

# Liste des Indicateurs fondamentaux des TIC

Pays : Tunisie

## Indicateurs fondamentaux sur l'accès aux TIC et leur utilisation par les ménages et les individus

Code	Indicateurs	Année 2015	Année 2016
HH1	Proportion des ménages disposant d'un poste de radio	48,2%	49,1%
HH2	Proportion des ménages disposant d'un poste de télévision	98,5%	98,7%
HH3	Proportion des ménages disposant du téléphone:		
	Quel qu'il soit (fixe et/ou mobile)	95,3%	95,1%
	Ayant uniquement un téléphone fixe	0%	0%
	Ayant uniquement un téléphone mobile	84,6%	85,5%
	Ayant à la fois un téléphone fixe et un téléphone mobile	10%	8,9%
HH4	Proportion des ménages disposant un ordinateur	34,5%	39,3%
HH5	Proportion des individus utilisant un ordinateur	29,3%	31,3%
HH6	Proportion des ménages ayant accès à l'Internet	30,7%	37,5%
HH7	Proportion des individus utilisant l'Internet	46,5%	49,6%
HH8	Proportion des individus utilisant l'Internet, selon le lieu :		
	A Domicile	83,5%	88,8%
	Au lieu de travail	23%	24,5%
	Au lieu d'étude	18%	14,8%
	Domicile d'un autre particulier	15,3%	14,5%
	Point d'accès communautaire à l'Internet	12,8%	13,7%
	Point d'accès payant à l'Internet	22,1%	15,6%
	Via un téléphone mobile cellulaire	63,9%	78,3%
	Via d'autres dispositifs d'accès mobile	42,6%	39,9%
HH9	Proportion de particuliers utilisant l'Internet, par type d'activité:		
	Obtenir des informations concernant les biens et les services	20,9%	22,7%
	Recherche d'informations concernant la santé	28%	28%
	Prendre rendez-vous avec un professionnel de la santé par l'intermédiaire d'un site web	4,4%	4,4%
	Obtenir des informations auprès d'administrations publiques	13,5%	14,8%
	Interagir avec les administrations publiques	13,5%	14,7%
	Envoyer ou recevoir des messages électroniques	55,3%	53,3%
	Téléphoner sur internet /VoIP	54,8%	52,8%
	Participation aux réseaux sociaux	86,9%	89,8%
	Achat ou commande de biens ou services	8,9%	10,3%
	Vendre de biens ou de services	4,5%	8,7%

Code	Indicateurs	Année 2015	Année 2016
	Utiliser des services relatifs aux voyages ou à l'hébergement lié aux voyages	8,2%	9,6%
	Utiliser des services bancaires sur l'Internet	7,4%	7,5%
	Enseignement ou formation en ligne	35,2%	32,1%
	Télécharger des films, des photos, de la musique et regarder la télévision et des vidéos et écouter la radio	61,6%	57,7%
	Fonctionner ou télécharger des jeux vidéo ou des jeux informatiques	53,9%	51,1%
	Télécharger des logiciels	34,5%	30,9%
	Lire ou télécharger des journaux ou des revues en ligne ou des livres électroniques	36,2%	32,3%
	Rechercher un emploi ou envoyer/soumettre une candidature	19,1%	18,1%
HH10	Proportion de particuliers utilisant un téléphone mobile cellulaire	82,4%	83,5%
	Proportion de ménages ayant accès à l'Internet, par type de service:		
HH11	Réseau fixe (filaire) à bande étroite	1,9%	2%
	Réseau fixe (filaire) à Large bande	23,3%	18,1%
	Réseau large bande mobile	76,3%	88%
	Proportion de particuliers utilisant l'Internet par fréquence d'utilisation:		
HH12	Au moins une fois par jour	83,4%	90,2%
	Au moins une fois par semaine, mais pas chaque jour	13,8%	7,5%
	Moins d'une fois par semaine	1,5%	2,3%
HHR1	La proportion de ménages disposant d'électricité	99,8%	99,8%
	Proportion de ménages disposant de la télévision multicanal par type:		
HH13	Télévision par câble (CATV)	0,1%	0%
	Services directs par satellite (DTH)	95,1%	99,1%
	Télévision via Internet (IPTV)	0,2%	0,1%
	Télévision Numérique Terrestre (TNT)	2,3%	0,8%
	Obstacles à l'accès des ménages à l'Internet:		
HH14	N'a pas besoin de l'Internet	70,4%	71,1%
	Accès à l'Internet ailleurs	2,6%	1,9%
	Manque de confiance, de connaissances ou de compétences pour utiliser l'Internet	5,8%	7,9%
	Coût des équipements trop élevé	12,1%	10,1%
	Coût du service trop élevé	3,3%	3,4%
	L'Internet n'est pas disponible dans la zone où vit le ménage	2,9%	3%
	L'Internet est disponible mais ne répond pas aux besoins du ménage	1%	0,8%
	Raisons culturelles	1,9%	1,8%

Source: Institut National de la Statistique / Enquête sur l'emploi auprès des ménages