

## L'Observatoire de l'Internet haut débit – 1<sup>er</sup> trimestre 2008 Résultats provisoires

30 mai 2008

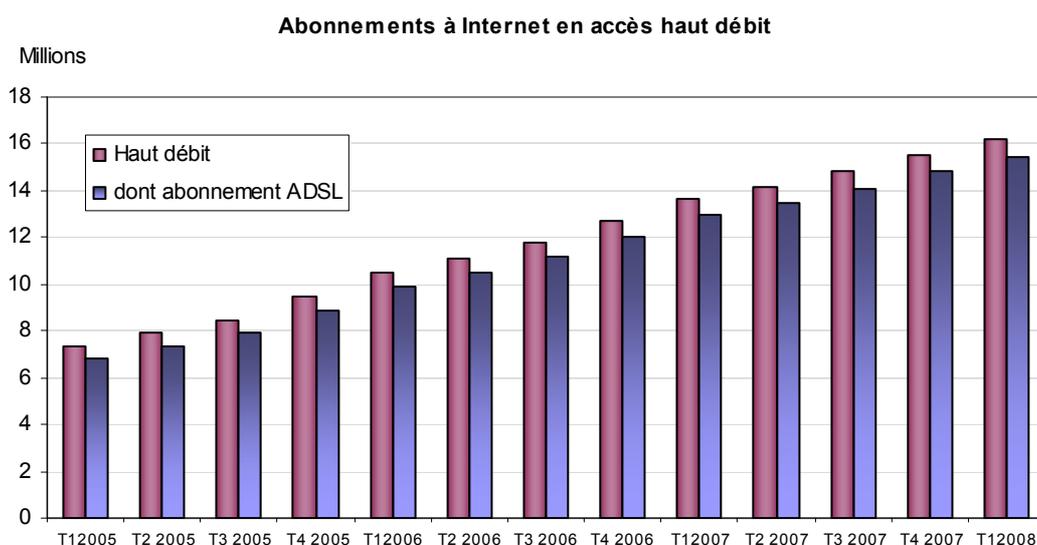
Avertissement : ces résultats provisoires publiés deux mois après la fin de chaque trimestre ont une précision inférieure aux résultats définitifs publiés ultérieurement (voir remarques d'ordre méthodologique).

### 1) Les chiffres de l'Internet à haut débit pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2008 – résultats provisoires

<i>en millions, en fin de trimestre</i>	T1 2007	T2 2007	T3 2007	T4 2007	T1 2008*
<b>Nombre d'abonnements Internet haut débit</b>	<b>13,676</b>	<b>14,170</b>	<b>14,812</b>	<b>15,551</b>	<b>16,225</b>
dont abonnements ADSL	12,989	13,455	14,090	14,805	15,475
<i>évolutions du nombre total d'abonnement à Internet haut débit</i>					
en millions sur un an	3,200	3,078	3,018	2,856	2,550
en % sur un an	30,6%	27,7%	25,6%	22,5%	19%

\*données arrondies

La France comptait 16,225 millions d'abonnements à Internet à haut débit au 31 mars 2008, dont 15,475 millions d'abonnements ADSL. Le nombre d'abonnements a augmenté de près de 675 000 au cours du 1<sup>er</sup> trimestre (+4,3%). Sur un an, l'accroissement est de 2,55 millions (+19%). Le rythme de progression annuelle fléchit depuis le troisième trimestre 2006.



## 2) Remarques d'ordre méthodologique

- La présente restitution est provisoire. Elle est établie à partir des données transmises par les principaux fournisseurs d'accès à Internet, complétées le cas échéant par l'estimation des non-réponses. Les données publiées sont arrondies avec une marge de plus ou moins 12 500. Les évolutions commentées tiennent naturellement compte du degré de précision des données.  
L'Autorité diffusera les résultats définitifs pour le premier trimestre 2008 lors de la publication de son Observatoire des communications électroniques le 31 juillet 2008.
- Le nombre d'abonnements à Internet inclut les accès xDSL, câble, fibre optique, BLR, satellite et wifi.
- Le nombre d'abonnements à Internet prend en compte à la fois la clientèle « grand public » et « entreprises ».
- Le périmètre de l'observatoire couvre la métropole et les DOM.
- Un décalage temporel peut exister entre la livraison d'une offre sur le marché de gros (dégrouper ou bitstream) et sa mise en service effective sur le marché de détail. Le rapprochement des données relatives à ces différents marchés peut refléter, notamment, ce décalage.