

# 4

## Décrypter les chiffres de l'Internet\*

Michel ELIE\*

*Résumé : Il est difficile de se retrouver dans la jungle des chiffres concernant l'Internet : un ensemble homogène et public de chiffres caractéristiques, régulièrement maintenu au niveau national et international, comme en disposent des secteurs d'activité tels que les télécommunications ou la presse et les médias, manque cruellement.*

*Les chiffres cités sont trop souvent ponctuels, hors contexte, imprécis dans leur définition et dépourvus d'indication sur leur marge d'erreur. Les différences dans les méthodes utilisées pour les obtenir rendent aléatoire une consolidation au niveau de régions ou de continents. Or ce sont ces chiffres de seconde main auquel le citoyen, l'utilisateur individuel ou la petite PME auront d'abord accès.*

*Ce document a pour but de contribuer à :*

- exposer la situation actuelle, peu satisfaisante, et de mettre en garde contre une utilisation hâtive et abusive des chiffres ;*
- aider le lecteur à avoir un esprit critique par rapport aux chiffres qu'on lui présente ;*
- inciter les médias à mieux expliquer les chiffres qu'ils citent ;*
- montrer la variété des données associées aux différents aspects de l'Internet ;*
- proposer un classement des différents indicateurs liés à l'Internet ;*
- contribuer à des définitions, des critères et des méthodes publiques et partagées en vue de disposer d'indicateurs statistiques de base de l'Internet publics, pertinents et comparables dans le temps.*

---

\* Contribution écrite à l'occasion de la participation de l'auteur au groupe "Chiffres - Tendances - Perspectives" de la mission Lorentz sur le Commerce électronique, aux Journées ISOC-France 1999 d'Autrans et au séminaire "l'Internet au service des PMI" des 8 et 9 février 1999 et remis à jour en août 1999. <michel.elie@wanadoo.fr> ; Observatoire des Usages de l'Internet (OUI) : <<http://oui.fr>>.

## Les difficultés

"Bonjour à toutes et à tous ; abonné depuis plusieurs mois à cette liste, ceci est ma première contribution... Je cherche les chiffres de l'Internet pour 1996, 1997 et 1998 (nombre d'abonnés, d'internautes en France et dans le monde...). Je n'ai pas de continuité dans les chiffres que je possède, ceux-ci résultant d'études distinctes et parfois contradictoires". "Si je puis me permettre", lui répond un autre abonné de la liste, "ce qui manque cruellement dans tout ça, c'est... un site qui évaluerait les sites qui diffusent des chiffres, tant ceux-ci varient du "tellement drôle" au "franchement comique".

Cet extrait d'un récent débat à propos des "chiffres de l'Internet", sur une liste de discussion concernant la veille économique sur l'Internet<sup>1</sup>, traduit le désarroi du public devant l'opacité et l'incohérence des chiffres publiés sur l'Internet et appelle à leur sujet à plus de rigueur et de transparence.

### *How many on line ?*

Combien d'internautes actifs ? C'est la première question que tout le monde se pose : certains journaux et non des moindres n'ont-ils pas prétendu que 600 millions de personnes avaient regardé le site de la Coupe du Monde de Foot-ball en juin 1998, alors qu'il s'agissait sans doute du nombre de consultations de la page d'accueil du site ?

Une société irlandaise, NUA, s'est construite une certaine réputation en rassemblant pour un grand nombre de pays un pot pourri de résultats d'études sur le nombre d'utilisateurs actifs : une "personne en ligne" est définie comme une personne d'âge quelconque, qui s'est connectée au moins une fois à l'Internet au cours des trois mois précédant l'enquête, mais il est peu probable que les chiffres résultant d'enquêtes menées par des organismes différents correspondent rigoureusement à cette définition.

Chacun a sa propre définition de la population des "internautes" (synonymes : "connectés", "branchés", "en ligne"...), qu'il ne faut pas confondre avec les "abonnés", personnellement titulaires d'un abonnement) : parfois n'y sont comptabilisés que les "adultes" (les plus de 18 ans, de 16 ans ou de 15 ans) ou la population totale (plus de 2 ans,

---

<sup>1</sup>. <Veille@egroups.com> ('Veille Group Mailing List'), interventions citées de Arnaud Delcourt et Luc Saint-Elie.

précise *NielsenNetRatings* à propos de ses enquêtes aux États-Unis) ; la fréquence minimum de connexion peut être de un mois, deux mois, voire un an, la composition des échantillons et les méthodes de calcul devraient aussi être regardées de près...

Parfois on se renseigne auprès des fournisseurs d'accès sur le nombre de leurs abonnés, mais, objecte le correspondant de la liste "veille" : "J'ai reçu hier soir le 3654789ème CD d'AOL ; si je me connecte avec le numéro imprimé sur la jaquette, suis-je un abonné d'AOL ? J'ai dans le même temps un compte chez Imaginet, un chez WorldNet et un chez Wanadoo... et j'ai également un "compte perso ailleurs". Combien d'internautes suis-je ?"

En admettant que les fournisseurs d'accès communiquent les chiffres d'abonnements réels, ceux ci ne reflètent en outre qu'une partie de la population des utilisateurs. Les abonnements sont souvent partagés entre plusieurs personnes physiques ou au contraire une même personne physique, surtout depuis le succès des abonnements gratuits, peut en avoir plusieurs ; NUA multiplie arbitrairement par trois le nombre des abonnements pour obtenir le nombre des utilisateurs, (indépendamment du pays et de l'environnement socio-économique), mais l'AFA<sup>2</sup> considère que les 1,5 million d'abonnements qu'elle recense en avril 1999 ne correspondent qu'à environ 2 millions d'utilisateurs...

Par ailleurs, des utilisateurs se connectent à des services sans abonnement ou à partir de points d'accès publics et, bien sûr, une majorité d'utilisateurs à titre professionnel échappent à cette façon de compter.

Enfin, personne ne précise comment sont comptabilisés les utilisateurs d'Intranets.

### ***Un service gratuit, non sans arrières-pensées***

Même établis à des dates voisines, les chiffres sont souvent discordants comme le montre, en annexe, le tableau de résultats d'études effectuées, selon leurs auteurs, au cours du second semestre 1998 et du premier semestre 1999 (par exemple de 0,40 à 1,12 million d'utilisateurs belges pour quatre sondages datés de septembre à octobre 1998 ; pour la France les chiffres publiés dans le deuxième semestre 1998 vont de 1,5 million<sup>3</sup> à

---

<sup>2</sup>. AFA Association (française) des Fournisseurs d'Accès et de services Internet; <<http://www.afa-france.com>>.

<sup>3</sup>. "Bienvenue sur Internet" ; brochure publiée par France Télécom ; octobre 1998.

6,1 millions<sup>4</sup>). La tentation est forte pour chacun de choisir les chiffres qui lui conviennent le mieux...

Ce qui est vrai pour les évaluations du nombre d'utilisateurs, l'est a fortiori pour beaucoup d'autres chiffres de l'Internet, tels que ceux du commerce électronique dont les résultats varient de 1 à 10 selon les études<sup>5</sup>.

NUA, qui laisse prudemment au lecteur le soin de choisir, n'en affirme pas moins, en appliquant sa propre "règle du pouce", qu'il y a, en juin 1999, 179 millions d'utilisateurs dans le monde (dont 42,69 millions en Europe : quelle précision !).

Mais l'essentiel pour NUA, si l'on en croit un article de "Wired"<sup>6</sup>, ne serait pas la rigueur scientifique ; selon l'un de ses dirigeants, "*l'information gratuite rapporte*" : la publication, en libre accès, de chiffres de l'Internet glanés auprès des bureaux d'études et dépouillés de leur contexte, aurait pour principal objectif d'attirer des clients pour les autres activités de cette entreprise, but d'ailleurs atteint dans le présent article où son nom est largement cité...

Ce raisonnement n'est sans doute pas l'apanage de cette société irlandaise, mais contribue à la confusion actuelle et à l'incertitude sur les vrais chiffres de l'Internet. Beaucoup pratiquent ainsi la publication de "chiffres d'appel", hors contexte, pour accroître l'audience de leur site, comme appât pour l'achat de coûteuses études sensées dire tout le reste ou pour justifier leurs thèses optimistes ou pessimistes sur l'évolution du réseau des réseaux : ainsi, pour la France, Le Monde<sup>7</sup> parle-t-il de 1,5 million d'utilisateurs de l'Internet, pendant qu'à Radio France, le même jour, on indique que la France passe le cap des 5 millions d'internautes... Ces chiffres, rediffusés et commentés, parfois par des personnes autorisées, contribuent à alimenter la chaîne de désinformation du public.

---

<sup>4</sup>. Étude "Internet Track 2" de l'institut britannique NOP, concernant l'utilisation de l'Internet au moins une fois dans les six derniers mois par les Français de plus de 18 ans.

<sup>5</sup>. cf synthèse des travaux du groupe Chiffres - Tendances - Perspectives de la mission Lorentz sur le commerce électronique : <<http://www.finance.gouv.fr/comelec>>.

<sup>6</sup>. <<http://www.wired.com/news/news/business/story/10798.html>>.

<sup>7</sup>. Le Monde ; 3 août 1999 ; p. 14 ; "les 1,5 million d'internautes français passent de plus en plus de temps devant leur ordinateur...".

### ***Le nombre de sites par domaines***

Contrairement au nombre d'utilisateurs actifs, le nombre de sites actifs par domaine est une grandeur mesurée chaque semestre depuis 1990 par Network Wizard<sup>8</sup>, en utilisant des méthodes systématiques, publiques et peu contestées. Le mot "site" désigne l'ensemble des ressources effectives attachées à une adresse IP et correspondant à un nom de domaine (il traduit le mot anglais "host" tel qu'utilisé dans les statistiques de Network Wizard).

Ces chiffres sont fréquemment utilisés pour caractériser la pénétration de l'Internet dans les différents pays<sup>9</sup>.

Pourtant la notion de site est immatérielle et ne permet de déterminer de façon sûre ni un nombre d'utilisateurs, ni un nombre de machines, ni un taux d'utilisation, ni une localisation, même si le site dépend d'un domaine géographique : il s'agit donc de mesures sûres, comparables dans le temps (ce qui constitue leur principal mérite), d'une grandeur au contour flou.

Par ailleurs, les organismes d'enregistrement des noms de domaines publient des statistiques du nombre de noms de domaines enregistrés ; Netcraft<sup>10</sup> publie la répartition par pays des sites Web appartenant aux domaines non géographiques, dont la croissance rapide rend de moins en moins significative une cartographie des sites exclusivement fondée sur les domaines géographiques.

Toutefois, "nom de domaine enregistré" ne signifie pas "site actif" : de plus en plus d'utilisateurs "réservent" les noms de domaines qui pourraient leur servir, sans nécessairement les utiliser.

### ***Les principaux écueils***

Les écueils sont nombreux dans l'établissement et l'interprétation des chiffres justifieraient une plus grande circonspection dans leur présentation. Ainsi, avec un taux de croissance souvent de l'ordre de 50 à 100 % par an, la date effective de réalisation du sondage est primordiale.

---

<sup>8</sup>. <<http://www.nw.com>>.

<sup>9</sup>. Voir article "l'Internet et le développement" dans cet ouvrage

<sup>10</sup>. <<http://www.netcraft.com/survey/>>

Or elle est souvent omise ou confondue avec la date de publication des résultats.

Une autre déviation méthodologique est la pratique des "enquêtes en ligne", bien moins coûteuses que des enquêtes par enquêteurs : mais n'y répondent que des volontaires suffisamment disponibles et à l'aise avec l'outil, qui ne constituent absolument pas un échantillon représentatif de l'ensemble des utilisateurs ou d'une catégorie d'entre eux...

Il arrive aussi fréquemment que des chiffres établis pour une population donnée (par exemple celle des États-Unis) soient cités à propos d'une autre ; les sources américaines ne mentionnent d'ailleurs pas toujours explicitement que leurs chiffres sont établis pour les seuls États-Unis.

Incertitude sur la définition des grandeurs mesurées, sur les méthodes employées, sur les marges d'erreur, sur la date effective des mesures, tout concourt à inciter à la plus grande prudence dans la lecture et l'utilisation des chiffres publiés sur l'Internet.

## **Proposition de classement**

L'Internet est un outil complexe que l'on peut observer de différents points de vue, à différents niveaux d'abstraction, dans son fonctionnement et ses effets : depuis l'infrastructure physique du réseau jusqu'à ses utilisateurs, les usages qu'ils développent et l'impact de ces usages sur la société.

Tout sur l'Internet peut être instrumenté et mesuré, mais le problème est dans l'homogénéité des méthodes, la synthèse des chiffres et l'interprétation des résultats.

En partant du cœur du système technique, le "système Internet" peut être schématiquement représenté par les anneaux concentriques suivants concernant successivement :

- L'infrastructure physique ;
- L'infrastructure logique ;
- L'interface homme-machine ;
- Les contenus ;
- Les utilisateurs ;
- Les pratiques et usages (les "applications") ;
- Les environnements.

A chaque anneau sont associées des grandeurs caractérisant des ressources (nombre, volume...) et leur dynamique (flux, évolution...) dont nous ne mentionnerons que quelques-unes.

### ***Infrastructure physique***

A l'infrastructure physique correspondent des chiffres associés aux liaisons physiques, nœuds du réseau, adresses IP, flux physiques, temps de connexion physique des utilisateurs (l'AFA indique pour la France en avril 1999 12,9 millions d'heures de connexion sur réseau commuté)...

L'OCDE a rassemblé dans un rapport public<sup>11</sup> très complet et documenté les statistiques relatives aux "indicateurs de l'infrastructure de l'Internet" qu'il propose pour les pays appartenant à cette organisation. Ces indicateurs portent aussi bien sur l'infrastructure logique que physique.

D'importants programmes de mesures des données relatives à l'infrastructure physique sont menés aux États-Unis<sup>12</sup>.

### ***Infrastructure logique***

L'infrastructure logique recouvre des chiffres associés aux noms de domaine, sites, sites Web, contenus, flux logiques...

Les statistiques concernent le nombre total de sites Web et le nombre de sites Web sécurisés, c'est à dire disposant d'une couche SSL (Secure Socket Layer) et donc supposés aptes au paiement en ligne. Elles doivent être complétées par des indications d'activité : fréquence de mise à jour, volume et qualité des contenus...

### ***Interface homme-machine***

L'interface homme-machine recouvre des chiffres associés aux postes de travail, adresses de boîte à lettre, outils logiciels d'accès aux services de l'Internet (logiciels de messagerie, fureteurs...), outils de création de contenu...

Est équipé pour l'Internet celui qui dispose du matériel nécessaire pour s'y connecter et en exploiter l'ensemble des services. C'est à dire un

---

<sup>11</sup>. <<http://www.oecd.org/dsti/sti/it/index.htm>>.

<sup>12</sup>. A Survey of Internet Statistics / Metrics Activities : <<http://nlanr.net>>.

ordinateur équipé d'un modem, un "Network Computer" ou un "terminal Internet". Par contre, un terminal Minitel n'est pas un équipement pour l'Internet, bien qu'il permette d'accéder à la messagerie de l'Internet, car il ne permet pas l'accès aux autres services.

La capacité des ménages et des organisations à accéder à l'Internet est un indicateur significatif de la pénétration de l'Internet, alors que le nombre d'adresses de boîtes à lettres ne l'est pas. En effet, beaucoup des utilisateurs intensifs de l'Internet utilisent plusieurs adresses électroniques, par exemple pour délimiter des domaines d'activité ou des "personnalités" différentes, alors que les utilisateurs occasionnels, ceux pour qui l'adresse électronique est une ressource rare peuvent partager à plusieurs un abonnement et une même adresse (fréquent, par exemple, dans les pays en développement ou dans les entreprises).

### *Les contenus*

Aux contenus sont associés des chiffres concernant leur volume, leur nature, les langues utilisées, les liens qui les raccordent. Par exemple :

- nombre total de pages Web disponibles sur l'Internet : évalué mi-1998 à 300 millions de pages.
- utilisation de la langue française sur le Web : l'étude la plus récente publiée en novembre 1998 par l'association Funredes<sup>13</sup> conclut à l'utilisation du français pour 2,8 % des pages du Web.
- Recensement des "100 mots les plus utilisés sur le Web, mais le protocole de mesure correspondant n'est pas publié<sup>14</sup>.

Ces chiffres sont encore peu fiables et les méthodes pour les obtenir demandent à être soigneusement validées.

### *Les utilisateurs*

Les chiffres liés aux utilisateurs de l'Internet sont très prisés des organismes de marketing : profils des utilisateurs - âge, sexe, goûts, comportement -, profil de consommation...(les Américains parlent de caractéristiques "démographique") et de leur utilisation des services de l'Internet...

L'audience des sites Web en détermine la valeur marchande. Les propriétaires de sites commerciaux recherchent tous les moyens d'attirer à

---

<sup>13</sup>. <<http://www.funredes.org/langues/synthese.html>>.

<sup>14</sup>. <<http://www.searchterms.com>>.

eux des utilisateurs qui seront ainsi exposés à leurs messages publicitaires et à leurs produits, comme le décrivent bien E. Le Nagard, T. Sommer<sup>15</sup>.

### ***Les pratiques et usages***

Les besoins des utilisateurs traduits en usages et pratiques sont les véritables sources des flux d'information. Dans la plupart des produits techniques, le producteur est aussi le prescripteur des usages.

Avec l'Internet c'est différent : les utilisateurs disposent d'outils qui leur permettent de transformer ou de créer leurs propres usages, individuels ou collectifs : c'est l'un des aspects révolutionnaires de l'Internet.

L'observation des usages et des pratiques de l'Internet permet de déceler des domaines de créativité alimentés par les utilisateurs. Le partage des descriptions d'usages permet en outre un apprentissage plus rapide d'un nouvel usage par des utilisateurs. Enfin l'usage (la coutume) est source de droit et la connaissance des usages est importante pour traiter des litiges les concernant.

L'Observatoire des Usages de l'Internet (OUI) cherche à promouvoir des méthodes et des réseaux d'observation, de recueil et de mutualisation des usages et pratiques de l'Internet<sup>16</sup>.

### ***Les environnements***

L'usage de l'Internet a un impact sur les milieux qu'il touche directement, à commencer par la psychologie des utilisateurs, l'organisation domestique, les organisations collectives et la société dans son ensemble.

A partir de l'étude des usages et pratiques de l'Internet, l'OUI cherche également à contribuer à l'étude de son impact sur la société de façon à aider le public à mieux comprendre et s'approprier l'Internet.

---

<sup>15</sup>. E. Le Nagard, T. Sommer ; Communications et Stratégies n° 32 ; 4e trimestre 1998 ; IDATE.

<sup>16</sup>. <<http://oui.net>>.

## **Comment mieux s'y retrouver ?**

### *Améliorer la connaissance de l'Internet*

#### *Du côté des utilisateurs*

Les utilisateurs doivent être exigeants sur la qualité de l'information qu'on leur donne et demander une information complète et claire, par exemple en ce qui concerne la définition des grandeurs mesurées par les chiffres qu'on lui fournit, la méthode et le contexte de la mesure, la mention de la source et de la date de la mesure...

#### *Du côté des organismes d'étude et de leurs relais médiatiques*

De même les organismes d'étude devraient s'abstenir de publier des extraits de leurs études, gratuits mais incomplets et trompeurs. Ils devraient participer à l'élaboration et à la production d'un jeu d'indicateurs publics de l'Internet.

Les médias au lieu de faire du copier-coller d'informations statistiques devraient remonter à la source de l'information et ne publier de chiffres qu'en précisant leur contexte d'obtention (comme y sont obligés les auteurs de sondages électoraux).

#### *Du côté des pouvoirs publics*

C'est aux pouvoirs publics de rechercher un ensemble consensuel d'indicateurs statistiques publics de l'Internet pertinents, régulièrement mis à jour au niveau national et international, comme il en existe pour d'autres infrastructures (presse, médias, télécommunication...). Il faudrait également créer dans chaque pays ou région des pôles coordonnés d'observation de l'Internet.

#### *Du côté des "autorités de l'Internet"*

Les autorités d'enregistrement (ICANN, Inter NIC, etc.) doivent avoir l'obligation de publier des éléments statistiques cohérents sur les données en leur possession et de consacrer à l'information du public une partie de la rente que leur rapporte l'attribution de millions de noms de domaine.

La "gouvernance" de l'Internet a aussi la responsabilité de conserver dans le temps la mémoire du réseau et de l'évolution de ses paramètres,

informations qui peuvent avoir une importance dans la mesure des progrès réalisés et l'analyse des difficultés rencontrées.

#### *Rôle des autres acteurs de l'Internet*

Les autres acteurs de l'Internet ont également un rôle à jouer dans cette opération de "vérité sur l'Internet" : les ISP en fournissant des chiffres exacts concernant le nombre d'abonnements confirmés, les volumes et les flux de données, les opérateurs de moteurs de recherche en permettant des recherches sur les contenus, les utilisateurs eux-mêmes en participant aux réseaux d'observation des usages et pratiques.

### **L'enjeu des chiffres**

Les chiffres ne sont pas anodins : ils servent à forger les opinions, à identifier les forces et les faiblesses, à identifier les enjeux, à orienter les choix et les investissements, à prévoir les évolutions... Ils mesurent les résultats, font apparaître les déséquilibres, étayent les explications. Ils peuvent aussi déterminer la représentation des différents acteurs dans les instances de l'Internet : par exemple est-il légitime que les États Unis y soient prédominants si les utilisateurs américains ne sont plus majoritaires ?

Les acteurs de l'Internet et les pouvoirs publics doivent s'organiser pour fournir sur l'Internet une information claire, publique et transparente, nécessaire à une réflexion sur le rôle et la prospective de l'Internet, outil stratégique de la mondialisation.

### Annexe 1 - Nombre d'utilisateurs actifs de l'Internet

Ce tableau regroupe des estimations du nombre des utilisateurs actifs de l'Internet pour les pays de la communauté européenne, les États Unis, le Canada l'Australie et le monde effectuées (selon leur auteur) entre juin 1998 et juin 1999. On constate que dans un pays donné plusieurs études faites sensiblement à la même date peuvent donner des résultats très différents.

PAYS	DATE	UTILISA- TEURS Millions	POP. TOT %	SOURCE (origine)	Cité par
<b>Europe</b>					
Allemagne	Oct-98	7.3	8.7	<i>GfK</i>	NUA
Allemagne	Mar-99	8.4	10	<i>GfK</i>	
Allemagne	Mar-99	12.9		OTEC	OTEC
Autriche	Aou-98	0.44	5.5	<i>IDC Research</i>	NUA
Autriche	Mar-99	0.7		OTEC	OTEC
Belgique	Aou-98	0.56	5.5	<i>IDC Research</i>	NUA
Belgique	Oct-98	0.40	3.9	<i>Multiscope</i>	NUA
Belgique	Oct-98	1.12	13.5	Initiative Media Brussels	NUA
Belgique	Nov-98	0.43	4.2	<i>Grid</i>	NUA
Belgique	Fév-99	1.4	16	<i>Initiative Media Brussels</i>	
Belgique	Mar-99	1.7		OTEC	OTEC
Danemark	Nov-98	1.1	22	<i>Computer World Denmark</i>	NUA
Danemark	Mar-99	1.1		OTEC	OTEC
Danemark	Mai-99	1.7	34	<i>Business Arena Stockholm</i>	
Espagne	Jun-98	1.85	4.7	<i>AIMC</i>	NUA
Espagne	Oct-98	2.24	6.6	<i>AUI</i>	
Espagne	Nov-98	2.4	7.1	<i>AIMC</i>	
Espagne	Mar-99	2.0		OTEC	OTEC
Finlande	Aou-98	1.43	27.9	<i>Taloustukimus Oy</i>	NUA
Finlande	Mar-99	1.5		OTEC	OTEC
Finlande	Mai-99	1.6	32	Business Arena Stockholm	NUA
France	Mar-99	3.9		OTEC	OTEC
Grande Bretagne	Oct-98	7.5	16	<i>CNET</i>	NUA
Grande Bretagne	Dec-98	10.6	18	<i>NOP Research Group</i>	
Grande Bretagne	Mar-99	6.50		OTEC	OTEC

Grèce	Mar-99	0.3		OTEC	OTEC
Irlande	Jun-98	0.18	5.1	Nua est.	NUA
Irlande	Oct-98	0.27	11	<i>Amarach Consulting</i>	NUA
Irlande	Jun-99	0.38	13.5	<i>Amarach Consulting</i>	
Italie	Mar-99	2.6		OTEC	OTEC
Italie	Jun-99	5	7.96	<i>Osservatorio Internet Italia</i>	
Pays-Bas	Nov-98	1.8	10.7	<i>ProActive</i>	
Pays-Bas	Nov-98	1.3	7.76	<i>Blauw New Media</i>	
Pays Bas	Mar-99	3.3		OTEC	OTEC
Pays-Bas	Mar-99	2.3	13.7	<i>ProActive</i>	
Portugal	Mar-99	1.1		OTEC	OTEC
Suède	Nov-98	2.9	33	<i>Sifo Interactive Media</i>	
Suède	Fév-99	3.33	37.8	<i>Sifo Interactive Media</i>	
Suède	Mar-99	3.8		OTEC	OTEC
Suède	Mai-99	3.6	40.9	<i>Business Arena Stockholm</i>	
<b>Autres</b>					
Australie	Jun-98	3.3	18	Morgan Research	NUA
Australie	Août-98	4,2	23,4	Australian Bureau of Statistics	NUA
Canada	Nov-98	6.3	21	* <i>ComQUEST Research</i>	
Canada	Jan-99	7.63	25.4	* <i>ComQUEST Research</i>	
US	Août-98	79	30	* CommerceNet/ Nielsen	NUA
US	Oct-98	73	27,8	* <i>IntelliQuest</i>	NUA
US	Dec-98	76	27.9	<i>Computer Industry Almanac</i>	
US	Jan-99	79.4	29.3	* <i>IntelliQuest</i>	
US	Mar-99	83	30.7	* <i>IntelliQuest</i>	
US	Avr-99	95.8	35.4	*** <i>NielsenNet Ratings</i>	
US	Avr-99	92	34	* <i>CommerceNet /Nielsen</i>	
US	Mai-99	101	37.4	*** <i>NielsenNet Ratings</i>	
<b>Monde</b>					
Monde	Jun-99	179		NUA	

\* personne d'âge supérieur ou égal à 16 ans seulement

\*\* personne d'âge supérieur ou égal à 12 ans seulement

\*\*\* personne d'âge supérieur ou égal à 2 ans ayant accès à l'Internet