette raison, il était important de savoir si les personnes interrogées utilisaient ces produits. Seuls 8 % portent un bracelet de fitness et 3 % une montre

connectée, soit des taux plutôt faibles (voir figure 4). En revanche, 56 % des utilisateurs/trices de bracelet fitness connecté et 61 % d'utilisateurs/trices de montre connectée emploient ces appareils tous les jours.

Ces derniers temps, les assistants à commande vocale gagnent en importance. Connectés à Internet, ces appareils permettent la recherche d'informations et la communication à commande vocale dans le ménage. Les appareils les plus connus sont, entre autres, Amazon Echo (Alexa), Apple HomePod (Siri) et Google Home (« Ok Google »). De plus en plus populaires, ces appareils sont cependant peu utilisés par la population âgée, d'après les résultats de notre enquête : seuls 7 % des personnes interrogées utilisent un assistant vocal de ce type dans le ménage (cf. figure 4). Ces chiffres sont cependant proches des taux d'utilisation des bracelets de fitness connectés, ce qui montre que l'utilisation des assistants vocaux, au moins en partie, s'est répandue en peu de temps. On peut également constater que certaines personnes (8 %) ont dans leur ménage un assistant vocal qu'elles n'emploient pas elles-mêmes, mais qui est utilisé par leur partenaire ou une autre personne du ménage. Dans ce cas également, l'âge joue un rôle : les utilisateurs/trices de ces assistants vocaux sont en moyenne plus jeunes (72 ans) que les personnes qui ne les utilisent pas (74 ans).

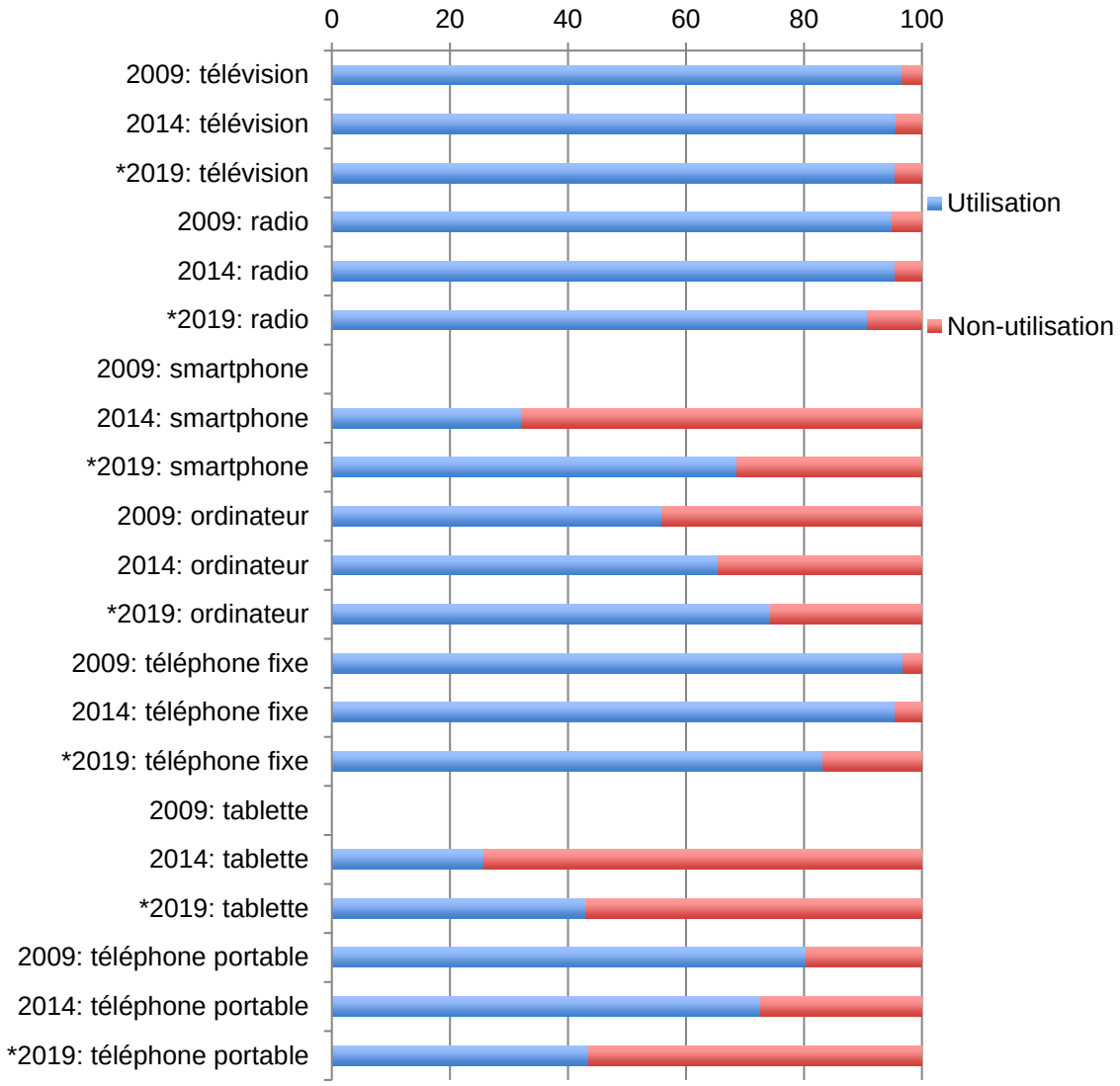

Figure 5 : Comparaison dans le temps de l'utilisation d'appareils TIC (données comparables uniquement)

Selon la comparaison diachronique depuis 2009 (cf. figure 5), l'utilisation de la télévision ou de la radio reste très stable, même si l'on constate un léger recul. Le téléphone fixe et le téléphone portable classique sont de moins en moins utilisés. En revanche, les taux d'utilisation ont beaucoup augmenté pour l'ordinateur et la tablette, et encore davantage pour le smartphone. L'exemple du smartphone en particulier montre que ce dernier a désormais remplacé le téléphone portable traditionnel, y compris dans la population âgée.

De même, en comparant les groupes des moins et des plus de 79 ans, on constate que ce sont avant tout des personnes de plus de 80 ans qui ont un téléphone portable traditionnel et non pas un smartphone. Les personnes de moins de 80 ans, pour leur part, utilisent plus fréquemment le smartphone, la tablette, l'ordinateur et l'habitronique. Les personnes de plus de 80 ans, quant à elles, possèdent plutôt un téléphone fixe (voir figure 6).

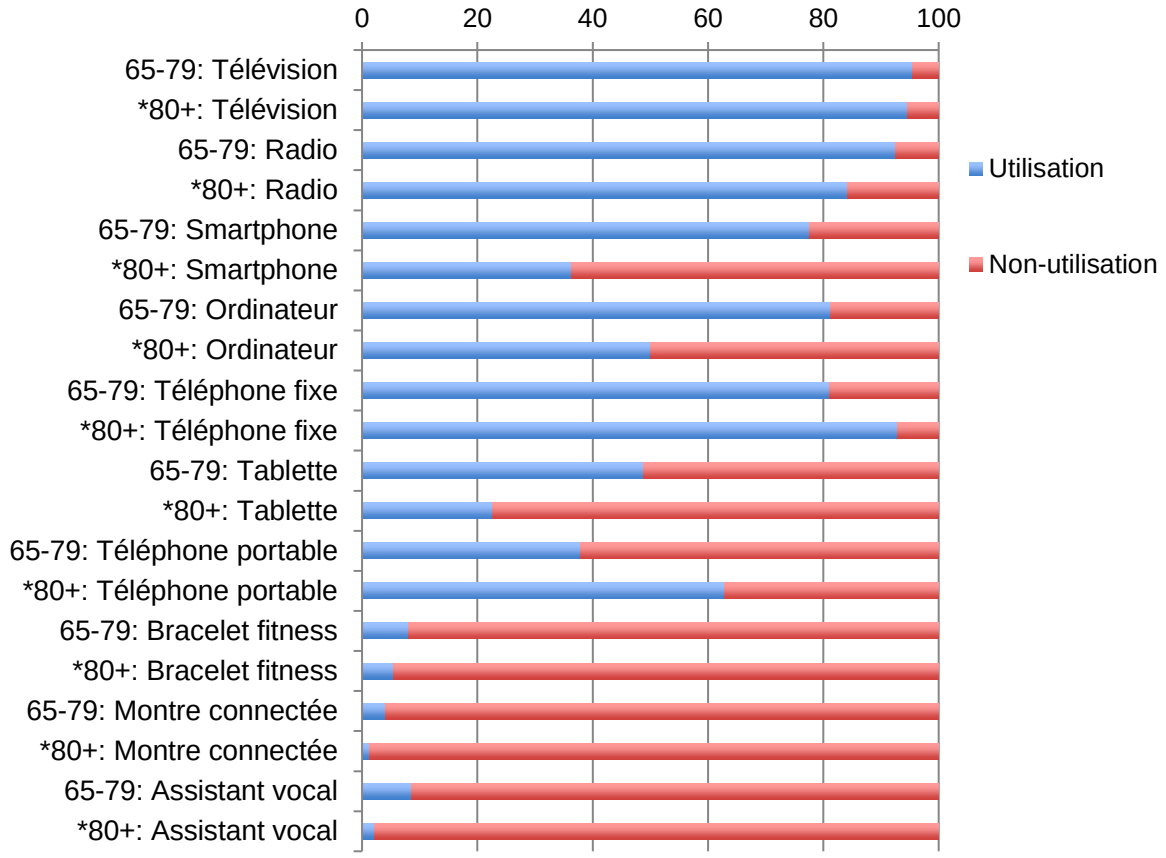

Figure 6 : Utilisation d'appareils TIC (2019), par groupes d'âge

4.2.2 Utilisation d'Internet par l'entourage et interlocuteurs en cas de problèmes avec les appareils électroniques

Outre l'utilisation des appareils TIC par la personne elle-même, la situation dans son entourage doit également être étudiée. Si les proches ont de bonnes connaissances des appareils les plus récents, ils peuvent fournir une assistance en cas de problèmes techniques. Selon l'enquête actuelle, l'entourage a une attitude plutôt positive à l'égard d'Internet, les membres de la famille (en règle générale les propres enfants) et les amis étant souvent connectés (voir figure 7). Ainsi, les personnes qui utilisent Internet cohabitent généralement avec des personnes qui l'utilisent également.

Toutefois, l'utilisation d'appareils électroniques peut poser des problèmes, par exemple lorsque le poste de télévision ou le smartphone tombent en panne. Pour cette raison, il est important de savoir où les personnes interrogées vont chercher de l'aide et à quels groupes de personnes elles s'adressent. Les premiers interlocuteurs en cas de problèmes techniques sont souvent les proches (si la personne en a), viennent ensuite les connaissances et les amis ou encore les commerces spécialisés (voir figure 8).

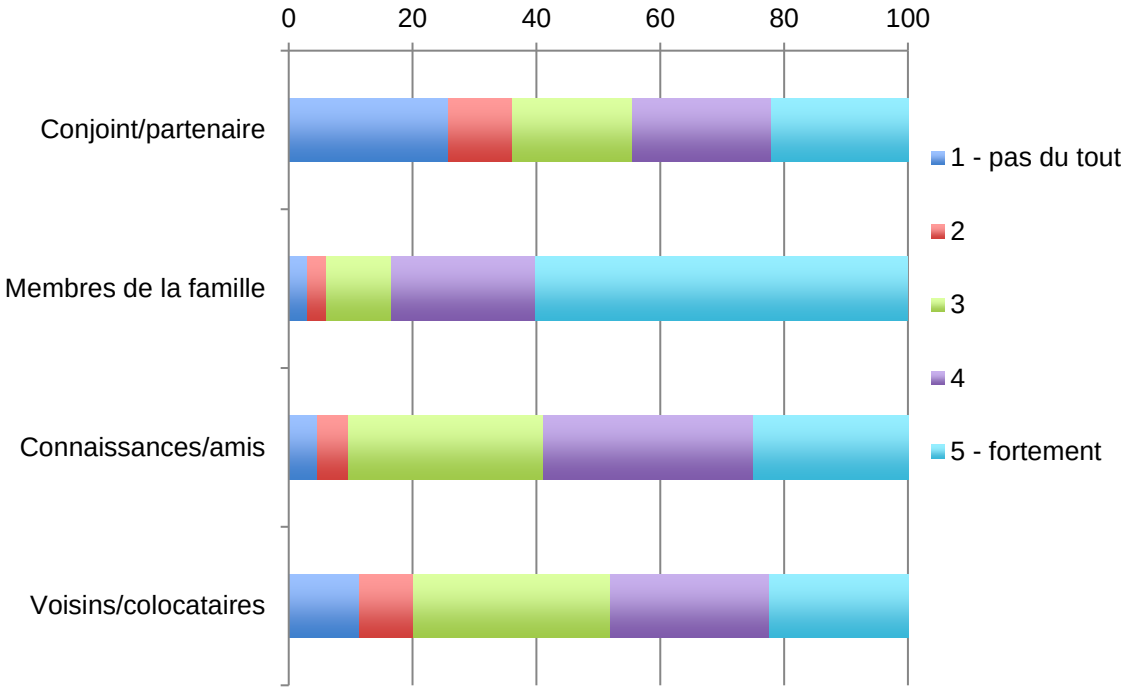

Figure 7 : Utilisation d'Internet par l'entourage

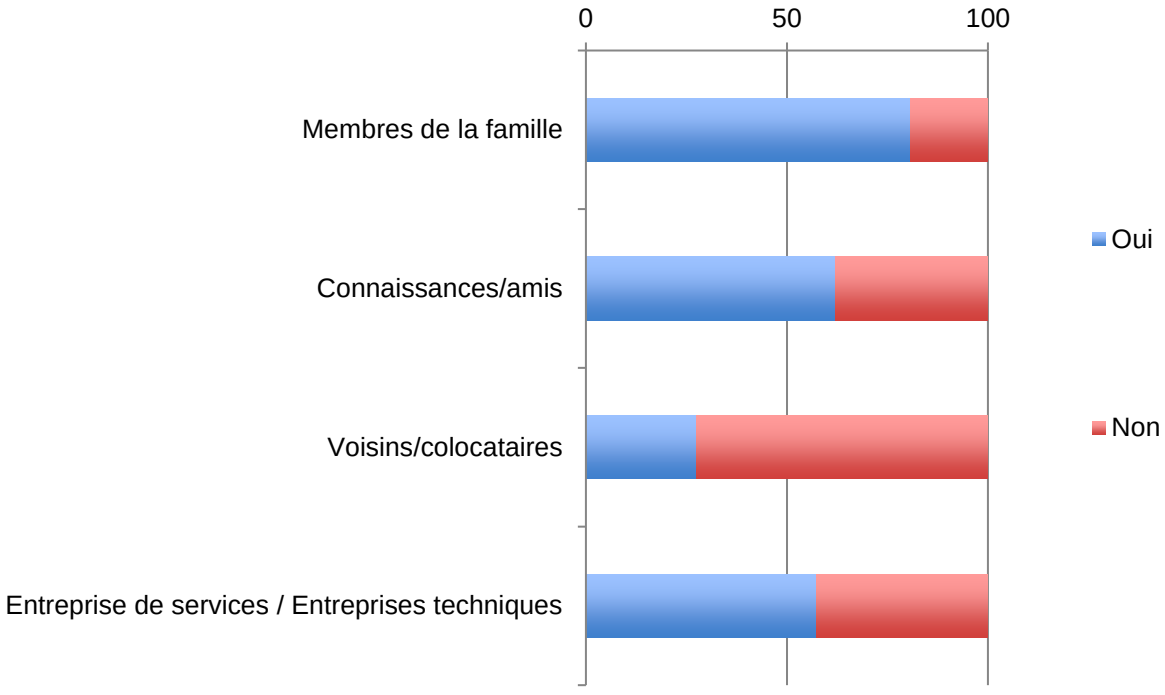

Figure 8 : Assistance informatique

4.3 Utilisation d'Internet : internautes et non-internautes

Ci-après, les utilisateurs/trices d'Internet seront appelés « internautes » et les personnes qui n'utilisent pas Internet « non-internautes ». Les internautes font partie du « cercle le plus large des utilisateurs » selon les statistiques pertinentes de l'Office fédéral de la statistique (OFS) : ils doivent avoir utilisé Internet au moins une fois au cours des six derniers mois. Les non-internautes sont les personnes qui ont déclaré n'avoir jamais utilisé Internet elles-mêmes au cours des six derniers mois. Par conséquent, le groupe des non-internautes comprend les personnes qui n'ont aucune expérience personnelle de l'utilisation d'Internet et celles qui ont peut-être déjà utilisé Internet, mais pas au cours des six derniers mois.

4.3.1 Utilisation actuelle d'Internet

La description ci-dessous concerne l'échantillon de personnes interrogées, dans un premier temps sans aucune pondération supplémentaire. À la question générale de savoir s'il leur était déjà arrivé d'utiliser Internet, 81.4 % des personnes interrogées ont répondu « oui » et 18.6 % ont répondu « non ».

Selon le sondage, 922 personnes (80.2 %) peuvent être définies comme internautes et 227 (19.8 %) comme non-internautes. Si l'on ne considère que les personnes qui utilisent Internet au moins plusieurs fois par semaine, soit le « cercle restreint des utilisateurs » (CRU), selon l'Office fédéral de la statistique, 70.1 % des seniors interrogés (65 ans et plus) dans le cadre de l'enquête actuelle feraient partie des internautes.

Au total, 60.4 % des utilisateurs/trices d'Internet sont en ligne tous les jours, 27.0 % plusieurs fois par semaine, 9.0 % plusieurs fois par mois et 3.6 % moins souvent.

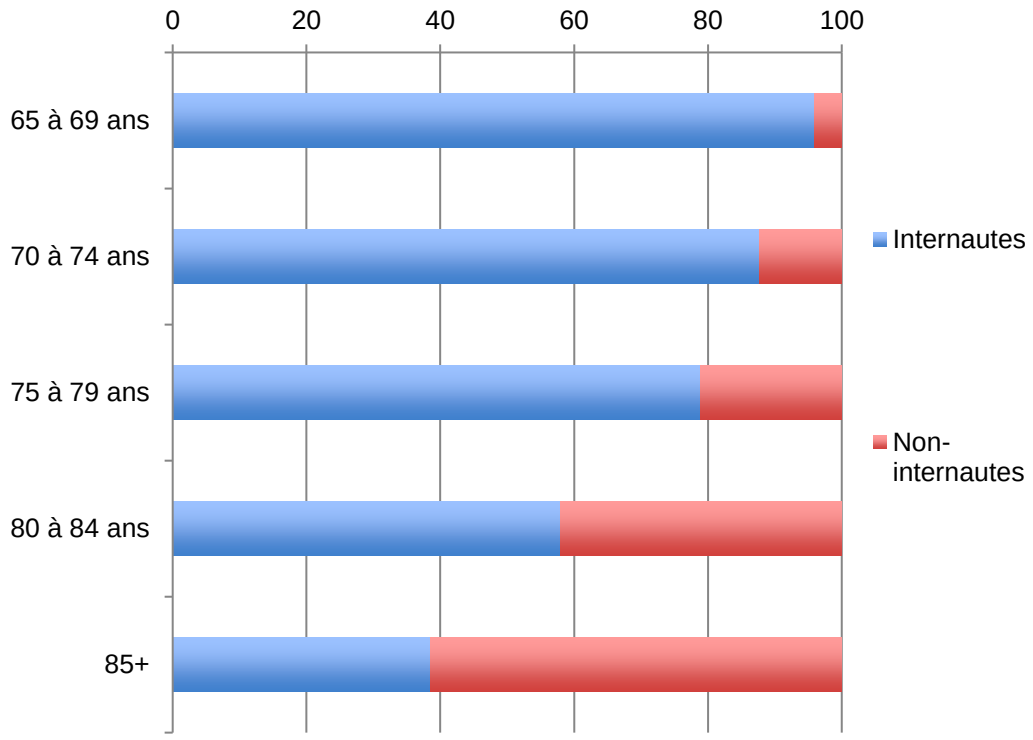

Figure 9 : Fréquence d'utilisation d'Internet par groupe d'âge (**échantillon non pondéré**)

Selon l'enquête actuelle, il existe également un lien manifeste entre l'âge et l'utilisation d'Internet : alors que 95.9 % des personnes de 65 à 69 ans utilisent Internet, ce taux n'est que de 38.5 % pour les personnes à partir de 85 ans (voir figure 9). L'étude d'investigation de 2019 montre clairement que pratiquement toutes les personnes de moins de 75 ans utilisent Internet, tandis que l'utilisation ne s'est pas encore généralisée dans la population de 80 ans et plus.

La répartition par sexe fait apparaître une tendance déjà observée dans les enquêtes de 2009 et 2014, que l'on pourrait qualifier de fossé entre les sexes : 87 % des hommes et 74 % des femmes sont en ligne ; les statistiques actuelles montrent toutefois que cette différence à tendance à disparaître, voir qu'elle s'efface lorsqu'on tient également compte d'autres facteurs (voir le chapitre 5.1). Le revenu et la formation sont également des facteurs différenciateurs : d'une part, les internautes au revenu plutôt confortable et au niveau d'instruction élevé, d'autre part, les non-internautes avec un revenu plus faible et une formation moins longue (voir le chapitre 4.4.6).

Correction de l'utilisation d'Internet (échantillon pondéré)

Si la pondération présentée au chapitre 3.3.2 (pondération supplémentaire selon le groupe d'âge, le sexe, la formation et la région linguistique) est appliquée, la part d'internautes passe de 80.2 % à 74.2 %.

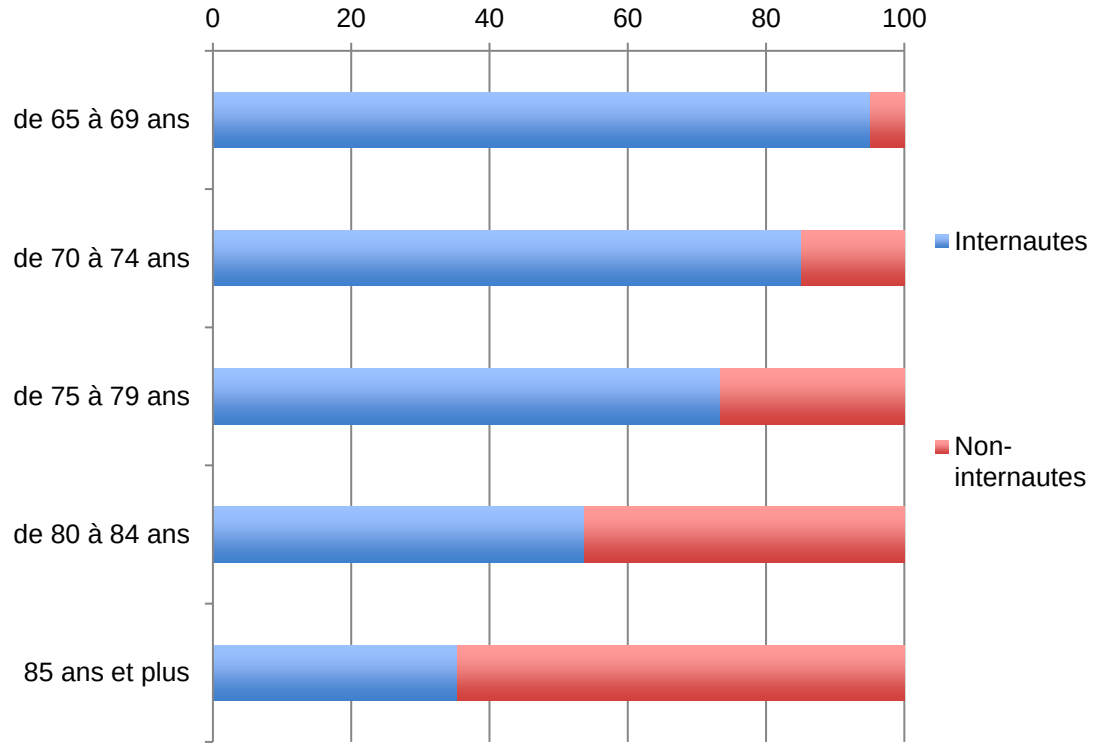

Figure 10 : Fréquence d'utilisation d'Internet en fonction de l'âge (**échantillon pondéré**)

Après la pondération, 84 % des internautes sont des hommes, 67 % des femmes. On relève peu de changements lorsque l'utilisation est différenciée par groupe d'âge dans l'échantillon pondéré (figure 10) : bien que l'utilisation baisse dans tous les groupes d'âge, le rapport entre l'utilisation et l'âge reste inchangé. La baisse de l'utilisation dans l'échantillon pondéré résulte principalement du fait que les personnes plus âgées, en général, et les personnes moins formées, dans les groupes d'âge plus jeunes, « pèsent plus lourd » dans les statistiques.

Les analyses suivantes se réfèrent à nouveau aux données non pondérées, autrement dit aux résultats de l'échantillon effectif.

4.3.2 Présentation diachronique de l'utilisation d'Internet

La comparaison des études d'investigation réalisées jusqu'ici (2009, 2014 et 2019) montre que le nombre d'internautes a considérablement augmenté dans le groupe des personnes âgées de 65 ans et plus (voir tableau 4). Si l'on tient compte des données pondérées de la première et de la dernière enquête, la hausse est bien visible : le nombre d'internautes (cercle d'utilisateurs élargi) passe de 37.8 % à 74.2 %. La différence entre les deux résultats s'élève à environ 36 points de pourcentage, c'est-à-dire une augmentation relative de 96 %.

Tableau 4 Comparaison des enquêtes	**2009**	**2014**	**2019**
Données pondérées			
Internautes (**cercle le plus large des utilisateurs**)	**37.8**	**55.7**	**74.2**
Internautes (**cercle restreint des utilisateurs**)	29.5	45.8	63.8
Données non pondérées			
Internautes (**cercle le plus large des utilisateurs**)	43.5	60.4	80.2
Internautes (**cercle restreint des utilisateurs**)	33.7	50.2	70.1

Remarques : valeurs en %. Cercle le plus large des utilisateurs : au moins une utilisation occasionnelle au cours des six derniers mois. Cercle restreint des utilisateurs : utilisation au moins plusieurs fois par semaine au cours des six derniers mois. Pondération en fonction du groupe d'âge, de la formation et de la région linguistique.

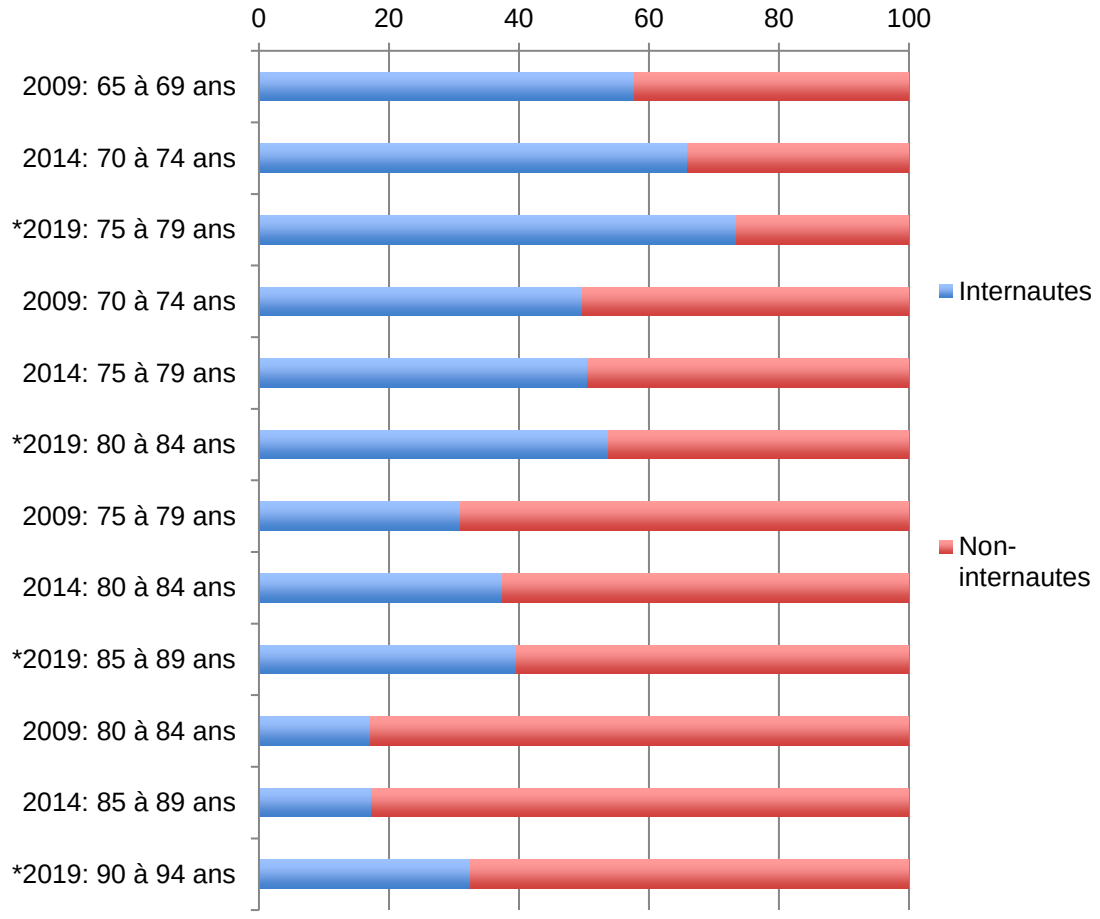

Figure 11 : Évolution de l'utilisation d'Internet pour des cohortes comparables (données pondérées)

Compte tenu du vieillissement naturel (dix ans depuis 2009, cinq ans depuis 2014), il est pertinent de comparer directement les données de la cohorte qui a vieilli, soit le groupe des personnes âgées de 65 ans en 2009 et celui des seniors qui ont 75 ans actuellement. Cette comparaison montre également une augmentation de l'utilisation d'Internet en particulier dans le groupe des personnes actuellement âgées de 75 à 79 ans, mais aussi dans celui des plus de 85 ans (voir figure 11). On peut en conclure que cette hausse n'est pas seulement spécifique à la cohorte, mais qu'elle est également due à des raisons individuelles : des personnes parties à la retraite en 2009 ont seulement commencé à s'intéresser à l'Internet à partir de ce moment-là et ont appris à s'en servir. Malheureusement, les données disponibles sont des données transversales et non pas de véritables données longitudinales (provenant de questions posées aux mêmes personnes lors des différentes enquêtes), ce qui empêche la représentation des changements directs à l'échelle individuelle.

4.3.3 Durée et intensité de l'utilisation d'Internet

Les internautes ont également été invités à indiquer depuis quand ils utilisaient Internet. Seuls 8.7 % ont répondu qu'ils l'utilisaient depuis cinq ans ou moins. Pour 20.7 % des personnes interrogées, la durée d'utilisation est de 6 à 10 ans, pour 16.0 %, elle est de 11 à 15 ans et pour 28.8 %, de 16 à 20 ans. Plus d'un quart (25.8 %) des internautes utilisent Internet depuis plus de 20 ans ; il faut cependant tenir compte du fait que ces indications sont subjectives et que des versions antérieures des applications Internet actuelles ont éventuellement été prises en compte.

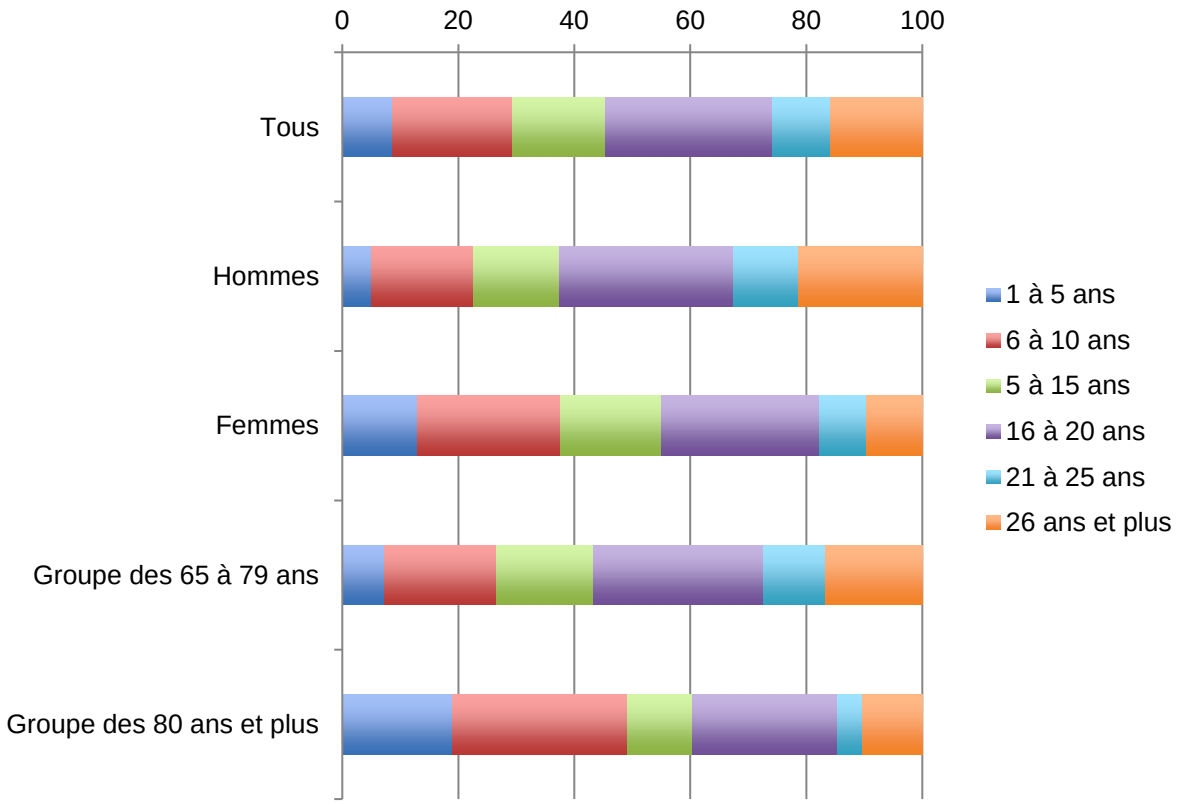

Figure 12 : Durée de l'utilisation d'Internet

S'agissant des différences liées au sexe et à l'âge (voir figure 12), les hommes et les personnes plus jeunes (65 à 79 ans) utilisent Internet depuis plus longtemps que les femmes et les personnes à partir de 80 ans. Ces résultats montrent également que les différences en matière d'utilisation d'Internet ne s'expliquent

pas seulement par la prise en compte de la cohorte des plus jeunes ou d'une activité professionnelle dans le domaine technique (p. ex. pour les hommes de cette tranche d'âge), mais aussi par le fait que bon nombre de personnes âgées (notamment des femmes âgées) ont seulement été en contact avec Internet à un âge plus avancé.

Combien de temps les personnes interrogées passent-elles sur Internet ? L'enquête montre que le temps passé sur Internet est de 92 minutes en moyenne par jour (écart type : 101.49 minutes, médiane : 60 minutes). On peut également constater que la plupart des personnes (59.7 %) sont en ligne moins d'une heure par jour. En moyenne, les hommes utilisent Internet durant 97 minutes par jour, contre 85 minutes pour les femmes. Bien que la durée d'utilisation chez les plus de 80 ans soit inférieure à celle des personnes plus jeunes (65 à 79 ans), cette différence n'est que de 10 minutes en moyenne (83 minutes au lieu de 93 minutes).

4.3.4 Utilisation mobile d'Internet

Outre l'utilisation par le réseau fixe, l'utilisation mobile d'Internet, autrement dit l'utilisation nomade, p. ex. sur smartphone ou tablette, joue un rôle de plus en plus important. En effet, l'étude actuelle montre que 70.2 % des internautes utilisent également l'Internet mobile. En tenant compte de la pondération supplémentaire de l'échantillon (selon l'âge, le sexe, la formation et la région linguistique), ce taux est de 68.1 %. S'agissant des différences entre les groupes d'âge, on constate une situation similaire à celle de l'utilisation d'Internet en général : les personnes plus jeunes sont également les plus nombreuses à utiliser Internet en déplacement (voir figure 13).

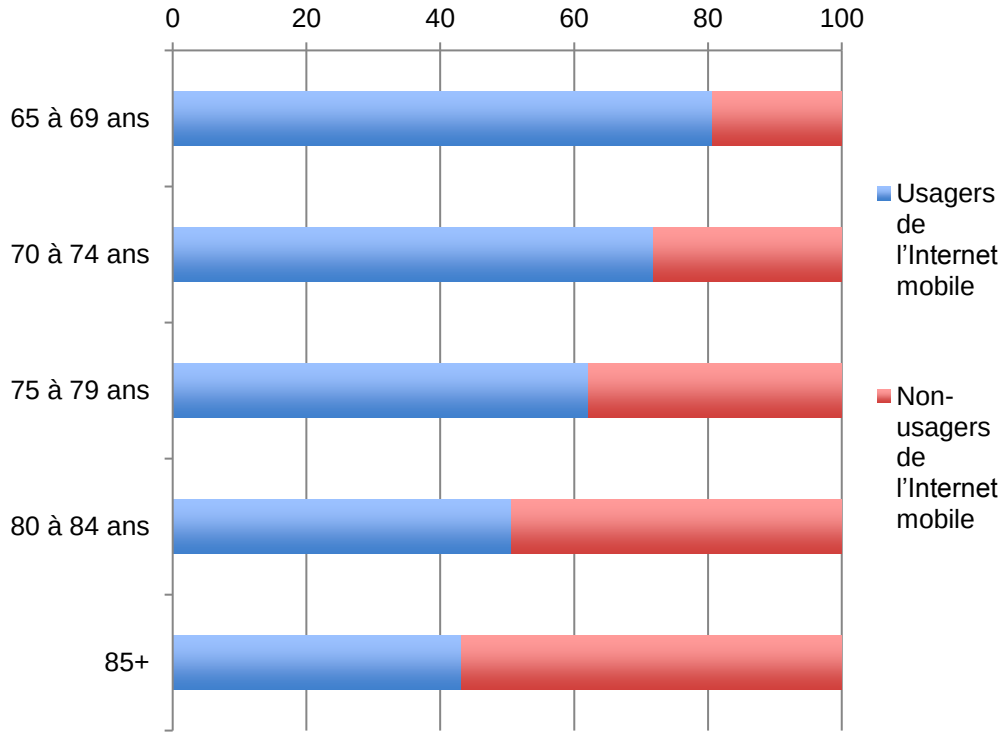

Figure 13 : Utilisation mobile d'Internet (internautes uniquement, n = 922)

Parmi les personnes qui utilisent également l'Internet mobile, 31.4 % sont en ligne tous les jours, 29.8 % plusieurs fois par semaine, 15.8 % plusieurs fois par mois et 23.0 % moins souvent. Parmi les internautes nomades, 94.5 % ont un smartphone et 58.8 % une tablette.

4.4 Profils des internautes et des non-internautes

Le tableau 5 ci-dessous fournit une première série d'informations sur les internautes et les non-internautes, notamment les principales caractéristiques sociodémographiques.

Tableau 5 Profil des personnes utilisant Internet ou non, en %

		2019			2009	2014
		Internautes *n* = 922	**Non-internautes** *n* = 227	**Tous** *n* = 1149	Internautes *n* = 481	Internautes *n* = 626
Sexe	Hommes	53	33	49	55	56
	Femmes	47	67	51	45	44
Groupes d'âge	65 à 69	36	6	30	52	39
	70 à 74	31	18	28	27	32
	75 à 79	20	22	20	14	17
	80 à 84	9	27	13	6	9
	85+	4	27	9	2	3
Langue	Français	22	23	22	20	21
	Allemand	69	62	68	73	71
	Italien	9	15	10	7	8
État civil	Célibataire	5	8	5	6	5
	Marié-e ou en partenariat	68	50	64	75	67
	Veuf/veuve	14	32	18	10	14
	Divorcé-e ou séparé-e	13	10	13	9	13
Nationalité	Suisse/Suissesse	95	92	95	94	95
	Autre nationalité	5	8	5	6	5
Genre de ménage	Ménage privé	98	93	97	99	98
	Ménage collectif	2	7	3	1	2
Ménage formé de	1 personne	28	43	31	25	29
	2 personnes ou plus	72	57	69	6	3
Parcours scolaire/formation	École obligatoire : école primaire	9	30	14	8	10
	Secondaire II (formation professionnelle)	44	53	46	52	51
	Secondaire II (formation générale)	8	4	7	7	7
	Tertiaire (formation professionnelle supérieure)	17	9	15	14	14
	Tertiaire (hautes écoles)	22	4	18	19	19
Revenu du ménage (en CHF)	jusqu'à 2000	2	8	3	2	3
	2001 à 4000	22	48	27	21	24
	4001 à 8000	52	36	49	52	47
	plus de 8000	24	8	21	25	26
Total (par variable)		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Pourcentage en colonne, informations valables (données non pondérées). Exemple : 47 % des internautes sont des femmes, 53 % des hommes.

Le tableau montre également que les internautes sont en majorité des hommes, généralement plus jeunes, ce qui fait qu'ils sont aussi plus nombreux à vivre en partenariat et en ménage privé. Les personnes possédant une formation supérieure et des revenus plus élevés sont plus nombreuses dans le groupe des internautes.

Si l'on tient compte des résultats des deux dernières enquêtes (les dernières colonnes du tableau 5), on ne constate que de faibles variations entre les profils identifiés dans l'enquête précédente et dans l'enquête actuelle. Ceci porte à croire que les caractéristiques des internautes n'ont pas évolué de manière significative au cours des dernières années et que le clivage en matière de formation, par exemple, n'a pas disparu.

4.4.1 Utilisation d'appareils TIC

Il ne fait aucun doute que l'utilisation d'Internet dépend également de l'existence d'une infrastructure adéquate, par exemple un ordinateur. Le fait que 90 % des internautes possèdent un ordinateur de bureau ou un ordinateur portable n'a donc rien de surprenant. Par contre, seuls 12 % des non-internautes possèdent un ordinateur (voir figure 14). On peut présumer que la plupart de ces ordinateurs sont compatibles avec Internet, mais qu'ils ne sont pas utilisés à cet effet. Certains non-internautes qui manifestement possèdent un smartphone ou une tablette ne l'utilisent pas pour aller sur Internet ou ne savent pas que ces appareils utilisent (potentiellement) l'Internet en arrière-plan.

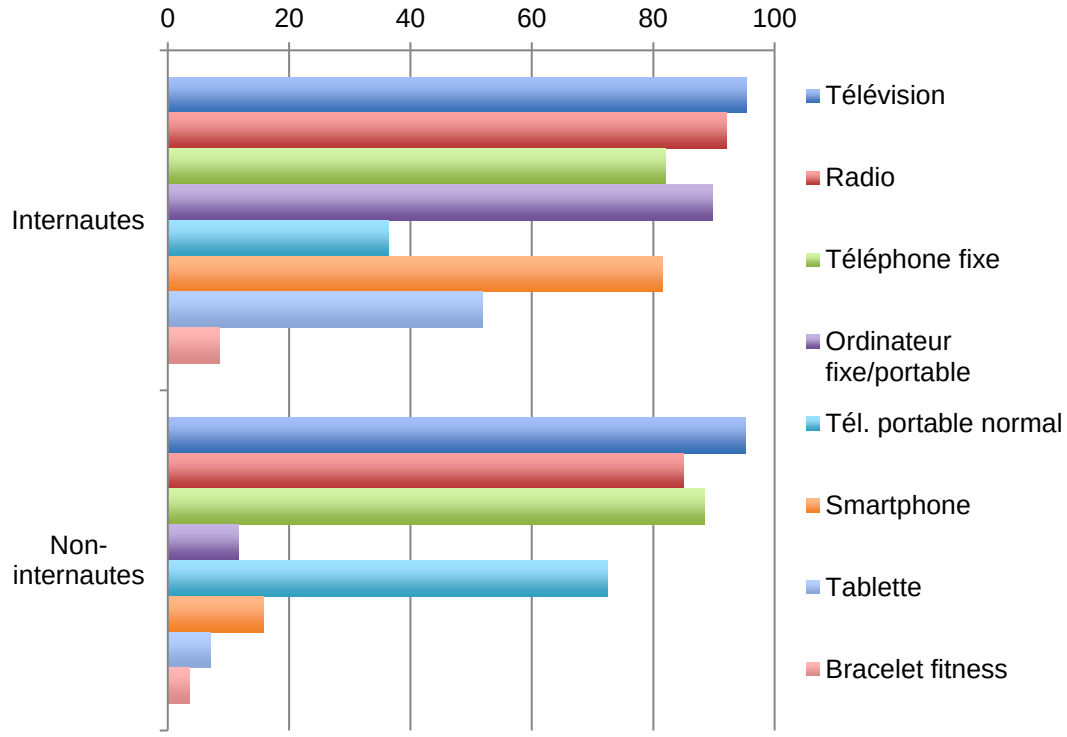

Figure 14 : Appareils électroniques dans le ménage, répartition par internautes et non-internautes

En comparaison avec les données de 2014, les résultats de l'enquête actuelle révèlent que les internautes sont toujours moins nombreux à utiliser un téléphone portable non connecté à Internet et qu'ils utilisent plus souvent un smartphone. En revanche, beaucoup de non-internautes ont encore un téléphone portable traditionnel. Le nombre assez élevé de smartphones et de tablettes recensé chez les internautes dans de l'enquête actuelle indique que les appareils mobiles jouent un rôle de plus en plus important (voir chapitre 4.2).

4.4.2 Applications utilisées et intéressantes

Les internautes interrogés étaient invités à cocher dans une liste les applications en ligne qu'ils avaient utilisées au cours des trois derniers mois et celles qu'ils jugeaient intéressantes (s'ils ne les avaient pas encore utilisées). Les non-internautes devaient indiquer quant à eux les possibilités d'utilisation qu'ils jugeaient intéressantes.

L'ordre de préférence des types d'utilisation (figure 15) correspond dans une large mesure à l'ordre constaté lors de l'enquête de 2014. Figurent en tête de liste la recherche générale d'informations ainsi que l'envoi/la réception d'e-mails (près de 100 % de taux d'utilisation pour ces deux items), suivis par les chats/appels téléphoniques, la navigation et la consultation d'horaires et d'informations de voyage. Viennent ensuite, avec des taux d'utilisation de 50 % à 65 %, la recherche d'informations relatives à la santé, les réservations, la lecture de journaux et les transactions bancaires. Moins de 50 % des personnes utilisent les services administratifs, l'achat de biens et les services de streaming, alors que moins de 30 % ont recours à des offres telles que les jeux en ligne, les réseaux sociaux et la vente de marchandises. Enfin, avec un taux d'utilisation de 13 %, les commentaires et la publication d'articles de blog ferment la marche.

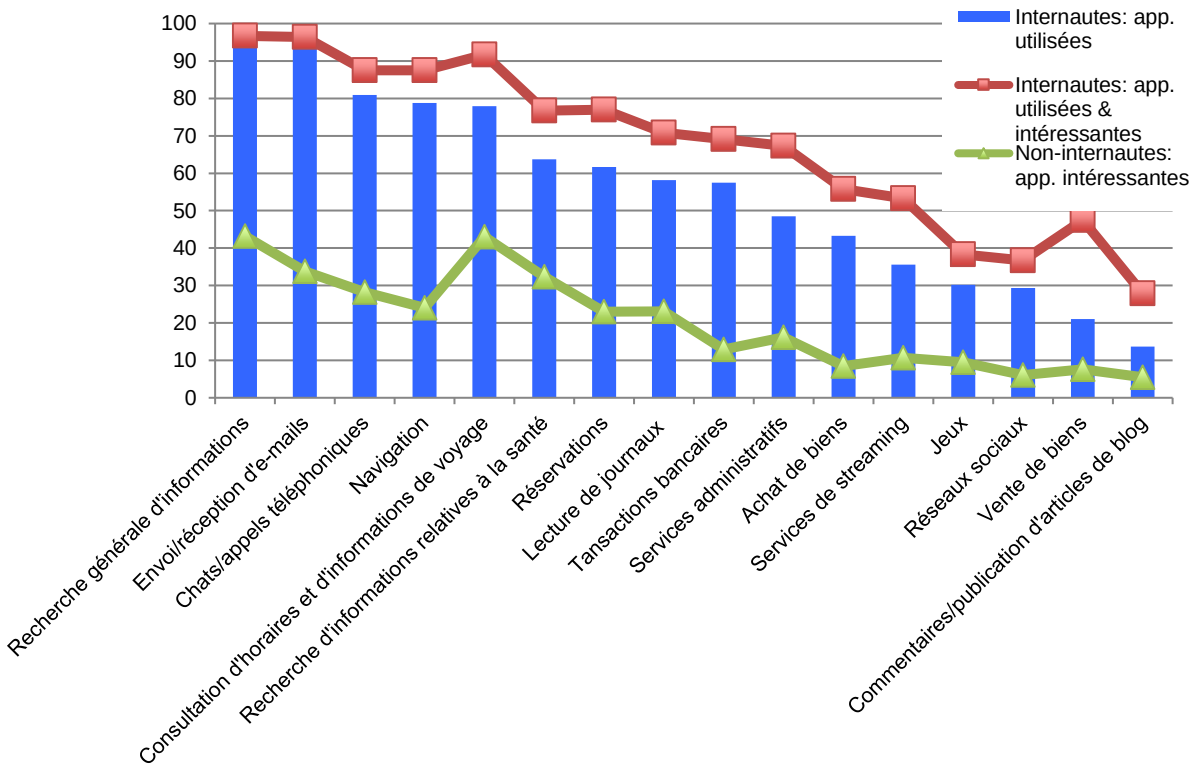

Figure 15 : Applications utilisées et/ou intéressantes selon les internautes et les non-internautes

Bon nombre d'internautes sont également attirés par des applications qu'ils n'ont encore jamais utilisées. Ainsi toutes les applications, à l'exception des domaines tels que la recherche générale d'informations ou la messagerie électronique où le taux d'utilisation maximal est presque atteint, offrent encore un potentiel de développement, notamment les services en ligne des administrations, la vente de marchandise et les services de streaming (voir figure 15).

Les non-internautes s'intéressent généralement aux mêmes applications – selon un ordre de préférence similaire – que les internautes, mais les pourcentages sont nettement moins élevés, une constatation déjà

faite lors des deux premières études (voir figure 15). Ainsi, les applications fréquemment utilisées par les internautes suscitent également l'intérêt d'environ 30 à 50 % des non-internautes, tandis que les autres n'attirent que 10 à 20 % des personnes qui n'utilisent pas Internet. Les applications les plus intéressantes pour les non-internautes sont les horaires en ligne des transports publics (43 %), la messagerie électronique (34 %) et les recherches sur les thèmes liés à la santé (32 %), tandis que les réseaux sociaux (6 %), la vente de marchandises (8 %) et les commentaires en ligne (6 %) figurent en bas du classement.

Ces données peuvent être non seulement présentées de manière globale, mais également ventilées par tranche d'âge (voir figure 16). Bien que les personnes interrogées de plus de 80 ans utilisent moins souvent que leurs cadets les différentes applications en ligne, les priorités sont similaires. On constate même que les plus de 80 ans sont un peu plus friands de jeux en ligne.

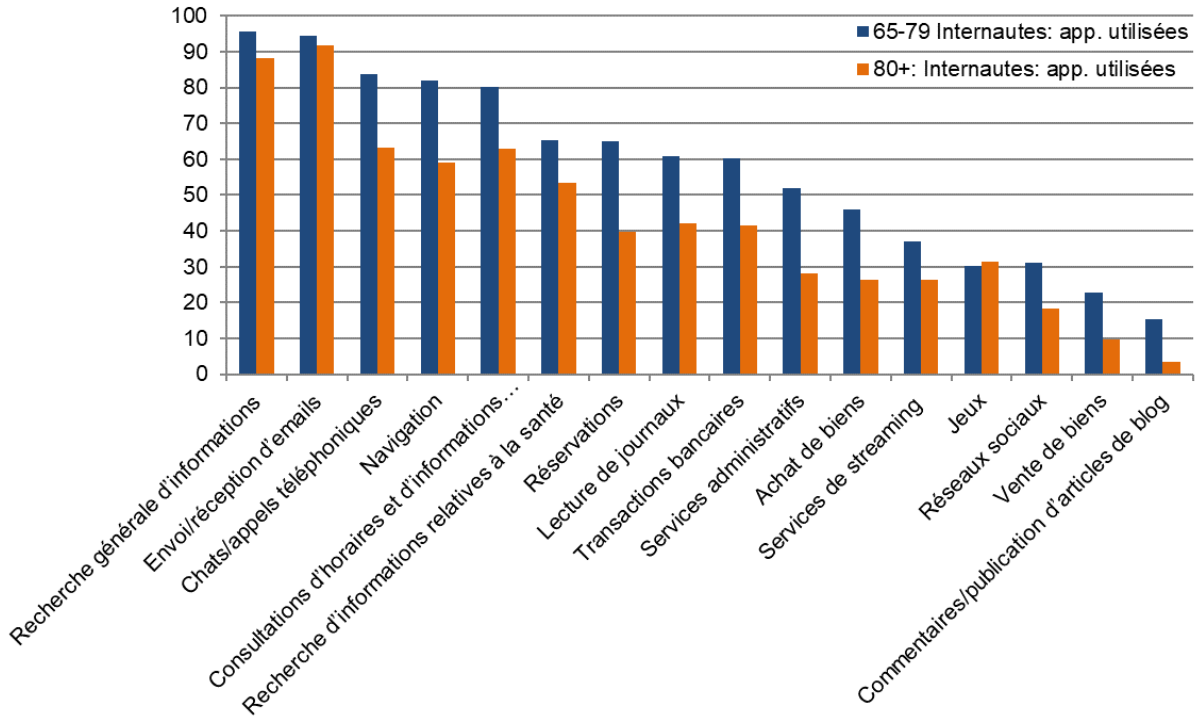

Figure 16 : Applications Internet par tranche d'âge

Si l'on compare les trois études d'investigation, il apparaît que l'utilisation des applications en ligne a augmenté de manière générale, en particulier celle des chats/appels téléphoniques et des réseaux sociaux (voir figure 17).

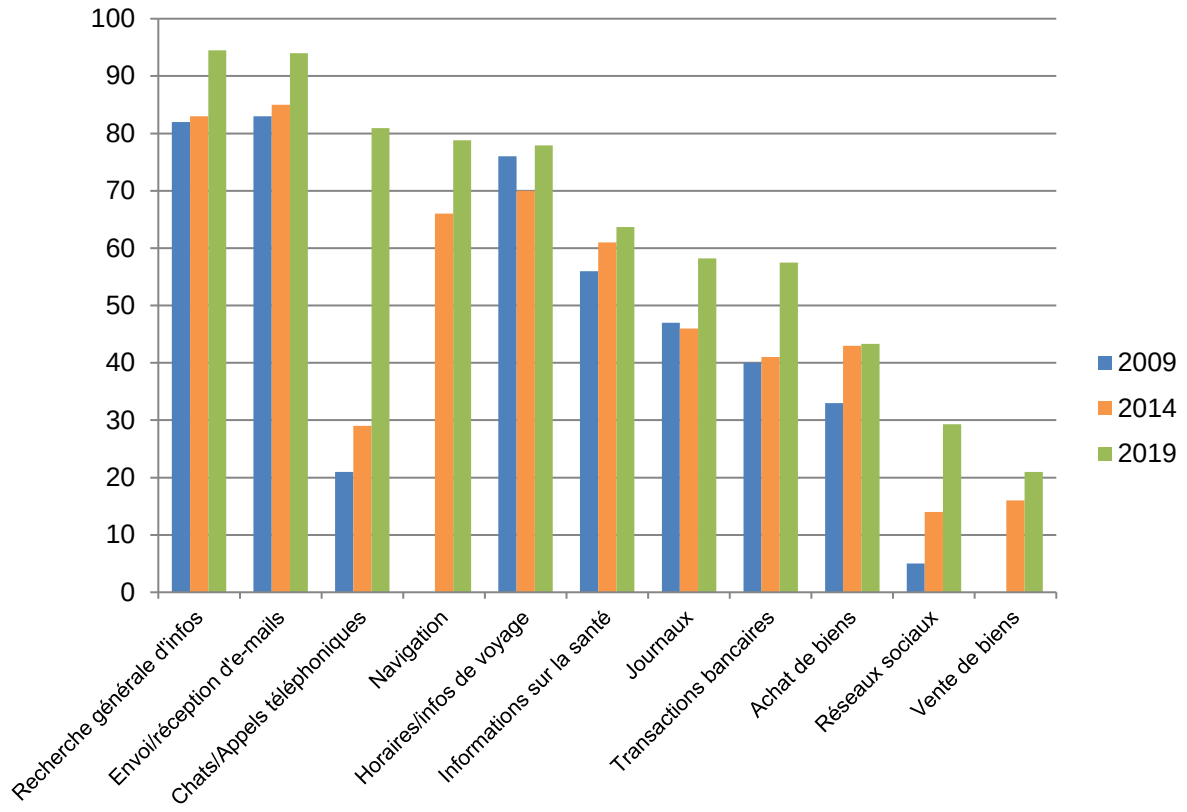

Figure 17 : Comparaison dans le temps des applications en ligne (applications comparables uniquement)

L'enquête actuelle a également fait la différence entre l'utilisation stationnaire (ordinateur de bureau) et l'utilisation mobile (p. ex. smartphone ou tablette) des 16 applications en ligne. La figure 18 montre que toutes les applications sont utilisées aussi bien sur l'ordinateur stationnaire que sur l'appareil mobile, mais que, de manière générale, l'utilisation stationnaire est plus fréquente. Certaines applications sont cependant plus souvent utilisées sur un appareil mobile, par exemple le chat, la vidéotéléphonie et, parfois, les journaux en ligne ou les réseaux sociaux. À l'inverse, les internautes préfèrent l'ordinateur stationnaire pour accéder aux applications suivantes : transactions bancaires, services en ligne des administrations, réservations en ligne, vente de marchandises (voir figure 18).

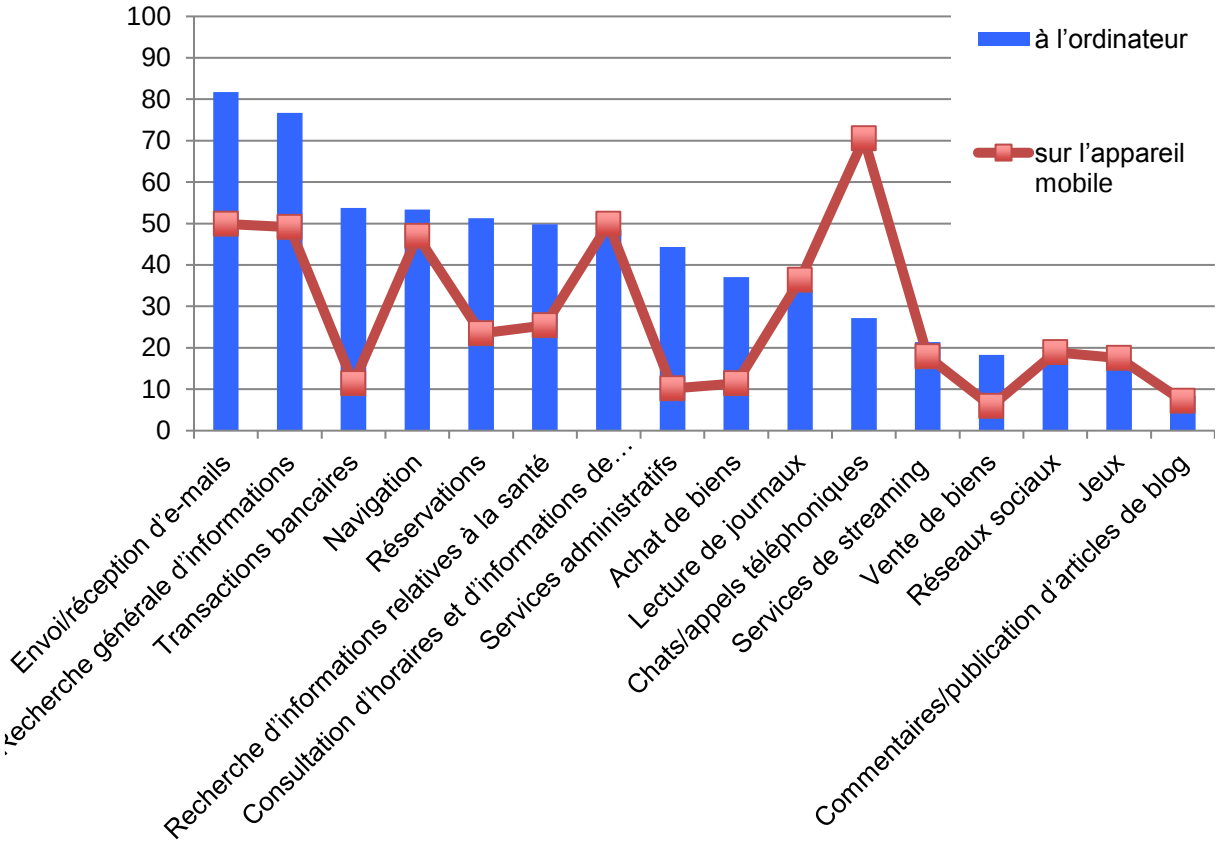

Figure 18 : Utilisation mobile et stationnaire des applications en ligne

4.4.3 État d'esprit (attitude)

4.4.3.1 Attitude à l'égard de la technologie

Les deux études précédentes avaient déjà révélé que l'utilisation d'Internet est liée aux affinités en matière de technologies en général. L'enquête actuelle montre elle aussi que les internautes s'intéressent plus à la technologie (voir tableau 6), compte tenu des affirmations à ce sujet présentées au chapitre 4.1.

Tableau 6 : Comparaison de l'attitude à l'égard de la technologie	**Total**	**Internautes***	**Non-internautes***
a) Le progrès technologique doit constamment continuer	3.73	3.80	3.43
b) Je ne pourrais plus imaginer ma vie sans moyens technologiques	3.64	3.80	2.98
c) Je m'intéresse beaucoup aux nouveautés technologiques	3.16	3.35	2.34
d) Le maniement de moyens technologiques est difficile pour moi	3.08	2.92	3.77
e) La digitalisation croissante a plus d'avantages que d'inconvénients pour la société	3.23	3.28	2.97
f) Les robots devraient être utilisés pour l'assistance des personnes âgées	2.27	2.32	2.06

Scores moyens (note de 1 « pas d'accord du tout » à 5 « tout à fait d'accord ») ; *tous les scores moyens présentent des différences significatives (T-Test, $p < .01$).

4.4.3.2 Attitudes et opinions au sujet d'Internet

Dans l'étude actuelle également, l'attitude et l'opinion personnelles à l'égard d'Internet ont été déterminées au moyen d'une série d'affirmations que les personnes interrogées pouvaient approuver ou rejeter. Au total, six affirmations au sujet d'Internet ont été présentées aux personnes interrogées ; certaines de ces affirmations faisant référence à des aspects plutôt positifs d'Internet, tandis que d'autres reflètent des aspects plutôt négatifs (voir figure 19).

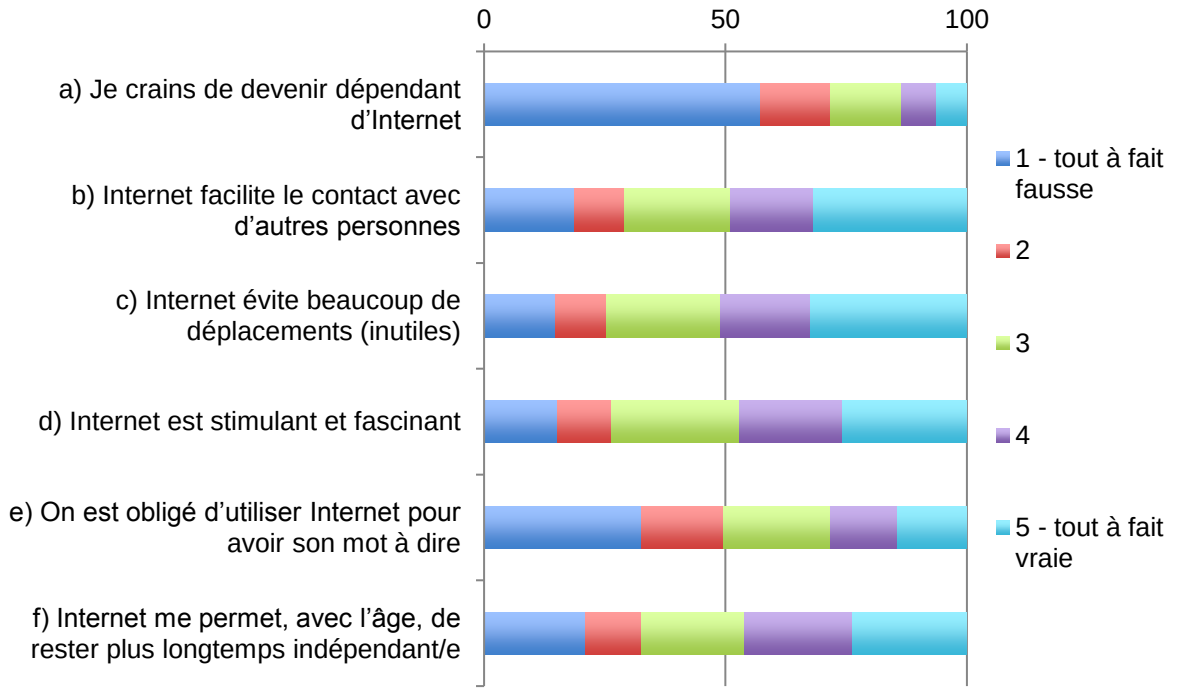

Figure 19 : Opinions au sujet d'Internet

L'affirmation positive « Internet évite beaucoup de déplacements (inutiles) » est plébiscitée par les personnes interrogées, tandis que l'affirmation négative « Je crains de devenir dépendant d'Internet » a récolté le moins de voix. On peut en déduire que les personnes interrogées ont plutôt tendance à approuver les aspects positifs d'Internet (faciliter les contacts, éviter les déplacements inutiles, effet stimulant, rôle dans la vie de tous les jours) que ses aspects négatifs (dépendance, « On est obligé d'utiliser Internet pour avoir son mot à dire »). De même, 33.3 % des personnes interrogées sont d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation « Internet me permet de rester plus longtemps indépendant », ce qui montre également qu'Internet joue un rôle au quotidien, voire permettrait aux personnes âgées de rester autonomes.

Tableau 7 : Comparaison de l'attitude à l'égard d'Internet	**Total**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
a) Je crains de devenir dépendant d'Internet	1.91	1.99*	1.82*	1.89	1.98
b) Internet facilite le contact avec d'autres personnes	3.33	3.50*	3.15*	3.38*	3.14*
c) Internet évite beaucoup de déplacements (inutiles)	3.43	3.52	3.35	3.50*	3.18*
d) Internet est stimulant et fascinant	3.31	3.39	3.23	3.42*	2.91*
e) On est obligé d'utiliser Internet pour avoir son mot à dire	2.61	2.69*	2.51*	2.68*	2.31*
f) Internet me permet, avec l'âge, de rester plus longtemps indépendant/e	3.16	3.31*	3.00*	3.27*	2.74*

Scores moyens (note de 1 « tout à fait fausse » à 5 « tout à fait vraie ») ; *les scores moyens présentent des différences significatives (T-Test, $p < .05$).

Le taux d'acceptation des aspects positifs d'Internet est un peu moins élevé chez les femmes que chez les hommes, ces derniers craignant davantage une dépendance par rapport à Internet (voir tableau 7). Les personnes plus jeunes sont plus nombreuses à approuver les aspects positifs que les personnes de plus de 80 ans.

Tableau 8 : Comparaison de l'attitude à l'égard d'Internet	**2009**		**2014**		**2019**	
	Internautes	*Non-internautes*	*Internautes*	*Non-internautes*	*Internautes*	*Non-internautes*
Internet facilite le contact avec d'autres personnes	3.48	2.92	3.49	2.83	3.45	2.74
Internet évite beaucoup de déplacements (inutiles)	3.67	3.06	3.77	3.09	3.53	2.98
Internet est stimulant et fascinant	3.77	2.77	3.75	2.83	3.51	2.31
On est obligé d'utiliser Internet pour avoir son mot à dire	2.61	1.99	2.62	2.13	2.72	2.04

Scores moyens (échelle de 1 « tout à fait fausse » à 5 « tout à fait vraie »)

La comparaison entre internautes et non-internautes montre que l'approbation des affirmations positives est plus forte chez les internautes (voir tableau 8). La comparaison avec les résultats des deux études précédentes (uniquement ceux relatifs à des affirmations comparables) présente moins de différences systématiques entre les enquêtes (voir tableau 8). L'étude actuelle confirme elle aussi les différences identifiées entre les internautes et les non-internautes, ces différences semblent donc être plutôt stables.

4.4.4 Types d'internautes et de non-internautes

Comme c'était le cas lors l'enquête réalisée en 2014, six types d'usagers seront présentés ci-dessous. Ces groupes ont été identifiés sur la base de réflexions théoriques, afin de mieux représenter le caractère hétérogène des internautes et des non-internautes. On distingue trois types d'internautes et trois types de non-internautes. La fréquence d'utilisation d'Internet sert de critère pour caractériser les types d'internautes : les « usagers intensifs » sont les personnes qui utilisent quotidiennement Internet, les « usagers occasionnels », celles qui utilisent Internet moins souvent, mais au moins une fois par mois, et les « usagers ponctuels », celles qui utilisent Internet moins d'une fois par mois. S'agissant des non-internautes, l'attitude à l'égard d'Internet (voir chapitre 4.4.3) sert de critère pour distinguer les différents types. À cet effet, on a calculé le score moyen des quatre affirmations positives sur l'utilité d'Internet. Les personnes qui voient l'Internet d'un œil négatif (score inférieur à 3) ont été attribués au groupe des « hostiles, celles qui jugent Internet de manière mitigée (score = 3), au groupe des « ambivalents » et celles qui ont donné une évaluation positive (score supérieur à 3), au groupe des « intéressés ».

Tableau 9 : Types d'internautes et de non-internautes	**Internautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Types d'internautes						
Usagers intensifs	60.4		68.5	51.4	62.3	47.1
Usagers occasionnels	36.0		29.2	44.0	34.8	46.3
Usagers ponctuels	3.6		2.3	4.7	2.9	6.6
Types de non-internautes						
Intéressés		35.5	25.4	39.7	36.3	35.2
Ambivalents		17.7	23.7	15.1	15.0	20.0
Hostiles		46.8	50.8	45.2	48.8	44.8

Valeurs en %.

Il en résulte six types spécifiques dont chacun présente un profil différent (voir tableau 9). À partir de la comparaison de ces six groupes, il est possible d'établir une caractérisation systématique. Celle-ci montre que le groupe des non-internautes comprend des personnes qui ont une attitude positive par rapport à l'utilisation d'Internet, et qu'il existe aussi parmi les internautes des utilisateurs ponctuels, qui ne souhaitent peut-être plus utiliser Internet à l'avenir. En outre, il apparaît clairement que les internautes ne sont pas tous de très grands utilisateurs et qu'ils sont nombreux à faire partie des utilisateurs occasionnels. De même, les non-internautes n'ont pas tous une attitude négative ou désintéressée à l'égard d'Internet, au contraire, bon nombre d'entre eux ont une opinion favorable ou ambivalente à ce sujet. Les deux groupes sont donc assez hétérogènes. En outre, les types de non-internautes se différencient moins par leurs caractéristiques sociodémographiques que par leur attitude à l'égard d'Internet et leur utilisation effective d'Internet. Il semble que les personnes intéressées manifestent un intérêt théorique pour Internet, mais certaines difficultés les empêchent de franchir le pas.

4.4.5 Craintes et peurs

4.4.5.1 Difficultés et obstacles par rapport à l'utilisation d'Internet

L'utilisation de l'Internet peut également aller de pair avec des difficultés, comme le montrent les réponses d'internautes actifs qui rencontrent toujours des problèmes : ils ont évalué les difficultés d'ordre général sur une échelle de 1 (aucune difficulté) à 10 (énormément de difficultés). Il en résulte un score moyen de 3.94 (SD : 2.26, médiane : 4). Les femmes mentionnent plus souvent des difficultés que les hommes, ce que reflète la différence significative entre les scores moyens (4.32 contre 3.59 ; $T = -4.840$, $p < .001$). On constate également une corrélation significative ($r = .146$, $p = <.001$) entre l'âge des personnes interrogées et les difficultés qu'elles ont rencontrées. Les personnes plus âgées sont plus nombreuses à déclarer qu'elles éprouvent des difficultés à utiliser Internet que les plus jeunes.

Afin d'identifier les éventuels obstacles rencontrés lors de l'utilisation d'Internet, et de déterminer ainsi les motifs de non-utilisation, les non-internautes ont été interrogés sur les raisons concrètes pour lesquelles ils n'utilisent pas Internet (voir figure 20). Les raisons les plus citées sont les suivantes : complexité de l'utilisation (77 %), préoccupations d'ordre sécuritaire (74 %), apprentissage trop fastidieux (65 %). Par ailleurs, plus de 60 % des non-internautes confient qu'une tierce personne cherche en ligne les informations dont ils ont besoin (65 %) ou qu'ils n'ont tout simplement pas besoin d'Internet (61 %). Les autres raisons ont été mentionnées plus rarement. On remarque toutefois que 37 % des participants affirment ne pas utiliser Internet par manque d'aide. Seuls 20 à 29 % des personnes interrogées expliquent ne pas utiliser Internet à cause du coût ou de problèmes de santé.

Si l'on compare les raisons de la non-utilisation en tenant compte du sexe et de l'âge des personnes interrogées, on ne constate pas de différences significatives entre les hommes et les femmes ni entre les personnes plus jeunes et leurs ainés (voir tableau 10). Néanmoins, les personnes plus âgées ont plutôt tendance à citer des motifs tels que le manque d'aide ou la peur de la complexité de l'utilisation que les personnes plus jeunes ; tandis que les plus jeunes mentionnent plus souvent l'absence d'utilité.

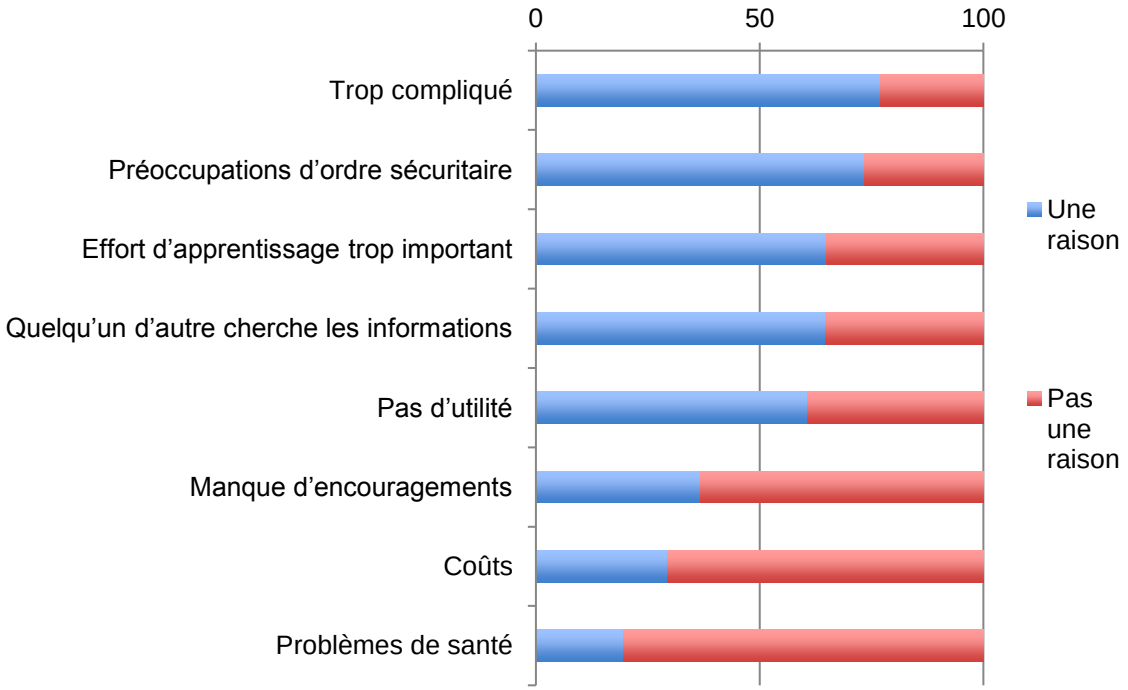

Figure 20 : Raisons de la non-utilisation

Tableau 10 : Comparaison des obstacles	**Total**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Trop complexe	77.0	75.4	77.3	72.1	81.4
Préoccupations d'ordre sécuritaire	73.5	73.4	73.6	77.8	70.9
Effort d'apprentissage trop important	65.0	63.6	64.8	61.4	67.9
Quelqu'un d'autre cherche les informations	64.7	62.5	65.9	64.8	65.4
Pas d'utilité	60.6	58.5	62.1	62.2	59.4
Manque d'encouragements	36.7	34.9	36.6	33.0	38.9
Coûts	29.5	29.5	29.4	32.6	27.7
Problèmes de santé	19.5	14.3	22.1	19.1	20.2

Valeurs en % (« une raison »). Les différences entre les groupes n'ont pas de significativité statistique (Cramers-V, $p < .05$).

La comparaison (voir tableau 11) avec les résultats des deux études précédentes de 2009 et 2014 montre que les raisons de la non-utilisation n'ont guère évolué : les préoccupations d'ordre sécuritaire représentent toujours un problème majeur et sont un frein ou une limitation à l'utilisation d'Internet.

Tableau 11 : Comparaison dans le temps des obstacles	**2009**	**2014**	**2019**
Trop complexe	71	70	77
Préoccupations d'ordre sécuritaire	60	64	74
Effort d'apprentissage trop important	60	63	65
Quelqu'un d'autre cherche les informations	48	55	65
Pas d'utilité	–	61	61
Manque d'encouragements	33	36	37
Coûts	33	38	29

Valeurs en % (« une raison »). Liste des facteurs comparables selon le classement 2019

Les raisons principales citées par les non-internautes sont, dans les enquêtes précédentes comme dans l'enquête actuelle, la complexité et la durée d'apprentissage. Les coûts sont mentionnés moins souvent

dans l'enquête actuelle. En revanche, les valeurs relatives au manque d'encouragement par l'entourage restent relativement stables ; ce facteur semble toujours être un obstacle important pour certains non-internautes. Relevons que l'aspect « Quelqu'un d'autre cherche les informations » a même gagné en importance : ainsi, cette raison est citée plus souvent qu'en 2009 et 2014. Il est possible cette évolution soit liée à une augmentation du besoin ou de l'obligation de chercher des informations sur Internet.

4.4.5.2 Participation à la vie sociale à travers l'utilisation d'Internet

Afin d'obtenir des informations sur la participation à la vie sociale à travers l'utilisation d'Internet, la question suivante était posée : « Vous sentiriez-vous parfois exclu de la société si vous ne pouviez plus utiliser Internet ? » Cette question a été adaptée pour les non-internautes : « Vous sentez-vous parfois exclu de la société parce que vous n'utilisez pas Internet ? » Parmi les internautes, 30.5 % ont répondu « oui beaucoup » ou « plutôt oui » ; ces réponses ont aussi été données par 11.7 % des non-internautes (voir figure 21). En comparant les scores moyens compte tenu du sexe et de l'âge des personnes interrogées, on ne constate de différences statistiquement significatives (voir tableau 12).

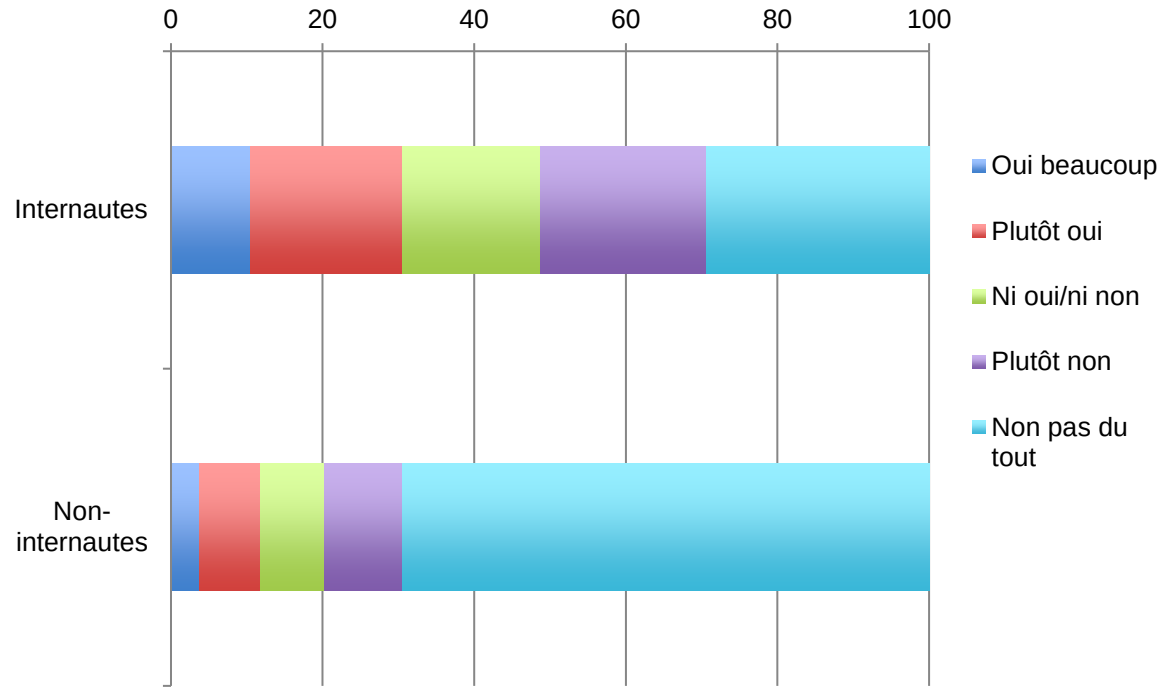

Figure 21 : Sentiment d'exclusion de la société en cas de non-utilisation d'Internet

Tableau 12 : Comparaison du sentiment d'exclusion de la société	**Total**	**Hommes***	**Femmes***	**65 à 79 ans***	**80 ans et plus***
Internautes	3.39	3.37	3.43	3.41	3.33
Non-internautes	4.34	4.35	4.36	4.30	4.40

Scores moyens (note de 1 « oui beaucoup » à 5 « non pas du tout ») ; *pas de différences statistiquement significatives entre les scores moyens (T-Test, $p < .05$).

Le nombre d'internautes ayant répondu « oui » à cette question est similaire à celui de la première (2009, internautes : 32 %, non-internautes : 16 %) et de la deuxième enquête (2014, internautes : 33 %, non-internautes : 14 %). En revanche, on constate un recul des non-internautes ayant répondu « oui », ce qui indique peut-être que les non-internautes actuels ont décidé en connaissance de cause de ne pas utiliser Internet, d'y voir moins d'avantages et moins de risques d'exclusion sociale. Toutefois, la société ne devrait pas « oublier » les non-internautes qui ont indiqué ici qu'ils se sentaient exclus de la société,

puisqu'un certain sentiment d'exclusion existe bel et bien chez eux. Malgré la faible proportion de « oui », une partie des personnes interrogées sont conscientes du danger d'exclusion, notamment les internautes, pour qui la perte de l'accès à Internet entraînerait une restriction des possibilités d'information et de communication dont ils disposent actuellement.

4.4.6 Ressources et compétences

4.4.6.1 La formation et le revenu, deux ressources fondamentales

Les enquêtes précédentes ont montré que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication exige certaines ressources fondamentales, telles que la formation et le revenu. L'étude d'investigation actuelle fait également état de différences significatives entre internautes et non-internautes en ce qui concerne le revenu et la formation (analyses des relations : a) revenu : $r = .285$, $p < .001$; b) formation : $r = .287$, $p < .001$). Elle montre que les personnes qui utilisent Internet sont mieux formées et disposent d'un revenu plus élevé. Ainsi, 38.7 % des internautes ont une formation tertiaire, contre seulement 12.5 % des non-internautes. De même, 34.7 % des ménages de non-internautes disposent en moyenne d'un revenu inférieur à CHF 3001, alors que seuls 12.4 % des internautes sont dans cette situation. On peut donc supposer que les ressources « formation » et « revenu » sont toujours deux conditions importantes pour l'utilisation d'Internet (à ce sujet, voir aussi le chapitre 5).

4.4.6.2 Ressources géographiques (région)

Dans la littérature spécialisée consacrée à cette thématique, on trouve maintes indications selon lesquelles l'utilisation d'Internet dépendrait également de la région ou du type de région. Ainsi, l'hypothèse selon laquelle les personnes habitant une région rurale utiliseraient moins les services en ligne que les citadins est assez courante. Afin de mettre en lumière ces différences géographiques et régionales, nous comparons le nombre d'internautes et de non-internautes par région géographique et par région linguistique.

Tableau 13 : Typologies géographiques des internautes/non-internautes	**Total**	**Internautes**	**Non-internautes**
Communes-centres d'agglomération	59.4	59.4	59.0
Communes de la couronne d'agglomération	15.0	15.2	14.1
Communes multi-orientées	7.5	8.1	4.8
Communes-centres hors agglomération	3.4	3.5	3.1
Communes rurales sans caractère urbain	14.8	13.8*	18.9*

Pourcentage en colonne ; *différences statistiquement significatives entre les groupes (Cramers-V, $p < .05$).

Une première comparaison est faite à l'échelle de l'« espace à caractère urbain » conformément à la typologie des communes de l'Office fédéral de la statistique (Bundesamt für Statistik, 2014), une nouvelle méthode de représentation statistique des structures urbaines de la Suisse. Cette répartition repose sur un algorithme intégrant des critères à la fois morphologiques et fonctionnels, avec une distinction entre centres d'agglomération (villes-centres), couronnes d'agglomération, communes-centres hors agglomération et communes rurales.

La comparaison entre ces types d'espaces montre qu'il n'existe guère de différences géographiques par rapport à l'utilisation d'Internet (voir tableau 13). Pourtant, une différence statistiquement significative est identifiable pour le type « Communes rurales sans caractère urbain », qui indique que dans ces régions rurales, le nombre de non-internautes est plus élevé. Autrement dit : les régions rurales

comptent un peu moins d'internautes (74.7 %) que les communes-centres d'agglomération (80.4 %) ou la Suisse en général (80.2 %). Si cette différence représente une significativité statistique, elle reste cependant très faible et proche de la limite (Cramer-V = .058, p = .049). Par conséquent, aucune différence importante ne peut être constatée dans la répartition géographique de l'utilisation d'Internet, ce qui montre que l'utilisation d'Internet est relativement égale à l'échelle de la Suisse.

La deuxième comparaison porte sur les trois régions linguistiques du pays. Il est assez difficile de fournir une explication théorique des différences éventuelles ; des facteurs tels que la densité de la population et la situation en matière de revenus semblent cependant jouer un rôle important. Toutefois, s'agissant du nombre d'internautes et de non-internautes, il y a certaines différences entre les trois régions linguistiques. En Suisse alémanique, on compte 81.9 % d'internautes contre 18.1 % de non-internautes, tandis qu'en Suisse romande, ce rapport est encore de 79.8 % à 20.2 %. En Suisse italienne, la différence est un peu moins grande : 70.4 % d'internautes pour 29.6 % de non-internautes. En 2009 et 2014, les enquêteurs avaient enregistré des résultats similaires. Le Tessin compte donc moins d'internautes que les autres régions linguistiques. Toutefois, les différences géographiques ne peuvent pas être la seule explication, d'autres facteurs, tels que la formation, l'âge et l'attitude à l'égard de la technologie, ont probablement un effet sur la (non-)utilisation (voir le chapitre 5).

4.4.6.3 Contacts sociaux avec les propres enfants

Parmi les personnes interrogées, 84.9 % ont des enfants, 15.1 % n'en ont pas. On ne constate pas de différences statistiquement significatives entre le fait d'avoir des enfants ou non et d'être internaute ou non (voir tableau 14).

Tableau 14 : Contacts sociaux avec les enfants	**Total**	**Internautes**	**Non-internautes**
Enfants oui/non	84.9 / 15.1	84.4 / 15.6	86.8 / 13.2
Contact avec les enfants (n = 927 ; score moyen[1])	2.42	2.38*	2.59*

[1] Score moyen (note de 1 « Plus rarement » à 4 « quotidiennement » ; *différences statistiquement significatives entre les scores moyens (T-Test, p < .05).

Toutefois, si on interroge les personnes avec enfants sur la fréquence des contacts physiques avec ces derniers, on constate des différences en ce qui concerne l'utilisation d'Internet (voir tableau 14). En effet, les non-internautes voient leurs enfants plus souvent, les raisons peuvent cependant varier. Une hypothèse (que les données existantes ne permettent toutefois pas de vérifier) est que les internautes ont plus de contacts avec leurs enfants via l'Internet (p. ex. vidéotéléphonie ou chat) et que de ce fait, les contacts physiques sont moins nombreux. Il est également possible que les non-internautes aient besoin de plus d'assistance (p. ex. aide dans le ménage, soins) que les internautes (voir le chapitre 4.4.7) et que de ce fait, ils ont plus de contacts physiques avec leurs enfants, qui viennent les aider plus souvent sur place.

4.4.6.4 Compétences en matière d'utilisation d'Internet

Dans le chapitre consacré à l'attitude à l'égard de la technologie en général (voir chapitre 4.4.3), il avait déjà été constaté que les internautes ont des affinités en matière d'Internet différentes de celles des non-internautes. De même, lorsqu'ils doivent évaluer leurs propres compétences, les non-internautes sont plus nombreux à déclarer qu'ils ont des difficultés à utiliser des moyens technologiques. Alors que 61.7 % des non-internautes approuvent plutôt ou entièrement l'affirmation « Le maniement de moyens technologiques est difficile pour moi », ce n'est le cas que pour 33.8 % des internautes.

Les personnes ayant participé à l'étude ont aussi été interrogées sur leur niveau de connaissances au sujet d'Internet (qu'elles l'utilisent ou non). Leurs réponses montrent que les internautes ont – ce qui n'est guère surprenant – une opinion plus favorable de leurs connaissances que les non-internautes (voir tableau 15) : Sur une échelle de 1 (« aucune connaissance ») à 10 (« expert/e Internet), la note moyenne des non-internautes est de 1.57 (SD : 1.19), celle des internautes de 5.47 (SD : 1.85). Toutefois, on constate également que les internautes n'indiquent pas tous posséder de bonnes connaissances d'Internet. La corrélation significative entre le niveau de connaissances et la durée d'utilisation quotidienne d'Internet en minutes ($r = .241$, $p = .001$) montre que les personnes possédant un niveau de compétences élevé ont également tendance à être des usagers assidus (et vice-versa). Les femmes ont une opinion nettement moins favorable de leurs connaissances que les hommes. De même, les personnes plus âgées jugent leurs compétences dans le domaine de l'Internet moins bonnes que les personnes plus jeunes (voir tableau 15).

Tableau 15 : Connaissances d'Internet	**Total**	**Internautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Évaluation subjective des connaissances d'Internet[1]	4.71	5.47*	1.57*	5.39*	4.07*	5.17*	3.06*
Web-use skills[2]	2.23	2.49*	1.12*	2.57*	1.88*	2.42*	1.54*

[1]Scores moyens (note 1 « aucune connaissance ») à 10 (« expert/e Internet ») ; [2]scores moyens (note 1 « aucune connaissance » à 5 « connaissances complètes ») ; *différences statistiquement significatives entre les scores moyens (T-Test, $p < .05$).

Si lors de l'enquête actuelle, les personnes interrogées ont été invitées à évaluer leurs connaissances en matière d'Internet, les enquêteurs ont également eu recours à un nouvel instrument de mesure des connaissances en matière d'Internet, les « web-use skills » (compétences en matière d'usage du web) (Hargittai & Hsieh, 2012). Il s'agit de proposer divers termes (recherche avancée, PDF, spyware, wiki, cache, phishing) liés à l'usage quotidien d'Internet, afin de déterminer si les personnes interrogées les connaissent ou non (échelle de 5, note 1 « aucune connaissance » à 5 « connaissances complètes »). Ces évaluations permettent de créer une échelle globale des scores moyens, qui indique si la personne en question a des connaissances (« skills ») approfondies d'Internet ou moins de connaissances en la matière. Le score moyen de toutes les personnes interrogées est de 2.23 (SD : 1.17), avec de grandes différences entre internautes et non-internautes. Ces résultats n'ont rien de surprenant ; des différences statistiquement significatives existent cependant également entre les femmes et les hommes, et les personnes de 65 à 79 ans et les personnes plus âgées (voir tableau 15).

Relevons également que 24.0 % des personnes interrogées ne connaissent aucun des six termes proposés : 82.7 % des non-internautes et 9.9 % des internautes. Ces taux montrent, d'une part, que les non-internautes ont moins souvent été confrontés à ces termes, alors que certains sont entrés dans la langue courante (p. ex. PDF, wiki ou spyware), et d'autre part, que tous les internautes ne connaissent pas ces termes non plus.

4.4.7 Santé et perception de la vieillesse

4.4.7.1 Santé, autonomie et joie de vivre

Le périmètre défini de l'enquête n'a pas permis d'inclure des questions explicites sur l'état général physique, cognitif, psychique et sensoriel des personnes. Néanmoins, certaines affirmations sur ces sujets ont été présentées aux seniors. Comme il a déjà été mentionné, le groupe des internautes est en moyenne un peu plus jeune que celui des non-internautes. Par conséquent, les non-internautes ont un avis subjectif sur leur état de santé moins favorable que les internautes (voir figure 22). Ainsi, 61.5 %

des non-internautes et 71.8 % des internautes sont d'accord ou plutôt d'accord avec l'affirmation « Pour mon âge, ma santé est encore très bonne ».

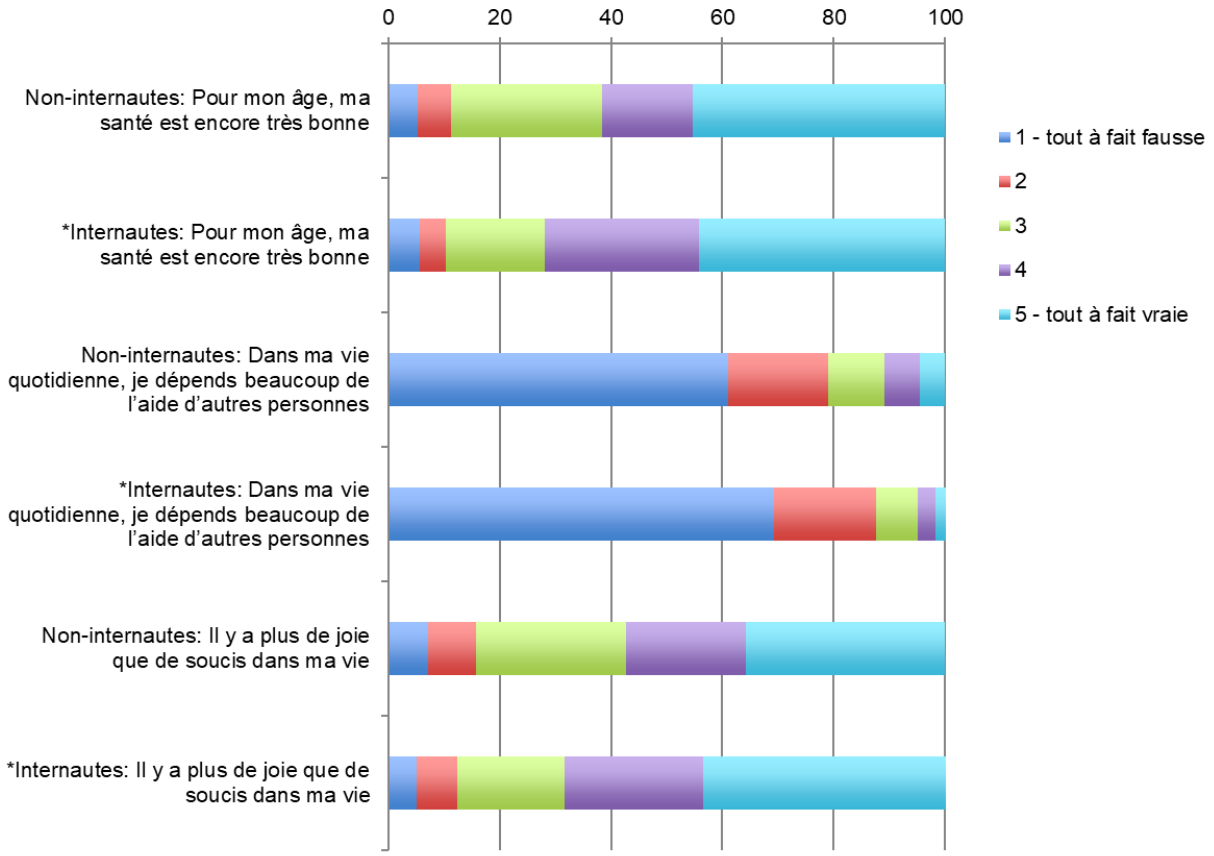

Figure 22 : Aspects sanitaires et psychologiques

Cette question sur la santé a été complétée par une affirmation sur l'autonomie au quotidien « Dans ma vie quotidienne, je dépends beaucoup de l'aide d'autres personnes », qui a été approuvée ou entièrement approuvée par 5.1 % des internautes et 11.0 % des non-internautes, ce qui signifie que les non-internautes ont plus besoin d'aide que les internautes. Cette différence existe également pour la troisième affirmation (« Il y a plus de joie que de soucis dans ma vie »), destinée à évaluer le bien-être psychique. Cette affirmation a été approuvée par 68.4 % des internautes et 57.1 % des non-internautes. De manière générale, on constate que les non-internautes jugent leurs ressources sanitaires moins bonnes que les internautes. Il convient cependant de tenir compte, dans ce cas également, de la moyenne d'âge plus élevée des non-internautes.

4.4.7.2 Affirmations sur l'âge subjectif

Afin d'obtenir également des informations sur la perception subjective de l'âge et du vieillissement, trois affirmations supplémentaires étaient soumises aux personnes interrogées (voir figure 23). Ces affirmations permettent de connaître le rapport et l'attitude de la personne par rapport à son propre âge et son propre vieillissement. Seuls 6.8 % des seniors interrogés ont approuvé (assez ou tout à fait vrai) la première de ces affirmations « Je me sens très âgé/e », avec une proportion plus forte de non-internautes (13.7 %) que d'internautes (5.2 %).

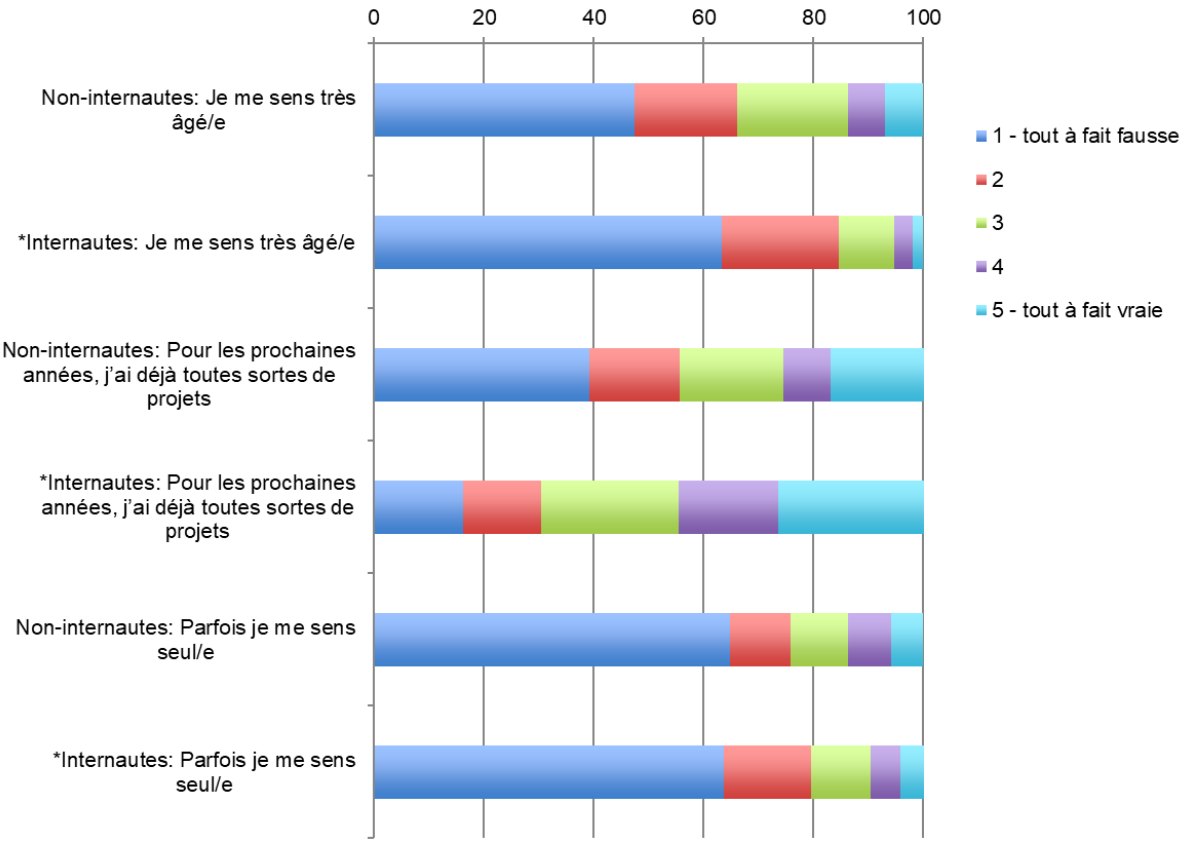

Figure 23 : Affirmations sur l'âge subjectif

Inversement, la deuxième affirmation « Pour les prochaines années, j'ai déjà toutes sortes de projets » a recueilli davantage d'avis favorables chez les personnes qui utilisent Internet : 44.7 % des internautes et 25.5 % des non-internautes estiment que cette affirmation est vraie ou tout à fait vraie. Bien qu'elle ne soit pas directement liée à l'âge, la troisième affirmation « Parfois je me sens seul/e » permet néanmoins de tenir compte d'un autre aspect du vieillissement, le risque d'isolation sociale. Dans ce cas également, les non-internautes (13.7 %) sont plus nombreux à approuver cette affirmation que les internautes (9.5 %) (voir figure 23). Les résultats des trois affirmations sont naturellement corrélés à l'âge effectif plus élevé des non-internautes. Néanmoins, on décèle une tendance, chez les internautes, à avoir une opinion un peu plus positive sur leur âge et leur vieillissement. L'écart entre internautes et non-internautes ne s'estompe pas si l'on ne considère que le groupe des 65 à 74 ans, ce qui confirme cette tendance.

4.5 Applications de cybersanté

4.5.1 Utilisation d'applications de cybersanté et intérêt pour ces applications

Un nouvel aspect pris en compte dans le sondage actuel est celui des applications de cybersanté sur des appareils mobiles (p. ex. smartphones, tablettes), utilisées pour saisir, enregistrer et échanger des informations pertinentes relatives à la santé. Ces applications de cybersanté revêtent une importance certaine notamment pour une personnes âgée, puisqu'elles servent, par exemple, à surveiller son état de santé dans un but thérapeutique ou de prévention, ou à encourager la personne à améliorer son état de santé (Seifert & Meidert, 2018).

Lorsque l'on demande aux internautes s'ils ont déjà utilisé des applications de cybersanté ou s'ils les trouvent intéressantes, il s'avère que ce sont surtout les applications de fitness et de caisses-maladie sont les plus citées, même si elles ne sont pas très répandues (cf. figure 24). Les applications de mesure ou d'enregistrement de valeurs vitales, ainsi que celles destinées à communiquer avec les médecins ou à rappeler la prise de médicaments sont rarement, voire quasiment pas utilisées. Toutefois, quelques internautes, bien qu'ils n'utilisent pas personnellement ces applications, les trouvent intéressantes (cf. figure 24).

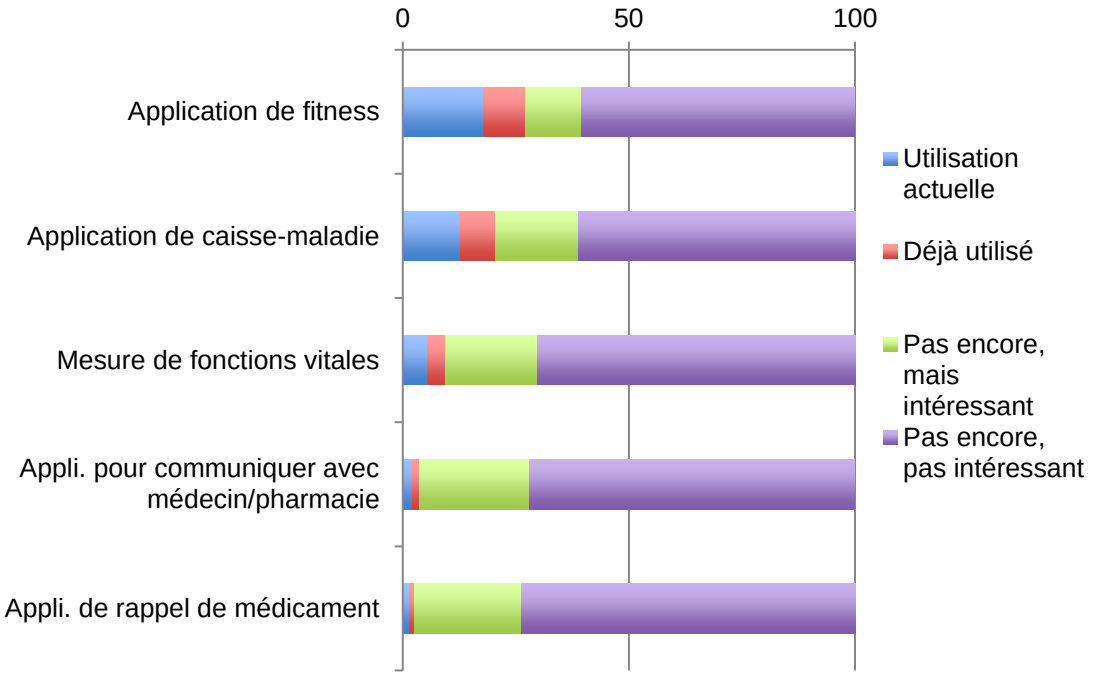

Figure 24 : Applications de cybersanté chez les internautes

Si l'on compare la fréquence d'utilisation en tenant compte du sexe ou de l'âge, on constate que les hommes internautes utilisent un peu plus souvent les applications des caisses maladie et les applications de mesure de valeurs vitales (voir tableau 16). Les personnes de 65 à 79 ans font un usage plus intensif des applications de cybersanté que leurs ainés. Toutefois, il n'existe pas de différences significatives entre les personnes ayant une perception subjective plutôt élevée de leur état de santé et celles chez qui cette perception est faible, hormis l'utilisation des applications de mesure de valeurs vitales. Les personnes en moins bonne santé ont plutôt tendance à utiliser ces applications. On peut présumer qu'il s'agit de personnes qui ont recours à ces applications pour surveiller une maladie chronique, par exemple l'hypertension ou le diabète.

Tableau 16 : Applications de cybersanté	**Prop.**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**	**Santé : élevée**	**Santé : faible**
Internautes : Part « utilisation actuelle »							
Application de fitness	17.8	17.8	17.7	19.1*	8.6*	18.5	15.6
Application de caisse-maladie	12.7	15.5*	9.8*	13.2*	9.3*	12.3	13.7
Mesure de fonctions vitales	5.4	6.8*	3.7*	5.9*	1.7*	4.6*	7.1*
Application pour communiquer	2.1	2.1	2.2	2.1	2.6	1.7	3.4
Rappel de médicaments	1.4	1.5	1.2	1.5*	0.9*	0.8	3.0
Non-internautes : Part « j'essaierais »							
Application de fitness	10.3	14.7	7.5	10.6	9.3	8.7	12.2
Application de caisse-maladie	18.0	20.9	16.8	25.3*	12.1*	16.9	20.8
Mesure de fonctions vitales	16.7	26.9*	11.2*	21.1	12.3	16.1	17.3
Application pour communiquer	12.9	19.1*	9.0*	12.9	12.0	11.2	14.9
Rappel de médicaments	17.2	26.5*	11.3*	17.2	15.7	15.2	18.9

Les valeurs sont indiquées en %. *Les différences entre les groupes ont une significativité statistique (Cramers-V, $p < .05$).

Les non-internautes ont été invités à préciser s'ils étaient prêts à essayer ces applications de cybersanté. À noter que leurs préférences présentent des différences par rapport aux statistiques d'utilisation effective par les internautes : en effet, s'ils sont moins friands d'applications de fitness, les non-internautes se disent plus intéressés par les applications de caisse-maladie et les applications de rappel de médicaments (voir tableau 25). De manière générale, l'intérêt des non-internautes pour les applications de santé est néanmoins plutôt faible.

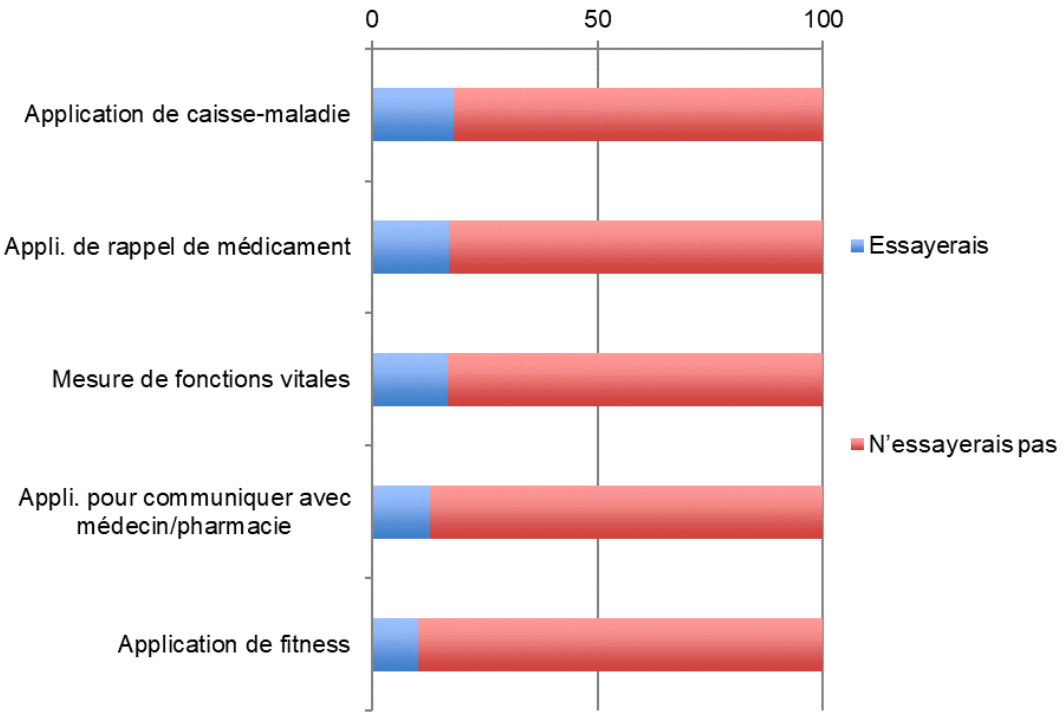

Figure 25 : Intérêt des non-internautes pour les applications de cybersanté

En comparaison avec les femmes non-internautes, les hommes montrent plus d'intérêt pour les applications de cybersanté. Les différences liées à l'âge, quant à elles, ne sont pas significatives, sauf pour les applications de caisse-maladie, qui intéressent davantage les personnes plus jeunes. S'agissant de l'état de santé, il n'existe pas non plus de différences statistiquement significatives (voir tableau 16).

4.5.2 Partage de données lié aux applications de cybersanté

Les personnes ayant participé à l'enquête ont été interrogées non seulement sur l'utilisation d'applications de cybersanté, mais également sur leur disponibilité à partager leurs données sanitaires avec des tiers, par le biais de l'application (et de l'Internet). La question avait pour but de déterminer si les personnes interrogées étaient disposées à partager leurs données et, le cas échéant, à quels destinataires elles feraient confiance. Il est par exemple possible de partager les données afin de recevoir des recommandations sur des thérapies personnalisées. À cet effet, les données pourraient être saisies individuellement et transmises aux médecins traitants.

Près de la moitié (47.8 %) des internautes seraient prêt-e-s ou tout à fait prêt-e-s à partager leurs données avec le médecin (de famille), 32.5 % avec les instituts publics de recherche et 29.5 % avec leur caisse maladie. Le classement est similaire pour les non-internautes, autrement dit, celles et ceux qui n'utilisent pas encore d'applications de cybersanté : 35.8 % partageraient leurs données avec un médecin, 24.5 % avec la recherche et 28.0 % avec la caisse maladie (voir tableau 17). En ce qui concerne l'utilisation de leurs données, les personnes interrogées font donc davantage confiance à leur médecin qu'aux caisses maladie (vgl. auch Seifert et al., 2018).

Tableau 17 : Disponibilité au partage de données	**Score moyen**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**	**Santé : élevée**	**Santé : faible**
Internautes							
Médecin (de famille) ou hôpital	3.09	3.34*	2.79*	3.10	3.09	3.09	3.09
Caisses maladie	2.49	2.69*	2.24*	2.47	2.62	2.45	2.57
Recherche (publique)	2.63	2.81*	2.43*	2.63	2.74	2.65	2.64
Non-internautes							
Médecin (de famille) ou hôpital	2.59	2.85	2.47	2.73	2.47	2.44	2.91
Caisses maladie	2.33	2.54	2.25	2.52	2.20	2.35	2.38
Recherche (publique)	2.21	2.62*	2.02*	2.15	2.28	2.21	2.25

Les valeurs indiquées sont des scores moyens (1 « Je ne suis pas prêt/e à partager » à 5 « Je suis tout à fait prêt/e à partager mes données »). *Les différences entre les scores moyens ont une significativité statistique (T-Test, $p < .05$).

Les réponses montrent clairement que les internautes sont, de manière générale, davantage prêts à partager leurs données que les non-internautes. Si l'on tient compte du sexe des personnes interrogées, les hommes internautes sont plus enclins que les femmes à partager leurs données avec les différents destinataires. S'agissant des non-internautes, cette différence est statistiquement significative pour la recherche uniquement : les hommes mettraient plus volontiers leurs données à la disposition de la recherche publique. On ne constate pas de différences sur le plan des scores moyens chez les personnes de moins/plus de 80 ans et chez les personnes affirmant être en bonne/mauvaise santé (voir tableau 17).

Les personnes ayant indiqué utiliser de nombreuses applications de cybersanté (voir chapitre 4.5.1) hésitent moins à partager leurs données que celles qui n'utilisent que peu d'applications de cybersanté (corrélation : $r = .129$, $p < .001$). On peut en conclure que le partage de données présente probablement plus d'avantages pour les personnes qui utilisent déjà des applications de cybersanté.

4.6 Services numériques

Les chapitres suivants présentent les résultats liés à un nouvel aspect pris en compte dans l'étude actuelle, à savoir les services numériques, dont le nombre ne cesse d'augmenter. Ces services sont mis à disposition, d'une part, par le biais de certains terminaux accessibles au public, par exemple les automates à billets connectés, ou d'autre part, sous forme de services en ligne, comme l'achat de billets de cinéma sur Internet. Ces applications ont un point commun : la numérisation d'un service au moyen d'une interconnexion et d'un transfert de données (par exemple par l'Internet).

4.6.1 Utilisation de (nouveaux) services basés sur la technologie

Les personnes qui ont participé au sondage ont été priées d'indiquer quels services actuels basés sur la technologie elles utilisent au quotidien. Comme le montre la figure 26, les distributeurs de billets de banque et de titres de transports publics sont les plus souvent utilisés. Le paiement sans contact est rarement employé, les caisses automatiques très peu et l'emprunt en libre-service encore moins. Ces nouveaux services numériques (paiement sans contact, caisses automatiques et emprunt en libre-service) sont peu utilisés pour l'instant, bien que quelques personnes les jugent intéressants. Reste qu'environ 50 % des personnes sondées jugent ces trois applications « pas intéressantes » et leur préfèrent vraisemblablement les formes classiques, par exemple le paiement à une caisse servie par du personnel. Toutefois, environ 30% d'entre elles utilisent néanmoins déjà les caisses automatiques, tout du moins occasionnellement.

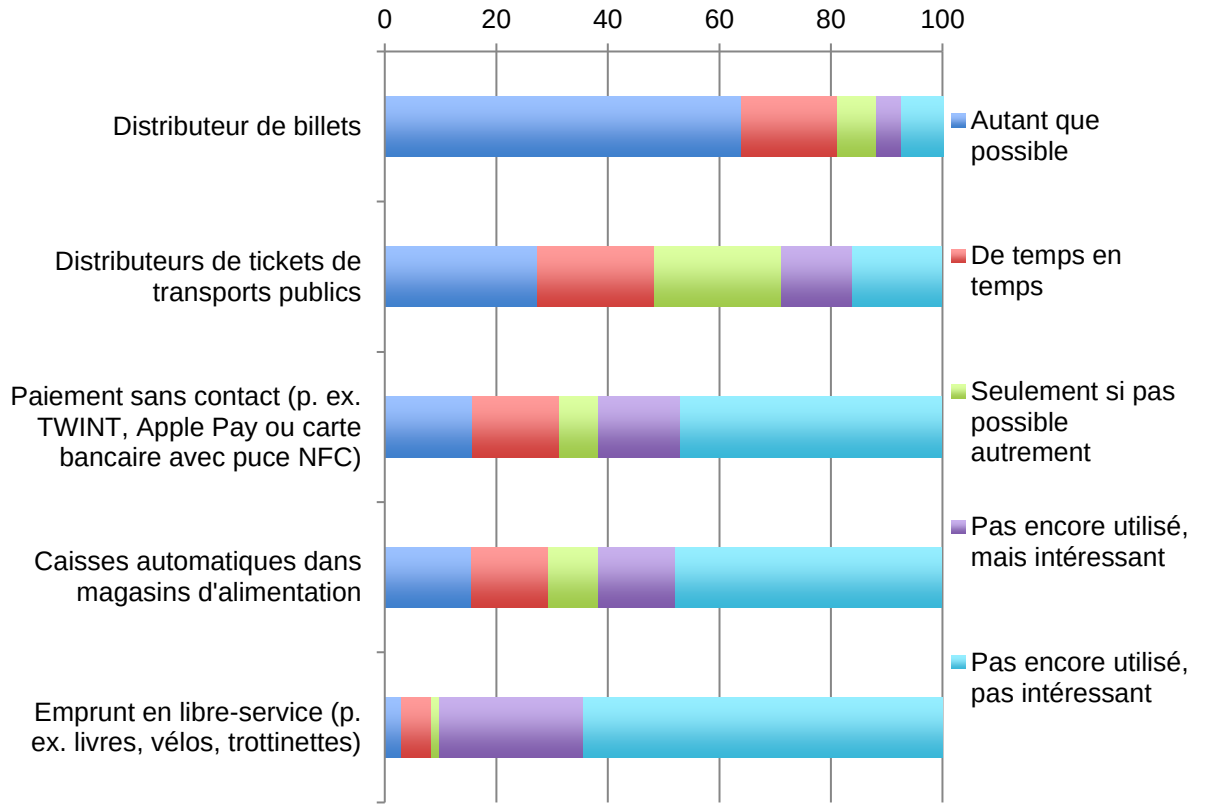

Figure 26 : Utilisation de services basés sur la technologie

On constate que les internautes utilisent bien plus fréquemment les services basés sur la technologie que les non-internautes (voir tableau 18). Sur ce point, les non-internautes se montrent plus réticents.

En comparaison avec les femmes, les hommes se rendent plus souvent au bancomat ou paient sans contact ; cette différence est statistiquement significative. Les personnes de plus de 80 ans ont moins souvent recours aux services basés sur la technologie que les personnes plus jeunes (voir tableau 18).

Tableau 18 : Utilisation de services basés sur la technologie	**Prop.**	**Internautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Distributeur de billets	81.2	87.9*	53.2*	84.8*	77.4*	85.3*	65.4*
Distributeurs de titres de transports publics	48.4	53.4*	27.8*	49.5	47.3	52.6*	33.9*
Paiement sans contact (p. ex. TWINT, Apple Pay ou carte bancaire avec puce NFC)	31.4	35.4*	14.1*	35.0*	27.9*	34.4*	21.0*
Caisses automatiques dans magasins d'alimentation	29.5	34.5*	8.3*	30.3	28.6	33.4*	15.3*
Emprunt en libre-service (p. ex. livres, vélos, trottinettes)	8.4	9.2	5.3	7.6	9.5	9.5*	5.2*

Pourcentage en colonne des valeurs (1 = « toujours, lorsque c'est possible » ; 2 = « de temps en temps » ; *différences statistiquement significatives entre les groupes (Cramers-V, $p < .05$).

Les questions de l'étude ont porté non seulement sur l'utilisation des applications, mais également sur la facilité d'utilisation de ces technologies, dans la mesure où les personnes interrogées les avaient déjà utilisées une fois, ou sur la difficulté que ces personnes éprouveraient à les utiliser si ce n'était pas encore le cas. Le bancomat est souvent utilisé et son utilisation est jugée plutôt facile. Relevons cependant que si les distributeurs de titres de transport sont eux aussi fréquemment utilisés, certaines personnes interrogées estiment qu'ils ne sont pas faciles à utiliser (voir figure 27). Inversement, certaines applications relativement peu employées sont jugées plutôt faciles à utiliser, comme le paiement sans contact ou les caisses automatiques.

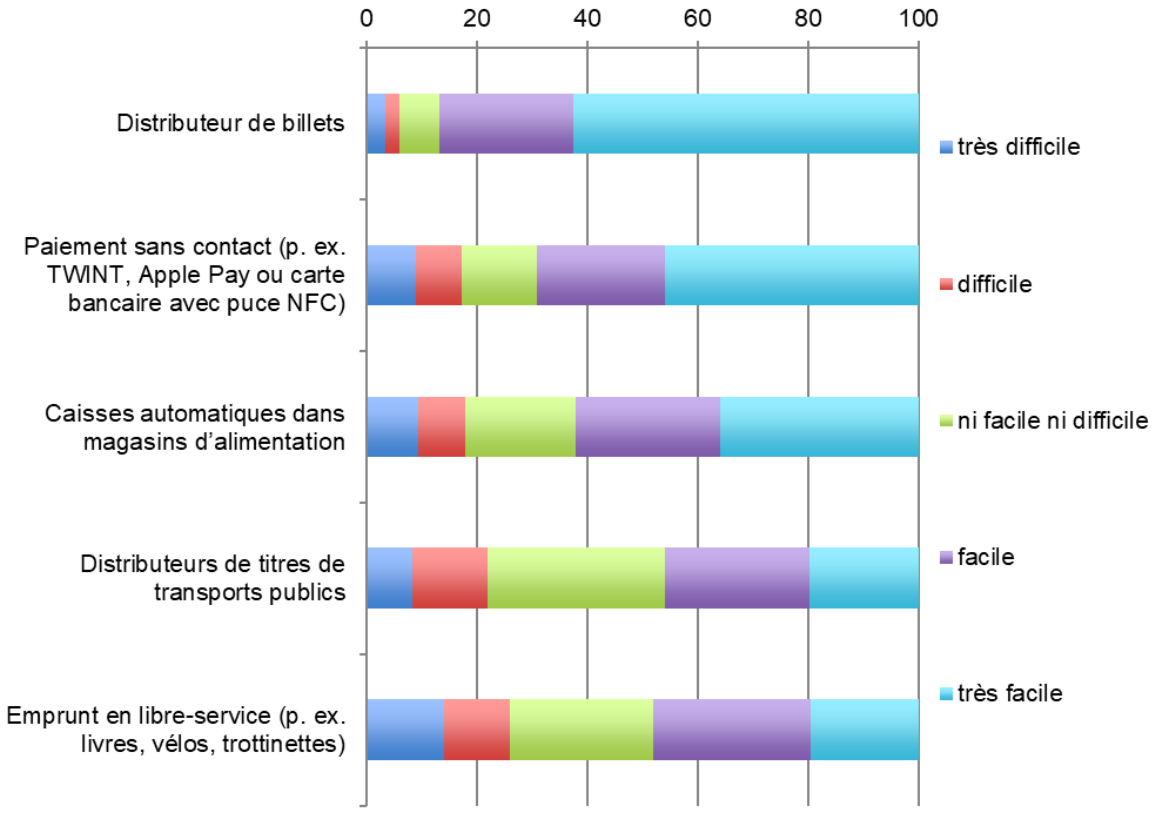

Figure 27 : Difficulté d'utilisation des services basés sur la technologie

Pour les internautes, l'utilisation de tous ces services est plus facile que pour les non-internautes (voir tableau 19). S'agissant de l'utilisation du bancomat et du paiement sans contact, les hommes rencontrent moins de problèmes que les femmes. Les personnes de moins de 80 ans sont plus nombreuses à penser que l'utilisation de tous ces services est facile que les personnes plus âgées. En moyenne, les personnes qui utilisent déjà de nombreuses applications jugent qu'elles sont plus faciles à utiliser que les personnes qui ont utilisé moins d'applications jusqu'à présent (corrélation : $r = .386$, $p < .001$).

Tableau 19 : Difficulté d'utilisation des services basés sur la technologie	**Score moyen**	**Inter-nautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Distributeur de billets	4.40	4.51*	3.90*	4.48*	4.33*	4.47*	4.18*
Paiement sans contact (p. ex. TWINT, Apple Pay ou carte bancaire avec puce NFC)	3.89	4.01*	3.19*	4.01*	3.78*	3.97*	3.53*
Caisses automatiques dans magasins d'alimentation	3.71	3.84*	3.03*	3.77	3.65	3.80*	3.31*
Distributeurs de titres de transports publics	3.35	3.46*	2.83*	3.42	3.31	3.43*	3.10*
Emprunt en libre-service (p. ex. livres, vélos, trottinettes)	3.28	3.45*	2.40*	3.41	3.18	3.39*	2.82*

Les valeurs indiquées sont des scores moyens (de 1 « très difficile » à 5 « très facile »). *Les différences entre les scores moyens ont une significativité statistique (T-Test, $p < .05$).

4.6.2 Avis sur les solutions numériques

En plus de l'utilisation des services numériques et de l'évaluation de leur convivialité, l'étude avait également pour objet de déterminer l'avis prédominant sur ce type de services (par exemple les achats en ligne ou l'utilisation de caisses en libre-service). Les personnes interrogées étaient invitées à évaluer différentes affirmations et à leur attribuer une note de 1 « pas du tout d'accord » à 5 « tout à fait d'accord ».

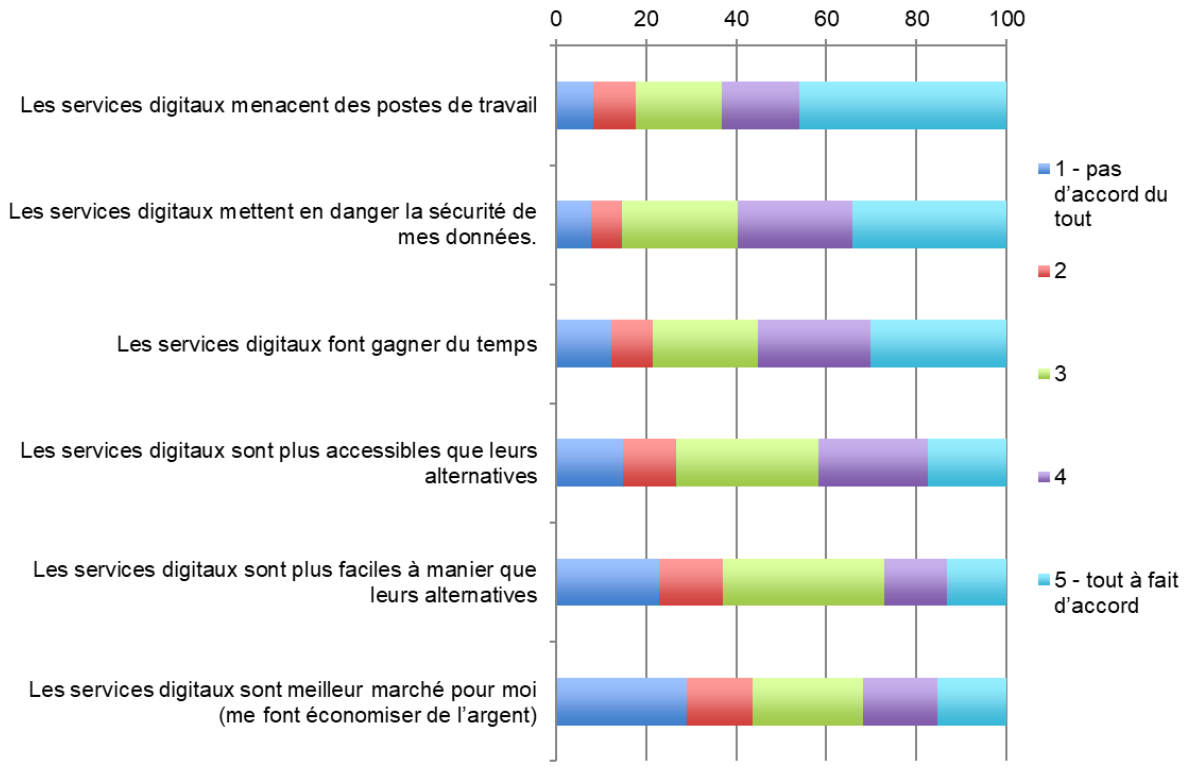

Figure 28 : Évaluation des affirmations sur les services numériques

Comme le montre la figure 28, l'affirmation « Les services digitaux menacent des postes de travail » récolte le plus d'avis positifs, suivie par l'affirmation « Les services digitaux mettent en danger la sécurité de mes données », ce qui indique que les personnes interrogées approuvent en majorité les affirmations négatives. Toutefois, plus de la moitié des participant-e-s sont également d'accord avec l'affirmation « Les services digitaux font gagner du temps ». Plus de 40 % sont néanmoins d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation « Les services digitaux sont plus accessibles que leurs alternatives » Les avis sont cependant plus critiques en ce qui concerne les deux affirmations « Les services digitaux sont plus faciles à manier que leurs alternatives » et « Les services digitaux sont meilleur marché pour moi (me font économiser de l'argent) ».

Tableau 20 : Attitude à l'égard des services numériques	**Score moyen**	**Inter-nautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Les services digitaux menacent des postes de travail	3.83	3.82	3.88	3.60*	4.06*	3.82	3.89
Les services digitaux mettent en danger la sécurité de mes données	3.71	3.69	3.82	3.54*	3.90*	3.75	3.62
Les services digitaux font gagner du temps	3.51	3.61*	3.04*	3.65*	3.38*	3.58*	3.24*
Les services digitaux sont plus accessibles que leurs alternatives	3.18	3.29*	2.55*	3.33*	3.02*	3.26*	2.79*
Les services digitaux sont plus faciles à manier que leurs alternatives	2.80	2.94*	2.11*	3.00*	2.61*	2.88*	2.49*
Les services digitaux sont meilleur marché pour moi (me font économiser de l'argent)	2.75	2.87*	2.03*	3.04*	2.42*	2.84*	2.34*

Les valeurs indiquées sont des scores moyens (note de 1 « pas du tout d'accord » à 5 « tout à fait d'accord »). *Les différences entre les scores moyens ont une significativité statistique (T-Test, $p < .05$).

En moyenne, les internautes ont un avis plus favorable sur les affirmations positives que les non-internautes, ce qui indique qu'en comparaison avec les non-internautes, les internautes voient plus d'avantages dans l'utilisation des services numériques (voir tableau 20). Toutefois, s'agissant des affirmations négatives (menace pour les postes de travail et la sécurité des données), les différences entre internautes et non-internautes sont minimes ; ces aspects sont donc importants pour les deux groupes. En comparaison avec les femmes, les hommes sont moins nombreux à souscrire aux différentes affirmations négatives ; pour les femmes, les services numériques auraient donc plus d'inconvénients. Les personnes de moins de 80 ans sont plus nombreuses à approuver les affirmations positives que les personnes de 80 ans et plus (voir tableau 20).

4.6.3 Types d'attitude en matière de services numériques

Afin de catégoriser l'attitude envers les services numériques, les évaluations relatives aux affirmations sur les différents services (voir le chapitre 4.6.2) sont subdivisées en fonction du message positif ou négatif qu'elles comportent. On distingue trois types. Cette catégorisation a pour but de faire la distinction entre les personnes qui ont une attitude négative et celles qui ont une attitude positive. Dans un premier temps, un score moyen a été calculé à partir des six affirmations (voir le chapitre 4.6.2), avec un recodage des affirmations négatives (« Les services digitaux menacent des postes de travail » et « Les services digitaux mettent en danger la sécurité de mes données »). Ainsi, une valeur plus élevée pour le score moyen calculé correspond à une attitude plus positive à l'égard des services numériques, une valeur moins élevée à une attitude plus négative. En moyenne, le score moyen calculé pour les six affirmations s'élève à 2.79 (SD : .823 ; Range : 1-5).

Ce score moyen global a servi à définir les différents types : une évaluation plutôt négative (valeurs inférieures à 2.51) a été attribuée au groupe des « hostiles », une évaluation plutôt ambivalente, au groupe des « ambivalents » (valeurs entre 2.50 et 3.49), et une évaluation positive (valeurs supérieures à 3.49) au groupe des « favorables »). Il en résulte trois types spécifiques dont chacun présente un profil différent (voir tableau 21).

Tableau 21 : Types d'attitude envers le numérique	**Prop.**	**Internautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Hostiles	37.3	32.8*	61.1*	27.7*	46.8*	35.4*	45.1*
Ambivalents	40.3	42.1*	30.9*	42.4*	38.2*	40.0*	42.4*
Intéressés	22.4	25.1*	8.0*	29.9*	15.0*	24.6*	12.5*

Pourcentage en colonne. *Les différences entre les groupes ont une significativité statistique (Cramers-V, $p < .05$).

À partir de la comparaison de ces groupes, il est possible d'établir une caractérisation systématique. Celle-ci montre que le groupe des non-internautes comprend des personnes qui ont une attitude positive par rapport aux services numériques et qu'inversement, certains internautes font partie du groupe des « hostiles » (voir tableau 21). D'autre part, cette différenciation indique clairement que les internautes affichent une attitude plus favorable que les non-internautes ; toutefois 61 % de ces derniers ont un avis plutôt négatif sur les services numériques. Les hommes ont une attitude plus positive à l'égard des offres numériques que les femmes. De même, les personnes de moins de 80 ans sont plus nombreuses à avoir un avis favorable que celles de 80 ans et plus (voir tableau 21).

4.6.4 Évaluations des offres futures

Outre les services numériques existants, des services des administrations et des communes partiellement ou pas encore introduits ont également été évalués. Les personnes sondées pouvaient indiquer à quel point elles jugeaient ces services nécessaires. La possibilité de remplir et d'envoyer la

déclaration d'impôts en ligne a récolté le plus d'avis favorables ; suivie de la commande en ligne des documents officiels en ligne auprès de villes et de communes (voir figure 29). Le dossier électronique du patient et le vote en ligne (lors d'élections/de votations) sont jugés moins utiles.

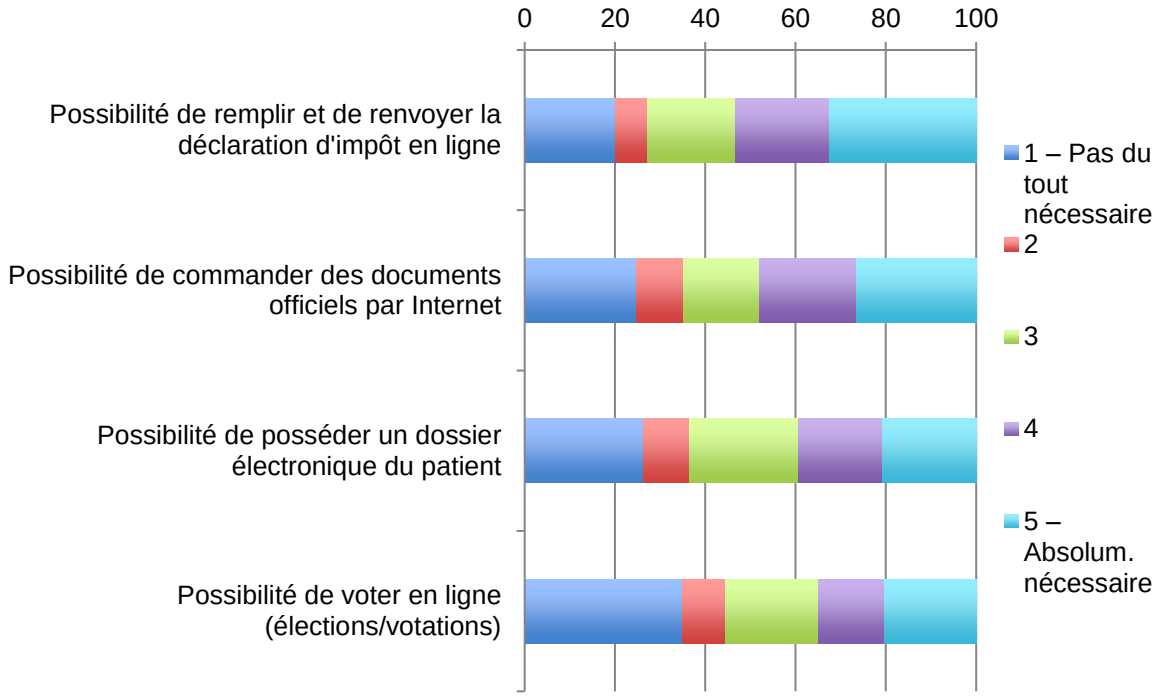

Figure 29 : Évaluation des déclarations concernant de futures offres numériques

Si l'on compare les avis des internautes et des non-internautes, il apparaît clairement que les internautes sont bien plus nombreux que les non-internautes à estimer que ces possibilités sont nécessaires (voir tableau 22). De même, les hommes et les personnes de moins de 80 ans sont davantage convaincus de la nécessité de ces services numériques que les femmes et les personnes de plus de 80 ans.

Tableau 22 : Évaluation des offres futures	**Score moyen**	**Internautes**	**Non-internautes**	**Hommes**	**Femmes**	**65 à 79 ans**	**80 ans et plus**
Possibilité de remplir et de renvoyer la déclaration d'impôt en ligne	3.39	3.60*	2.41*	3.57*	3.20*	3.54*	2.77*
Possibilité de commander des documents officiels par Internet	3.15	3.32*	2.31*	3.37*	2.91*	3.24*	2.73*
Possibilité de posséder un dossier électronique du patient	2.97	3.09*	2.44*	3.17*	2.78*	3.04*	2.72*
Possibilité de voter en ligne (élections/votations)	2.76	2.91*	2.07*	2.90*	2.62*	2.82*	2.54*

Les valeurs indiquées sont des scores moyens (de 1 « pas du tout nécessaire » à 5 « Absolument nécessaire »). *Les différences entre les scores moyens ont une significativité statistique (T-Test, $p < .05$).

Les personnes qui affichent de manière générale une attitude positive à l'égard des services numériques (voir le chapitre 4.6.3) voient également plus d'avantage dans les nouvelles possibilités numériques (corrélation entre le score moyen de toutes les affirmations relatives à l'attitude, les affirmations négatives ayant été inversées, et l'évaluation moyenne de toutes les possibilités numériques : $r = .470$, $p < .001$). On peut en conclure que les personnes qui bénéficient aujourd'hui des avantages des services numériques sont également celles qui accueillent favorablement les possibilités futures des applications numériques.

5 Facteurs influençant l'utilisation d'Internet et des services numériques ainsi que l'attitude à l'égard de ces services

Le présent chapitre est consacré à l'analyse multivariée de données, afin de mettre en lumière, d'une part, l'influence de certains facteurs sur l'utilisation effective d'Internet et de l'Internet mobile et, d'autre part, l'impact de ces facteurs sur l'attitude à l'égard des services numériques et l'utilisation de ces derniers. Les considérations ci-après ont pour but de déterminer les principaux facteurs d'influence en tenant compte des interactions, afin de pouvoir formuler des constatations relatives à d'éventuels mécanismes sous-jacents.

L'analyse par régression linéaire et l'analyse par régression logistique binaire visent à expliquer la variable dépendante (dans ce cas : l'utilisation d'Internet ou des services numériques) au moyen de plusieurs variables indépendantes. À cet effet, ces dernières sont intégrées progressivement à des modèles hiérarchiques. La régression logistique binaire (voir les chapitres 5.1 et 5.2) analyse les facteurs qui augmentent la probabilité qu'un individu appartienne à un de deux groupes (p. ex. internautes/non-internautes). Elle permet de déterminer les probabilités relatives quant à la survenance d'un événement donné en fonction des variables indépendantes. Les chapitres 5.3 et 5.4 sont basés sur une analyse par régression linéaire, un procédé statistique qui identifie également des relations entre une variable dépendante et plusieurs variables indépendantes, tout en contrôlant les intercorrélations entre les variables indépendantes. En comparaison avec l'analyse logistique, ce procédé repose sur une corrélation linéaire, autrement dit, le fait qu'une augmentation d'une variable indépendante entraîne l'augmentation de la variable dépendante.

S'agissant des variables dépendantes et indépendantes prises en compte, certaines conditions mathématiques de l'analyse par régression ne sont pas ou ne sont que partiellement respectées. Nous avons néanmoins décidé d'appliquer ces procédés à des fins exploratoires. Les résultats devront toutefois être interprétés avec circonspection.

5.1 Facteurs expliquant l'utilisation d'Internet

Dans la première analyse par régression linéaire (voir tableau 23), dix variables indépendantes sont intégrées par étapes. La variable dépendante est l'attribution au groupe des internautes ou à celui des non-internautes. Selon l'analyse bivariée, toutes les variables indépendantes prises en compte (voir le « modèle brut » du tableau 23) ont une influence statistiquement significative sur l'utilisation d'Internet. Le premier modèle prend en compte comme variables indépendantes les caractéristiques sociodémographiques sexe, âge, formation, revenu et ménage d'une personne. Le deuxième modèle ajoute la perception subjective de la santé, le troisième, la variable relative à l'utilisation d'Internet par l'entourage (échelle des scores moyens des quatre groupes de personnes et de leur utilisation d'Internet, voir le chapitre 4.2.2). Dans le dernier modèle, les affirmations sur l'affinité en matière de technologies (« Je m'intéresse beaucoup aux nouveautés technologiques » et « Le maniement de moyens technologiques est difficile pour moi ») sont ajoutées à l'analyse par régression (voir tableau 23).

Dans le dernier modèle de l'analyse par régression, 45 % de la variance de l'utilisation d'Internet s'expliquent grâce aux variables indépendantes. Le modèle général est significatif. Les valeurs OR (odds ratio ; rapport des chances) présentées renseignent sur l'importance de la relation orientée entre les différentes variables indépendantes et la variable dépendante – compte tenu de toutes les autres variables prises en compte.

Tableau 23 : Analyse par régression avec la variable dépendante « Utilisation d'Internet » (internautes = 1 ; non-internautes = 0)

Variables	*Modèles bruts*		Modèle 1 : Socio-démographie		Modèle 2 : Santé		Modèle 3 : Entourage		Modèle 4 : Affinité technologique	
	CO	p	CO	p	CO	p	CO	p	CO	p
Femme (réf. Hommes)	.436	.000	.741	.180	.729	.159	.651	.064	.773	.316
Âge (ans)	.846	.000	.849	.000	.849	.000	.851	.000	.851	.000
Form. tertiaire (réf. école obligatoire)	3.382	.000	2.605	.000	2.539	.000	2.320	.002	1.932	.023
Form. sec. II (réf. école obligatoire)	11.232	.000	9.851	.000	9.421	.000	8.787	.000	7.626	.000
Revenu du ménage	2.636	.000	1.837	.000	1.816	.000	1.661	.002	1.388	.073
Ménage d'une personne (réf. ménage à plusieurs personnes)	.507	.000	1.283	.292	1.293	.277	1.336	.239	1.378	.235
Bon état de santé subjectif (réf. mauvais)	1.597	.003			1.230	.344	1.277	.279	1.352	.217
Utilisation d'Internet par l'entourage (score moyen)	1.806	.000					1.238	.078	1.192	.189
Intérêt pour la technologie (échelle)	1.978	.000							1.718	.000
Problèmes d'utilisation (échelle)	.552	.000							.656	.000

Modèles	Nagelkerkes R^2	Chi-carré[2]	p	N
(1) Sociodémographie	.379	236.951	.000	913
(2) Santé	.380	237.841	.000	913
(3) Entourage	.372	222.319	.000	896
(4) Affinité technologique	.451	268.398	.000	882

Coefficients standardisés (OR = odds ratio)

Dans le modèle général (modèle 4), les facteurs suivants ont donc une influence statistiquement significative sur l'utilisation d'Internet :

- l'âge ;
- la formation ;
- l'intérêt pour la technologie et
- les difficultés d'utilisation.

Si elles sont appliquées à l'âge, les valeurs (odds ratio) indiquent que les personnes plus âgées ont davantage de « risques » de faire partie des non-internautes. En ce qui concerne la formation, il est plus probable que les personnes ayant un niveau de formation plus élevé fassent partie des internautes. Les données liées au degré d'intérêt pour la technologie peuvent être interprétées de la même manière. Le plus souvent, les personnes utilisant Internet elles-mêmes sont celles qui ont des affinités en matière technologique et rencontrent peu de difficultés dans l'utilisation des nouvelles technologies.

La comparaison directe des analyses par régression des données de 2014 et des données actuelles montre que des facteurs similaires ont toujours un impact significatif sur l'utilisation d'Internet. Dans les deux cas, les variables ci-dessous ont une influence significative dans le modèle général : l'âge, la formation et les affinités en matière de technologies. Il est intéressant de relever que, dans l'étude actuelle, le sexe et le revenu ne sont plus des facteurs significatifs pour expliquer l'utilisation d'Internet selon le modèle général.

5.2 Facteurs expliquant l'utilisation mobile d'Internet (internautes)

L'enquête actuelle incluant également l'utilisation mobile d'Internet (p. ex. au moyen d'un smartphone ou d'une tablette), il était pertinent de procéder à une analyse multivariée des relations pour ce type d'utilisation également. Le but était d'identifier les facteurs qui influencent l'utilisation mobile d'Internet et partant, les différences entre les utilisateurs et les non-utilisateurs de l'Internet mobile. Afin de pouvoir tirer des conclusions à ce sujet, nous définissons, à partir des informations sur l'utilisation mobile d'Internet, une variable binaire (code 0/1) englobant tous les internautes : la valeur 1 s'applique aux internautes qui utilisent également l'Internet mobile (n = 640), la valeur 0, à ceux qui utilisent l'Internet en général, mais pas de façon nomade (n = 272). Dans le modèle d'analyse, cette variable est considérée comme variable dépendante. Les variables indépendantes sont les mêmes que pour la première analyse par régression (voir chapitre 5.1).

Tableau 24 : Analyse par régression avec la variable dépendante « Utilisation mobile d'Internet » (internautes mobiles = 1 ; internautes non mobiles = 0)

Variables	*Modèles bruts*		Modèle 1 : Socio-démographie		Modèle 2 : Santé		Modèle 3 : Entourage		Modèle 4 : Affinité technologique	
	CO	p	CO	p	CO	p	CO	p	CO	p
Femme (réf. Hommes)	.707	.018	.796	.209	.800	.221	.746	.113	.981	.924
Âge (ans)	.915	.000	.911	.000	.910	.000	.916	.000	.916	.000
Form. tertiaire (réf. école obligatoire)	1.636	.057	1.582	.126	1.597	.120	1.466	.212	1.567	.160
Form. sec. II (réf. école obligatoire)	2.359	.001	1.911	.046	1.940	.043	1.779	.084	1.902	.063
Revenu du ménage	1.502	.000	1.508	.003	1.514	.002	1.370	.026	1.325	.055
Ménage d'une personne (réf. ménage à plusieurs personnes)	.829	.249	1.394	.119	1.392	.121	1.286	.242	1.433	.107
Bon état de santé subjectif (réf. mauvais)	1.189	.279			.932	.718	.887	.544	.870	.495
Utilisation d'Internet par l'entourage (score moyen)	1.538	.000					1.403	.002	1.361	.007
Intérêt pour la technologie (échelle)	1.610	.000							1.591	.000
Problèmes d'utilisation (échelle)	.802	.000							.869	.082

Modèles	Nagelkerkes R^2	Chi-carré[2]	p	N
(1) Sociodémographie	.116	62.531	.000	746
(2) Santé	.116	62.662	.000	746
(3) Entourage	.134	72.312	.000	741
(4) Affinité technologique	.204	112.388	.000	735

Coefficients standardisés (OR = odds ratio)

Les variables indépendantes prises en compte permettent d'obtenir un modèle général significatif et de bonnes valeurs modèles (voir tableau 24) pour l'analyse par régression logistique binaire. Dans le modèle général (modèle 4), les facteurs suivants ont donc une influence statistiquement significative sur l'utilisation nomade ou non (Internet mobile) :

- l'âge ;
- l'utilisation d'Internet par l'entourage et

- l'intérêt pour la technologie.

Il est intéressant de constater que les autres facteurs identifiés dans l'analyse descriptive (p.ex. le sexe, la formation et les difficultés d'utilisation) n'ont pas de significativité statistique dans le modèle général. Toutefois, ceci confirme également que si l'âge reste une explication importante, d'autres facteurs individuels, tels que l'affinité en matière de technologies et l'entourage (utilisation d'Internet par l'entourage), fournissent une meilleure prédiction quant à l'utilisation de l'Internet mobile. Les résultats de la deuxième analyse par régression – comparaison des groupes (internautes utilisateurs et non-utilisateurs de l'Internet mobile) – peuvent être interprétés comme suit : lorsque l'âge calendaire augmente, la probabilité relative d'utiliser l'Internet mobile diminue ; dans ce cas, on ne peut toutefois pas parler de relation linéaire. Les valeurs des variables indépendantes « intérêt pour la technologie » et « utilisation d'Internet par l'entourage » peuvent être comprises de la manière suivante : du point de vue statistique, pour une personne intéressée par la technologie et dont l'entourage utilise Internet, la probabilité relative est plus élevée qu'elle utilise l'Internet mobile que pour une personne qui s'intéresse moins à la technologie ou dont l'entourage n'utilise que peu, voire pas du tout, Internet.

Sur la base des deux analyses par régression effectuées, on peut affirmer que l'utilisation d'Internet est liée à plusieurs facteurs. Outre les caractéristiques sociodémographiques (âge et formation), l'attitude individuelle à l'égard de la technologie est le facteur qui favorise le plus l'utilisation de l'Internet. Ces relations semblent également exister en ce qui concerne l'utilisation mobile d'Internet au moyen d'un smartphone ou d'une tablette ; l'analyse a cependant uniquement confirmé que l'âge, les affinités en matière technologique et l'entourage influencent également l'utilisation nomade. Toutefois, les caractéristiques sociodémographiques à elles seules ne suffisent pas pour expliquer l'utilisation d'Internet en général. Ce sont plutôt l'intérêt et la facilité d'utilisation ressentie qui rendent Internet attrayant pour une personne.

5.3 Facteurs expliquant l'utilisation de services numériques

Outre les analyses multivariées sur l'utilisation d'Internet, les services numériques étaient également l'un des points forts de l'enquête actuelle. Une analyse par régression linéaire (voir tableau 25) a permis de déterminer les facteurs qui ont un impact sur l'utilisation de services numériques existants. Dans ce cas, la variable dépendante est le nombre de services (distributeur de titres de transports publics, bancomat, caisses automatiques, paiement sans contact et emprunt en libre-service, voir le chapitre 4.6.1) que les personnes interrogées ont déjà utilisés une fois. Il s'agit d'un score (score moyen : 2.42, SD : 1.24) pour les applications déjà utilisées, allant de 0 (aucune application utilisée) à 5 (toutes les applications ont été utilisées une fois). Les variables indépendantes sont les mêmes que pour les deux premières analyses par régression (voir chapitres 5.1 et 5.2).

Les variables indépendantes prises en compte permettent d'obtenir un modèle général significatif et de bonnes valeurs modèles (voir tableau 25) pour l'analyse par régression linéaire. Dans le modèle général, les facteurs suivants ont une influence statistiquement significative sur le nombre de services utilisés :

- l'âge ;
- la formation ;
- le revenu ;
- l'utilisation d'Internet par l'entourage ;
- l'intérêt pour la technologie et
- les difficultés d'utilisation.

Tableau 25 : Analyse par régression avec la variable dépendante « Utilisation de services basés sur la technologie » (score de 0 à 5)

Variables	*Modèles bruts*		Modèle 1 : Socio-démographie		Modèle 2 : Santé		Modèle 3 : Entourage		Modèle 4 : Affinité technologique	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
Femme (réf. Hommes)	-.075	.012	.016	.620	.015	.651	.006	.849	.042	.210
Âge (ans)	-.315	.000	-.258	.000	-.257	.000	-.229	.000	-.205	.000
Formation (3 groupes)	.275	.000	.214	.000	.211	.000	.202	.000	.189	.000
Revenu du ménage	.256	.000	.155	.000	.153	.000	.125	.001	.106	.004
Ménage d'une personne (réf. ménage à plusieurs personnes)	-.072	.018	.059	.081	.060	.078	.042	.217	.041	.227
Bon état de santé subjectif (réf. mauvais)	.060	.045			.017	.573	.003	.927	-.005	.867
Utilisation d'Internet par l'entourage (score moyen)	.233	.000					.111	.001	.105	.001
Intérêt pour la technologie (échelle)	.200	.000							.107	.001
Problèmes d'utilisation (échelle)	-.191	.000							-.090	.005

Modèles	R^2 corrigé	F	p	N
(1) Sociodémographie	.169	38.003	.000	906
(2) Santé	.168	31.698	.000	904
(3) Entourage	.170	27.199	.000	893
(4) Affinité technologique	.189	23.774	.000	879

Coefficients standardisés (valeurs beta)

Dans le cas de l'âge, les valeurs beta négatives signifient que plus la personne est âgée, plus la probabilité est forte qu'elle n'utilise pas les services numériques ou qu'elle les utilise rarement. Les valeurs ayant trait à la formation et au revenu indiquent qu'il est probable que les personnes avec un niveau d'instruction et un revenu plus élevés ont déjà utilisé plusieurs services. Les personnes dont l'entourage utilise souvent Internet ont elles aussi tendance à utiliser les services numériques. Les valeurs relatives à l'intérêt pour la technologie et la facilité d'utilisation peuvent être comprises de la manière suivante : les personnes très intéressées par la technologie et rencontrant peu de difficultés lors de l'utilisation de moyens technologiques ont probablement déjà utilisé de nombreux services numériques. On ne constate pas de différences entre hommes et femmes.

5.4 Facteurs expliquant l'attitude à l'égard de services numériques

Comme il a été expliqué au chapitre 4.6.2, l'enquête portait non seulement sur l'utilisation de services numériques (p. ex. les achats en ligne ou l'utilisation de caisses automatiques), mais également sur l'attitude à l'égard de ces services. Une analyse par régression linéaire a permis de déterminer les facteurs qui ont une influence sur cette attitude (voir tableau 26). Dans ce cas, la variable dépendante est l'échelle de scores moyens relatifs aux six affirmations sur l'attitude (voir le chapitre 4.6.3). Il s'agit d'une échelle de scores moyens (score moyen : 2.79, SD : 823) relatifs à l'évaluation des affirmations sur l'attitude, allant de 1 (« pas du tout d'accord ») à 5 (« tout à fait d'accord ») ; plus la valeur est élevée, plus l'attitude est positive. Les variables indépendantes sont les mêmes que pour l'analyse par régression précédente (voir chapitre 5.3).

Tableau 26 : Analyse par régression avec la variable dépendante « Utilisation de services basés sur la technologie » (échelle de scores moyens de 1 à 5)

Variables	*Modèles bruts*		Modèle 1 : Socio-démographie		Modèle 2 : Santé		Modèle 3 : Entourage		Modèle 4 : Affinité technologique	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
Femme (réf. Hommes)	-.237	.000	-.184	.000	-.186	.000	-.198	.000	-.142	.000
Âge (ans)	-.138	.000	-.092	.007	-.090	.008	-.073	.034	-.048	.148
Formation (3 groupes)	.202	.000	.088	.015	.085	.021	.072	.050	.053	.135
Revenu du ménage	.215	.000	.139	.000	.136	.000	.102	.010	.066	.088
Ménage d'une personne (réf. ménage à plusieurs personnes)	-.119	.000	.019	.607	.019	.604	.008	.829	.005	.900
Bon état de santé subjectif (réf. mauvais)	.071	.024			.027	.423	.016	.632	.012	.719
Utilisation d'Internet par l'entourage (score moyen)	.189	.000					.129	.000	.100	.004
Intérêt pour la technologie (échelle)	.350	.000							.219	.000
Problèmes d'utilisation (échelle)	-.247	.000							-.116	.001

Modèles	R^2 corrigé	F	p	N
(1) Sociodémographie	.096	18.705	.000	831
(2) Santé	.096	15.687	.000	831
(3) Entourage	.107	15.149	.000	823
(4) Affinité technologique	.174	19.899	.000	810

Coefficients standardisés (valeurs beta)

Les variables indépendantes prises en compte permettent d'obtenir un modèle général significatif et des valeurs modèles acceptables (voir tableau 26) pour l'analyse par régression linéaire. Dans le modèle général (modèle 4), les facteurs suivants ont donc une influence statistiquement significative sur la question de savoir si une personne a une attitude plutôt positive à l'égard des services numériques :

- le sexe ;
- l'utilisation d'Internet par l'entourage ;
- l'intérêt pour la technologie et
- les difficultés d'utilisation.

Les valeurs beta négatives relatives au sexe sont dues au fait que les hommes ont une attitude plus positive à l'égard des services numériques les femmes. Les personnes dont l'entourage utilise souvent Internet ont une attitude plus positive que les personnes dont les proches utilisent peu Internet ou ne l'utilisent pas du tout (non-internautes). Les valeurs relatives à l'intérêt pour la technologie et la facilité d'utilisation peuvent être comprises de la manière suivante : les personnes très intéressées par la technologie et rencontrant peu de difficultés lors de l'utilisation de moyens technologiques ont une attitude plutôt positive à l'égard des solutions numériques. Il n'existe pas de différences en fonction de l'âge des personnes interrogées, en tout cas pas dans le modèle général.

6 Comparaison diachronique des enquêtes de 2009 à 2019 : conclusions

L'évolution dans le temps des réponses aux questions comparables des trois enquêtes a déjà été examinée dans les analyses descriptives (voir le chapitre 4). Ce chapitre résume à nouveau cette évolution. De manière générale, le nombre de personnes âgées de 65 ans et plus qui utilisent Internet (chapitre 4.3) a de nouveau considérablement augmenté. Si l'on tient compte des données pondérées des trois enquêtes, cette hausse est très forte : ainsi, le nombre d'internautes (cercle d'utilisateurs élargi) est passé de 37.8 % en 2009 à 74.2 % en 2019. La différence entre les deux résultats s'élève à environ 36 points de pourcentage, c'est-à-dire une augmentation relative de 96 % ; autrement dit, le nombre d'internautes a pratiquement été multiplié par deux. Le taux d'internautes dans le groupe d'âge des 65 ans et plus se rapproche donc de celui des générations plus jeunes. La tendance à la hausse est tout aussi nette en ce qui concerne l'utilisation mobile d'Internet sur smartphone ou tablette : alors qu'en 2014, 34 % des personnes interrogées utilisaient l'Internet mobile, ce taux est passé à 70 % en 2019. De même, le nombre d'utilisateurs/trices de smartphones a bondi de 32 % en 2014 à 69 % en 2019. L'augmentation nette des technologies mobiles en particulier reflète l'impact de la transformation numérique sur la vie quotidienne ; cette tendance est désormais également visible chez les personnes de plus de 65 ans.

Néanmoins, le « fossé numérique » entre les personnes de plus de 65 ans et leurs cadets persiste, comme en témoignent les statistiques d'utilisation. Ces différences apparaissent non seulement entre la tranche d'âge des 65 ans et plus et les personnes plus jeunes, mais également au sein même du groupe des personnes âgées de 65 ans et plus. Dans ce dernier, le nombre d'internautes varie fortement en fonction de l'âge : ainsi, les plus de 80 ans utilisent Internet bien plus rarement que les personnes de 65 à 79 ans. On peut supposer qu'à l'avenir, le taux d'utilisateurs d'Internet en général sera plus ou moins identique dans toutes les tranches d'âge. Toutefois, cette homogénéisation observable du nombre d'utilisateurs ne s'étendra pas nécessairement à toutes les innovations technologiques existantes et futures. En effet, les technologies et les applications plus récentes ou encore rarement utilisées à l'heure actuelle représentent un défi (majeur), en particulier pour les personnes âgées qui n'ont pas grandi avec ces technologies ou qui ne se sont pas vraiment familiarisées avec elles dans leur activité professionnelle.

Le tableau 27 résume à nouveau l'évolution des résultats entre les trois enquêtes, telle qu'elle a été présentée dans les chapitres ci-dessus. Il montre les changements intervenus depuis la première enquête de 2009 dans certains domaines spécifiques. S'agissant de l'utilisation de l'Internet par les personnes de 65 ans et plus, on constate que la part d'internautes a pratiquement doublé : une majorité de personnes de cette tranche d'âge utilise désormais l'Internet. De même, le nombre d'internautes qui utilisent également l'Internet mobile, au moyen d'un smartphone ou d'une tablette, par exemple, a fortement augmenté depuis 2014, de 31 % à 68 %. Ainsi, l'ordinateur de bureau n'est plus le seul appareil utilisé par la plupart des internautes, toujours plus de personnes se servant également d'un appareil mobile. Afin de tenir compte de cette évolution, les offres d'assistance et de cours d'introduction à l'Internet devraient inclure aussi bien l'utilisation stationnaire que mobile d'Internet.

Les résultats relatifs à la possession et l'usage d'appareils mobiles confirment également cette augmentation de l'utilisation. Actuellement, plus de 68 % des personnes interrogées utilisent un smartphone et 43 % une tablette, soit presque deux fois plus qu'en 2014 (tableau 27). Le smartphone a pratiquement supplanté le téléphone portable traditionnel. Bien que l'utilisation des ordinateurs fixes et portables soit en hausse constante depuis la première enquête en 2009, cette augmentation n'est pas aussi forte que celle constatée pour le smartphone. En effet, les appareils mobiles tels que la tablette ou

le smartphone sont utilisés aujourd'hui pour se procurer des informations qui en 2009 étaient uniquement accessibles sur un ordinateur fixe.

Tableau 27 Comparaison de certains aspects spécifiques des enquêtes	**2009**	**2014**	**2019**
Évolution du pourcentage d'internautes/de non-internautes			
Pourcentage d'internautes	37.8	55.7	74.2
dont les internautes utilisant l'Internet mobile (tous les internautes = 100%)	–	31.1	68.1
Évolution de l'utilisation des appareils			
Pourcentage d'utilisateurs/trices de smartphones	–	32.1	68.7
Pourcentage d'utilisateurs/trices de tablettes	–	25.7	43.1
Pourcentage d'utilisateurs/trices d'ordinateurs	55.9	65.5	74.4
Évolution de l'attitude à l'égard de la technologie (scores moyens) *(sur la base des trois affirmations « Le progrès technologique doit constamment continuer », « Je ne pourrais plus imaginer ma vie sans moyens technologiques » et « Je m'intéresse beaucoup aux nouveautés technologiques » ; degré d'approbation sur une échelle de 1 à 5)*			
Tous	3.51	3.46	3.47
Internautes uniquement	4.01	3.78	3.62
Non-internautes uniquement	3.21	3.04	2.95
Évolution de l'attitude à l'égard d'Internet (scores moyens) *(sur la base des trois affirmations « Internet facilite le contact avec d'autres personnes », « Internet évite beaucoup de déplacements (inutiles) » et « Internet est stimulant et fascinant » ; degré d'approbation sur une échelle de 1 à 5)*			
Tous	3.20	3.34	3.28
Internautes uniquement	3.64	3.65	3.45
Non-internautes uniquement	2.88	2.91	2.71

Remarques : données pondérées et comparables des différents sondages

La comparaison diachronique de l'attitude à l'égard de la technologie en général et de l'attitude à l'égard de l'utilisation d'Internet en particulier (voir tableau 27) montre clairement que ces résultats sont restés relativement stables. Dans l'ensemble, l'attitude à l'égard de la technologie en général n'a guère évolué depuis la première enquête en 2009. On constate cependant que le taux d'approbation chez les non-internautes a constamment baissé au fil des années, ce qui s'explique par le fait que le groupe des non-internautes actuels comprend probablement une majorité de personnes hostiles à l'égard des nouvelles technologies et qui ont décidé en connaissance de cause de ne pas utiliser Internet. En revanche, les personnes affichant une attitude plus positive ont souvent franchi le pas et utilisent désormais Internet.

L'attitude des non-internautes à l'égard d'Internet en particulier reflète aussi cette tendance ; en effet, les non-internautes sont plus réservés à l'égard d'Internet que les internautes. Toutefois, ces résultats indiquent également que les avis au sujet d'Internet en général ne sont pas nécessairement plus positifs, même si Internet est davantage utilisé aujourd'hui, ses avantages et inconvénients sont plutôt évalués de manière ambivalente (voir tableau 27). De ce fait, les internautes et les non-internautes ne doivent pas être considérés comme formant des groupes homogènes. Au contraire, on constate une attitude différenciée à l'égard de la transformation technologique, ce qui montre qu'il ne suffit pas de savoir si une personne utilise ou non Internet, mais qu'il convient également de déterminer l'usage qu'elle fait des possibilités numériques dont elle dispose et quels en sont pour elle les avantages et les inconvénients.

Il faut s'attendre à ce qu'à l'avenir, l'émergence de nouvelles technologies entraîne à chaque fois des adaptations et des défis spécifiques pour le groupe des 65 ans et plus, qui se manifestent à travers des taux d'utilisation variant d'une génération à l'autre. Afin d'aider les personnes à surmonter les difficultés et les obstacles éventuels, il est important de les encourager, de leur conseiller de se faire

aider par leur entourage et de souligner les avantages des nouvelles technologies, sans toutefois en minimiser les risques (voir le chapitre 7).

Les internautes actuels utilisent des applications en ligne similaires à celles qui avaient les faveurs de leurs pairs en 2014. Les non-internautes jugent eux aussi ces applications intéressantes. Comme par le passé, le courrier électronique, la consultation d'horaires et la recherche d'informations générales sur Internet sont les applications les plus prisées. De même, certaines applications spécifiques, telles les contenus multimédias et les réseaux sociaux, sont toujours jugées moins intéressantes. Aujourd'hui encore, les internautes ne sont pas plus de 30 % à utiliser des applications spécifiques comme les réseaux sociaux, alors que le taux d'utilisation dans la population totale est nettement plus élevé. Néanmoins, dans l'ensemble, les différentes applications sont davantage utilisées 2019 qu'en 2009 (voir figure 30). Plusieurs applications atteignent même un certain effet plafond : une personne qui utilise Internet aujourd'hui s'en sert également pour rechercher des informations, écrire des e-mails, participer à des chats, téléphoner ou consulter des horaires. Même si le taux d'utilisation des réseaux sociaux n'est que de 29 %, cela représente néanmoins une forte hausse par rapport à la première enquête, car en 2009, seuls 5 % des internautes étaient sur les réseaux sociaux.

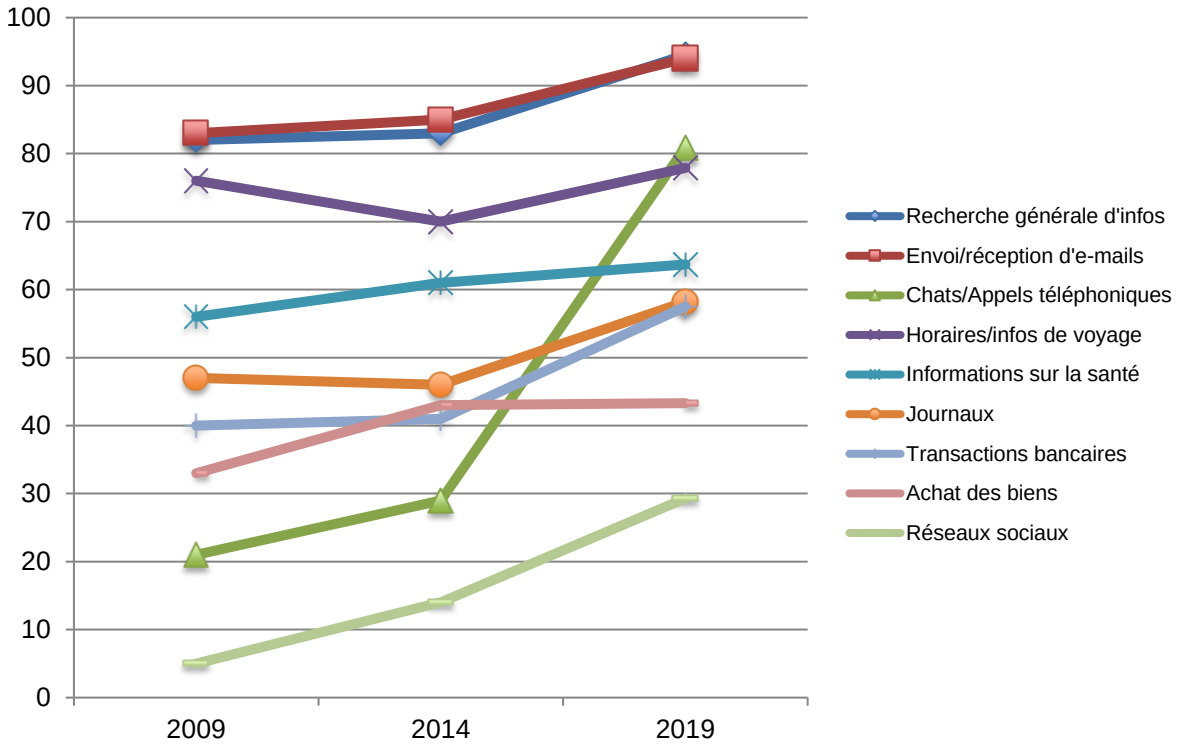

Figure 30 : Évolution de l'utilisation des applications en ligne (par les internautes, en %)

En ce qui concerne les difficultés et les obstacles liés à l'utilisation d'Internet, les non-internautes de 2009 et de 2019 citent des facteurs similaires, dans un ordre pratiquement identique (voir chapitre 4.4.5), notamment : utilisation trop compliquée, apprentissage trop difficile, préoccupations d'ordre sécuritaire, absence d'utilité et manque d'encouragements. Curieusement, les non-internautes sont toujours aussi sensibles aux coûts (30 % contre 33 % en 2009), alors que les frais liés à l'utilisation d'Internet ont plutôt baissé au cours des dix dernières années. Outre les préoccupations d'ordre sécuritaire, qui restent un problème majeur pour les non-internautes (voir figure 31), les aspects davantage liés aux compétences personnelles (« trop compliqué », « effort d'apprentissage trop important ») jouent un rôle. La comparaison diachronique montre que ces aspects n'ont pas perdu en importance, même après dix ans (voir figure 31). Ces thématiques devraient être abordées dans les

formations sur l'utilisation d'Internet ou lors d'échanges d'expériences avec les internautes néophytes. En effet, une fois qu'ils ont appris à se servir d'Internet, ces derniers estiment que l'effort d'apprentissage est en réalité moins important ; ce qui a été démontré au moyen de sondages rétrospectifs auprès des internautes actuels.

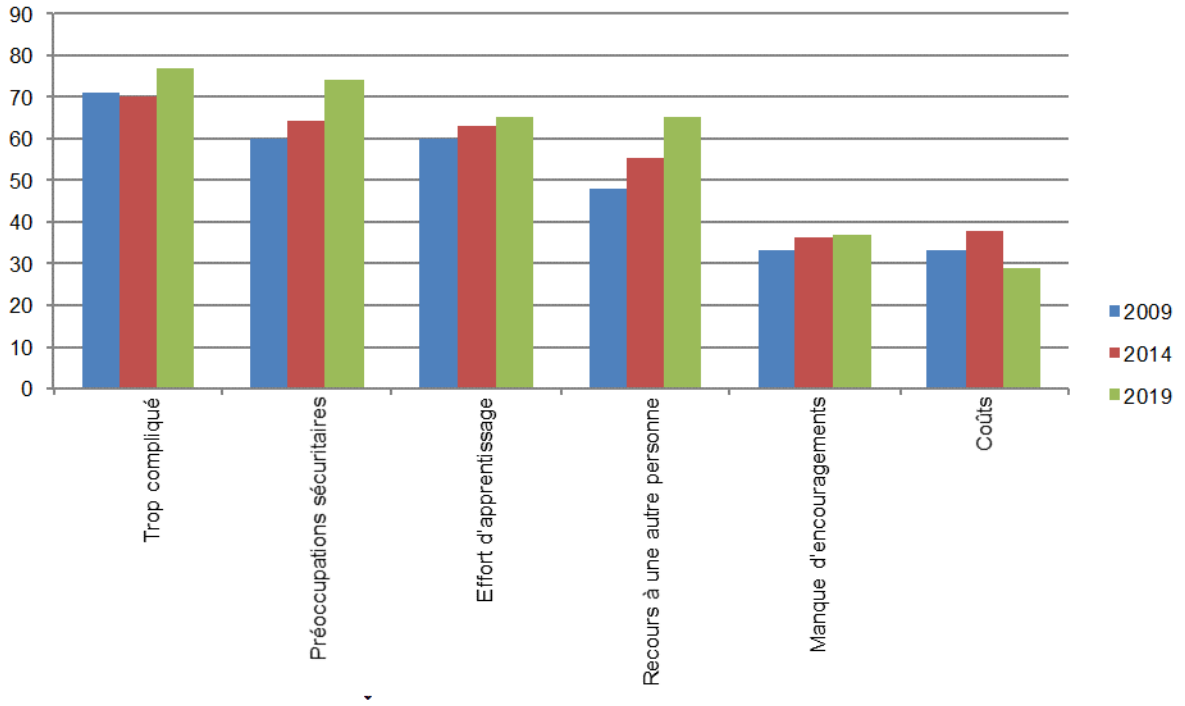

Figure 31 : Évaluation des obstacles par rapport à l'utilisation d'Internet (non-internautes, en %)

Les analyses descriptives et multivariées effectuées montrent que les profils des internautes et des non-internautes n'ont guère évolué depuis 2009. On constate néanmoins dans l'analyse multivariée que le sexe, par exemple, joue un rôle moins important ; il n'explique plus de manière statistiquement significative si une personne est internaute ou non. Ceci est dû à la généralisation de l'utilisation d'Internet dans la population âgée. Les résultats des enquêtes permettent de déduire que l'âge reste une grandeur explicative, tant en 2009 qu'aujourd'hui. Il ne faudrait toutefois pas y voir un lien de causalité ou un rapport avec l'âge – l'utilisation d'Internet diminuerait automatiquement à mesure qu'une personne vieillit – ; ces résultats signifient simplement que les taux d'utilisation effectifs sont différents d'un groupe d'âge ou d'une cohorte à l'autre. La comparaison entre 2009 et 2019 fait apparaître non seulement des augmentations des taux d'utilisation liés à la cohorte dans le groupe de personnes de 65 ans et plus, mais également des adaptations individuelles. Ce groupe d'âge compte apparemment de nombreux néophytes, qui ont seulement appris à utiliser Internet après le départ à la retraite. La formation est également un facteur permettant d'expliquer les différences dans l'utilisation d'Internet. S'ils se distinguent par leurs caractéristiques sociodémographiques, les internautes et les non-internautes n'ont pas non plus les mêmes affinités en matière de technologies. Les non-internautes sont aussi plus nombreux à évoquer des obstacles et des difficultés, notamment en ce qui concerne l'apprentissage de cette nouvelle technologie. Ils craignent également les problèmes liés à la technologie qui pourraient les empêcher d'utiliser Internet. Par ailleurs, selon les résultats des différentes enquêtes, les non-internautes sont plus souvent entourés de personnes qui n'utilisent pas Internet non plus.

Comme lors des enquêtes précédentes, l'analyse de la typologie des attitudes à l'égard d'Internet (voir chapitre 4.4.4) montre que le groupe des non-internautes comprend toujours des personnes (36 %) qui n'utilisent pas Internet, mais qui ont néanmoins une attitude positive à l'égard d'Internet. Ces personnes

ont probablement l'intention d'utiliser Internet un jour, mais elles évoquent néanmoins des obstacles et des difficultés qui les empêchent de franchir le pas, notamment l'effort d'apprentissage, les éventuels problèmes liés à la technologie et le manque d'encouragements. Dans ce domaine en particulier, des offres de cours sur l'utilisation du matériel et des logiciels pourraient aider ces personnes à surmonter un premier obstacle à l'utilisation d'Internet. Toutefois, comme le montrent les résultats de l'enquête, les non-internautes actuels sont plus nombreux (47 %) à avoir une attitude négative à l'égard de l'Internet. Il s'agit probablement de personnes âgées qui décident en connaissance de cause de ne pas utiliser Internet et qui voient peu d'avantages dans son utilisation.

7 Excursus : mesures possibles

En 2020, l'utilisation d'Internet dans la population âgée reste un thème de société important, notamment en raison du fossé numérique qui, bien qu'il ait diminué, n'a pas disparu pour autant. La stratégie actuelle « Suisse numérique » insiste aussi sur l'importance de renforcer les compétences de toute la population pour que celle-ci puisse exploiter les opportunités de la numérisation (BAKOM, 2018). Les personnes âgées en particulier sont incluses dans les groupes cibles ; aussi la stratégie mise-t-elle beaucoup sur des technologies d'assistance innovantes axées sur les besoins des personnes âgées (BAKOM, 2018).

En comparaison avec l'étude d'investigation de 2009, on constate que les TIC pour les personnes âgées restent un sujet d'actualité. En effet, la nouvelle étude montre elle aussi que l'utilisation d'Internet, de nombreux nouveaux appareils (p. ex. bracelet fitness, applications) ou encore de services numériques (réservations en ligne, e-banking) ne s'est pas encore généralisée dans la population âgée. Alors qu'en 2009, les raisons pour lesquelles les personnes âgées n'utilisaient pas Internet étaient au centre de l'étude, l'enquête de 2019 portait davantage sur l'utilisation d'applications en ligne spécifiques ou de nouveaux services numériques, par exemple de caisses automatiques. Actuellement, l'accent est mis non seulement sur la familiarisation avec l'Internet proprement dit, mais également sur les applications en ligne. Par ailleurs, les nouvelles solutions technologiques, telles que les applications de cybersanté, l'habitronique ou les services numériques, par exemple la déclaration d'impôt en ligne, représentent de nouveaux défis. Pour les maîtriser, il ne suffit pas de savoir allumer un ordinateur et ouvrir un navigateur. Il convient plutôt de proposer des formations dans différents domaines qui vont au-delà de la familiarisation avec le matériel et qui sont axées sur l'utilisation des logiciels et de leurs contenus. Ces formations doivent donc aborder des questions telles que « Quelles sont les applications pratiques des nouvelles solutions technologiques et dans quelle mesure peuvent-elles me simplifier la vie ? ». Le débat sur les mesures visant à soutenir les personnes âgées dans l'utilisation de moyens technologiques est donc tout à fait d'actualité, et le restera sans doute également durant les années à venir. Comme il a déjà été relevé dans les précédentes études, la promotion des mesures existantes doit se poursuivre.

La mise en avant du bénéfice est un point essentiel à cet égard : une personne sera seulement prête à apprendre et à utiliser des appareils technologiques et des applications numériques si elle en perçoit l'utilité immédiate. Des soutiens devront toutefois être proposés, car les difficultés d'utilisation et l'important effort d'apprentissage ont également été mis en avant dans l'enquête actuelle. Cette assistance pourrait par exemple être fournie, de manière formelle, lors de cours et de formations, ou de façon informelle, par des membres de la famille, des amis ou des voisins. Outre l'aspect de la demande, avec la promotion d'Internet auprès des non-internautes actuels et la transmission de compétences en matière d'utilisation de ce média, il convient d'étudier l'offre, par exemple la convivialité des pages Internet ou la maniabilité de solutions matérielles mobiles et logicielles pour les services numériques (vgl. Seifert et al., 2016 ; Seifert & Schelling, 2016a ; Seifert & Schelling, 2016b).

Les résultats de cette étude indiquent qu'Internet offre des bénéfices aux internautes, mais que ces avantages ne sont pas perçus comme tels par les personnes qui n'utilisent pas Internet. Expliquer quels sont ces bénéfices est donc un élément essentiel des mesures éventuelles. Plusieurs définitions de ces bénéfices sont possibles : soit une utilité directe, grâce au maintien des canaux de communication, soit une utilité indirecte, Internet contribuant à prolonger l'autonomie et le maintien à domicile. Autre bénéfice potentiel : le plaisir et la distraction que peuvent procurer les nouvelles applications, que ce soit le plaisir lié à l'utilisation d'une application « productive » ou l'effet récréatif d'un jeu ou d'un divertissement.

Ces bénéfices sont mis en regard avec l'évaluation de la facilité d'utilisation. Une personne sera plus encline à utiliser Internet si elle voit moins d'obstacles et de difficultés ou si elle se rend vite compte que ces entraves sont surmontables. À cela s'ajoute la plus grande facilité d'utilisation grâce à des pages web et des moyens technologiques adaptés et accessibles à tous. L'encouragement et l'aide directe fournis par l'entourage constituent également un aspect de la facilité d'utilisation. L'utilisation d'Internet est d'autant plus simple pour une personne âgée si son entourage lui offre son aide pendant le processus d'apprentissage.

En plus de l'utilité et de la facilité, l'attitude à l'égard d'Internet en particulier joue un rôle de facilitateur. Ce sont donc notamment les facteurs « utilité », « facilité » et « attitude » qui déterminent l'utilisation d'Internet. Si ces éléments fondamentaux sont pris comme point de départ, il est plus aisé de leur attribuer des mesures de manière ciblée. Ainsi, une campagne officielle sur la mise en garde contre les dangers d'Internet influence le facteur « attitude », tandis des améliorations concrètes sur une page web ont un impact sur l'aspect « facilité ».

De plus, les aspects ci-dessous jouent également un rôle important lors de la définition de mesures :

- Par leurs caractéristiques et leurs attitudes à l'égard d'Internet, les non-internautes forment un groupe très hétérogène ; de ce fait, les mesures devraient systématiquement comprendre des solutions ciblées ou, mieux, personnalisées.
- Toute initiative de sensibilisation à Internet doit tenir compte d'un certain scepticisme ou d'une certaine crainte envers la technologie chez les destinataires, éviter le jargon technique et mettre en avant l'utilité et non les moyens technologiques qui permettent d'en bénéficier.
- Il faudra sans doute moins de mesures pour inciter les non-internautes qui ont une attitude généralement positive à l'égard d'Internet à utiliser le réseau des réseaux que les non-internautes qui ont une attitude plus hostile. Pour les premiers, des mesures telles que l'amélioration des opportunités et une assistance ciblée pourraient être utiles. En revanche, les non-internautes hostiles doivent d'abord être amenés à réviser leur jugement quant aux bénéfices potentiels et à l'image qu'ils se font d'Internet.
- Les bénéfices personnels potentiels d'Internet peuvent être mis en avant pour susciter l'intérêt.
- Dans le cas des non-internautes, l'entourage peut être une ressource susceptible d'encourager les personnes âgées et de leur fournir une aide informelle.
- L'assistance et les offres de cours doivent être axées sur les besoins et les compétences spécifiques des personnes concernées ; une prise en charge personnalisée paraît très prometteuse.

Il n'entre pas dans le cadre de l'étude de définir des mesures détaillées à partir des seules données de l'enquête, ce qui d'ailleurs ne serait pas possible. Les constatations mentionnées sont plutôt destinées à soutenir l'élaboration de recommandations supplémentaires. Une mesure isolée ne suffit pas pour combler le fossé numérique. Les mesures et les projets existants devront être encouragés à l'avenir également et complétés en cas de déficits structurels ou locaux de l'offre. Dix ans après la première étude d'investigation, il s'agit de sensibiliser la société en général à cette thématique, tant du côté des demandeurs que des fournisseurs de contenus numériques (optimisation de l'offre en ligne). Il importe dans ce processus de ne pas laisser pour compte les non-internautes affichant une attitude hostile, pour

la seule raison qu'ils n'utilisent pas Internet. Les solutions alternatives d'accès aux informations et aux moyens de communication doivent rester ouvertes à tous, gratuitement.

Une liste de mesures a été établie lors de l'étude d'investigation de 2009. Étant donné que les éléments principaux restent inchangés et que les recommandations gardent toute leur pertinence, les différentes suggestions, légèrement adaptées, sont présentés ci-dessous (voir tableau 28).

Tableau 28 : Recommandations de mesures

Domaine	Recommandations
Sensibilisation	Sensibiliser les personnes âgées à l'usage et à l'apprentissage des TIC. Sensibiliser la société aux besoins des internautes et non-internautes âgés.
Encouragement	Encourager directement et indirectement les personnes à comparer leurs propres besoins et les offres proposées sur Internet, dans le but d'identifier les bénéfices possibles.
Activation des ressources sociales	Solliciter l'entourage comme ressource pour l'apprentissage d'Internet.
Promotion d'offres de formation	Encourager les offres de formation existantes ou nouvelles de divers organes (privés ou non) par des moyens financiers ou structurels. Approche : offres de base professionnelles et informelles, axées sur les besoins individuels, d'un quartier ou d'une commune.
Promotion du bénévolat	Faire appel à des bénévoles pour soutenir les personnes âgées de leur entourage dans le processus d'apprentissage et valoriser le travail de ces bénévoles ; le cas échéant, former des mentors.
Promotion de groupes de seniors autonomes	Solliciter et encourager des groupes d'entraide qui soutiennent les personnes âgées dans leur entourage. Méthode de base : apprendre ensemble.
Convivialité	Sensibiliser au problème de la convivialité les fournisseurs d'applications et d'offres en ligne et promouvoir ces produits.
Allégements financiers	Alléger le coût des abonnements à Internet pour les personnes à faibles revenus.
Reconnaissance de projets	Donner une reconnaissance officielle aux projets de soutien existants.
Garantie de maintien d'autres possibilités d'accès	Garantir le maintien d'autres possibilités d'accès aux informations et services importants (hors ligne, via des canaux traditionnels), notamment publics.

8 Conclusions

L'étude d'investigation a fourni de nouvelles données pertinentes et représentatives sur l'utilisation par les personnes âgées de technologies telles que l'Internet, les applications de cybersanté ou les services numériques, thème sociétal très important. La comparaison directe avec l'enquête menée en 2009 montre qu'au cours des dix dernières années, le nombre d'utilisateurs d'Internet a encore progressé chez les 65 ans et plus. Alors qu'en 2009, 38 % des personnes interrogées déclaraient utiliser Internet, ce pourcentage est aujourd'hui de 74 %. Des différences subsistent cependant entre les personnes de moins de 65 ans et celles de plus de 65 ans, même si elles sont désormais moins marquées. Des écarts sont également observables au sein du groupe des 65 ans et plus : ainsi, les personnes de 80 ans et plus utilisent Internet plus rarement que les personnes de 65 à 75 ans. Les internautes et les non-internautes forment des groupes très hétérogènes. Parmi les premiers, on trouve des usagers intensifs, des usagers occasionnels et des personnes qui utilisent rarement Internet et n'ont pas encore choisi entre les modes de vie « connecté » et « non connecté ». Les non-internautes se subdivisent en trois sous-groupes : les intéressés, les ambivalents et les hostiles. Chacun de ces sous-groupes a ses propres caractéristiques. Ainsi, les non-internautes ne sont pas nécessairement des personnes hostiles à l'Internet, au sein de ce groupe, on trouve plutôt des personnes qui ont des avis très divers au sujet d'Internet.

Bien qu'en comparaison avec l'enquête de 2009, l'enquête actuelle enregistre un plus grand nombre d'internautes que de non-internautes, les profils des deux groupes restent similaires. Les internautes étaient, et sont toujours, des personnes plus jeunes, généralement bien formées. En outre, ils s'intéressent souvent aux nouvelles technologies et affirment rencontrer peu de problèmes dans l'utilisation de nouveautés technologiques. Il existe toutefois aussi quelques différences entre les résultats des études réalisées. Ainsi, le sexe n'explique plus nécessairement l'attribution à un groupe (internautes/non-internautes). Bien que l'âge et le niveau de formation continuent à jouer un rôle à cet égard, des facteurs directement liés à la personne, tels que « utilité perçue », « facilité d'utilisation » et « attitude », restent eux aussi très importants. D'éventuelles interventions visant à initier les personnes âgées à l'Internet ne sauraient avoir de prise sur les caractéristiques sociodémographiques et modifier ces dernières. Néanmoins, l'explication des bénéfices de l'utilisation d'Internet, la facilitation de l'accès et l'explicitation des éventuels problèmes et difficultés pourraient avoir une influence sur les facteurs subjectifs non-mesurables. C'est précisément dans ce domaine qu'il serait judicieux de prévoir des mesures et des interventions tenant compte des différents besoins et souhaits individuels.

La présente étude d'investigation a également permis d'étudier pour la première fois l'utilisation de bracelets fitness et d'applications de cybersanté (par exemple sur smartphone ou tablette). Ces objets et applications de cybersanté sont encore peu répandus. Les applications de fitness et de caisses-maladie sont les plus prisées, mais le taux d'utilisation n'atteint pas 20 %. D'autres applications, par exemple celles destinées à rappeler la prise de médicaments, sont très rarement utilisées. De manière générale, les taux d'utilisation d'objets et d'applications de cybersanté sont plutôt modestes, elles offrent donc un grand potentiel. Même si les applications de cybersanté sont peu utilisées, près de la moitié (48 %) des utilisatrices et des utilisateurs actuels sont prêts à partager leurs données sanitaires enregistrées avec leur médecin, ce qui permet d'identifier le potentiel futur pour la télémédecine (ou la télésanté).

L'étude d'investigation actuelle avait également pour objet les services numériques, afin de déterminer quels sont les services numériques utilisés actuellement et d'évaluer les difficultés d'utilisation et l'attitude des personnes interrogées à leur égard. Les résultats montrent que de nombreuses personnes interrogées utilisent également des services numériques très répandus, par exemple le bancomat ou les distributeurs de titres de transports publics. Les applications plus récentes, par exemple les caisses automatiques ou le paiement sans contact, sont toutefois moins utilisées, mais davantage par les

internautes que par les non-internautes. Les deux groupes évoquent cependant des difficultés lors de l'utilisation de ces services ; certains trouvent par exemple que l'utilisation des distributeurs de titres de transport n'est pas très facile. L'enquête a porté non seulement sur l'utilisation de services numériques et les difficultés rencontrées, mais également sur les avis sur ces services (p. ex. les achats en ligne ou l'utilisation de caisses automatiques). Les personnes interrogées ont été invitées à évaluer plusieurs affirmations. Elles ont approuvé aussi bien les affirmations négatives (p. ex. les services digitaux menacent des postes de travail) que les affirmations positives (p. ex. les services numériques font gagner du temps), les affirmations négatives récoltant davantage d'avis favorables. En moyenne, les internautes ont un avis plus favorable sur les affirmations positives que les non-internautes, ce qui indique que pour les premiers, les services numériques actuels présentent plus d'avantages. De même, les possibilités des nouvelles applications dans le domaine de la cyberadministration (service public numérique) ont plus d'utilité pour les internautes que les non-internautes. Pourtant, dans ce domaine également, les avis au sein du groupe des internautes divergent. Les services numériques vont sans conteste encore gagner en importance à l'avenir, pour cette raison, il était utile de faire le point sur la situation actuelle en matière d'utilisation de ces services et les avis à ce sujet.

Pour terminer, soulignons à nouveau que le choix de certaines personnes âgées de ne pas utiliser des services numériques et des innovations technologiques devrait être respecté. Dans un contexte marqué par le dynamisme du marché technologique et la numérisation croissante de notre quotidien, les personnes âgées ne devraient pas être considérées et traitées comme « groupe marginal d'une société technologique ». Si une grande partie de la population âgée utilise désormais Internet, le risque est d'autant plus grand que les personnes ayant peu d'affinités technologiques n'aient pas accès à des informations et services parce qu'elles ne maitrisent pas les technologies requises leur permettant d'utiliser les offres numériques. Il s'agirait de maintenir d'autres possibilités d'accès aux informations et aux services (p. ex. le guichet traditionnel dans les banques ou les gares) et imaginer des formations ou introductions à l'utilisation des nouvelles technologies, proposées notamment par les entreprises qui vendent ces solutions numériques. Même si un futur nivellement des chiffres d'utilisation des moyens technologiques actuels entre les générations est prévisible, il convient de partir du principe qu'il existera toujours un écart entre jeunes et moins jeunes dans l'utilisation des technologies contemporaines. Des technologies toujours plus avancées, parfois plus « complexes » domineront notre quotidien de demain, ce qui représentera un défi pour les personnes âgées en particulier. C'est pourquoi le sujet de cette étude restera un thème d'actualité et un enjeu sociétal important à l'avenir également.

Bibliographie

Diekmann, A. (2018). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Eurostat. (2019). *Statistiques sur l'économie et la société numériques - ménages et particuliers – Statistics Explained*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals/fr

Händler-Schuster, D., & Seifert, A. (2016). Technische Hilfen im Alter—Vor- oder Nachteil? *NOVAcura*, *47*(4), 36–38.

Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2012). Succinct survey measures of web-use skills. *Social Science Computer Review*, *30*(1), 95–107. https://doi.org/10.1177/0894439310397146

Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media & Society*, *20*(10), 3937–3954. https://doi.org/10.1177/1461444818787348

OFCOM. (2018). *Stratégie Suisse numérique*. Office fédéral de la communication. https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/suisse-numerique-et-internet/strategie-suisse-numerique.html

OFS. (18.12.2014). *L'espace à caractère urbain 2012*. Office fédéral de la statistique. https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/themes-transversaux/analyses-spatiales.assetdetail.349561.html

OFS. (2019). *Utilisation d'internet en Suisse selon l'âge*. https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs-generaux/menages-population/utilisation-internet.assetdetail.11307953.html

Schelling, H. R., & Seifert, A. (2010). *Internet-Nutzung im Alter. Gründe der (Nicht-)Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz*. Zentrum für Gerontolgie (Zürcher Schriften zur Gerontologie).

Seifert, A., Christen, M., & Martin, M. (2018). Willingness of Older Adults to Share Mobile Health Data with Researchers. *GeroPsych*, *31*(1), 41–49. https://doi.org/10.1024/1662-9647/a000181

Seifert, A., Darvishy, A., & Roth, S. (2016). Altersgerechtes Webdesign. *Angewandte GERONTOLOGIE Appliquée*, *1*(1), 21–22. https://doi.org/10.1024/2297-5160/a000009

Seifert, A., & Doh, M. (2016). Internetnutzung im Alter – Diffusion, Alltagsrelevanz und Kompetenzvermittlung. *Report Psychologie*, *41*(10), 394–402.

Seifert, A., & Misoch, S. (2016). Ältere Personen in der digitalen Gesellschaft. *SozialAktuell*, *48*(7/8), 34–35.

Seifert, A., & Schelling, H. R. (2015). *Digital seniors. Utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les personnes âgées de 65 ans et plus en Suisse en 2015*. Pro Senectute.

Seifert, A., & Schelling, H. R. (2016a). Troubles liés à l'âge – les personnes âgées dans la société du numérique. In A. Bolfinger, B. Heinser, G. Giudice, & P. Ritter (Eds.), *Étude Accessibility en Suisse 2016* (pp. 17–19). Fondation Accès pour tous.

Seifert, A., & Schelling, H. R. (2016b). Alt und offline?: Befunde zur Nutzung des Internets durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, *49*(7), 619–625. https://doi.org/10.1007/s00391-015-0965-1

Seifert, A., Hofer, M., & Rössel, J. (2018). Older adults' perceived sense of social exclusion from the digital world. *Educational Gerontology*, *44*(12), 775–785. https://doi.org/10.1080/03601277.2019.1574415

Seifert, A., & Meidert, U. (2018). „Quantified seniors": Technisch unterstützte Selbstvermessung bei älteren Personen. *Prävention und Gesundheitsförderung*, *13*(4), 353–360. https://doi.org/10.1007/s11553-018-0646-1

ANNEXE : Questionnaire

Universität Zürich[UZH]

Pour commencer, voilà quelques affirmations sur la technique en général.

1 Veuillez s'il vous plaît indiquer, pour chacune des phrases suivantes, sur une échelle de 1 à 5, dans quelle mesure vous la désapprouvez ou l'approuvez. 1 signifie "pas d'accord du tout", 5 "tout à fait d'accord". Vous pouvez nuancer vos réponses avec les valeurs intermédiaires

	(1) Pas d'accord du tout	(2)	(3)	(4)	(5) Tout à fait d'accord	*Ne sais pas*
Le progrès technique doit constamment continuer	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Je ne pourrais plus imaginer ma vie sans appareils techniques	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Je m'intéresse beaucoup aux nouveautés techniques	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Le maniement d'appareils techniques est difficile pour moi	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
La digitalisation croissante a plus d'avantages que d'inconvénients pour la société	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Les robots devraient être utilisés pour l'assistance des personnes âgées	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

2 Indiquez s'il vous plaît à quelle fréquence vous utilisez les médias / appareils suivants à titre privé. Vous pouvez choisir entre « quotidiennement », « au moins 1 fois par semaine », « au moins 1 fois par mois », « plus rarement ou « nous en avons un à la maison mais ne l'utilise pas » ou « je n'en ai pas » :

	Quotidiennement	Au moins 1 fois par semaine	Au moins 1 fois par mois	Plus rarement	Nous en avons un à la maison, mais je ne l'utilise pas	Je n'en ai pas
Télévision	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Radio	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Téléphone fixe	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Smartphone (avec connexion Internet, en principe avec écran tactile)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6

	Quotidiennement	Au moins 1 fois par semaine	Au moins 1 fois par mois	Plus rarement	Nous en avons un à la maison, mais je ne l'utilise pas	Je n'en ai pas
Téléphone portable normal (c'est-à-dire pas un smartphone)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Tablette (p.ex. iPad, Samsung Galaxy Tab)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Ordinateur fixe ou ordinateur portable	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Bracelet de fitness (bracelet avec lequel on peut mesurer la dépense en calories, les pas, etc.)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Montre connectée (montre avec écran tactile, p.ex Apple Watch)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6
Assistance personnelle par commande vocale, connectée à Internet (p.ex. Amazon Echo respectivement "Alexa", Apple HomePod "Siri", Google Home, "Ok Google")	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6

3 Avez-vous quelqu'un parmi le cercle des personnes suivantes à qui vous pouvez vous adresser si vous avez un problème avec des appareils techniques ?

	oui	non	*Ne sais pas*
Membres de la famille	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Connaissances / amis	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Voisins / colocataires / (sous-)locataires	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Entreprise de services / Entreprises techniques	☐ 1	☐ 2	☐ 888

4 Vous est-il déjà arrivé d'utiliser Internet (appareil fixe ou mobile) ?

oui	non
☐ 1	☐ 2
Si „oui“: Continuer à la **question 5** (à la page 5)	Si „non“: Continuer à la **question 13** (à la page 9)

Universität Zürich[UZH]

5 A quelle fréquence avez-vous utilisé Internet en moyenne durant les 6 derniers mois ?

Merci de répondre à cette question seulement si vous avez déjà utilisé Internet !

Quotidien-nement	Plusieurs fois par semaine	Plusieurs fois mar mois	Plus rarement	Jamais
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Si „Quotidien-nement“: Continuer à la **question 6**	Si „Plusieurs fois par semaine/mois“ ou „Plus rarement“: Continuer à la **question 7**			Si „Jamais“: Continuer à la **question 13** (à la page 9)

Répondre aux questions 6 à 12 seulement si vous avez utilisé internet dans les 6 derniers mois

6 Combien d'heures/minutes l'utilisez-vous en moyenne par jour ?

Répondre à cette question **seulement** si vous utilisez Internet **quotidiennement** !

heures: _____ minutes: _____ | *Ne sais pas* ☐ 888

7 A quelle fréquence avez-vous utilisé Internet en déplacement en moyenne durant les 6 derniers mois, donc de manière mobile avec le Smartphone ou la tablette ?

Répondre à cette question seulement si vous utilisez Internet **vous-même** !

Quotidien-nement	Plusieurs fois par semaine	Plusieurs fois par mois	Plus rarement	Jamais	*Ne sais pas*
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

8 Vous souvenez-vous depuis quand environ vous utilisez Internet – à titre privé ou professionnel ? Veuillez s'il vous plaît indiquer depuis combien d'années vous utilisez Internet. (Une estimation approximative suffit)

Merci de répondre à cette question seulement si vous utilisez Internet **vous-même !**

Depuis _____ ans | *Ne sais pas* ☐ 888

Universität Zürich[UZH]

9 Dans quel but avez-vous utilisé Internet durant les 3 derniers mois ? Veuillez s'il vous plaît indiquer pour chacune des possibilités si vous l'avez personnellement utilisée sur un ordinateur ou un Laptop, seulement avec un appareil mobile (Smartphone ou tablette) ou avec les deux (vous pouvez cocher les deux).

Si vous n'avez pas utilisé cette possibilité au cours des 3 derniers mois, indiquez svp si vous trouvez cette possibilité intéressante ou non.

Merci de répondre à cette question seulement si vous utilisez Internet **vous-même** !
Merci de cocher tout ce qui convient !

	Utilisée		**Pas utilisée**		
	Sur un ordinateur / Sur un Laptop	Sur un appareil mobile	Mais intéressante	et pas intéressante	*Ne sais pas*
Envoyer et recevoir des e-mails	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Écrire des messages (p.ex. WhatsApp) ou téléphoner par Internet (p.ex Skype)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Consulter des horaires ou heures de départ des transports publics (CFF, etc.) sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Rechercher des informations générales sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
S'informer sur des thèmes de la santé	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Consulter des informations cartographiques, plans / navigation (p. ex. Google Maps)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Streaming d'émissions (Radio/TV), également Podcast, Netflix, Spotify ou Play RTS (médiathèque online)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Jouer à des jeux sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Lire des journaux, des revues ou des magazines sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Laisser des commentaires, articles de blog ou discuter sur les forums	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Réservation en ligne (p.ex restaurants, hôtels, cinéma, théâtre, titres de transports, billets d'avion)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888

	Utilisée		Pas utilisée		
	sur un ordinateur / sur un Laptop	sur un appareil mobile	Mais intéressante	et pas intéressante	*Ne sais pas*
Achats sur Internet (p.ex. habits ou nourriture)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Vente de biens ou de services (p.ex. Ebay, Ricardo)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Opérations bancaires par Internet ou d'autres services financiers	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Services en ligne d'offices ou d'administrations	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888

10 On doit souvent surmonter divers obstacles lors de l'utilisation d'Internet. Veuillez indiquer sur une échelle de 1 à 10 dans quelle mesure vous avez aujourd'hui encore des difficultés dans l'utilisation d'Internet (p.ex. problèmes de santé, doutes sur la sécurité, l'utilisation trop compliquée, etc.)

Merci de répondre à cette question seulement si vous utilisez Internet **vous-même** !

Aucune difficulté (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	Énormément de difficultés (10)	*Ne sais pas*
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	☐ 10	☐ 888

11 Le Smartphone ou la tablette offre la possibilité de récolter et d'enregistrer des informations sur votre santé.

Veuillez indiquer si vous « utilisez actuellement » les applications suivantes, si vous les « avez déjà utilisées », « encore jamais utilisées mais les essayeriez » ou « encore jamais utilisées et ne les essayeriez pas »

Merci de répondre à cette question seulement si vous utilisez Internet **vous-même** !

	Je l'utilise actuellement	Je l'ai déjà utilisée	Je ne l'ai jamais utilisée, mais l'essayerais	Je ne l'ai jamais utilisée, mais ne l'essayerais pas	*Ne sais pas*
Applications de caisses maladie	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888

	Je l'utilise actuellement	Je l'ai déjà utilisée	Je ne l'ai jamais utilisée, mais l'essayerais	Je ne l'ai jamais utilisée, mais ne l'essayerais pas	*Ne sais pas*
Mesurer les fonctions vitales (p.ex. taux de sucre dans le sang, pouls, dépense en calories)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Applications de fitness (p.ex. compteur de pas, activités sportives)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Applications pour la communication avec les médecins ou pharmacies	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888
Applications pour se rappeler la prise des médicaments ou le contrôle des médicaments.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888

12 Si vous utilisez ou utiliseriez une des applications de santé mentionnées précédemment : Dans quelle mesure êtes-vous prêt/e à partager vos données avec les personnes suivantes ou avec des tiers par Internet ou par l'App ?

Veuillez indiquer sur une échelle de 1 à 5 si vous envisageriez de partager vos données ou non. 1 signifie : « je ne suis pas prêt/e à partager mes données, 5 « je suis tout à fait prêt/e à partager mes données ». Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires.

Merci de répondre à cette question seulement si vous utilisez Internet **vous-même** !

	Je ne suis pas prêt/e à partager mes données (1)	(2)	(3)	(4)	Je suis tout à fait prêt/e à partager mes données (5)	*Ne sais pas*
Médecins (de famille) ou hôpitaux	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Caisses maladies	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
La recherche (publique)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

Universität Zürich[UZH]

Si vous utilisez Internet, veuillez directement passer à la question 17 (à la page 12)!
S'il vous plaît ne répondez aux questions 13 à 16 y compris, que si vous n'utilisez pas internet !

13 Il y a beaucoup de possibilités d'utiliser Internet. Vous trouvez ci-dessous une liste d'activités possibles sur Internet. Veuillez s'il vous plaît indiquer pour chacune si elle « serait intéressante » ou « pas intéressante » pour vous.

	Serait intéressante	Ne serait pas intéressante	*Ne sais pas*
Envoyer et recevoir des e-mails	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Écrire des messages (p.ex. WhatsApp) ou téléphoner par Internet (p.ex Skype)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Consulter des horaires ou heures de départ des transports publics (CFF, etc.) sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Rechercher des informations générales sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888
S'informer sur des thèmes de la santé	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Consulter des informations cartographiques, plans / navigation (p. ex. Google Maps)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Streaming d'émissions (Radio/TV), également Podcast, Netflix, Spotify ou Play RTS (médiathèque online)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Jouer à des jeux sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Lire des journaux, des revues ou des magazines sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Laisser des commentaires, articles de blog ou discuter sur les forums	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Réservation en ligne (p.ex restaurants, hôtels, cinéma, théâtre, titres de transports, billets d'avion)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Achats sur Internet (p.ex. habits ou nourriture)	☐ 1	☐ 2	☐ 888

	Serait intéressante	Ne serait pas intéressante	*Ne sais pas*
Vente de biens ou de services (p.ex. Ebay, Ricardo)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Opérations bancaires par Internet ou d'autres services financiers	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Services en ligne d'offices ou d'administrations	☐ 1	☐ 2	☐ 888

14 Il y a différentes raisons de ne pas utiliser Internet. Quelles sont pour vous personnellement les raisons de ne pas utiliser Internet ? Vous trouvez ci-dessous une liste de raisons possibles. Veuillez indiquer pour chacune si c'est pour vous « une raison » ou « pas une raison » de ne pas utiliser Internet.

Merci de répondre à cette question seulement si vous n'utilisez pas Internet vous-même !

	Une raison	Pas une raison	*Ne sais pas*
Coûts trop élevés pour la connexion Internet et les appareils	☐ 1	☐ 2	☐ 888
L'utilisation des programmes Internet est trop compliquée	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Des doutes concernant la sécurité sur Internet (sécurité des données, criminalité Internet)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Problèmes de santé	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Effort trop grand pour apprendre à utiliser Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Manque d'aide dans l'utilisation d'Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Vous n'y voyez pas d'utilité	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Quelqu'un d'autre cherche pour vous des informations sur Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 888

15 La technique offre la possibilité de récolter et d'enregistrer des informations sur votre santé. Veuillez indiquer si vous essayeriez ou pas les applications ou fonctions suivantes :

	Je l'essayerais	Je ne l'essayerais pas	*Ne sais pas*
Applications de caisses maladie	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Mesurer les fonctions vitales (p.ex. taux de sucre dans le sang, pouls, dépense en calories)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Applications de fitness (p.ex. compteur de pas, activités sportives)	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Applications pour la communication avec les médecins ou pharmacies	☐ 1	☐ 2	☐ 888
Applications pour se rappeler la prise des médicaments ou le contrôle des médicaments	☐ 1	☐ 2	☐ 888

16 Si vous utiliseriez maintenant une de ces offres, dans quelle mesure seriez-vous prêt/e à partager vos données avec les personnes ou groupes suivants ?

1 signifie : « je ne serais pas prêt/e à partager mes données, 5 « je serais tout à fait prêt/e à partager mes données ». Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires.

	Je ne suis pas prêt/e à partager mes données (1)	(2)	(3)	(4)	Je suis tout à fait prêt/e à partager mes données (5)	*Ne sais pas*
Médecins (de famille) ou hôpitaux	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Caisses maladies	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
La recherche (publique)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

Universität Zürich[UZH]

Les questions suivantes s'adressent à tous

17 Voici quelques <u>opinions générales concernant Internet</u>. Veuillez s'il vous plaît indiquer pour chacune des phrases suivantes sur une échelle de 1 à 5 à quel point l'affirmation est à votre avis vraie. 1 signifie "tout à fait fausse", 5 signifie "tout à fait vraie", vous pouvez nuancer vos réponses avec les valeurs intermédiaires.

	Tout à fait fausse (1)	(2)	(3)	(4)	Tout à fait vraie (5)	*Ne sais pas*
Je crains de devenir dépendant/e d'Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Internet facilite le contact avec d'autres personnes	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Internet évite beaucoup de déplacements (inutiles)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Internet est stimulant et fascinant	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
On est obligé d'utiliser Internet pour avoir son mot à dire	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Internet me permet, avec l'âge, de rester plus longtemps indépendant/e	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

18 Si vous <u>utilisez</u> Internet : Vous sentiriez-vous parfois exclu de la société si vous **ne** pouviez **plus utiliser** Internet ? (Échelle ci-dessous)

Si vous <u>n'utilisez pas</u> Internet : Vous sentez-vous parfois exclu de la société **parce que** vous n'utilisez pas Internet ?

	Oui beau-coup (1)	Plutôt oui (2)	Ni oui / Ni non (3)	Plutôt non (4)	Non pas du tout (5)	*Ne sais pas*
	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

Universität Zürich[UZH]

19 Et maintenant voici des exemples pour des possibilités techniques qui sont déjà utilisés dans la vie de tous les jours.

Veuillez indiquer si vous « les utilisez toujours lorsque vous en avez l'occasion », « les utilisez de temps en temps », « les utilisez seulement quand vous ne pouvez pas faire autrement », « ne les avez encore jamais utilisés mais les trouvez intéressants » ou « ne les avez encore jamais utilisés et ne les trouvez pas intéressants »

	Toujours, lorsque c'est possible	De temps en temps	Seulement si ça ne va pas autrement	Jamais utilisé, mais intéressant	Jamais utilisé, mais pas intéressant	*Ne sais pas*
Automate à billets pour transports publics	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Bancomat (Banque ou poste)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Caisses en libre-service dans les supermarchés	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Paiements sans contact (Twint Apple-Pay ou carte bancaire avec puce NFC)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Emprunt et retour en libre-service (P.ex. livres, vélos, trottinette)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

20 Dans quelle mesure estimez-vous ou imaginez-vous que l'utilisation de ces appareils techniques est facile? 1 signifie « très difficile », 5 « très facile ». Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires

	Très diffiicile	Difficile	Ni facile ni difficile	Facile	Très facile	*Ne sais pas*
Automate à billets pour transports publics	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Bancomat (Banque ou poste)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Caisses en libre-service dans les supermarchés	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Paiements sans contact (Twint Apple-Pay ou carte bancaire avec puce NFC)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Emprunt et retour en libre-service (P.ex. livres, vélos, trottinette)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

Universität Zürich[UZH]

21 Maintenant, il s'agit de services digitaux comme par exemple le shopping en ligne, les caisses en libre-service ou l'achat de titres de transports à l'automate.

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes? 1 signifie « pas du tout d'accord », 5 « tout à fait d'accord ». Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires

	Pas d'accord du tout (1)	(2)	(3)	(4)	Tout à fait d'accord (5)	*Ne sais pas*
Les services digitaux sont plus faciles à manier que leurs alternatives	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Les services digitaux font gagner du temps	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Les services digitaux sont plus accessibles que leurs alternatives	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Les services digitaux sont meilleurs marché pour moi (me font économiser de l'argent)	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Les services digitaux menacent des postes de travail	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Les services digitaux mettent en danger la sécurité de mes données	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

22 En Suisse, différentes prestations de l'administration sont déjà à disposition de manière digitale.

Dans quelle mesure trouvez-vous que les prestations suivantes sont nécessaires ? 1 signifie « pas du tout nécessaire » 5 « absolument nécessaire » . Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires :

	Pas du tout néces-saire (1)	(2)	(3)	(4)	Abso-lument nécessaire (5)	*Ne sais pas*
La possibilité de remplir et soumettre sa déclaration d'impôt en ligne	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
La possibilité d'élire des candidats et de voter par Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
La possibilité de posséder un dossier de patient électronique	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
La possibilité de commander des papiers d'identité (p.ex carte d'identité ou passeport) par Internet	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

Universität Zürich[UZH]

23 Comment évaluez-vous vos connaissances d'Internet en général sur une échelle de 1 à 10 ?

1 signifie „aucune connaissance" 10 signifie que vous êtes un/e expert/e d'Internet. Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires :

Aucune connais-sance (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	Expert/e Internet (10)	*Ne sais pas*
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	☐ 10	☐ 888

24 Dans quelle mesure êtes-vous familier/ ère avec les notions suivantes d'Internet ?

Veuillez choisir une valeur de 1 à 5. 1 signifie que « vous n'avez aucune connaissance » de cette notion et 5 signifie « une connaissance complète» de cette notion. Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires :

	Aucune Aucune connaissance	(2)	(3)	(4)	Connaissances complètes (5)	*Ne sais pas*
Recherche avancée	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
PDF	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Spyware	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Wiki	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Cache	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Phishing	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Proxypod	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

25 Indiquez s'il vous plaît sur une échelle de 1 à 5 à quel point Internet est utilisé (en majorité) par les personnes suivantes. 1 signifie "pas du tout", 5 "très fortement", vous pouvez nuancer vos réponses avec les valeurs intermédiaires.

	(1) Pas du tout	(2)	(3)	(4)	(5) Très forte-ment	*Personne n'existe pas*	*Ne sais pas*
Votre conjoint/ partenaire	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 666	☐ 888
Membres de la famille	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 666	☐ 888

	(1) Pas du tout	(2)	(3)	(4)	(5) Très forte-ment	*Personne n'existe pas*	*Ne sais pas*
Connaissances / amis	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 666	☐ 888
Voisins / colocataires	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 666	☐ 888

26 Voici quelques <u>affirmations concernant votre situation de vie</u>. Veuillez indiquer pour chacune des phrases suivantes, sur une échelle de 1 à 5, à quel point l'affirmation est à votre avis vraie. 1 signifie "tout à fait fausse", 5 signifie "tout à fait vraie". Vous pouvez nuancer votre jugement avec les valeurs intermédiaires :

	(1) Tout à fait fausse	(2)	(3)	(4)	(5) Tout à fait vraie	*Ne sais pas*
Dans ma vie quotidienne, je dépends beaucoup de l'aide d'autres personnes	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Je me sens très âgé/e	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Pour les prochaines années, j'ai déjà toutes sortes de projets	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Parfois, je me sens seul/e	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Il y a plus de joie que de soucis dans ma vie	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888
Pour mon âge, ma santé est encore très bonne	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 888

Universität Zürich[UZH]

Pour terminer, nous avons encore quelques questions sur votre personne qui sont nécessaires pour les analyses statistiques.

27 Êtes-vous … ?

… un homme	… une femme	*autre*
☐ 1	☐ 2	☐ 3

28 Quand êtes-vous né(e) ? Il suffit de nous indiquer l'année de votre naissance.

Année de naissance : **19**_____

29 Pourriez-vous nous indiquer votre état civil ?

Célibataire	Marié(e) ou avec un(e) partenaire	Veuf/veuve	Divorcé(e) ou séparé(e)
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4

30 Quelle est votre nationalité ? Êtes-vous Suisse/sse ou avez-vous une autre nationalité ?

Suisse/sse	Autre nationalité, laquelle :
☐ 1	_____

31 Dans quel type de ménage habitez-vous ?

Merci de ne cocher qu'une seule réponse.

Ménage privé	☐ 1
EMS	☐ 2
Home médicalisé	☐ 3
EMS et home médicalisé combiné	☐ 4
Résidence pour personnes âgées	☐ 5
Appartement dans une résidence protégée	☐ 6
Colocation	☐ 7
Autre	☐ 8

Universität Zürich[UZH]

32 Combien de personnes vivent de façon permanente dans votre ménage, vous y compris ?

Nombre de personnes (en tout dans le ménage): _____

(Si vous habitez dans un home : nombre de personnes dans votre chambre)

33 Quelle était la dernière école/formation que vous avez suivie ?

Merci de ne cocher seulement l'école/la formation la plus élevée !

Merci de ne cocher qu'une seule réponse.

Ecole primaire / prim. supérieure	☐ 1
Ecole secondaire / collège	☐ 2
Ecole professionnelle / apprentissage	☐ 3
Gymnase	☐ 4
Technicum / Ecole Normale	☐ 5
Université / Hautes écoles / ETH / EPF (Poly)	☐ 6

34 Combien d'enfants (vivants) avez-vous ?

(Si vous n'avez pas d'enfants, veuillez mettre un zéro)

Nombre d'enfants : _____

35 Si vous avez des enfants, à quelle fréquence les voyez-vous ?

quotidiennement	Plusieurs fois par semaine	Plusieurs fois par mois	Plus rarement	*Ne sais pas*
☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 888

36 Pourriez-vous approximativement nous indiquer le revenu mensuel brut de votre ménage ? Cela inclut tout type de revenu de toutes les personnes dans votre ménage, y.c. l'AVS, des rentes, des intérêts, etc. et avant déduction des impôts.

Montant en francs suisses (CHF)	Merci de ne cocher qu'une seule réponse.	
Jusqu'à 1000.-	☐ 1	
1001.- à 1500.-	☐ 2	
1501.- à 2000.-	☐ 3	
2001.- à 2500.-	☐ 4	
2501.- à 3000.-	☐ 5	*Ne sais pas* ☐ 888
3001.- à 4000.-	☐ 6	
4001.- à 5000.-	☐ 7	
5001.- à 6000.-	☐ 8	
6001.- à 8000.-	☐ 9	
8001.- à 10'000.-	☐ 10	
Plus de 10'000.-	☐ 11	

Universität Zürich[UZH]

Le Centre de gérontologie (ZfG) est un centre de compétence interdisciplinaire et interfacultaire de l'Université de Zurich. Il pose les bases scientifiques d'un vieillissement compatible avec une bonne qualité de vie. Dans cette optique, il encourage les rapprochements interdisciplinaires entre la recherche et l'enseignement, dans tous les domaines de la gérontologie. Le centre sensibilise les milieux économiques, politiques, culturels et religieux ainsi que le grand public aux questions relevant de la gérontologie et favorise la collaboration et la compréhension entre les chercheurs, les personnes âgées et celles et ceux qui travaillent à leur contact.

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Promotion Santé Suisse est une fondation soutenue par les cantons et les assureurs-maladie. En vertu de son mandat légal (Loi sur l'assurance-maladie, art. 19), elle stimule, coordonne et évalue des mesures destinées à promouvoir la santé. La Fondation est soumise au contrôle de la Confédération. Son organe de décision suprême est le Conseil de Fondation. Deux bureaux, à Berne et à Lausanne, en forment le secrétariat. Actuellement, chaque personne verse, en Suisse, une contribution mensuelle de 40 centimes en faveur de Promotion Santé Suisse. Ce montant est encaissé par les assureurs-maladie pour le compte de la Fondation.

RAIFFEISEN

Le Groupe Raiffeisen est la première banque retail en Suisse. Le troisième acteur du marché bancaire suisse compte environ 1,9 million de sociétaires et 3,5 millions de clients. Le Groupe Raiffeisen est présent sur 847 sites dans toute la Suisse. Coopératives juridiquement autonomes, les 229 Banques Raiffeisen sont regroupées au sein de Raiffeisen Suisse société coopérative, qui assure la gestion stratégique de l'ensemble du Groupe Raiffeisen. Grâce aux sociétés du Groupe, à ses coopérations et à ses participations, Raiffeisen propose aux particuliers et aux entreprises une offre complète de services et de produits.

MIGROS
pour-cent culturel

Le Pour-cent culturel Migros est un engagement volontaire de Migros, inscrit dans ses statuts, et qui plonge ses racines dans le sens de responsabilité du groupe à l'égard de la société. Il s'engage à fournir à la population un large accès à la culture et à la formation, à donner aux gens la possibilité de réfléchir à la société et de contribuer aux changements sociaux, économiques et culturels. Les piliers de l'engagement de Migros sont la culture, la société, la formation, les loisirs et l'économie.

Pro Senectute est la plus grande et la plus importante organisation spécialisée dans les questions liées à la vieillesse et proposant des prestations aux personnes âgées et à leurs proches en Suisse. Elle conseille gratuitement les seniors dans plus de 130 bureaux de consultation. Forte de quelque 1800 collaboratrices et collaborateurs, et de 18 400 bénévoles, elle propose de nombreuses prestations et offres spécifiques à la population âgée dans tous les domaines liés à la vieillesse. Environ 700 000 personnes retraitées et leurs proches en profitent déjà.

L'étude peut être commandée en ligne sur :
www.prosenectute.ch/shop

Compte pour les dons : CP 87-500301-3
www.prosenectute.ch