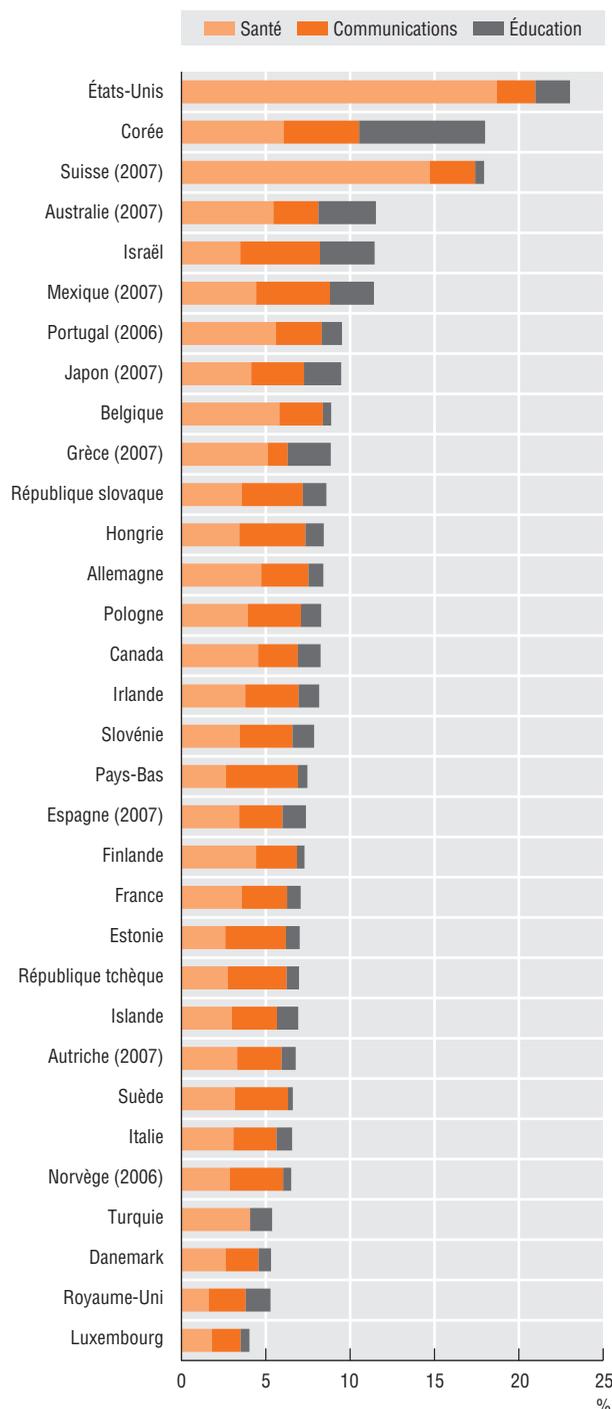


Grâce aux nouvelles technologies, les utilisateurs et les consommateurs jouent un rôle croissant dans le processus d'innovation et peuvent directement l'influencer et encourager le développement de technologies nouvelles.

### Dépenses de consommation finale des ménages, par catégories, 2008

En pourcentage du total des dépenses de consommation finale des ménages



Source : Base de données de l'OCDE sur les comptes nationaux, février 2010.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/835570672184>

### LE SAVIEZ-VOUS ?

Dans dix pays de l'OCDE, les lignes mobiles sont désormais la première source de recettes des télécommunications, devant les lignes fixes.

(OCDE, *Les perspectives des télécommunications 2009*.)

Santé, communications et éducation : trois secteurs importants dans lesquels les innovations technologiques et organisationnelles aideront à améliorer les biens ou les services fournis à la population. Dans ces domaines en particulier, les usagers et les consommateurs peuvent jouer un rôle actif en testant des idées nouvelles et en faisant part de leur avis aux prestataires de services (entreprises et État) afin de contribuer à orienter l'effort d'innovation.

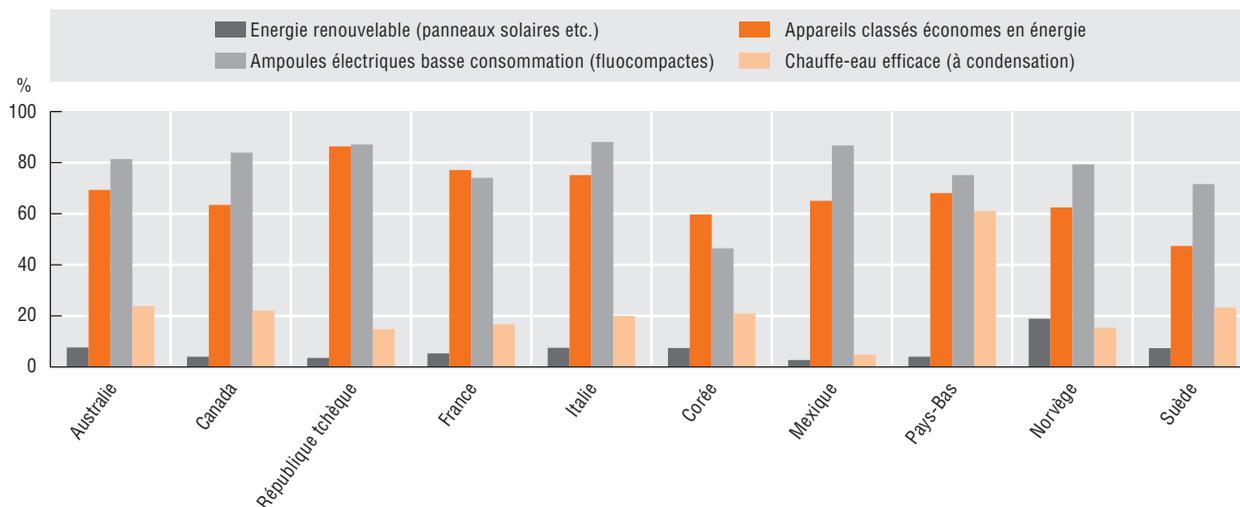
Stimulées par la forte demande des consommateurs et par la rapidité du progrès technique, les technologies de l'information et des communications (TIC) occupent une grande place dans le quotidien de nombreux citoyens de l'OCDE. Bien que les dépenses liées aux communications ne représentent qu'une faible part du budget des ménages (2,6 % en 2008), celle-ci augmente régulièrement depuis vingt ans.

La demande des consommateurs pour des produits et services respectueux de l'environnement (par exemple, appareils ménagers économes en énergie, véhicules utilisant des carburants de remplacement, produits de nettoyage non toxiques) devrait largement contribuer à la création d'une nouvelle génération de produits et services « verts ». Les travaux empiriques menés par l'OCDE montrent que pour exploiter cette demande, il faudra des incitations par les prix et des mesures liées à l'information afin d'aider les consommateurs à faire des choix en toute connaissance de cause en fonction de l'amélioration de la qualité de l'environnement qu'ils attendent.

### Définitions

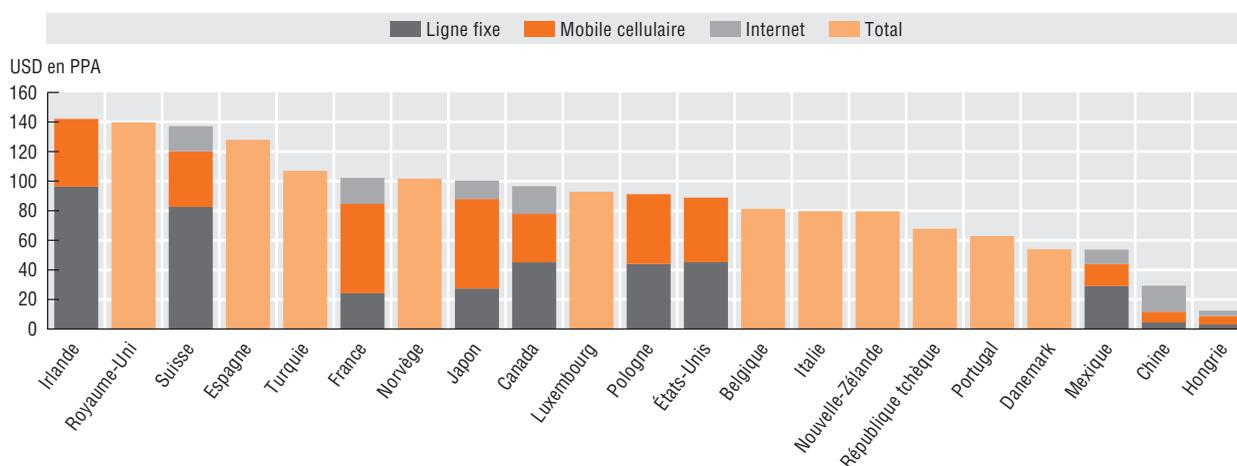
Les dépenses de consommation finale des ménages ou la demande des ménages (de même que la consommation publique et l'investissement public) font partie de la demande intérieure d'un pays et constituent l'un des éléments du PIB. Les données sont extraites des comptes nationaux. Les dépenses de consommation finale des ménages sont réparties en 12 postes, dont la santé, les communications et l'éducation.

Pourcentage de ménages ayant installé des équipements favorables à l'environnement au cours des dix dernières années, 2008



Source : OCDE (à paraître), Politiques de l'environnement et comportement des ménages, OCDE, Paris.  
 StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/835570672184>

Dépenses mensuelles des ménages en services de communications, par type d'accès, 2007



Source : OCDE (2009d), Les perspectives des communications de l'OCDE 2009, OCDE, Paris.  
 StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/835570672184>

Mesurabilité

L'adoption de nouveaux produits respectueux de l'environnement est essentielle pour favoriser la demande d'innovations « vertes ». Malheureusement, on ne dispose pas de données au niveau des ménages relatives à l'adoption de ces innovations pour plusieurs pays de l'OCDE, dans la mesure où les classifications des produits n'offrent généralement pas un niveau de détail suffisant sur des produits tels que les voitures et les appareils ménagers. Pour combler ce manque, l'OCDE a recueilli des données auprès de 10 000 ménages sur des questions telles que la production de déchets, la consommation d'énergie et d'eau, les modes de transport individuels et la consommation d'aliments biologiques. Les travaux prévus en 2011-2012 porteront sur l'adoption d'éco-innovations.

Des enquêtes nationales ont été utilisées pour comparer les dépenses mensuelles des ménages consacrées aux services de communications ventilés par type d'accès (pour certains pays). Ces enquêtes ne sont toutefois pas toujours faciles à comparer puisqu'elles utilisent des questionnaires, des définitions et des méthodes différents. L'Irlande, la Pologne et les États-Unis n'incluent pas les services internet dans leurs données. La question des dépenses de TIC devenant plus importante, les enquêtes nationales ont tendance à devenir plus détaillées et les méthodes plus transparentes, de sorte que les questionnaires récents sont plus facilement comparables à l'échelle internationale que les anciens.