



Baromètre du numérique

Rapport

Mars 2025

Auteurs :
Pôle Société



Conseil Général
de l'Économie



agence nationale
de la cohésion
des territoires

Ce rapport a été rédigé à la demande de :

- l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep),
- l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom),
- du Conseil Général de l'Economie, de l'Industrie, de l'Energie et des Technologies (Ministère de l'Economie et des Finances) (CGE),
- de l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT)

Le pôle Société du CRÉDOC est dirigé par Sandra Hoibian. Il est composé de Solen Berhuet, Hélène Blake, Lucie Brice Mansencal, Patricia Croutte, Adéline Hache, Charlotte Millot, Jörg Müller et Sarah Nedjar-Calvet. Avec la participation de Nolwenn Paquet et d'Arthur Thomas (Pôle Data et Économie).

Pour citer ce document **Arcep, Arcom, CGE, ANCT, Baromètre du numérique, édition 2025.**

Table des matières

Table des matières	3
Avant-propos	6
Synthèse	7
Partie 1. Équipement en téléphone, ordinateur, tablette, objets connectés	27
1. Téléphonie	27
a) L'équipement en téléphone fixe recule de 5 points (74 %) _____	27
b) L'équipement en téléphone mobile en général (+3 points) et en <i>smartphone</i> en particulier (+4 points) progresse nettement en 2024 _____	29
c) Sept personnes sur dix paient leur forfait mobile moins de 20 euros par mois _____	32
d) Le taux d'utilisateurs disposant de volume de données élevé augmente _____	39
e) La moitié des personnes disposant d'un forfait mobile avec 50 Go de données ou plus n'utilisent jamais l'intégralité de leur forfait _____	41
f) Le taux de détenteurs de <i>smartphones</i> 5G progresse rapidement _____	48
g) L'impact du DMA sur les usages est déjà perceptible : près d'un possesseur de <i>smartphone</i> sur dix a changé de navigateur après le règlement européen instauré début 2024 _____	51
2. Connexion internet fixe à domicile	63
a) 16 % de la population n'a pas de connexion internet fixe à domicile _____	63
b) Trois connexions fixes sur quatre se font désormais via la fibre ou le câble _____	68
c) Sept individus sur dix paient leur abonnement internet fixe moins de 40 euros par mois _____	71
d) Un internaute sur deux dispose d'un espace de stockage sur le cloud, le plus souvent gratuit _____	78
e) Les non-internautes sont de plus en plus rares en 2024 avec 94 % de la population internaute et 84 % d'internautes quotidiens _____	82
3. Ordinateurs, tablettes et enceinte // Objets connectés	85
a) Le multi équipement en ordinateurs stagne _____	85
b) L'équipement en tablette reste stable, avec des disparités sociodémographiques _____	91
c) L'usage quotidien de l'enceinte connectée dépasse désormais celui du téléphone fixe _____	94
d) Usage du <i>smartphone</i> : 40 % des répondants passent plus de 2h par jour sur leur <i>smartphone</i> _____	99
e) Parmi les personnes disposant d'une connexion fixe à internet, trois sur dix sont équipées en enceinte connectée ; 14 % de la population utilise une enceinte connectée quotidiennement _____	102
f) L'équipement et l'appétence pour les objets connectés liés à la sécurité, la santé, la domotique ou l'électroménager retrouvent leur niveau de 2022 _____	105
Partie 2. Usages d'Internet	107
1. Le recours à l'intelligence artificielle, la nouvelle facette du numérique	107
a) Un Français sur trois déclare avoir déjà utilisé l'intelligence artificielle (33 %, + 13 points en un an) _____	107
b) Pour l'heure, la population reste néanmoins majoritairement méfiante vis-à-vis de l'IA _____	110
c) C'est pour l'emploi que l'intelligence artificielle constituerait le plus une menace (62 %) _____	113
2. Les usages numériques, devenus incontournables dans la vie de la population	118
a) La majorité des internautes se déclarent incapables de se passer d'internet pendant plus d'une journée sans que cela leur manque _____	118
b) Quatre personnes sur dix estiment excessif le temps qu'elles passent devant les écrans pour leur usage personnel _____	124

3. Usages phares sur internet	129
a) Les usages sur téléphone mobile continuent de progresser	129
b) L'usage quotidien des messageries instantanées est en progression constante	130
c) Le taux d'acheteurs de biens achats sur internet reparte à la hausse : 77 % de la population totale est concernée (+ 4 points en un an)	133
d) Plus d'une personne sur deux a acheté ou vendu sur un site spécialisé dans la seconde main au cours des 12 derniers mois.	142
e) La recherche d'un itinéraire pour se déplacer et la prise de rendez-vous médical sur internet sont des usages répandus au sein de la population	144
f) Le recours à l'e-administration établit un nouveau record : 73 % de la population est concernée en 2024 (+ 2 points en un an)	149
g) Deux tiers des Français consultent les réseaux sociaux tous les jours	151
h) La recherche de logement et la signature de pétition sur internet sont plus minoritaires.	161
i) Trois Français sur dix utilisent internet pour consulter des offres d'emploi (+ 2 points en un an)	166
j) Trois Français sur quatre utilisent une application où ils sont géolocalisés pour chercher une information sur internet	170
4. D'autres usages, en stagnation ou repli	172
a) Internet est moins souvent un outil de sociabilité, sauf pour les rencontres amoureuses	172
b) L'attrait pour les livres numériques marque une pause	176
c) Des arbitrages s'effectuent entre numérique et monde réel	181
5. Protection sur internet	188
a) La préoccupation liée à la protection des données individuelles constitue le principal frein à l'utilisation d'internet	188
b) Quatre utilisateurs sur dix ont déjà consulté les CGU des réseaux sociaux ou des plateformes de partage de vidéo (41 %, - 6 points en un an)	192
c) Moins d'une personne concernée sur deux a déjà eu recours à un dispositif de signalement en ligne (44 %)	200
d) Une personne sur trois environ clique sur le premier lien proposé par le moteur de recherche	207
e) Une majorité de parents impose des règles à ses enfants s'agissant du rapport au numérique et aux écrans	209

Partie 3. Équipements et usages audiovisuels **211**

1. Équipements et usages télévisuels	211
a) 94 % des personnes interrogées ont un poste de télévision à domicile	211
b) Le multi équipement en poste de télévision est de moins en moins fréquent	212
c) 92 % des Français regardent des programmes de chaînes de télévision, le plus souvent sur un poste de télévision	215
d) Séries, films et information sont les programmes les plus regardés	219
e) Le choix d'un visionnage en direct ou en différé dépend du contenu et du programme	224
f) L'envie de choisir le moment et le lieu du visionnage explique qu'on délaisse le poste de télévision pour un autre support	227
g) Le recours aux applications des chaînes de télévision reste encore limité	229
a) Depuis trois ans, le taux d'abonnés à la VOD est stable : 56 % des Français en ont au moins un	232
2. Équipements et usages radiophoniques	236
a) Les Français continuent à privilégier le réseau hertzien pour écouter la radio et les contenus audio, mais internet gagne du terrain (+ 3 points en un an)	236

- b) L'écoute sur internet de la radio ou des contenus audio répond aux besoins de mobilité et d'écoute à la demande des auditeurs _____ 240
- c) Le type de programme consommé influence les modalités de l'écoute _____ 244

Partie 4 - Empreinte environnementale du numérique _____ 250

- a) Les foyers détiennent dix appareils avec écran en moyenne _____ 250
- b) Le taux de détention d'un *smartphone* réutilisé évolue peu (20 %, + 1 point en un an) _ 253
- c) La durée de détention des *smartphones* croît sensiblement _____ 256
- d) De plus en plus souvent, le changement de *smartphone* est réalisé par nécessité (+ 8 points par rapport à 2020) ; les achats plaisir reculent (- 4 points) _____ 258
- e) Une fois sur deux, les *smartphones* inutilisés sont conservés, une proportion qui évolue peu et, dans 20 % des cas, ils sont recyclés _____ 260
- f) Un peu plus d'un usager sur dix incité à réduire sa consommation de données en consultant les informations fournies par l'opérateur sur l'impact carbone lié à la consommation de ses données _____ 264

Partie 5 - Appropriation du numérique _____ 269

1. **Le numérique dans la vie quotidienne et les craintes associées _____ 269**
- a) La perception de l'effet du numérique dans la vie des Français est très dépendante du contexte socio-culturel des usagers _____ 269
- b) Des usages massifs du numérique qui ne vont pas sans craintes _____ 273
2. **Freins et limites à l'usage du numérique _____ 278**
- a) Les freins à l'usage et à la maîtrise du numérique se réduisent _____ 278
- b) La moitié des Français limitent leur usage du numérique, d'abord pour des raisons subies 285
- c) Les principales difficultés rencontrées dans la réalisation des démarches administratives en ligne ne sont pas liées au manque de compétence numérique _____ 289
- d) Près d'un Français sur deux plébiscite un accompagnement physique et gratuit pour faire face à leurs difficultés dans l'usage au numérique _____ 294
- e) L'accompagnement au numérique a d'abord lieu dans des associations _____ 298
- f) Les non bénéficiaires intéressés privilégieraient un accompagnement au numérique à leur domicile _____ 299
- g) Huit Français sur dix n'ont jamais évalué leurs compétences numériques _____ 302

Annexe 1 : Analyses complémentaires _____ 304

1. **Régression logistique sur le signalement des comptes et contenus inappropriés sur les réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéo _____ 304**
2. **Régression logistique sur l'absence de freins à l'usage d'internet et des outils numériques _____ 305**

Annexe 2 : Méthodologie _____ 306

Annexe 3 : Questionnaire _____ 309

Avant-propos

Ce document présente les résultats du baromètre du numérique mené à la demande de l'Arcep, de l'Arcom, du CGE et de l'ANCT. (Cf. questionnaire en annexe).

Les résultats du Baromètre du numérique s'appuient sur une enquête menée auprès de 4 066 personnes, grâce à différents échantillons et modes de recueil qui ont été assemblés afin de fournir une représentation de la société française de 12 ans et plus. L'enquête s'est déroulée du 5 juillet 2024 au 6 août 2024 (voir l'annexe méthodologique pour plus de détails).

Les résultats sont présentés en cinq parties :

La première partie traite **des équipements numériques : téléphonie, internet, objets connectés**. Quel est le niveau d'équipement de la population, qui est internaute ou ne l'est pas ? Quelles sont les caractéristiques et la fréquence d'utilisation de ces équipements ? Quelle est la proportion de personnes disposant d'un *smartphone* qui peut permettre d'accéder à la 5G, ou encore, combien d'internautes ont accès à un espace de stockage dans le cloud ?

La deuxième partie s'intéresse aux **usages d'internet. Les usages émergents, comme le recours à l'intelligence artificielle** dans le cadre de son emploi/études ou de sa vie personnelle y sont traités. Il est ensuite question de la **place prise par internet dans sa vie (temps passé devant les écrans pour son usage personnel...)** puis **des usages phares d'internet** (messageries instantanées sur téléphone mobile, achat, recherche de logement ou d'itinéraires, e-administration, recherche d'emploi, réseaux sociaux et internet comme outil de sociabilité ...) et **des usages en repli (nouvelles rencontres, lecture numérique)**. Deux domaines sont étudiés plus avant : **les réseaux sociaux et les achats**, sous l'angle notamment de l'arbitrage entre monde réel et virtuel.

La troisième partie s'intéresse **aux usages et pratiques des grands médias** que sont la **radio** et la **télévision** : comment la numérisation des usages impacte-t-elle la consommation de programmes radiophoniques et télévisuels ? Sur quels équipements les programmes sont-ils suivis ? Quelles sont les raisons qui expliquent le basculement vers le numérique ? Dans ce cas, la préférence est-elle donnée au direct ou au différé ? ...

La quatrième partie traite de **l'empreinte environnementale du numérique** : combien d'équipements numériques sont détenus par les foyers ? L'achat d'occasion ou reconditionné devient-il une pratique qui se généralise ? La durée d'usage des *smartphones* a-t-elle diminué ? Que deviennent les équipements numériques lorsqu'ils cessent d'être utilisés ? Les utilisateurs des réseaux fixes et mobiles connaissent-ils les informations mises à disposition par les opérateurs sur l'empreinte carbone de leurs usages sur les réseaux ? Ces informations les incitent-ils à réduire leurs usages ? etc.

La cinquième et dernière partie est consacrée **aux freins et aux limites perçus à l'usage d'internet et du numérique**. Quels sont les principaux freins ? Un accompagnement au numérique pourrait-il les lever ?

Notes :

Cette étude réalisée par sondage. Elle s'appuie sur les réponses déclaratives des participants au sondage et non sur une observation empirique et *in situ* du nombre d'équipements détenus ou des usages.

Les chiffres commentés sont statistiquement significatifs. Les données significativement supérieures à la moyenne sont signalées dans les graphiques par des encadrés colorés et dans les tableaux par des chiffres gras et bleus. Les données significativement inférieures à la moyenne ne sont signalées que dans les tableaux, par des chiffres de couleur rose. Les données portant sur des effectifs faibles sont signalées, dans les graphiques comme dans les tableaux, par des chiffres en italique et grisé.

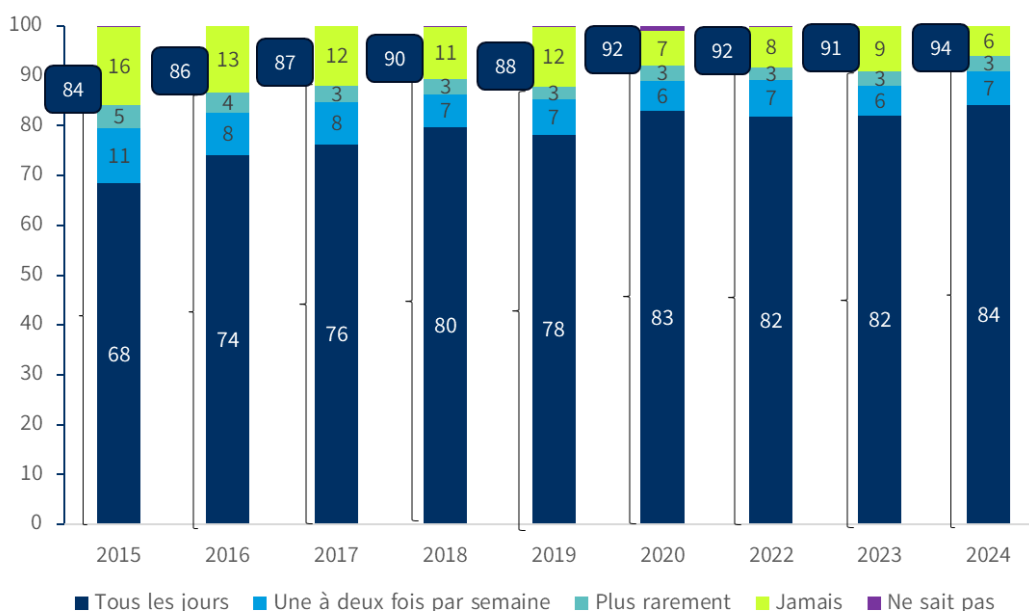
Synthèse

Le *smartphone*, de plus en plus incontournable

Les internautes, quel que soit le mode de connexion, n'ont jamais été aussi nombreux : 94 % des 12 ans et plus se connectent désormais à internet (+3 points par rapport à 2023), et 82 % tous les jours. Le *smartphone* est l'équipement numérique le plus répandu : 91 % de la population en possède un, devant l'ordinateur (89 %) ou la tablette (54 %). Son adoption par les 12-17 ans est presque systématique (96 %) et les 70 ans et plus en sont de plus en plus équipés (70 %, +8 points en un an). La possession de *smartphones* compatibles avec le réseau 5G, en particulier, s'est accélérée (+13 points en un an pour atteindre 44 % de détention au sein de l'ensemble de la population).

Fréquence de connexion à internet, quel que soit le mode et le lieu de connexion

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



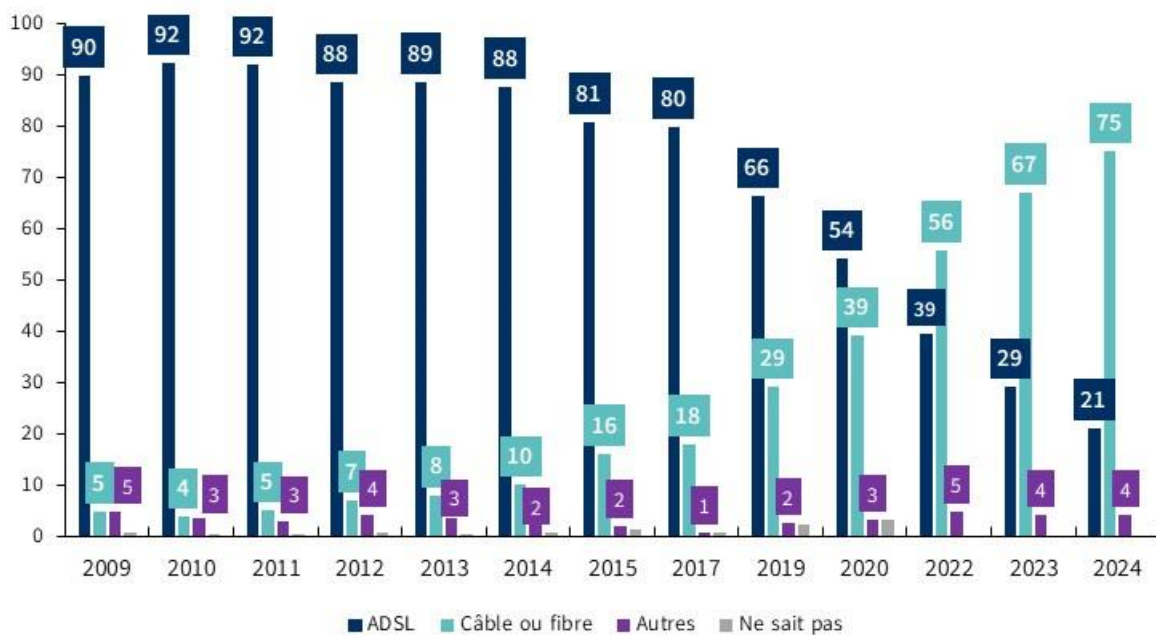
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les enceintes connectées rencontrent elles aussi un intérêt croissant : 33 % de la population dispose d'une enceinte connectée (+4 points en un an). Plus généralement, les objets connectés se sont largement diffusés ces dernières années dans la population, qu'il s'agisse d'objets relatifs à la santé, à la sécurité, à la domotique ou à l'électroménager. Le taux de possesseur d'au moins un de ces objets s'élève à 40 % en 2024.

La diffusion de la fibre sur l'ensemble du territoire accompagne les besoins en connectivité : parmi les 84 % de détenteurs d'une connexion internet fixe à domicile en 2024, 75 % disposent d'un abonnement sur technologie fibre ou câble, alors que le cuivre (DSL) était encore majoritaire quatre ans auparavant, en 2020. L'année 2024 a également été marquée par une forte progression du taux d'abonnés au réseau en fibre optique dans les communes les moins densément peuplées, de moins de 20 000 habitants. Ce taux d'équipement s'élève désormais à 69 % soit un niveau proche de celui de l'ensemble de la population.

Mode de connexion fixe à internet à domicile

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423

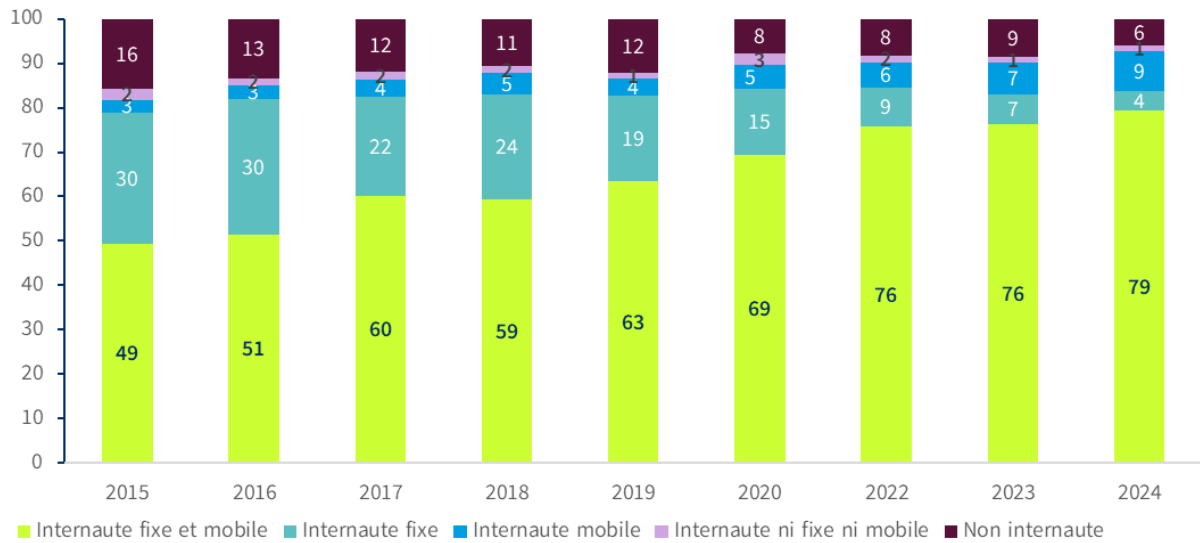


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les réseaux mobiles sont également de plus en plus utilisés comme mode de connexion principal, notamment chez les plus jeunes : 19 % des 18-24 ans (+9 points par rapport à 2020) et 15 % des 25-39 ans (+7 points par rapport à 2020) utilisent exclusivement leur connexion mobile pour utiliser internet.

Modes de connexion à internet

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



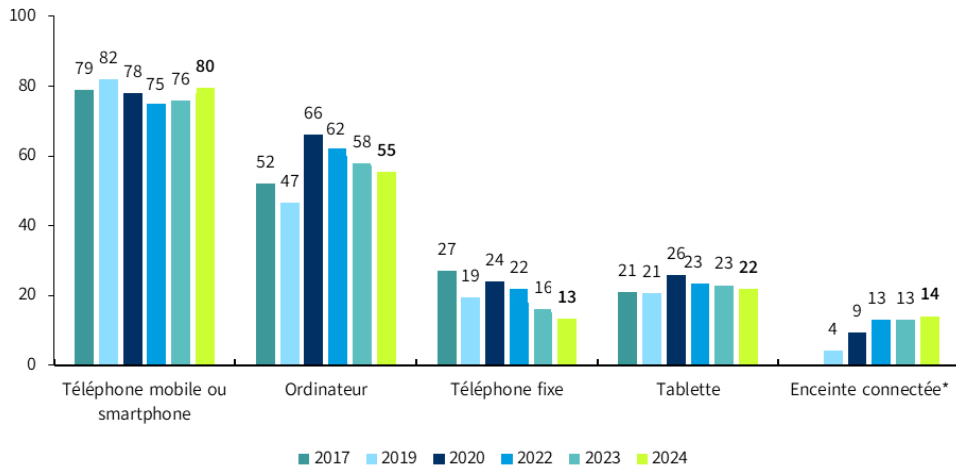
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Sur le plan des usages également, les *smartphones* concentrent les pratiques numériques : 80 % de la population utilise quotidiennement un téléphone mobile ou un *smartphone*, soit une progression de 4 points en un an. Sur la même période, l'usage quotidien de l'ordinateur marque un léger recul (55 %, -3 points), les tablettes restant moins utilisées (22 %, -1 point).

Si les jeunes de 12-17 ans sont, depuis de nombreuses années, environ neuf sur dix à utiliser quotidiennement leurs *smartphones*, les personnes âgées de plus de 70 ans sont également de plus en plus connectées. En 2024, elles sont près des deux tiers à en avoir un usage quotidien. Elles étaient moins de quatre sur dix en 2017. Ces dernières y consacrent néanmoins un nombre d'heures bien moins élevé : 56 % des 18-24 ans déclarent y passer plus de 2 heures par jour, contre 19 % des 70 ans et plus.

Usage quotidien du téléphone mobile ou *smartphone*, de l'ordinateur, du téléphone fixe, de la tablette et de l'enceinte connectée

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



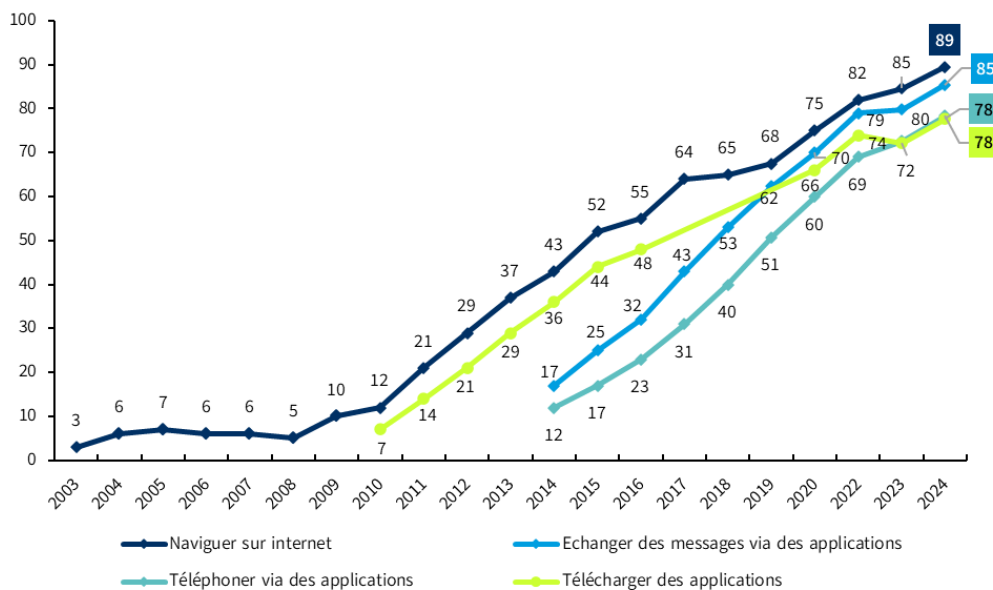
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

* Depuis 2022, la question n'a pas été posée aux personnes n'ayant pas internet fixe à domicile. Le même filtre a donc été appliqué pour les années précédentes.

Ce sont tous les usages sur mobile qui progressent : 89 % des répondants utilisent leur *smartphone* pour naviguer sur internet (+4 points en un an), 85 % pour envoyer des messages via des applications de messageries instantanées (+5 points) ou encore 78 % pour téléphoner via des applications (+4 points) et tout autant pour télécharger des applications (78 %, +6 points). En outre, 28 % des détenteurs de *smartphone* déclarent utiliser leur appareil pour des paiements sans contact, en particulier les 18-24 ans (49 %).

Proportion de personnes utilisant un téléphone mobile pour les services suivants

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

* Depuis 2022, les données ont été reconstituées à partir de la fréquence d'utilisation des différents de recours aux différents usages et non à partir d'une question directe sur le recours ou non aux usages. « A quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel... ». Cumul des réponses « Tous les jours », « Une à deux fois par semaine » et « Plus rarement ».

La diffusion des usages d'internet et des services associés suscite de nouveaux enjeux. Le règlement sur les marchés numériques ou Digital Markets Act (DMA), entré en application le 6 mars 2024 dans toute l'Union européenne, a pour objectif de garantir l'équité et l'ouverture des marchés numériques. Si 82 % des détenteurs de *smartphone* utilisent le plus souvent le navigateur proposé par l'OS par défaut, quatre mois après l'entrée en vigueur de ce règlement, un quart des utilisateurs qui ont eu connaissance de cette disposition réglementaire ont changé de navigateur.

Pour certains services, comme les services de stockage en ligne sur le cloud, le choix de l'hébergeur est également souvent fait par défaut. Ainsi, parmi les 50 % d'utilisateurs utilisant ces services, 41 % des utilisateurs d'un espace de cloud gratuit et 25 % de ceux utilisant un service payant déclarent avoir choisi l'option proposée par défaut (par exemple intégrée à leur système d'exploitation ou à d'autres services associés).

La consommation de programmes TV et de contenus audio en direct via le téléviseur et le poste de radio est majoritaire, avec le développement d'usages en ligne et en différé, notamment chez les plus jeunes

En 2024, les Français restent très attachés à la télévision. Si le multi-équipement tend à diminuer, plus de 9 sur 10 (94 %) d'entre eux détiennent au moins un poste de télévision et 92 % regardent des programmes télévisuels, le plus souvent sur un téléviseur (87 % d'entre eux). En revanche les jeunes, s'ils consomment toujours des programmes de télévision, ont un usage plus marqué des autres écrans numériques pour les visionner : près de la moitié des 18-24 utilisent le plus souvent un ordinateur, une tablette ou un *smartphone*.

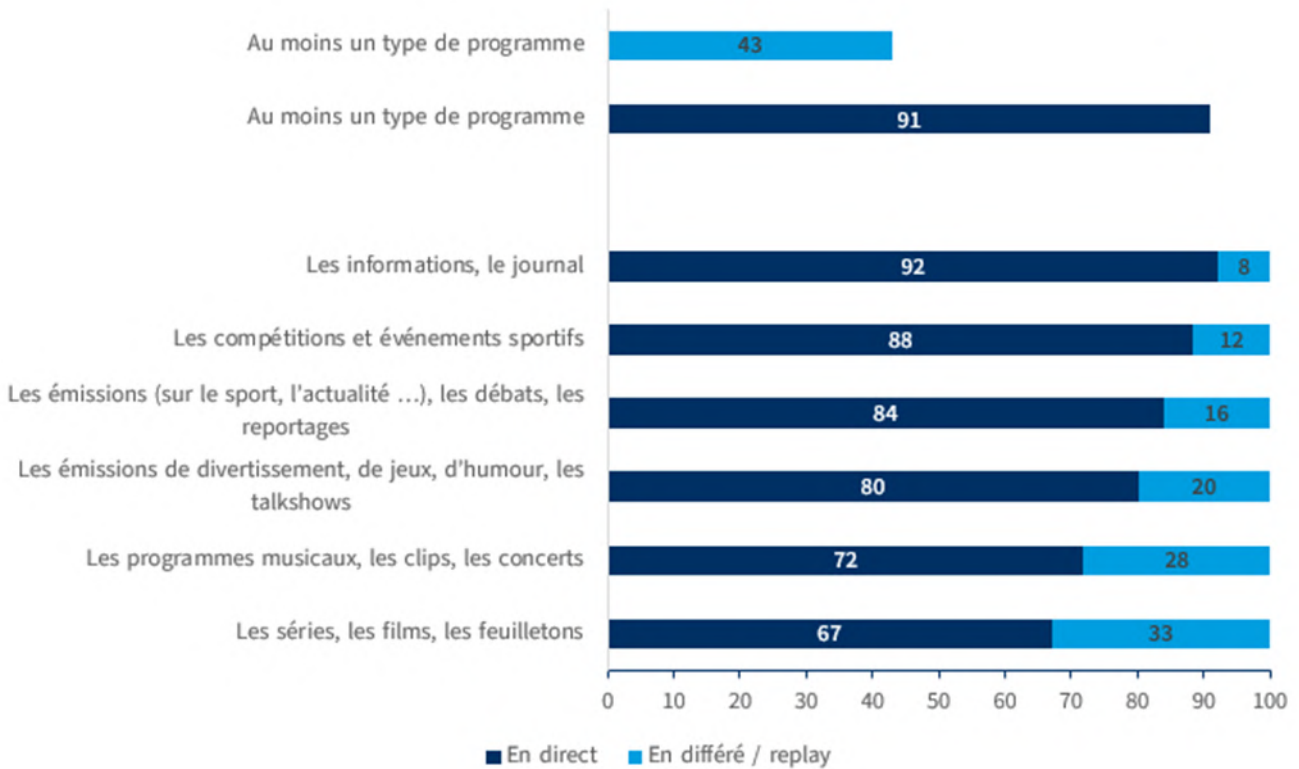
Dans l'ensemble, lorsque le visionnage se fait sur un *smartphone*, un ordinateur ou une tablette, c'est avant tout pour pouvoir regarder les programmes au moment souhaité (42 % des premières réponses), ou en mobilité, par exemple dans les transports en commun ou en voyage (19 %).

De façon générale, les programmes des chaînes de télévision sont majoritairement regardés en direct (91 % des téléspectateurs en moyenne sur l'ensemble des programmes, avec une variation allant de 80 % pour les 18-24 ans à 98 % pour les 70 ans et plus), et ce quel que soit le type de programme. Cependant, avec les possibilités techniques offertes par l'essor de la télévision connectée et la numérisation en général, 43 % des téléspectateurs visionnent au moins un type de programme en différé, et en particulier les films et séries et les programmes musicaux. Ce type de visionnage est globalement davantage adopté par les plus jeunes : 72 % des 18-24 ans concernés déclarent des consommations en *replay*, une part qui tombe à 25 % chez les 70 ans et plus. Le support utilisé influence également fortement le mode de visionnage. En effet, les consommateurs de programmes TV sur ordinateur et sur *smartphone* accèdent plus fréquemment à des contenus en différé qu'en direct et si le visionnage en direct est plus systématique pour les utilisateurs du téléviseur, 47 % des équipés en *smart TV* déclarent recourir au différé.

Mode de visionnage selon le type de contenu ou de programmes de chaînes de télévision

« Et, plus précisément, de quelle façon regardez-vous le plus souvent les contenus ou programmes de chaînes de télévision suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde chacun des types de programmes de télévision cités, en % -- effectif total pondéré n : 3 234 (informations, journal), 2 808 (émission, débats, reportages), 2 254 (programmes musicaux, clips, concerts), 2 240 (compétitions, événements sportifs), 2 451 (émissions de divertissement, jeux, humour, *talkshows*), 3 298 (séries, films, feuilletons) -

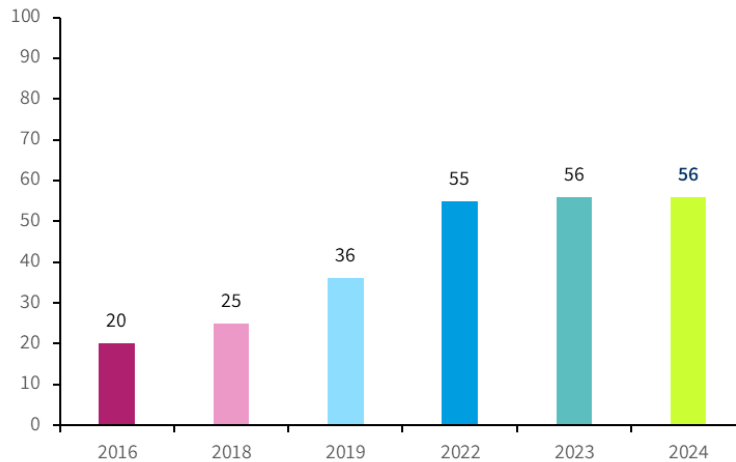


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Enfin, le développement du visionnage en différé s'accompagne d'une adoption des services de vidéo à la demande (VOD). Dix ans après l'arrivée des premières plateformes, en 2024, 56 % des personnes âgées de 12 ans et plus déclarent disposer d'au moins un abonnement VOD, pouvant comprendre plusieurs comptes permettant de regarder des séries ou des films sur plusieurs simultanément.

Proportion de personnes disposant d'un abonnement VOD

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

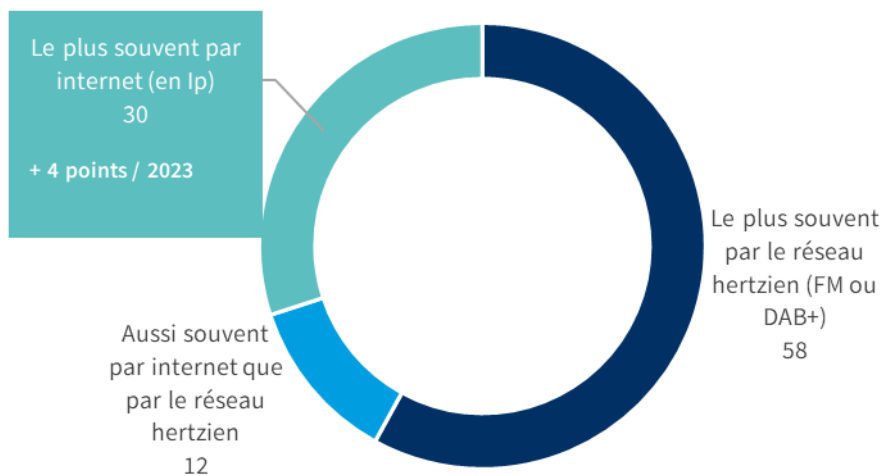
En 2023, les modalités « Oui, un seul abonnement », « Oui, deux abonnements » et « Oui, trois abonnements ou plus » ont été regroupées, afin d'élaborer l'historique.

Les habitudes en matière de contenus radiophoniques et audio évoluent également à l'aune de la numérisation de la société et l'écoute par internet se renforce. Près d'un tiers (30 %) des auditeurs de radio ou de contenu audio privilégient aujourd'hui l'écoute par internet - un taux en augmentation de 4 points en un an - et 12 % écoutent leurs programmes à la fois via le réseau hertzien et via internet.

Mode d'écoute de la radio ou des contenus audio

« De quelle façon écoutez-vous le plus souvent la radio ou des contenus audio (podcasts ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, écoutant la radio et les contenus audio, en % - effectif total pondéré n : 3 092 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'écoute via internet est principalement motivée par des raisons pratiques pour deux tiers des auditeurs concernés : 65 % mentionnent une raison en lien avec la possibilité d'écouter la radio ou des contenus audio *au moment souhaité* (en différé, à la demande), *à l'endroit souhaité* (dans les transports en commun, à pied, au travail) ou *sur l'équipement souhaité* (*smartphone*, tablette, ordinateur).

Comme pour la télévision, quel que soit le type de programme, l'écoute en direct prime : 85 % des auditeurs écoutent au moins un programme en direct, contre 19 % en différé et 29 % en direct ou en différé via une plateforme audio ou vidéo en ligne telle que Deezer, Spotify ou YouTube. L'écoute en différé est particulièrement appréciée pour les émissions, débats et reportages (16 %).

Un rapport ambivalent au numérique, entre connexion intensive et désir de déconnexion

Les usages d'internet sont multiples et répandus au sein de la population : 75 % des Français y recherchent des itinéraires pour se déplacer, 67 % y prennent leurs rendez-vous médicaux, 31 % y défendent des causes, par exemple sous forme de pétition, 29 % y cherchent un logement à louer ou à acheter et tout autant (29 %), y cherchent un emploi.

Les démarches administratives en ligne sont devenues une pratique courante pour une large majorité de la population française. En 2024, 73 % des Français ont effectué une démarche administrative sur Internet au cours des douze derniers mois, marquant une hausse de 2 points par rapport à 2022. Ces démarches sont en hausse chez les plus âgés (50 %, +7 points parmi les plus de 70 ans) mais en retrait parmi les plus jeunes (45 %, -6 points parmi les 12 à 17 ans).

Après un recul en 2023, les achats en ligne de biens non alimentaires, progressent à nouveau en 2024 et renouent avec les niveaux observés en 2022. 77 % de la population française en a réalisé un (+4 points en un an). Toutes les catégories de la population sont concernées, à l'exception des 18-24 ans, plus durement touchés par l'inflation (69 % d'achats réalisés par cette tranche d'âge en 2024 contre 82 % en 2022).

L'habillement est tout particulièrement propice à un achat en ligne : 56 % des Français ont acheté de l'habillement sur Internet, devant les livres ou la musique (40 %) dont l'acquisition via le numérique a toutefois bondi depuis 2006 (+26 points) avec l'essor des plateformes d'abonnement.

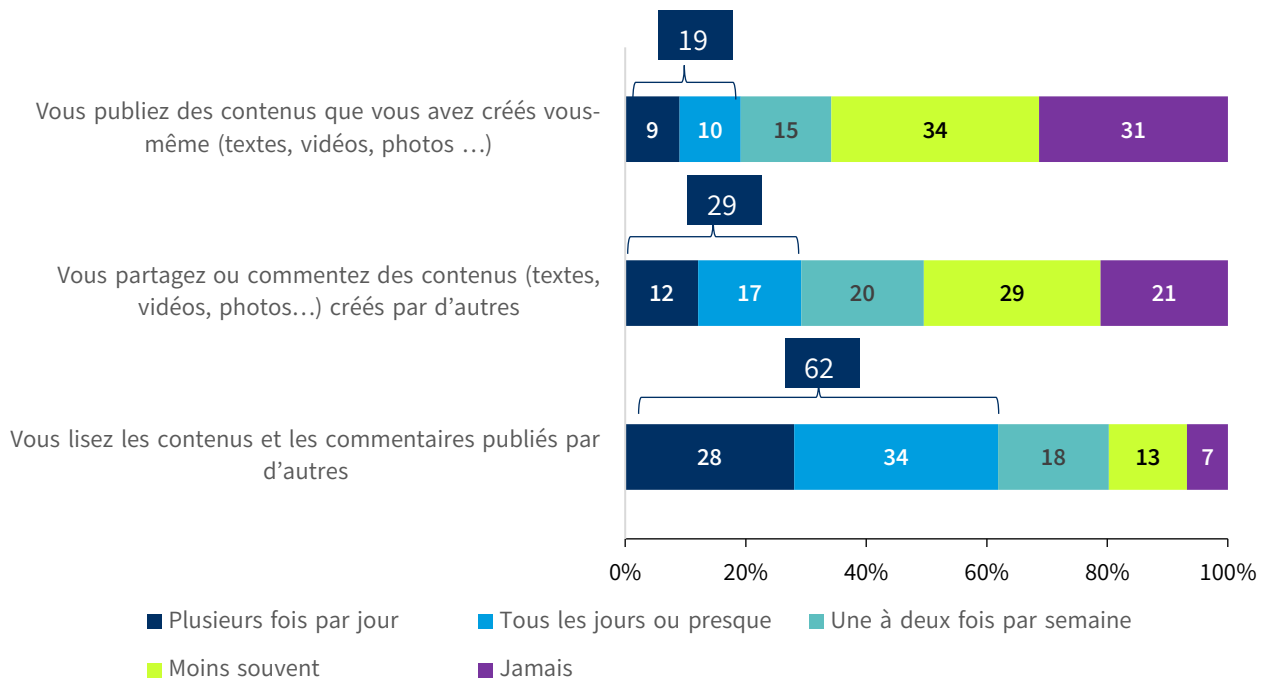
Les services et les produits alimentaires attirent également : 38 % ont effectué des réservations d'hôtel ou de location pour les vacances sur internet, 33 % ont commandé des billets de train ou d'avion et 33 % ont acquis des produits alimentaires.

Les pratiques de consommation sur Internet concernent également la seconde main : 52 % ont moins réalisé un achat ou une vente au cours des douze derniers mois sur des sites internet spécialisés dans la seconde main.

Autre usage-phare d'internet, la fréquentation quotidienne des réseaux sociaux s'accroît : 75 % des internautes consultent au moins une fois par jour un réseau social (+3 points en un an). La consultation de ces réseaux sociaux est souvent plus passive qu'active. 62 % des utilisateurs de réseaux sociaux lisent les contenus et commentaires publiés par d'autres tous les jours mais seuls 29 % partagent ou commentent ces contenus créés par d'autres quotidiennement. Un sur cinq (19 %) publie quotidiennement des contenus qu'ils ont eux-mêmes créés (textes, vidéos, photos...). Les disparités selon l'âge sont importantes : seuls 45 % des 70 ans et plus publient du contenu personnel sur les réseaux sociaux, que ce soit tous les jours ou moins souvent, contre 76 % des 12-17 ans.

Fréquence de la publication de contenu, du partage ou commentaire de contenu et de la consultation de contenus sur les réseaux sociaux

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268

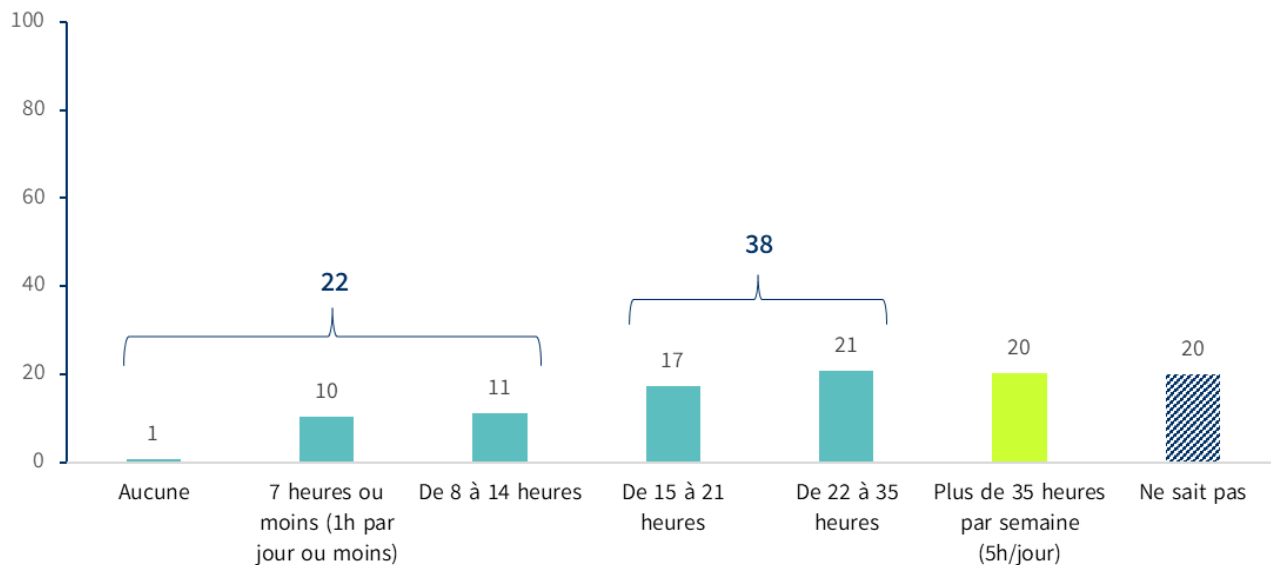


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Sous l'effet de ces multiples usages, 41 % de la population déclare passer plus de trois heures par jour devant les écrans pour un usage personnel, dont la moitié, soit 20 % de la population, plus de 5 heures par jour. Cette utilisation des écrans va de pair avec le sentiment d'y passer trop de temps. Plus de quatre personnes sur dix indiquent que le temps qui leur est consacré est trop important. En outre, le sentiment d'une utilisation trop intensive des écrans croît avec leur usage. En effet, 57 % des personnes indiquant regarder des écrans plus de 5 heures par jour considèrent y consacrer trop de temps, comme 45 % des personnes y restant entre 3 et 5 heures contre un quart (25 %) de celles y passant 2 heures par jour ou moins.

Temps hebdomadaire passé devant les écrans pour l'usage personnel

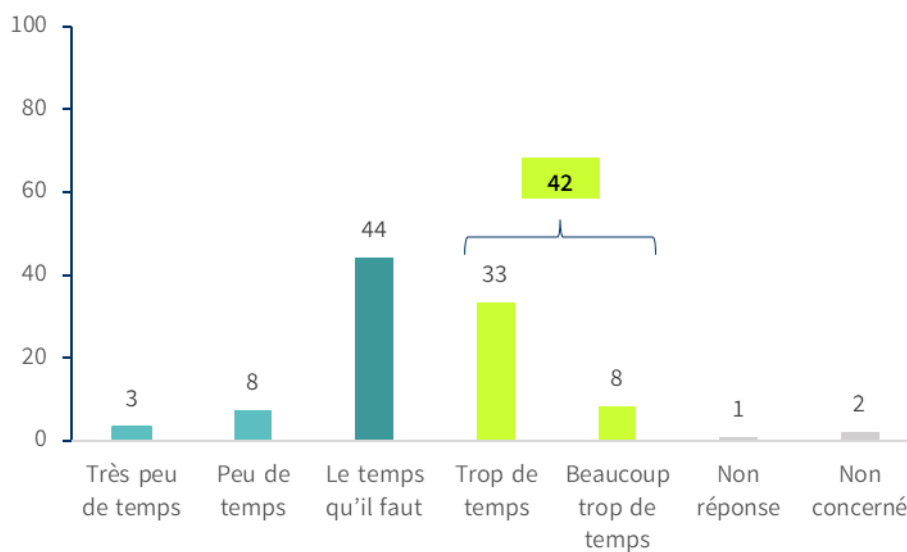
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Regard porté sur le temps passé devant les écrans pour son usage personnel

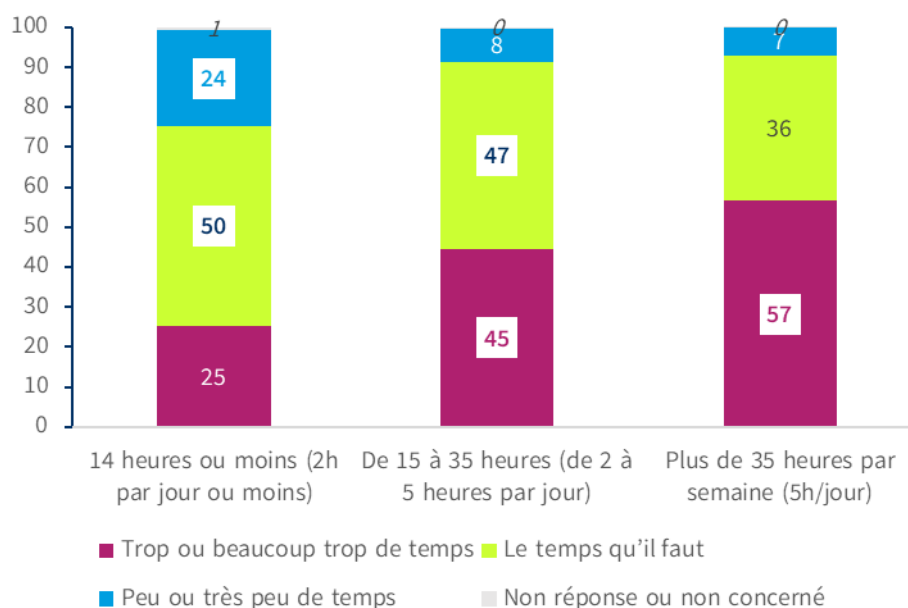
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Regard porté sur le temps passé devant les écrans pour son usage personnel selon le temps passé

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant estimé son temps d'écran, en % - effectif total pondéré n : 3 254 personnes



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

De façon générale, 65 % de la population préfère accomplir une activité de leur vie quotidienne en se déplaçant, de manière physique, plutôt qu'en ligne. 82 % privilégient par exemple le déplacement en magasin pour leurs courses alimentaires et 64 % pour leurs vêtements.

En outre, 85 % des Français préfèrent faire des rencontres en personne dans des lieux de leur vie quotidienne plutôt que sur internet, qui paraît devenir un espace à la sociabilité plus ciblée que par le passé. Ainsi, le nombre de Français l'ayant utilisé pour retrouver des anciennes connaissances (39 %, -11 points) et pour nouer de liens avec de nouvelles personnes (34 %, -10 points) est en forte baisse par rapport à 2019. Seule exception, la sociabilité à des fins de rencontre amoureuse a progressé, de 15 % en 2019 à 19 % en 2024.

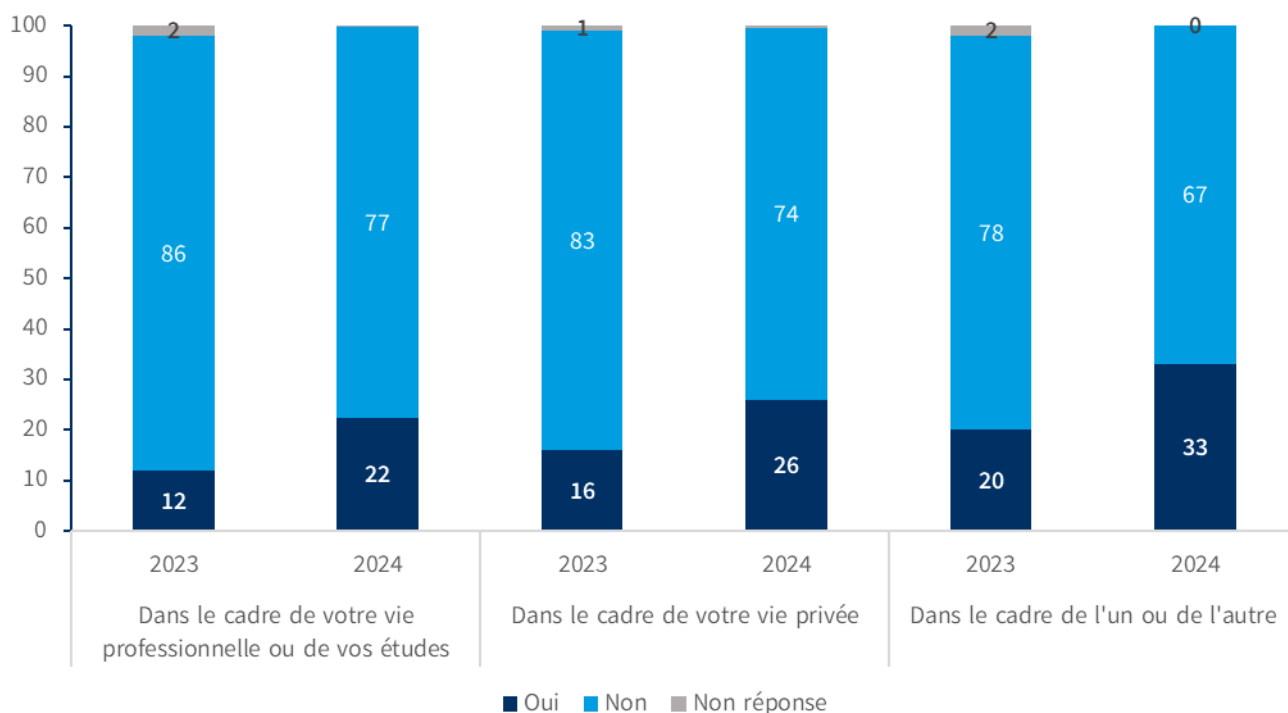
L'inquiétude pour le manque de protection des données personnelles, qui avait considérablement reculé depuis 2019, a progressé de 13 points en l'espace d'un an (33 %). Cette résurgence pourrait s'expliquer par l'émergence de nouvelles technologies, telles que l'intelligence artificielle, qui posent la question de la gestion des données de manière nouvelle. Et de fait, la méfiance à l'égard de l'intelligence artificielle reste majoritaire au sein de la population (56 %). Les risques de destruction d'emploi (62 %) et les conséquences négatives concernant la création artistique (53 %) sont les deux motifs d'inquiétude les plus fréquemment associés au développement des intelligences artificielles, suivis de près par les dégâts causés sur l'environnement (consommation accrue de ressources), le développement durable (48 %) ou les craintes des impacts sur l'éducation et la formation (47 %).

L'usage des outils d'intelligence artificielle progresse fortement : 33 % des Français en ont déjà utilisé en 2024, contre 20 % en 2023. Les usages dans le cadre de la vie privée dominant (26 %, +10 points en un an), et dépassent de peu ceux liés à la vie professionnelle (22 %, également +10 points sur la même période). La méfiance vis-à-vis de ces outils d'intelligence artificielle recule avec l'usage personnel de ceux-ci : seules 26 % des personnes ayant déjà utilisé l'un de ces outils se méfient de l'intelligence

artificielle (vs. 71 % de celles n'en ayant jamais utilisé), laissant augurer une meilleure acceptation future de ces outils.

Utilisation personnelle des outils d'intelligence artificielle

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : en 2023, les personnes n'ayant jamais entendu parler des outils d'intelligence artificielle étaient notées comme non concernées. Nous avons considéré qu'elles n'utilisaient donc pas ces outils.

Environnement : le numérique face aux arbitrages économiques et écologiques des utilisateurs

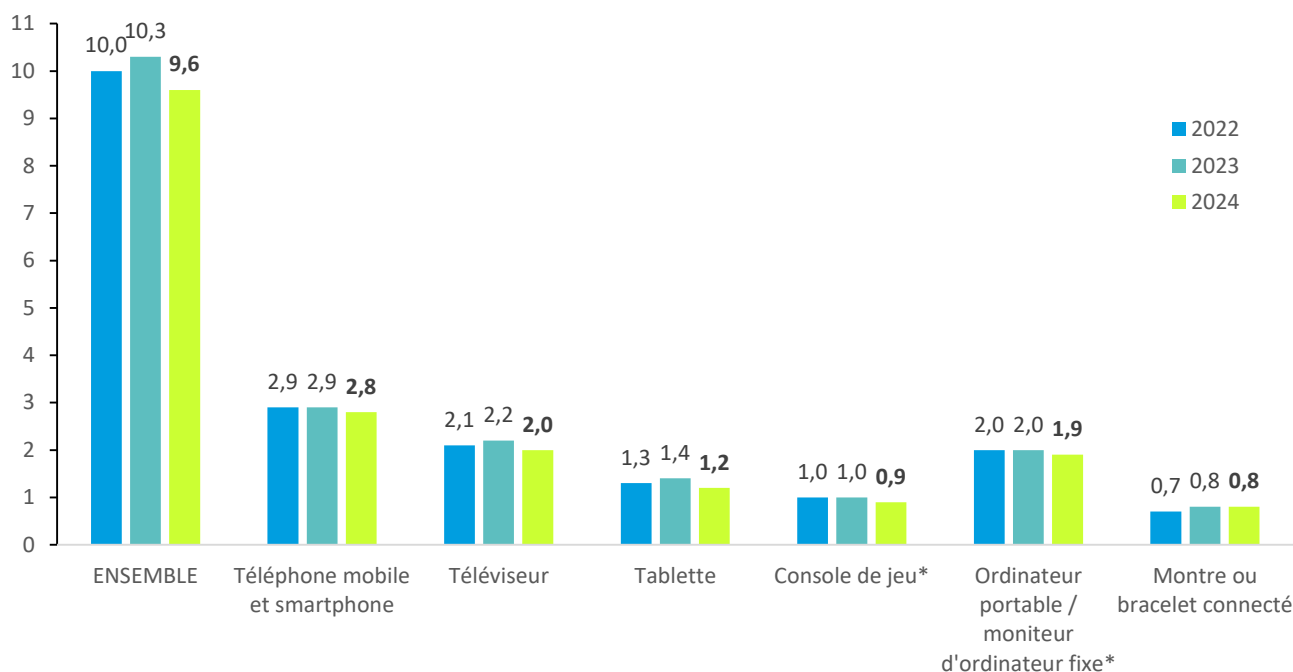
Pour limiter la croissance de l'impact environnemental du numérique, estimé notamment dans une étude conjointe de l'ADEME et de l'Arcep¹, différentes recommandations ont été faites comme le choix d'appareils et d'usages plus vertueux, la limitation du nombre d'appareils détenus ou encore l'allongement de leur durée d'usage.

En 2024, les ménages détiennent en moyenne 9,6 appareils numériques avec écran, dont 1,8 sont inutilisés et pourraient être recyclés ou vendus. **La baisse du nombre d'appareils numériques à écran recensés est sensible : -0,7 appareil par foyer en un an.** Cette baisse concerne essentiellement des **appareils non utilisés**. Sur 100 appareils numériques avec écran détenus par les ménages, **19 sont inutilisés en 2024** (contre 23 un an plus tôt).

1 Source : ARCEP, L'étude ADEME ARCEP sur l'empreinte environnementale du numérique, URL : <https://www.arcep.fr/la-regulation/grands-dossiers-thematiques-transverses/lempreinte-environnementale-du-numerique/etude-ademe-arcep-empreinte-environnemental-numerique-2020-2030-2050.html>

Nombre moyen d'appareils numériques par foyer

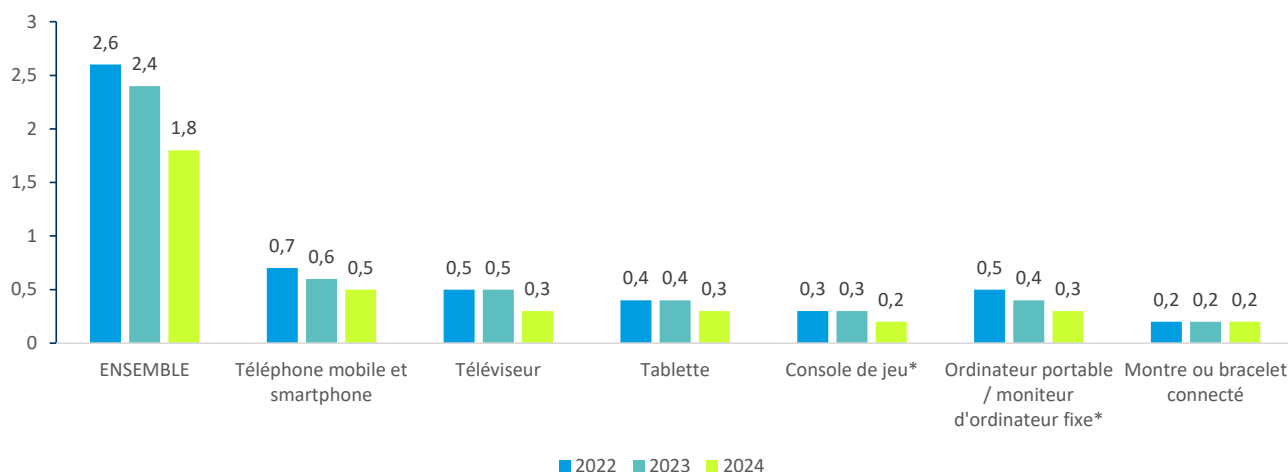
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Nombre moyen d'appareils numériques inutilisés par foyer

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



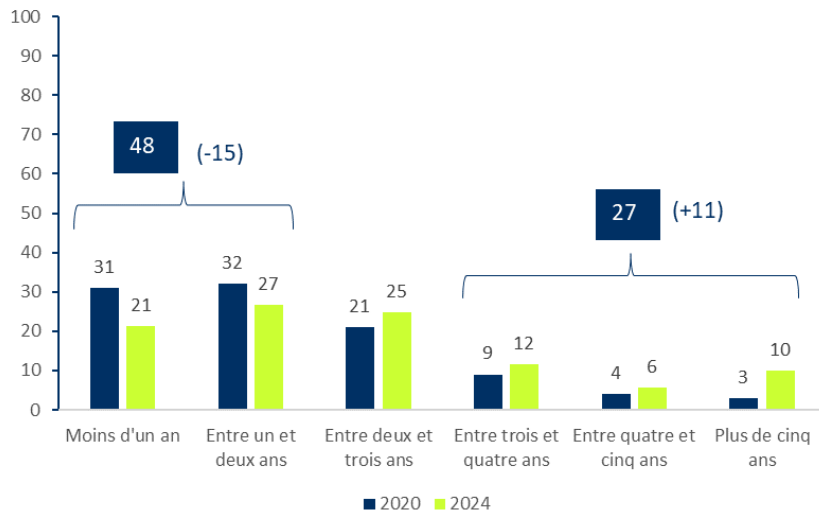
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les *smartphones* inutilisés sont par exemple en majorité conservés : 52 % des répondants indiquent avoir conservé leur ancien *smartphone*, tandis que celui-ci a été donné ou vendu dans 26 % des cas, et déposé dans un objectif de recyclage pour 20 % de la population. Bien que le recyclage soit encore une pratique minoritaire, la part de la population y ayant recours augmente en 2024 : +5 points par rapport à 2023.

Autre évolution intéressante : les détenteurs de *smartphone* semblent plus enclins à conserver longtemps leur appareil. En 2024, **plus du quart des détenteurs de *smartphone* l'ont depuis trois ans ou plus** : ils n'étaient que 16 % quatre ans auparavant. L'âge est le principal facteur influençant la durée de détention : naturellement, les plus jeunes détiennent des appareils très récents. Les personnes de 60 ans et plus n'hésitent pas, en revanche, à les conserver plus longtemps (43 % des 70 ans et plus les détiennent depuis plus de trois ans, contre 27 % de l'ensemble des personnes équipées en moyenne et 14 % des 18-24 ans).

Durée de détention du *smartphone*

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702

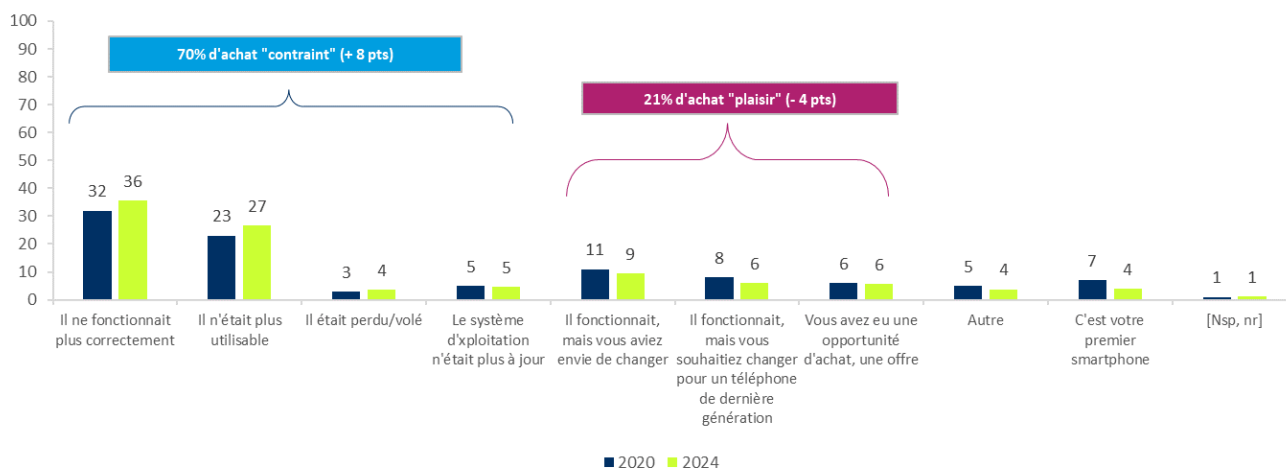


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

On note également, entre 2020 et 2024, que les remplacements de *smartphone* sont davantage réalisés **par nécessité** (70 %, + 8 points) et qu'ils répondent moins souvent à un achat « plaisir » (21 %, - 4 points). Cette tendance intervient néanmoins dans un contexte de tensions sur le pouvoir d'achat des ménages, de nature à expliquer ces mouvements.

Raisons de renouvellement du dernier *smartphone*

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702



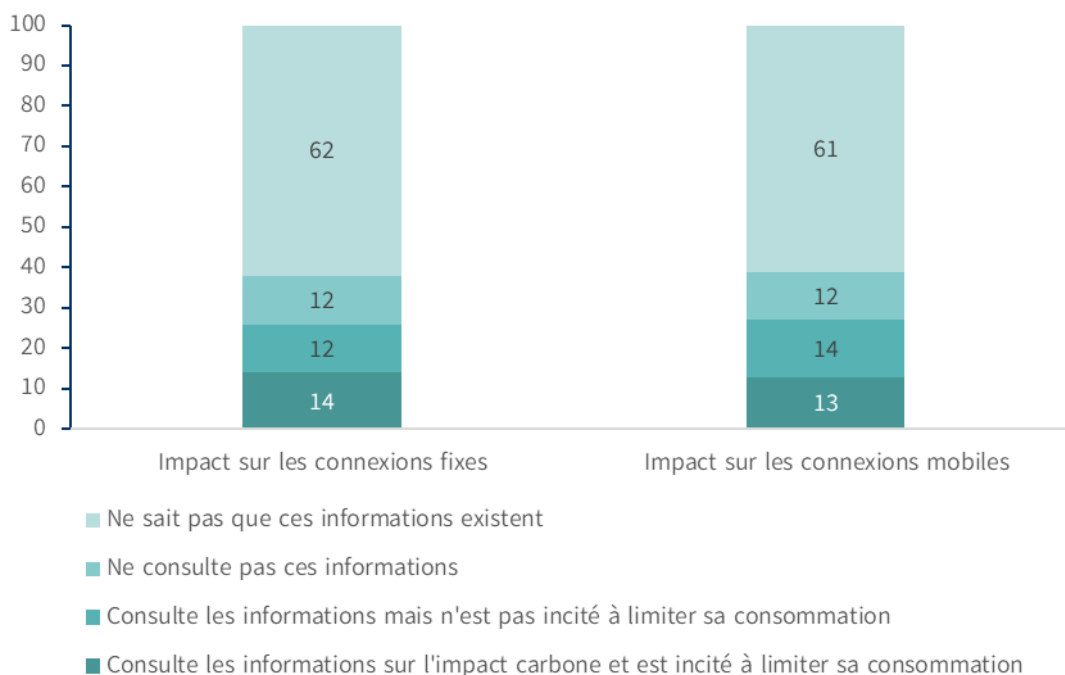
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (loi AGEC), adoptée en février 2020, a pour objectif de transformer le modèle économique en promouvant l'économie circulaire et en réduisant les déchets. Un des axes de la loi AGEC est de mieux informer les consommateurs. A ce titre, les opérateurs internet et de téléphonie ont maintenant l'obligation d'informer leurs clients sur l'empreinte carbone de leurs consommations de données numériques. Cette mesure est entrée en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2022. Interrogés sur leur connaissance de ces nouvelles dispositions, la majorité de personnes disposant d'une connexion fixe à internet (62 %) ignore que leur opérateur leur fournit des informations sur l'impact carbone lié à leur consommation. Environ un tiers des personnes informées ne consultent en outre pas ces données ou seulement très rarement. Enfin, parmi les personnes qui en prennent connaissance, un peu plus de la moitié, soit 14 % de l'ensemble des personnes de 18 ans et plus disposant d'une connexion fixe à internet à domicile, disent que cela les incite à limiter leur consommation de données. Il en est de même pour les abonnés mobiles. La limitation de la consommation de données est en effet rarement identifiée comme un levier de réduction de l'empreinte environnementale du numérique : en 2023, 20 % de la population de 12 ans et plus disposant d'une connexion fixe à internet à domicile considéraient la limitation de sa consommation de données sur les réseaux mobiles comme l'un des trois usages les plus efficaces et seuls 13 % mentionnaient la limitation de sa consommation de données sur les réseaux fixes.

Pour l'heure, si la législation est respectée et que les opérateurs communiquent effectivement ces informations, il reste à réaliser beaucoup d'actions d'information et de sensibilisation du public pour que celui-ci sache que ces informations existent, puis qu'il en prenne connaissance pour que, *in fine*, il soit incité à modifier ses pratiques et donc sa consommation.

Impact de la loi AGEC sur les connexions fixes et mobiles

Champ : population de 18 ans et plus disposant d'une connexion internet fixe à domicile, en % - effectif total pondéré n : 3 079 -



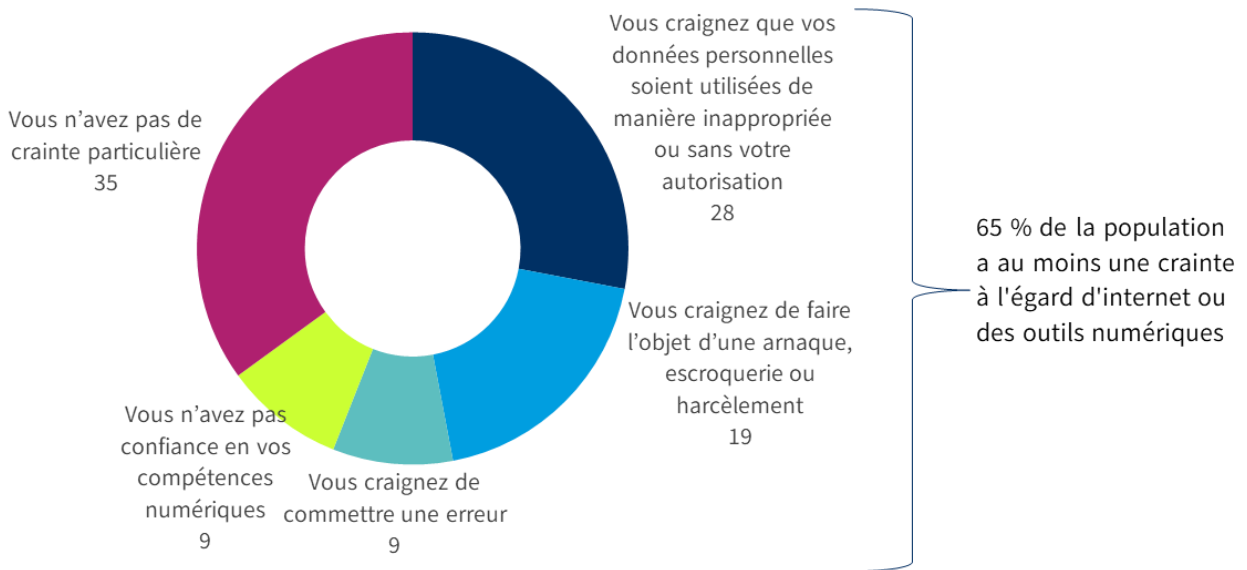
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Appropriation du numérique : malgré une population française plus à l'aise, des freins persistants aux usages du numérique et un souhait d'être accompagné pour remédier aux difficultés

L'effet du numérique dans la vie des Français est très dépendante du contexte socio-culturel. Globalement, deux tiers des Français (67 %) estiment que le numérique facilite leur vie quotidienne (en augmentation de 4 points par rapport à 2023). Mais la proportion s'inverse totalement pour les Français non-diplômés : près de 60 % d'entre eux estiment que le numérique complique ou n'a pas d'effet sur leur vie quotidienne. Si l'usage du numérique est massif, près de deux tiers (65 %) des individus ressentent des craintes à l'utilisation d'internet et des outils numériques. Les Français craignent en premier lieu une utilisation inappropriée de leurs données personnelles (28 %), puis des arnaques, escroqueries, harcèlement (19 %). D'ailleurs, on constate que le manque de protection des données personnelles est le principal obstacle à l'utilisation d'internet, il concerne un tiers des répondants, soit une augmentation de 13 points par rapport à 2023, alors que ce taux était en recul ces dernières années. En outre, les Français craignent également de commettre des erreurs (9 %) ou n'ont pas confiance en leurs compétences numériques. Contrairement aux idées reçues qui voudraient que les plus jeunes, en tant que « digital natives », soient tous totalement à l'aise avec les nouvelles technologies numériques, les jeunes adultes (18-24 ans) seraient en réalité les plus inquiets face à l'usage du numérique, puisque 76 % ressentent au moins une crainte.

Principales craintes à l'égard de l'usage d'internet et des outils numériques

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066

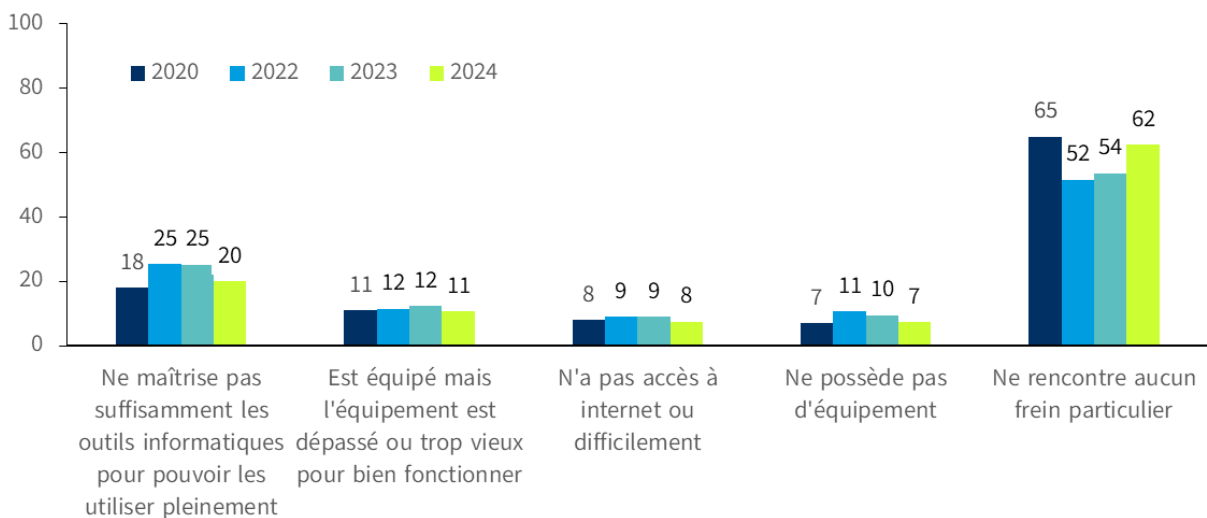


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Une grande partie de la population fait état de différents freins à une utilisation complète des outils du numérique, mais cette proportion se réduit significativement pour la première fois depuis 2022. Si en 2022, 48 % de la population interrogée rencontraient des freins à la pleine utilisation du numérique (45 % en 2023), seuls 36 % de la population est concernée en 2024. Le sentiment de ne pas maîtriser suffisamment les outils informatiques pour pouvoir les utiliser pleinement reste le premier frein à la pleine utilisation du numérique dans la population française (20 %).

Freins à l'usage du numérique au quotidien

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066



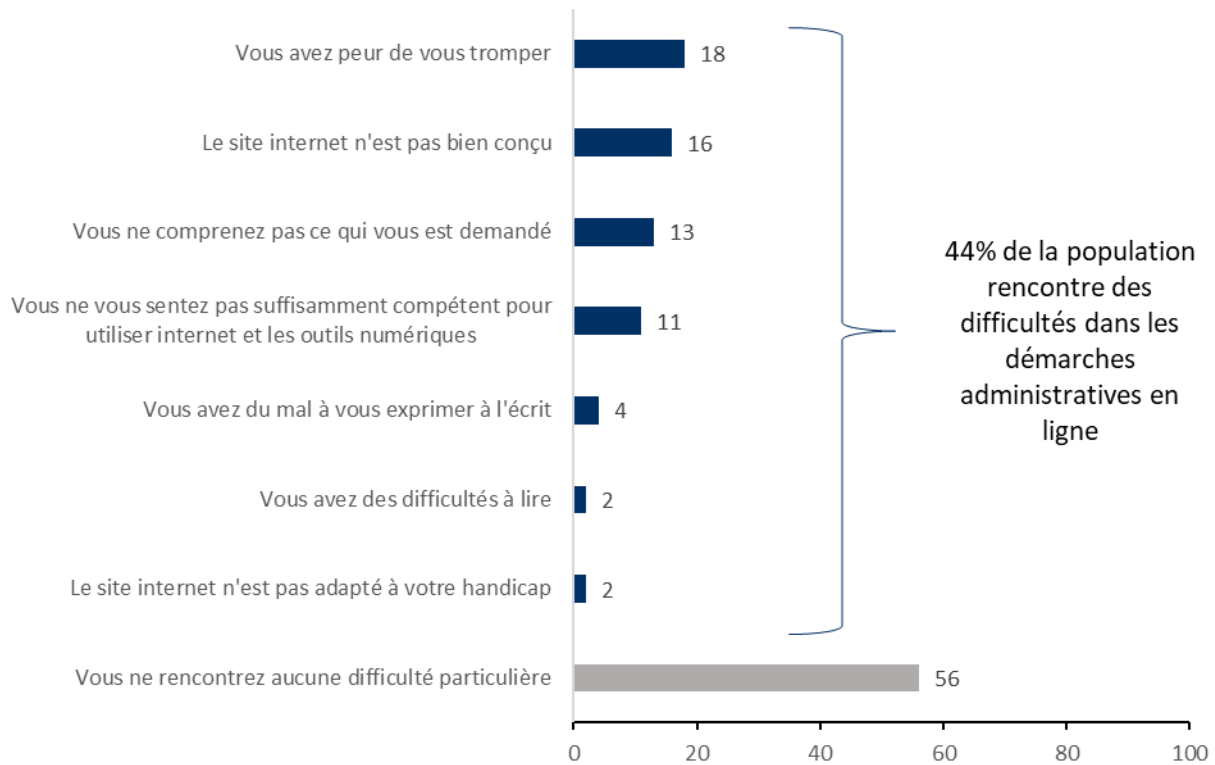
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Au-delà des freins subis par les Français dans l'utilisation du numérique, près d'un Français sur deux limite ses usages du numériques, en particulier pour des raisons financières liées aux coûts des équipements et/ou des abonnements internet (20 %). Il est intéressant de noter que les limites à l'usage du numérique sont très dépendantes de la situation d'usage d'internet. En effet, près de 80 % des Français non-internautes limitent leurs usages du numérique, principalement par désintérêt ou rejet du numérique (respectivement, 59 % et 51 %). Ce dernier résultat nous invite à dépasser une vision de l'inclusion numérique qui serait centrée sur le seul objectif de connexion pour tous, pour s'intéresser davantage aux potentialités perçues et aux résultats obtenus par les individus dans leurs usages du numérique.

Autre difficulté majeure rencontrée à l'usage d'Internet : les démarches administratives en ligne. Près d'un Français sur deux (44 %) rencontre des difficultés dans la réalisation de démarches administratives en ligne. Toutefois, il est intéressant de noter que les principales difficultés citées par les Français ne sont pas liées à leur compétence numérique (11 %) mais davantage aux effets de la désintermédiation de la relation citoyen-administration produite par la dématérialisation (47 %). Plus précisément, lorsqu'ils rencontrent des difficultés dans leurs démarches en ligne, les Français évoquent prioritairement, la peur de se tromper (18 %), l'incompréhension de ce qui leur est demandé (13 %) ou encore la mauvaise conception du site Internet de la démarche (16 %). En effet, le contact direct avec l'administration, par internet, implique pour les individus de maîtriser en particulier le langage et les procédures de celle-ci. Ainsi, pour réaliser ce type de démarche en ligne, il convient de disposer de compétences administratives qui ne sont pas initialement liées au numérique. Dans ce contexte, il est intéressant de noter que les jeunes adultes (18-24 ans) sont, de loin, les plus nombreux à éprouver des difficultés concernant la réalisation de démarches administratives en ligne (69 % rencontrent au moins une difficulté).

Difficultés rencontrées pour réaliser une démarche administrative en ligne

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066

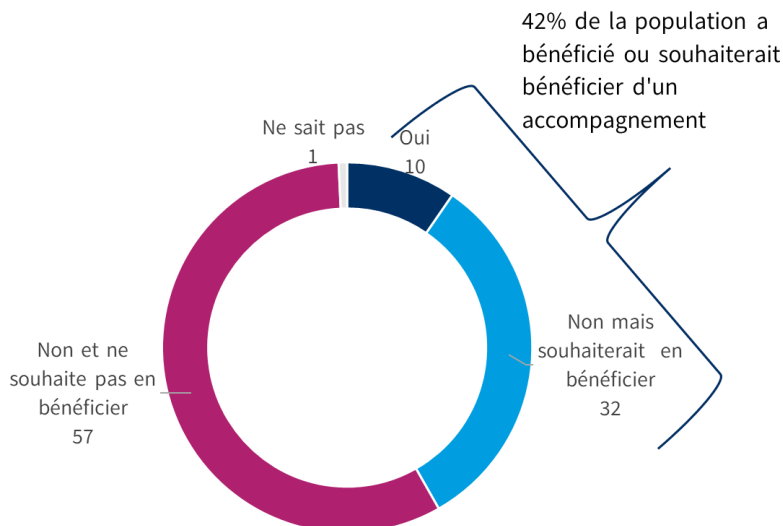


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Face à ces difficultés d'usage, près du tiers des Français (32 %) souhaiterait bénéficier d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique et 10 % ont déjà bénéficié d'un tel accompagnement (principalement dans un lieu associatif ou à domicile). Autrement dit, près d'un Français sur deux plébisciterait un service public de la médiation numérique pour améliorer leur appropriation des technologies numériques. Dans le prolongement de cette démarche d'apprentissage, notons que 8 Français sur 10 n'ont jamais évalué leurs compétences numériques.

Part de la population ayant bénéficié d'un accompagnement gratuit au numérique

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Protection sur internet : les jeunes internautes se montrent les plus actifs en ligne mais aussi les plus avertis

Près de quatre personnes sur dix (38 %) ne voient aucun frein spécifique à l'utilisation d'internet. Après avoir culminé à 43 % en 2023, cette proportion retrouve le niveau observé avant la crise sanitaire.

La limitation des freins à l'utilisation d'internet passe aussi par la sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques et à l'usage d'outils de protection.

Les utilisateurs de réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéos n'utilisent qu'en partie les outils mis à leur disposition par les plateformes : 41 % déclarent avoir lu les CGU (et cette proportion est en recul, elle était de 47 % l'année dernière) et seuls 44 % ont eu recours à un dispositif pour signaler un compte ou un compte inapproprié (stable). Ces dispositifs de signalement sont jugés aisément compréhensible (80 %), simples d'utilisation (83 %) et facilement accessibles (84 %), des chiffres en hausse de 3 points par rapport à l'année précédente. L'absence de signalement résulterait essentiellement de la non-confrontation à des comptes ou contenus inappropriés (59 %). Pour autant, plus d'un sur cinq (22 %) n'y ayant jamais eu recours sont, d'une certaine façon, empêchés dans leur démarche, soit par ignorance du dispositif, soit par crainte qu'il se retourne contre eux.

On notera que les jeunes adultes (18-24 ans), parmi les plus enclins à une utilisation quotidienne des réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéos, sont de loin les plus avertis sur ces outils : ils sont 68 % à avoir consulté des CGU et 77 % à avoir utilisé un dispositif de signalement. De façon marquée, les jeunes portent un jugement plus favorable sur les CGU, par exemple 65 % des 18-24 qui en ont consulté les ont trouvées utiles contre 41 % des 70 ans et plus, et 85 % les ont trouvées accessibles contre 65 % des 70 ans et plus.

L'usage du numérique continue donc de se généraliser en France, mais des inégalités subsistent dans les compétences et l'appropriation des outils. Pour répondre à ces défis, l'accompagnement, la régulation et une transition vers un numérique plus durable s'imposent comme des priorités.

Partie 1. Équipement en téléphone, ordinateur, tablette, objets connectés

1. Téléphonie

a) L'équipement en téléphone fixe recule de 5 points (74 %)

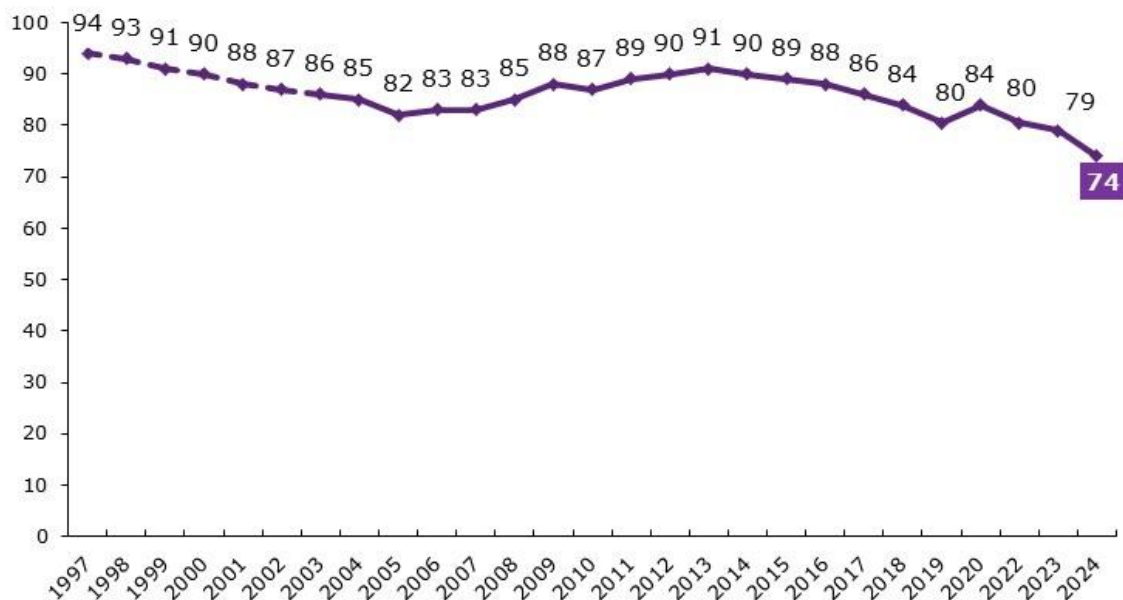
Le recul de l'équipement en téléphone fixe se poursuit. Le sursaut observé en 2020, avec 84 % d'équipement de la population en téléphone fixe à son domicile, au plus fort de la période de pandémie de Covid-19, n'a donc été que temporaire.

En 2024, 74 % de la population est équipée en téléphone fixe, le plus bas niveau enregistré depuis le premier point de mesure en 1997 (Graphique 1).

Graphique 1 - Taux d'équipement en téléphonie fixe

« Disposez-vous, à votre domicile, d'au moins une ligne téléphonique fixe ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



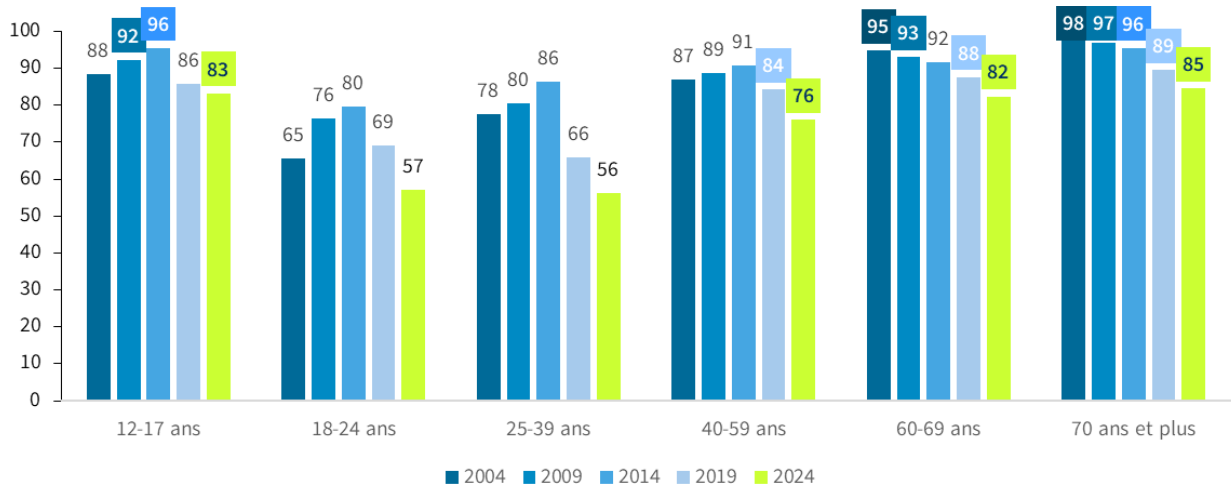
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : la courbe en pointillés porte sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, la courbe porte sur les 12 ans et plus.

Les personnes les plus âgées sont les plus équipées (82 % des 60 à 69 ans et 85 % des 70 ans ou plus), mais également les adolescents entre 12 et 17 ans (83 %), qui vivent encore bien souvent au domicile familial. Le niveau d'équipement chute à partir de 18 ans et jusqu'à 40 ans : 57 % des 18-24 ans et 56 % des 25-39 ans possèdent un téléphone fixe en 2024. Les personnes âgées de 40 à 59 ans ont à nouveau un niveau d'équipement plus conséquent (76 %), proche de la moyenne des répondants. Malgré la baisse nette du taux d'équipement en téléphonie fixe, ces différences d'équipement selon l'âge se sont maintenues au cours des vingt dernières années (Graphique 2).

Graphique 2 - Taux d'équipement en téléphonie fixe selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -

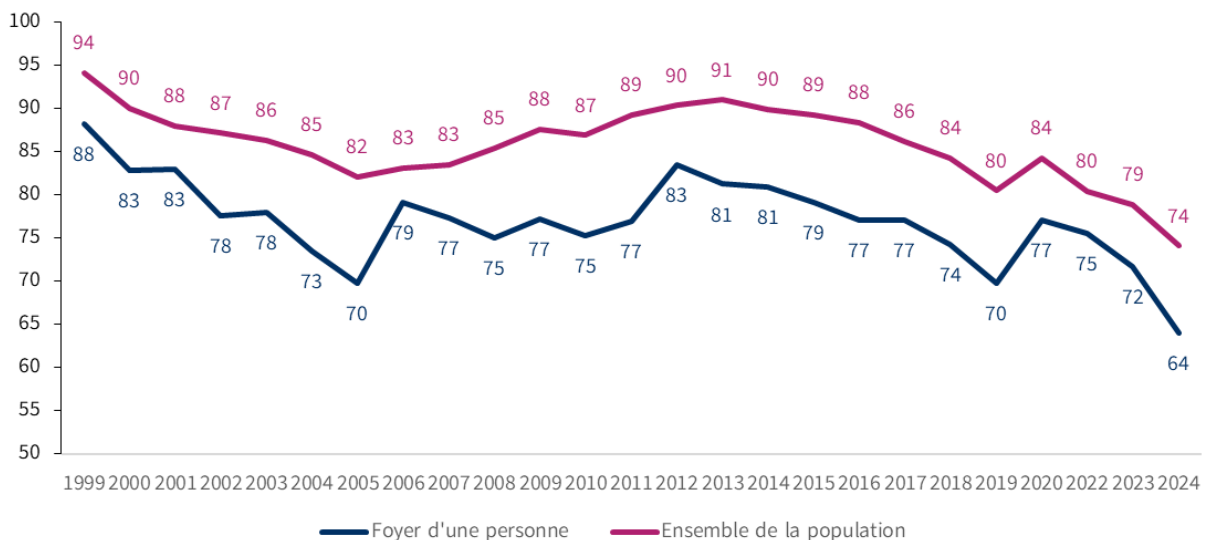


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le nombre de personnes au sein du foyer a également un impact sur l'équipement en téléphonie fixe : en 2024, le taux d'équipement dans les foyers d'une seule personne est significativement inférieur (64 %) à l'ensemble de la population (74 %). Cet écart s'observait déjà lors des premiers points de mesure du baromètre et s'avère d'une grande stabilité dans le temps (13 points d'écart à la moyenne en 2004, 10 points en 2024) (Graphique 3).

Graphique 3 - Taux d'équipement en téléphonie fixe selon la taille du foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

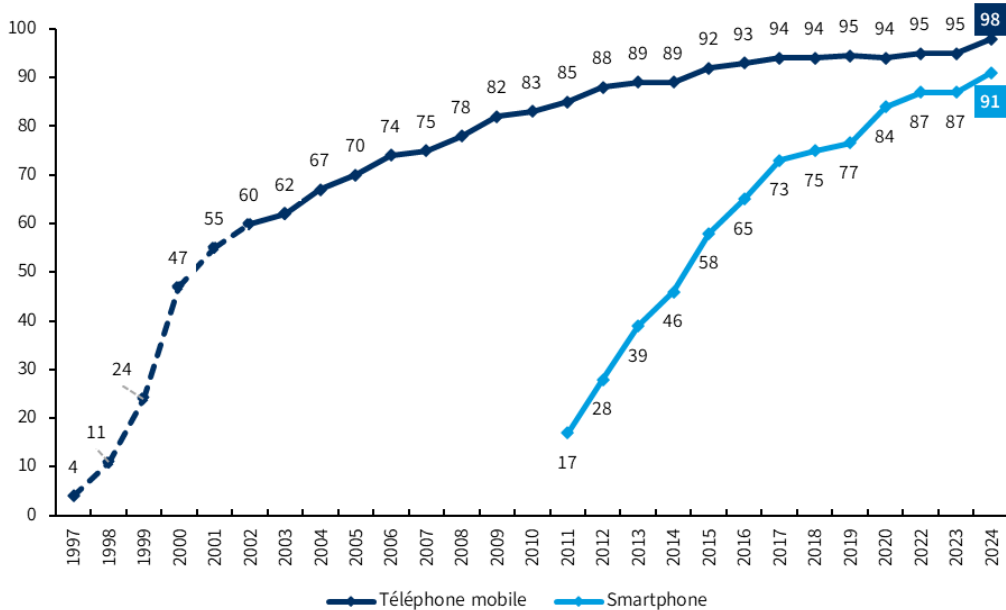
b) L'équipement en téléphone mobile en général (+3 points) et en *smartphone* en particulier (+4 points) progresse nettement en 2024

La proportion d'individus équipés d'un *smartphone* franchit un seuil historique en 2024, avec 91 % déclarant posséder un *smartphone* (+ 4 points en un an). Les personnes qui ne sont équipées ni d'un *smartphone* ni d'un téléphone mobile ne représentent plus que 2 % de la population, soit - 3 points en un an (Graphique 4 et Graphique 5).

Graphique 4 - Taux d'équipement en téléphone mobile et *smartphone*

« Disposez-vous personnellement d'un *smartphone* ? (si non) D'un téléphone mobile classique ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



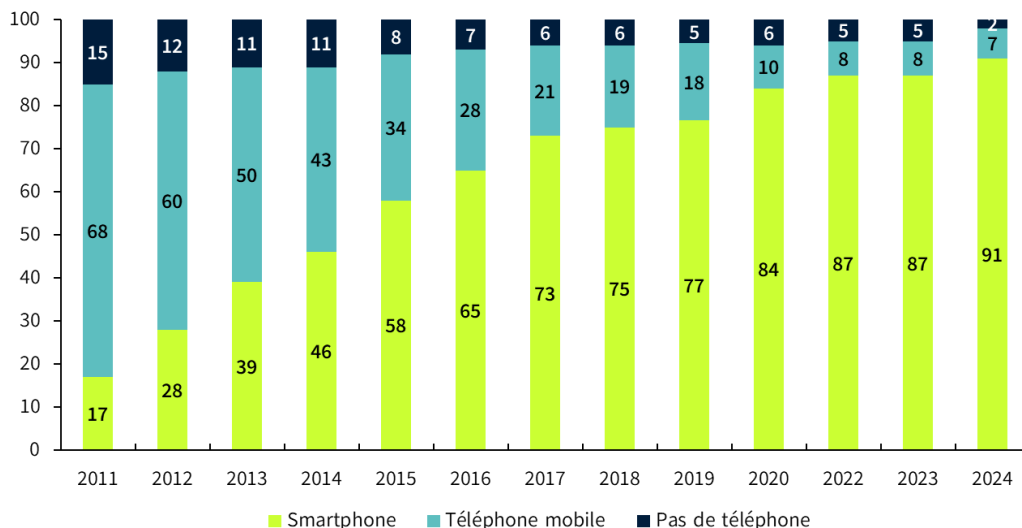
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : la courbe en pointillés porte sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, la courbe porte sur les 12 ans et plus.

Graphique 5 - Taux d'équipement en téléphone mobile et *smartphone*

« Disposez-vous personnellement d'un *smartphone* ? (si non) D'un téléphone mobile classique ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -

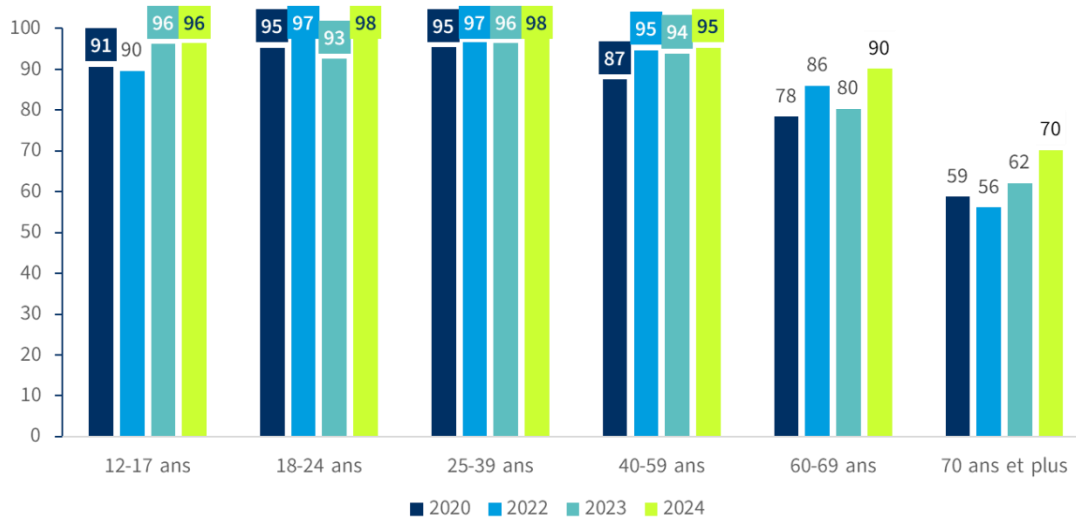


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'équipement en *smartphone* est très répandu chez les jeunes : 96 % des 12-17 ans en possèdent un. Chez les adultes, le niveau d'équipement est également très élevé et évolue peu ces dernières années, qu'il s'agisse des 18 à 39 ans (98 %) ou des 40 à 59 ans (95 %). Le taux d'équipement en *smartphone* diminue ensuite avec l'avancée en âge : 90 % des 60-69 ans et 70 % des 70 ans et plus en sont équipés. Toutefois, le taux d'équipement des tranches d'âges les plus élevées progresse fortement : +10 points en un an chez les 60 à 69 ans, + 8 points pour les 70 ans et plus (Graphique 6).

Graphique 6 - Taux d'équipement en *smartphone*, selon la classe d'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



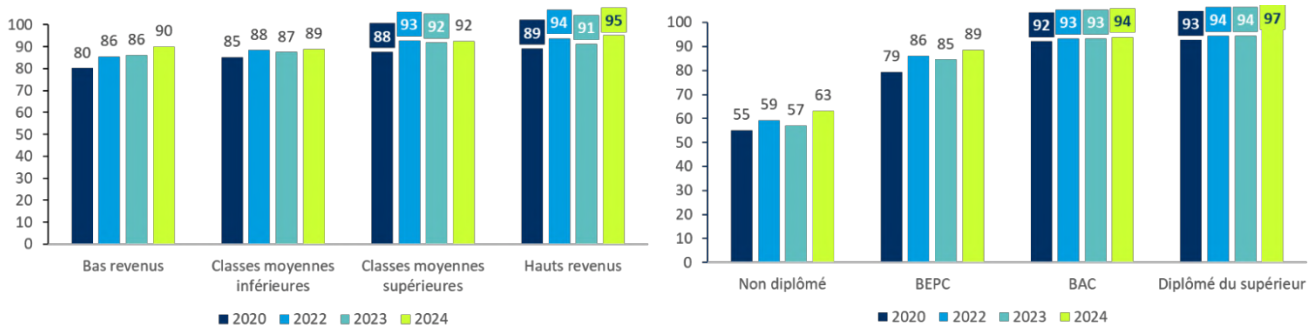
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Des disparités dans le taux d'équipement en *smartphone* sont également observées en fonction du niveau de diplôme. Les diplômés du supérieur sont nettement plus équipés (97 %) que les personnes sans diplôme (63 %), soit un écart de 34 points. Néanmoins, la proportion de non-diplômés possédant un *smartphone* a augmenté de 6 points en 2024 pour atteindre 63 %, conduisant ainsi à une réduction de l'écart observé avec les plus diplômés (Graphique 7).

L'équipement en *smartphone* varie aussi en fonction du niveau de revenus, bien que les écarts entre les différentes classes de revenus restent modestes et se soient en outre réduits sur la période récente : les personnes à hauts revenus sont légèrement plus équipées (95 %) que celles disposant de faibles revenus (90 %), soit un écart de 5 points entre les deux catégories (contre 9 points en 2020) (Graphique 7).

Graphique 7 - Taux d'équipement en *smartphone*, selon le niveau de vie et de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



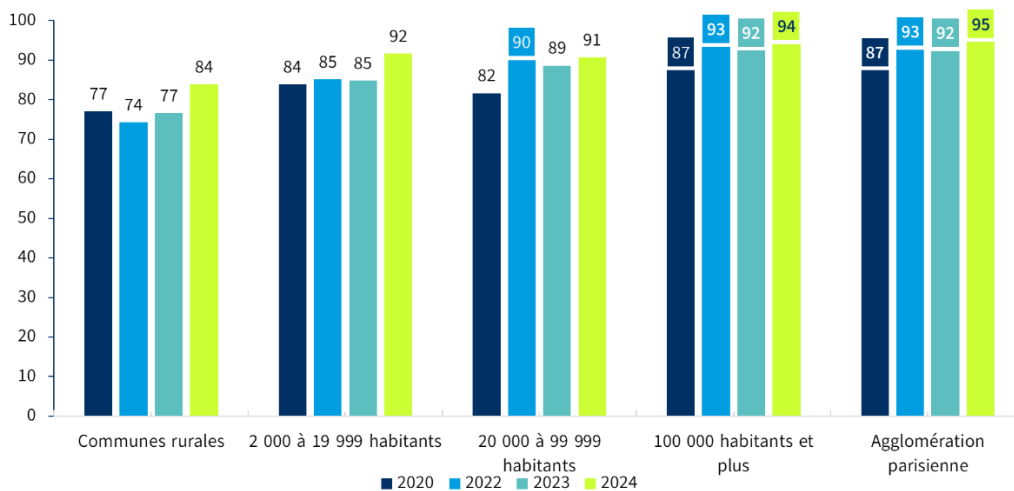
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Outre les écarts observés en fonction du niveau de diplôme et de revenus, la taille des agglomérations est un facteur différenciant du taux d'équipement en *smartphone* (Graphique 8). Les habitants des zones urbaines restent plus équipés que ceux des zones rurales, avec un taux de 94 % dans les communes de plus de 100 000 habitants et en agglomération parisienne contre 84 % dans les communes rurales, soit une différence de 10 points.

En revanche, dans les zones les moins peuplées (communes rurales et communes de 2 000 à 20 000 habitants), le rattrapage est notable. En l'espace d'un an, elles ont enregistré les plus fortes hausses. Le taux d'équipement atteint 84 % dans les communes rurales et 92 % dans les communes de 2 000 à 20 000 habitants (+ 7 points en un an dans chacune de ces zones).

Graphique 8 - Taux d'équipement en *smartphone*, selon la taille d'agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



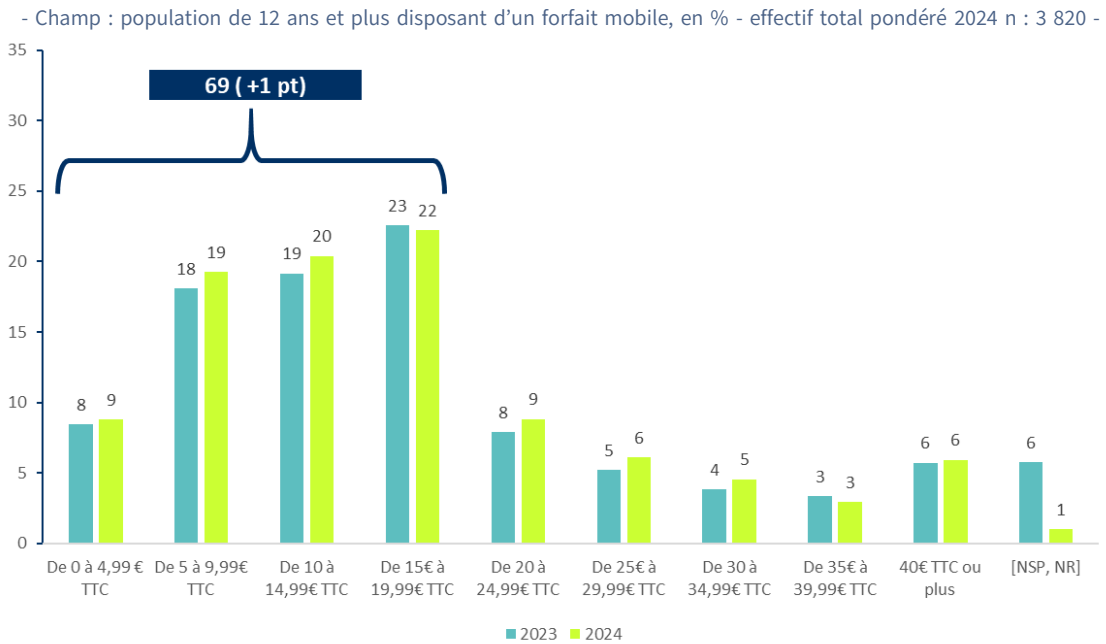
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

c) Sept personnes sur dix paient leur forfait mobile moins de 20 euros par mois

En 2024, sept personnes sur dix paient leur forfait moins de 20 € par mois, soit autant qu'en 2023 (Graphique 9). La proportion d'individus ayant souscrit à une offre à un tarif supérieur à 20 € varie de 3 % à 9 % selon les tranches de tarifs.

Graphique 9 – Tarif mensuel du forfait mobile

« Quel est le tarif mensuel de votre forfait mobile ? »



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le tarif mensuel du forfait varie peu selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants, à l'exception de l'âge qui demeure un facteur différenciant (Graphique 10).

Comme en 2023, les forfaits les moins chers sont significativement plus souscrits pour les adolescents : 84 % des 12-17 ans disposent d'un forfait dont le prix est inférieur à 20 € contre 72 % des 18-24 ans et 67 % des 25-39 ans.

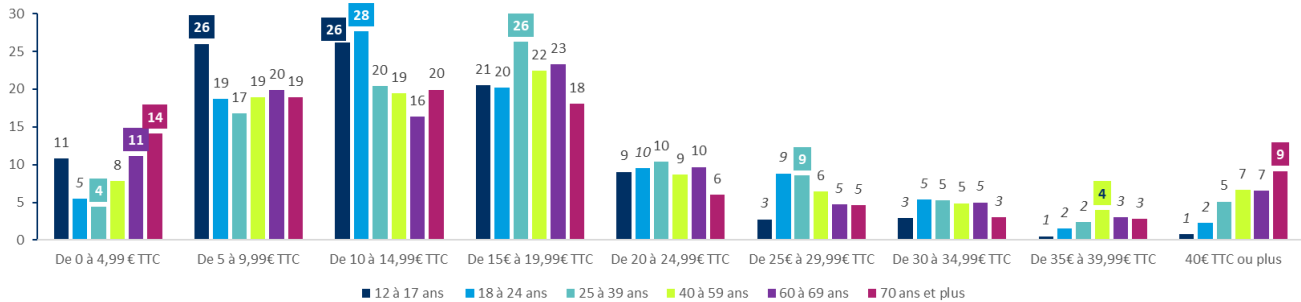
Pour ces forfaits inférieurs à 20 €, les différentes classes d'âge sont progressivement sur-représentées, à mesure que le tarif du forfait augmente : par exemple, les 18-24 ans sont 28 % à avoir choisi un forfait dont le tarif est compris entre 10 et 15 €, contre 20 % dans l'ensemble de la population.

Au-delà de 20 euros par mois, les différences entre les tranches d'âge s'avèrent moins significatives, à l'exception des forfaits dont le tarif est supérieur ou égal à 40 €.

Les 70 ans et plus sont à la fois surreprésentés dans la tranche de forfaits dont le tarif est égal ou supérieur à 40 euros par mois (9 % d'entre eux contre 6 % en moyenne), mais ils le sont également dans la tranche de forfaits les moins chers, inférieurs à 5 euros par mois (14 % d'entre eux contre 9 % de l'ensemble des détenteurs de forfaits mobile). Ces écarts étaient déjà observés en 2023 et restent constants.

Graphique 10 – Tarif mensuel du forfait mobile, selon l'âge

Champ : Personnes de 12 ans et plus disposant d'un forfait mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 820 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

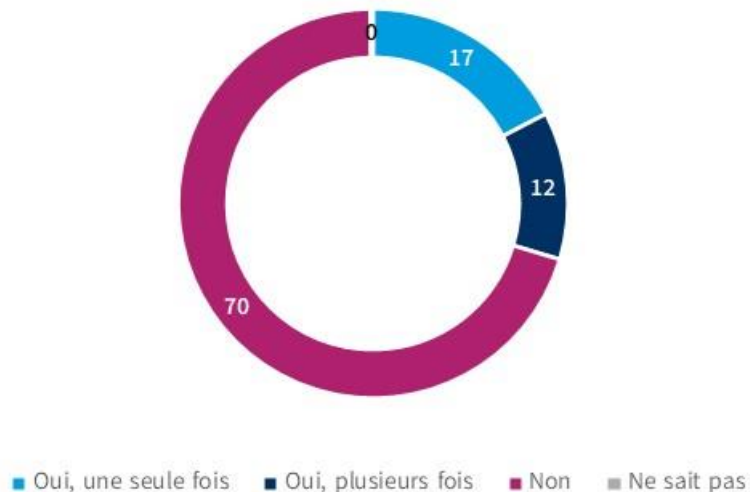
Les tentatives de négociation du prix du forfait mobile

Au cours des deux dernières années, 29 % des abonnés mobiles ont tenté de négocier le tarif de leur abonnement : 17 % l'ont fait une seule fois, 12 % l'ont fait à plusieurs reprises. Ainsi, sept personnes concernées sur dix n'ont pas tenté de renégocier leur tarif (Graphique 11).

Graphique 11 – Négociation du prix du forfait avec son opérateur mobile

Au cours des deux dernières années, avez-vous essayé de négocier le prix de votre forfait avec votre opérateur mobile ?

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 486 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

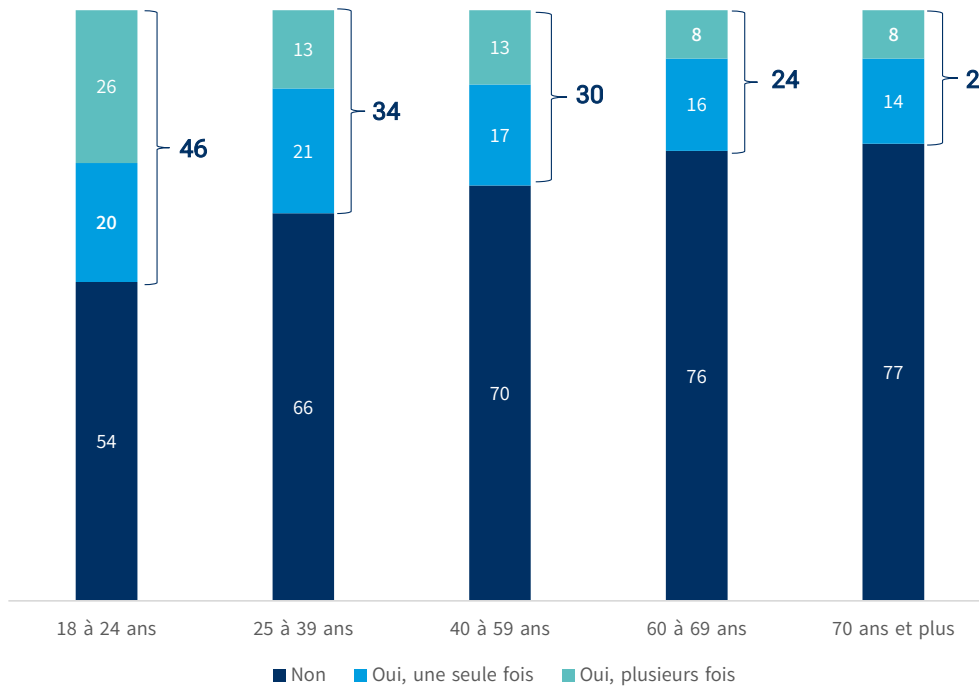
Les jeunes sont les plus nombreux à engager des négociations de tarif avec leur opérateur mobile (Graphique 12). En 2024, près d'un 18-24 ans sur deux (46 %) a déjà essayé de négocier le prix de son forfait mobile avec son opérateur contre 29 % de la population toute classe d'âge confondue.

Les jeunes s'illustrent en outre par des tentatives de négociation plus fréquentes : si 20 % l'ont fait une unique fois, 26 % ont négocié à plusieurs reprises le prix de leur forfait avec leur opérateur (pour 12 % de la population en moyenne).

La négociation, unique comme multiple, recule avec l'avancée en âge : près d'un tiers des 25-39 ans (34 %) a négocié son forfait et 30 % des 40 à 59 ans. Les personnes âgées de 60 ans et plus sont celles négociant le moins : 24 % des 60-69 ans et 22 % des 70 ans et plus l'ont fait au cours des deux dernières années.

Graphique 12 - Tentatives de négociation du prix du forfait avec l'opérateur, selon l'âge

- Champ : personnes de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 486



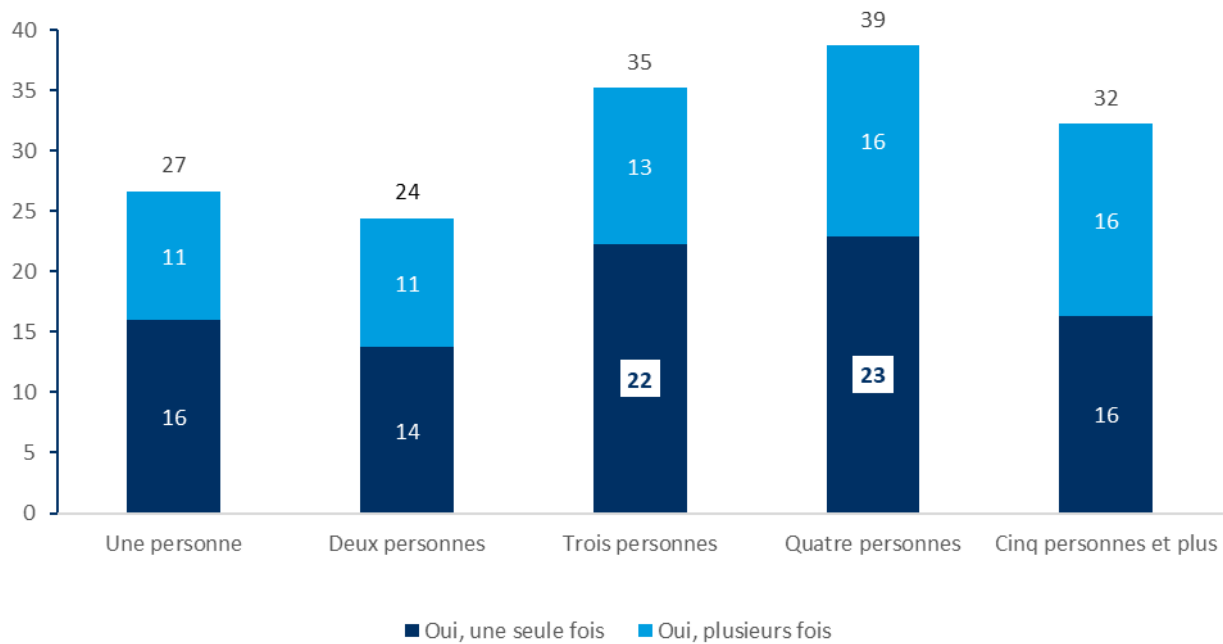
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La composition du foyer est également un facteur différenciant dans les pratiques de négociations (Graphique 13) : dans près d'un tiers des foyers comprenant trois, quatre ou cinq personnes et plus, une négociation a été engagée pour baisser le tarif du forfait mobile. Ceci pourrait s'expliquer par un plus grand nombre de forfaits souscrits dans ce foyer, de même que par leur composition sociodémographique (notamment avec des membres plus jeunes).

Seul un quart des foyers composés de deux personnes (25 %) ont engagé au moins une négociation pour le prix du forfait au cours des deux dernières années et 27 % des personnes vivant seules.

Graphique 13 - Tentatives de négociation du prix du forfait avec l'opérateur, selon la composition du foyer

- Champ : personnes de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 486



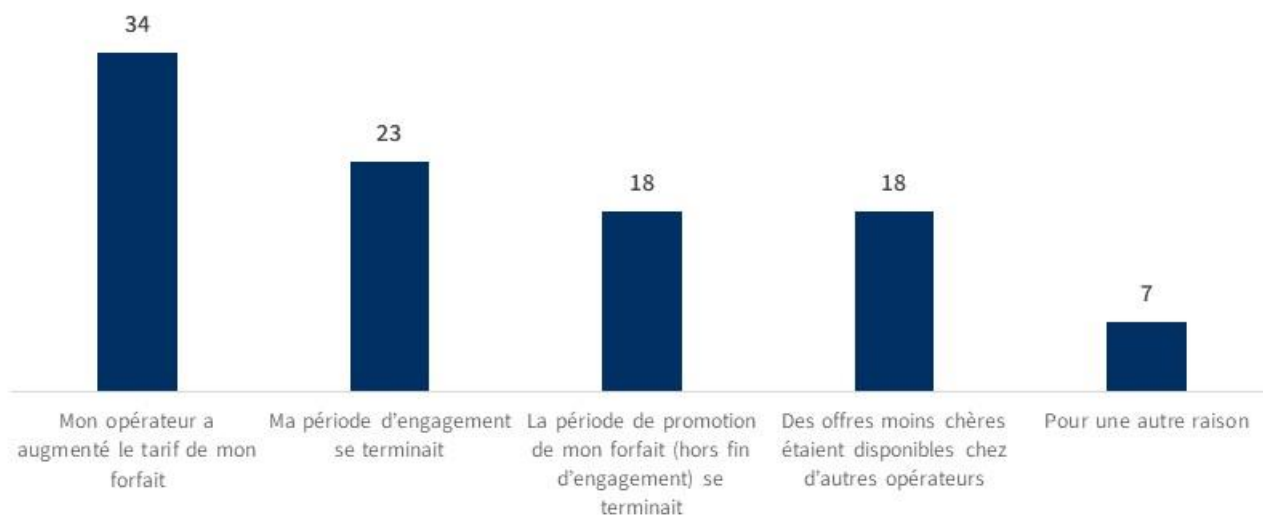
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

S'il y a eu tentative de négociation, c'était soit parce que la période s'y prêtait (41 % évoquent la fin de la période d'engagement ou la fin d'une offre promotionnelle) soit parce que l'opérateur annonçait une augmentation de tarif (34 %). Près d'un individu sur cinq (18 %) évoque également la mise en concurrence du prix de son forfait mobile avec les offres des autres opérateurs (Graphique 14).

Graphique 14 – Raisons qui ont conduit à négocier le tarif de son forfait mobile

« Pourquoi avez-vous négocié le prix de votre forfait avec votre opérateur mobile ? »

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile et ayant négocié le prix du forfait avec l'opérateur au cours des deux dernières années, en % - effectif total pondéré n :1 033



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'âge, la composition du foyer et la catégorie socioprofessionnelle ont une incidence sur les raisons qui ont conduit à renégocier le tarif de son forfait.

Parmi les personnes ayant déclaré avoir essayé de renégocier leur forfait au cours des deux dernières années, les 18-24 ans mentionnent plus souvent (25 %) la fin de la période de promotion (Graphique 15). Cette catégorie ne semble pas être freinée par la succession de négociations et de souscriptions à différentes offres promotionnelles, puisqu'il s'agit de la tranche d'âge la plus concernée par le fait d'avoir entamé plusieurs négociations.

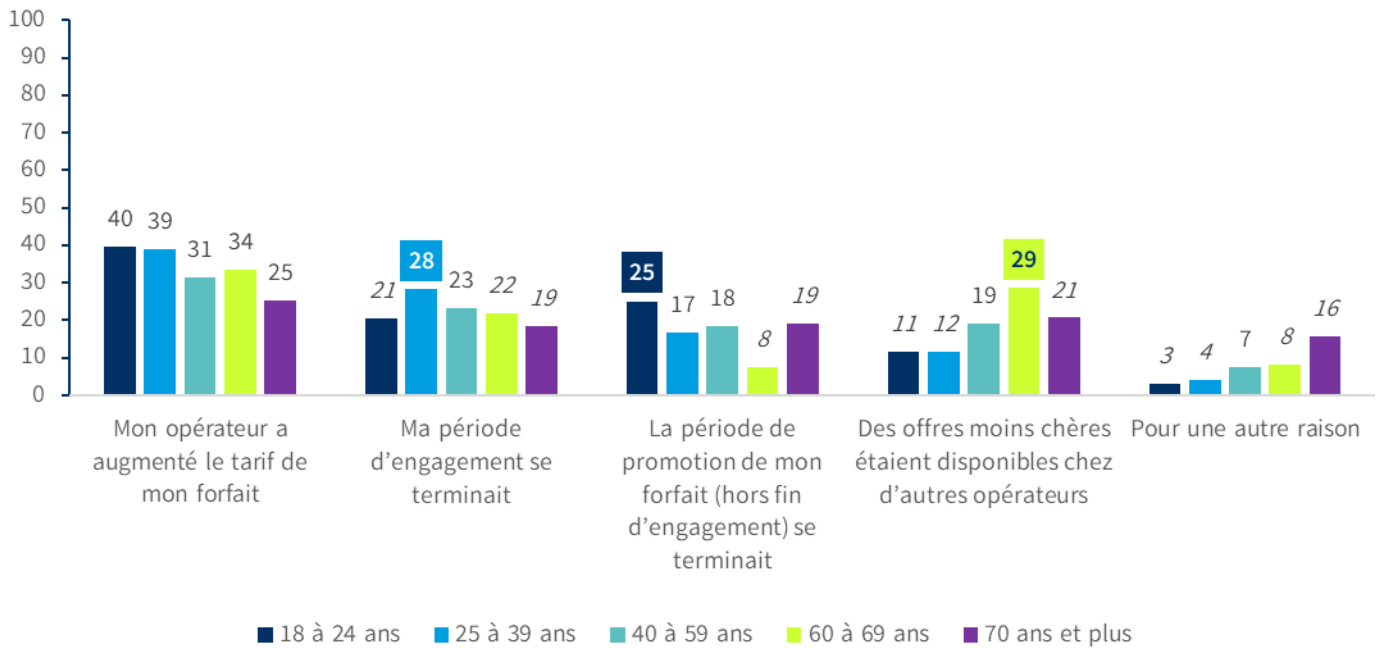
Les 25-39 ans, sont également plus attentifs aux fins de périodes d'engagement : près de trois sur dix (28 %) déclarent avoir essayé de renégocier à cette période.

Les 60-69 ans se démarquent eux par une négociation en lien avec la présence d'offres moins chères chez d'autres opérateurs.

Quelques autres catégories de population se distinguent également : les foyers composés de quatre personnes prêtent ainsi plus attention à la fin de la période d'engagement (31 % contre 23 % de la population possédant un forfait mobile) et les membres des professions intermédiaires à la fin de période de promotion (24 % contre 18 % en moyenne).

Graphique 15 – Raisons qui ont conduit à négocier le tarif du forfait, selon l'âge

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile et ayant négocié le prix du forfait avec l'opérateur au cours des deux dernières années, en % - effectif total pondéré n :1 033



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le plus souvent, ces tentatives de négociation sont couronnées de succès (Graphique 16). Au total, 21 % des possesseurs de téléphone mobile ou *smartphone* avec un forfait mobile ont négocié et obtenu au moins une baisse de tarif au cours des deux dernières années.

Graphique 16 – Négociation du forfait mobile ayant conduit à une baisse de tarif

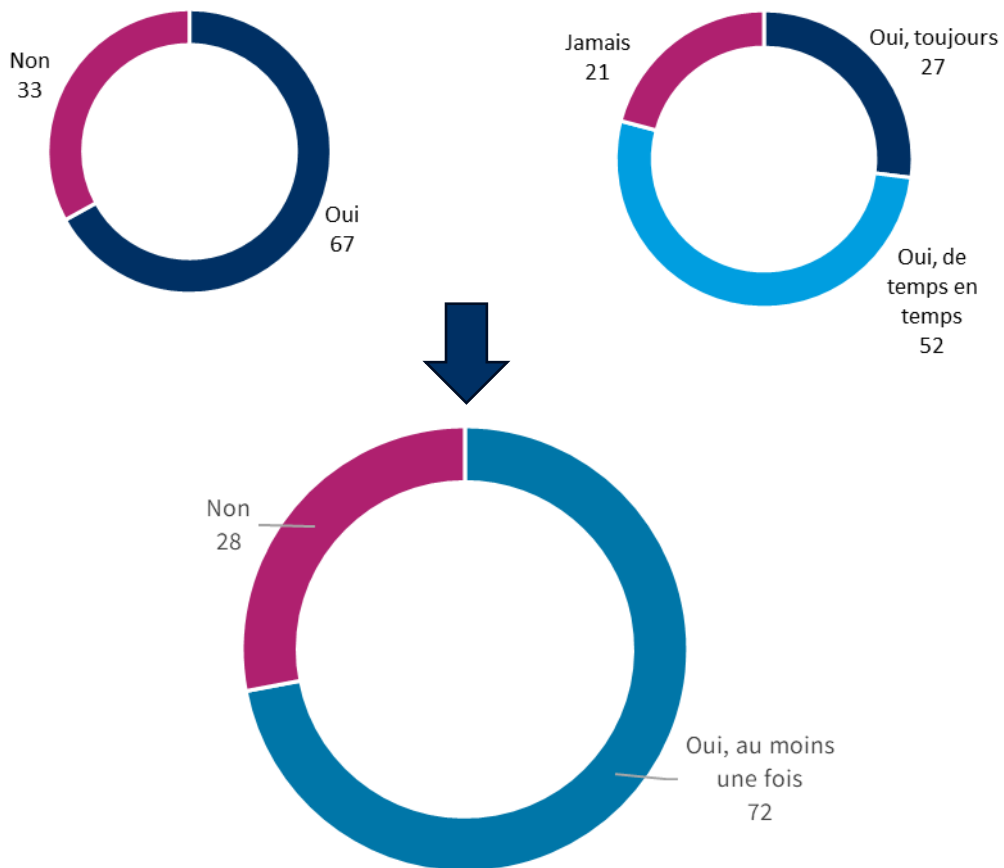
« La (ou les) négociation(s) ont-elles conduit à une baisse du tarif de l'abonnement mobile ? »

Négociation unique au cours des deux dernières années

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile et ayant négocié une seule fois le prix du forfait avec l'opérateur au cours des deux dernières années, en % - effectif total pondéré n :606 soit
17 % des 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile -

Négociation multiple au cours des deux dernières années

- - Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile et ayant négocié le prix du forfait avec l'opérateur au cours des deux dernières années, en % - effectif total pondéré n :428
12 % des 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Lorsqu'une seule négociation a été engagée, près de sept personnes sur dix (67 %) obtiennent une baisse du tarif de leur forfait ; 79 % y parviennent au moins parfois dans le cas de négociations multiples. Au total, 72 % des personnes ayant tenté au moins une négociation du tarif de leur forfait ont obtenu une baisse de ce tarif.

Les 18-24 ans sont les plus nombreux à avoir déjà négocié une ou plusieurs fois le tarif de leur forfait avec succès (82 %).

d) Le taux d'utilisateurs disposant de volume de données élevé augmente

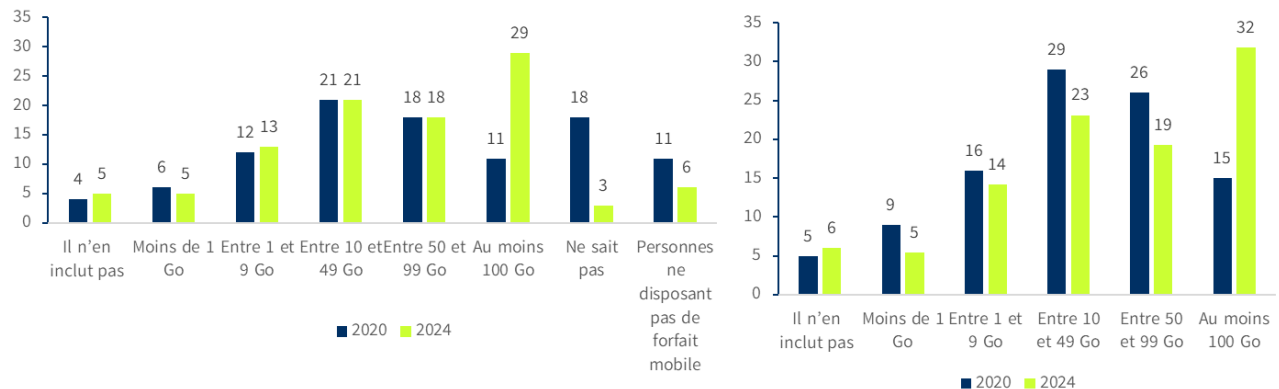
En l'espace de quatre ans, le nombre de personnes ne disposant pas d'un forfait mobile a reculé (5 points), de même que la proportion de personnes ignorant le volume de données inclus dans leur forfait (15 points). 29 % de la population âgée de 12 ans et plus déclare à présent disposer d'un volume d'au moins 100 Go dans son forfait contre 11 % en 2020. Parmi les personnes à même de se prononcer sur le volume de données inclus dans leur forfait, cette proportion double, passant de 15 à 32 % (Graphique 17).

Graphique 17 – Volume de données inclus dans le forfait mobile

« Quel est le volume de données inclus dans votre forfait mobile ? »

– Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus – en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 60 –

– Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un forfait mobile ayant répondu à la question – en % - effectif total pondéré 2024 n : 3 696 –



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tout comme en 2020, les forfaits incluant plus de 100 Go de données mobiles concernent davantage les jeunes de 18-24 ans (37 %), les 25-39 ans (35 %), les foyers composés de 5 personnes et plus (35 %), les diplômés du supérieur (33 %) et 38 %, et les professions intermédiaires (39 %).

En outre, alors qu'ils étaient plus (16 %) que la moyenne (11 %) à posséder des forfaits incluant plus de 100 Go de données en 2020, les écarts se réduisent entre les cadres et le reste de la population en 2024.

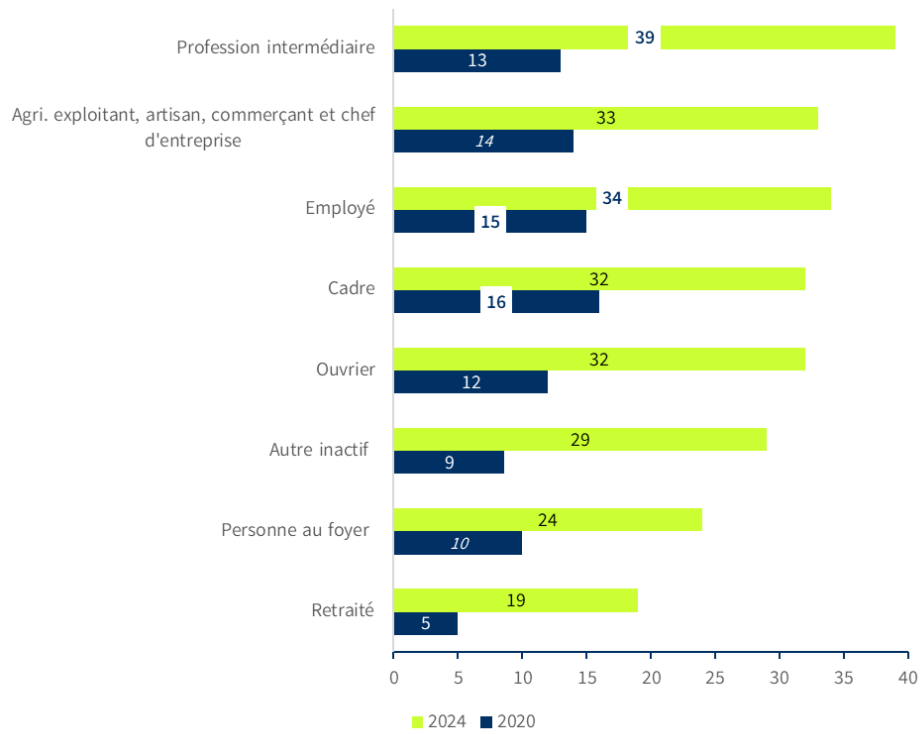
La méconnaissance du volume de données inclus dans son forfait mobile a tout particulièrement diminué parmi les retraités (20 points), les 60 ans et plus (19 points), les foyers d'une personne (13 points) et les non diplômés (12 points).

Ces catégories de la population déclarent en 2024, plus souvent qu'en moyenne, disposer d'un forfait n'incluant pas de données mobiles.

Graphique 18 - Part des Français qui possèdent plus de 100Go de données mobiles dans leur forfait, selon la catégorie socio-professionnelle

« Quel est le volume de données inclus dans votre forfait mobile ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un forfait mobile - en % - effectif total pondéré n : 3 820 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

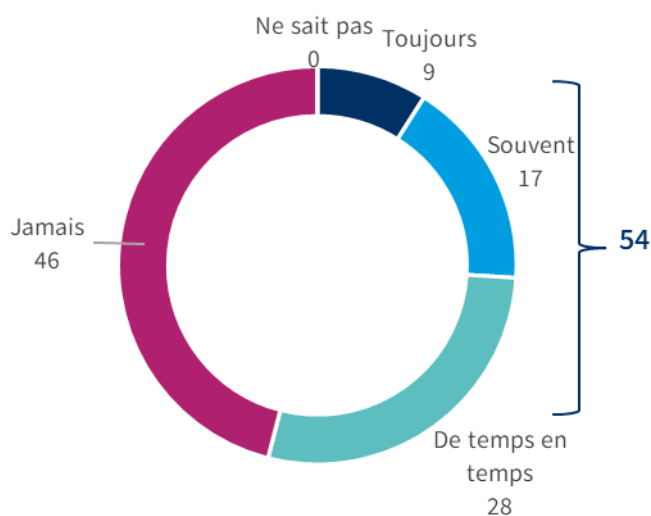
e) La moitié des personnes disposant d'un forfait mobile avec 50 Go de données ou plus n'utilisent jamais l'intégralité de leur forfait

Parmi les individus qui disposent d'un forfait incluant des données mobiles, 54 % consomment au moins de temps en temps, l'intégralité de leurs données dont 9 % les consomment en intégralité tous les mois, 17 % souvent et 28 % de temps en temps. 46 % ne les consomment jamais entièrement.

Graphique 19 - Utilisation des données mobiles incluses dans le forfait

« Utilisez-vous l'intégralité des données mobiles incluses dans votre forfait mobile chaque mois ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant des données mobiles - en % - effectif total pondéré n : 3 474 -



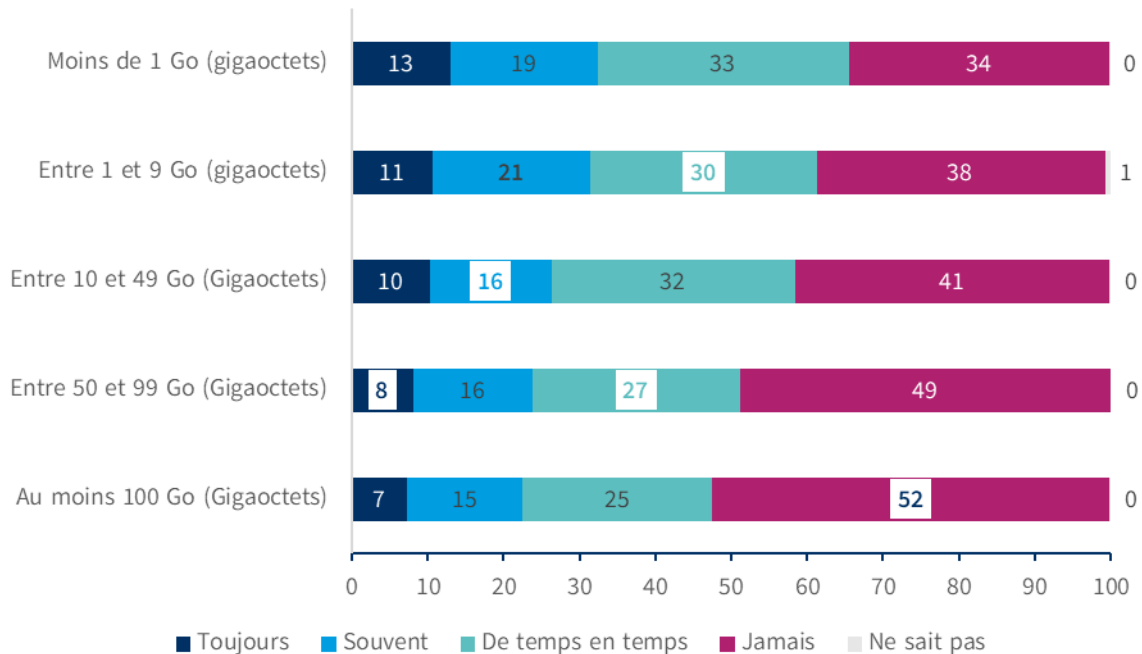
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Par ailleurs, plus la quantité de données mobiles incluse est élevée, plus la propension à en consommer l'intégralité est faible : la moitié des personnes qui disposent de plus de 50 Go de données mobiles n'utilise jamais la totalité du volume disponible, soit 49 % dont le volume de données au sein du forfait est compris entre 50 et 99 Go et 52 % de ceux qui disposent de plus de 100 Go, contre 34 % des personnes disposant d'un volume de données mobiles inférieur à 1 Go.

Graphique 20

Utilisation du volume de données mobiles disponibles, selon le volume inclus dans le forfait mobile

-- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant des données mobiles - en % - effectif total pondéré n : 3 474 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

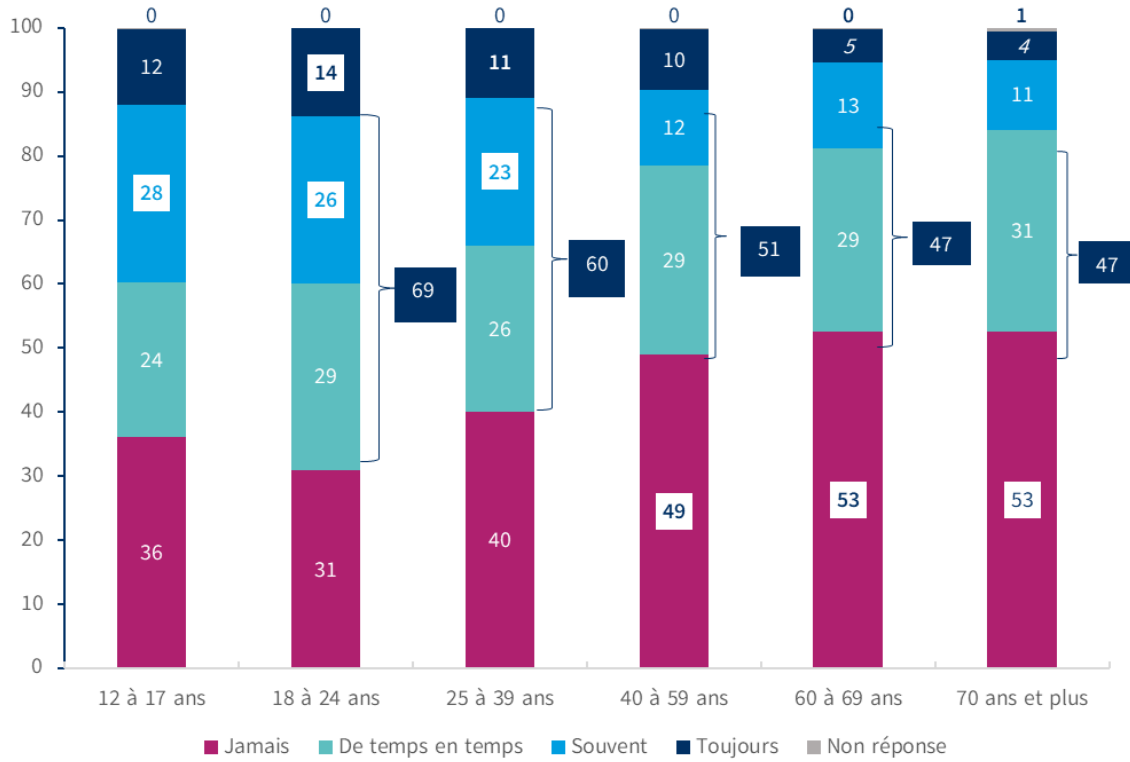
D'autres différences sont en lien avec les caractéristiques sociodémographiques et notamment l'âge. Ainsi, l'utilisation intégrale des données mobiles est plus fréquente chez les jeunes : 69 % des 18-24 ans consomment au moins de temps en temps l'intégralité de leurs données, situation qui concerne aussi en moyenne 64 % des adolescents (12-18 ans), et 60 % des 25-39 ans.

Les individus âgés de plus de 60 ans, sont plus nombreux à ne jamais consommer l'intégralité de leurs données : 47 % des 60 ans et plus.

Graphique 21 - Utilisation des données mobiles, selon l'âge

« Utilisez-vous l'intégralité des données mobiles incluses dans votre forfait mobile chaque mois ? »

-- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant des données mobiles – en % - effectif total pondéré n : 3 474 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le changement de forfait, souvent en lien avec une hausse des données mobiles disponibles

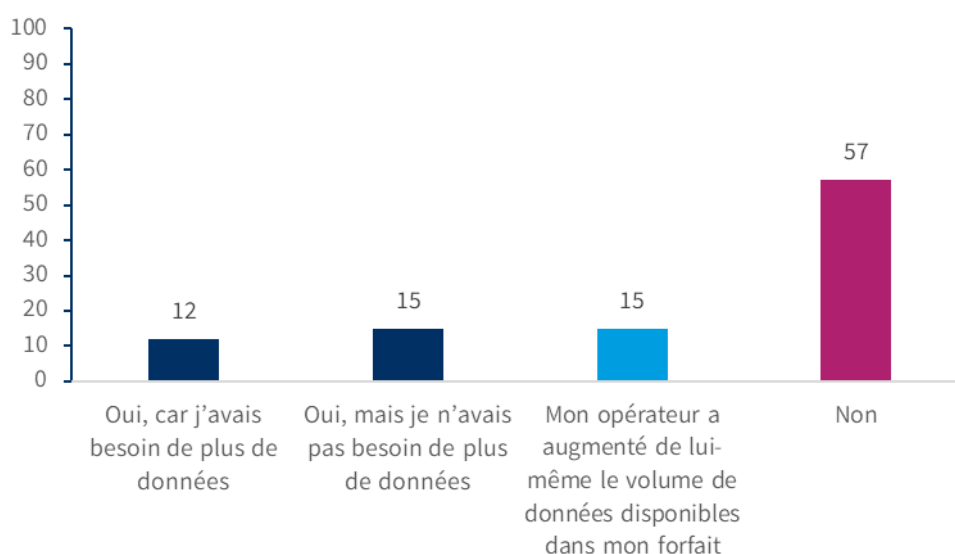
Au cours des deux dernières années, 39 % des individus déclarent avoir changé de forfait mobile pour une offre disposant de plus de données (Graphique 22).

Dans deux cas sur trois, la hausse du volume de données au sein du forfait ne résulte pas d'un besoin de l'utilisateur.

Graphique 22 – Raisons du changement de forfait mobile pour une offre disposant de plus de données

« Avez-vous changé de forfait mobile au cours des deux dernières années pour une offre disposant de plus de données ? »

-- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant des données mobiles – en % - effectif total pondéré n : 3 158 -



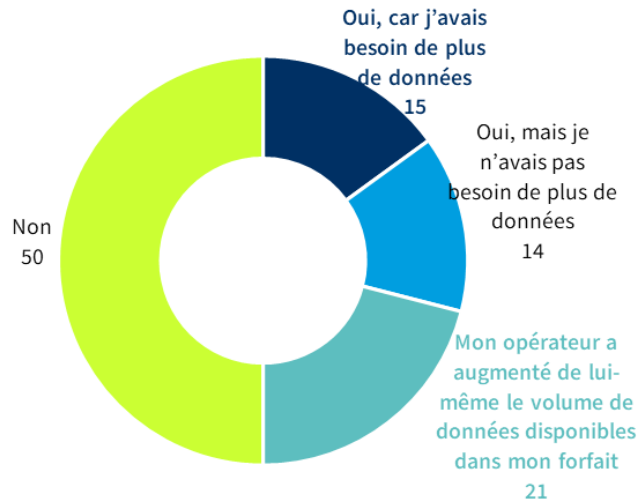
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Parmi les personnes qui disposent de plus de 100 Go par mois au sein de leur forfait mobile, 50 % ont changé d'offre mobile pour davantage de données au cours des deux dernières années.

Dans 15 % des cas, il s'agit d'un choix personnel lié à un réel besoin, tandis que l'opérateur mobile a entrepris lui-même une augmentation du volume dans 21 % des cas.

Graphique 23 - Raisons du changement pour une offre disposant de davantage de données mobiles pour les personnes disposant d'un forfait incluant au moins 100 Go de données mobiles

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant au moins 100 Go de données mobiles - en % - effectif total pondéré n : 1 179 -

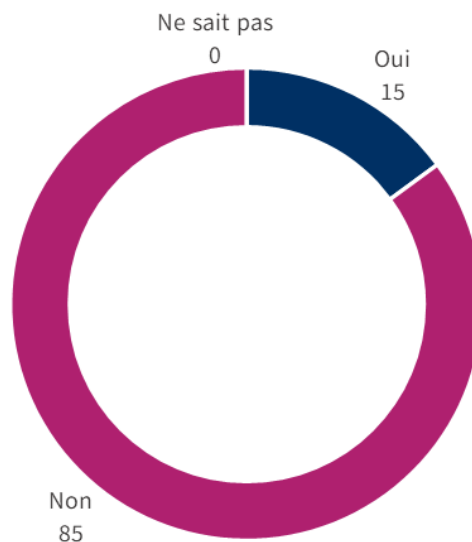


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 24 - Changement de forfait mobile pour une offre disposant de moins de données

« Avez-vous changé de forfait mobile au cours des deux dernières années pour une offre disposant de moins de données ? »

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait incluant des données mobiles - en % - effectif total pondéré n : 3 158-

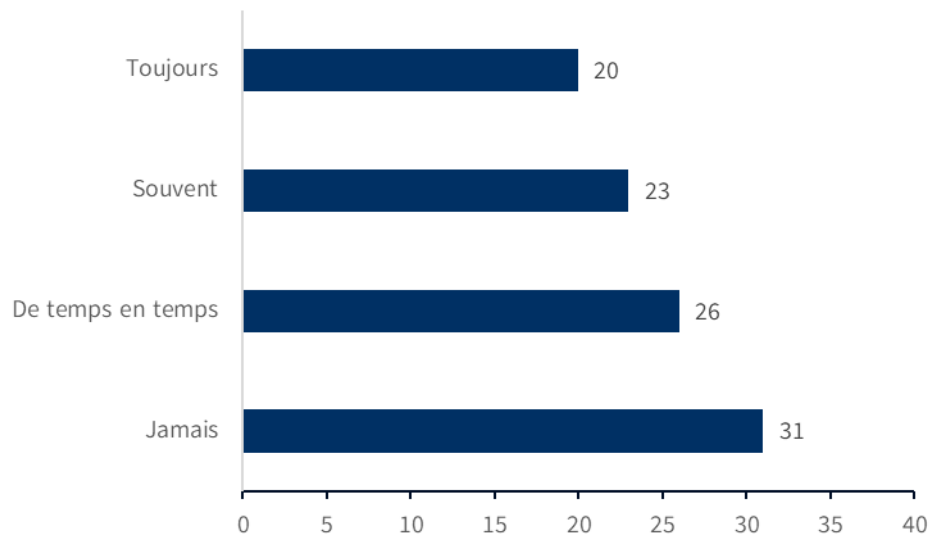


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Parmi ceux qui ont changé de forfait pour une offre disposant de moins de données mobiles (15 % des personnes disposant d'un forfait avec données mobiles), près d'un sur trois est souscripteur d'une offre qui n'est pas limitée à ses besoins : 31 % disent ne jamais utiliser le volume de données disponibles. Cependant, 20 % disent utiliser l'intégralité des données disponibles, ce qui peut renvoyer à une restriction faite sous contrainte financière.

Graphique 25 - Fréquence d'utilisation de l'intégralité du volume des données mobiles disponibles, lorsqu'un changement d'offre pour un forfait disposant de moins de données a eu lieu

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant des données mobiles et ayant changé d'offre pour un forfait disposant de moins de données au cours des douze derniers mois -- en % - effectif total pondéré n : 435-



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

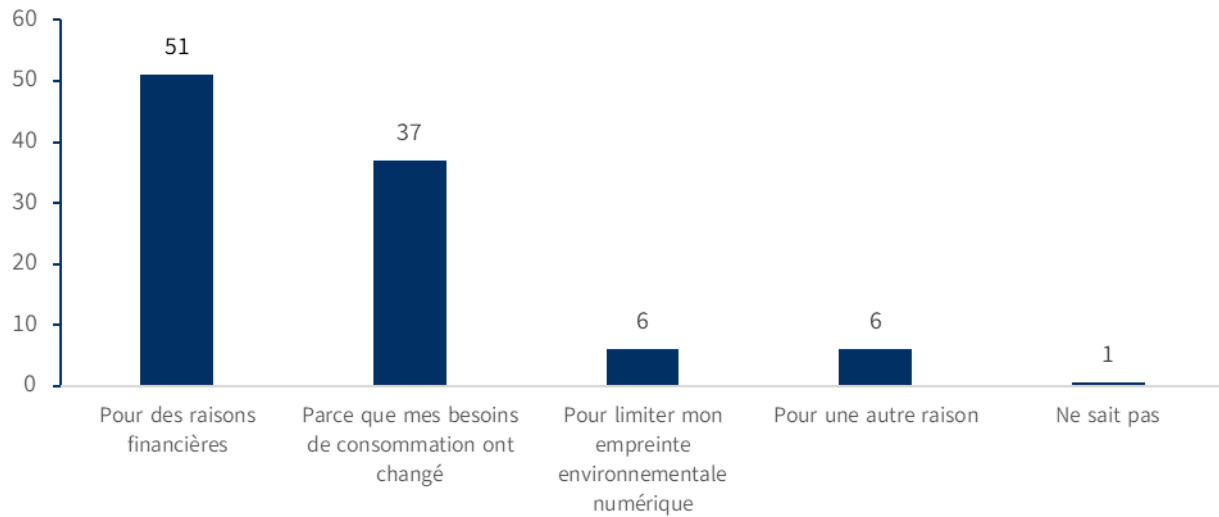
En effet, dans le cas d'un changement d'offre pour moins de données mobiles, les raisons financières influent plus souvent sur la décision (51 %) que le changement des besoins de consommation (37 %). La limitation de l'empreinte carbone numérique n'est évoquée que par 6 % des personnes concernées.

Graphique 26

Raison avancée pour changer de forfait mobile pour une offre incluant moins de données

« Pour quelle raison avez-vous changé de forfait mobile au cours des deux dernières années pour une offre incluant moins de données ? »

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un forfait mobile incluant des données mobiles et ayant changé d'offre pour un forfait disposant de moins de données au cours des douze derniers mois -- en % - effectif total pondéré n : 435



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

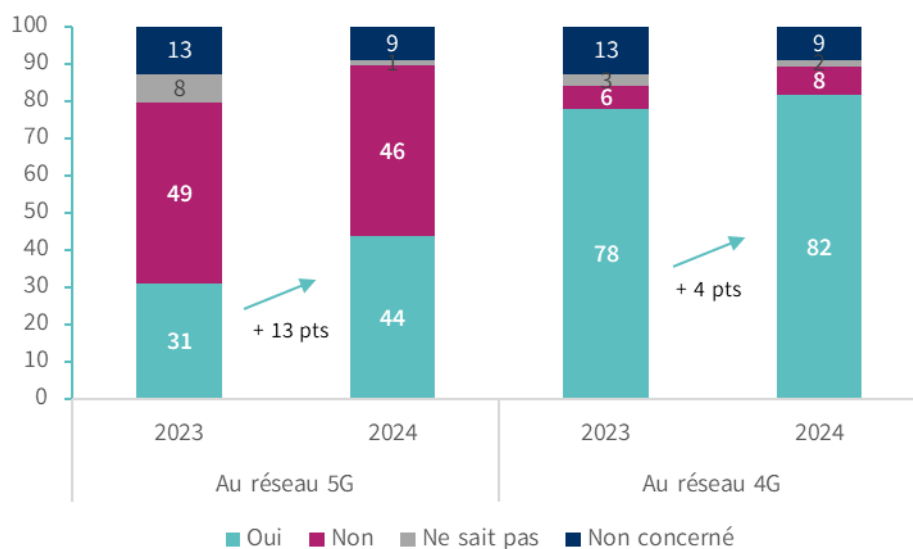
f) Le taux de détenteurs de *smartphones* 5G progresse rapidement

La progression du taux de détenteurs de *smartphones* compatibles avec la 5G et la 4G se poursuit. 44 % des Français ont un *smartphone* permettant d'accéder à la 5G en 2024, soit une augmentation de 13 points en un an. La possession d'un *smartphone* 4G, qui concernait déjà 78 % de la population en 2023, s'accroît encore : 82 % des Français ont un *smartphone* leur permettant l'accès en 2024 (+ 4 points).

Graphique 27 - Détention d'un *smartphone* compatible avec l'accès au réseau 5G / 4G

« Votre *smartphone* permet-il d'accéder... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

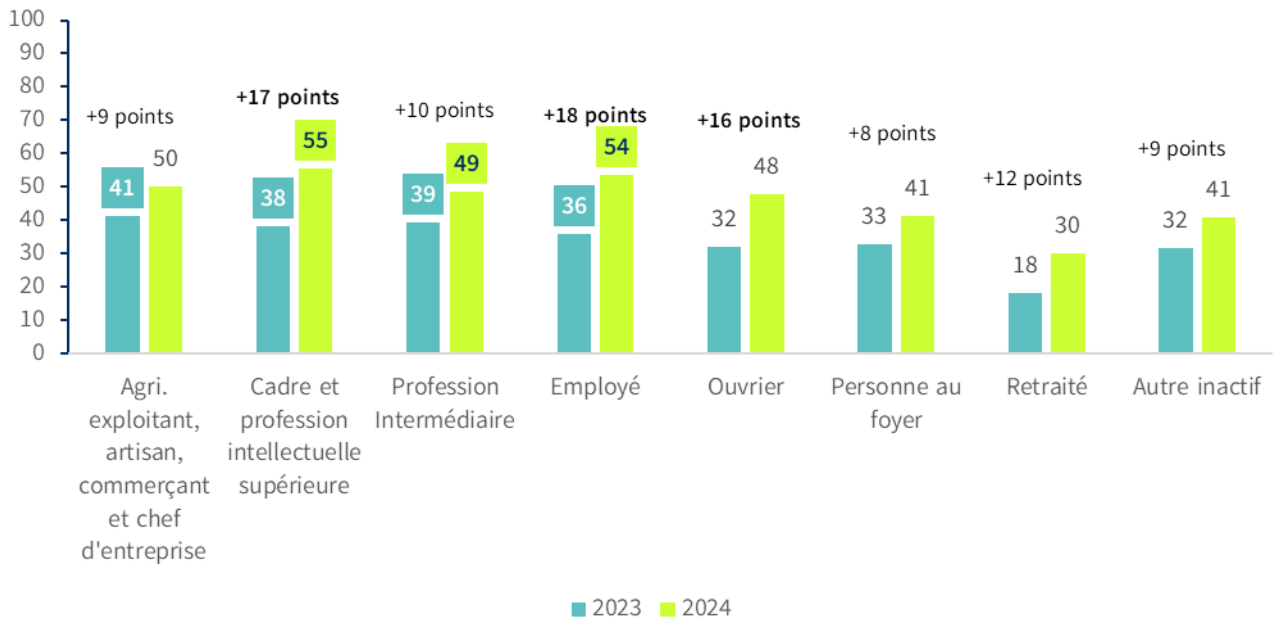
Note : sont notées non concernées les personnes ne disposant pas d'un *smartphone*.

La détention de *smartphone* 5G se diffuse ainsi dans toutes les catégories de la population entre 2023 et 2024. L'augmentation est particulièrement marquée parmi les employés (+ 18 points), les cadres (+ 17 points) et les ouvriers (+ 16 points).

Ces évolutions contribuent à réduire les écarts observés entre catégories professionnelles. Ainsi, les agriculteurs exploitants, artisans, commerçants, chefs d'entreprise et les professions intermédiaires qui, en 2023, se distinguaient par leur plus fort niveau de détention de *smartphones* 5G ont, en 2024, un niveau proche des employés, cadres et ouvriers. Toutefois, les retraités (30 %, + 12 points d'augmentation entre 2023 et 2024) et les autres inactifs (41 %, + 9 points d'augmentation) en détiennent moins que la moyenne.

Graphique 28 : Détention d'un *smartphone* permettant d'accéder aux réseaux 5G par catégorie socioprofessionnelle

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -

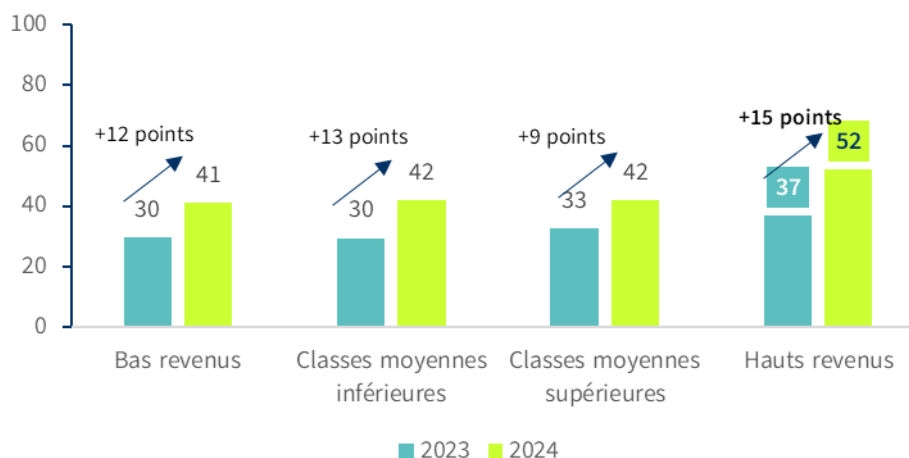


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

D'autres catégories conservent un taux d'équipement plus élevé malgré la progression générale de la détention de *smartphones* 5G au sein de la population : les hauts revenus ont, comme en 2023, plus souvent des *smartphones* 5G (52 % contre 44 % en moyenne), de même que les habitants de l'agglomération parisienne (54 %).

Graphique 29 : Détention d'un *smartphone* permettant d'accéder aux réseaux 5G par catégorie de revenus

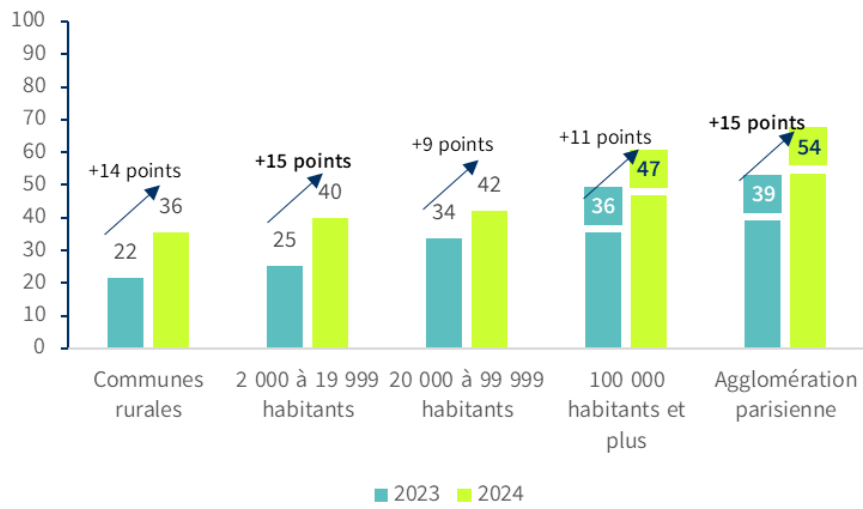
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 30 - Détention d'un *smartphone* permettant d'accéder au réseau 5G par taille d'agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

g) L'impact du DMA sur les usages est déjà perceptible : près d'un possesseur de *smartphone* sur dix a changé de navigateur après le règlement européen instauré début 2024

Le Digital Markets Act, ou règlement sur les marchés numériques, est entré en application le 6 mars 2024 dans toute l'Union européenne. Ce règlement a pour objectif de garantir des marchés numériques plus équitables et ouverts. Les entreprises « contrôleurs d'accès » (Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta et Microsoft) doivent depuis se mettre en conformité avec les 24 obligations énoncées dans ce règlement. Parmi ces obligations, les utilisateurs doivent pouvoir se désabonner et désinstaller facilement des services, logiciels et applications.

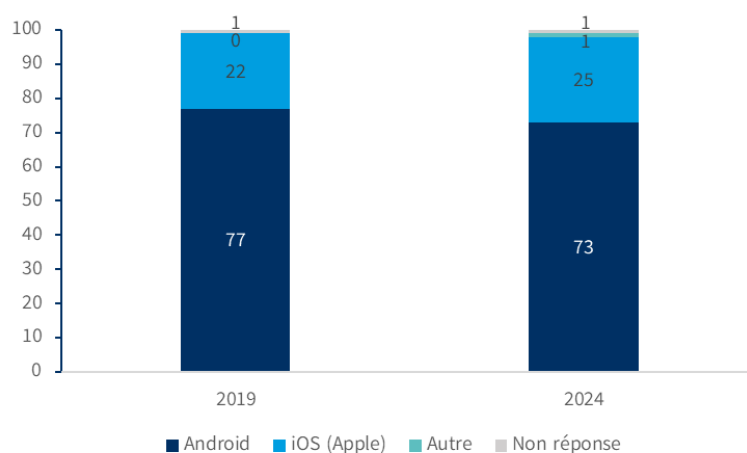
Android est le système d'exploitation utilisé par plus de sept détenteurs de *smartphone* sur dix

Sur *smartphone*, deux systèmes d'exploitation se partagent le marché. Android est utilisé dans 73 % des cas, en recul par rapport à 2019 (- 4 points). 25 % des détenteurs de *smartphone* ont un système d'exploitation iOS (+ 3 points par rapport à 2019, Graphique 31).

Graphique 31 - Système d'exploitation du *smartphone*

« Quel est le système d'exploitation de votre *smartphone* ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré
2024 n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

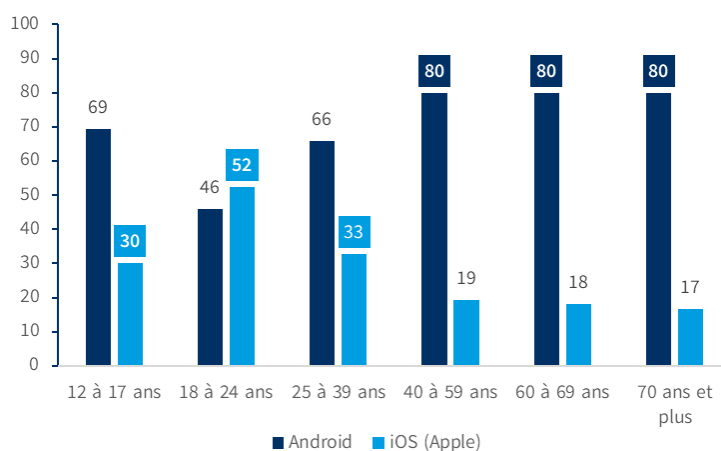
Note de lecture : les données 2019 ne proviennent pas de l'interrogation de répondants mais d'une reconstitution basée sur les caractéristiques de leur appareil

Le système d'exploitation Android est majoritaire au sein de toutes les catégories de la population, à l'exception des 18-24 ans. Toutefois, de fortes disparités sociodémographiques sont à l'œuvre. Ainsi, parmi les détenteurs de *smartphone*, les plus jeunes, les plus aisés, diplômés et urbains sont plus souvent équipés d'un *smartphone* sous iOS (Apple) tandis que les plus âgés, moins aisés, moins diplômés et les ruraux sont davantage équipés de *smartphone* sous Android.

En termes d'âge, une distinction s'opère ainsi entre les moins de 40 ans et les 40 ans et plus : 30 % des 12-17 ans, 52 % des 18-24 ans et 33 % des 25-39 ans ont un *smartphone* sous iOS (Apple) pour 18 % des 40 ans et plus équipés d'un *smartphone*.

Graphique 32 - Système d'exploitation du *smartphone* selon l'âge du répondant

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré
2024 n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La scission en termes de diplôme paraît s'opérer au niveau baccalauréat : 26 % des détenteurs d'un *smartphone* avec ce niveau de diplôme sont sous iOS, de même que 31 % des diplômés du supérieur contre 18 % des titulaires d'un BEPC et 16 % des non-diplômés.

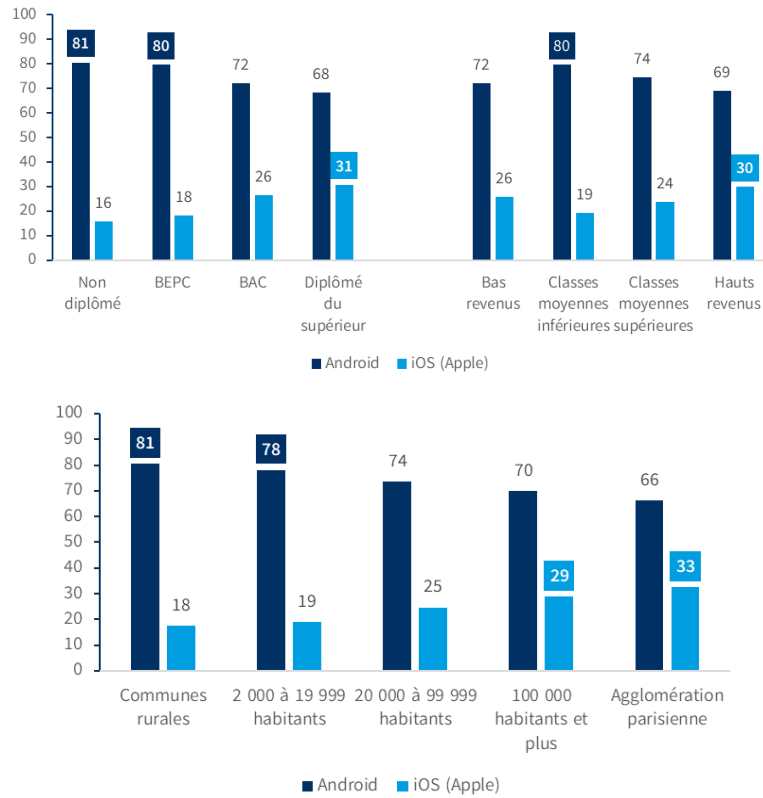
30 % des hauts revenus équipés d'un *smartphone* ont un système d'exploitation iOS, contrairement aux classes moyennes inférieures (19 %), qui lui préfèrent Android.

La distinction se reflète également au niveau des catégories professionnelles : 32 % des cadres équipés en *smartphone* sont sous système d'exploitation iOS (Apple) contre 21 % des ouvriers et 16 % des retraités.

De manière similaire, la différence est notamment concernant la taille de l'agglomération de résidence : 33 % des habitants de l'agglomération parisienne et 29 % des autres agglomérations de 100 000 habitants et plus équipés d'un *smartphone* sont sous iOS (Apple), de même que 25 % des habitants des communes de 20 000 à 99 999 habitants contre 19 % des habitants des communes de 2 000 à 19 999 habitants et 18 % de ceux des communes rurales.

Graphique 35 - Système d'exploitation du *smartphone* selon le niveau de diplôme, de revenus et la taille d'agglomération

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

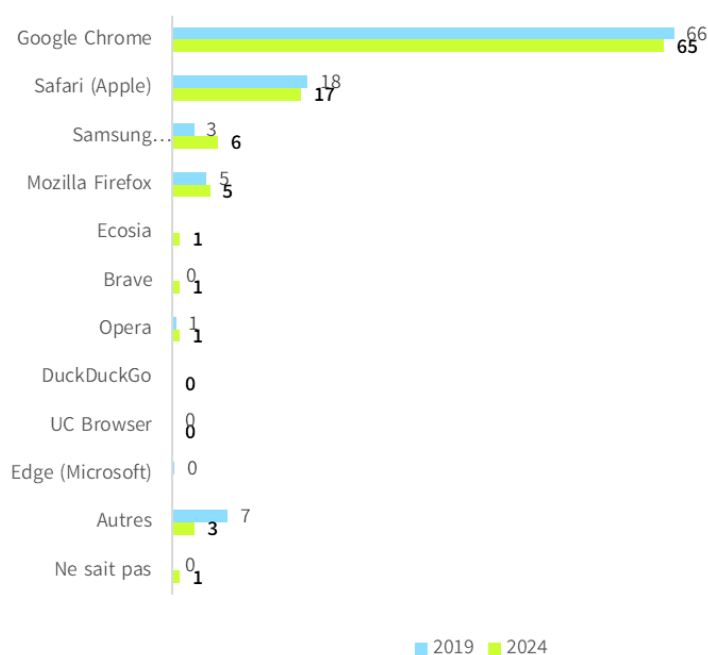
Plus de deux tiers des détenteurs de *smartphone* utilisent le plus souvent le navigateur Google Chrome sur leur appareil

Le navigateur le plus utilisé en France est Google Chrome (65 %), devant Safari (17 %). Les évolutions sont très ténues par rapport à 2019 (Graphique 33).

Graphique 33 - Navigateur le plus fréquemment utilisé sur son *smartphone*

« Sur votre *smartphone*, quel navigateur utilisez-vous le plus fréquemment ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 702



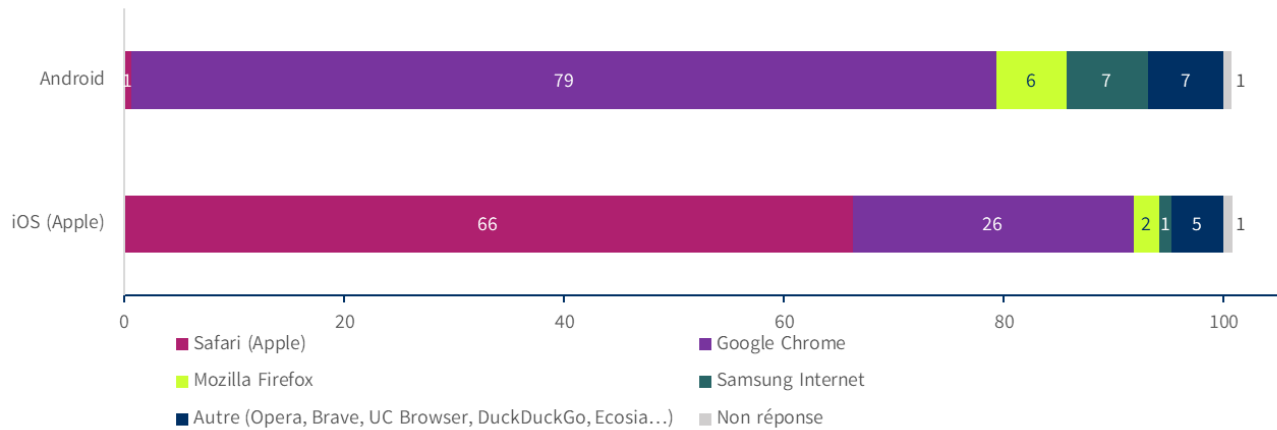
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'usage fréquent d'un navigateur est en lien avec le système exploitation : 79 % des personnes détenant un *smartphone* avec un système d'exploitation Android utilise le plus souvent le navigateur Google Chrome et 66 % des personnes détenant un *smartphone* avec un système d'exploitation iOS (Apple) utilise le plus souvent le navigateur Safari (Apple).

Graphique 34 - Navigateur utilisé selon le système d'exploitation de son *smartphone*

« Sur votre *smartphone*, quel navigateur utilisez-vous le plus fréquemment ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note de lecture : 1 % des détenteurs de *smartphone* dont le système d'exploitation est Android utilisent le plus souvent Safari comme navigateur mobile et 79 % Google Chrome.

Note : les navigateurs UC Browser et DuckDuckGo ne sont pas affichés car ils représentent 0 % des effectifs observés. De même, la catégorie « autre » de la question sur les systèmes d'exploitation portent sur des effectifs trop faibles en croisement pour être significatifs.

Au total, 80 % des détenteurs de *smartphone* utilisent un navigateur Safari avec un système d'exploitation iOS ou bien un navigateur Google Chrome ou Samsung Internet avec un système d'exploitation Android.

L'information sur la possibilité de recourir à un nouveau navigateur et l'information sur l'obligation légale

Le Digital Markets Act a introduit de nouvelles obligations pour les entreprises, notamment l'obligation pour les contrôleurs d'accès de ne pas favoriser leurs propres services et applications. Les systèmes d'exploitation tels qu'Android ou iOS doivent par exemple permettre à leurs utilisateurs de choisir le navigateur internet sélectionné par défaut.

Parmi l'ensemble des détenteurs de *smartphones*, 23 % indiquent s'être récemment vu proposer la possibilité de changer de navigateur et une proportion proche (22 %) étaient informés de cette nouvelle législation (Graphique 35).

Graphique 35

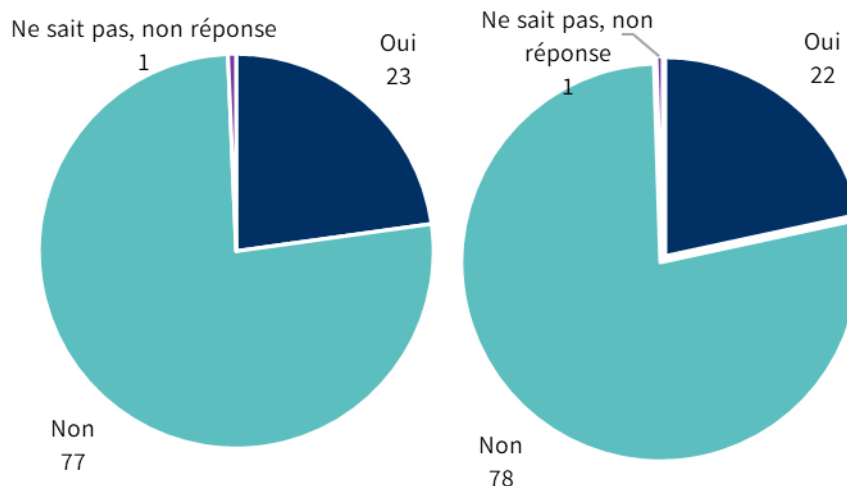
Taux de personnes ayant été informées de la nouvelle réglementation permettant de choisir facilement son navigateur internet

« À la suite de cette obligation, Étiez-vous informé de cette nouvelle réglementation ? »

Taux de personnes ayant récemment reçu une proposition permettant de choisir facilement son navigateur internet

« À la suite de cette obligation, vous a-t-on récemment proposé de choisir un nouveau navigateur ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les deux situations sont souvent concomitantes : 31 % des utilisateurs de *smartphone* sont dans l'un ou l'autre de ces cas. **Une majorité (68 %) indiquent ainsi n'avoir été ni informées ni invitées à choisir un autre navigateur.**

Graphique 36 - Taux de correspondance entre la proposition d'un nouveau navigateur et la connaissance de la nouvelle obligation légale

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré n : 3 702

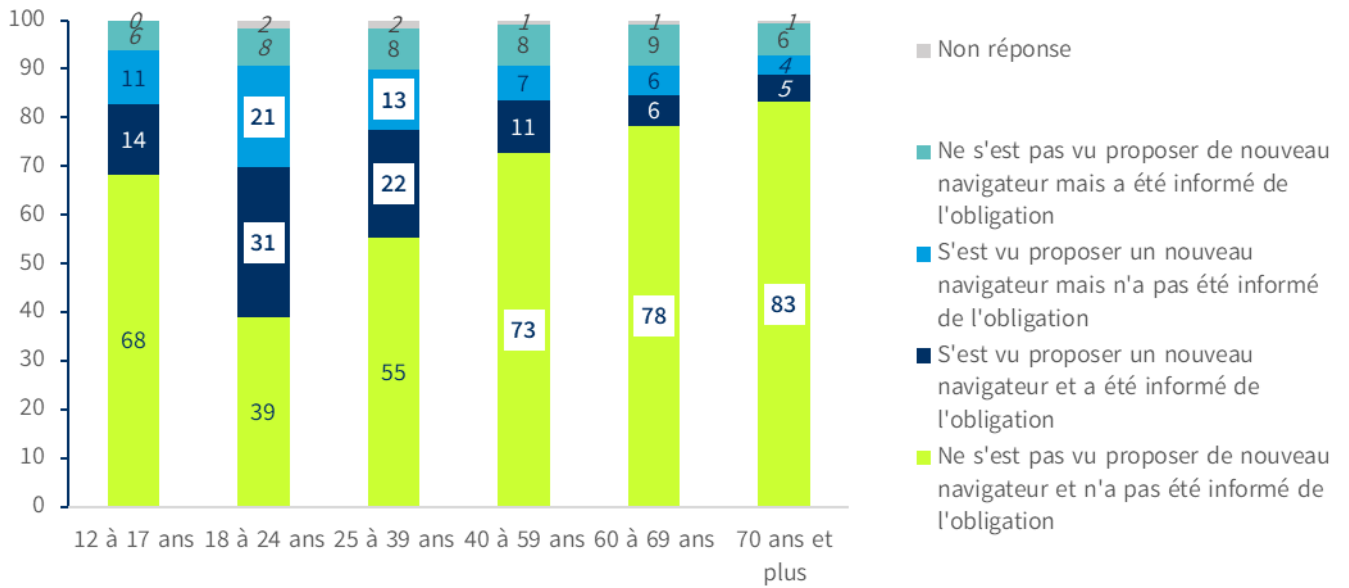


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'âge apparaît comme un critère particulièrement déterminant. 81 % des retraités indiquent n'avoir été ni invités à choisir un nouveau navigateur. Le basculement s'opère toutefois bien avant l'âge de la retraite : 73 % des 40-59 ans sont déjà dans ce cas, puis 78 % des 60-69 ans et 83 % des 70 ans et plus. C'est également le cas de 68 % des 12-17 ans. Par contraste, 39 % des 18-24 ans et 55 % des 25-49 ans n'ont été ni informés ni invités à choisir un nouveau navigateur.

Graphique 37 - Taux de personnes ayant été informées ou invitées à choisir un nouveau navigateur selon l'âge du répondant

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré n : 3 702

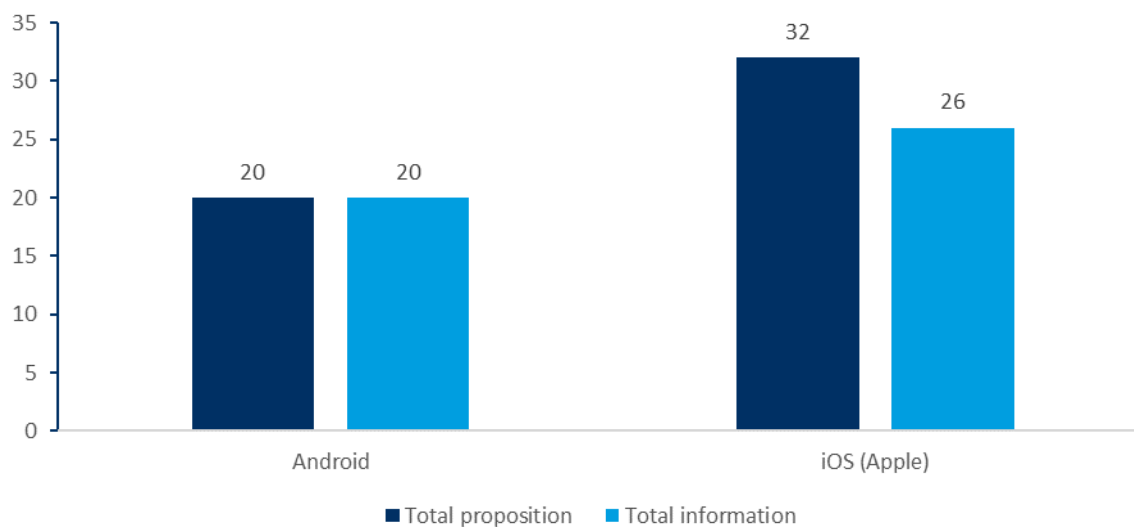


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

32 % des détenteurs d'un *smartphone* sous iOS indiquent avoir été récemment invité à choisir un nouveau navigateur contre 20 % des détenteurs d'un *smartphone* sous Android. 26 % des détenteurs de *smartphone* sous iOS (Apple) ont été informés de la nouvelle obligation légale pour 20 % des détenteurs de *smartphone* sous Android.

Graphique 38 - Taux de personnes ayant été informées ou invitées à choisir un nouveau navigateur selon le système d'exploitation du *smartphone*

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré n : 3 702



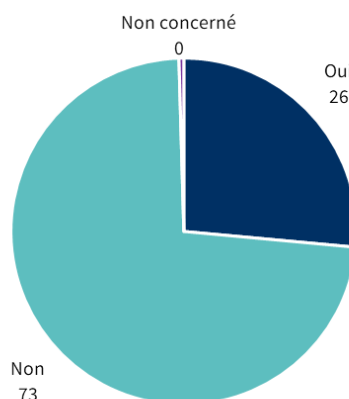
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Parmi les personnes ayant été informées de cette nouvelle réglementation ou qui ont été invitées à changer de navigateur, 26 % en ont profité pour changer de navigateur (Graphique 39), soit **8 % de l'ensemble des personnes disposant d'un *smartphone***.

Graphique 39 - Taux de personnes ayant changé de navigateur à la suite d'une information sur la nouvelle réglementation ou ayant été incité à changer

« En avez-vous profité pour changer de navigateur sur votre *smartphone* à cette occasion ? »

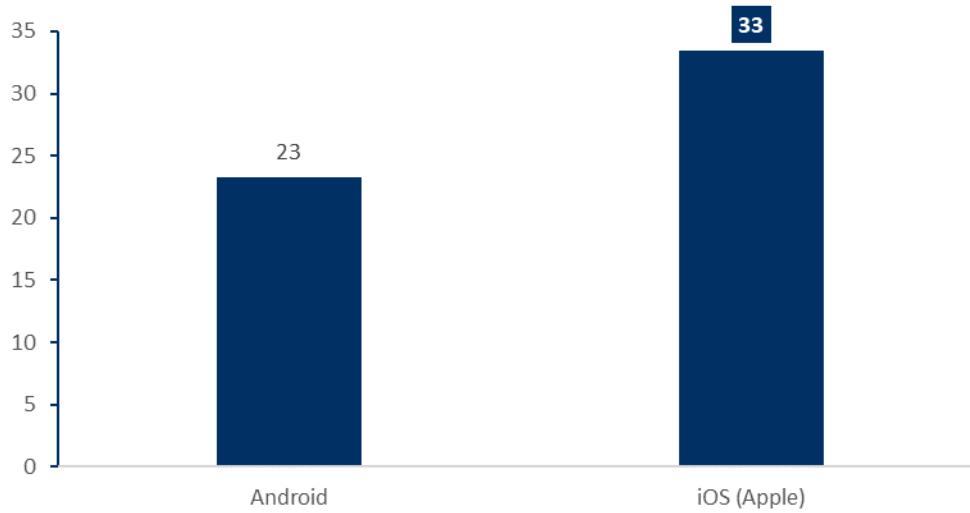
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone* ayant été informée ou incité à changer de navigateur, en % -- effectif total pondéré n : 1 141



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 40 - Taux de personnes ayant changé ou non de navigateur internet pour leur *smartphone* selon le système d'exploitation du *smartphone*

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, ayant été informée ou incitée à changer de navigateur, en % -- effectif total pondéré n : 1 141



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

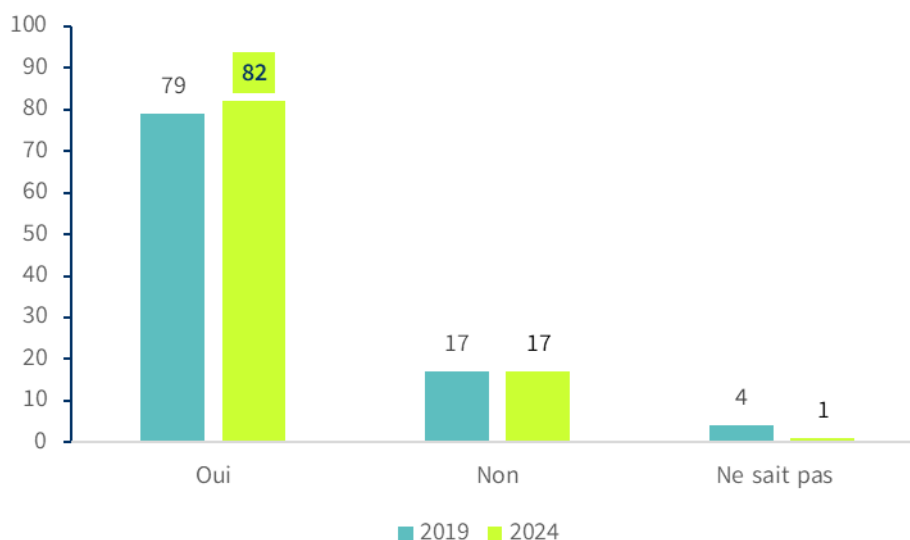
La conservation du navigateur préinstallé comme navigateur principal majoritaire

La part des utilisateurs **conservant le navigateur préinstallé** augmente légèrement (82 %, + 3 points par rapport à 2019, Graphique 41).

Graphique 41 - Mode d'installation du navigateur le plus fréquemment utilisé sur son *smartphone*

« Le navigateur que vous utilisez-vous le plus fréquemment était-il préinstallé sur votre *smartphone* ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone*, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les écarts constatés en 2019 en termes d'âge, de diplôme et de taille de foyer se sont pour partie résorbés.

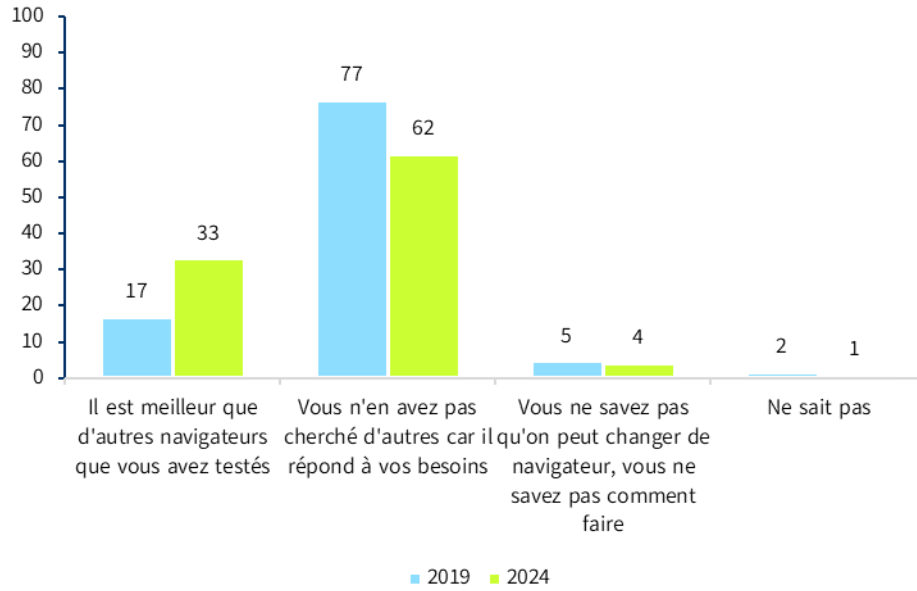
Les 70 ans et plus (78 %) ainsi que les membres des foyers de trois personnes (86 %), quatre personnes (84 %) ou cinq personnes et plus (84 %) utilisent plus fréquemment qu'en 2019 le navigateur déjà installé sur leur *smartphone*, de même que les diplômés du supérieur.

Si l'usage de navigateurs autres que celui préinstallé a peu évolué par rapport à 2019, le choix d'opter pour un autre navigateur que celui préinstallé sur son *smartphone* semble un peu plus étayé qu'il y a quatre ans : 33 % estiment qu'il est meilleur que d'autres navigateurs testés (soit quasiment le double du taux mesuré en 2019, Graphique 42). Les 18-24 ans (45 %) et les 25-39 ans (45 %) déclarent davantage utiliser leur navigateur parce qu'il est meilleur que d'autres.

Graphique 42 – Principale raison d'utiliser le navigateur préinstallé de son *smartphone*

« Pour quelle raison principale utilisez-vous ce navigateur ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone* et utilise le navigateur qui y était préinstallé, en % - effectif total pondéré 2024 n : 3 020



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

2. Connexion internet fixe à domicile

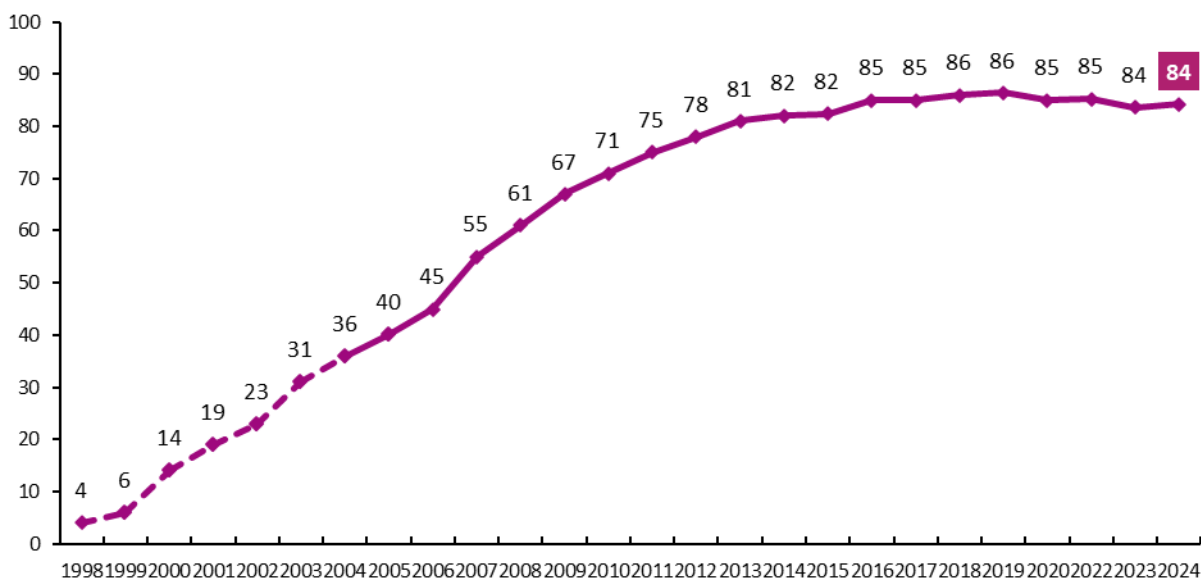
a) 16 % de la population n'a pas de connexion internet fixe à domicile

En 2023, 16 % de la population interrogée (résidents de France métropolitaine âgés de 12 ans et plus) ne dispose pas d'une connexion internet à domicile. Cette proportion n'évolue pratiquement plus depuis huit ans².

Graphique 43 -Taux d'équipement en connexion internet à domicile

« Avez-vous, à votre domicile, une connexion à internet, hors téléphone mobile ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : la courbe en pointillés porte sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, la courbe porte sur les 12 ans et plus. En 2024, les données sur l'équipement en connexion en internet à domicile ont été corrigées des données 2023 de l'enquête sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) de l'Insee.

Si le taux de détenteurs d'une connexion fixe à domicile est stable, ce taux masque des mouvements dans l'équipement de la population en connexion internet fixe à domicile.

Tout d'abord, le phénomène de rattrapage des catégories de la population les moins équipées se poursuit.

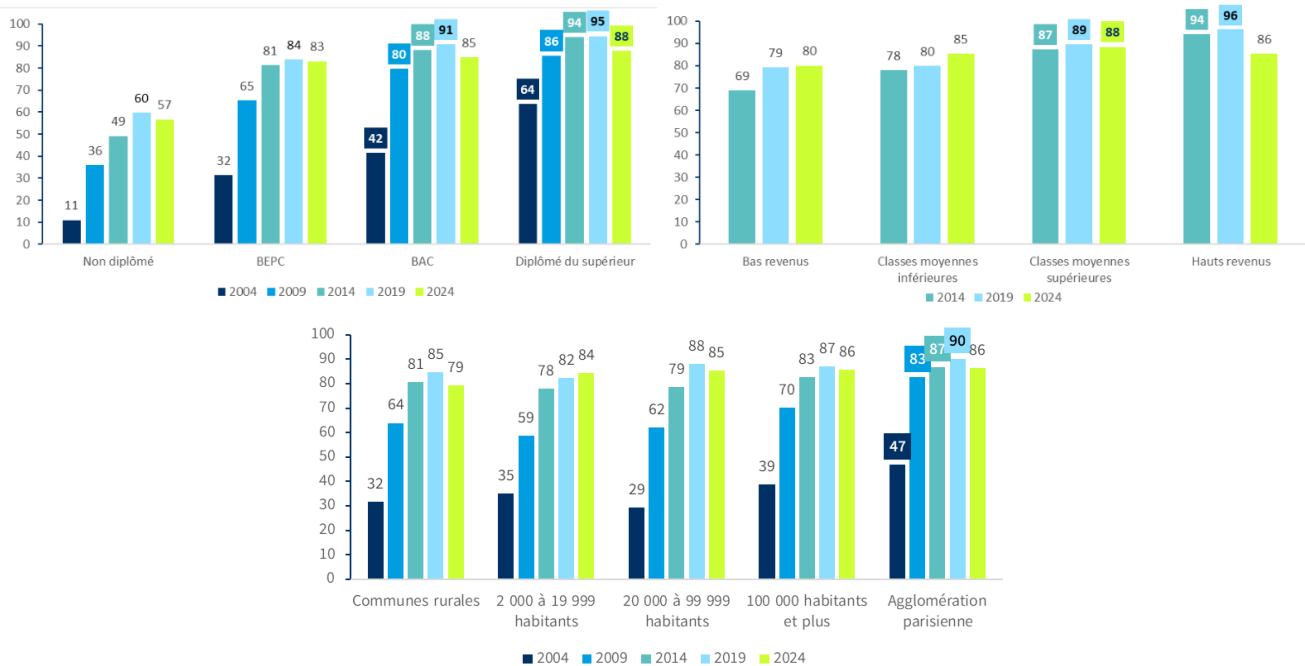
Les personnes non-diplômées (57 % en 2024) et celles ayant de bas revenus restent moins équipées que les diplômés du supérieur (88 %) mais sont de plus en plus connectés à internet à domicile. Elles comblent ainsi une partie de l'écart observé au cours des années précédentes sans pour autant l'effacer. Les personnes disposant de bas revenus (69 %) atteignent quant à eux un niveau proche de celui observé auprès des personnes disposant de hauts revenus, historiquement plus équipées (86 %) : l'écart entre ces deux catégories, de 25 points en 2014, n'est plus de 5 points en 2024.

² Plus de 30 000 ménages sont interrogés chaque année dans le cadre d'un dispositif d'enquêtes européen, Lancement de l'enquête sur les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) auprès des ménages le 27 mars 2023 | Insee

D'autres écarts entre catégories de la population se maintiennent : les différences d'équipement en connexion fixe entre les habitants des communes rurales, moins équipés, et les habitants de l'agglomération parisienne, plus équipés, sont du même ordre en 2024 qu'en 2019 et 2014, fluctuant entre 5 et 6 points.

Graphique 44 -Taux d'équipement en connexion internet à domicile selon le niveau de diplôme, de revenus et la taille d'agglomération

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



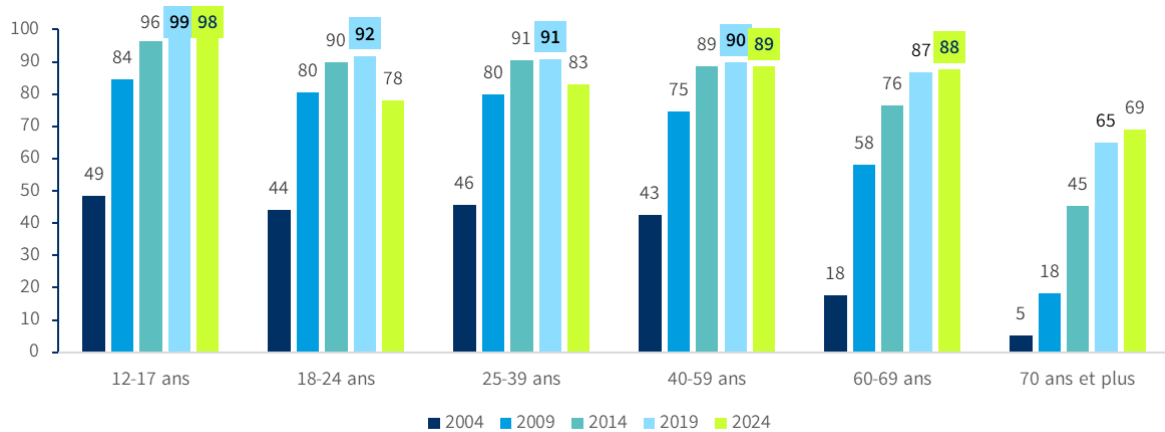
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les plus âgés, de 70 ans et plus, sont historiquement les moins connectés. Cependant, le phénomène de rattrapage par rapport au reste de la population se poursuit encore, à mesure que les populations plus jeunes, équipées d'internet, basculent dans cette tranche d'âge : les personnes âgées de 60-69 ans en 2014, ont à présent 70 ans et plus. En 2024, 69 % des 70 ans et plus ont ainsi une connexion à internet fixe à domicile pour 86 % de la population totale, soit 17 points d'écart, contre 37 points d'écart 10 ans auparavant.

En revanche, le taux d'équipement des adultes de moins de 40 ans, chute. Une fois adulte, les jeunes sont moins nombreux à disposer d'une connexion internet fixe à domicile que par le passé. Par exemple, 78 % des 18-24 ans disposent d'une connexion internet fixe à domicile en 2024 contre 92 % en 2019. Il faut remonter jusqu'à 2007 pour observer des taux d'équipement en internet fixe aussi faible parmi les 18-24 ans.

Graphique 45 - Taux d'équipement en connexion internet à domicile selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les modes de connexion évoluent. La connexion à internet fixe à domicile se conjugue fréquemment à une connexion mobile.

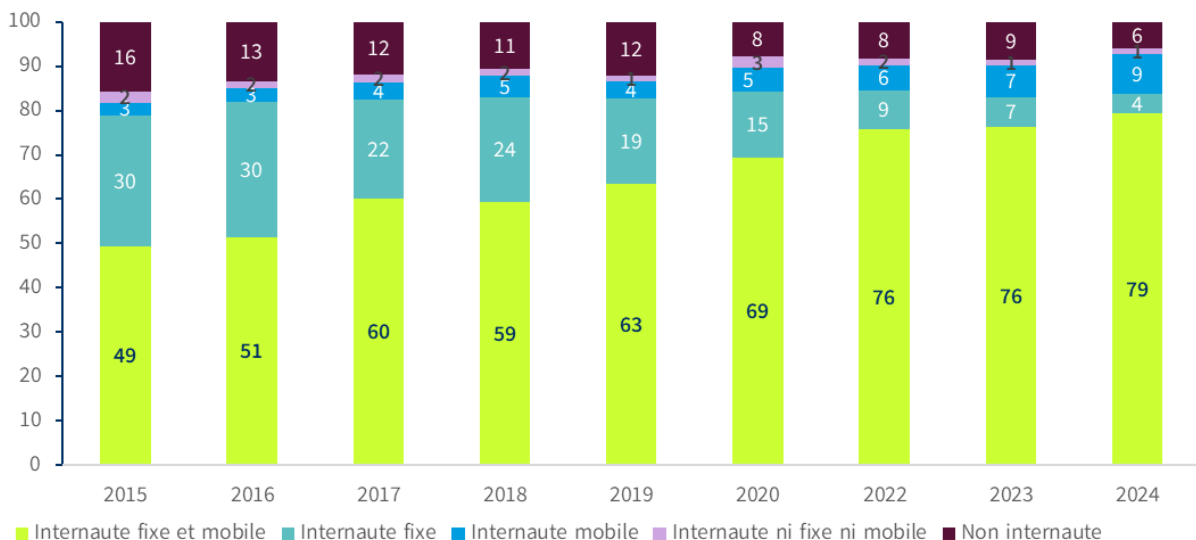
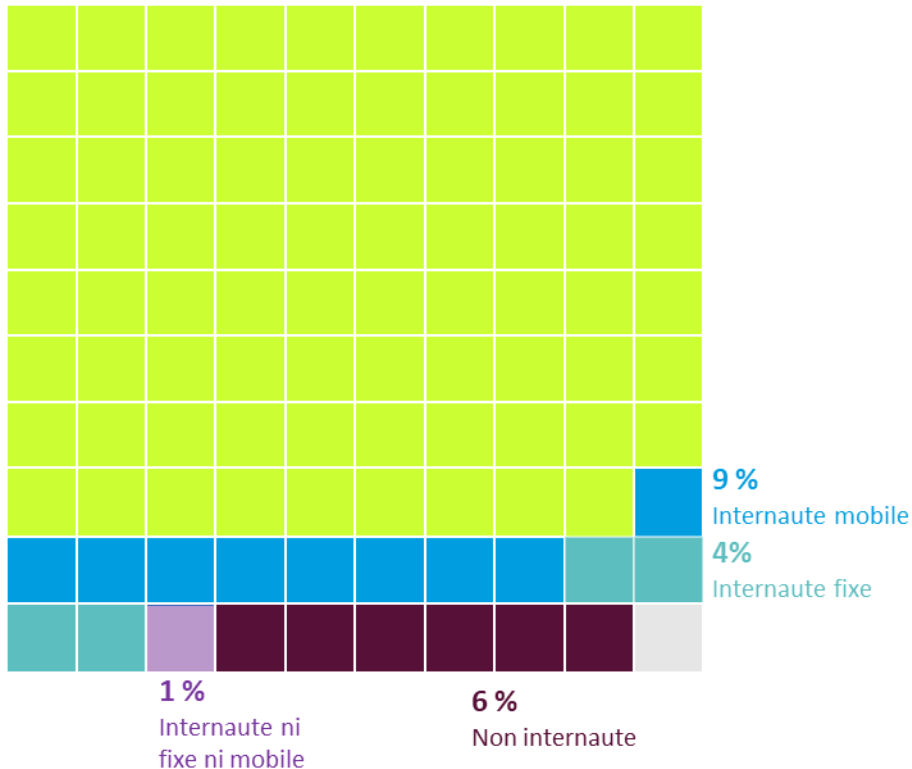
En 2024, 79 % de la population âgée de 12 ans et plus indiquent se connecter via leur téléphone mobile et disposer également d'une connexion internet fixe à leur domicile, en progression marquée sur les neuf dernières années (49 % en 2015).

Graphique 46 - Modes de connexion à internet

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -

79 %

Internaute fixe et mobile



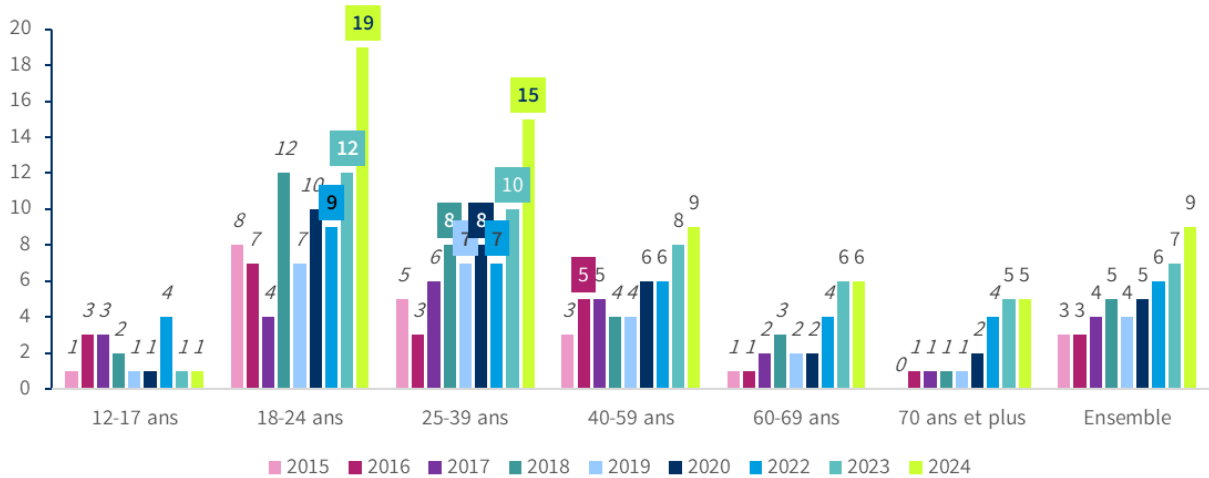
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : le total ne fait pas 100 % pour des raisons d'arrondi.

La connexion via *smartphone*, sans accès en parallèle à une connexion fixe à domicile, devient de plus en plus commune parmi les 18-24 ans et les 25-39 ans : en 2024, 19 % des 18-24 ans et 15 % des 25-39 ans sont des internautes sur mobile sans connexion fixe à domicile. Ils représentaient 10 % des 18-24 ans et 8 % des 25-39 ans en 2020 et à peine 8 % des 18-24 ans et 5 % des 25-39 ans en 2015.

Graphique 47 - Proportion de personnes n'ayant pas de connexion fixe à internet à domicile et se connectant sur leur *smartphone* selon l'âge

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en % -- effectif total pondéré 2024 n : 4 066

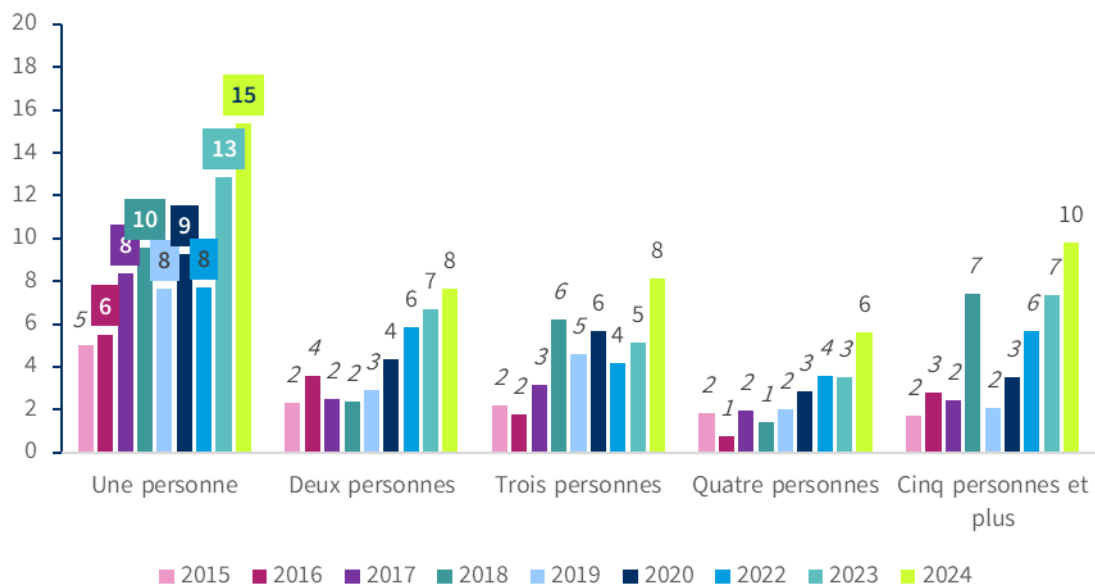


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les mono-foyers sont tout particulièrement familiers de ce type de connexion : dès 2016, ils utilisaient plus souvent qu'en moyenne une connexion mobile sans posséder d'équipement fixe à leur domicile (6 %). En 2024, 15 % d'entre eux sont dans cette configuration.

Graphique 48 - Proportion de personnes n'ayant pas de connexion fixe à internet à domicile et se connectant sur leur *smartphone* selon la taille du foyer (en %)

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

b) Trois connexions fixes sur quatre se font désormais via la fibre ou le câble

Le taux de connexion à domicile par la fibre continue de progresser : 75 % de la population disposant d'un accès à internet à domicile se connecte par la fibre ou le câble, soit une augmentation de 8 points en l'espace d'un an et de 46 points en l'espace de cinq ans.

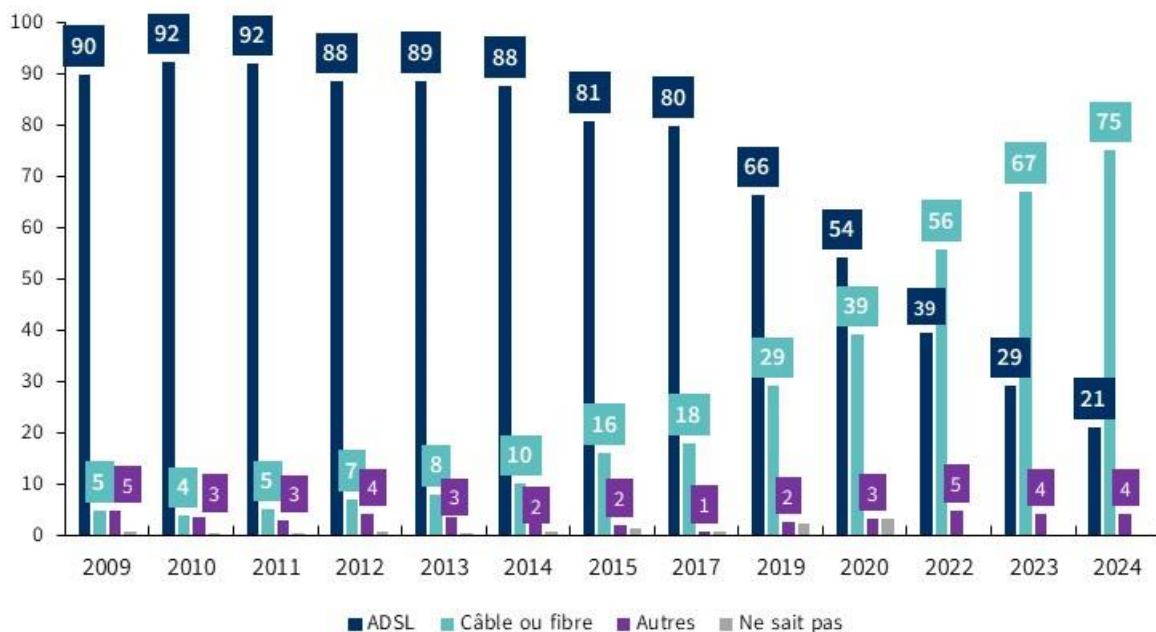
La connexion à domicile par l'ADSL décroît sur la même période. Ce type de connexion, qui concernait 90 % de la population en 2009 et encore 66 % en 2019, n'est plus utilisé que par 21 % de la population en 2024.

Les modes de connexion alternatifs à la fibre, au câble ou à l'ADSL, comme les boxes 4G / 5G à usage fixe ou la connexion internet par satellite se maintiennent au niveau observé les années précédentes. Ils sont utilisés par 4 % de la population connectée à domicile.

Graphique 49 – Mode de connexion fixe à internet à domicile

« Est-ce une connexion ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



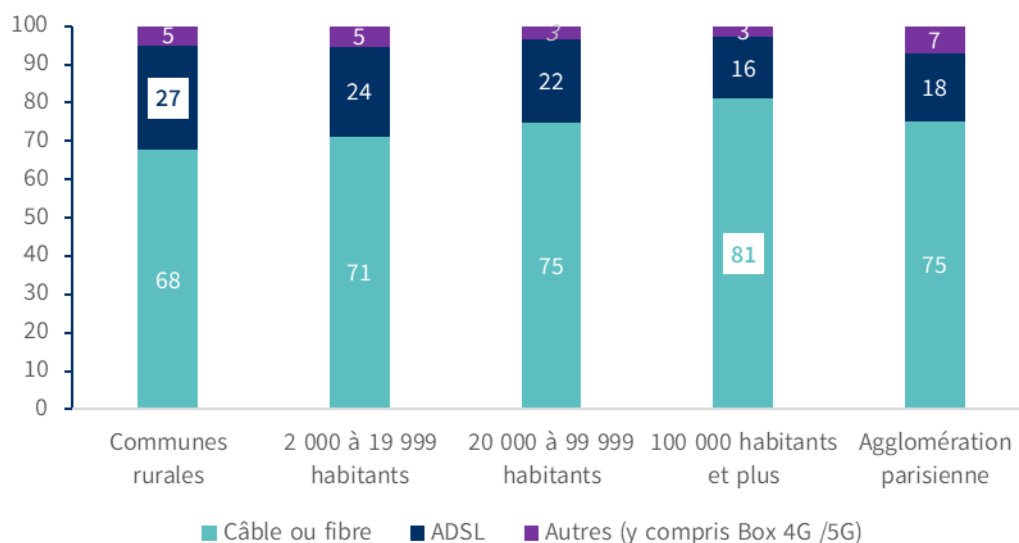
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les écarts sociodémographiques observés les années précédentes sur le taux de connexion à domicile par la fibre se sont résorbés à mesure de la progression cette technologie au sein de la population. En 2024, le taux de personnes connectées par le câble ou la fibre reste cependant plus répandue parmi les habitants des agglomérations de 100 000 habitants ou plus : 81 % d'entre eux disposent une connexion internet fixe à domicile ont une connexion par le câble ou la fibre.

Graphique 50

Mode de connexion fixe à internet à domicile selon la taille d'agglomération de résidence

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



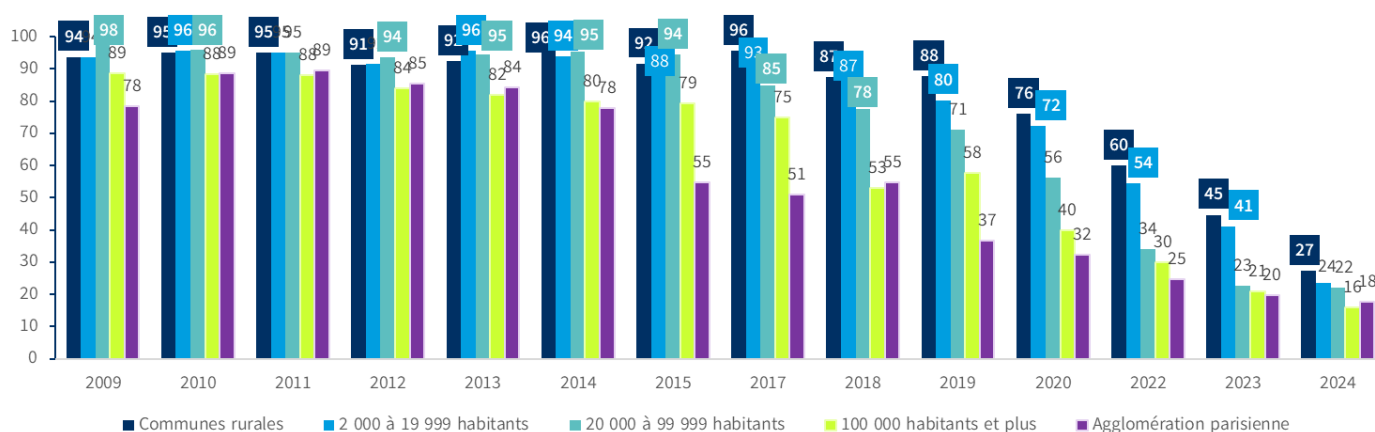
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Quelques particularités subsistent également à l'égard des connexions ADSL et des autres types de connexion. La connexion ADSL demeure plus fréquente en zone rurale. 27 % des habitants de communes rurales déclarent se connecter par ce biais (contre 21 % de la population disposant d'une connexion internet fixe à domicile). Même au sein de cette catégorie, ce mode de connexion a connu un fort recul : 96 % des habitants des communes rurales étaient équipés d'une connexion ADSL en 2014 (88 % des équipés en connexion fixe), puis 88 % en 2019 (contre 66 %), 60 % en 2022 (contre 39 %), et 45 % en 2023 (contre 29 %).

Graphique 51

Connexion fixe à internet à domicile par ADSL selon la taille d'agglomération de résidence

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423

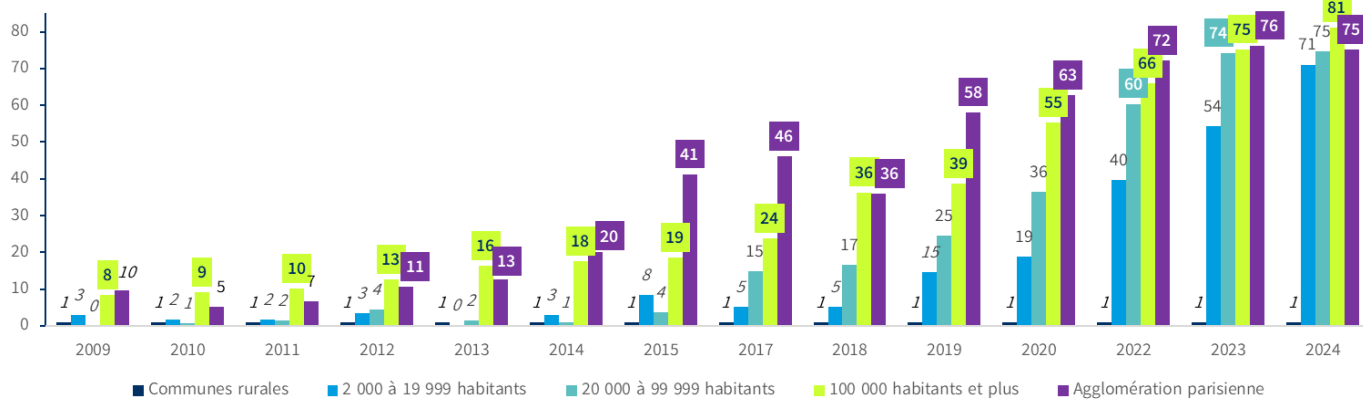


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 52

Connexion fixe à internet à domicile par câble ou fibre selon la taille d'agglomération de résidence

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

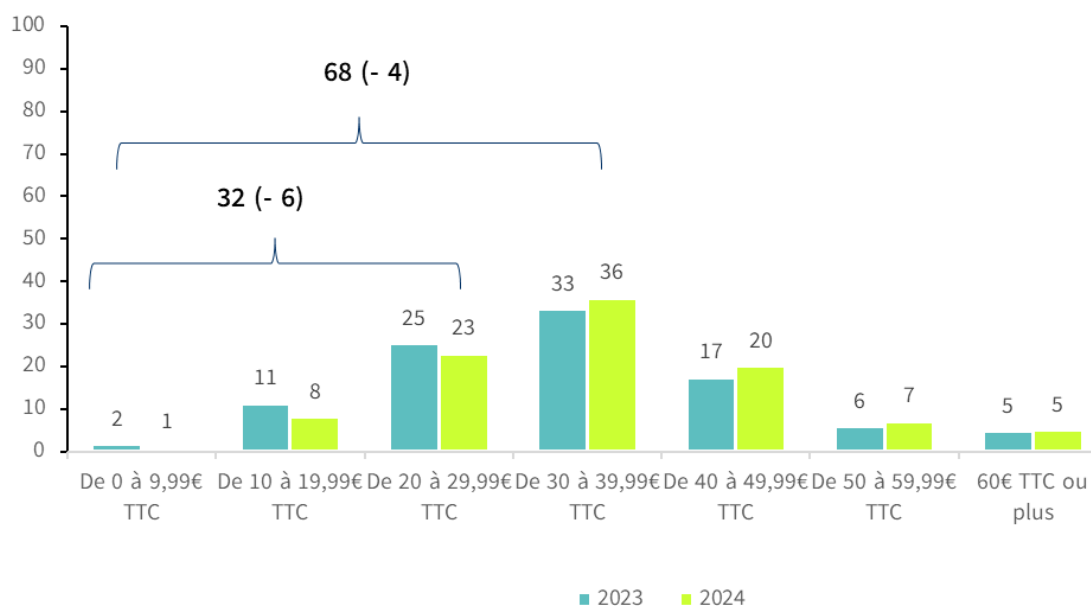
c) Sept individus sur dix paient leur abonnement internet fixe moins de 40 euros par mois

En 2024, le tarif mensuel d'un abonnement internet fixe est inférieur à 40 € pour sept personnes sur dix. Le taux d'utilisateurs qui paient moins de 40€ par mois pour leur abonnement internet a baissé entre 2023 et 2024 (-4 points en un an). Cette évolution peut s'expliquer en partie par l'augmentation des prix en 2023⁴. Elle peut également s'expliquer par le choix, pour certains consommateurs, de se tourner vers des box disposant de plus de débit ou de services à des tarifs plus élevés.

Graphique 53 - Tarif mensuel de l'abonnement internet à haut ou à très haut débit

« Quel est le tarif mensuel de votre abonnement internet à haut ou très haut débit ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423

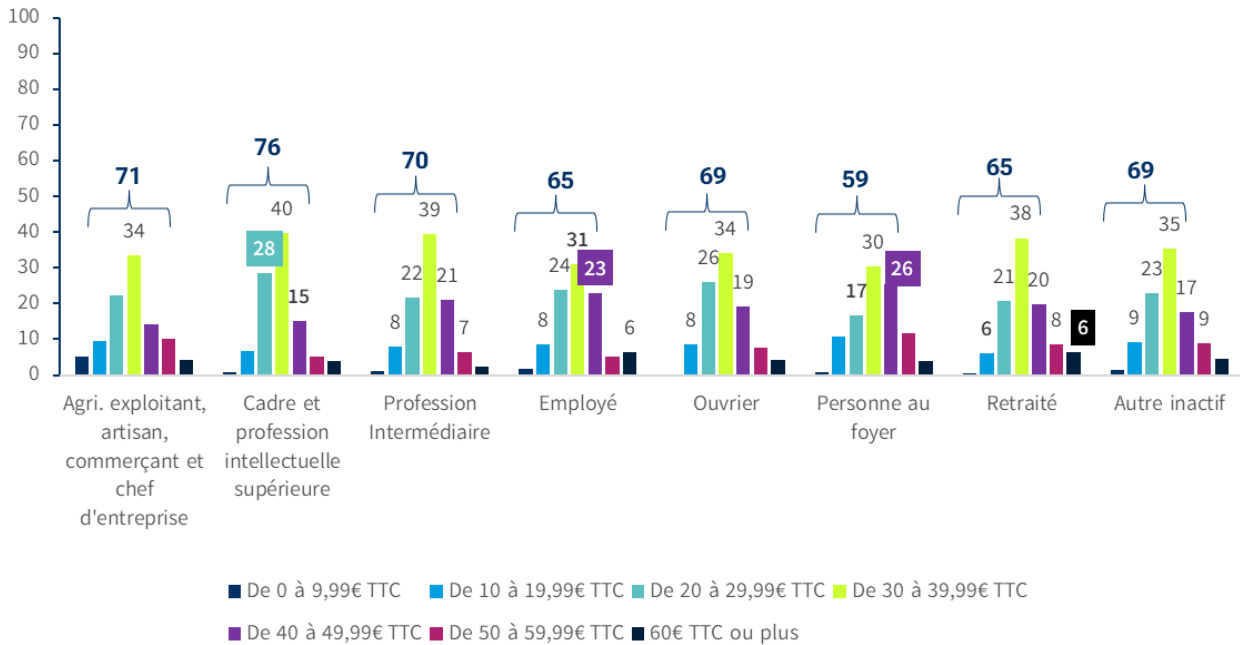


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

En ce qui concerne les variations du prix payé pour un abonnement internet fixe selon les caractéristiques sociodémographiques de la population, les cadres et professions intellectuelles supérieures sont sensiblement plus nombreuses (76 %) à payer leur abonnement moins de 40 € que le reste de la population. En particulier, les employés et personnes au foyer sont respectivement 23 % et 26 % à payer leur abonnement entre 40 € et 50 €, contre 15 % des cadres. Toutefois, le taux de personnes aux revenus plus faibles payant leur abonnement moins de 40 € est supérieur au reste de la population : 72 % des bas revenus paient leur abonnement moins de 40 €, contre 67 % des hauts revenus.

Graphique 54 - Tarif mensuel de l'abonnement à internet, selon la catégorie socioprofessionnelle

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les disparités territoriales observées en 2023 restent présentes en 2024 : les personnes résidant dans des agglomérations de plus de 100 000 habitants (72 %, -4 points par rapport à 2023) sont plus souvent détentrices d'un abonnement d'un montant inférieur à 40 € TTC, en particulier par rapport aux habitants des communes rurales (61 %, - 4 points par rapport en 2023).

Un abonné sur cinq a mené avec succès des négociations tarifaires avec son opérateur

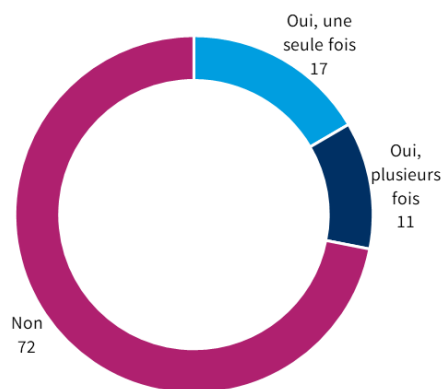
Au cours des deux dernières années, 28 % des abonnés ont essayé de négocier le tarif de leur abonnement à internet. Ils le font le plus souvent lorsque l'opérateur augmente ses tarifs (30 %) mais aussi lorsque la période d'engagement (26 %) ou de promotion (19 %) se terminent.

Graphique 55

Négociation du prix de l'abonnement internet à haut ou très haut débit avec son opérateur

« Au cours des deux dernières années, avez-vous essayé de négocier le prix de votre abonnement internet à haut ou très haut débit avec votre opérateur ? »

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un abonnement à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré n : 3 079



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

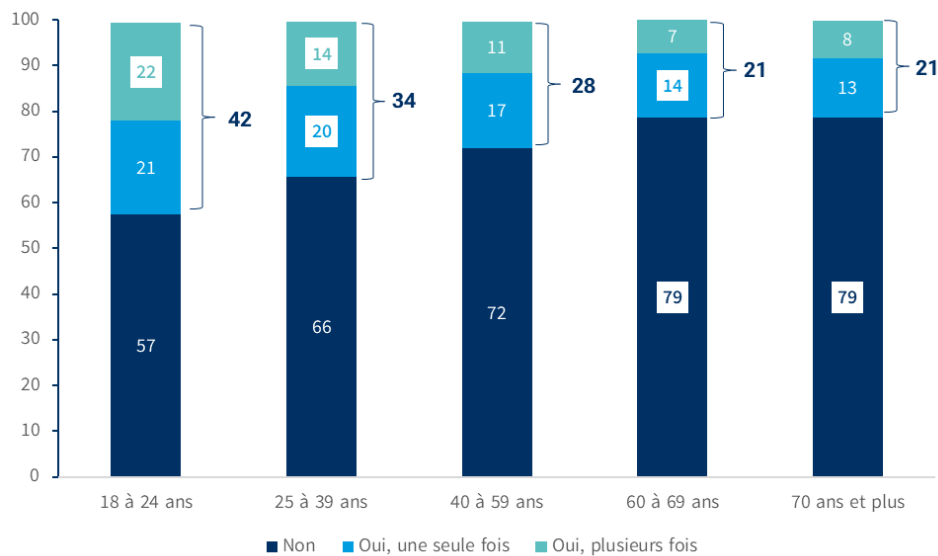
Les jeunes sont ceux qui engagent le plus de négociations avec les opérateurs. Entre 2022 et 2024, 42 % des 18-24 ans ont déjà essayé de négocier le prix de l'abonnement internet avec l'opérateur, contre 28 % de la population toute classe d'âge confondue.

Les tentatives de négociation reculent ensuite avec l'avancée en âge : seuls 21 % des 60 ans et plus ont par exemple tenté de négocier le prix de leur abonnement, soit deux fois moins que les 18-24 ans.

Graphique 56 - Tentatives de négociation du prix de l'abonnement internet, selon l'âge

« Au cours des deux dernières années, avez-vous essayé de négocier le prix de votre abonnement internet à haut ou très haut débit avec votre opérateur ? »

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un abonnement à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré n : 3 079



Source : Baromètre du numérique

Des tendances similaires aux négociations du forfait mobile s'observent concernant la composition des foyers.

Les tentatives de négociation aboutissent en majorité (70 %) : 50 % des tentatives de négociation ont à chaque fois conduit à une baisse de tarif, et 20 % de temps en temps aboutit. En revanche 30 % des négociations n'ont jamais abouti.

Graphique 57 - Réussite de la ou des négociation du tarif d'abonnement à internet

« La (ou les) négociation(s) ont-elles conduit à une baisse du tarif de l'abonnement à internet ? »

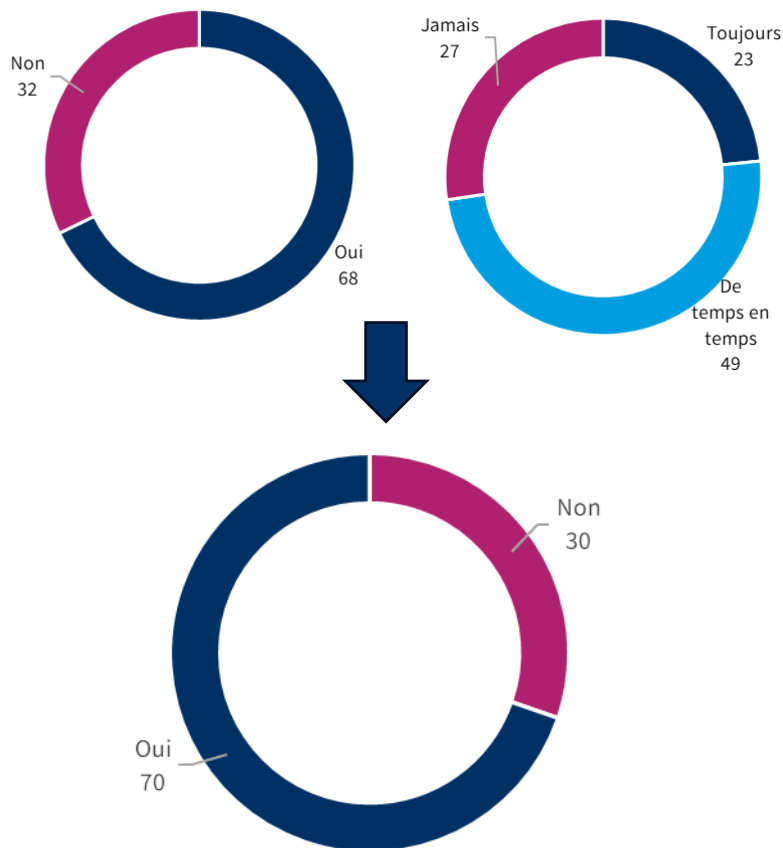
- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile et ayant négocié le prix au cours des deux dernières années, en % -

Négociation unique au cours des deux dernières années

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un abonnement à internet à domicile et en ayant négocié une seule fois le prix au cours des deux dernières années, en %
-- effectif total pondéré n : 509

Négociation multiple au cours des deux dernières années

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un abonnement à internet à domicile et en ayant négocié une seule fois le prix au cours des deux dernières années, en %
-- effectif total pondéré n : 353



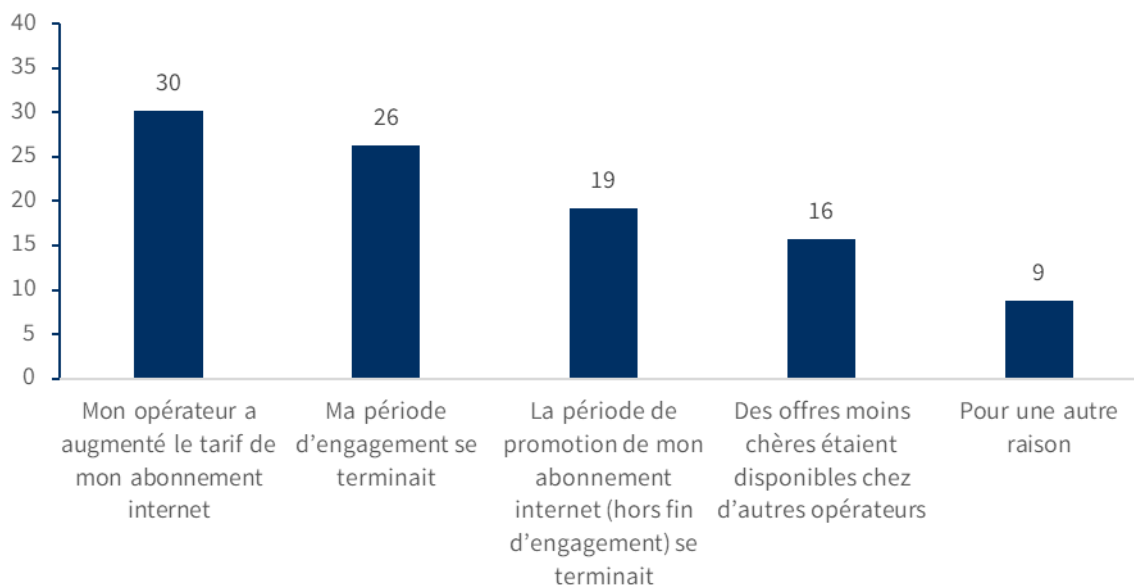
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

S'il y a eu tentative de négociation, c'était soit parce que la période s'y prêtait (26 % évoquent la fin de la période d'engagement et 19 % la fin d'une offre promotionnelle) soit parce que l'opérateur annonçait une augmentation (30 %). Une personne sur six (16 %) évoque également la mise en concurrence du prix de son abonnement avec les offres des autres opérateurs.

Graphique 58 - Raison de la négociation du prix de votre abonnement internet à haut ou très haut débit avec son opérateur

« Pourquoi avez-vous négocié le prix de votre abonnement internet à haut ou très haut débit avec votre opérateur ? »

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un abonnement à internet à domicile et ayant négocié le prix au cours des deux dernières années, en % -- effectif total pondéré n : 862



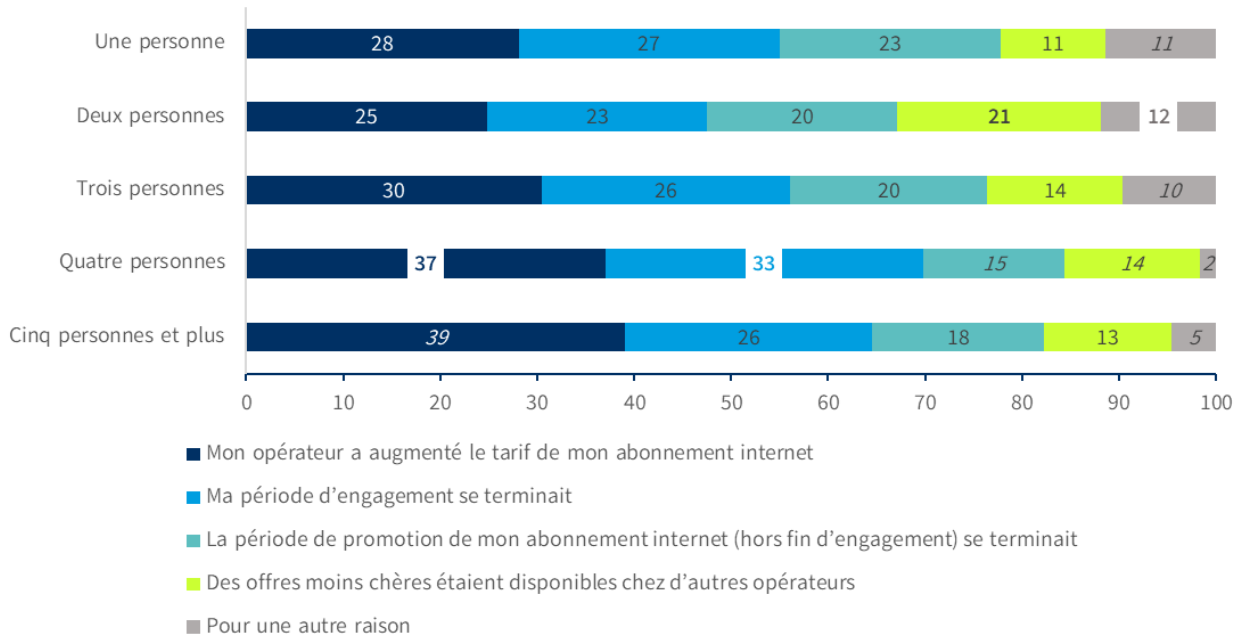
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La composition du foyer et la catégorie socioprofessionnelle ont une incidence sur les raisons de renégocier le prix de son abonnement avec son opérateur internet.

Parmi les personnes ayant déclaré avoir essayé de renégocier leur forfait au cours des deux dernières années, les foyers de quatre personnes mentionnent davantage la fin de la période d'engagement (33 %) et l'augmentation du tarif par l'opérateur lui-même (37 %). Les foyers de deux personnes (21 %) se démarquent eux par une négociation en lien avec la présence d'offres moins chères chez d'autres opérateurs.

Graphique 59 - Motif de la négociation avec l'opérateur du prix de l'abonnement internet, selon la composition du foyer

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un abonnement à internet à domicile et ayant négocié le prix au cours des deux dernières années, en % -- effectif total pondéré n : 862



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La catégorie socioprofessionnelle ayant le plus négocié leur forfait à la suite d'une augmentation du tarif par l'opérateur est celle des ouvriers (45 % d'entre eux), tandis que les professions intermédiaires ont davantage renégocié leur forfait à la fin d'une période de promotion (27 %).

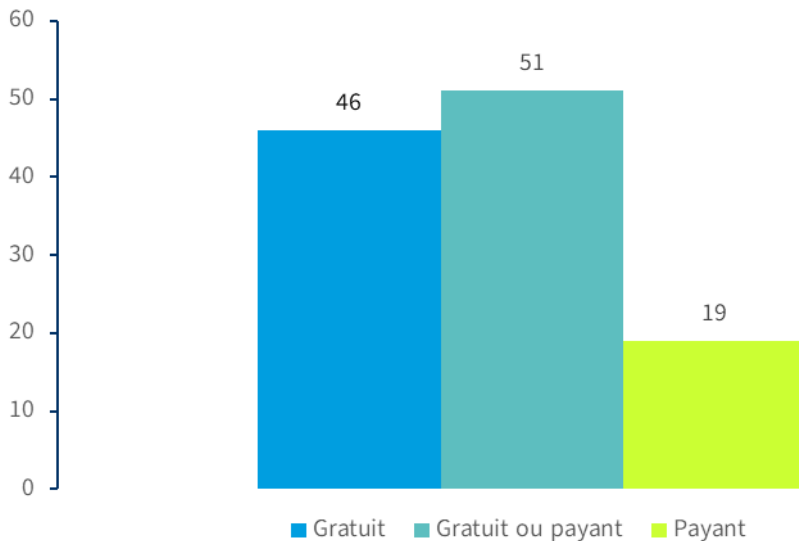
d) Un internaute sur deux dispose d'un espace de stockage sur le cloud, le plus souvent gratuit

En 2024, 94 % de la population est internaute, avec des non-internautes de plus en plus rares (cf. partie suivante 2) e), p 82) La moitié des internautes (51 %) dispose d'un espace de stockage sur le cloud. Parmi les utilisateurs du cloud, 63 % disposent d'un espace de stockage en nuage gratuit uniquement et plus d'un quart d'entre eux (27 %) à la fois d'un espace de stockage gratuit et d'un payant.

Graphique 60 – Utilisation de services de données sur cloud gratuit et/ou payant

« Il existe des services de données sur cloud, qui sauvegardent vos données sur internet et vous permettent d'y accéder en ligne (Google drive, iCloud, OneDrive, ...). Utilisez-vous ? »

- Champ : population de 12 ans et plus internaute, en % -- effectif total pondéré n : 3 819

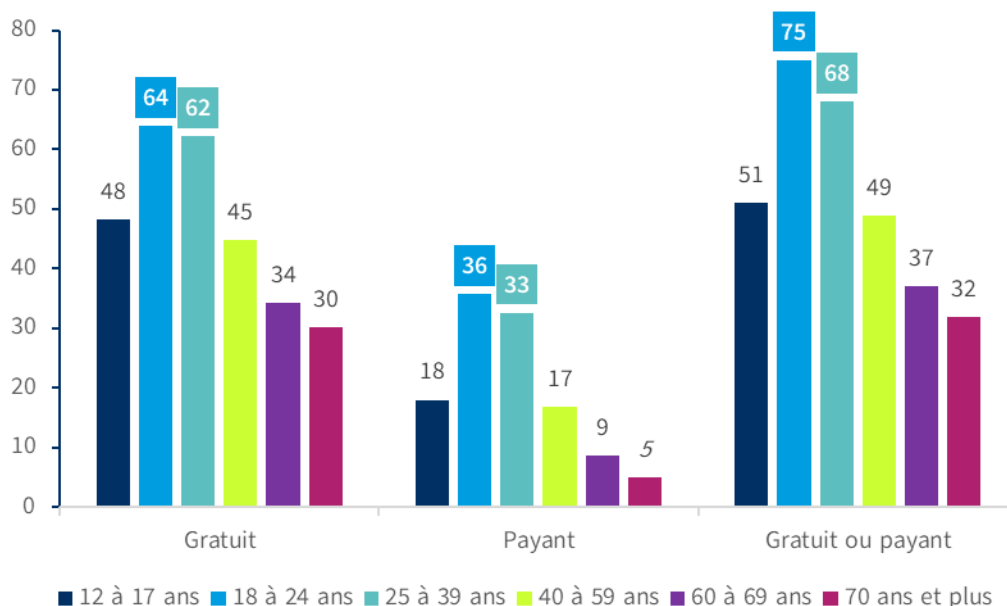


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Ce sont les jeunes adultes qui utilisent le plus des espaces de stockage de cloud, gratuits ou payants : 75 % des 18-24 ans déclarent utiliser un espace de cloud, dont uniquement gratuitement pour plus de la moitié d'entre eux. Le taux d'utilisation d'un espace de stockage en ligne diminue ensuite avec l'âge : il est de 49 % chez les 40-59 ans, et de moins d'un tiers chez les 70 ans et plus.

Graphique 61 - Utilisation de services de données sur cloud gratuit et payant selon l'âge

- Champ : population de 12 ans et plus internautes, en % -- effectif total pondéré n : 3 819



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les foyers les plus nombreux nécessitent davantage de stockage : plus de la moitié des foyers composés de trois personnes ou plus utilisent un espace de cloud. Si le stockage gratuit est plus répandu parmi toutes ces configurations de foyer (52 % des foyers de 3 ou 4 personnes, 54 % de ceux de cinq personnes ou plus), un quart de foyers de quatre personnes ou plus ont un espace de stockage sur cloud payant.

Tableau 1 - Utilisation d'un espace de stockage sur cloud, selon la taille du foyer

- Champ : population de 12 ans et plus internautes, en % -- effectif total pondéré n : 3 819

	Gratuit ou payant	Gratuit	Payant
Une personne	46	42	17
Deux personnes	44	40	14
Trois personnes	57	52	21
Quatre personnes	57	52	24
Cinq personnes et plus	58	54	25
Ensemble	51	46	19

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les habitants de l'agglomération parisienne (64 %) et des autres agglomérations de 100 000 habitants ou plus (54 %) ont plus souvent recours à des espaces de stockage en ligne, avec une utilisation fréquente des stockages cloud payants pour les habitants de l'agglomération parisienne (30 %).

Les cadres et professions intellectuelles supérieures (66 %), les agriculteurs exploitants, artisans et chefs d'entreprise (60 %) et les professions intermédiaires (57 %) utilisent davantage les services de cloud que les autres catégories socioprofessionnelles, qu'ils soient gratuits ou payants.

Tableau 2 - Utilisation d'un espace de stockage sur cloud selon la catégorie socio-professionnelle

- Champ : population de 12 ans et plus internaute, en % -- effectif total pondéré n : 3 819

	Gratuit ou payant	Gratuit	Payant
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	60	55	29
Cadre et profession intellectuelle supérieure	66	57	31
Profession Intermédiaire	57	51	22
Employé	54	50	21
Ouvrier	45	43	19
Personne au foyer	47	41	16
Retraité	34	32	6
Autre inactif	60	56	20
Ensemble	51	46	19

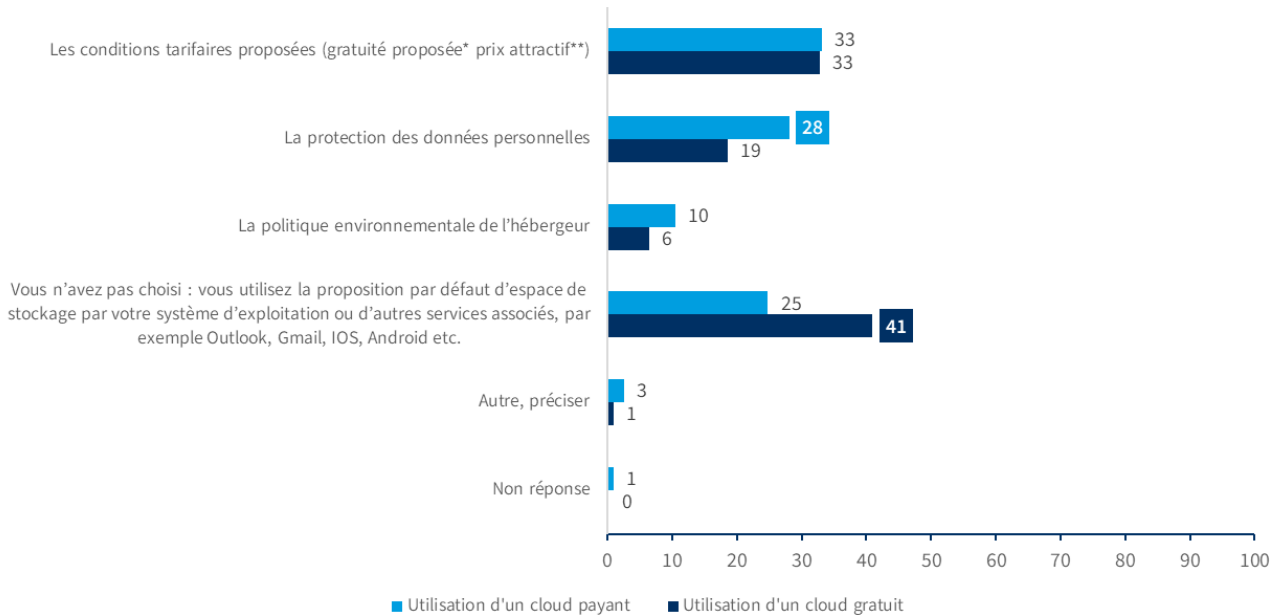
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Quand le stockage est gratuit, le choix de l'hébergeur se fait le plus souvent par défaut (41 %), car il s'agit par exemple du service associé au système d'exploitation de son *smartphone*. Quand le stockage est payant, la protection des données personnelles arrive en deuxième place des raisons évoquées (28 %), juste après les conditions tarifaires proposées (33 %).

Graphique 62 – Raison principale du choix d'hébergeur du service de stockage de données sur cloud

Pour quelle raison principale avez-vous choisi ce type d'hébergeur ?

- Champ : population de 18 ans et plus internautes utilisant un espace de stockage, gratuit ou payant, en % -- effectif total pondéré n : 1 601 (cloud gratuit), 646 (cloud payant)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*Précision apportée dans la question concernant les espaces de stockage gratuits. ** Précision apportée dans la question concernant les espaces de stockage payants

e) Les non-internautes sont de plus en plus rares en 2024 avec 94 % de la population internautes et 84 % d'internautes quotidiens

En 2024, 94 % de la population utilise internet. Ce taux augmente de 3 points par rapport à 2023, après une quasi-stabilité les trois années précédentes.

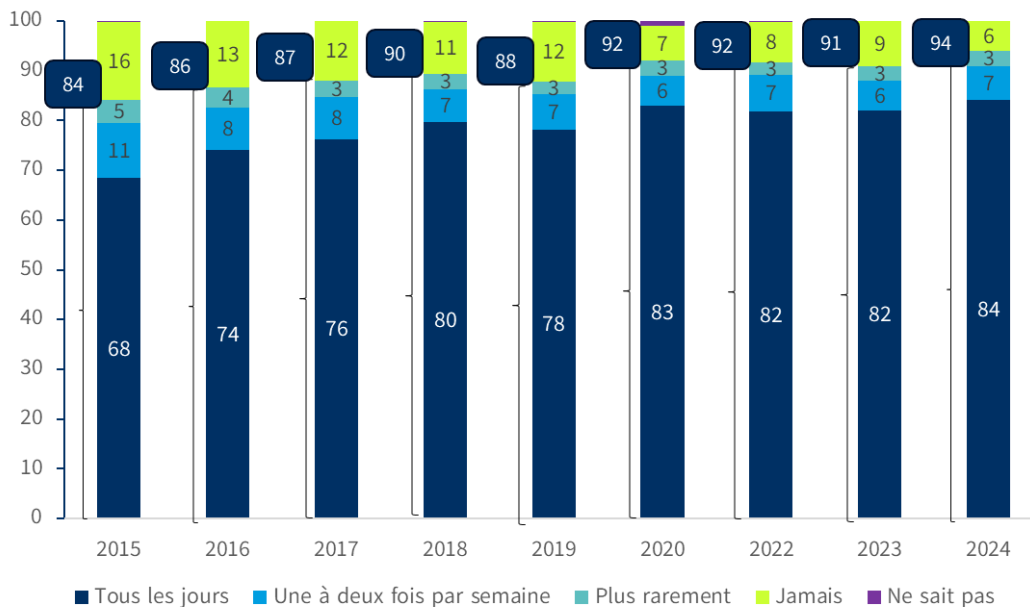
Cette hausse est essentiellement issue de l'utilisation croissante d'internet par les personnes âgées de plus de 60 ans. Par tranche d'âge, la quasi-totalité des moins de 60 ans (98 %), adultes ou adolescents, utilisent internet avec des proportions stables depuis 2023. La part d'internautes de 60-69 ans augmente de 6 points en un an en 2024, et atteint 94 %. De même, 77 % des personnes âgées de 70 ans et plus sont connectées, soit une augmentation, de 7 points en un an pour la deuxième année consécutive.

La proportion d'internautes parmi les personnes non diplômées continue de progresser, atteignant 69 % en 2024, soit une hausse de 5 points par rapport à 2023. Plus le niveau de diplôme est élevé, plus la proportion d'internautes est élevée : 93 % chez les détenteurs du BEPC (+3 points), 97 % chez les titulaires du BAC (+1 point) et 98 % chez les diplômés du supérieur (stable).

Dans les communes rurales, l'utilisation d'internet continue de croître. En 2024, 88 % des habitants de ces zones sont connectés, contre 80 % en 2023 (+8 points). Dans les petites villes (2 000 à 19 999 habitants), la proportion d'internautes progresse de 5 points, atteignant 94 % en 2024. Pour les villes de taille moyenne et les grandes villes (20 000 habitants et plus), le taux reste stable à 95 %. Enfin, dans l'agglomération parisienne, la proportion d'internautes atteint 97 %.

Graphique 63 - Fréquence de connexion à internet, quel que soit le mode et le lieu de connexion

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -

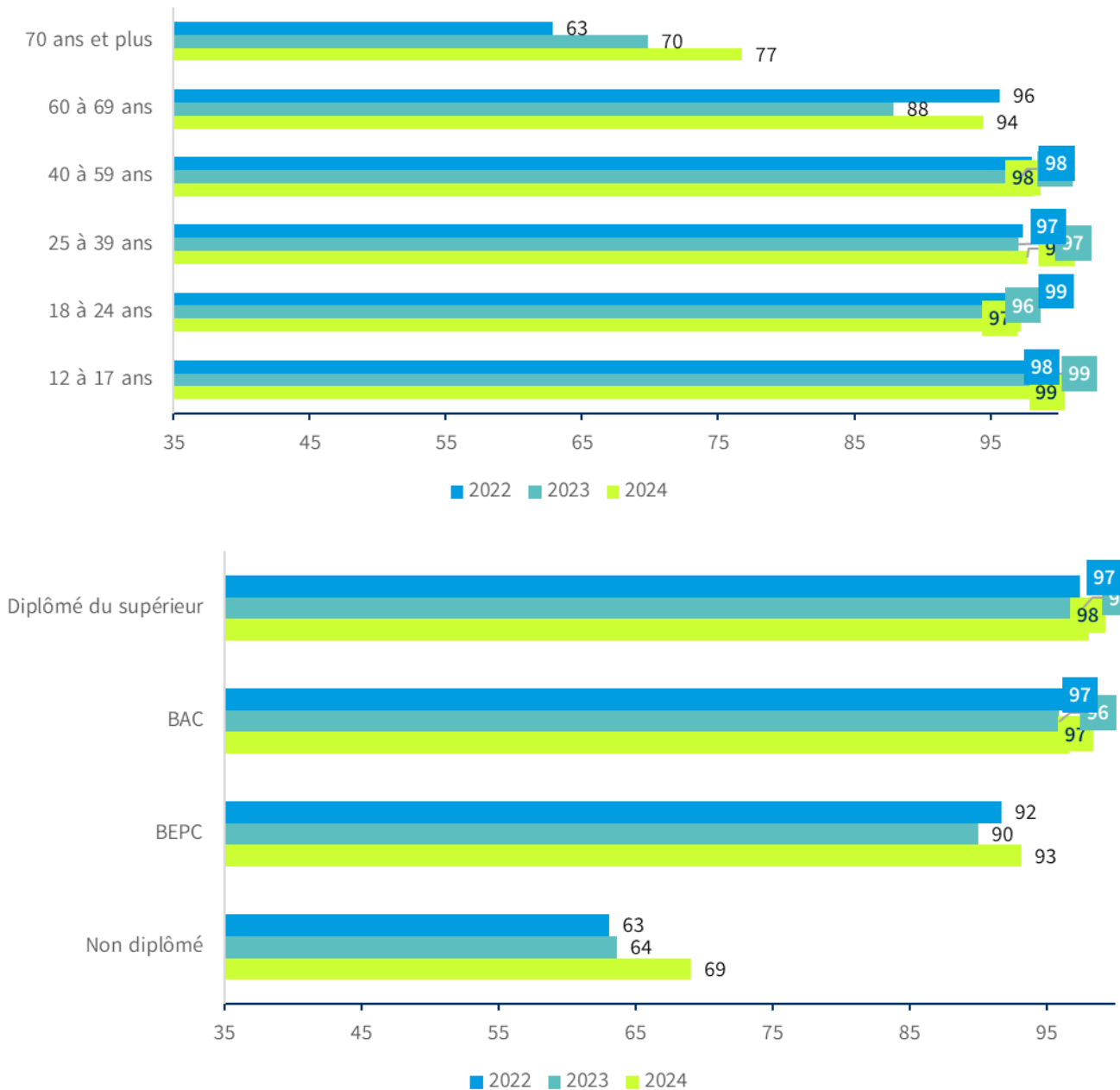


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 64

Connexion à internet, quel que soit le mode et le lieu de connexion selon l'âge et le niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

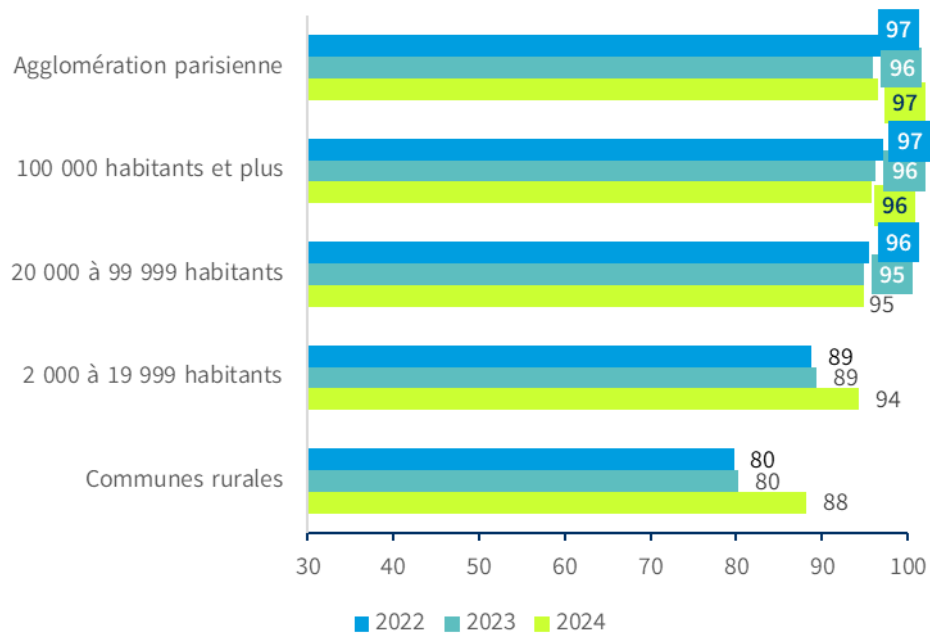
Les internautes désignent les répondants qui se connectent à internet tous les jours, ou une à deux fois par semaine, par plus rarement.

Les non-internautes désignent les répondants qui ne se connectent jamais à internet.

Graphique 65 - Connexion à internet, quel que soit le mode et le lieu de connexion selon la taille de l'agglomération de résidence

« À quelle fréquence utilisez-vous Internet, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les internautes désignent les répondants qui se connectent à internet tous les jours, ou une à deux fois par semaine, par plus rarement.

Les non-internautes désignent les répondants qui ne se connectent jamais à internet.

3. Ordinateurs, tablettes et enceinte //Objets connectés

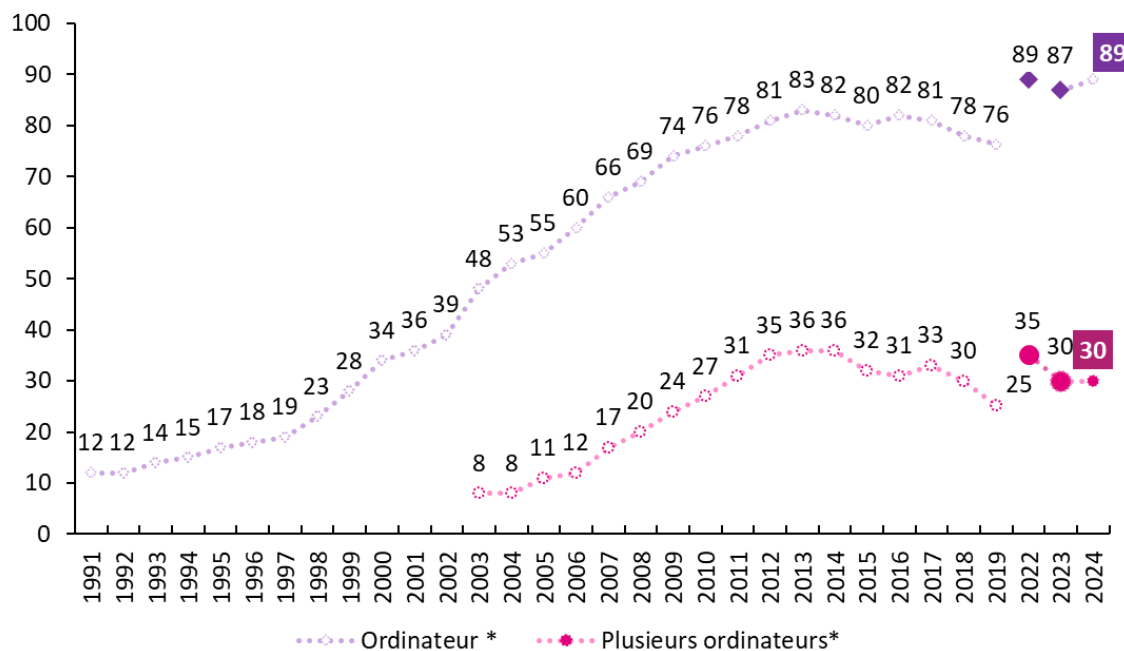
a) Le multi équipement en ordinateurs stagne

Le taux d'équipement global en ordinateur progresse très légèrement (89 %, + 2 points) tandis que le multi-équipement marque le pas (30 %).

Graphique 66 - Taux d'équipement en ordinateur à domicile

« Disposez-vous à votre domicile d'au moins ? Un ordinateur personnel, fixe ou portable / Un ordinateur professionnel, fixe ou portable »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

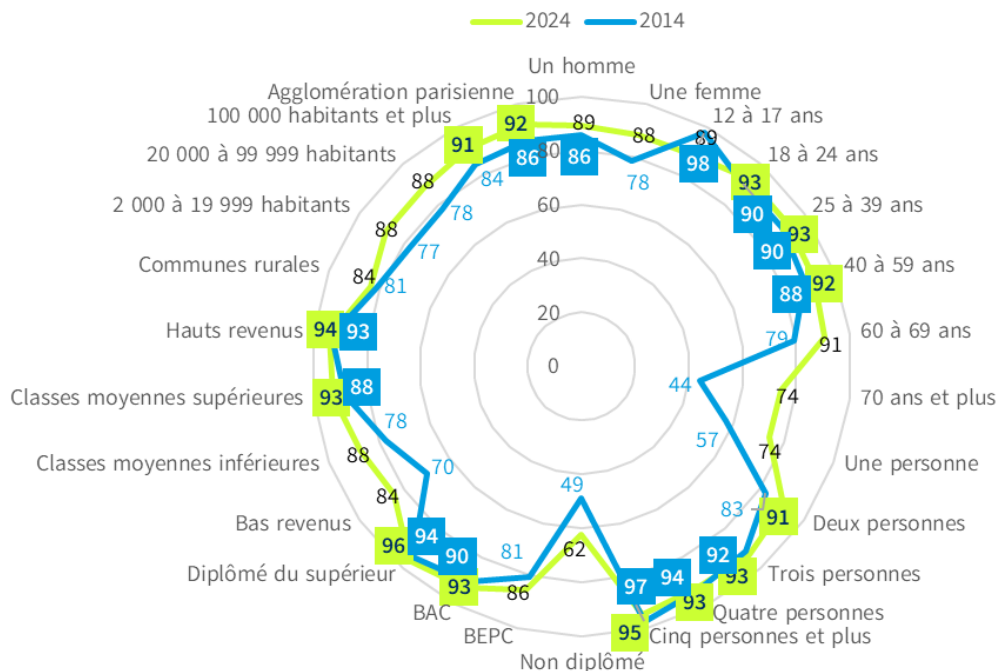
Note : la courbe en pointillés porte sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, la courbe porte sur les 12 ans et plus.
 *La question a été modifiée en 2022. Jusqu'en 2019 la question posée était « Avez-vous un micro-ordinateur à votre domicile ? ». En 2022, elle devient « Disposez-vous à votre domicile d'au moins : Un ordinateur personnel ou professionnel, fixe ou portable ». En 2023, la question a de nouveau été modifiée pour distinguer la possession d'un ou plusieurs ordinateurs personnels de celle d'un ou plusieurs ordinateurs professionnels. « Disposez-vous à votre domicile d'au moins ? Un ordinateur personnel, fixe ou portable (aucun, un, plusieurs) ; un ordinateur professionnel, fixe ou portable (aucun, un, plusieurs) »

La détention d'un ordinateur est répandue dans l'ensemble de la population. Les trois catégories de la population les moins équipées en ordinateur, qu'il soit personnel ou professionnel, sont les non diplômés (62 % d'équipés), les foyers d'une personne (74 %) et les 70 ans et plus (74 %). Le taux d'équipement de ces catégories a toutefois particulièrement progressé en l'espace de dix ans : +13 points chez les non-diplômés, +17 points chez les personnes vivant seules, et +30 points chez les plus de 70 ans.

Les catégories de la population déjà fortement équipées le sont restées : 94 % des hauts revenus sont équipés d'un ordinateur en 2024, contre 93 % en 2014.

Graphique 67 - Taux d'équipement en ordinateur selon le genre, l'âge, la taille de foyer, le niveau de vie et de diplôme et la taille d'agglomération de résidence entre 2014 et 2024

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -

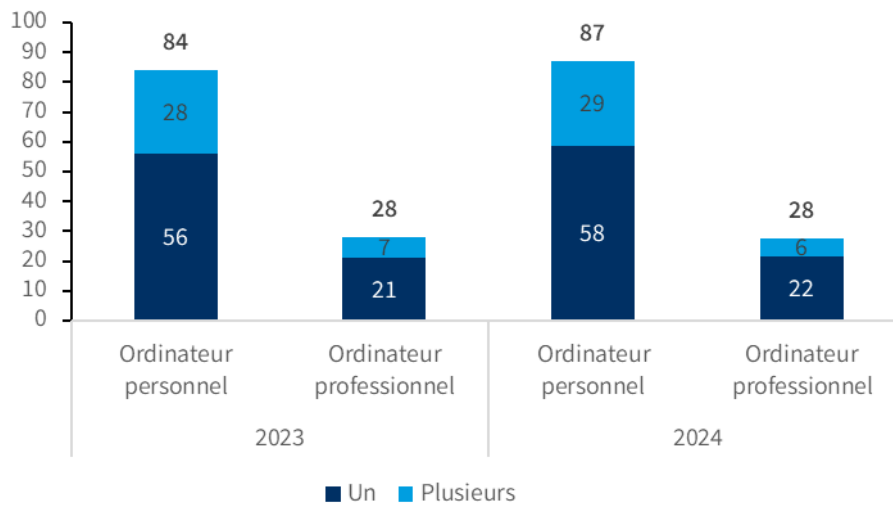


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

En 2024, 87 % de la population possède au moins un ordinateur personnel, fixe ou portable (+3 points en un an). L'équipement à son domicile d'ordinateurs professionnels est plus marginal et stable : 28 % de la population en détient au moins un.

Graphique 68 - Taux d'équipement en ordinateur suivant le type, personnel ou professionnel

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



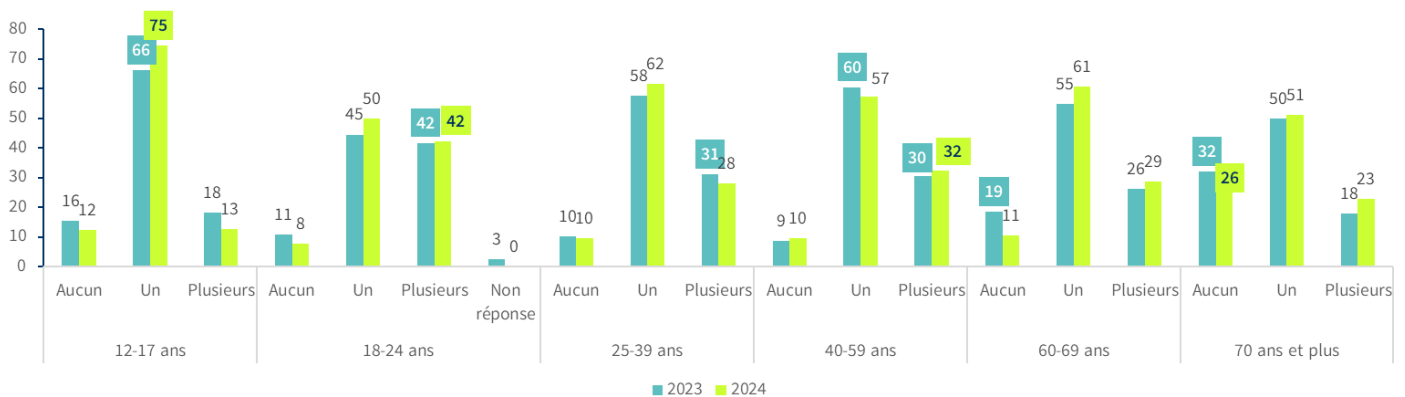
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'équipement en ordinateur personnel est répandu dans toutes les tranches d'âge : 87 % des 12-17 ans en possède déjà au moins un. Ce taux est de 92 % chez les 18-24 ans et fluctue autour de 90 % pour les autres classes, à l'exception des 70 ans et plus. Chez les 70 ans et plus, l'équipement en ordinateur personnel est moins fréquent : 74 % en sont équipés. Entre 2023 et 2024, l'équipement en ordinateur personnel a particulièrement progressé chez les tranches d'âge les plus âgées (+8 points pour les 60-69 ans et +6 points pour les 70 ans et plus) mais aussi auprès des 18-24 ans (+5 points).

Le multi-équipement en ordinateur personnel concerne jusqu'à 42 % des 18-24 ans et 32 % des 40-59 ans. Il est le moins répandu parmi les 12-17 ans (28 %) et les 70 ans et plus (23 %).

Graphique 69 - Taux d'équipement en ordinateur personnel selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -

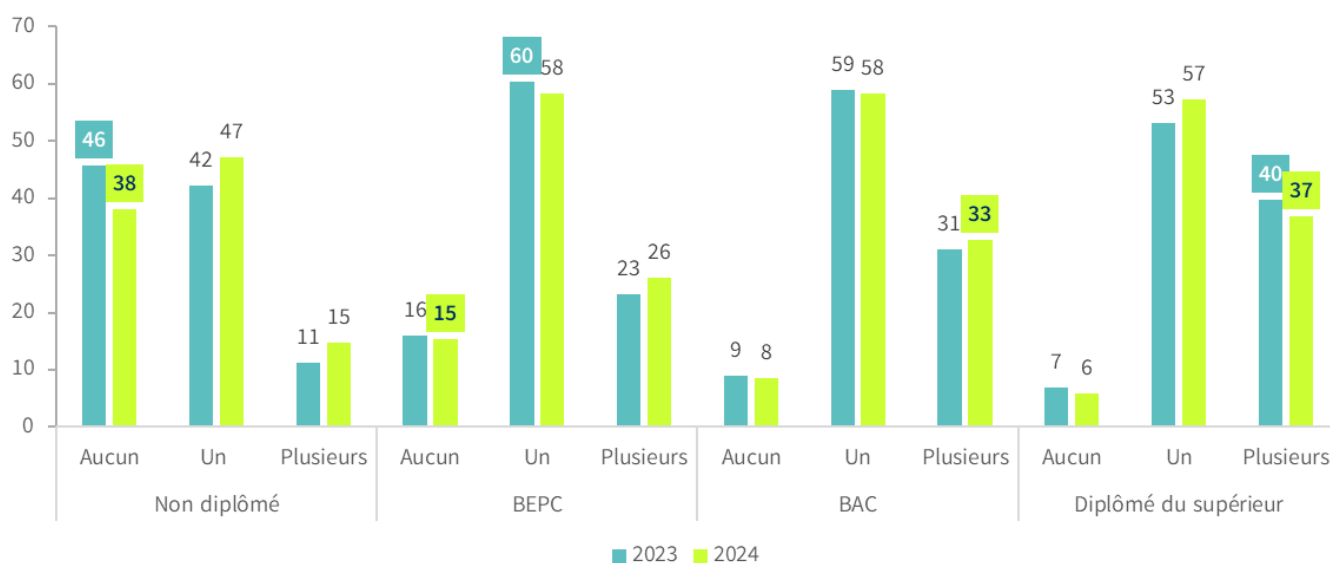


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Plus le diplôme est élevé, plus l'équipement en ordinateur personnel et le multi-équipement est fréquent. S'ils sont les moins équipés, les non diplômés se sont massivement procurés des ordinateurs personnels entre 2023 et 2024. Ainsi, en 2023, un peu plus de la moitié (54 %) déclarait en être équipé contre 62 % un an plus tard, soit une progression de 8 points en un an. Cette forte progression est portée non seulement par la possession d'un unique ordinateur portable (de 42 % à 47 %) mais aussi par le multi-équipement (de 11 % à 15 % de détention de plusieurs ordinateurs personnels).

Graphique 70 - Taux d'équipement en ordinateur personnel selon le niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les foyers de deux personnes et plus sont très largement équipés, à un taux s'élevant à environ 90 %. Seuls les foyers d'une personne demeurent les moins équipés : 72 % ont au moins un ordinateur personnel contre. Néanmoins, c'est dans ces foyers que le taux d'équipement a le plus fortement progressé, de + 6 points en un an, particulièrement portée par la possession d'un unique ordinateur personnel (+5 points) plutôt que par le multi-équipement.

Les disparités d'équipement en ordinateur selon la taille d'agglomération se sont réduites en 2024. L'équipement en ordinateur personnel a progressé de 7 points chez les habitants des communes rurales et de 4 points chez les habitants des communes de 2 000 à 19 999 habitants. Ainsi, 82 % des habitants des communes rurales et 86 % des habitants des communes de 2 000 à 19 999 habitants disposent ainsi d'un ordinateur personnel contre 90 % des habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants.

Moins répandue au sein de la population, l'équipement en ordinateur professionnel est plus variable car nécessairement cantonnée à des populations d'âge actif et évoluant dans des milieux professionnels compatibles avec un usage du numérique sur ordinateur individuel.

L'équipement en ordinateur professionnel croît ainsi avec le niveau de diplôme : de 10 % parmi les non-diplômés à 47 % des diplômés du supérieur.

Les cadres sont la catégorie professionnelle la plus équipées : 70 % possèdent au moins un ordinateur professionnel, dont 53 % un seul et 17 % plusieurs. Les agriculteurs exploitants, artisans, commerçants

et chefs d'entreprises (52 % d'équipement) et les professions intermédiaires (44 %) sont également plus fortement équipés que la moyenne de la population. Seuls 16 % des ouvriers disposent d'un tel équipement et 25 % des employés.

En lien avec le niveau de diplôme et la catégorie socioprofessionnelle, les hauts revenus sont la tranche de revenus la plus équipée en ordinateur professionnel : 45 % en disposent au moins d'un contre 26 % des classes moyennes supérieures comme inférieures et 23 % des bas revenus.

L'agglomération parisienne, qui dispose à la fois d'une population diplômée et de nombreux postes de cadres, se distinguent des autres agglomérations par l'ampleur de l'équipement de ses résidents en ordinateur professionnel : 45 % de ces habitants en ont au moins un contre 29 % des habitants des autres grandes agglomérations, de 100 000 habitants et plus et 22 % des habitants des communes les plus rurales, de moins de 2 000 habitants.

D'autres variations sociodémographiques sont observables :

- Les hommes possèdent plus souvent (32 %) ce type d'équipement que les femmes (25 %)
- Les 18-24 ans (55 %) et les 25-39 ans (47 %) sont plus équipés que les 40-59 ans (33 %) et surtout les 60-69 ans (14 %).
- Les foyers de quatre personnes (44 %), de cinq personnes et plus (39 %) et de trois personnes (35 %) en bénéficient plus que ceux de deux personnes (21 %) et d'une personne (16 %).

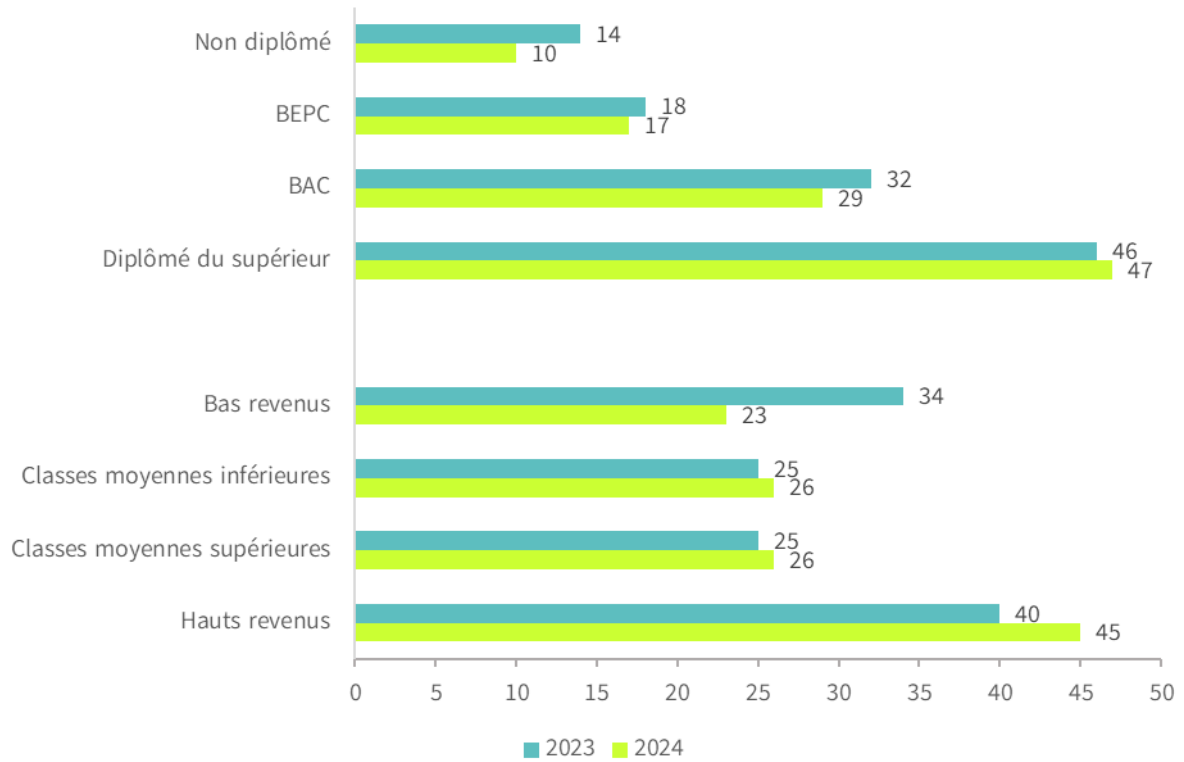
Les évolutions entre 2023 et 2024 vont dans le sens d'un renforcement de ces disparités d'équipement en ordinateur professionnel en termes de diplôme et de revenus : l'écart entre les non diplômés et les diplômés du supérieur passe ainsi de 15 points de pourcentage à 19 points de pourcentage ; tandis que celui entre les bas revenus et les hauts revenus, évolue de 6 points entre 2023 à 22 points en 2024.

Graphique 71

Taux d'équipement en ordinateur professionnel selon le niveau de diplôme et le niveau de vie – Détenition d'au moins un ordinateur professionnel

« Disposez-vous à votre domicile d'au moins ? Un ordinateur personnel, fixe ou portable »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

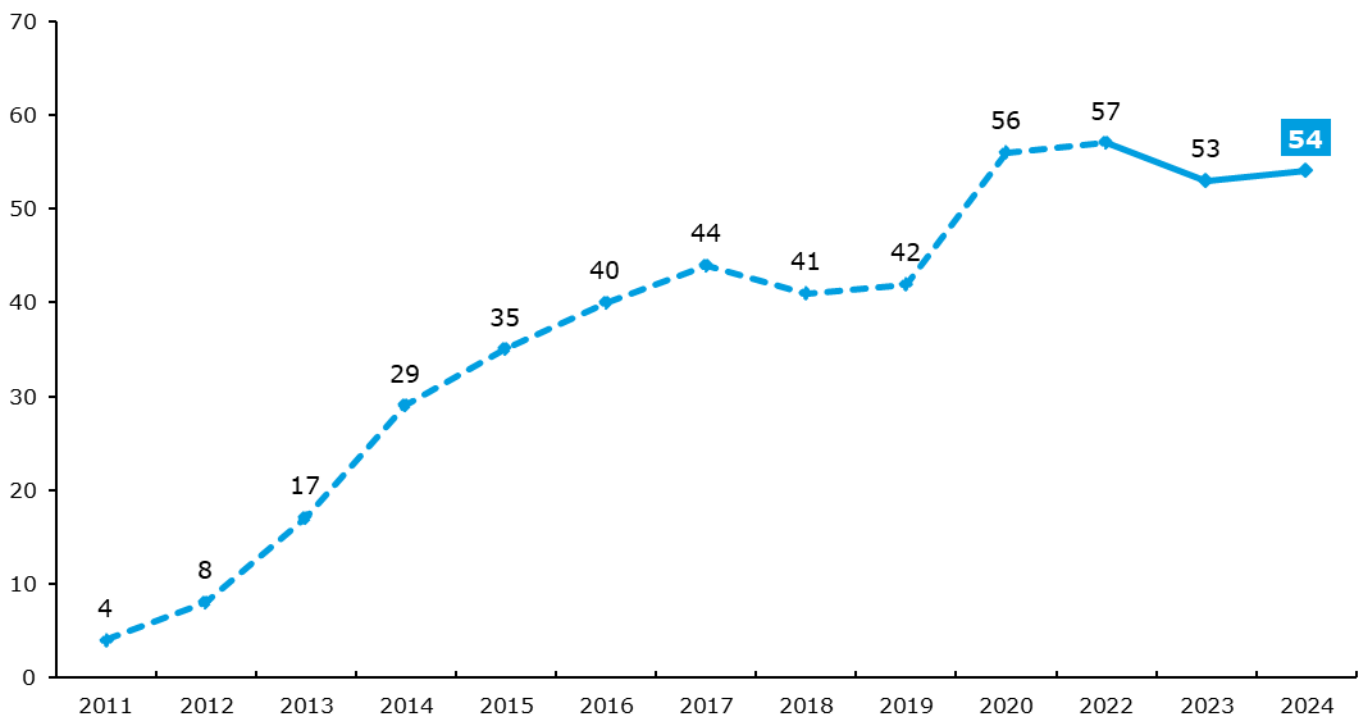
b) L'équipement en tablette reste stable, avec des disparités sociodémographiques

L'équipement en tablette se maintient (54 %, + 1 point) par rapport à 2023, après avoir diminué entre 2022 et 2023.

Graphique 72 - Taux d'équipement en tablette à domicile

« Disposez-vous à votre domicile d'au moins une tablette tactile »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



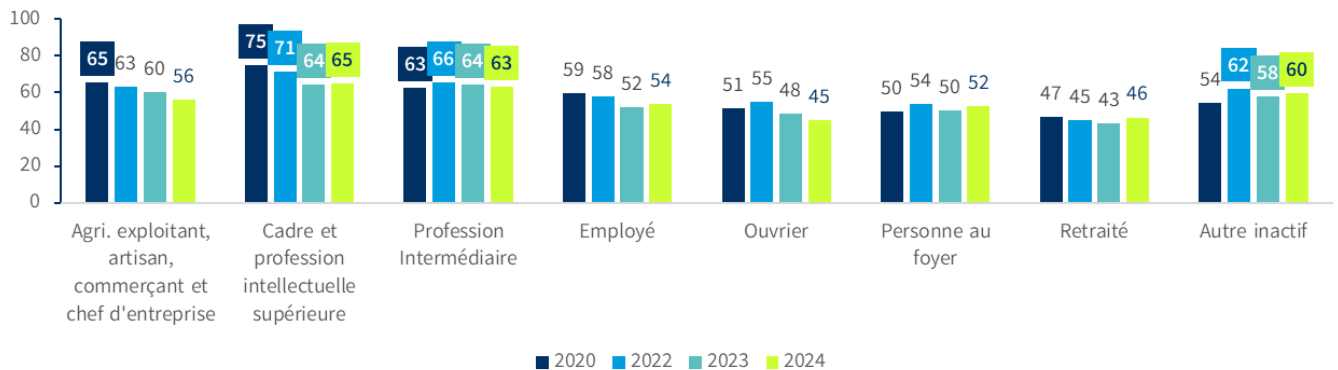
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*La question a été modifiée en 2022. Jusqu'en 2020, la question posée était « Disposez-vous d'une tablette tactile ? ». En 2022, elle devient « Disposez-vous à votre domicile d'au moins : Une tablette tactile »

Les foyers de quatre personnes (68 %) et de cinq personnes ou plus (64 %), suivis de ceux de trois personnes (59 %) sont les plus équipés, comme les deux années précédentes. De même, les cadres (65 %), les agriculteurs exploitants, artisans, commerçants et chefs d'entreprise (56 %) et les professions intermédiaires (63 %) disposent plus souvent d'une tablette que les ouvriers (45 %).

Graphique 73 - Taux d'équipement en tablette à domicile selon la catégorie socioprofessionnelle « Disposez-vous à votre domicile d'au moins ? Une tablette tactile »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les 12-17 ans et les 18-24 ans, qui s'étaient massivement équipés afin de pouvoir étudier à distance durant la pandémie, restent les classes d'âge possédant le plus souvent une tablette. 60 % des 12-17 ans et 64 % des 18-24 ans en détiennent au moins une en 2024, en recul par rapport à 2022 (- 8 points pour les 12-17 ans, - 6 points pour les 18-24 ans). La possession de tablette recule également auprès de leurs aînés de 25 à 39 ans (- 9 points entre 2022 et 2024) mais progresse parmi les plus âgés (+6 points sur la même période pour les 70 ans et plus). Dans l'ensemble, la différence d'équipement entre les plus jeunes et le plus âgés se réduit, passant de 29 points en 2022 à 17 points en 2024.

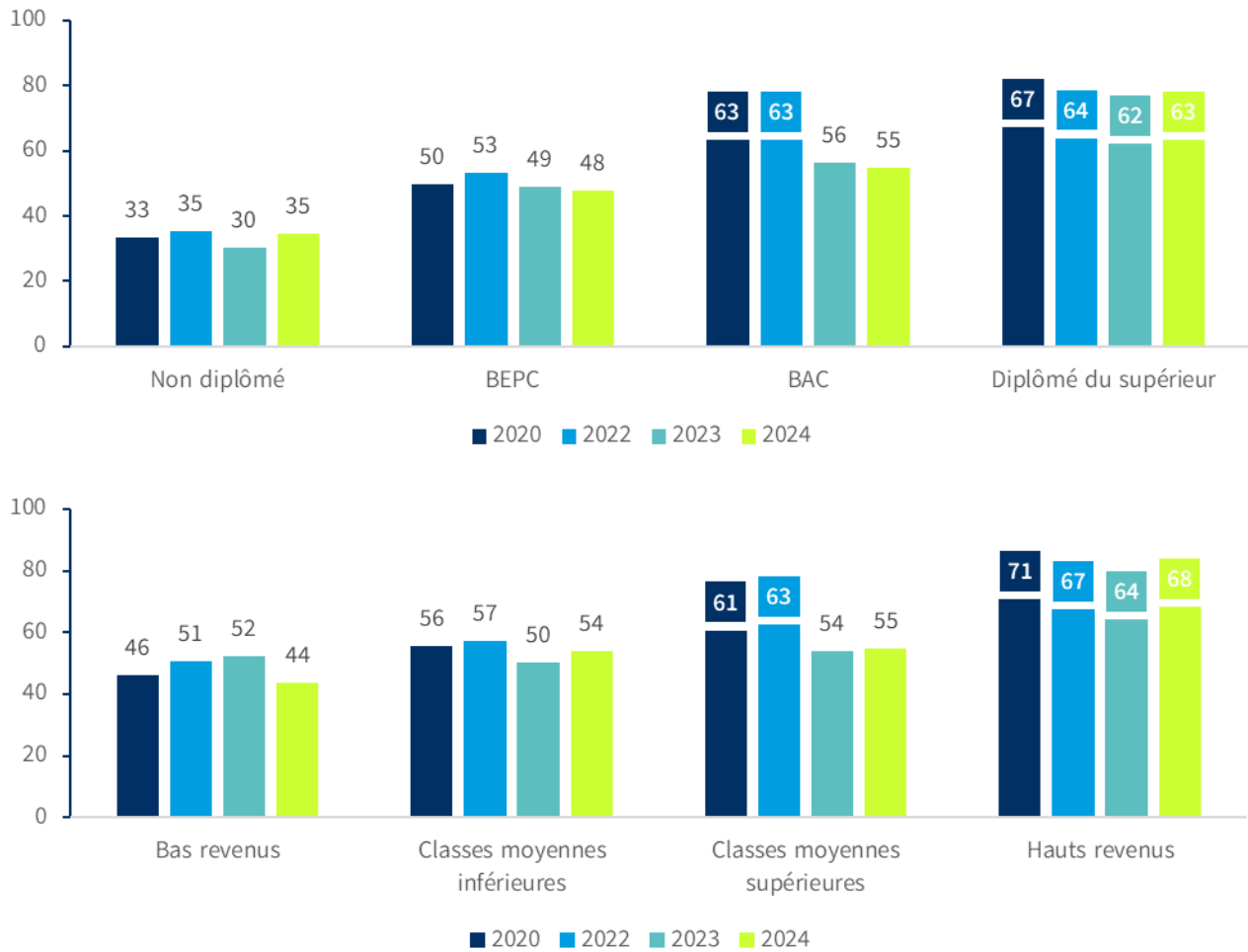
Les différences observées en ce qui concerne l'équipement en tablette selon le niveau de diplôme se maintiennent : 63 % des diplômés du supérieur possèdent une tablette contre 35 % des non diplômés, soit un écart de 28 points. Les écarts selon le niveau de vie sont relativement stables : 25 points séparent ainsi le niveau d'équipement des bas revenus de celui des hauts revenus. En 2024, 68 % des hauts revenus ont ainsi une tablette contre 44 % des bas revenus.

Graphique 74

Taux d'équipement en tablette à domicile selon le niveau de diplôme et le niveau de vie

« Disposez-vous à votre domicile d'au moins une tablette tactile »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

c) L'usage quotidien de l'enceinte connectée dépasse désormais celui du téléphone fixe

Quatre personnes sur cinq (80 %) utilisent tous les jours un téléphone mobile (+4 points en un an, Graphique 80). De tous les équipements, c'est celui qui concerne le plus grand nombre d'utilisateurs et se rapproche, sans l'atteindre, du niveau record enregistré en 2019 (82 %).

En repli, l'usage quotidien de l'ordinateur concerne désormais 55 % des individus (-3 points en un an). Il s'était fortement développé en 2020 pendant la crise sanitaire (66 %, +19 points en un an), et diminue depuis à un rythme régulier.

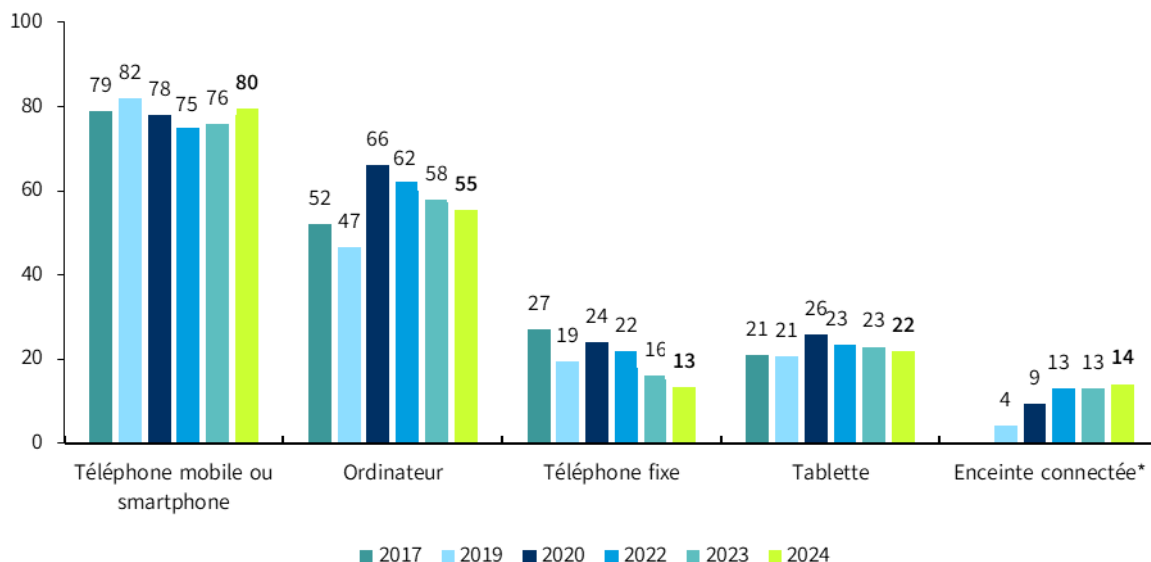
La tablette est quant à elle utilisée quotidiennement par environ une personne sur cinq (22 %). Ce taux évolue peu depuis 2022.

Les utilisateurs quotidiens d'une enceinte connectée dépassent désormais ceux du téléphone fixe (respectivement 14 % contre 13 % en 2024). Le taux d'utilisateurs quotidiens du téléphone fixe a en particulier diminué de moitié par rapport à 2017 (27 %), tandis que le taux d'utilisateurs d'enceintes connectées a plus que triplé en sept ans.

Graphique 75 - Usage quotidien du téléphone mobile ou du *smartphone*, de l'ordinateur, du téléphone fixe, de la tablette et de l'enceinte connectée

« Au cours des six derniers mois, avez-vous utilisé quotidiennement les équipements suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

* Depuis 2022, la question n'a pas été posée aux personnes n'ayant pas internet fixe à domicile. Le même filtre a donc été appliqué pour les années précédentes.

L'usage quotidien du *smartphone*, de plus en plus répandu au sein de l'ensemble de la population

En 2024, des écarts conséquents en fonction de l'âge et du niveau de diplôme subsistent s'agissant de l'usage quotidien du téléphone mobile ou du *smartphone* : 89 % des 12-17 ans les utilisent tous les jours contre seulement 65 % des personnes de 70 ans et plus. En outre, 85 % des diplômés du supérieur en ont un usage quotidien alors que cette pratique ne concerne que 61 % des non-diplômés.

Ces écarts tendent cependant à diminuer. En 2017, par exemple, le taux d'usage quotidien des plus jeunes était de 52 points supérieurs à celui des 70 ans et plus (cet écart est de 24 points cette année). Le taux d'usage quotidien d'un téléphone mobile ou d'un *smartphone* pour les diplômés du supérieur était supérieur de 41 points à celui des non-diplômés en 2017 (contre 24 points cette année, l'usage quotidien des non-diplômés a gagné + 11 points cette année).

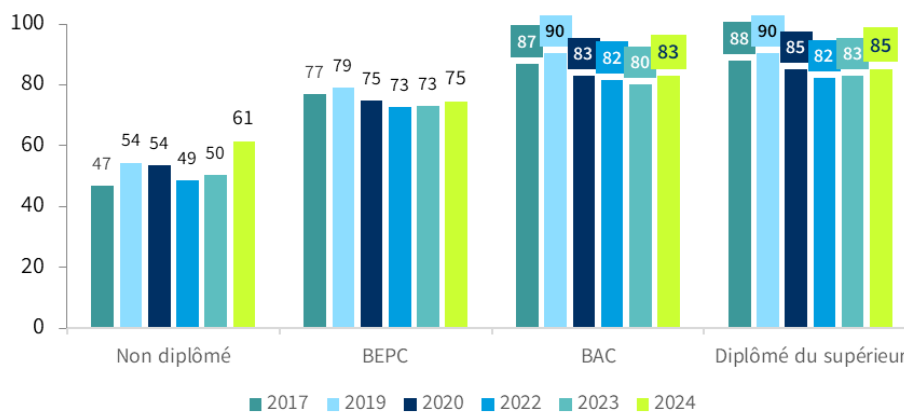
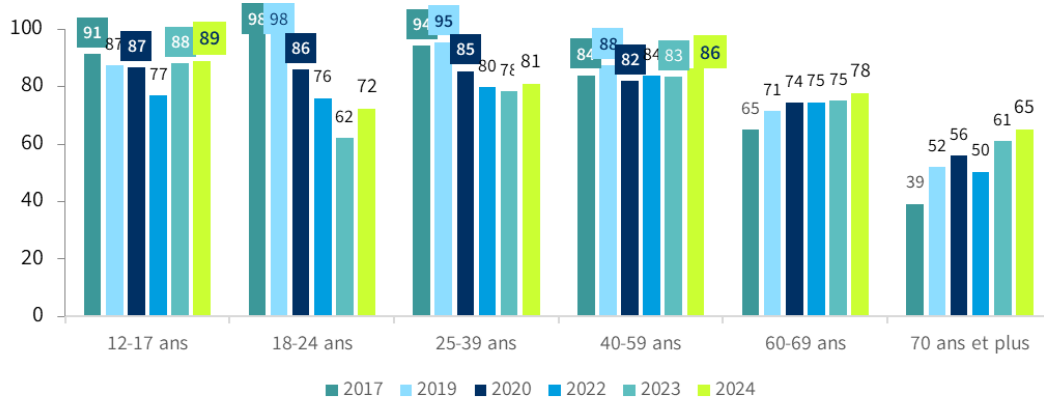
Des écarts, moins prononcés et relativement constants depuis 2017, subsistent également en fonction du niveau de revenus (75 % des bas revenus utilisateurs quotidiens d'un téléphone mobile ou d'un *smartphone*, contre 85 % des hauts revenus) et de la taille d'agglomération de résidence (75 % des habitants des communes rurales, contre 84 % des résidents des communes de plus de 100 000 habitants).

Graphique 76

Utilisation quotidienne du téléphone mobile ou du *smartphone* selon l'âge et le niveau de diplôme

« Au cours des six derniers mois, avez-vous utilisé les équipements suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Un usage quotidien de l'ordinateur pour à peine plus de la moitié de la population, et en baisse

Le taux d'utilisateurs quotidiens de l'ordinateur s'élève à 55 % dans l'ensemble de la population (- 3 points en un an).

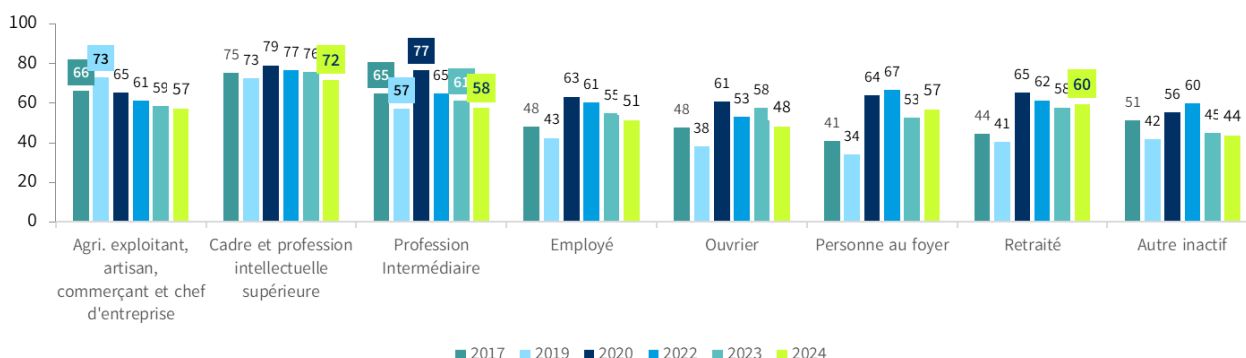
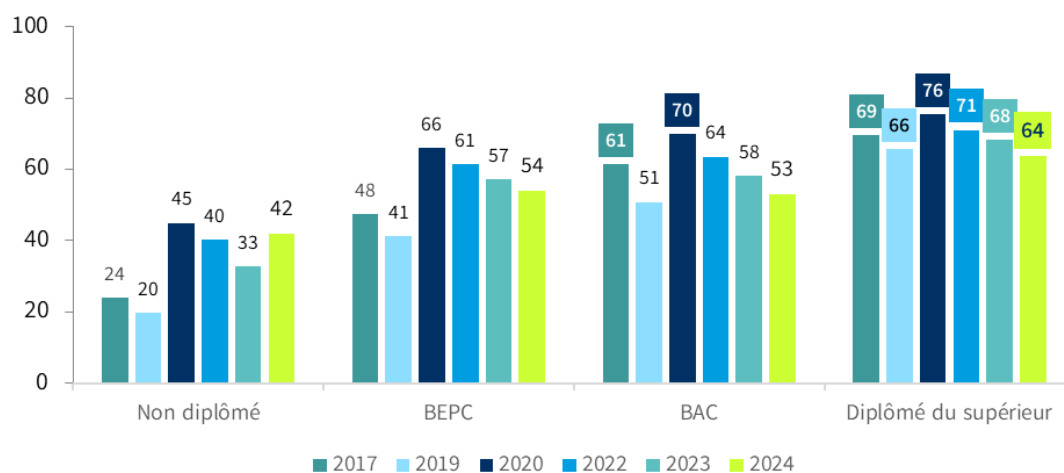
Ce taux varie significativement selon le niveau de diplôme et la catégorie socioprofessionnelle, de 42 % chez les non-diplômés à 72 % chez les cadres et membres des professions intellectuelles supérieures. Comme pour le *smartphone*, ces écarts tendent néanmoins à se réduire : l'usage quotidien de l'ordinateur progresse significativement chez les non-diplômés en 2024 (+9 points), tandis que la proportion d'utilisateurs quotidiens diplômés du supérieur recule de 4 points.

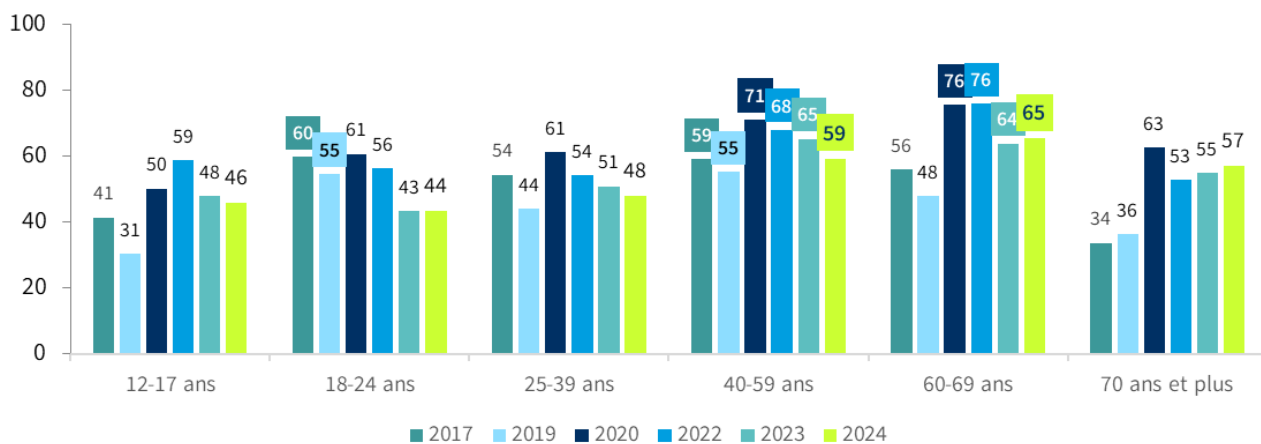
La propension à utiliser un ordinateur tous les jours croît également avec **l'âge** (de 46 % chez les 12-17 ans à 65 % chez les sexagénaires). **Après 70 ans**, cette proportion reflue (57 %, -8 points par rapport aux 60-69 ans).

Graphique 77 - Utilisation quotidienne de l'ordinateur selon le niveau de diplôme, la catégorie socioprofessionnelle et l'âge

« Au cours des six derniers mois, avez-vous utilisé les équipements suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -





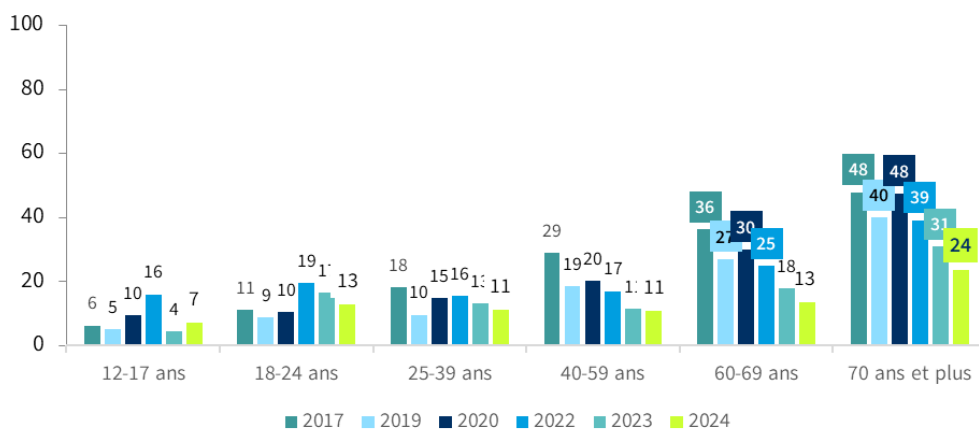
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Un fort repli de l'usage quotidien du téléphone fixe

En sept ans, l'usage quotidien du téléphone fixe a été divisé par deux, passant de 27 % à 13 %. Seuls les écarts liés à l'âge subsistent : un quart des 70 ans et plus utilise le téléphone fixe tous les jours (contre seulement 7 % des 12-17 ans). Il n'y a, en revanche, plus d'écart dans l'utilisation quotidienne du téléphone fixe selon les différents niveaux de diplôme ou de revenus.

Graphique 78 - Utilisation quotidienne de téléphone fixe selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La tablette, utilisée au quotidien par une personne sur cinq

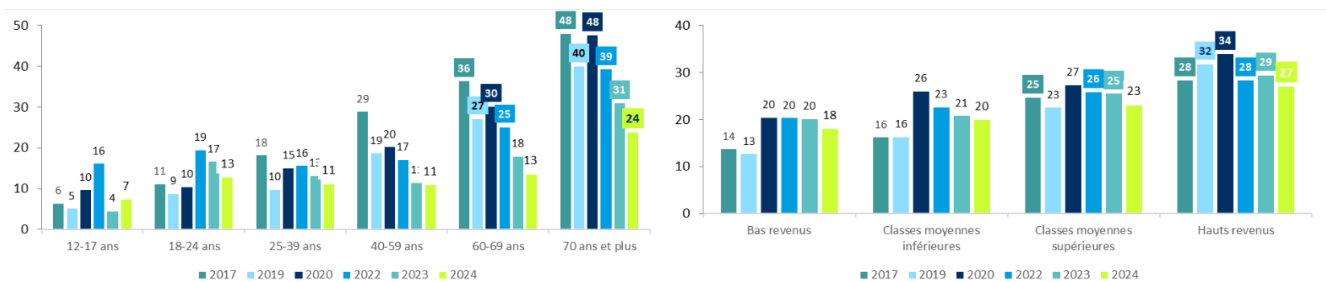
S'agissant des tablettes (54 % de la population dispose d'une tablette à domicile), l'âge des répondants n'a pas d'impact significatif sur l'utilisation quotidienne de cet équipement : environ 20 % des personnes utilisent une tablette quotidiennement une tablette.

En revanche, des écarts significatifs apparaissent selon le niveau de vie, le niveau de diplôme ou la taille de l'agglomération de résidence : le taux d'usage quotidien augmente avec le niveau de vie (+ 9 points entre les hauts et les bas revenus), le niveau de diplôme (+ 11 points entre les diplômés du supérieur et les non diplômés) et la taille d'agglomération (+ 11 points entre les habitants des communes rurales et les habitants de Paris et son agglomération).

Graphique 84 - Utilisation quotidienne de la tablette selon le niveau de vie, du diplôme ou la taille de l'agglomération de résidence

« Au cours des six derniers mois, avez-vous utilisé quotidiennement une tablette ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

d) Usage du *smartphone* : 40 % des répondants passent plus de 2h par jour sur leur *smartphone*

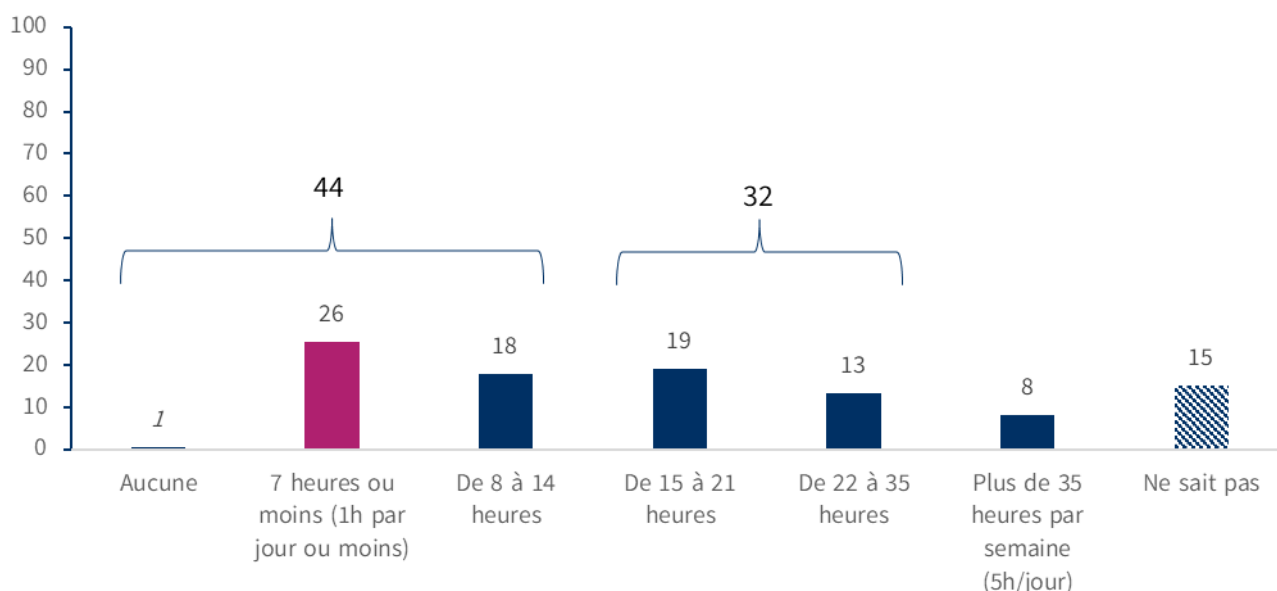
La majeure partie de la population (44 %) estime passer 2 heures ou moins par jour sur leur *smartphone*. Près d'un tiers (32 %) déclare y consacrer entre 2 et 5 heures, tandis que 8 % indiquent y passer plus de 5 heures.

En excluant les personnes ne sachant pas répondre à cette question (15 % des répondants), la médiane du temps hebdomadaire passé devant un *smartphone*, s'élève à 14 heures en 2024. Cela signifie que la moitié des individus déclare passer moins de deux heures par jours sur son *smartphone*, tandis que l'autre moitié indique dépasser ce seuil.

Graphique 79 - Nombre d'heures hebdomadaire passées devant son *smartphone*

« Combien d'heures par semaine passez-vous devant votre *smartphone* ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus équipée en *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % -- effectif total pondéré n : 3 702 --



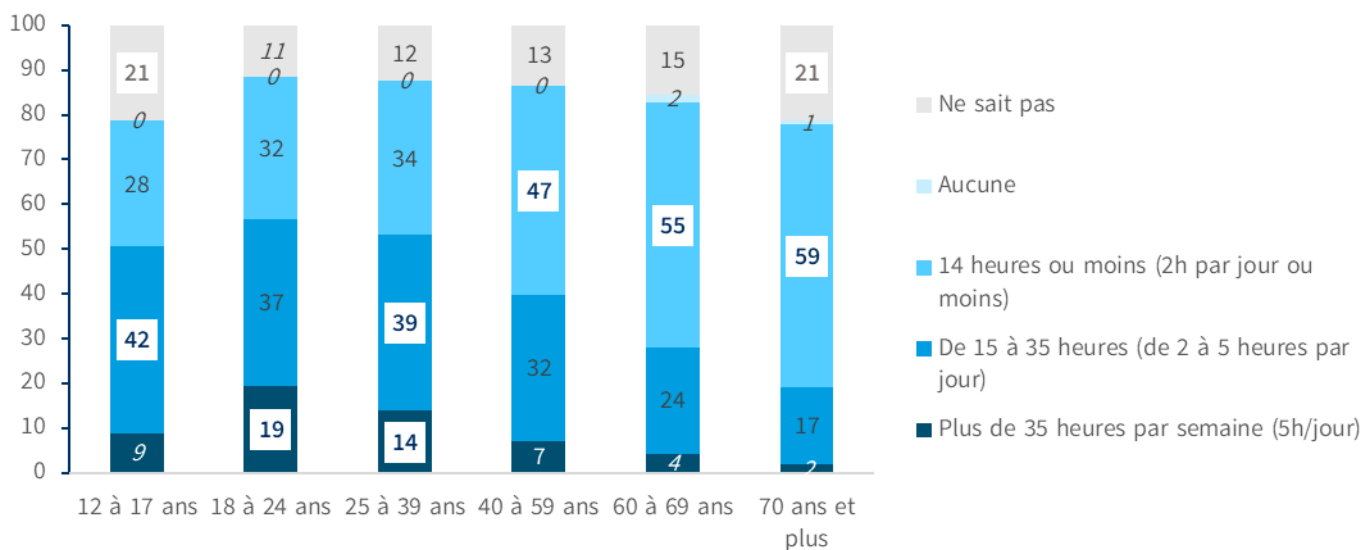
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les 18-24 ans et les 25-39 ans sont les deux classes d'âge déclarant passer le plus de temps devant un *smartphone* : 19 % des 18-24 ans et 14 % des 25-39 ans indiquent y passer plus de 5 heures par jour. Leurs cadets de 12 à 17 ans sont sensiblement moins nombreux à y passer plus de 5 heures par jour (9 %), mais y passent entre 2 et 5 heures par jour pour 42 % d'entre eux.

À partir de 40 ans, le temps passé sur son *smartphone* diminue. 39 % des 40-59 ans déclarent ainsi passer plus de 2 heures par jour sur leur *smartphone*, et moins de 20 % des 70 ans et plus.

Graphique 80 – Nombre d'heures hebdomadaire passées devant son *smartphone* selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus équipée en *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % -- effectif total pondéré n : 3 702 - -



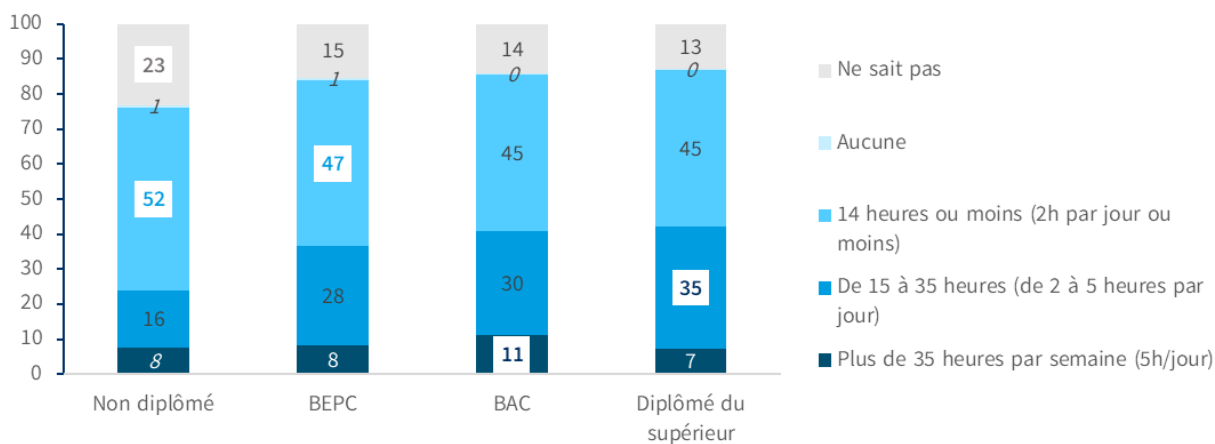
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les personnes de niveau baccalauréat sont celles déclarant le plus souvent un temps élevé : 11 % passent plus de 5 heures par jour devant leur *smartphone*. Les diplômés du supérieur mentionnent plus souvent qu'en moyenne un temps compris entre 2 et 5 heures par jour (35 %). À l'inverse, les non diplômés et les détenteurs d'un BEPC estiment plus souvent y passer moins de 2 heures par jour (respectivement 53 % et 48 %).

Graphique 81

Nombre d'heures hebdomadaire passées devant son *smartphone* selon le niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus équipée en *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % -- effectif total pondéré n : 3 702 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

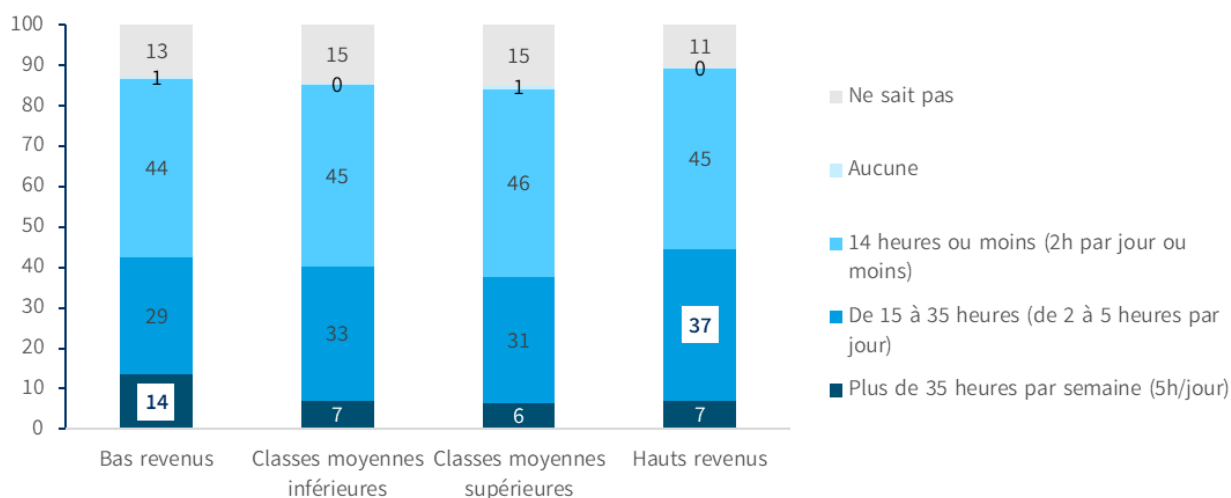
Les personnes disposant de bas revenus sont deux fois plus nombreuses que celles des autres catégories à déclarer passer plus de 5 heures par jour devant un *smartphone* (14 %). Toutefois le taux d'individus y passant moins de deux heures par jours varie peu selon le niveau de revenu, fluctuant entre 44 % chez les personnes disposant de bas revenus à 46 % chez les classes moyennes supérieures.

Graphique 82

Nombre d'heures hebdomadaire passées devant son *smartphone* selon le niveau de vie

« Combien d'heures par semaine passez-vous devant votre *smartphone* ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus équipée en *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % -- effectif total pondéré n : 3 702 - -



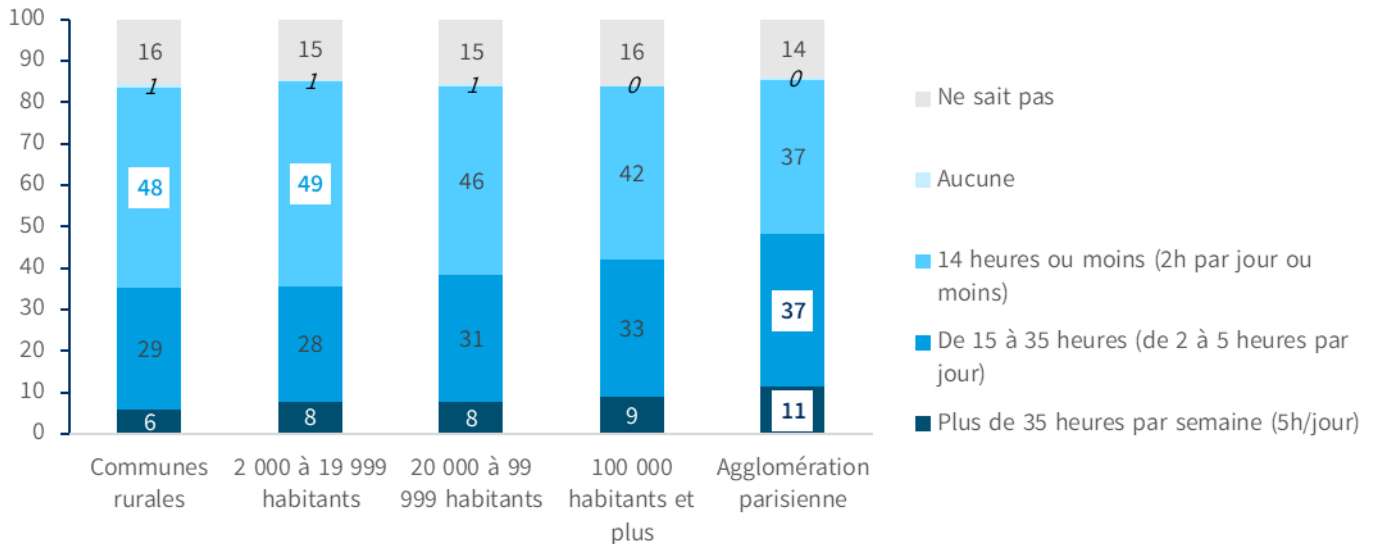
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le nombre d'heures passées sur son *smartphone* augmente avec la taille d'agglomération : 37 % des habitants de l'agglomération parisienne y consacrent entre 2 et 5 heures par jour (pour 29 % des habitants des communes rurales) et 11 % y passent 5 heures ou plus (pour 6 % des habitants de communes rurales).

Graphique 83 - Nombre d'heures hebdomadaire passées devant son *smartphone* selon la taille d'agglomération de résidence

« Combien d'heures par semaine passez-vous devant votre *smartphone* ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus équipée en *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % -- effectif total pondéré n : 3 702 --



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

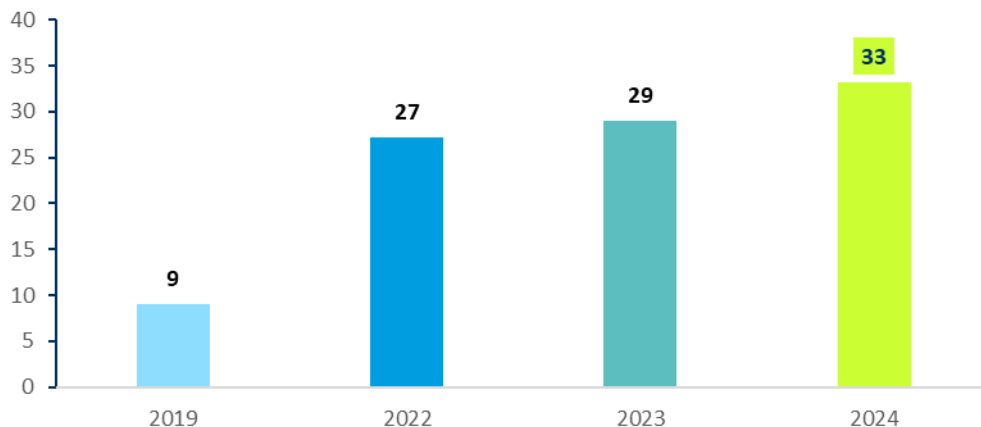
e) Parmi les personnes disposant d'une connexion fixe à internet, trois sur dix sont équipées en enceinte connectée ; 14 % de la population utilise une enceinte connectée quotidiennement

Au sein de la population équipée en connexion fixe à **internet**, une personne sur trois dispose d'une enceinte connectée (33 %, + 4 points par rapport à 2023)

Graphique 90 - Taux d'équipement en enceinte connectée à domicile

« Avez-vous à votre domicile une enceinte connectée disposant d'un assistant vocal de type Google Home / Nest, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod, etc.. ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : Depuis 2022, la question n'a pas été posée aux personnes n'ayant pas internet fixe à domicile. Le même filtre a donc été appliqué pour les années précédentes.

L'âge est le principal facteur qui différencie l'équipement en enceinte connectée. Alors que 17 % seulement des personnes de 70 ans et plus sont équipées d'une enceinte connectée, les 18-24 ans sont près de six sur dix (59 %) à en détenir une.

Graphique 84 - Taux d'équipement en enceinte connectée à domicile selon l'âge, la taille du foyer et la catégorie socioprofessionnelle

« Avez-vous à votre domicile une enceinte connectée disposant d'un assistant vocal de type Google Home / Nest, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod, etc.. ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423

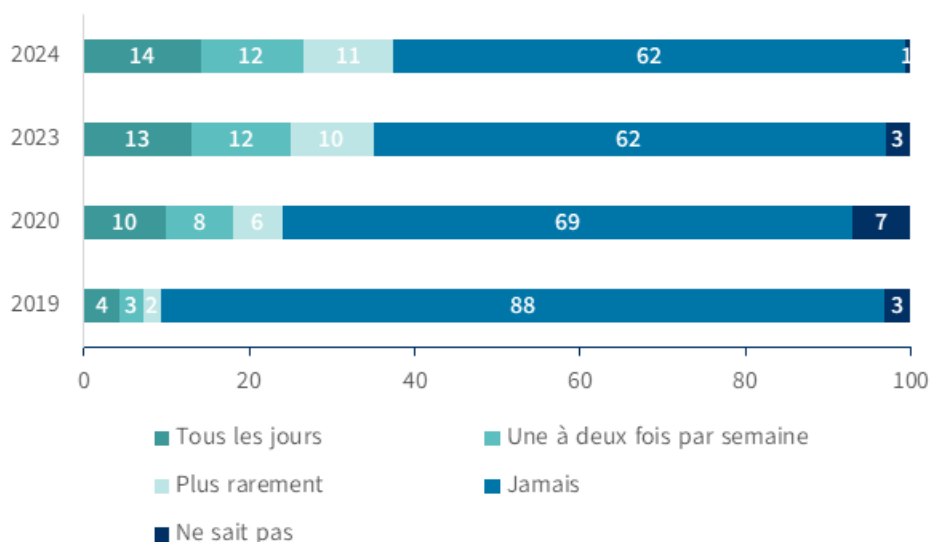


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 85 - Fréquence d'usage d'une enceinte connectée

« Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé une enceinte connectée avec assistant vocal de type Google Home, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -



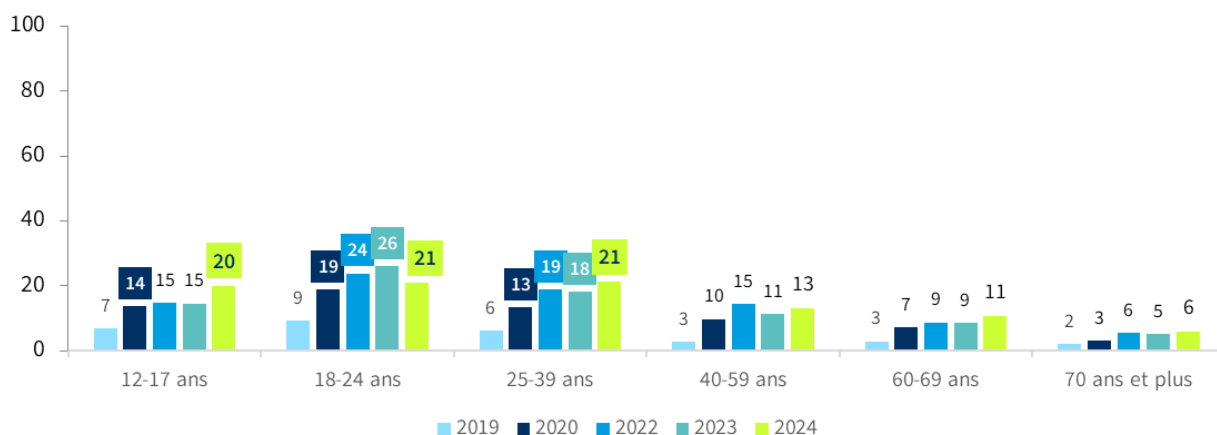
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

En 2024, 14 % des individus déclarent utiliser quotidiennement une enceinte connectée. Toutefois, cet usage reste limité parmi les populations plus âgées (6 % des plus de 70 ans) et les retraités (8 %), ainsi que chez les non-diplômés (9 %, Graphique 86). À l'inverse, les moins de 40 ans et les cadres se distinguent par une adoption plus fréquente, avec plus d'une personne sur cinq les utilisant chaque jour.

Graphique 86 – Fréquence d'usage d'une enceinte connectée selon l'âge, le niveau de diplôme et la catégorie socioprofessionnelle

« Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé – une enceinte connectée avec assistant vocal de type Google Home, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

f) L'équipement et l'appétence pour les objets connectés liés à la sécurité, la santé, la domotique ou l'électroménager retrouvent leur niveau de 2022

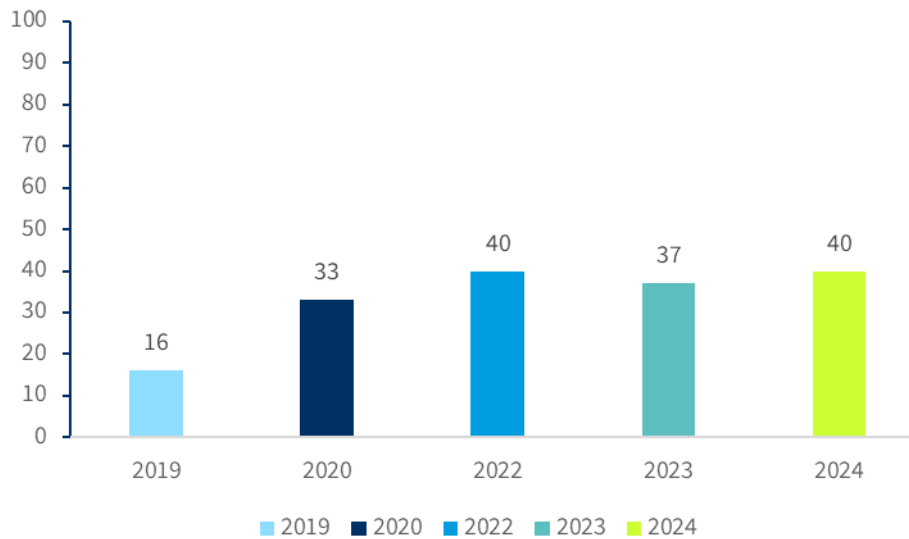
Outre les enceintes connectées, l'enquête s'intéresse également aux autres types de produits connectés à **internet** grâce à une technologie sans fil qu'ils soient relatifs à la sécurité, à la santé, la domotique ou l'électroménager. Les objets relatifs à la sécurité se rapportent, par exemple, aux alarmes, serrures, porte-clés ou détecteurs de fumée connectés, ceux à la santé à des montres, pèse-personnes, brosses à dents ou piluliers. Les objets relatifs à la domotique peuvent comprendre des thermostats, lumières, volets, prises électriques ou radiateurs connectés tandis que l'électroménager comprend toute la gamme possible de produits, comme les fours, réfrigérateurs, machine à laver ou cafetières.

Le taux de personnes disposant d'au moins un objet connecté à **internet** se maintient à 40 % environ depuis trois ans, contre 16 % cinq ans auparavant, en 2019.

Graphique 94 – Équipement en objets connectés en rapport avec la santé selon le genre, l'âge et le niveau de vie

« En dehors des téléphones, enceintes, télévisions et consoles de jeux, on peut disposer à domicile d'objets connectés à internet grâce à une technologie sans fil de type montre connectée, électroménager connecté, thermostat, sécurité, etc. Par rapport à ces objets, aujourd'hui, quelle est votre situation ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, - effectifs totaux pondérés 2024 n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

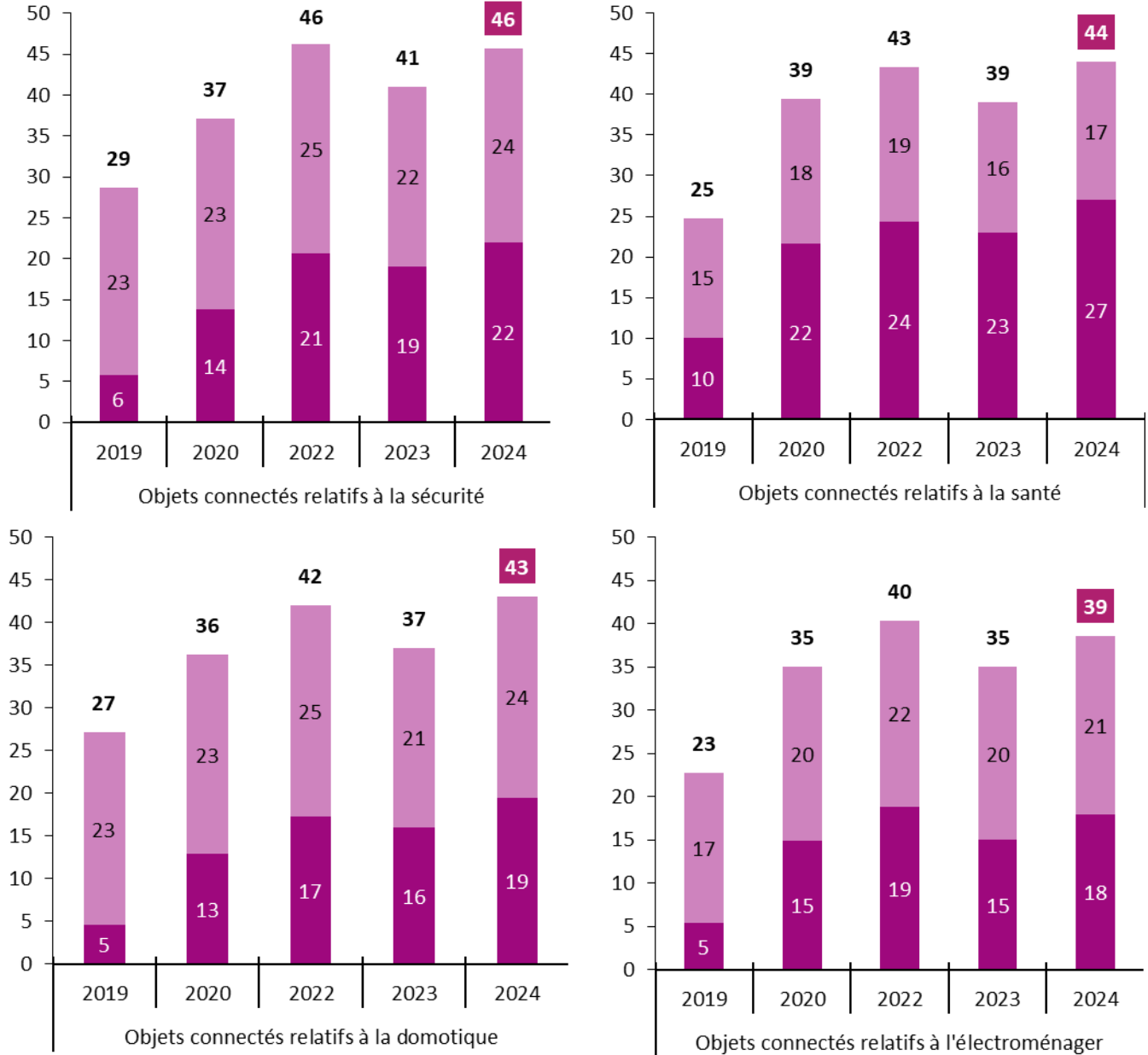
Chez les moins de 40 ans, le taux de détention d'au moins un objet connecté est majoritaire (52 % des 12-17 ans et des 25-39 ans et 59 % des 18-24 ans). Le taux de détention d'un objet connecté est systématiquement supérieur à celui des autres catégories d'âge, quel que soit le type d'objet connecté. Il est également majoritaire chez les hauts revenus (52 %), les cadres et professions intellectuelles supérieures (53 %), les foyers de cinq personnes (55 %). Ces catégories de personnes étaient déjà plus équipées dès 2020.

Les objets connectés en lien avec la santé sont les plus répandus : en 2024, 27 % des individus disposent d'objets connectés relatifs à la santé contre 20 % environ s'agissant des autres catégories d'objets.

Graphique 95 - Équipement et intérêt pour les objets connectés à internet

« En dehors des téléphones, enceintes, télévisions et consoles de jeux, on peut disposer à domicile d'objets connectés à internet grâce à une technologie sans fil de type montre connectée, électroménager connecté, thermostat, sécurité, etc. Par rapport à ces objets, aujourd'hui, quelle est votre situation ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Partie 2. Usages d'Internet

1. Le recours à l'intelligence artificielle, la nouvelle facette du numérique

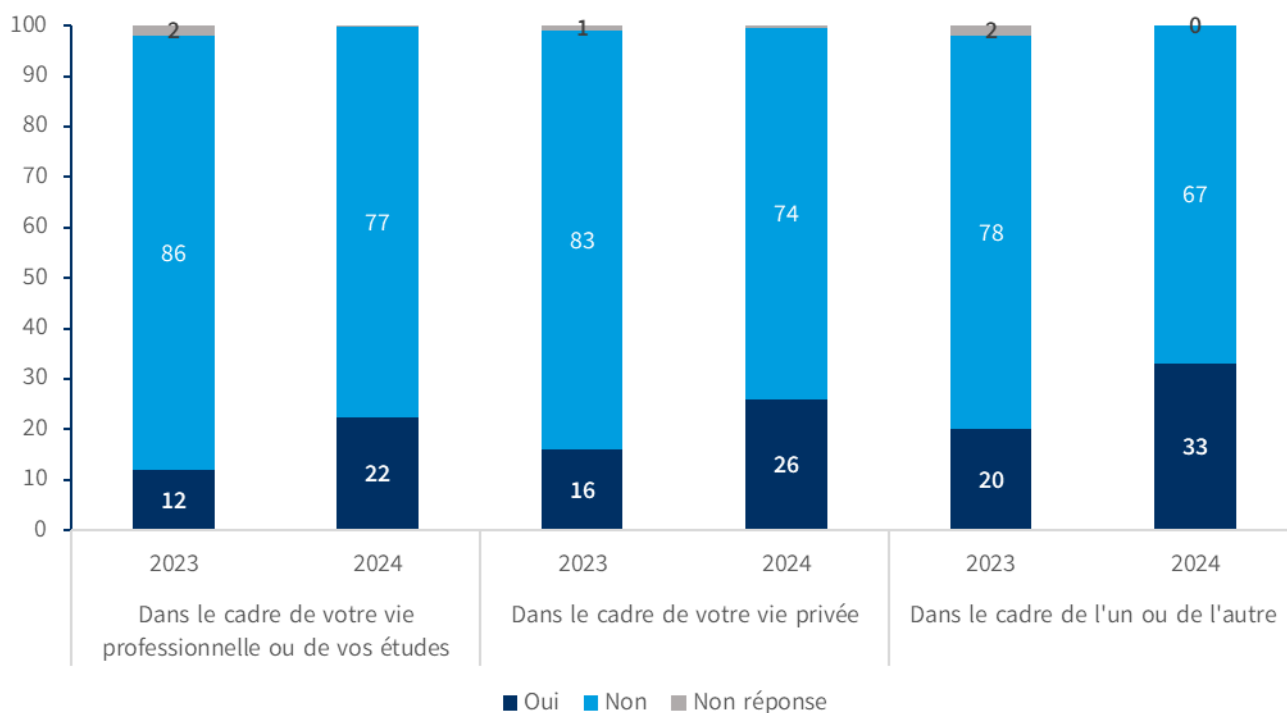
a) Un Français sur trois déclare avoir déjà utilisé l'intelligence artificielle (33 %, + 13 points en un an)

En 2024, un tiers des Français a déjà utilisé des outils d'intelligence artificielle, une hausse de 13 points par rapport à 2023. Les usages dans le cadre de la vie privée dominent (26 %, + 10 points en un an), dépassant de peu ceux liés à la vie professionnelle (22 %, également + 10 points sur la même période).

Graphique 87 - Utilisation personnelle des outils d'intelligence artificielle

« Avez-vous déjà utilisé, personnellement, des outils d'intelligence artificielle comme Chat GPT, Google Bard, Midjourney ou Dall-E... ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

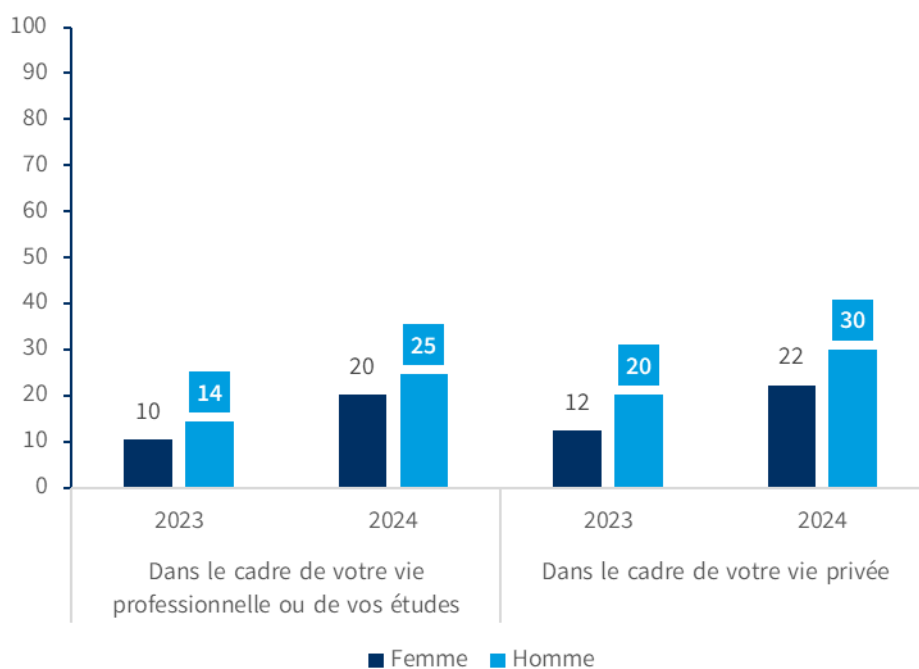
Note : en 2023, les personnes n'ayant jamais entendu parler des outils d'intelligence artificielle étaient notées comme non concernées. Nous avons considéré qu'elles n'utilisaient donc pas ces outils.

Les hommes ont davantage recours aux outils d'intelligence artificielle que les femmes, tant dans la vie privée que professionnelle : en 2024, 25 % des hommes les utilisent dans un cadre professionnel, contre 20 % des femmes, et 30 % des hommes en font usage dans leur vie privée, contre 22 % des femmes. Cet écart entre les genres reste similaire à celui observé en 2023. Deux études récentes indiquent que, même lorsqu'ils occupent les mêmes emplois, les hommes sont plus susceptibles de se

tourner vers l'intelligence artificielle et ChatGPT que les femmes³. Selon ces études, le manque de confiance en elles des femmes pourrait être en partie responsable de cette situation : les femmes qui n'utilisent pas l'intelligence artificielle indiquent plus souvent que les hommes leur besoin de formation pour utiliser cette nouvelle technologie.

Graphique 88 - Utilisation personnelle des outils d'intelligence artificielle par genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

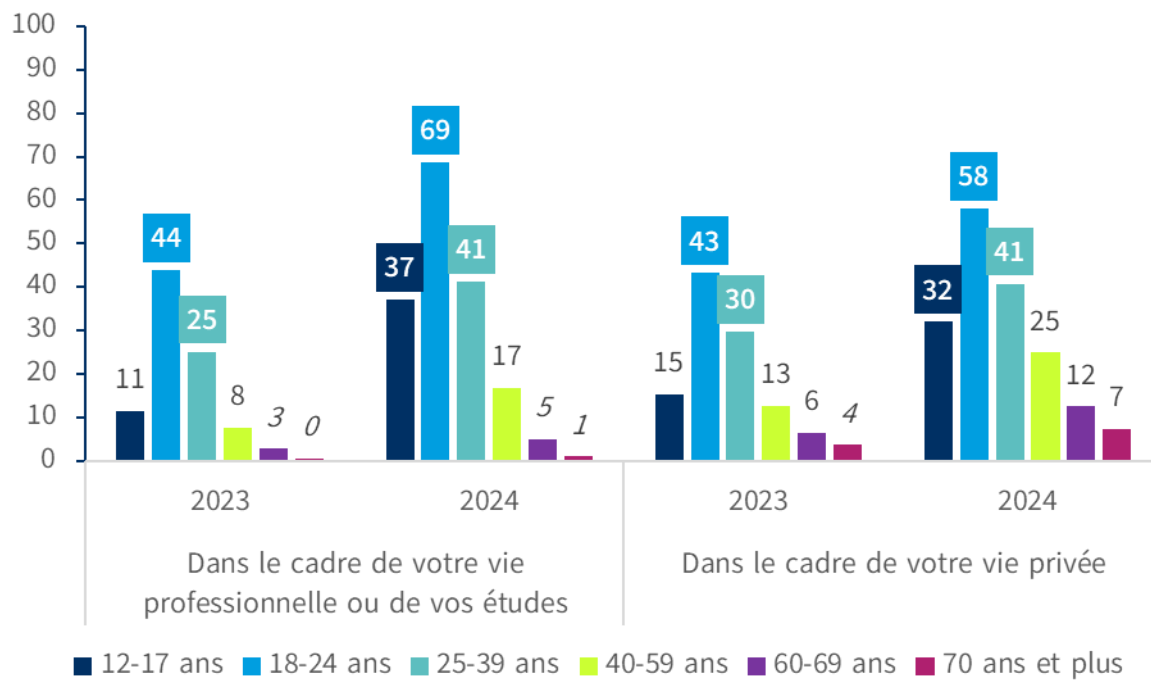
Comme en 2023, les 18-24 ans sont la tranche d'âge qui utilise le plus fréquemment les outils d'intelligence artificielle dans leur vie professionnelle ou dans le cadre de leurs études. Ainsi, 69 % d'entre eux ont déjà eu recours à l'IA dans ce contexte, contre 41 % des 25-39 ans. De plus, 58 % des 18-24 ans l'utilisent dans leur vie privée, comparé à 41 % des 25-39 ans. Ces écarts générationnels étaient déjà présents en 2023, dans des proportions similaires.

3 Humlum, A., & Vestergaard, E. (2024). The Adoption of ChatGPT. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4807516>

Carvajal, D., Franco, C., & Isaksson, S. (2024). Will Artificial Intelligence Get in the Way of Achieving Gender Equality? SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4759218>

Graphique 89 - - Utilisation personnelle des outils d'intelligence artificielle par âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

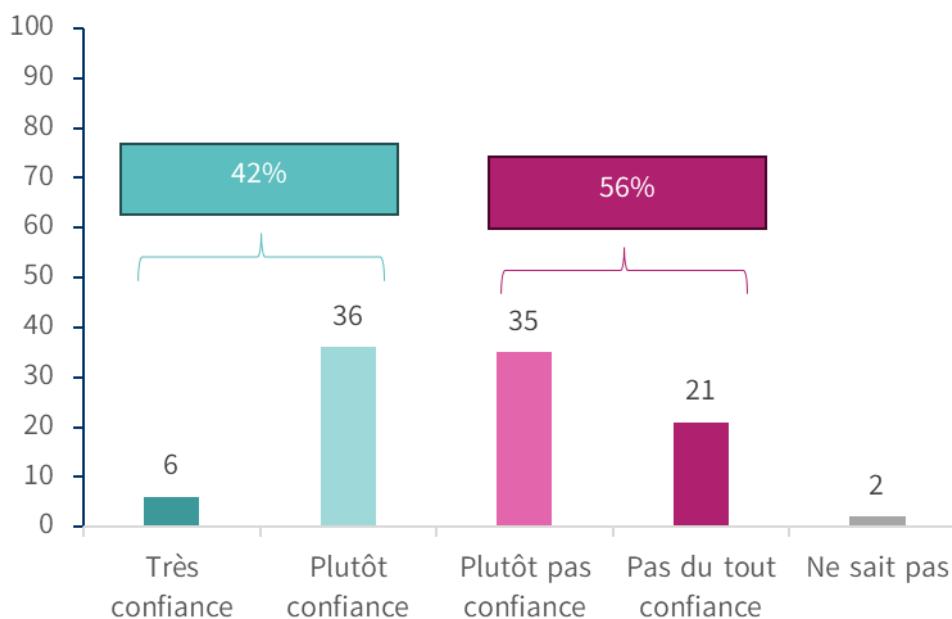
b) Pour l'heure, la population reste néanmoins majoritairement méfiante vis-à-vis de l'IA

Une majorité de Français (56 %) expriment un manque de confiance envers l'intelligence artificielle, dont 21 % affichent une forte défiance.

Graphique 90 - Degré de confiance dans l'intelligence artificielle

« Globalement, avez-vous très confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance dans l'intelligence artificielle ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

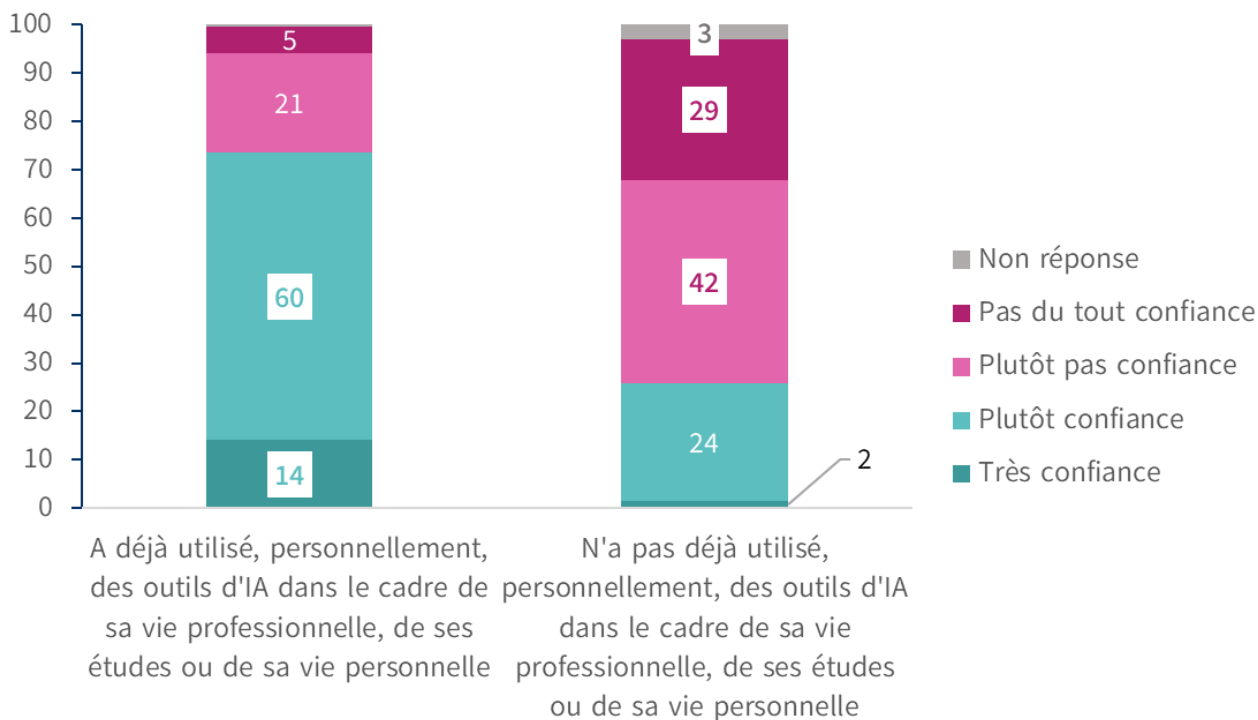


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les répondants ayant déjà intégré l'intelligence artificielle dans leur vie professionnelle, leurs études ou leur quotidien se révèlent globalement plus confiants (74 %) que ceux qui ne l'ont pas encore utilisée (26 %). Sans que l'on puisse déterminer avec certitude le sens de la corrélation : les personnes les plus ouvertes à l'IA ont-elles été plus enclines à l'adopter ? Ou est-ce l'usage de l'IA qui renforce la confiance dans cette technologie ?

Graphique 91 - Degré de confiance dans l'intelligence artificielle selon l'adoption de l'intelligence artificielle

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Lecture : 60 % de ceux qui ont déjà utilisé l'IA ont plutôt confiance en cette technologie.

Plus utilisateurs, les hommes ont tendance à faire davantage confiance à l'intelligence artificielle que les femmes : 45 % des hommes se déclarent confiants, contre 38 % des femmes, soit un écart de 7 points. Par ailleurs, la méfiance à l'égard de l'intelligence artificielle augmente avec l'âge. Les personnes plus âgées se montrent en effet plus sceptiques que les plus jeunes : 70 % des 70 ans et plus expriment de la méfiance, contre seulement 38 % des 18-24 ans.

Graphique 92 - Degré de confiance dans l'intelligence artificielle selon le genre et l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

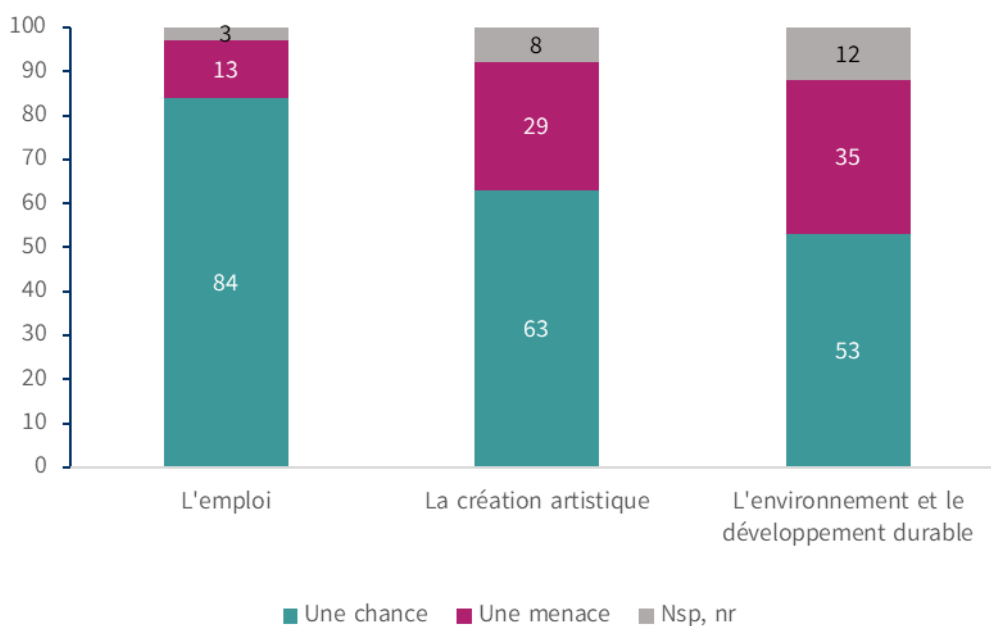
c) C'est pour l'emploi que l'intelligence artificielle constituerait le plus une menace (62 %)

Dans l'édition du Baromètre du numérique de 2008⁴, l'impact des ordinateurs et d'internet avait été étudié. La grande majorité des répondants considérait internet comme une opportunité pour l'emploi (84 %). Concernant la création artistique, l'opinion publique voyait également un effet positif des ordinateurs et d'internet (63 %), mais dans une moindre mesure. En revanche, pour l'environnement et le développement durable, les avis étaient plus mitigés : bien que beaucoup reconnaissaient une opportunité (53 %), plus d'un tiers percevait ces technologies comme une menace.

Graphique 93 - Perception des risques ou opportunités représentés par l'usage des ordinateurs et d'internet dans l'emploi, la création artistique, et pour l'environnement, le développement durable

« À votre avis, les ordinateurs et internet représentent-ils une menace ou une chance pour ... ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 2221 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2008

En 2024, les opinions sur l'intelligence artificielle ont été examinées dans ces mêmes domaines, avec un ajout pour l'éducation et la formation. Contrairement aux ordinateurs et à internet en 2008, l'IA est majoritairement perçue comme une menace dans les secteurs de l'emploi (62 %) et de la création artistique (53 %). Comme en 2008 pour les ordinateurs et internet, les avis sur l'impact de l'IA sur l'environnement et le développement durable restent partagés, sans consensus clair (48 % la considèrent comme une menace, 48 % comme une opportunité).

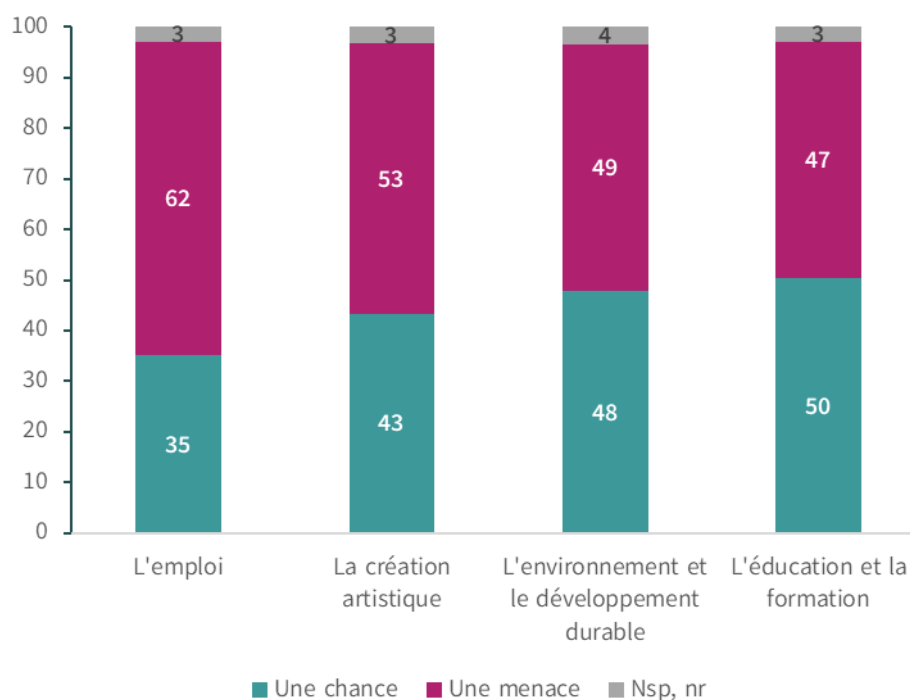
⁴ CREDOC (2008), La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française. Rapport réalisé à la demande du CGE et de l'ARCEP.

Enfin, dans le domaine de l'éducation et de la formation, en 2024, l'IA est légèrement plus souvent perçue comme une opportunité (50 %), bien qu'un nombre important de répondants (47 %) la voient toujours comme une menace.

Graphique 94 - Perception des risques ou opportunités représentés par l'usage de l'intelligence artificielle dans l'emploi, la création artistique, et pour l'environnement, le développement durable

« À votre avis, l'intelligence artificielle représente-t-elle une menace ou une chance pour ... ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Dans l'ensemble des domaines évalués, les hommes perçoivent plus souvent l'intelligence artificielle comme une opportunité plutôt qu'une menace, par rapport aux femmes. Cette différence est particulièrement notable dans le secteur de l'environnement, où 53 % des hommes voient l'IA comme une chance, contre 43 % des femmes. De même, les hommes ont plus tendance que les femmes à voir l'IA comme une opportunité dans le domaine de l'éducation et de la formation (55 % des hommes versus 46 % des femmes).

Les jeunes générations se montrent nettement plus optimistes que leurs aînés quant à l'impact de l'intelligence artificielle. Ils figurent systématiquement parmi les répondants qui perçoivent le plus fréquemment l'IA comme une opportunité, et ce, dans tous les domaines.

Cependant, en ce qui concerne l'impact de l'IA sur l'emploi, des craintes apparaissent tout de même chez les jeunes. En 2008, une très large majorité de jeunes (87 % des 12-17 ans et 92 % des 18-24 ans) voyaient les ordinateurs et internet comme une chance pour l'emploi. En 2024, face à l'intelligence artificielle, l'opinion des jeunes est bien plus partagée : 50 % des 12-17 ans considèrent l'IA comme une opportunité, tandis que l'autre moitié la perçoit comme une menace pour l'emploi. Craignent-ils que l'IA complexifie leur propre insertion professionnelle ?

Une tendance similaire est observée dans le domaine de la création artistique. Bien que les jeunes se montrent plus confiants que leurs aînés quant à l'impact de l'IA, ils sont moins optimistes que leurs prédécesseurs à propos des ordinateurs et d'internet. En 2008, par exemple, 71 % des 12-17 ans voyaient les ordinateurs et internet comme une opportunité pour la création artistique, tandis qu'en 2024, ce chiffre est tombé à 59 % pour l'IA.

Concernant l'environnement et le développement durable, les jeunes sont plus optimistes à propos de l'IA qu'ils ne l'étaient en 2008 à propos des ordinateurs et internet. En 2024, 62 % des 12-17 ans considèrent l'IA comme une précieuse opportunité pour la transition écologique. Cela contraste avec 2008, où les adolescents étaient surreprésentés parmi ceux qui voyaient les ordinateurs et internet comme une menace pour l'environnement : 43 % d'entre eux considéraient ces technologies comme un danger, contre 35 % en moyenne.

L'intelligence artificielle suscite particulièrement des inquiétudes chez les personnes au foyer, les professions intermédiaires et les employés, qui la perçoivent majoritairement comme une menace, à hauteur de 69 %, 67 %, et 66 % respectivement. En 2008, ces mêmes groupes voyaient principalement les ordinateurs et internet comme une opportunité pour l'emploi. Les professions intermédiaires sont également celles qui craignent le plus l'impact de l'IA sur la création artistique, avec 64 % estimant qu'elle représente un danger. En 2008, cette catégorie pensait au contraire que la création artistique avait beaucoup à gagner avec internet. Enfin, les cadres se montrent plutôt optimistes : 60 % estiment que l'IA peut favoriser l'éducation et 56 % la voient comme une opportunité pour l'environnement. En 2008, ces mêmes cadres affichaient déjà un optimisme similaire.

Ces différences de perceptions dans le temps tiennent possiblement au temps nécessaire à l'appropriation d'une nouvelle technologie. Les ordinateurs et internet avaient commencé à pénétrer les foyers dès la fin des années 90. En 2008 une dizaine d'années s'était déjà écoulée et la pénétration d'internet était de 58 % et celle des ordinateurs de 67 %. Une claire majorité de la population était donc déjà utilisatrice.

Dans l'ensemble, 20 % de la population perçoit l'intelligence artificielle comme une chance pour les quatre aspects mentionnés (l'emploi, la création artistique, l'environnement et le développement durable et l'éducation et la formation) tandis que 29 % perçoit des menaces pour tous ces aspects; la moitié de la population (51 %) étant plus mitigée. Les tendances observées sur chacun des items se confirment :

- **La perception des outils d'intelligence artificielle comme une chance** pour l'ensemble des aspects est plus fréquente parmi les hommes (24 %), les 12-17 ans (32 %), les 25-39 ans (25 %), les foyers de trois personnes (25 %), les foyers de quatre personnes (24 %), les classes moyennes inférieures (23 %) et les hauts revenus (26 %), les cadres et professions intellectuelles supérieures (27 %), les ouvriers (24 %), les autres inactifs dont notamment les étudiants (28 %) et les habitants de l'agglomération parisienne (28 %)
- **La perception des outils d'intelligence artificielle comme une menace** pour l'ensemble des aspects est plus fréquente parmi les femmes (32 %), les 40-59 ans (35 %), les 60-69 ans (35 %), les détenteurs d'un BEPC (33 %), les foyers de deux personnes (34 %), les classes moyennes supérieures (31 %), les professions intermédiaires (34 %), les personnes au foyer (36 %), les retraités (32 %) et les habitants des communes rurales (33 %).

Tableau 3

« À votre avis, l'intelligence artificielle représente-t-elle une menace ou une chance pour ... ? »

Analyse par classe d'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -

La création artistique	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
12 à 17 ans	59	41	0	100
18 à 24 ans	46	52	1	100
25 à 39 ans	50	48	2	100
40 à 59 ans	40	58	2	100
60 à 69 ans	38	59	3	100
70 ans et plus	38	51	11	100

L'environnement et le développement durable ?	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
12 à 17 ans	62	38	0	100
18 à 24 ans	55	42	3	100
25 à 39 ans	57	41	2	100
40 à 59 ans	45	54	2	100
60 à 69 ans	44	54	3	100
70 ans et plus	38	51	11	100

L'emploi ?	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
12 à 17 ans	50	50	0	100
18 à 24 ans	50	47	2	100
25 à 39 ans	44	54	1	100
40 à 59 ans	31	68	1	100
60 à 69 ans	29	69	2	100
70 ans et plus	26	64	10	100

L'éducation et la formation ?	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
12 à 17 ans	71	28	0	100
18 à 24 ans	61	36	3	100
25 à 39 ans	55	42	2	100
40 à 59 ans	47	52	1	100
60 à 69 ans	45	54	1	100
70 ans et plus	42	49	10	100

Champ : population de 12 ans et plus - %

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 4

« À votre avis, l'intelligence artificielle représente-t-elle une menace ou une chance pour ... ? »

Analyse par Profession catégorie sociale

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -

La création artistique	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'er	47	49	3	100
Cadre et profession intellectuelle supérieure	45	54	1	100
Profession Intermédiaire	36	64	0	100
Employé	46	53	2	100
Ouvrier	47	49	4	100
Personne au foyer	41	57	2	100
Retraité	37	54	8	100
Autre inactif	54	45	1	100
L'environnement et le développement durable ?	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'er	55	40	5	100
Cadre et profession intellectuelle supérieure	56	42	1	100
Profession Intermédiaire	48	51	1	100
Employé	49	50	2	100
Ouvrier	51	45	4	100
Personne au foyer	38	60	2	100
Retraité	39	53	8	100
Autre inactif	57	41	2	100
L'emploi ?	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'er	39	57	4	100
Cadre et profession intellectuelle supérieure	47	52	1	100
Profession Intermédiaire	32	67	1	100
Employé	33	66	1	100
Ouvrier	38	58	4	100
Personne au foyer	30	69	1	100
Retraité	27	66	7	100
Autre inactif	48	52	1	100
L'éducation et la formation ?	Une chance	Une menace	Non réponse	Total
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'er	45	52	3	100
Cadre et profession intellectuelle supérieure	60	38	2	100
Profession Intermédiaire	47	52	1	100
Employé	49	49	2	100
Ouvrier	49	48	3	100
Personne au foyer	44	54	2	100
Retraité	43	51	7	100
Autre inactif	68	31	1	100

Champ : population de 12 ans et plus - %

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

2. Les usages numériques, devenus incontournables dans la vie de la population

a) La majorité des internautes se déclarent incapables de se passer d'internet pendant plus d'une journée sans que cela leur manque

En 2024, plus d'internaute sur deux (55 %) déclare ne pas pouvoir se passer d'internet pendant plus d'une journée. Après un doublement entre 2016 et 2022, passant de 28 % à 58 %, la progression de cette dépendance a ralenti, avec une légère baisse de 3 points entre 2022 et 2024, sans que cela ne représente une véritable diminution.

Comme en 2022, les plus jeunes sont ceux qui ont le plus de mal à se passer internet, même pour quelques heures ou une journée : en 2024, 71 % des 12-17 ans sont concernés, une hausse de 8 points par rapport à 2023 (63 %). Cette tendance suscite des inquiétudes croissantes quant à la santé mentale des jeunes, notamment en raison de leur usage intensif des réseaux sociaux. Un rapport récent de l'OMS de septembre 2024 soulignait une augmentation inquiétante de l'utilisation problématique des réseaux sociaux chez les adolescents : 11 % des adolescents européens présenteraient des symptômes similaires à l'addiction, soit quatre points de plus qu'en 2018.⁵ L'addiction à internet chez les jeunes entraînerait une altération de l'activité cérébrale, affectant leur capacité à maintenir des relations sociales, provoquant des difficultés scolaires ainsi que des troubles du sommeil et de l'alimentation⁶

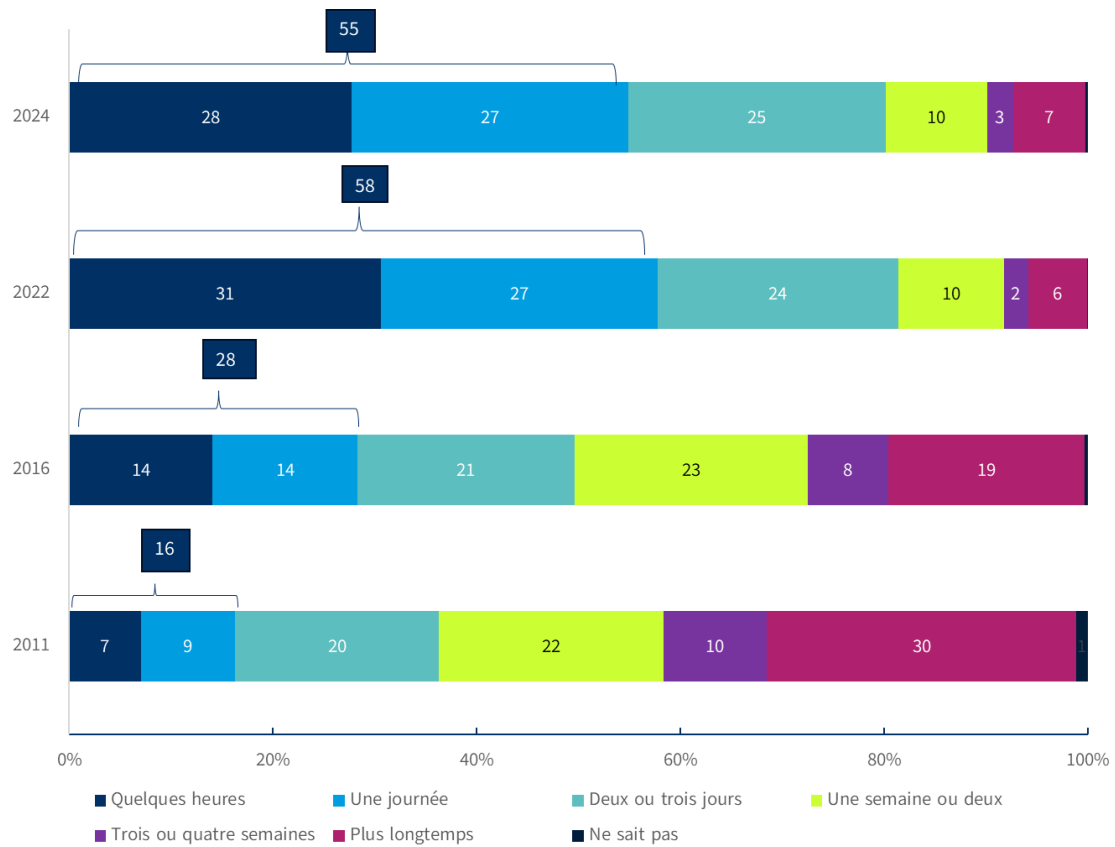
Il est important de souligner que la dépendance à internet touche également d'autres tranches d'âge. Plus de la moitié des 18-24 ans (59 %) et des 25-39 ans (61 %) ont du mal à s'en passer internet pendant plus d'une journée. Cependant, les personnes plus âgées semblent mieux y résister, avec une proportion plus faible rencontrant cette difficulté (48 % des 60-69 ans et 44 % des plus de 70 ans).

⁵ Organisation mondiale de la santé (OMS), « Les adolescents, les écrans et la santé mentale » Communiqué de presse du 25 septembre 2024, URL : <https://www.who.int/europe/fr/news/item/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health> Consulté le 13 décembre 2024.

Graphique 95 – Temps pouvant être passé sans internet sans sentiment de manque

« Combien de temps pouvez-vous vous passer de Internet sans que ça vous manque ? »

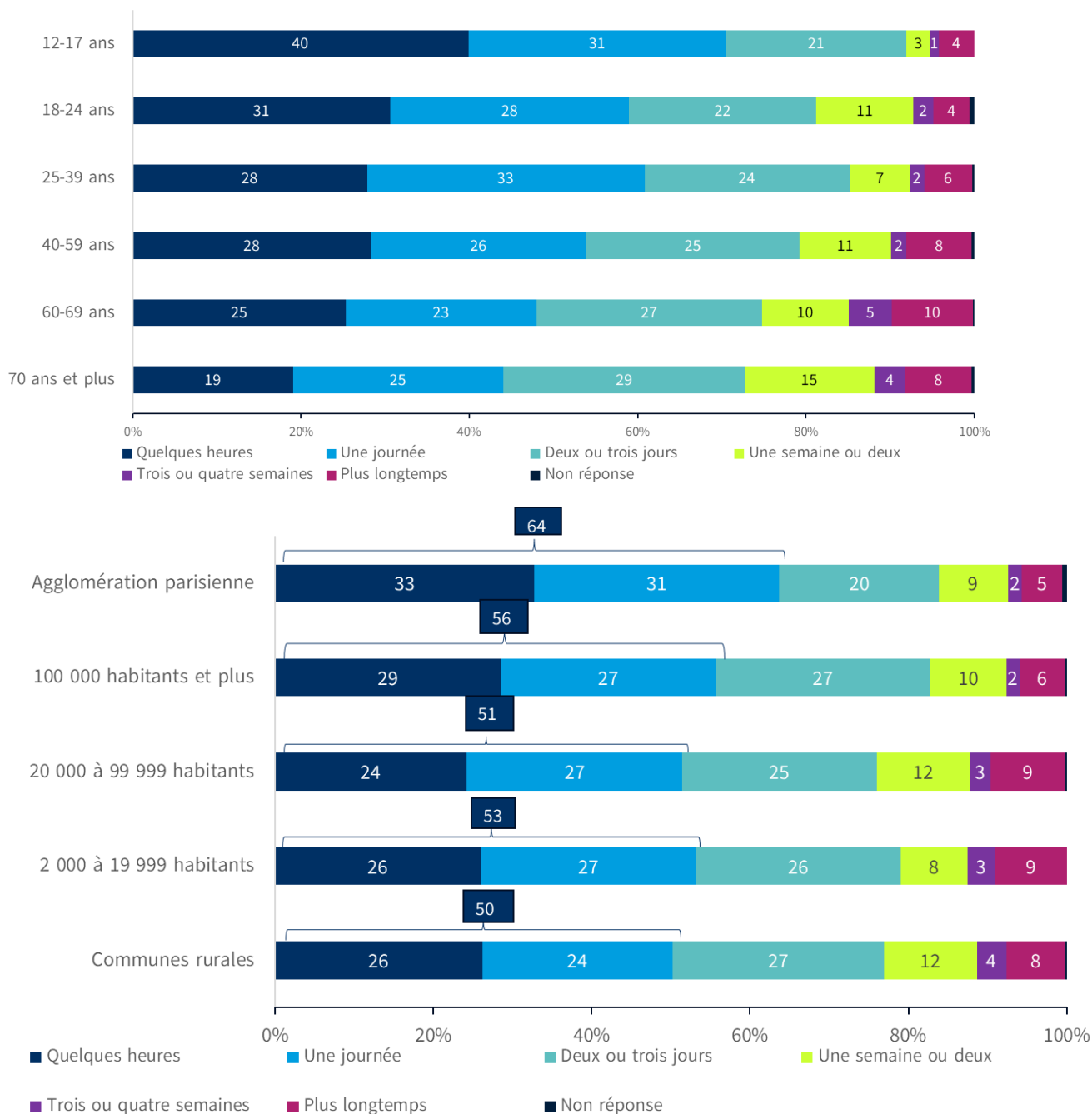
- Champ : ensemble de la population internautes, en % - effectif total pondéré n : 3 819



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 96 - Temps pouvant être passé sans internet sans sentiment de manque, selon l'âge, la taille d'agglomération de résidence

-- Champ : ensemble de la population internautes, en % - effectif total pondéré n : 3 819



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La dépendance à internet est particulièrement forte parmi les habitants de l'agglomération parisienne, où 64 % d'entre eux ne peuvent pas rester déconnectés plus de quelques heures à une journée sans que cela leur manque, (+ 3 points par rapport à 2022). À noter que, dans toutes les tailles d'agglomérations, cette proportion reste toujours au-dessus de 50 %, indiquant que, partout sur le territoire, au moins un habitant sur deux a du mal à se passer d'internet, même pour une courte période.

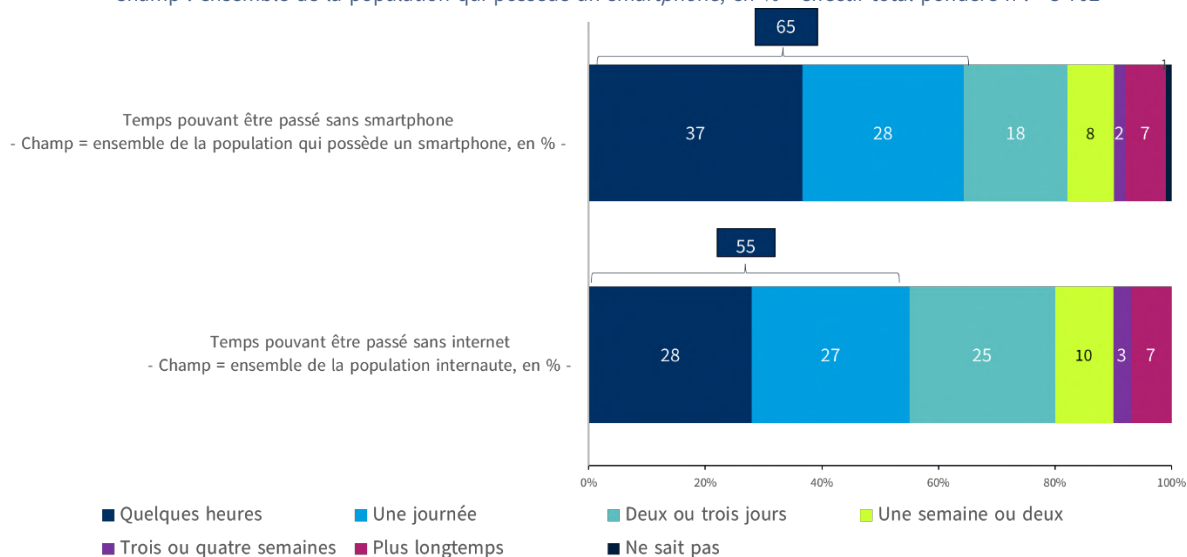
95 % des internautes possèdent un *smartphone*⁷. Chez les utilisateurs de *smartphones*, la dépendance aux appareils est plus marquée que celle des internautes envers internet. En effet, 65 % des détenteurs de *smartphone* affirment qu'ils ne peuvent passer que quelques heures par jour sans leur appareil, ce qui représente un écart de dix points par rapport à la dépendance moyenne des internautes à internet. Le psychiatre Laurent Karila compare souvent à ce titre le *smartphone* à un « e-doudou » pour adultes puisque qu'il est devenu un objet de réconfort constant. Dans une étude récente qu'il a conduit pour l'Observatoire Santé Pro BTP, en partenariat avec le Centre de Recherche de l'Institut Rafael⁸, il montre que, comme un doudou pour les enfants, le *smartphone* accompagne les adultes dans tous les moments de leur vie quotidienne : 53 % des répondants de l'étude⁹ consultent leur *smartphone* dès le réveil, 32 % l'utilisent à table, 36 % vont aux toilettes avec lui, 43 % vont au lit avec lui, et 15 % s'endorment même avec lui.

Graphique 97 - Temps pouvant être passé sans internet sans sentiment de manque

« Combien de temps pouvez-vous vous passer de votre *smartphone* sans que ça vous manque ? »

- Champ : ensemble de la population internaute, en % - effectif total pondéré n : 3 819

- Champ : ensemble de la population qui possède un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : - 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Comme pour la dépendance à internet, la forte dépendance au *smartphone* affecte plus souvent les jeunes. En effet, 80 % des adolescents âgés de 12 à 17 ans affirment qu'ils ne peuvent se passer de leur téléphone que quelques heures ou une journée avant de ressentir un manque. Face à cette situation préoccupante, une commission d'experts¹⁰ s'est réunie pour rédiger un rapport sur l'impact

7 Et 98 % des détenteurs d'un *smartphone* utilisent internet. Les deux populations sont donc quasiment similaires.

8 Etude sur l'addiction aux écrans Observatoire santé PRO BTP, en partenariat avec le Centre de Recherche de l'Institut Rafaël » (lien)

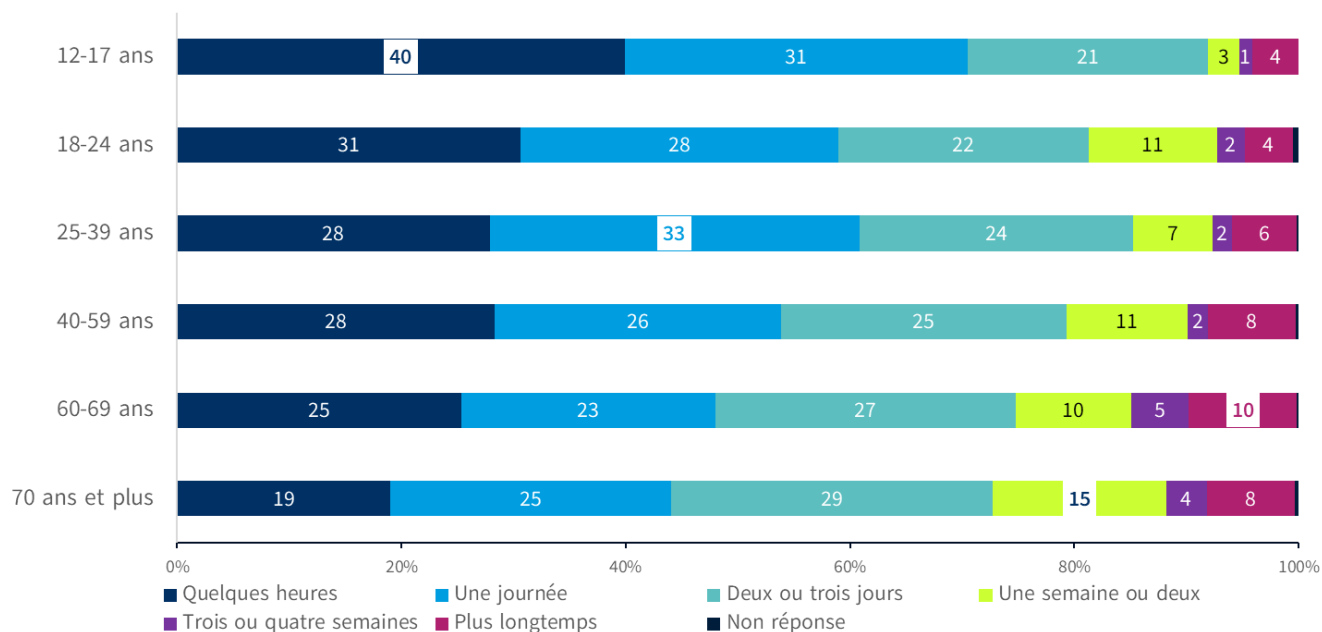
9 L'étude s'est basée sur une consultation auprès de 21 422 adhérents de Pro BTP Groupe âgés de 18 à 89 ans qui présentaient une légère sur-représentation des actifs par rapport à la population française générale et une sur-représentation des générations âgées de moins de 60 ans.

10 Enfants et écrans, A la recherche du temps perdu, Avril 2024, Rapport remis au Président de la République

des écrans sur les enfants. Intitulé « À la recherche du temps perdu », ce rapport rassemble les avis de dix spécialistes qui s'alarment des effets de la surexposition aux écrans sur la santé et le développement des enfants. Le rapport présente 29 propositions destinées à « reprendre le contrôle des écrans » et à replacer l'enfant au centre de la société, afin qu'il puisse grandir et s'épanouir en toute liberté.

Graphique 98 - Temps pouvant être passé sans *smartphone* sans sentiment de manque, selon l'âge

- Champ : ensemble de la population qui possède un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : - 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

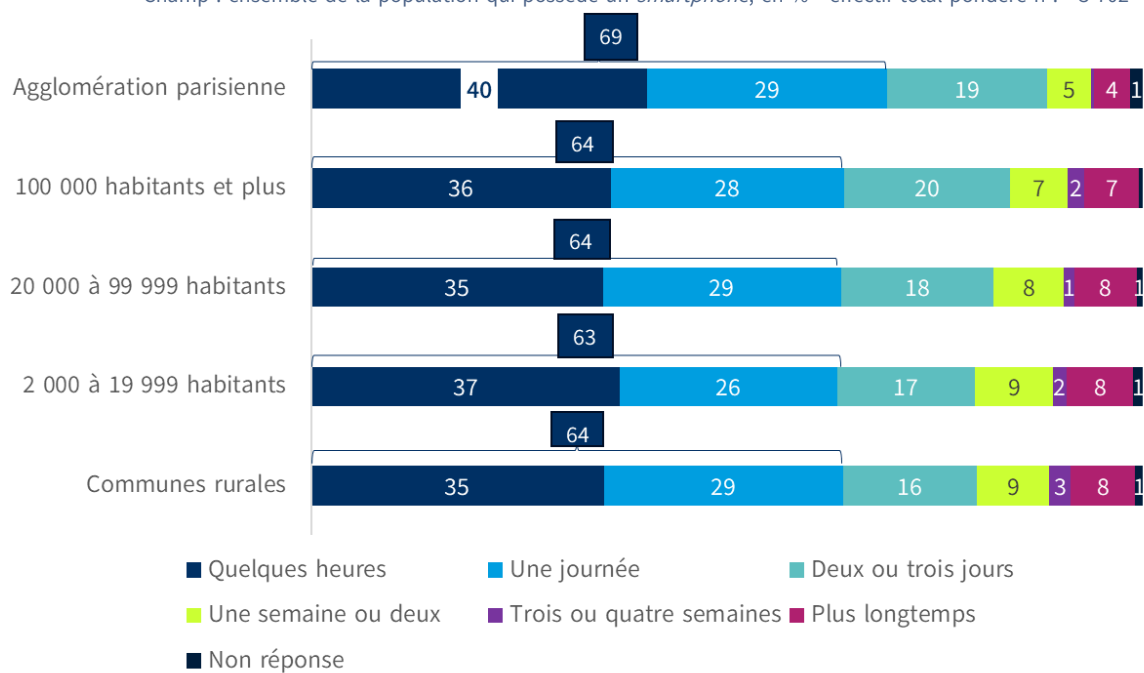
L'agglomération parisienne est à nouveau un territoire particulier, dont les habitants sont légèrement plus attachés à leur *smartphone*. En effet, 69 % d'entre eux ne peuvent s'en passer que quelques heures ou une journée maximum avant de ressentir un manque, contre 64 % des résidents des agglomérations de plus de 100 000 habitants, ce qui représente un écart de 5 points. Cette dépendance plus marquée des habitants de l'agglomération parisienne à leur *smartphone* peut s'expliquer par plusieurs facteurs. Premièrement, les habitants de l'agglomération parisienne sont plus susceptibles de faire des rencontres amoureuses en ligne (30 % versus 20 % en moyenne chez l'ensemble des répondants)¹¹. Ces plateformes, accessibles principalement via les *smartphones* accroissent leur besoin d'être connectés régulièrement. Deuxièmement, les habitants de l'agglomération parisienne consultent plus souvent internet pour rechercher des itinéraires de déplacement (85 % contre 80 % en moyenne)¹².

11 Voir supra. La même tendance n'est pas observée chez les habitants des communes de plus de 100 000 habitants, il existe une vraie spécificité parisienne.

12 Voir supra.

Graphique 99 - Temps pouvant être passé sans *smartphone* sans sentiment de manque, selon la taille d'agglomération

- Champ : ensemble de la population qui possède un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : - 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

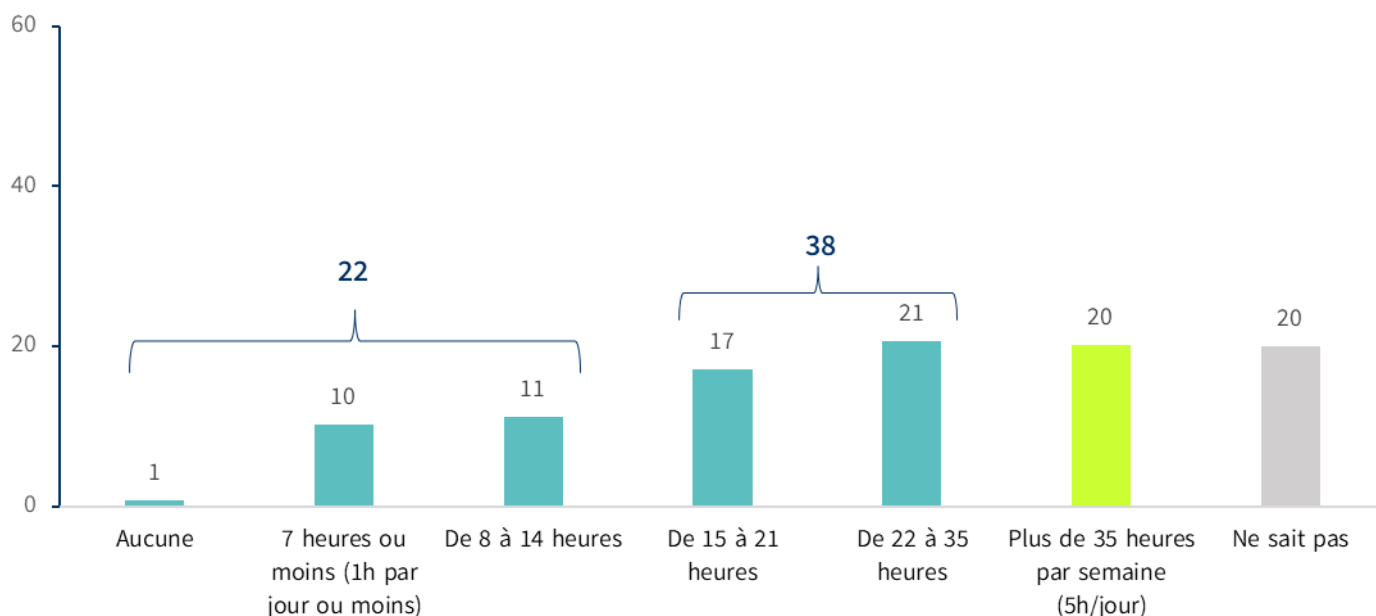
b) Quatre personnes sur dix estiment excessif le temps qu'elles passent devant les écrans pour leur usage personnel

En 2024, une personne sur cinq déclare passer plus de 35 heures par semaine (soit plus de 5 heures par jour) devant les écrans pour un usage personnel et près de deux sur cinq (38 %) entre 15 et 35 heures par semaine (soit entre 2 et 5 heures par jour). Une personne sur cinq indique en outre ne pas savoir évaluer ce temps.

Graphique 100 – Temps hebdomadaire passé devant les écrans pour l'usage personnel

« Pour votre usage personnel, combien d'heures par semaine passez-vous devant vos écrans tous écrans confondus (poste de télévision, *smartphone*, ordinateur, tablette, console de jeux, etc.) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

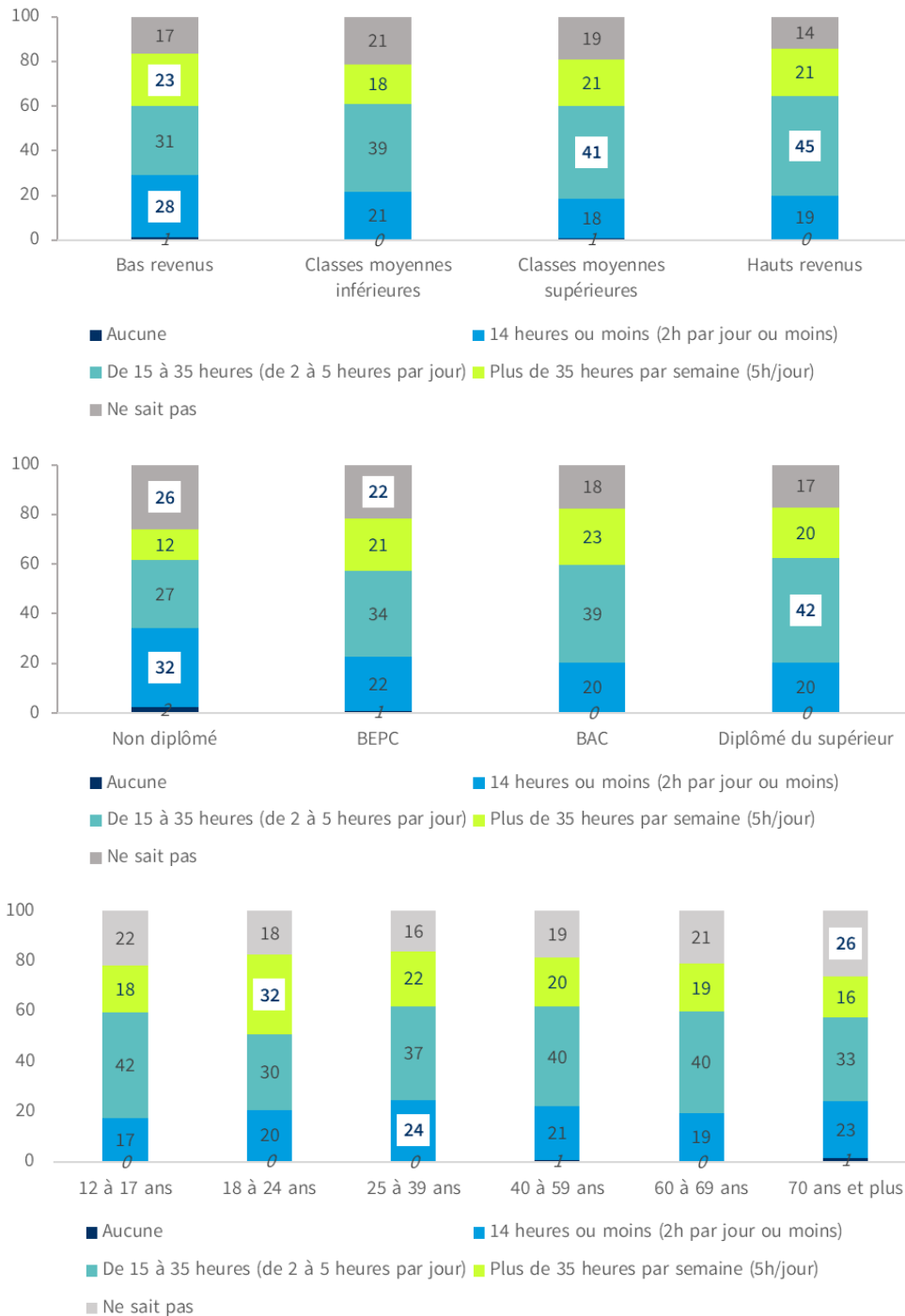
De fortes disparités sont observées selon les facteurs sociodémographiques. Les bas revenus se distinguent par des usages contrastés : 28 % consacrent moins de 14 heures hebdomadaires aux écrans tandis que 23 % y passent plus de 35 heures. Les plus aisés sont à l'inverse plus nombreux à déclarer des usages intermédiaires : 41 % des classes moyennes supérieures et 45 % des hauts revenus estiment passer entre 15 et 35 heures par semaine devant leurs écrans.

Les non diplômés déclarent plus souvent un plus faible nombre d'heures passées devant les écrans par rapport à l'ensemble de la population (32 % des non diplômés y consacrent 14 heures ou moins par semaine contre 21 % de la population générale) et se prononcent moins souvent sur l'intensité de leurs usages (26 % contre 20 % sur l'ensemble de la population).

Ces différences de revenus et de diplôme vont de pair avec des différences selon l'âge. Les plus jeunes ne sont pas nécessairement ceux déclarant le plus fort niveau d'usage des écrans : les 12-17 ans ne se différencient pas du reste de la population à cet égard. Si 32 % des 18-24 ans déclarent bien un usage intensif des écrans, de plus de 35 heures par semaine, les 25-39 ans sont au contraire plus prompts à déclarer de faibles usages, de 14h ou moins (24 %).

Graphique 101 – Temps hebdomadaire passé devant les écrans pour l’usage personnel selon le niveau de vie, de diplôme et la taille de l’agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

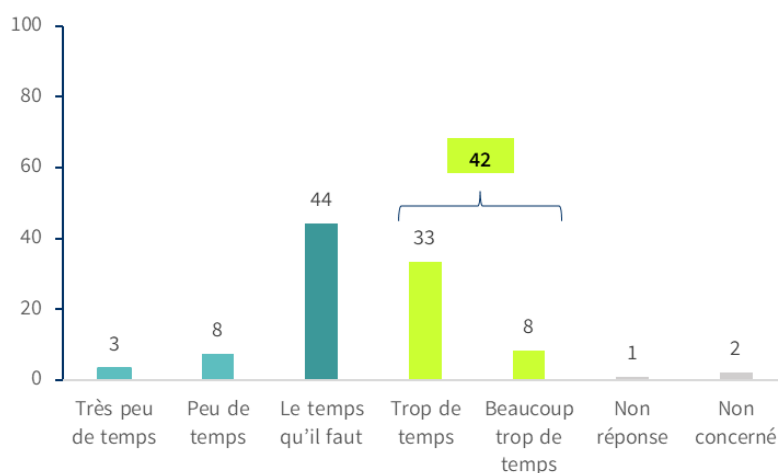
Les habitants des agglomérations de 100 000 habitants ou plus déclarent un temps d’usage plus élevé : 23 % y consacrent plus de 35 heures par semaine, contre 17 % des habitants des communes rurales.

Invités à dire ce qu'ils en pensent, une proportion importante de la population juge passer « trop » voire « beaucoup trop » de temps (42 %, devant les écrans pour leur usage personnel. 44 % estiment y passer « le temps qu'il faut » et une minorité, 11 %, « peu ou très peu de temps ».

Graphique 102 – Regard porté sur le temps passé devant les écrans pour un usage personnel

« Pour votre usage personnel, diriez-vous que vous passez sur vos écrans ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



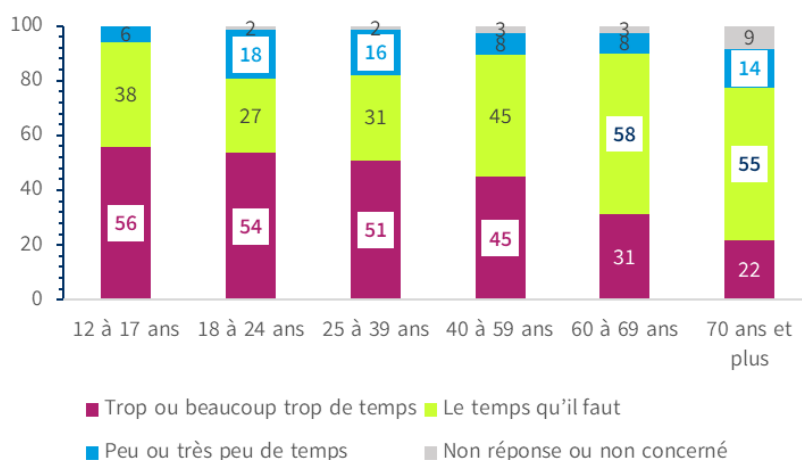
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les différences sociodémographiques à l'égard de cette perception sont marquées. Ainsi, les femmes estiment plus souvent passer « trop » ou « beaucoup trop de temps » devant les écrans (44 % contre 39 % des hommes).

56 % des 12-17 ans considèrent également excessif le temps qu'ils consacrent aux écrans. Cette appréciation est plus globalement partagée par les moins de 60 ans et décroît avec l'avancée en âge : 54 % des 18-24 ans, 51 % des 25-39 ans et 45 % des 40-59 ans estiment ce temps excessif, contre 31 % des 60-69 ans et 22 % des 70 ans et plus.

Graphique 103 – Regard porté sur le temps passé devant les écrans pour son usage personnel selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

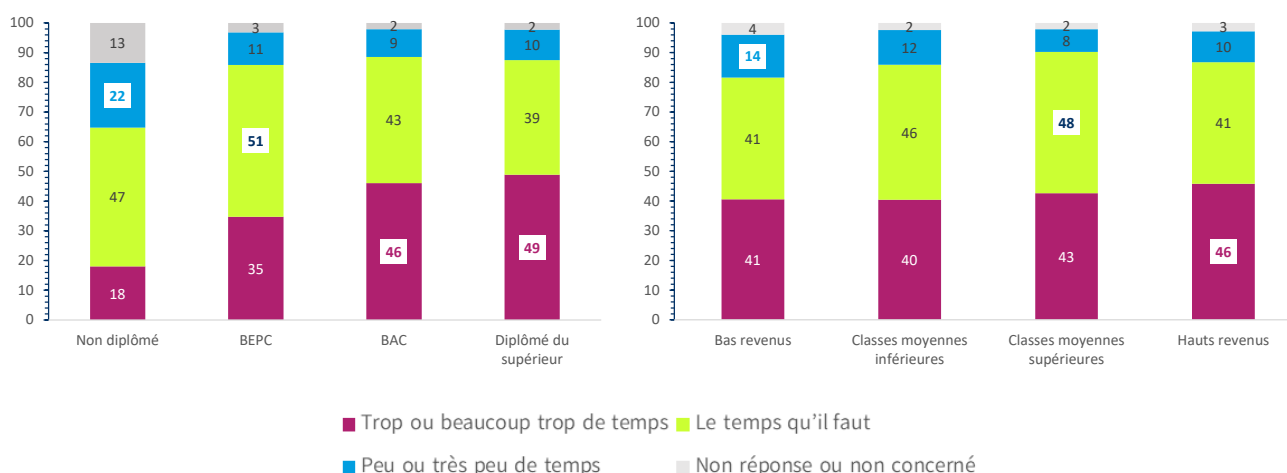
Le regard porté sur le temps consacré aux écrans se durcit avec le niveau diplôme : seuls 18 % des non diplômés considèrent passer trop de temps devant les écrans, pour plus d'un tiers des détenteurs de BEPC (35 %), 46 % des personnes ayant atteint le niveau baccalauréat et 49 % celles détenant un diplôme de l'enseignement supérieur.

Les hauts revenus (46 %) considèrent également plus souvent qu'en moyenne (42 %) le temps qu'ils passent devant les écrans comme trop conséquent. Les cadres et professions intellectuelles supérieures (50 %), les membres des professions intermédiaires (51 %) et les employés (46 %) sont eux aussi plus nombreux à partager cette opinion.

Graphique 104 – Regard porté sur le temps passé devant les écrans pour son usage personnel selon le niveau de diplôme et de revenus

« Pour votre usage personnel, diriez-vous que vous passez sur vos écrans ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



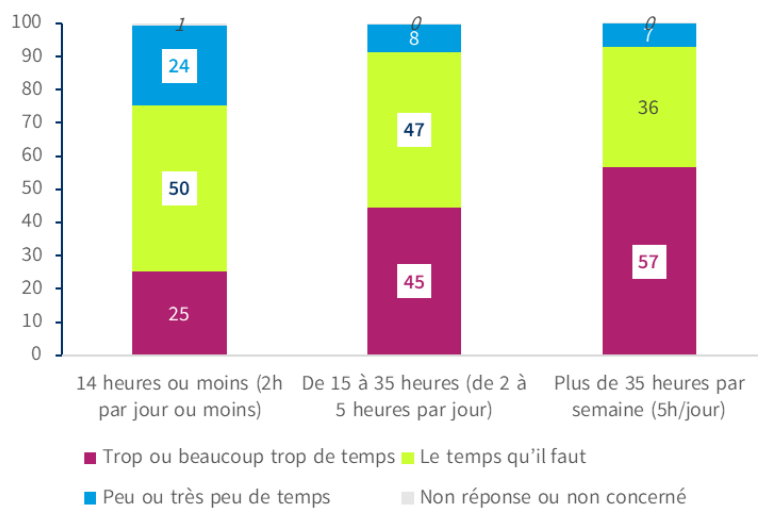
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le sentiment d'une utilisation trop intensive des écrans croît avec le temps passé devant les écrans. En effet, 57 % des personnes indiquant regarder des écrans plus de 35 heures par semaine considèrent

y consacrer trop de temps, comme 45 % des personnes y restant entre 15 à 35 heures contre un quart (25 %) de celles y passant 14 heures ou moins.

Graphique 105 – Regard porté sur le temps passé devant les écrans pour son usage personnel selon le temps passé

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant estimé son temps d'écran, en % - effectif total pondéré n : 3 254 personnes



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

3. Usages phares sur internet

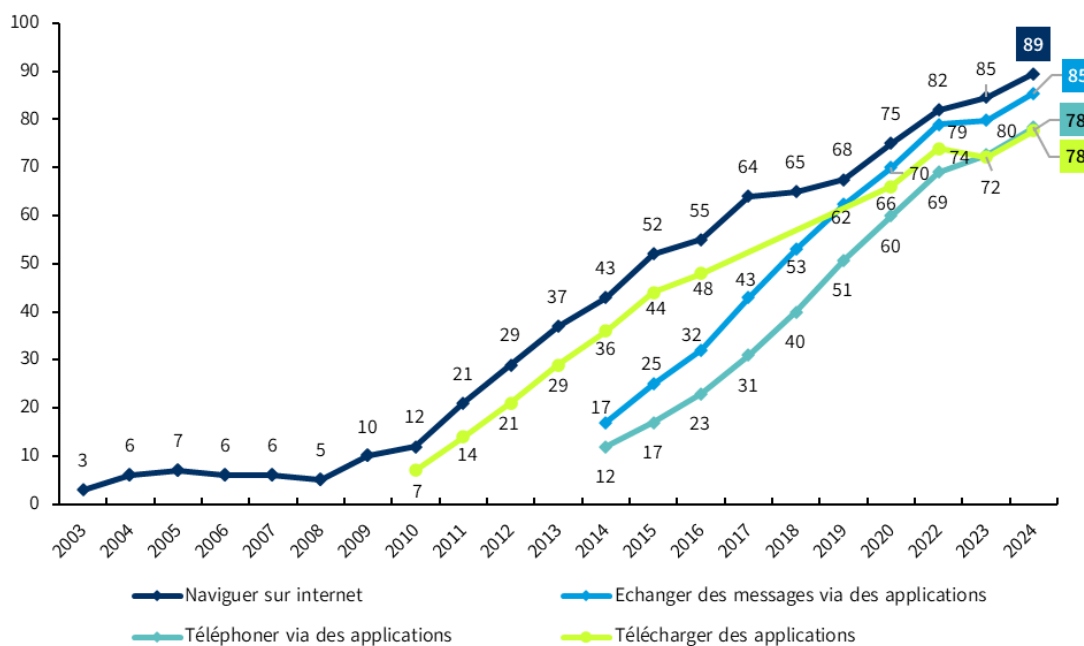
a) Les usages sur téléphone mobile continuent de progresser

Une proportion toujours plus importante de la population adopte les usages sur téléphone mobile. En 2024, la progression du taux d'utilisateurs de ces services est comprise entre + 4 et + 6 points de croissance en un an selon l'usage : près de 9 personnes sur 10 naviguent sur internet depuis leur *smartphone* (+4 points en un an), 85 % échangent des messages instantanés (+5 points), 78 % téléphonent via ces applications (+4 points) et la même proportion (78 %) téléchargent des applications sur leur *smartphone* (+6 points). La hausse de ces usages va par ailleurs de pair avec l'augmentation de la part de la population disposant de *smartphones*, qui atteint 91 % en 2024 (+4 points en un an).

Graphique 106 - Proportion de personnes utilisant un téléphone mobile pour ..., selon l'activité numérique

« À quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 --



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

* Depuis 2022, les données ont été reconstituées à partir de la fréquence d'utilisation des différents de recours aux différents usages et non à partir d'une question directe sur le recours ou non aux usages. « A quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel... ». Cumul des réponses « Tous les jours », « Une à deux fois par semaine » et « Plus rarement ».

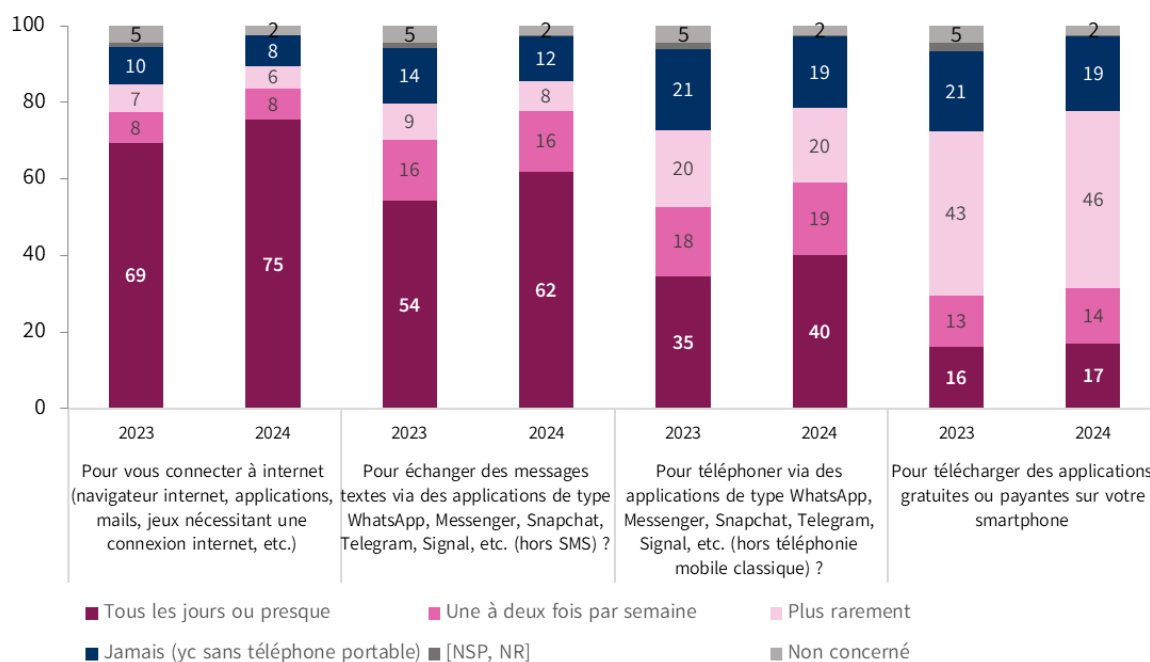
b) L'usage quotidien des messageries instantanées est en progression constante

La proportion d'utilisateurs quotidiens s'est également accrue, notamment en ce qui concerne la connexion à internet (75 %, + 6 points) et l'usage des messageries instantanées, que ce soit pour envoyer des messages (62 %, + 8 points d'envois de messages quotidiens) ou téléphoner (40 %, + 5 points).

Graphique 107 - Fréquence d'utilisation du téléphone mobile, selon l'activité

« À quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel pour ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

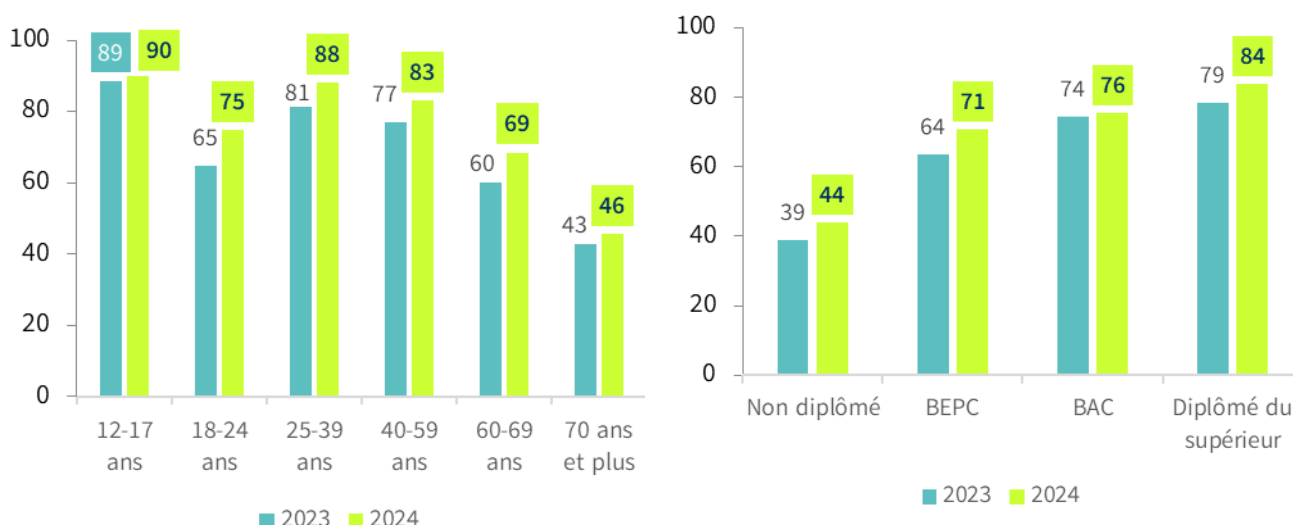
Selon les caractéristiques socio-démographiques, les usages varient sensiblement.

La connexion quotidienne à internet via un *smartphone*, par exemple, est beaucoup plus utilisée par les jeunes (90 % des 12-17 ans) que par les plus âgés (46 % des 70 ans et plus) et davantage par les diplômés du supérieur (84 %) que les non diplômés (44 %).

En un an, ces écarts catégoriels sont pratiquement stables. Les titulaires des plus hauts revenus ainsi que les personnes qui résident dans les agglomérations les plus grandes affichent une connexion quotidienne plus fréquente (+ 10 points pour les titulaires des hauts revenus par rapport aux bas revenus et + 13 points pour les habitants de Paris et de l'agglomération parisienne par rapport aux personnes qui résident dans les communes rurales). Ces écarts se sont très légèrement atténués. Ils étaient respectivement de 12 et 17 points l'an dernier.

Graphique 108 – Connexion quotidienne à internet via un téléphone mobile, selon l'âge et le niveau de diplôme

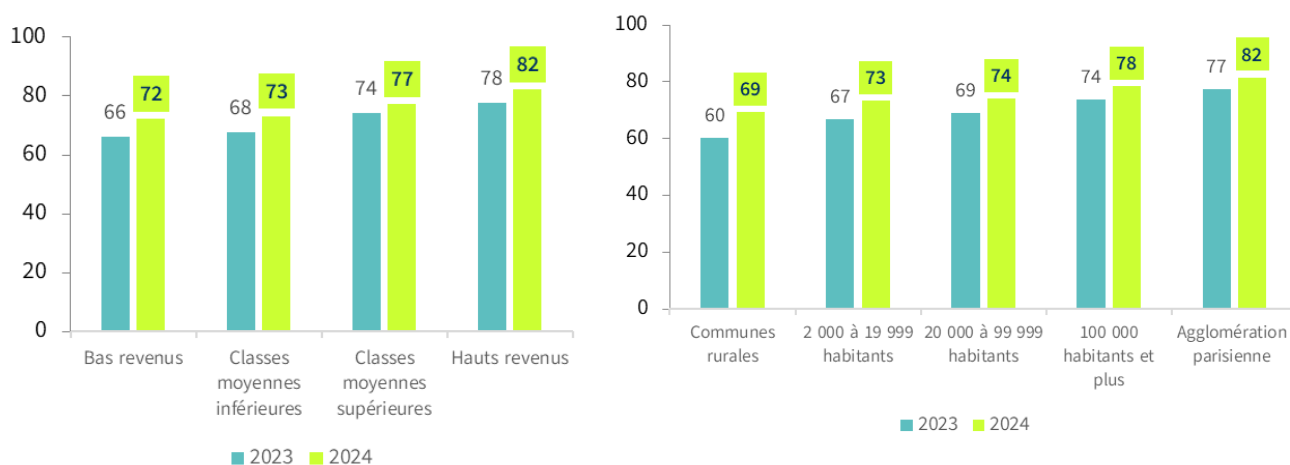
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus - effectif total pondéré n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 109 – Connexion quotidienne à internet via un téléphone mobile, selon le niveau de revenu et la taille d'agglomération

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus - effectif total pondéré n : 4 066

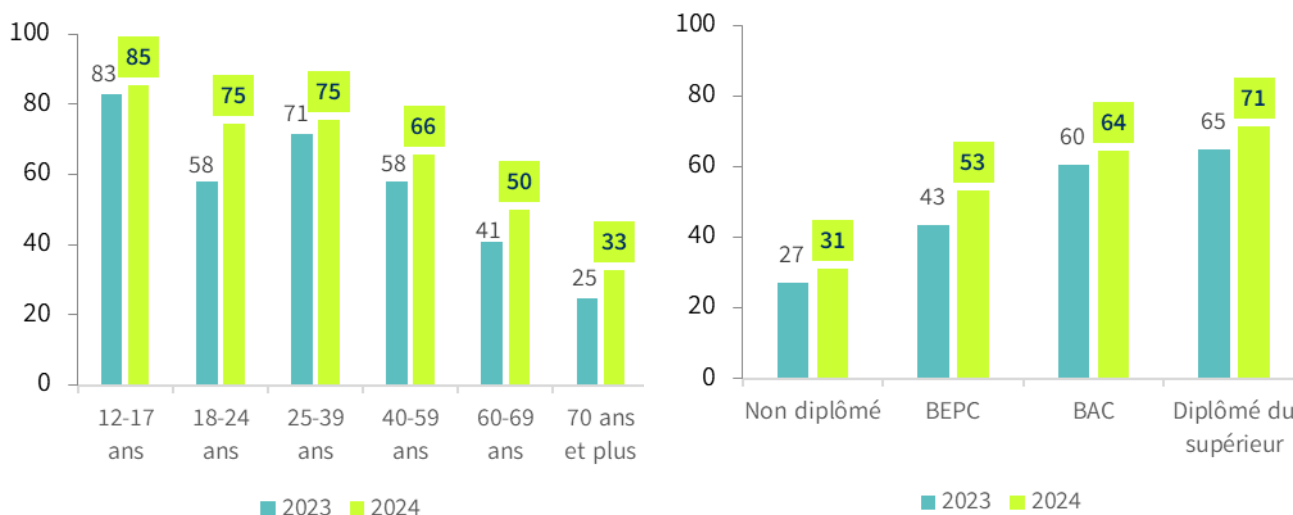


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'usage quotidien des applications comme WhatsApp, Messenger ou Snapchat pour envoyer des messages ou passer des appels révèle des tendances similaires : ces usages diminuent avec l'âge et augmentent avec le niveau de diplôme. Par exemple, 85 % des 12-17 ans envoient des messages quotidiennement, contre un tiers des 70 ans et plus, et 71 % des diplômés du supérieur utilisent ces services, contre 31 % des non-diplômés. Les appels via ces applications est également plus fréquent chez les cadres (53 %), les étudiants et autres inactifs (52 %) et les employés (51 %) que chez les retraités (22 %).

Graphique 110 – Utilisation quotidienne d'un téléphone mobile pour échanger des messages textes via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc. (hors SMS), selon l'âge et le niveau de diplôme

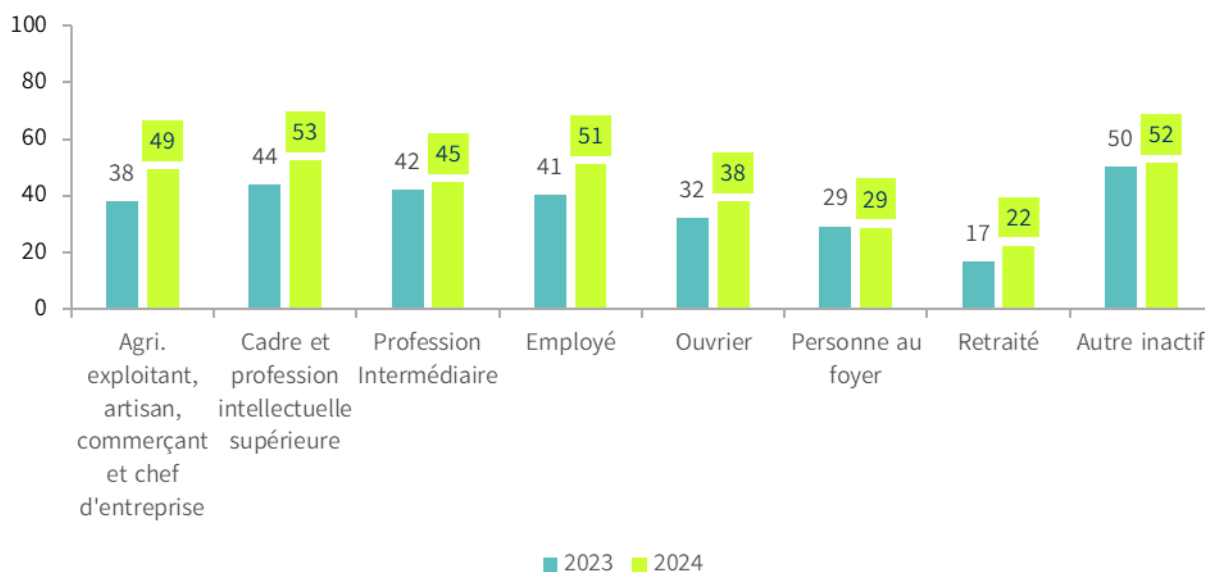
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus - effectif total pondéré n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 111 – Utilisation quotidienne d'un téléphone mobile pour passer des appels via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc. (hors téléphonie mobile classique), selon la catégorie socio-professionnelle

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus - effectif total pondéré n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

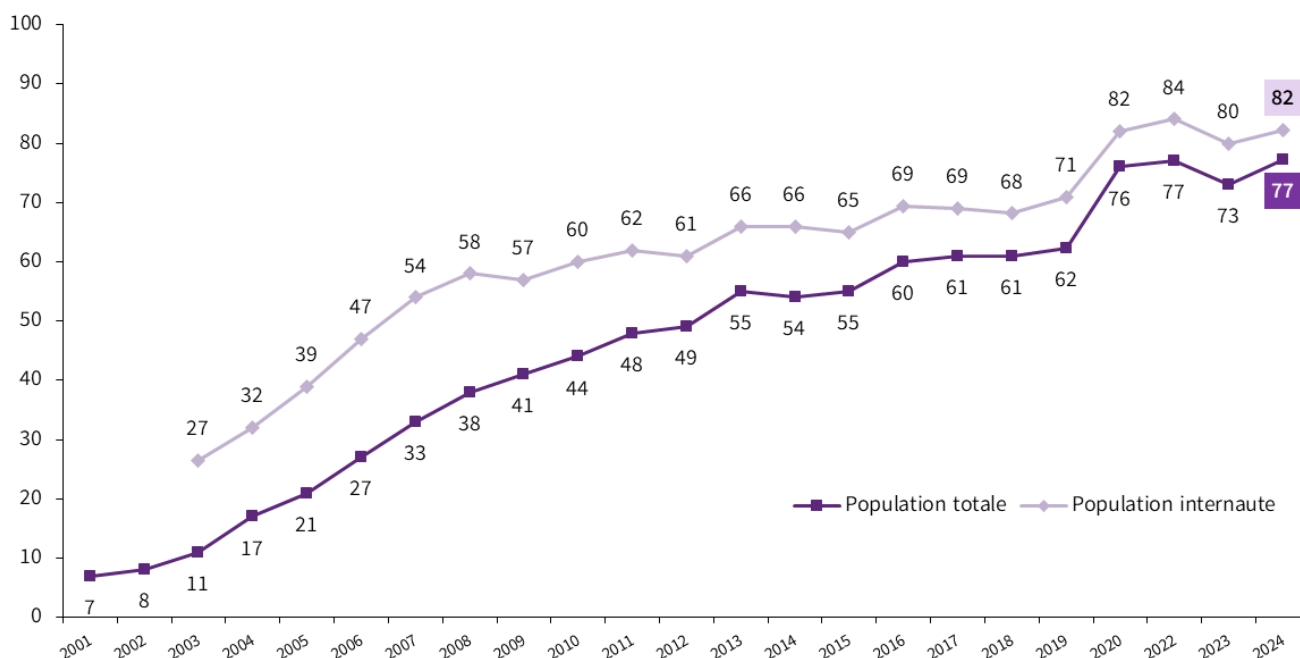
c) Le taux d'acheteurs de bien achats sur internet reparte à la hausse : 77 % de la population totale est concernée (+ 4 points en un an)

En 2023, dans un contexte de forte inflation¹³, le taux d'acheteurs en ligne avait diminué pour la première fois depuis plus de 20 ans. En 2024, il retrouve le niveau observé en 2022, avec 77 % de la population ayant effectué des achats sur internet au cours des 12 derniers mois (+4 points par rapport à 2023).

Graphique 112 - Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? - Effectuer des achats »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Cette tendance concerne toutes les tranches d'âge, sauf les 18-24 ans, dont la part d'acheteurs en ligne reste nettement inférieure à 2022. En 2024, 69 % d'entre eux indiquent avoir réalisé des achats en ligne, contre 82 % en 2022. Ce plus faible taux pourrait s'expliquer par la persistance des effets de l'inflation pour cette tranche d'âge, qui est la plus touchée par la pauvreté¹⁴. Les 70 ans et plus font également exception, avec au contraire une hausse continue de leurs achats en ligne, passant de 47 % en 2022 à 53 % en 2023, puis à 60 % en 2024.

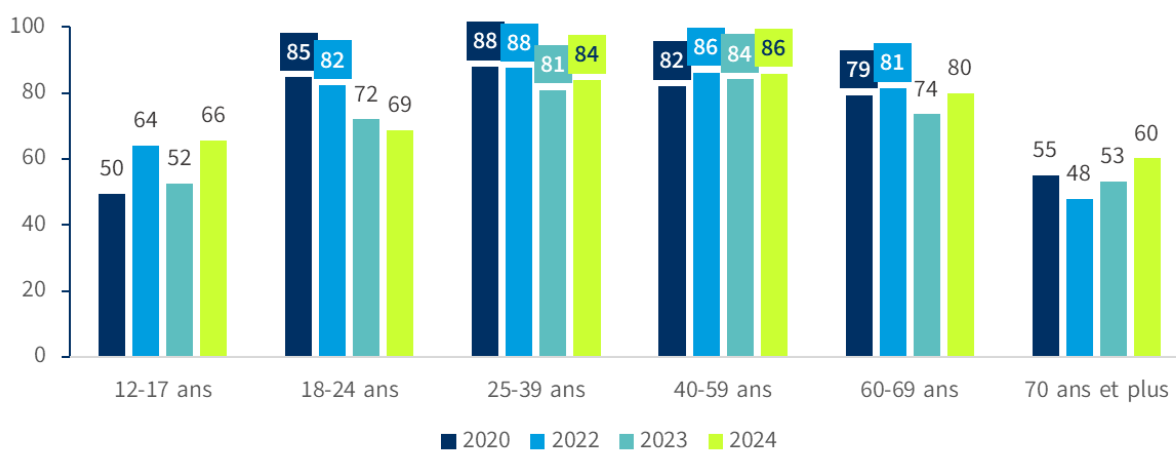
¹³ Insee, Indice des prix à la consommation, URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/001763852>

¹⁴ Insee, Niveau de vie et pauvreté des adultes selon l'âge, *Insee Références*, 17 octobre 2024, URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7941393?sommaire=7941491>

Graphique 113 - Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois, selon l'âge

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? - Effectuer des achats »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

À l'image des années précédentes, les achats en ligne augmentent avec le niveau de revenu et de diplôme. En 2024, 85 % des personnes à hauts revenus ont effectué un achat en ligne au cours des 12 derniers mois contre 73 % des personnes à faibles revenus. Pour les diplômés de l'enseignement supérieur, 87 % ont réalisé des achats en ligne, tandis que seulement 48 % des non diplômés ont fait de même au cours des douze derniers mois.

Graphique 114 - Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois, selon le niveau de vie et de diplôme

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? - Effectuer des achats »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

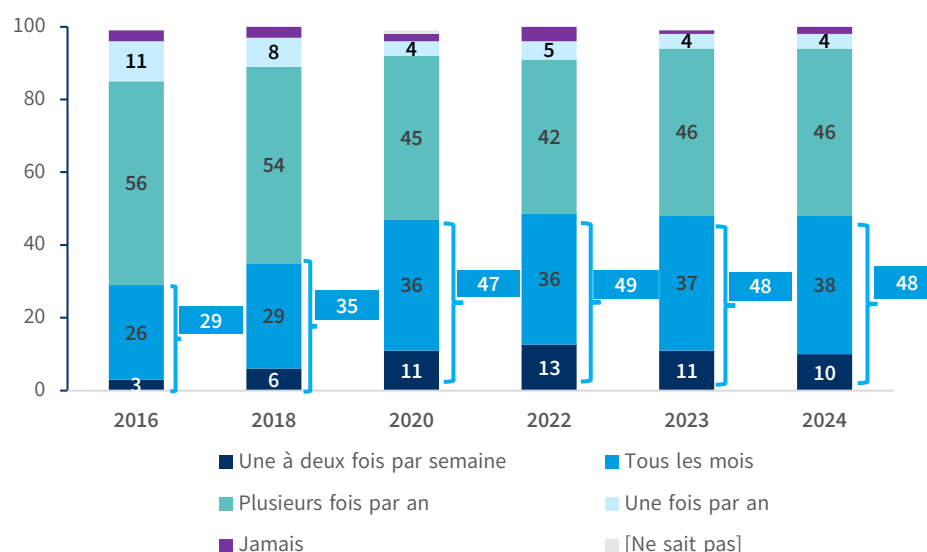
La fréquence de livraison d'achat de biens sur internet (hors alimentaires) reste stable

Malgré le rebond de la diffusion des pratiques d'achats en ligne au sein de la population, la fréquence d'achats en ligne et de livraison reste, elle, stable depuis 2020 : environ un acheteur sur deux (48 %) est un acheteur régulier (réalisant au moins un achat tous les mois).

Graphique 115 - Fréquence d'achats de biens et de livraisons

« Quelle est la fréquence de vos achats en ligne et donc de vos livraisons ? Nous parlons uniquement des achats de biens, comme des vêtements, des livres ou de l'électroménager, mais nous excluons les achats alimentaires et les achats de services comme les locations ou les voyages. »

Champ : population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % - effectif total pondéré n : 3 143-



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

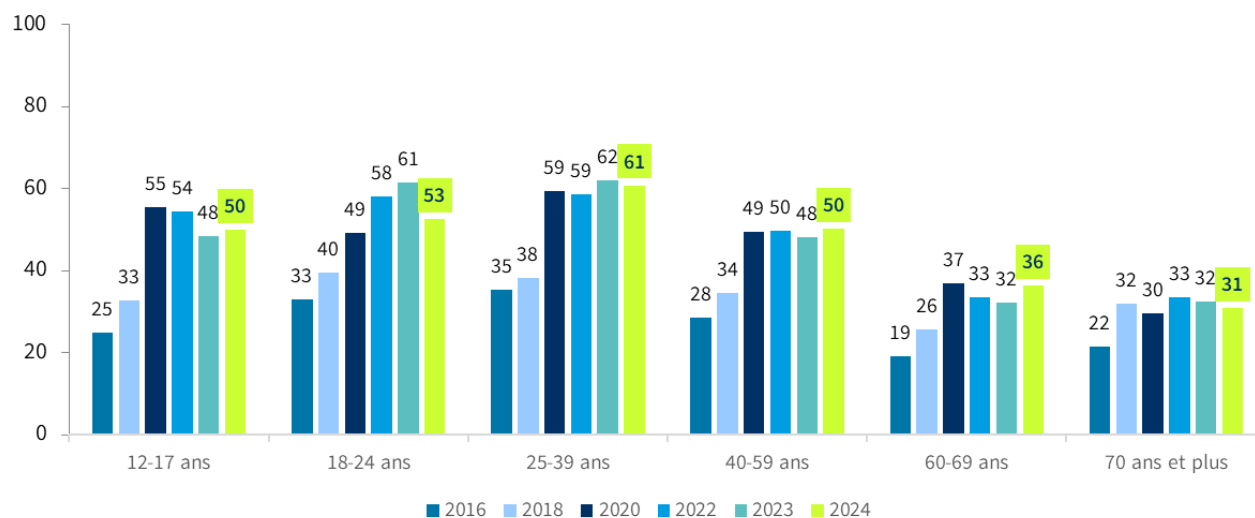
Les liens avec les principaux descripteurs sociodémographiques n'évoluent pas significativement depuis 2016. En 2024, les 25-39 ans réalisent le plus fréquemment des achats en ligne (61 % au moins une fois par mois), tandis que les plus de 70 ans en réalisent le moins (31 %) : le nombre d'acheteurs réguliers a toujours été plus conséquent chez les moins de 40 ans.

La fréquence d'achat progresse également avec le **niveau de diplôme** : chez les e-acheteurs non diplômés, 37 % sont des acheteurs réguliers contre 56 % d'acheteurs réguliers parmi les diplômés du supérieur.

Comme les années précédentes, les acheteurs disposant de **hauts revenus** se distinguent par une fréquence élevée d'achats en ligne : parmi eux, la proportion d'acheteurs réguliers atteint 58 % (11 à 13 points de plus que dans les autres tranches de niveau de vie). De même, les acheteurs qui résident à **Paris et dans son agglomération** sont 58 % à être des acheteurs réguliers, soit au moins 10 points de plus que partout ailleurs sur le territoire.

Graphique 116 – Part de la population réalisant au moins un achat en ligne par mois, selon l'âge

Champ : population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % - effectif total pondéré n : 3 143-



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 5

Tableau de comparaison des acheteurs avec les fréquences d'achat les plus faibles et les plus fortes

Champ : population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % - effectif total pondéré n : 3 143-

Catégories d'acheteurs avec les fréquences d'achat les plus faibles	Catégories d'acheteurs avec les fréquences d'achat les plus fortes
<ul style="list-style-type: none"> • 70 ans et plus 31% • Retraité 32% • 60-69 ans 36% • Non diplômé 37% 	<ul style="list-style-type: none"> • Cadre supérieur 66% • 25 à 39 ans 61% • Agriculteur, artisan, commerçant . 61% • Hauts revenus. 58%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'habillement, au cœur des achats en ligne : 56 % de la population a fait un achat de vêtement en ligne au cours des douze derniers mois

Plus d'un Français sur deux (56 %) a acheté un vêtement sur Internet au cours des douze derniers mois. 40 % y ont acheté un produit culturel (livre, musique) tandis que 38 % ont réservé des hôtels ou des locations pour les vacances. Un tiers des Français ont acheté des produits alimentaires et la même proportion a acheté des billets de train ou d'avion sur la toile.

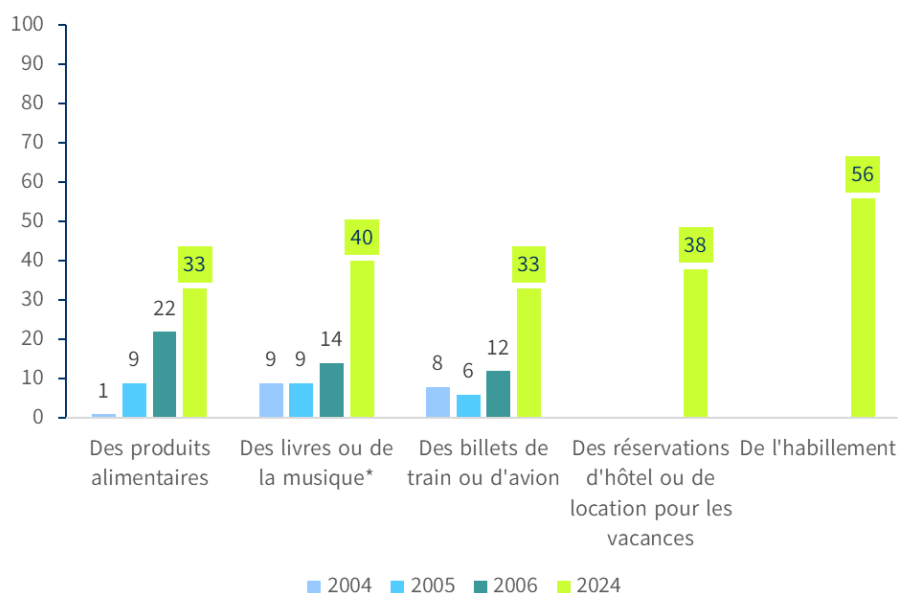
Quelques-unes de ces questions ont déjà été posées au début des années 2000. Chaque fois, les progressions sont marquées. En l'espace d'une quinzaine d'années, les achats en ligne sont passés d'une pratique minoritaire à une habitude partagée par au moins un tiers de la population.

Graphique 117

Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois

« Plus précisément, avez-vous acheté par Internet, dans les 12 derniers mois... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

* De 2004 à 2006, la question était la suivante :

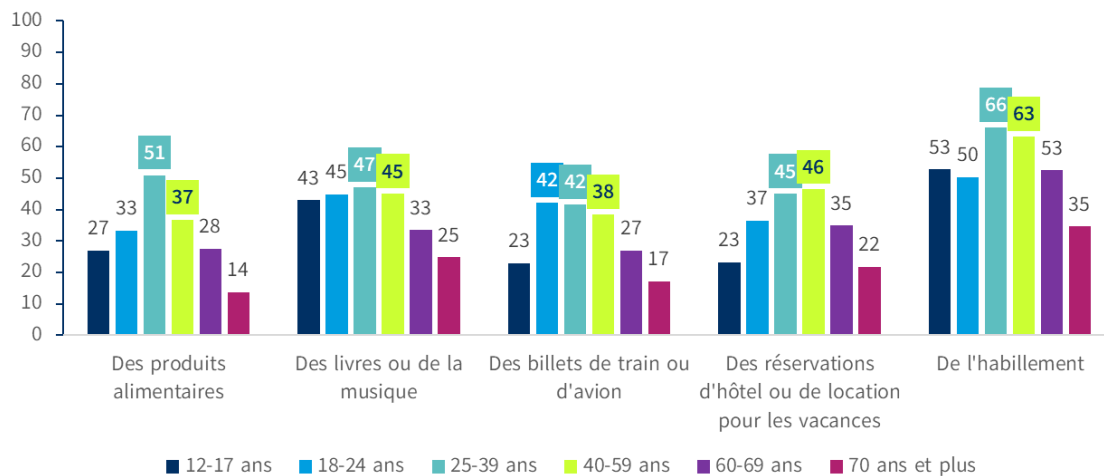
« Et plus précisément, avez-vous acheté des livres ou des disques ? »

66 % des personnes âgées de 25 à 39 ans avoir effectué des achats d'habillement sur Internet au cours des 12 derniers mois. Il s'agit également de la tranche d'âge qui effectue le plus fréquemment des achats en ligne de produits alimentaires, avec un répondant sur deux déclarant avoir fait ses courses en ligne au cours des 12 derniers mois.

Graphique 118

Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois, selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les répondants aux hauts revenus déclarent le plus fréquemment avoir effectué des achats au cours des 12 derniers mois, quelles que soient les catégories de produit. L'écart est particulièrement prononcé pour les réservations d'hôtels ou de locations de vacances, avec 57 % des répondants à hauts revenus ayant fait une réservation en ligne, contre seulement 26 % des répondants à faibles revenus. Le départ en vacances est très lié au niveau de vie. Selon l'enquête Conditions de vie et aspirations du Crédoc, les riches sont systématiquement, au cours des 40 dernières années, deux fois plus nombreux que les pauvres à partir en vacances¹⁵. De plus les catégories modestes privilégient des vacances¹⁶ chez les amis ou la famille, et des trajets en voiture pour limiter au maximum les dépenses, avec mécaniquement donc moins de besoin de réservation.

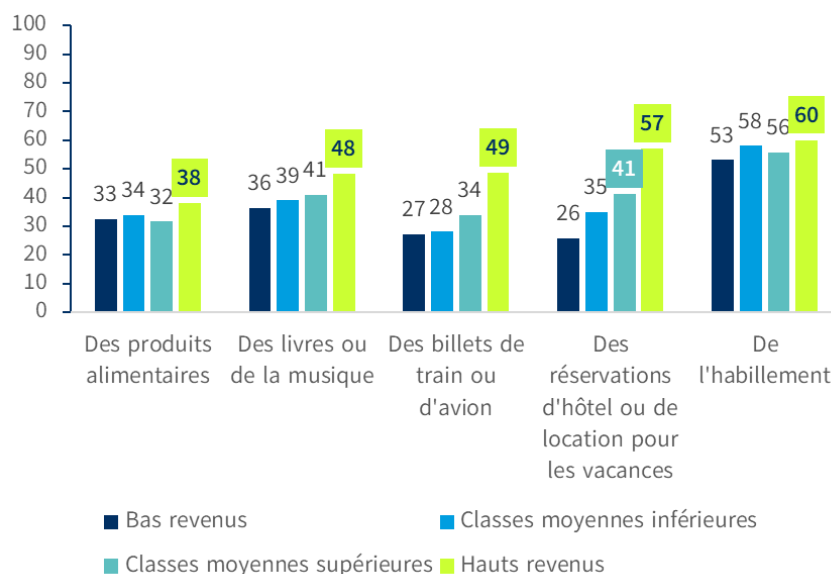
Les écarts sont toutefois plus réduits en ce qui concerne les achats d'habits en ligne, probablement en lien avec l'essor de l'ultra fast fashion d'une part, et des sites de revente de produits d'occasion d'autre part, qui en proposant des vêtements à des prix de quelques euros rendent financièrement accessibles ces achats à une large partie de la population.

15 CREDOC, La crise du Covid, potion amère pour les vacances, juin 2021, URL: <https://www.credoc.fr/publications/la-crise-du-covid-potion-amere-pour-les-vacances>;

16 CREDOC, « Les Français dépensent près de 5 % de leur budget pour les vacances », juillet 2016, URL: <https://www.credoc.fr/publications/les-francais-depensent-pres-de-5-de-leur-budget-pour-les-vacances>

Graphique 119 - Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois, selon le niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

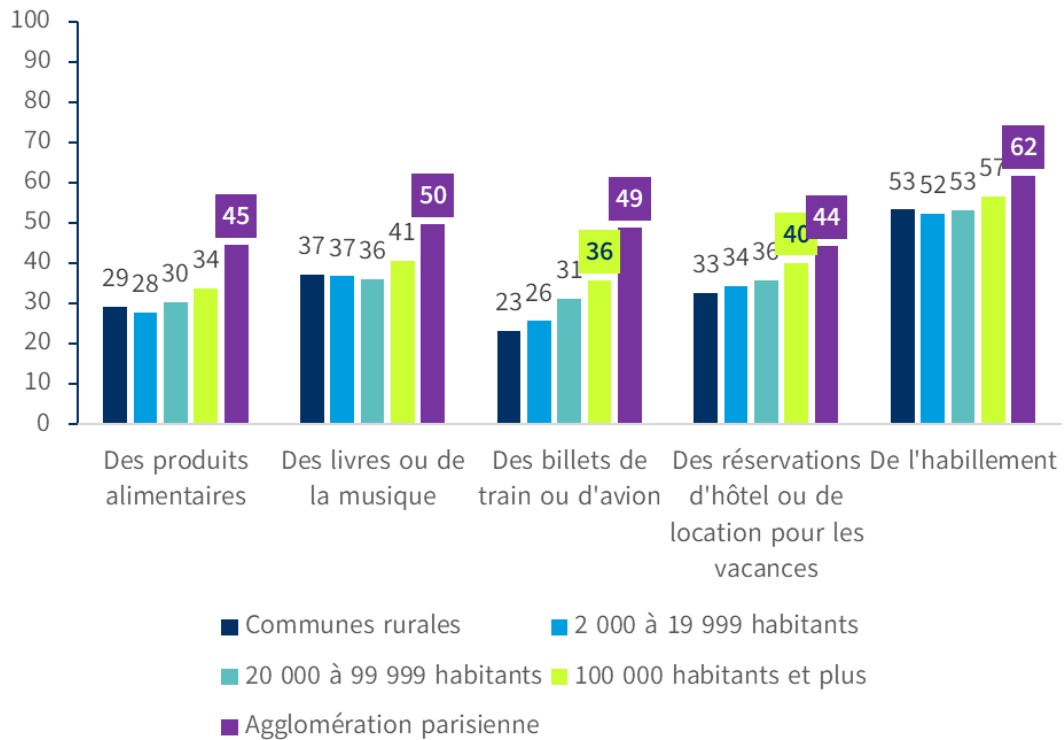
Enfin, des disparités se manifestent selon les territoires, notamment entre les habitants de la région parisienne et ceux des autres communes, y compris celles de plus de 100 000 habitants. Les Parisiens effectuent en moyenne davantage d'achats en ligne dans toutes les catégories, qu'il s'agisse de produits alimentaires (45 %), de livres ou de musique (50 %), de billets de train ou d'avion (44 %), ou encore de vêtements (62 %). Plusieurs pistes d'explication peuvent être avancées : les habitants de l'île de France sont plus technophiles. Moins automobilistes ils profitent ainsi possiblement de la livraison. Avec des temps de trajets plus longs en moyenne, ils disposent de moins de temps libre¹⁷. Enfin, concernant les réservations de séjours, ils partent en moyenne, davantage en vacances que les habitants des autres territoires (effet niveau de vie, et également densité)¹⁸.

17 SDES, La mobilité locale et longue distance des Français - Enquête nationale sur la mobilité des personnes en 2019 | Données et études statistiques (developpement-durable.gouv.fr), URL : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/resultats-detaillées-de-lenquete-mobilite-des-personnes-de-2019>

18 Données de l'enquête Conditions de vie et aspirations

Graphique 120 - Proportion d'individus ayant effectué des achats par internet au cours des 12 derniers mois, selon la taille de l'agglomération

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

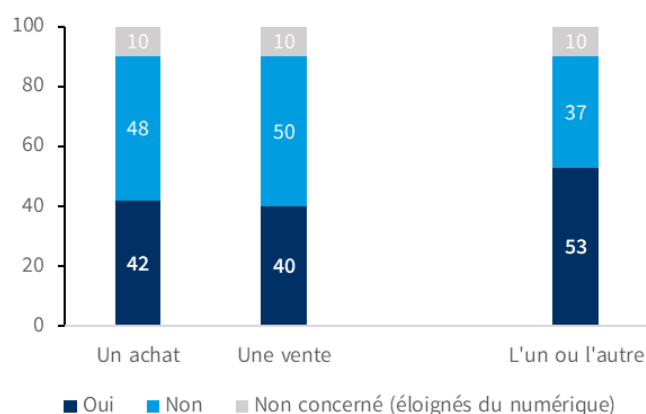
d) Plus d'une personne sur deux a acheté ou vendu sur un site spécialisé dans la seconde main au cours des 12 derniers mois.

Les sites de seconde main séduisent une personne sur deux ; l'achat (42 %) y est à peine plus fréquent que la vente (40 %).

Graphique 121 - Proportion d'individus ayant réalisé, au cours des douze derniers mois, sur des sites internet spécialisés dans la seconde main ...

« Au cours des douze derniers mois, s'agissant des sites Internet spécialisés dans la seconde main (ex : Vinted, Leboncoin, etc.), y avez-vous réalisé : un achat // une vente »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

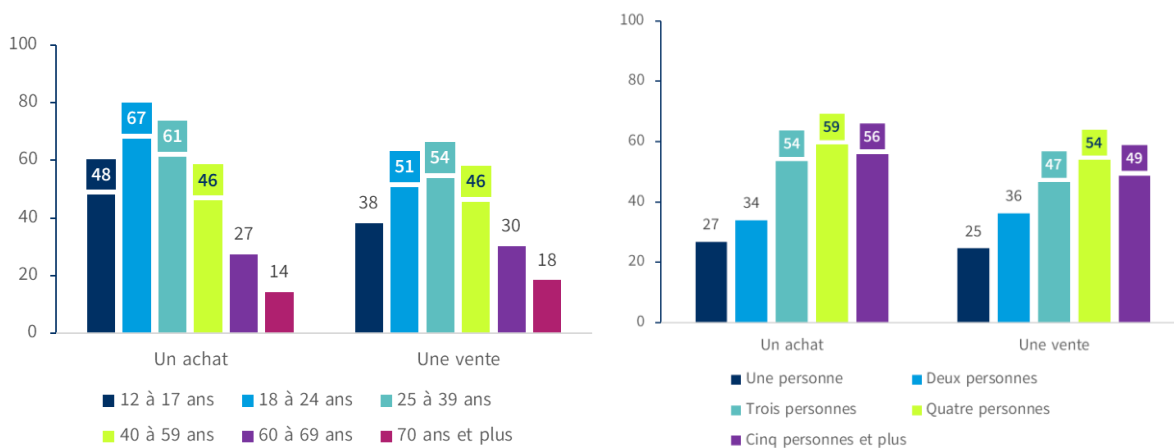


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les achats sur les sites de seconde main connaissent un fort engouement parmi les 18-24 ans (67 % d'entre eux en ont réalisés) et les 25-39 ans (61 %). Ces tranches d'âge sont également les plus actives en tant que vendeurs, avec 51 % des 18-24 ans et 54 % des 25-39 ans ayant effectué une vente sur un site de seconde main au cours des 12 derniers mois. La taille du foyer influence également l'engouement pour les sites de seconde main. Plus le foyer est grand, plus les achats et ventes sur ces plateformes augmentent. Ainsi, 59 % des membres des foyers de quatre personnes ont effectué un achat sur un site de seconde main, contre seulement 27 % des personnes qui vivent seules. Du côté des ventes, 54 % des membres des foyers de quatre personnes ont vendu sur ces sites au cours des 12 derniers mois, contre 25 % des foyers composés d'une seule personne.

Graphique 122 - Proportion d'individus ayant réalisé, au cours des douze derniers mois, sur des sites internet spécialisés dans la seconde main, selon l'âge et la taille du foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

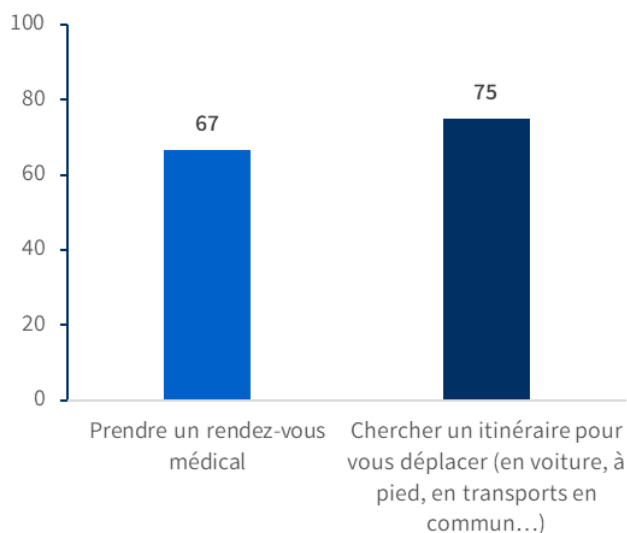
Selon les catégories de revenus, les différences sont minimes, à l'exception des répondants de la classe moyenne supérieure, qui effectuent légèrement moins souvent des achats (39 %) et des ventes (40 %) sur les sites de seconde main que les autres catégories de revenus.

e) La recherche d'un itinéraire pour se déplacer et la prise de rendez-vous médical sur internet sont des usages répandus au sein de la population

Au cours des douze derniers mois, deux personnes sur trois (67 %) ont pris un rendez-vous médical en ligne et trois sur quatre (75 %) ont cherché un itinéraire sur internet (Graphique 123).

Graphique 123 – Utilisation d'internet pour chercher un itinéraire, prendre un rendez-vous médical, « Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

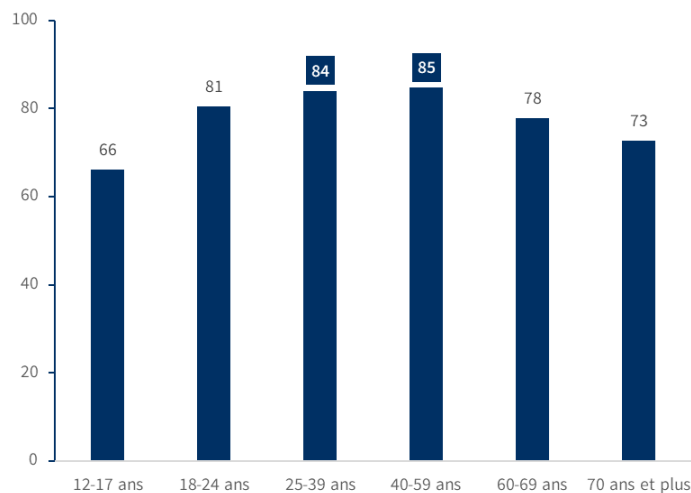
Chercher un itinéraire

Trois Français sur quatre ont cherché un itinéraire sur internet au cours des douze derniers mois. Cette pratique est autant réalisée par les femmes que par les hommes, ainsi que par les foyers de différentes tailles.

Les personnes âgées de 25 à 59 ans sont les plus nombreuses à avoir cherché un itinéraire sur internet, à l'inverse des plus jeunes (12-17 ans) (66 %) et des plus âgés (plus de 70 ans) (73 %, Graphique 124).

Graphique 124 – Utilisation d'internet pour chercher un itinéraire pour se déplacer selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



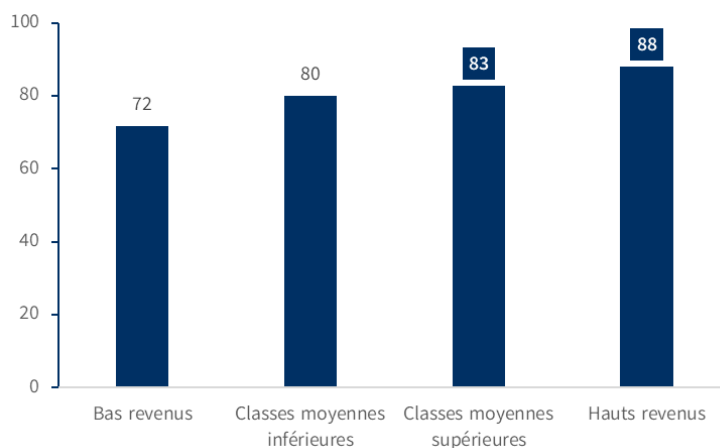
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La recherche d'un itinéraire est également corrélée avec le niveau de vie : elle est plus courante au sein des hauts revenus (88 %) et des classes moyennes supérieures (83 %), et est moins répandue chez les personnes disposant de bas revenus (72 %).

Graphique 125 – Utilisation d'internet pour chercher un itinéraire pour se déplacer selon le niveau de vie

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet : chercher un itinéraire pour vous déplacer ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -

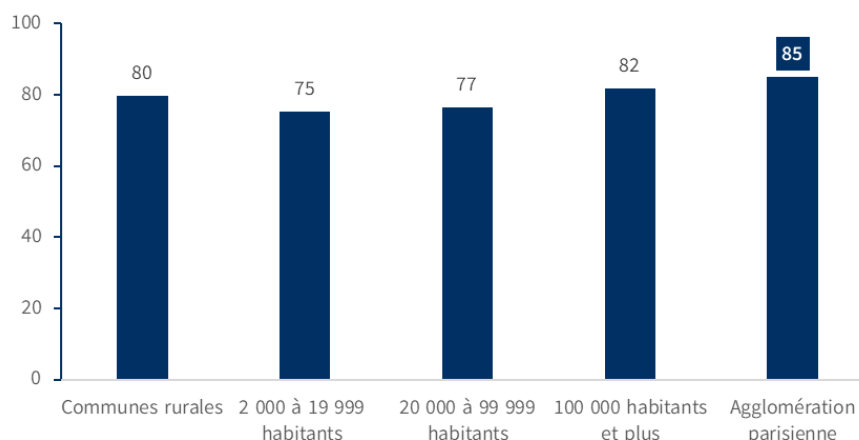


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les habitants de Paris et de l'agglomération parisienne ont davantage recherché un itinéraire au cours des douze derniers mois, par rapport notamment aux habitants de communes de 2 000 à 99 999 habitants (85 % contre 75 %, voir Graphique 126).

Graphique 126 – Utilisation d'internet pour chercher un itinéraire pour se déplacer selon la taille d'agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Prendre un rendez-vous médical

Deux Français sur trois (67 %) ont pris un rendez-vous médical sur internet au cours des douze derniers mois.

Les femmes (75 %) sont significativement plus nombreuses que les hommes (67 %) à l'avoir fait au cours de l'année (Graphique 127). Les femmes sont, en moyenne, plus attentives à leur santé.¹⁹ Elles prennent aussi plus souvent en charge la santé des enfants comme l'indique l'enquête Emploi du temps de l'INSEE ²⁰. Plus récemment, certaines données issues des plateformes de rendez-vous médical en ligne indiquaient que 85 % des rendez-vous médicaux concernant les enfants étaient pris par leur mère²¹.

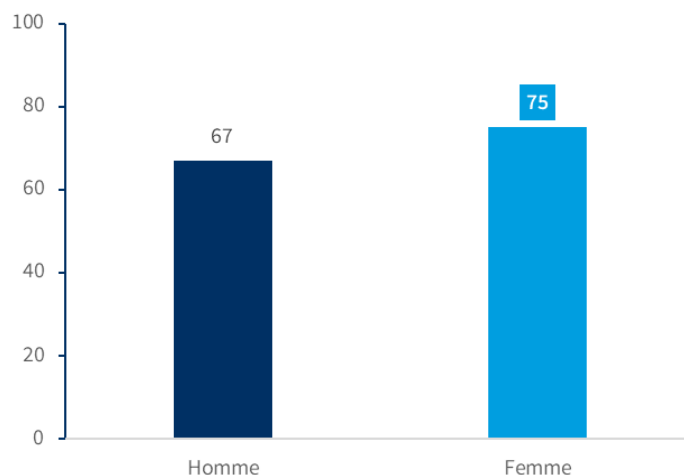
¹⁹ Aliaga, Christel. "Les femmes plus attentives à leur santé que les hommes." Insee première 869 (2002) : 44.

²⁰ Insee, Le temps domestique et parental des hommes et des femmes : quels facteurs d'évolutions en 25 ans ? – Économie et Statistique n° 478-479-480 - 2015, URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1303232?sommaire=1303240>

²¹ URL : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/sur-doctolib-85-des-rendez-vous-medicaux-pris-pour-des-enfants-sont-reserves-par-les-meres-3980123>

Graphique 127 – Utilisation d'internet pour prendre un rendez-vous médical selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

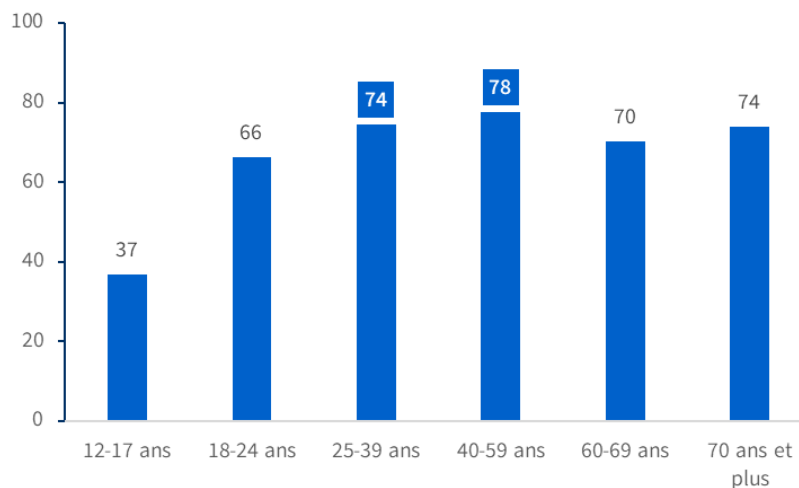


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les personnes de 25 à 59 ans sont les plus enclines à avoir pris un rendez-vous médical en ligne, à l'inverse des plus jeunes (37 %). Les 12-17 ans bénéficient vraisemblablement encore d'une prise en charge parentale pour cet aspect de leur vie (Graphique 128).

Graphique 128 – Utilisation d'internet pour prendre un rendez-vous médical selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



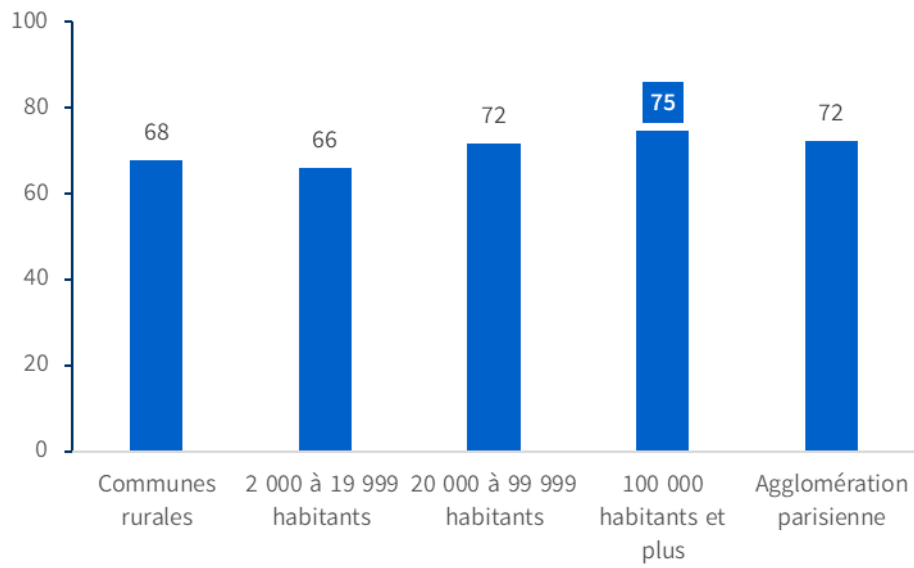
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La prise de rendez-vous médical sur internet est similaire parmi les différents revenus, hormis pour les hauts revenus qui sont plus nombreux à le faire (79 %).

Les habitants de grandes communes (100 000 habitants ou plus) ont davantage pris leurs rendez-vous médicaux sur internet, contrairement aux habitants de petites communes (68 % pour les communes rurales, 66 % pour les communes de 2 000 à 19 999 habitants).

Graphique 129 – Utilisation d'internet pour prendre un rendez-vous médical selon la taille d'agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

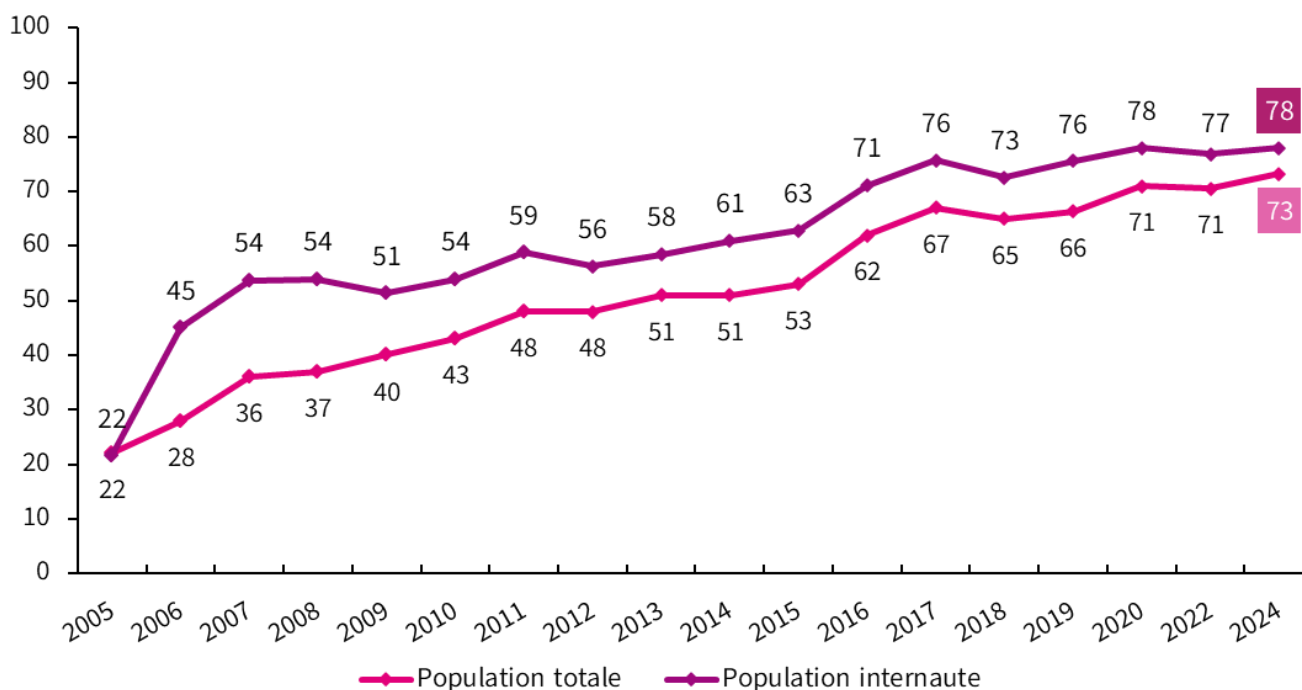
f) Le recours à l'e-administration établit un nouveau record : 73 % de la population est concernée en 2024 (+ 2 points en un an)

Les démarches administratives en ligne sont devenues une pratique courante pour une large majorité de la population française. En 2024, 73 % des Français ont effectué une démarche administrative sur internet au cours des douze derniers mois, marquant une hausse de 2 points par rapport à 2022.

Graphique 130 - Proportion d'individus ayant accompli une démarche administrative sur internet au cours des douze derniers mois

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? - Accomplir une démarche administrative »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Avant 2017 : proportion d'individus ayant effectué des démarches administratives ou fiscales sur internet

Des écarts significatifs sont visibles selon les tranches d'âge. Les 25-39 ans et les 40-59 ans sont les plus enclins à effectuer des démarches administratives en ligne, avec respectivement 82 % et 84 % d'utilisateurs, des proportions stables par rapport à 2022. En revanche, les 70 ans et plus y recourent moins fréquemment que les tranches d'âge intermédiaires, bien qu'une progression notable soit observée : alors qu'en 2022, seulement 43 % de cette tranche d'âge réalisaient des démarches en ligne, en 2024, ce chiffre a franchi le seuil symbolique des 50 %, montrant un rattrapage progressif dans l'adoption du numérique par les seniors. À l'opposé, chez les plus jeunes (12-17 ans), l'usage des démarches administratives en ligne est en recul, atteignant 45 %, soit une baisse de 6 points par rapport à 2022.

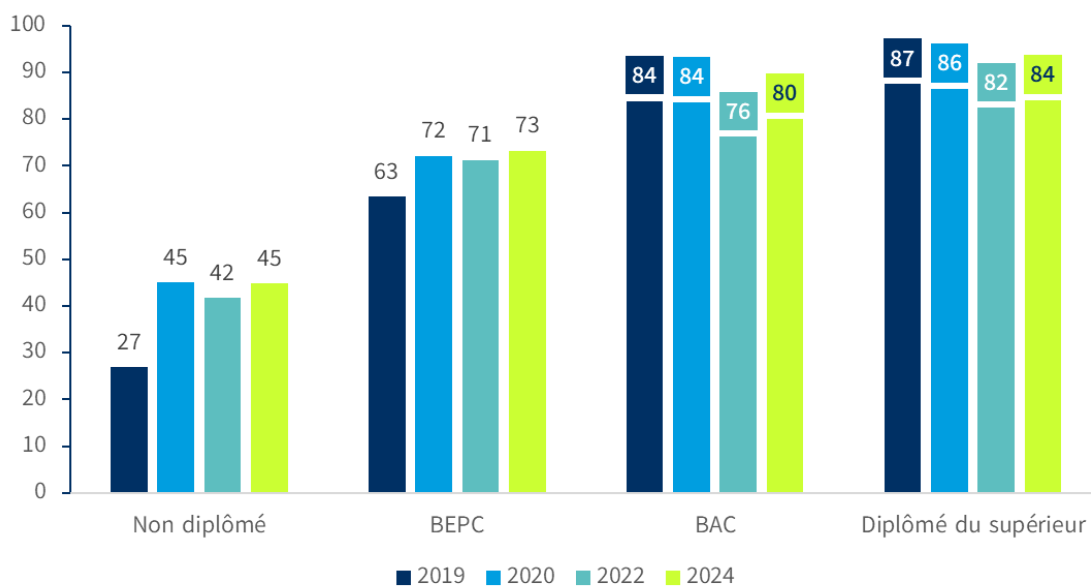
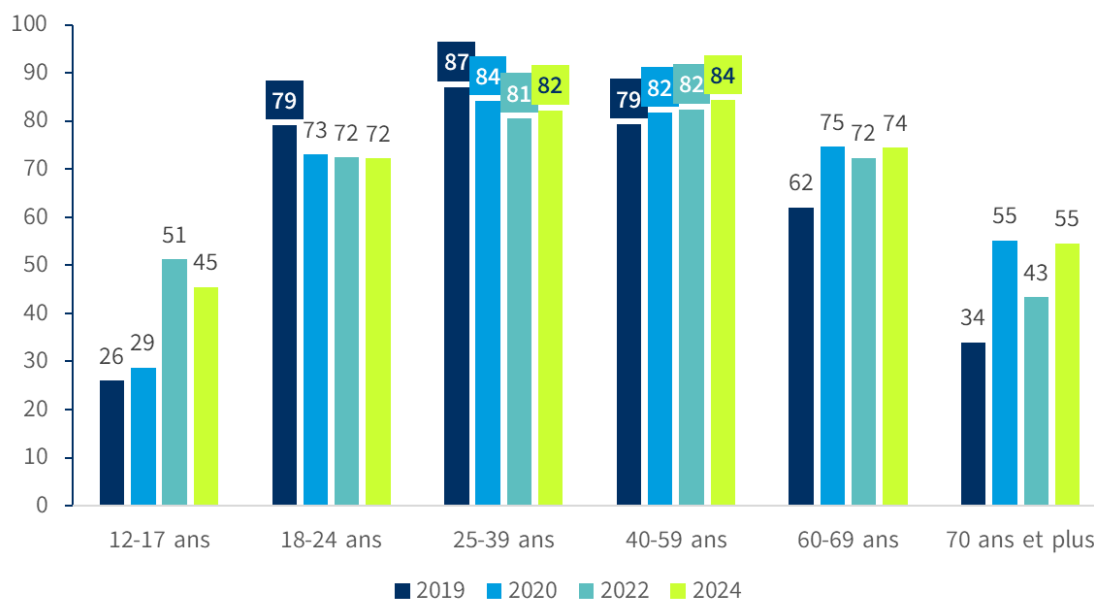
La réalisation de démarches administratives en ligne varie également en fonction du niveau de diplôme. Le taux de personnes ayant réalisé des démarches administratives en ligne plafonne à 84 % chez les

diplômés (- 3 points en cinq ans, entre 2019 et 2024). Il progresse en revanche chez les peu diplômés, et en particulier chez les personnes avec un BEPC (+ 10 points sur la même période).

Graphique 131 - Proportion d'individus ayant accompli une démarche administrative sur internet au cours des douze derniers mois, selon l'âge et le niveau de diplôme

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? - Accomplir une démarche administrative »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

g) Deux tiers des Français consultent les réseaux sociaux tous les jours

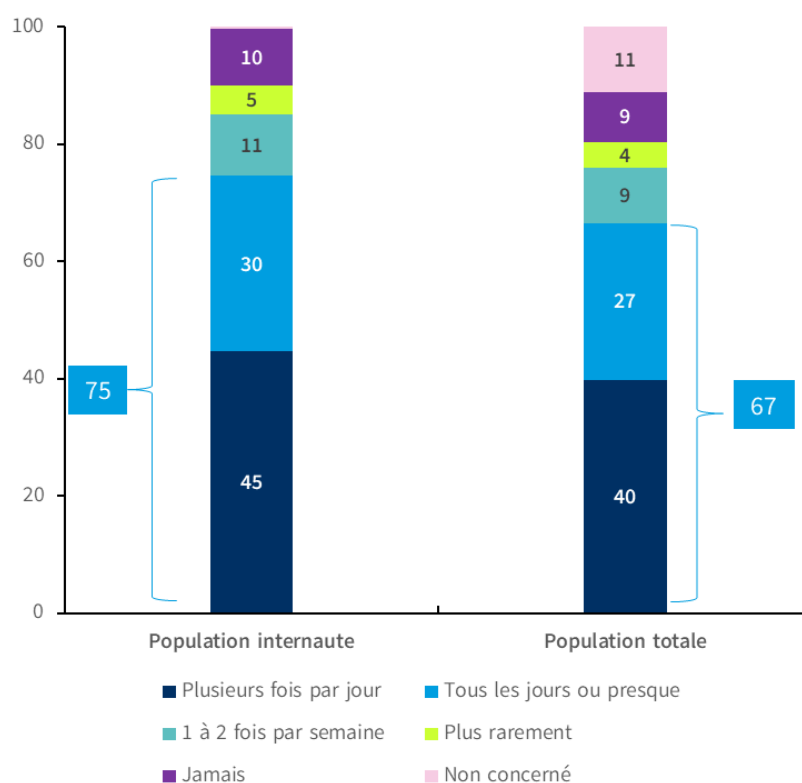
Neuf internautes sur dix (90 %) consultent au moins un réseau social, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile, une proportion qui n'évolue guère en un an (+ 1 point, 89 % l'an dernier).

Cet usage des **réseaux sociaux**, est, le plus souvent, **quotidien** : trois quarts des internautes (soit les deux-tiers de Français), les consultent plusieurs fois par jour ou tous les jours ou presque.

Graphique 132 – Fréquence de consultation d'un réseau social

« À quelle fréquence consultez-vous un réseau social (ex : Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, etc.) ou une plateforme de partage de vidéos (ex : Youtube, Dailymotion, TikTok etc.), quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

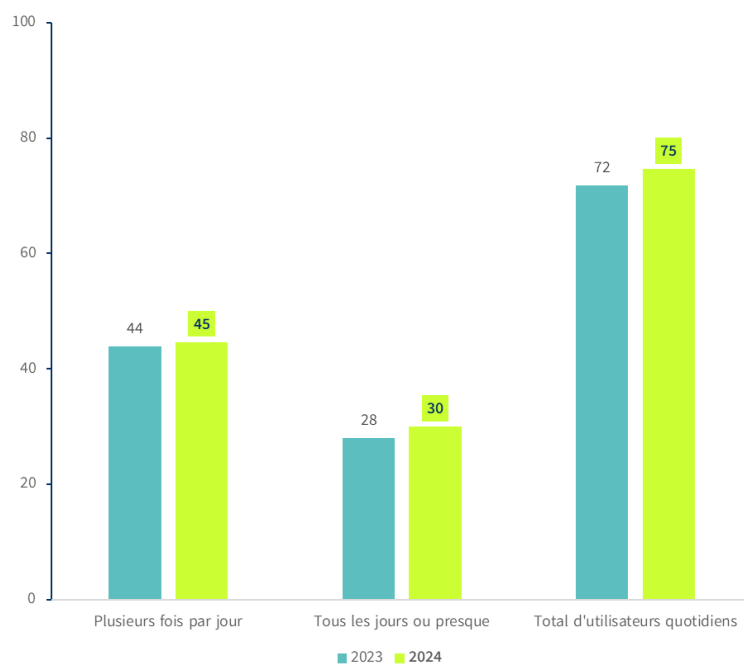


Si cette **proportion d'utilisateurs quotidiens des réseaux sociaux est stable entre 2023 et 2024** (+ 3 points, passant de 72 % à 75 %, progression non significative, Graphique 133), la **fréquence de connexion « tous les jours ou presque » se renforce** (par exemple, + 2 points d'usage quotidien chez les internautes)²².

22 L'évolution de la modalité « tous les jours ou presque » de 28 % à 30 % entre 2023 et 2024 est significative au seuil de 95 %.

Graphique 133 – Fréquence de consultation d'un réseau social entre 2023 et 2024

- Champ : ensemble de la population internautes de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré
n : 3 628 -

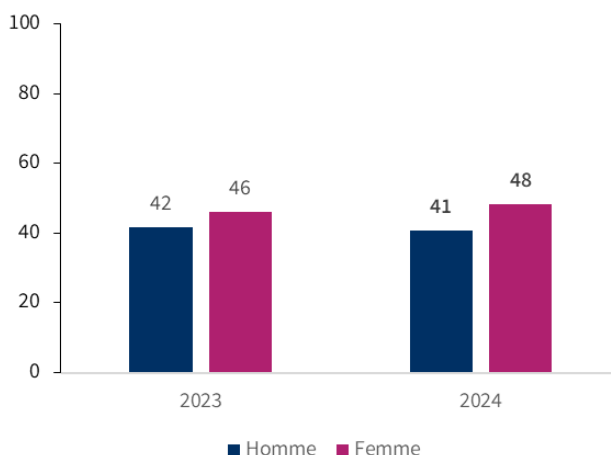


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Parmi les internautes, 48 % des femmes consultent les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos plusieurs fois par jour contre 41 % des hommes. En 2023, les femmes utilisaient déjà ces plateformes de façon plus fréquente, mais l'écart entre les deux genres tend à augmenter : il était de 4 points en 2023, contre 7 points en 2024.

Graphique 134 - Utilisation quotidienne des réseaux et plateformes de partage selon le genre

- Champ : ensemble de la population internautes de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré
n : 3 628 -

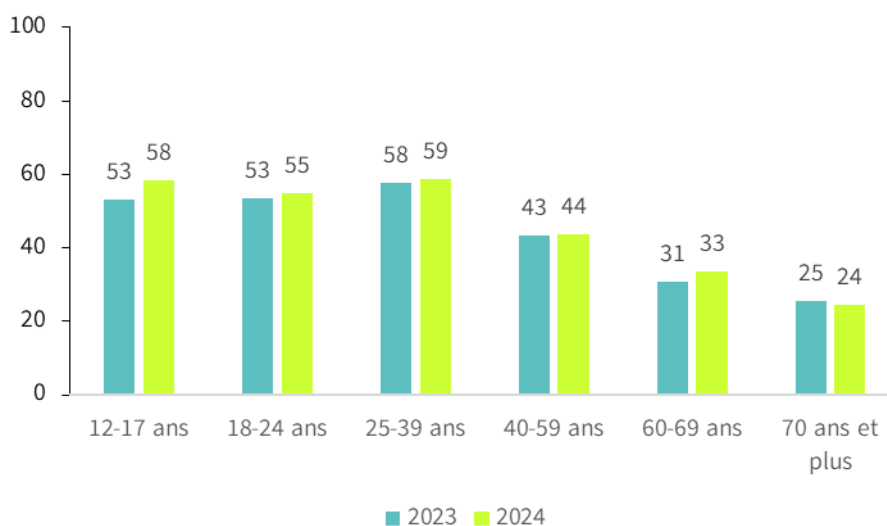


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Parmi les internautes, les 12-17 ans (58 %) et les étudiants (61 %), les 18-24 ans (55 %) et les 25-39 ans (59 %) sont également significativement plus enclins à une utilisation quotidienne. À partir de 40 ans, et plus encore à partir de 60 ans, l'utilisation plusieurs fois par jour est décroissante. En effet, les 60-69 ans (33 %) et les 70 ans et plus (24 %) sont significativement moins nombreux à utiliser ces plateformes à cette fréquence. Les tendances observées étaient les mêmes en 2023.

Graphique 135 - Utilisation quotidienne des réseaux et plateformes de partage selon l'âge

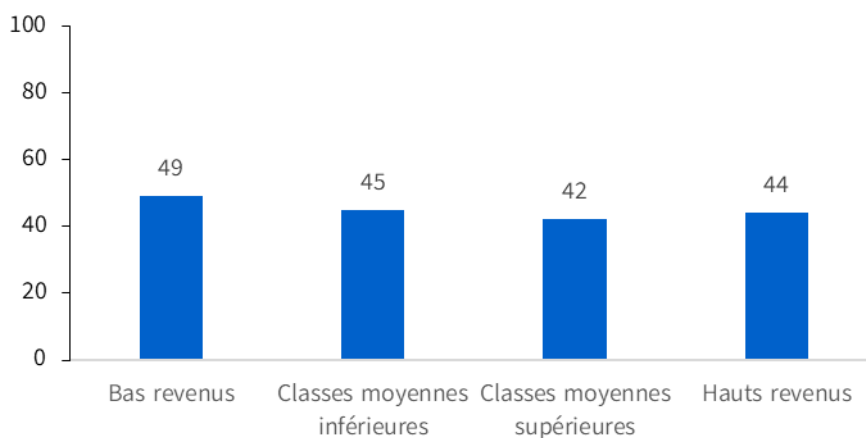
- Champ : ensemble de la population internautes de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré
n : 3 628 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les cadres (49 %), les employés (48 %) et les personnes percevant de bas revenus (49 %) sont des utilisateurs plus souvent quotidiens des réseaux sociaux et des autres plateformes, à l'inverse des retraités (29 %), des ouvriers (42 %) et des classes moyennes supérieures (42 %) (voir Graphique 136 et Graphique 137).

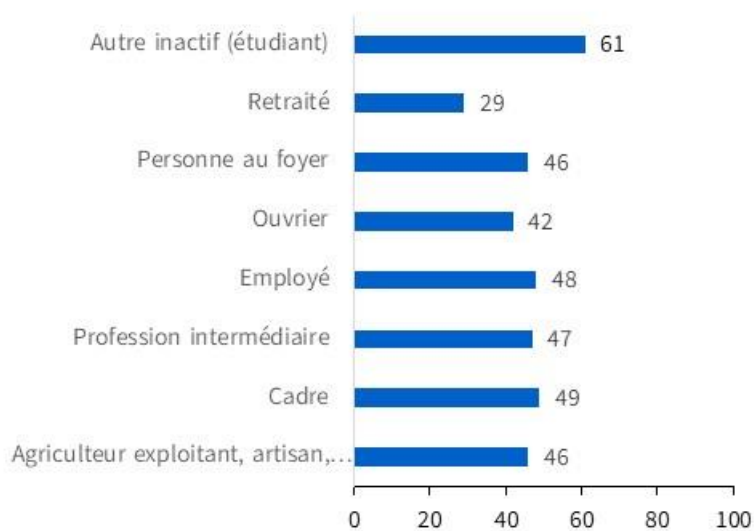
Graphique 136 - Utilisation quotidienne des réseaux et plateformes de partage selon le niveau de vie
 - Champ : ensemble de la population internautes de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré
 n : 3 628 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 137 - Utilisation quotidienne des réseaux et plateformes de partage selon la catégorie socioprofessionnelle

- Champ : ensemble de la population internautes de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré
 n : 3 628 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'usage des réseaux sociaux est majoritairement passif : 62 % des utilisateurs lisent des contenus, seulement 19 % postent régulièrement des contenus

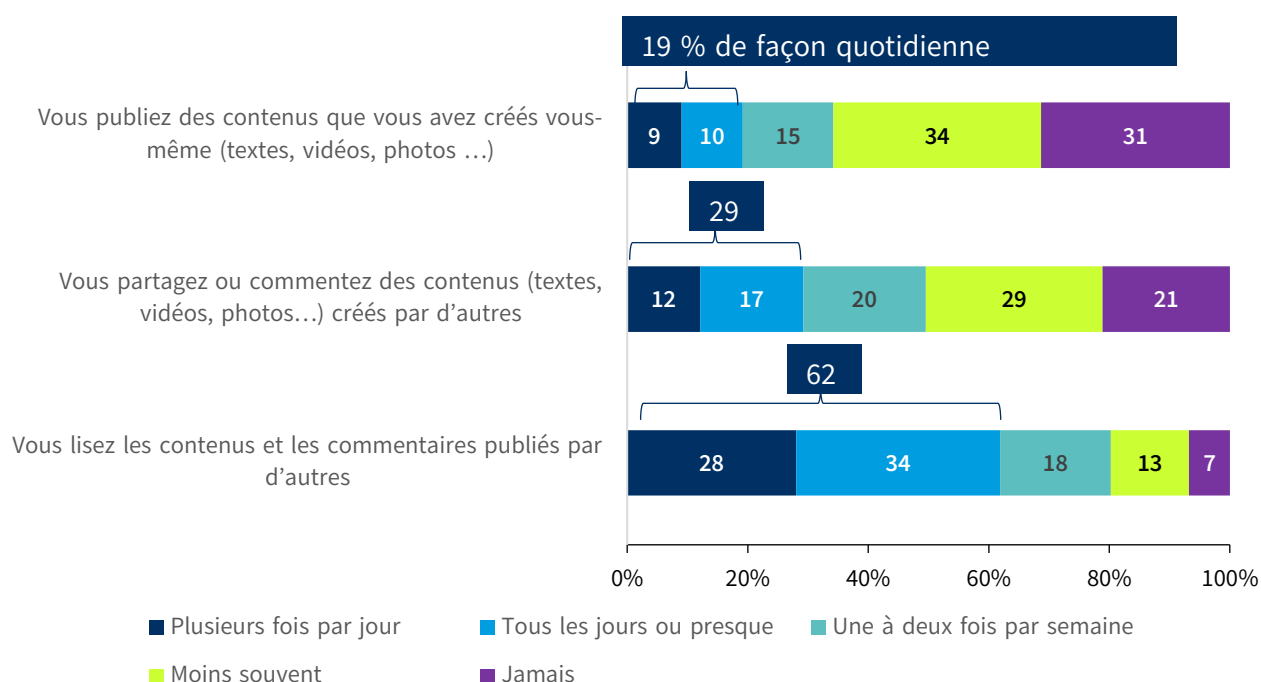
L'usage qui est fait des réseaux sociaux n'est cependant pas uniforme au sein de la population concernée (Graphique 138) :

- 62 % des utilisateurs lisent quotidiennement les contenus et commentaires publiés par d'autres (7 % ne le font jamais)
- 29 % partagent ou commentent quotidiennement des contenus créés par d'autres (21 % ne le font jamais)
- 19 % seulement publient quotidiennement des contenus qu'ils ont eux-mêmes créés (31 % ne le font jamais)

Graphique 138 – Fréquence de la publication de contenu, du partage ou commentaire de contenu et de la consultation de contenus sur les réseaux sociaux

« Sur les réseaux sociaux, à quelle fréquence est-ce que ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Deux corrélations importantes apparaissent ici : la première concerne **l'âge** de l'utilisateur, la seconde le **genre**. Comme vu précédemment, les personnes de 60 ans et plus sont moins souvent présentes sur les réseaux sociaux et les plateformes de partage de vidéos. Lorsqu'elles utilisent ces services, **elles sont en outre significativement moins nombreuses à pratiquer les différentes activités** que sont la lecture, le partage ou la publication de contenus. C'est particulièrement le cas pour la publication de contenu personnel, puisque 42 % des 60-69 ans et 54 % des 70 ans et plus ne le font jamais (Graphique 139), contre 31 % en moyenne des utilisateurs des réseaux sociaux.

À l'inverse, les moins de 40 ans sont **plus nombreux** que les autres à publier leurs propres contenus, et ils le font également plus **fréquemment** : 13 % des 12-17 ans, 14 % des 18-24 ans et jusqu'à 18 % des 25-39 ans publient leurs propres contenus plusieurs fois par jour (contre 9 % en moyenne).

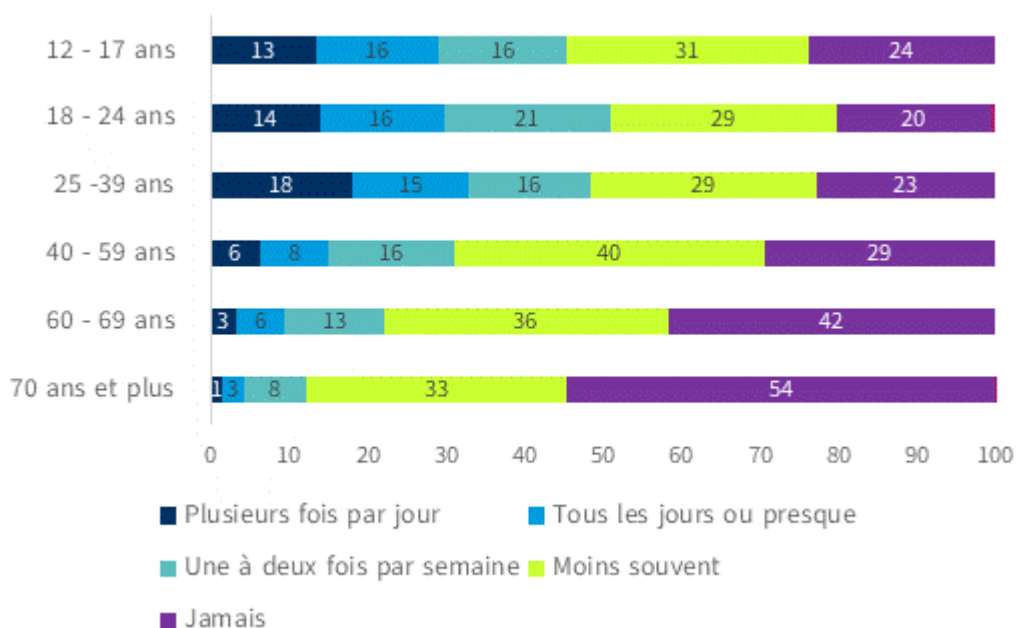
Les utilisateurs des réseaux sociaux et des plateformes de partage de vidéos de moins de 40 ans sont également plus nombreux à partager ou commenter les contenus des autres utilisateurs, et à lire les contenus et les commentaires des autres utilisateurs :

- 17 % des 12-17 ans, 26 % des 18-24 ans et 18 % des 25-39 ans partagent ou commentent les contenus des autres utilisateurs plusieurs fois par jour (contre 12 % en moyenne) ;
- 36 % des 12-17 ans, 40 % des 18-24 ans et 33 % des 25-39 ans lisent les contenus et les commentaires publiés par les autres utilisateurs plusieurs fois par jour (contre 28 % en moyenne).

Graphique 139 - Pratiques de publication de contenus sur les réseaux sociaux selon l'âge

« Sur les réseaux sociaux, à quelle fréquence est-ce que vous publiez des contenus que vous avez créé vous-même ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

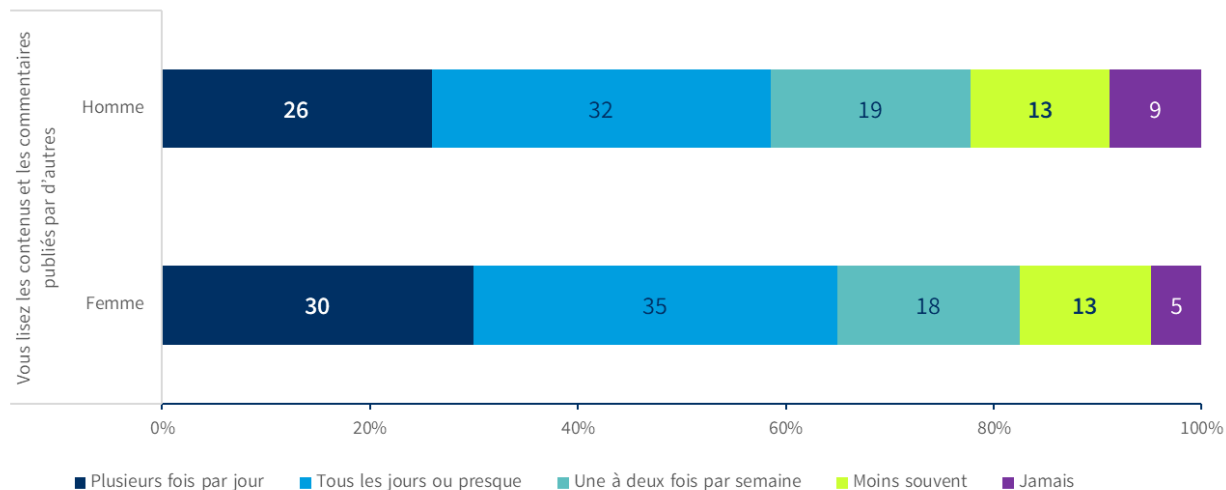
Les hommes et les femmes semblent adopter des usages différents lorsqu'il s'agit des réseaux sociaux et des plateformes de partage de vidéos. Les hommes ont tendance à publier des contenus et à commenter plus fréquemment, tandis que les femmes préfèrent, dans une plus large mesure, se limiter à la consultation des publications.

En ce qui concerne la lecture des contenus ou des commentaires d'autres utilisateurs, les femmes se montrent plus assidues (Graphique 140) : 95 % d'entre elles pratiquent cette activité, soit 4 points de plus que les hommes. De plus, elles le font à une fréquence plus élevée : 30 % des femmes consultent les contenus ou commentaires plusieurs fois par jour, contre 26 % des hommes.

Graphique 140 - Fréquence de la consultation de contenus sur les réseaux sociaux selon le genre

« Sur les réseaux sociaux, à quelle fréquence est-ce que ... »

-- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268



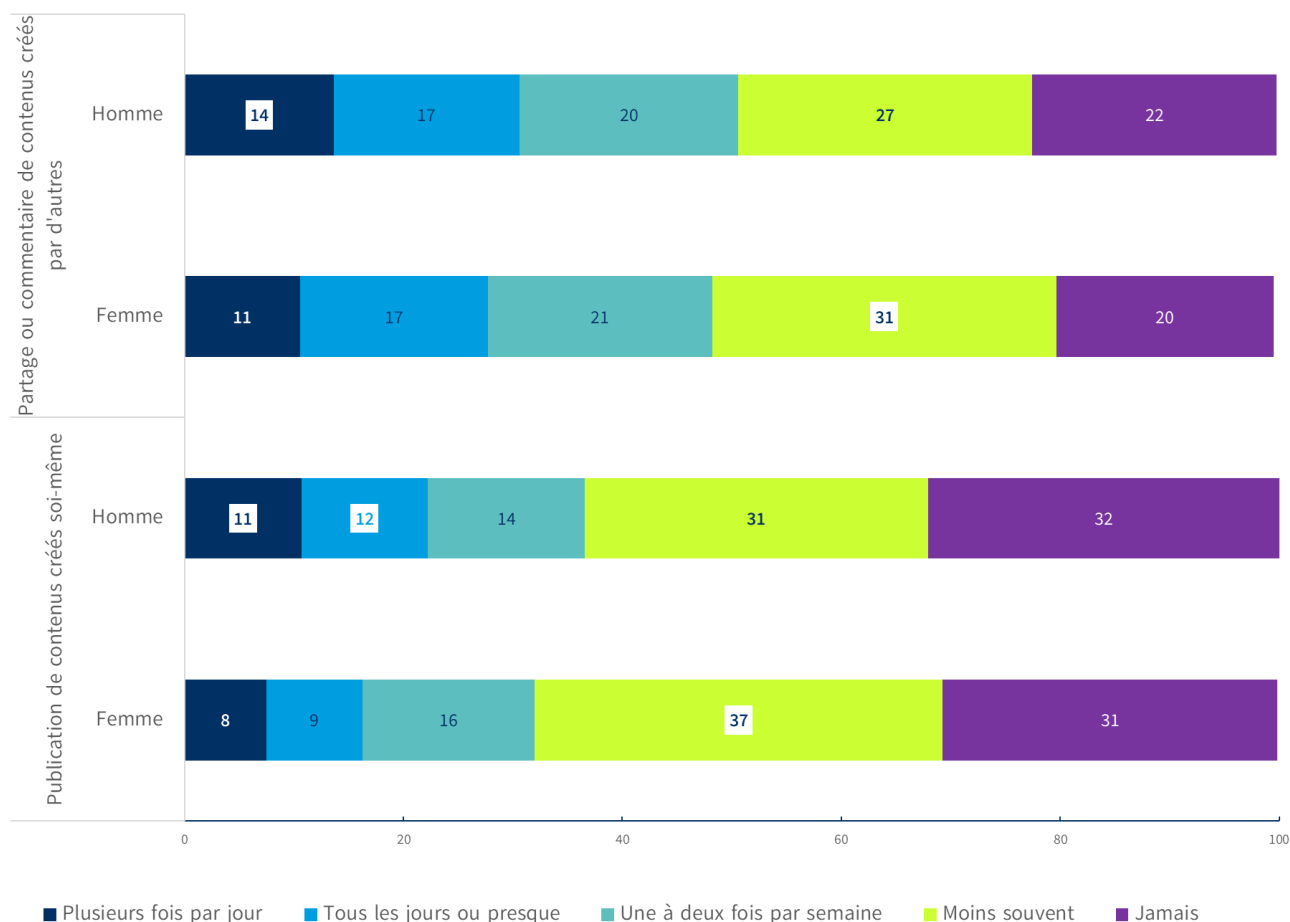
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

En ce qui concerne les pratiques plus « engageantes », comme la publication de contenu ou les commentaires, les femmes utilisatrices des réseaux sociaux et autres plateformes sont tout aussi nombreuses que les hommes à publier du contenu (69 % contre 68 %) et à partager ou commenter les publications des autres utilisateurs (77 % contre 80 %). Cependant, les hommes effectuent ces actions **de manière plus fréquente**. Ainsi, 11 % des hommes publient du contenu plusieurs fois par jour, contre 8 % des femmes, et 14 % des hommes partagent ou commentent des contenus à cette fréquence, contre 11 % des femmes.

Graphique 141 – Fréquence de la publication de contenu et du partage ou commentaire de contenu sur les réseaux sociaux selon le genre

« Sur les réseaux sociaux, à quelle fréquence est-ce que ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les pratiques sur les réseaux sociaux et les plateformes de partage de vidéos varient, enfin, selon le niveau de vie. Si la lecture des publications et des commentaires reste très répandue, quel que soit le niveau de vie de la personne concernée, les personnes à faibles revenus se montrent davantage impliquées dans les activités plus interactives, comme le partage, le commentaire ou la publication. Elles sont également plus nombreuses à le faire très fréquemment (plusieurs fois par jour). À l'inverse, les classes moyennes supérieures sont moins nombreuses à réaliser ces pratiques et lorsqu'elles le font, c'est à une fréquence moindre.

Une typologie des utilisateurs de réseaux sociaux

Pour synthétiser les éléments précédents, il est possible de classer les utilisateurs de réseaux sociaux des plus actifs à ceux qui disent ne jamais publier, partager ou commenter des publications. Les plus actifs, c'est-à-dire à ceux qui publient des contenus propres ou commentent des contenus créés par d'autres de façon quotidienne (tous les jours ou presque, voire plusieurs fois par jour), représentent 32 % des utilisateurs. 49 % des utilisateurs des réseaux sociaux et des plateformes de partage de vidéos le font également, mais à une fréquence moindre. Enfin, 19 % des utilisateurs disent ne jamais publier sur les réseaux et plateformes de contenus personnels et ne jamais y partager ou commenter des contenus d'autres personnes.

Graphique 142 – Typologie des utilisateurs de réseaux sociaux en fonction de la fréquence à laquelle ils publient des contenus propres ou commentent ou partagent le contenu d'autres utilisateurs

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268

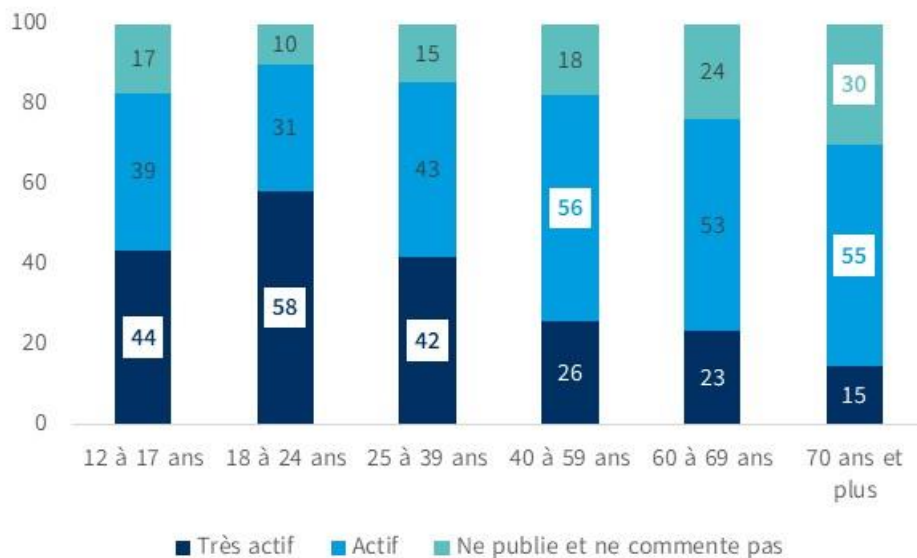


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Force est de constater que la corrélation avec **l'âge** sur cet indicateur synthétique est beaucoup plus nette qu'avec le genre. Les jeunes adultes (les 18-24 ans) sont, de loin, les usagers qui créent et/ou réagissent le plus souvent sur les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos (58 % le font de façon quotidienne). Si l'écart entre hommes et femmes est significatif, il est néanmoins faible (4 points seulement entre les hommes qui à 34 % interagissent tous les jours vs. 30 % des femmes). Les usagers qui résident à Paris et dans son agglomération se montrent également un peu plus enclins à fréquemment publier des contenus ou à partager et commenter les productions d'autrui (pour 45 % d'entre eux).

Graphique 143 – Influence de l'âge sur la typologie des utilisateurs de réseaux sociaux en fonction de la fréquence à laquelle ils publient des contenus propres ou commentent ou partagent le contenu d'autres utilisateurs

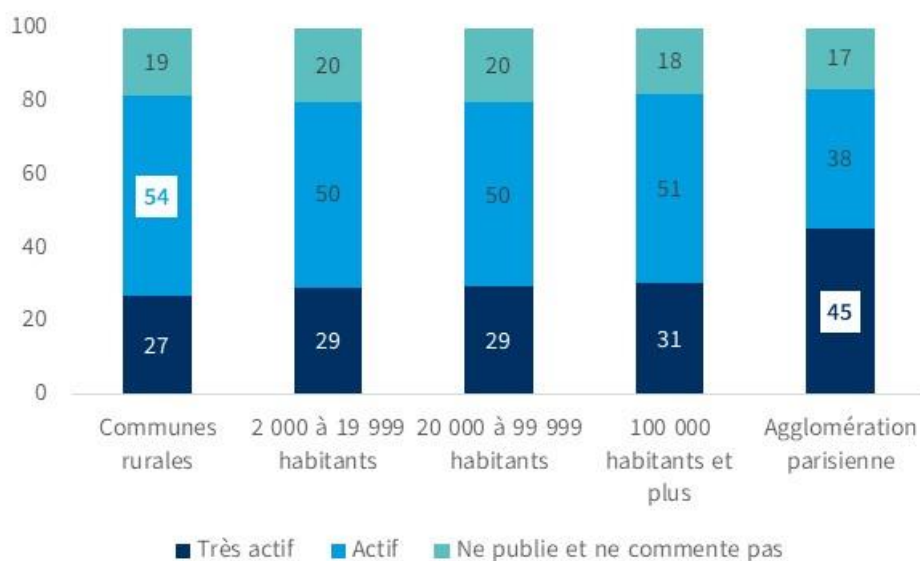
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 144 – Influence du lieu de résidence sur la typologie des utilisateurs de réseaux sociaux en fonction de la fréquence à laquelle ils publient des contenus propres ou commentent ou partagent le contenu d'autres utilisateurs

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

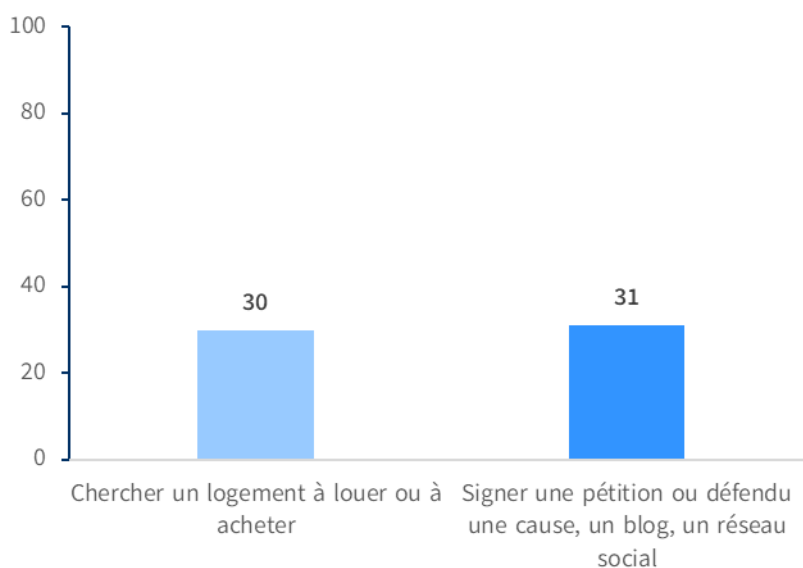
h) La recherche de logement et la signature de pétition sur internet sont plus minoritaires.

Au cours des douze derniers mois, 29 % des Français ont cherché un logement à acheter ou louer sur internet et 31 % y ont signé une pétition ou défendu une cause (Graphique 145).

Graphique 145 – Utilisation d'internet pour chercher un logement à louer ou acheter, signer une pétition ou défendre une cause

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Signer une pétition ou défendre une cause, un blog ou un réseau social

Près d'un Français sur trois (31 %) a donc signé une pétition ou défendu une cause sur internet au cours des douze derniers. Cette pratique est autant réalisée par les femmes que par les hommes. Après 40 ans, l'engagement en ligne par le biais de la signature de pétition décroît sensiblement (Graphique 146). Les plus âgés sont significativement moins nombreux à avoir signé une pétition en ligne (28 % des 60-69 ans et 25 % des plus de 70 ans). Les adolescents, pour leur part, ne sont peut-être pas encore suffisamment engagés pour entreprendre de telles démarches ou bien celles-ci ne leur sont pas encore accessibles²³.

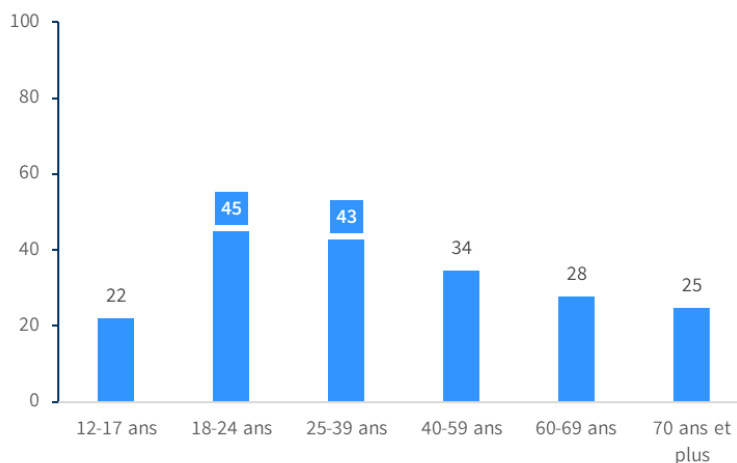
²³ Les pétitions citoyennes du CESE sont accessibles aux personnes de 16 ans et plus ; les pétitions organisées par l'Assemblée nationale ne peuvent être signées que par des personnes majeures.

Graphique 146

Utilisation d'internet pour signer une pétition ou défendre une cause sur internet selon l'âge

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet :
signer une pétition ou défendre une cause en ligne ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

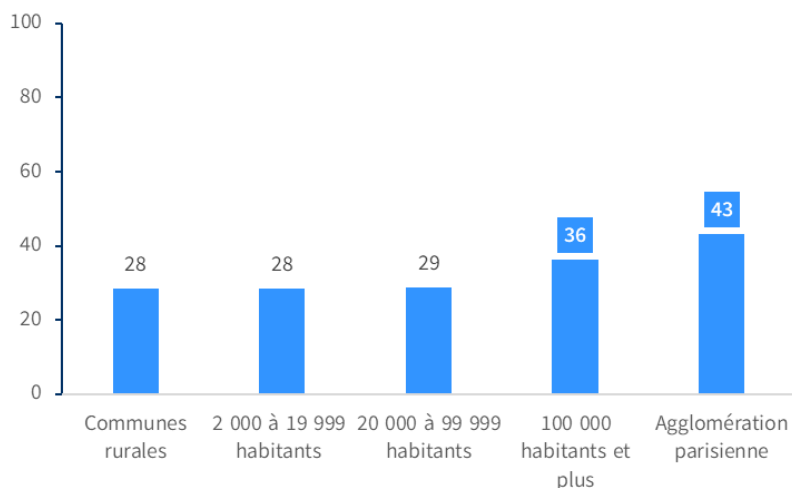
L'engagement en ligne par le biais de la signature d'une pétition est plus marqué chez les personnes avec de bas revenus (37 % ont signé une pétition au cours de l'année) et moins marqué chez les classes moyennes supérieures (30 %).

Une distinction nette existe entre les communes de petite et de grande taille concernant la signature de pétition ou la défense d'une cause sur internet. Les personnes résidant dans des communes de moins de 100 000 habitants sont significativement moins nombreuses à s'être engagées par ce biais au cours de l'année tandis que le recours à internet pour signer une pétition culmine à Paris et dans son agglomération (43 %, voir Graphique 147).

Graphique 147 - Utilisation d'internet pour signer une pétition ou défendre une cause sur internet selon la taille de l'agglomération de résidence

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet : signer une pétition ou défendre une cause en ligne ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Cherche un logement à louer ou à acheter

Trois Français sur dix (31 %) ont cherché un logement à louer ou à acheter sur internet au cours de l'année. Les différents recensements indiquent qu'environ une personne sur dix change effectivement de logement chaque année (entre 10 % et 11 % de migration résidentielle entre 2017 et 2022)²⁴.

La recherche de logement via internet, telle qu'elle est mesurée dans l'enquête, est autant réalisée par les femmes que par les hommes.

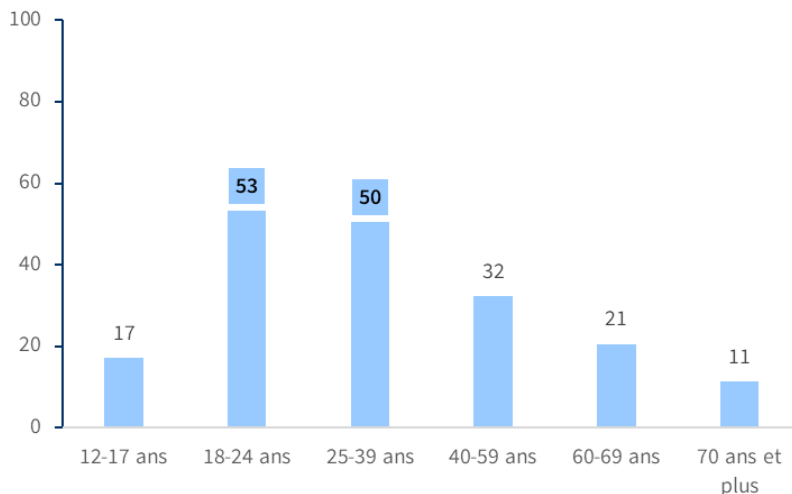
Cette pratique internet est maximale entre 18 et 39 ans, puis se réduit, reflétant ainsi le parcours de vie et le parcours résidentiel de nos concitoyens. Plus particulièrement, une part plus importante des 18-59 ans a recherché un logement sur internet, à l'inverse des plus jeunes (12-17 ans) (17 %) et des plus âgés (21 % des 60-69 ans et 11 % des plus de 70 ans, voir Graphique 148).

²⁴ Brutel, Chantal. « En 2021, des déménagements un peu plus nombreux qu'avant la crise sanitaire depuis l'Île-de-France vers les autres régions », Insee première n 1954 (2023).

Graphique 148 – Utilisation d'internet pour chercher un logement à louer ou à acheter selon l'âge

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet :
chercher un logement à louer ou à acheter ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



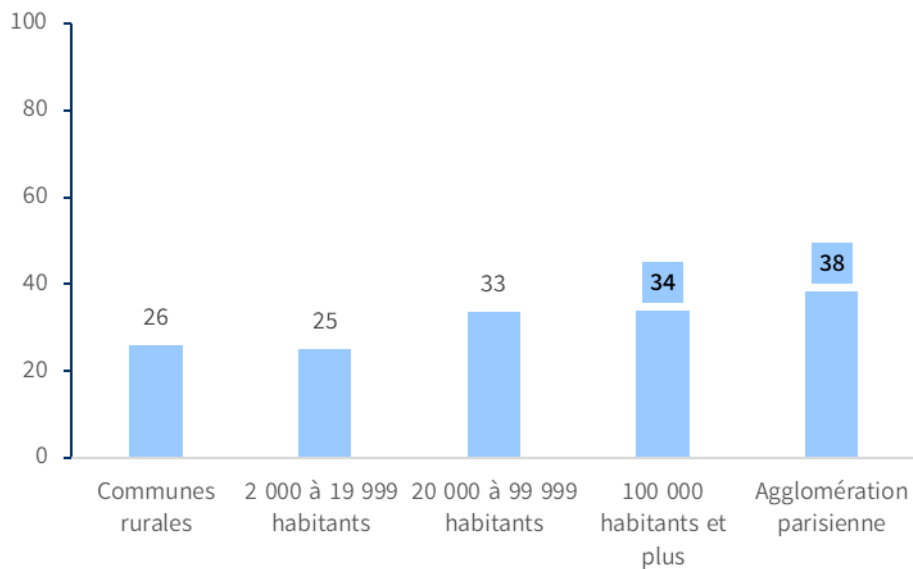
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Enfin, la recherche de logement en ligne est corrélée à la taille d'agglomération de résidence. Les résidents de petites communes de moins de 20 000 habitants effectuent moins de recherche de logement sur internet, contrairement aux habitants de grandes communes de plus de 100 000 habitants ou de l'agglomération parisienne (Graphique 149). Les travaux de l'INSEE montrent que les déménagements de l'Île-de-France vers les autres régions métropolitaines ont augmenté à la suite de la crise de la Covid-19, ainsi que les mobilités à destination d'aires d'attraction des villes moins peuplées que celles d'origine.

Graphique 149 – Utilisation d'internet pour chercher un logement à louer ou à acheter selon la taille d'agglomération de résidence

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet : chercher un logement à louer ou à acheter ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

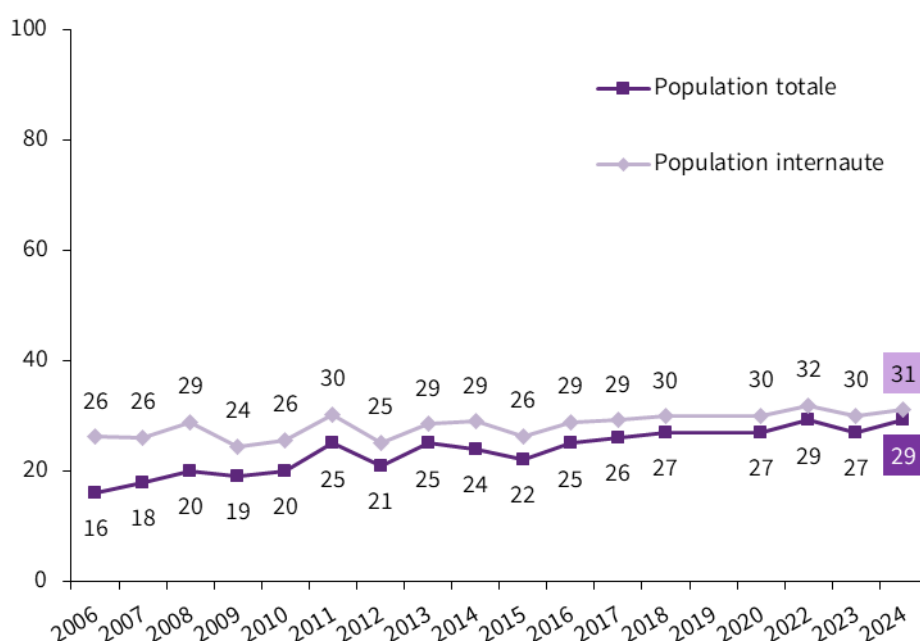
i) Trois Français sur dix utilisent internet pour consulter des offres d'emploi (+ 2 points en un an)

Le pourcentage de répondants ayant recherché des offres d'emploi en ligne au cours des douze derniers mois s'élève à 29 % en 2024, enregistrant une légère hausse de 2 points par rapport à 2023 et un retour au niveau observé en 2022.

Graphique 150 - Proportion d'individus recherchant des offres d'emploi sur internet

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet :
Rechercher des offres d'emploi ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

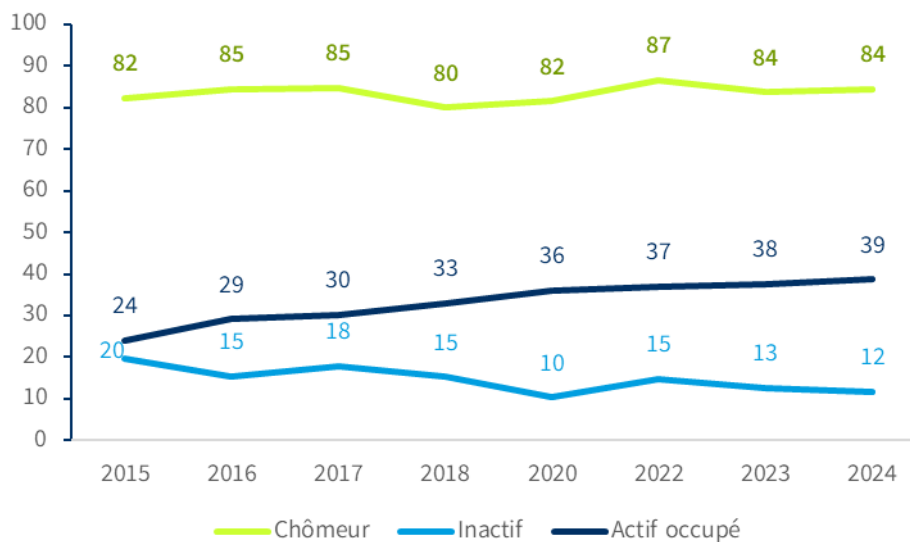


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Huit personnes au chômage sur dix ont recherché un emploi sur internet au cours de l'année écoulée et jusqu'à 84 % des personnes âgées de 18 ans et plus, au chômage et utilisatrices d'internet. Ce taux s'avère, pour ces populations internautes au chômage, d'une grande stabilité dans la durée : il s'élevait déjà à 82 % en 2015.

Graphique 151 - Proportion d'individus recherchant des offres d'emploi sur internet selon le statut d'activité professionnelle

- Champ : ensemble de la population internautes de 18 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 3 470 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les jeunes (66 % des 18-24 ans), les diplômés de l'enseignement supérieur (37 %), les ouvriers (44 %), les cadres (43 %), ainsi que les habitants de l'agglomération parisienne (38 %) sont les catégories de répondants qui recherchent le plus fréquemment des emplois en ligne²⁵. Rappelons qu'en 2023, le taux de chômage atteignait 10,5 % chez les ouvriers, contre seulement 3,4 % chez les cadres. Par ailleurs, au 4^{ème} trimestre 2024, selon l'INSEE, le taux de chômage de 15-24 ans s'élevait à 17,5 %, alors qu'il était de 7 % chez les 25-49 ans, et de 5 % pour les personnes de 50 ans et plus²⁶.

²⁵ Insee, Emploi, chômage, revenus du travail – *Insee références* – Edition 2024, URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7767424>

²⁶ INSEE, « Taux de chômage au sens du BIT et indicateurs sur le marché du travail », 2024.

Tableau 6 - Comparaison socio-démographique des individus ayant ou non recherché des offres d'emploi sur internet au cours des douze derniers mois

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

		Oui	Non	Non concerné	Total
Sexe	Un homme	31	64	5	100
	Une femme	27	65	7	100
Âge	12 à 17 ans	21	79	1	100
	18 à 24 ans	66	31	3	100
	25 à 39 ans	54	44	2	100
	40 à 59 ans	33	65	2	100
	60 à 69 ans	7	87	6	100
	70 ans et plus	1	75	23	100
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	25	58	17	100
	Deux personnes	20	74	5	100
	Trois personnes	38	60	2	100
	Quatre personnes	38	61	1	100
	Cinq personnes et plus	41	57	3	100
Diplôme	Non diplômé	16	53	31	100
	BEPC	24	69	7	100
	BAC	35	61	3	100
	Diplômé du supérieur	37	61	2	100
	Agr. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	33	63	4	100
Profession sociale	Cadre et profession intellectuelle supérieure	43	55	2	100
	Profession Intermédiaire	40	59	2	100
	Employé	40	58	1	100
	Ouvrier	44	52	4	100
	Personne au foyer	24	73	4	100
	Retraité	2	81	17	100
	Autre inactif	37	61	3	100
Niveau de vie	Bas revenus	41	53	6	100
	Classes moyennes inférieures	31	61	7	100
	Classes moyennes supérieures	22	74	4	100
	Hauts revenus	24	71	5	100
Taille d'agglomération	Non réponse	25	60	15	100
	Communes rurales	22	66	12	100
	2 000 à 19 999 habitants	23	71	6	100
	20 000 à 99 999 habitants	31	64	5	100
Agglomération parisienne	100 000 habitants et plus	33	63	4	100
	Agglomération parisienne	38	59	3	100

Champ : population de 12 ans et plus - %

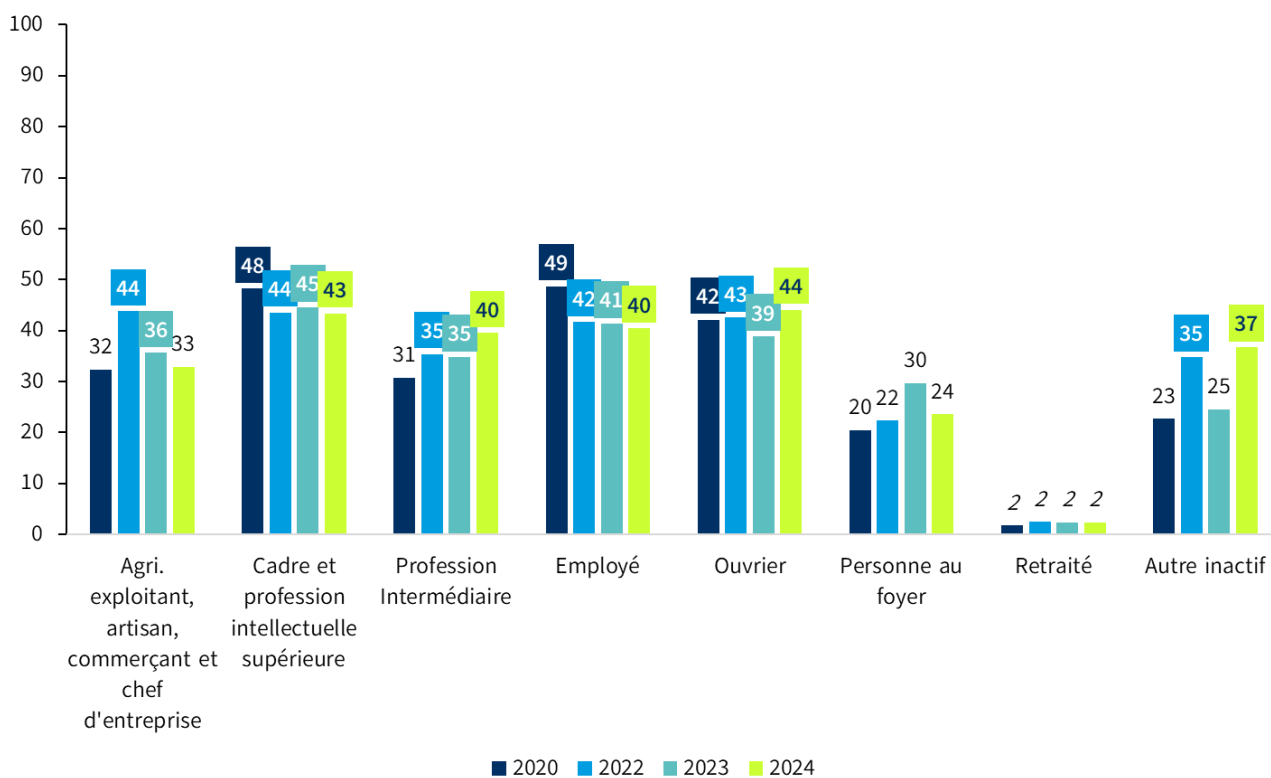
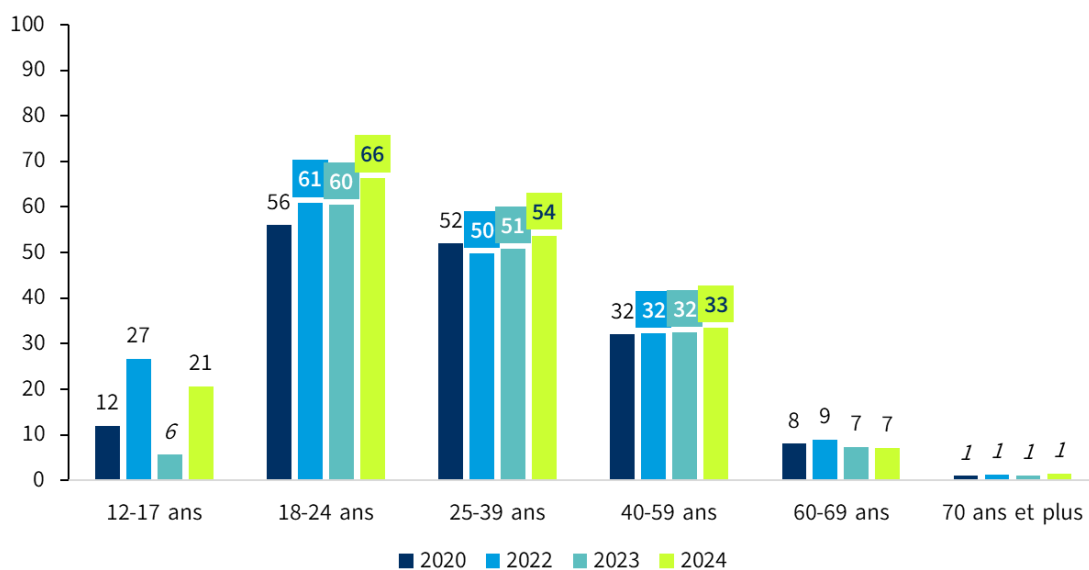
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les pourcentages en bleu et en gras indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

Entre 2023 et 2024, ce taux a connu une progression notable chez les jeunes (+ 6 points chez les 18-24 ans, et +3 points chez les 25-39 ans), ainsi que chez les ouvriers (+ 5 points). Il est resté stable chez les cadres.

Graphique 152 - Proportion d'individus recherchant des offres d'emploi sur internet, selon l'âge, et la catégorie socio-professionnelle

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

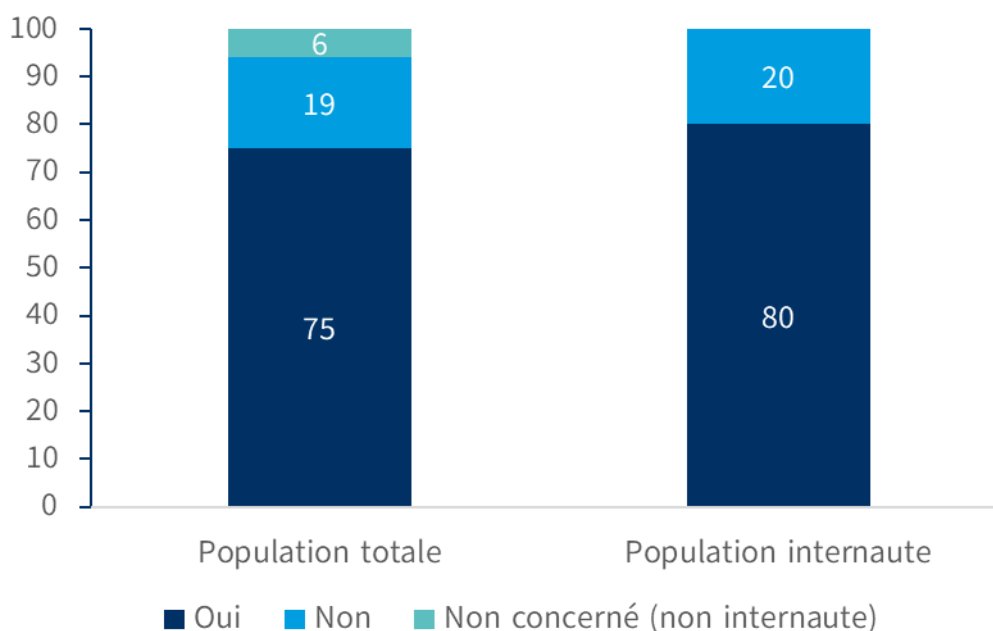
j) Trois Français sur quatre utilisent une application où ils sont géolocalisés pour chercher une information sur internet

Les applications de géolocalisation sont largement adoptées par la population française pour rechercher des lieux, consulter des avis ou vérifier les horaires d'ouverture : 75 % des Français, et jusqu'à 80 % des internautes en ont utilisé au cours des douze derniers mois.

Graphique 153 - Proportion d'individus ayant cherché une information à partir d'une application où ils sont géolocalisés au cours des douze derniers mois

« Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ?
Chercher un lieu, un avis, des horaires d'ouverture, etc. à partir d'une application où vous êtes géolocalisé
(par ex : Google Maps) »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -



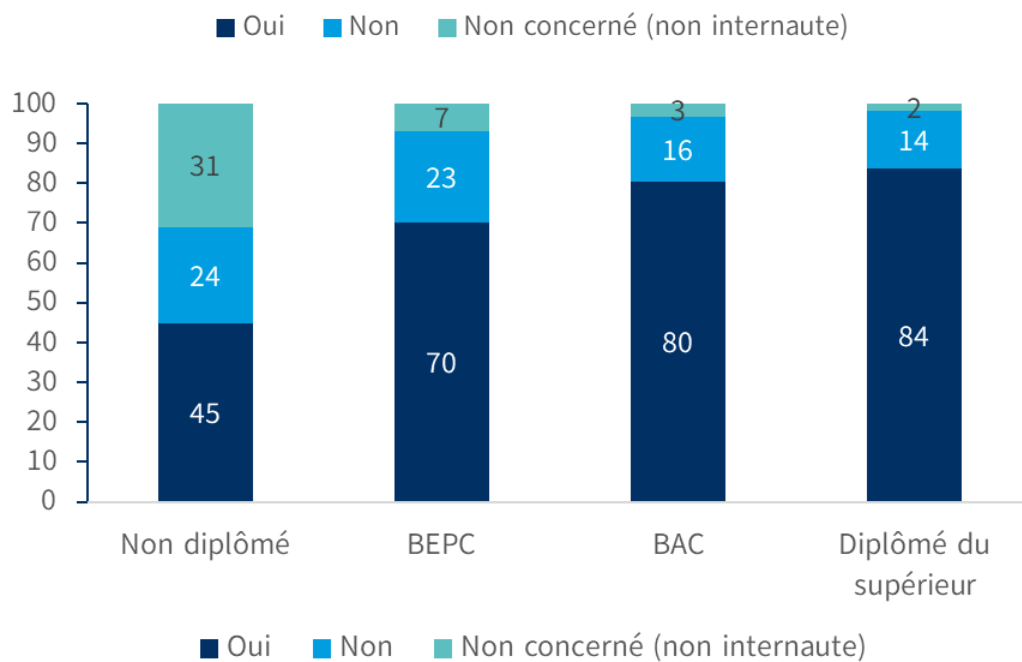
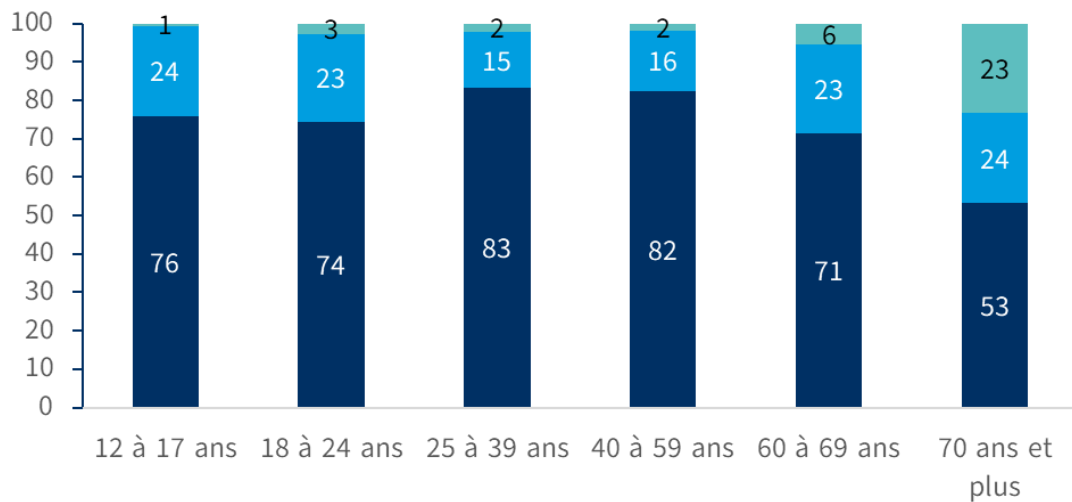
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Ces applications sont majoritairement utilisées par les tranches d'âge intermédiaires, 83 % des 25-39 ans et 82 % des 40-59 ans y ayant recours. Leur usage est nettement moins fréquent chez les 70 ans et plus, avec seulement 53 % d'utilisateurs, en partie en raison d'une proportion plus élevée de non-internautes dans cette catégorie.

L'utilisation de ces applications est plus répandue chez les répondants les plus diplômés, atteignant 84 %, contre seulement 45 % chez les non-diplômés.

Graphique 154 - Proportion d'individus ayant cherché une information à partir d'une application où ils sont géolocalisés au cours des douze derniers mois, selon l'âge et le niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

4. D'autres usages, en stagnation ou repli

a) Internet est moins souvent un outil de sociabilité, sauf pour les rencontres amoureuses

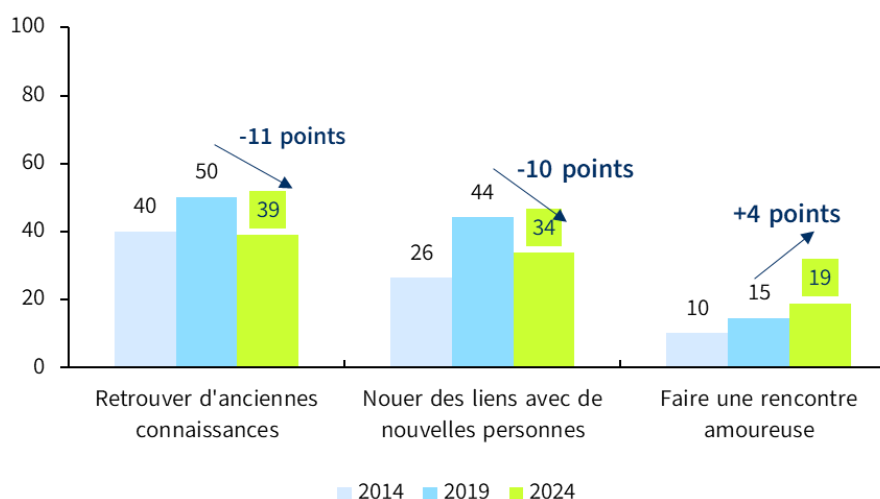
Jusqu'en 2019, internet était reconnu pour les opportunités offertes de retrouver d'anciennes connaissances ou d'en nouer de nouvelles. Pendant la pandémie, les outils numériques ont pallié l'absence de contacts physiques imposée par les confinements et restrictions de déplacements.

En 2024, cependant, ces deux usages enregistrent une baisse sensible (- 11 et - 10 points par rapport à 2019). Faut-il y voir l'envie de rattraper le temps perdu après deux années de restrictions sur le plan des liens ? Seule exception, notable : la hausse continue des Français ayant fait une rencontre amoureuse sur internet au cours de l'année écoulée (19 % en 2024, + 4 points par rapport à 2019).

Graphique 155 - Rencontres faites grâce à internet

« Internet vous a-t-il permis de ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

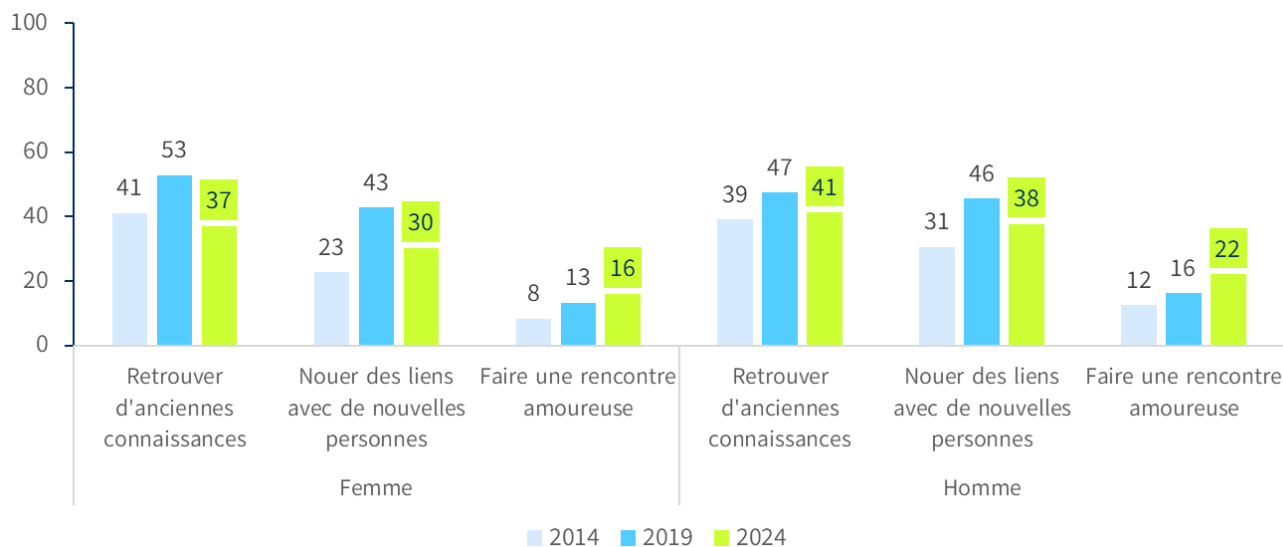


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

En matière de rencontres amoureuses, la proportion de femmes ayant noué ce type de relation en ligne augmente légèrement (+3 points, passant de 13 % à 16 %). Chez les hommes, cette part progresse de manière plus importante, avec une hausse de 6 points, atteignant 22 % contre 16 % auparavant, creusant un peu plus l'écart entre les deux genres (6 points d'écart, contre 3 points d'écart en 2019).

Graphique 156 - Rencontres faites grâce à internet, selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Des différences par tranche d'âge sont également observables :

- La tendance à retrouver d'anciennes connaissances via internet diminue de manière plus prononcée chez les 12-17 ans (-19 points, passant de 61 % à 42 %), les 18-24 ans (-20 points, de 76 % à 56 %) et les 25-39 ans (-19 points, de 70 % à 51 %). Chez les 40-59 ans, la baisse est plus modérée (-10 points, de 50 % à 41 %).
- La création de nouvelles relations en ligne connaît une baisse marquée chez les 18-24 ans (-15 points, passant de 79 % à 64 %), tandis que chez les 60-69 ans, cette diminution est plus légère (-3 points, de 27 % à 24 %).
- Enfin, les rencontres amoureuses en ligne progressent particulièrement chez les 25-39 ans (+10 points, passant de 27 % à 37 %), ainsi que chez les 18-24 ans (+6 points, de 33 % à 39 %) et les 40-59 ans (+6 points, de 12 % à 18 %).

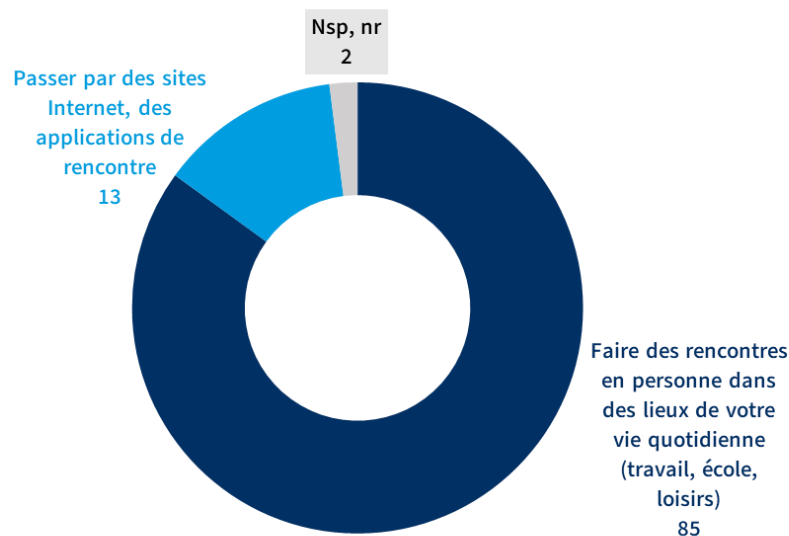
Le nombre de personnes déclarant avoir retrouvé d'anciennes connaissances sur internet diminue dans tous les types d'agglomérations, bien que cette baisse soit plus modérée dans l'agglomération parisienne, où elle atteint seulement 7 points, passant de 53 % à 46 %, contre une baisse moyenne de 11 points. De même, la baisse des nouvelles rencontres en ligne se vérifie dans toutes les tailles d'agglomérations, mais elle est moins marquée dans les communes de taille moyenne, où la diminution n'est que de 5 points, passant de 41 % à 35 %, par rapport à une baisse moyenne de 10 points. Enfin, concernant les rencontres amoureuses en ligne, elles connaissent une augmentation dans toutes les tailles d'agglomérations, avec une progression particulièrement notable dans l'agglomération parisienne, qui a enregistré une hausse de 15 points entre 2019 et 2024, passant de 14 % à 29 %.

La baisse des nouvelles relations nouées en ligne peut s'expliquer par une préférence marquée pour les rencontres dans le monde réel, citée par 85 % des répondants. Cette tendance reflète sans doute un désir plus fort d'interactions en face à face, malgré les possibilités offertes par internet.

Graphique 157 - Pratiques privilégiées pour nouer des liens avec de nouvelles personnes

» Pour nouer des liens avec de nouvelles personnes, préférez-vous ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

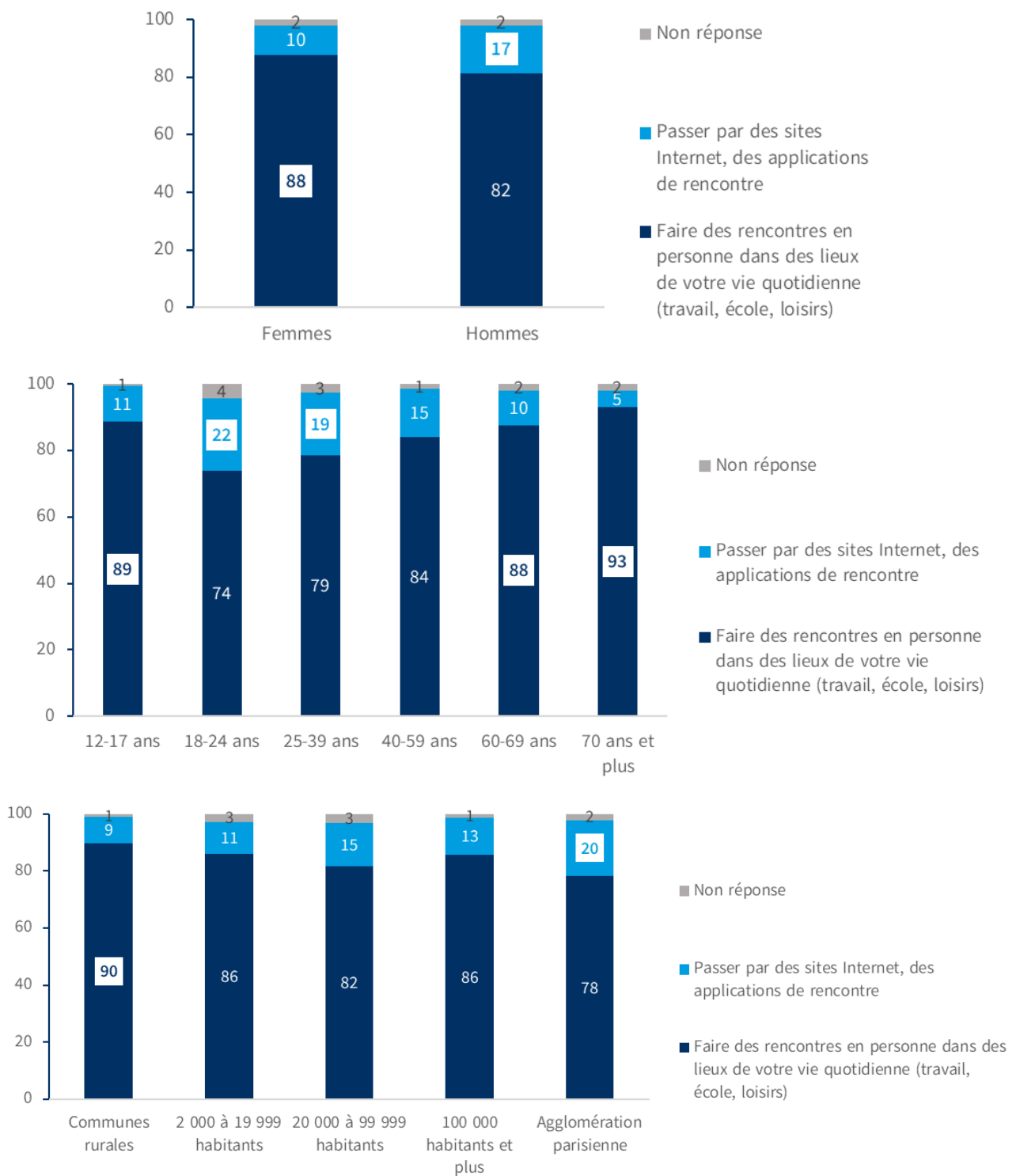


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les femmes déclarent plus souvent que les hommes préférer faire des rencontres en personne dans des lieux de la vie quotidienne (88 % contre 82 % chez les hommes). Cette préférence pour les rencontres en face à face est également marquée chez les 12-17 ans, mais elle diminue chez les 18-24 ans, où l'utilisation des sites de rencontres est plus couramment évoquée (22 % contre une moyenne de 13 %). À partir de 25 ans, la préférence pour les rencontres physiques ne cesse de croître : 79 % des 25-39 ans privilégient ce mode de rencontre, atteignant 88 % chez les 60-69 ans et 93 % chez les 70 ans et plus. Enfin, les habitants de l'agglomération parisienne se distinguent par une plus grande préférence pour les rencontres en ligne par rapport aux autres types d'agglomération, avec 20 % d'entre eux qui citent cette option, contre 13 % des habitants des grandes agglomérations de plus de 100 000 habitants, par exemple.

Graphique 158 - Pratiques privilégiées pour nouer des liens avec de nouvelles personnes, selon le genre, selon l'âge et la taille d'agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

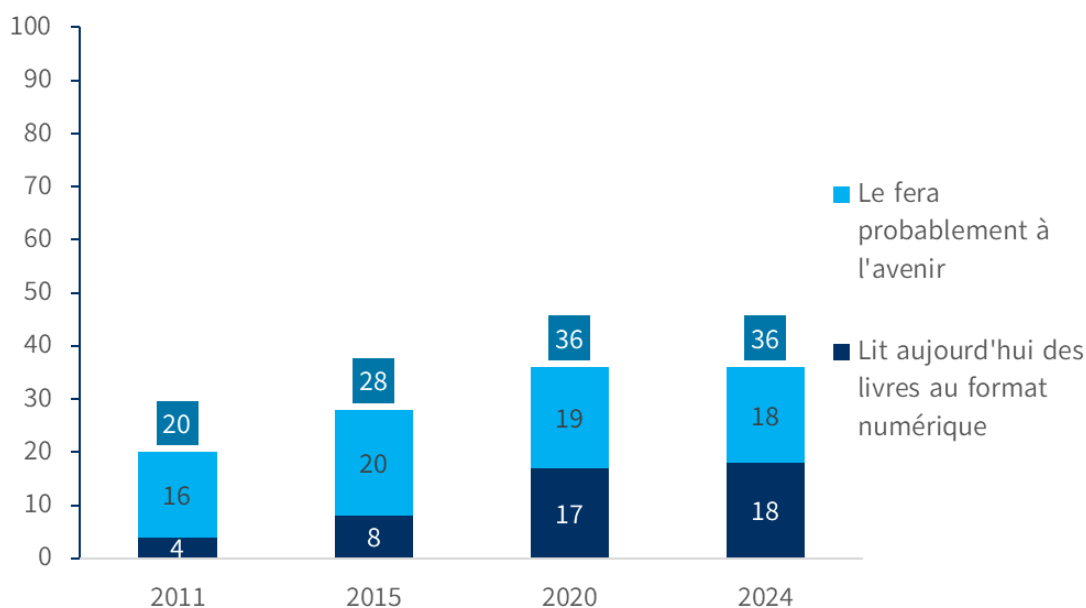
b) L'attrait pour les livres numériques marque une pause

36 % de la population lit déjà (18 %) des livres sur écran numérique ou le fera probablement dans l'avenir (18 %). La proportion était exactement la même en 2020.

Graphique 159 - Lecture sur écrans numériques

« Aujourd'hui, il est possible de lire des livres sur des écrans numériques. Pensez-vous qu'à l'avenir vous lirez des livres au format numérique ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -

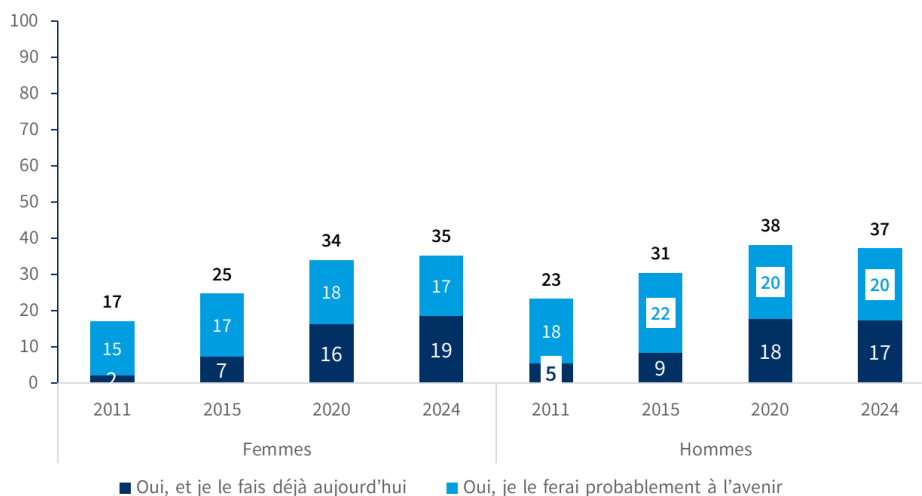


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'écart entre hommes et femmes concernant l'attrait pour les livres numériques se réduit progressivement entre 2020 et 2024. En 2024, 37 % des hommes lisent en numérique (17 %) ou prévoient de le faire à l'avenir (20 %), contre 35 % des femmes, dont 19 % sont déjà lectrices et 17 % envisagent de s'y mettre, soit un écart de 2 points. En 2020, cet écart était légèrement plus important : 38 % des hommes manifestaient un intérêt pour le format numérique, contre 34 % des femmes, soit une différence de 4 points.

Graphique 160 - Pratiques de lecture sur écrans numériques, selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -

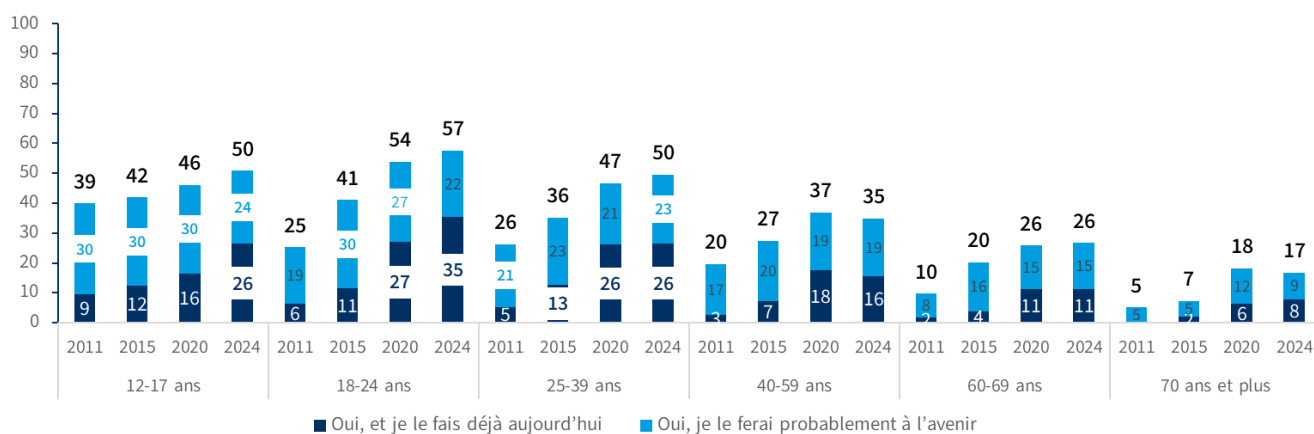


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Par tranche d'âge, le format numérique a su conquérir les 12-17 ans entre 2020 et 2024. En 2024, ils sont 26 % à lire des livres numériques, soit une augmentation de 10 points par rapport aux 16 % de 2020. Les 18-24 ans connaissent également une progression, passant de 27 % à 35 % de lecteurs sur supports numériques entre 2020 et 2024. En revanche, après 40 ans, l'attrait pour ce format de lecture, tant actuel qu'à venir, est plus faible et reste stable par rapport à 2020.

Graphique 161 - Pratiques de lecture sur écrans numériques, selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Comme les années précédentes, la lecture en format numérique est un peu plus courante chez les diplômés de l'enseignement supérieur (45 % en 2024, avec 24 % qui lisent déjà de cette manière et 21 % prévoyant de le faire dans le futur). Il faut dire que les lecteurs de livre numérique sont, en règle générale, également lecteurs de livre papier²⁷. Et la sociologie de la lecture de livres montre de manière persistante des différences selon le niveau de diplôme²⁸.

La lecture de livres digitaux est aussi plus fréquente parmi les cadres et professions intellectuelles supérieures (51 %, dont 28 % le pratiquent déjà et 23 % envisagent de s'y intéresser). De plus, 49 % des habitants de l'agglomération parisienne sont concernés, avec 26 % ayant déjà adopté ce format et 23 % prévoyant de le faire à l'avenir.

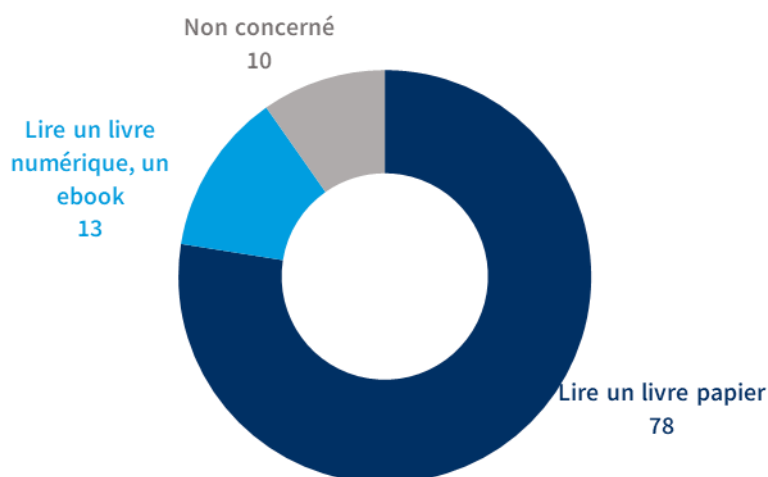
D'après les préférences affichées par la population, les perspectives d'évolution de la lecture sur supports numériques pourraient être restreintes par l'attachement des Français à « l'objet-livre ». En effet, dans l'idéal, au moins 78 % des Français privilégient la lecture d'un livre papier.

Toutefois, un fort effet générationnel pourrait limiter l'effet de cet attachement : en effet les plus jeunes sont plus nombreux à entrer dans la lecture avec des livres numériques²⁹.

Graphique 162 - Préférence de support pour la lecture

« Dans l'idéal, préférez-vous ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : cette question n'a pas été interrogée aux personnes interrogées par téléphone, considérées ici comme « non concernées »

27 Les Français et la lecture en 2023 | Centre national du livre

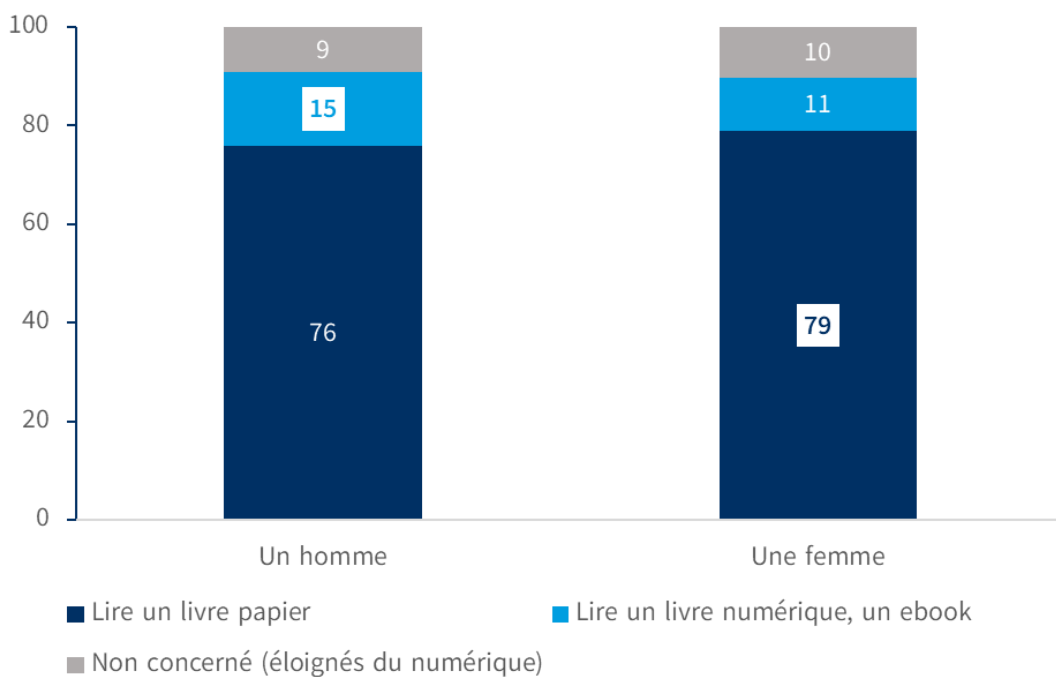
28 Livres (culture.gouv.fr)

29 Enquête du CNL, op.cit.

La préférence pour « l'objet-livre » est légèrement plus prononcée chez les femmes, 79 % d'entre elles préférant la lecture sur papier, contre 76 % des hommes.

Graphique 163 - Préférences de support pour la lecture, selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



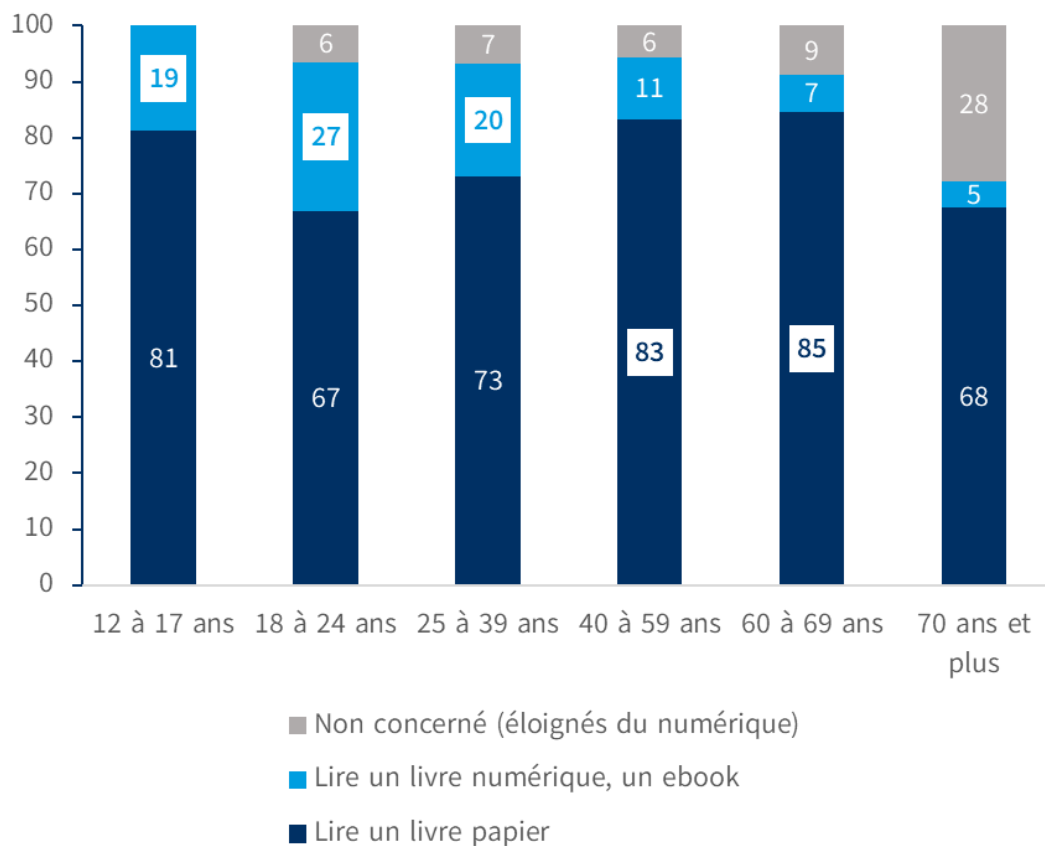
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : cette question n'a pas été interrogée aux personnes interrogées par téléphone, considérées ici comme « non concernées »

Malgré un intérêt accru pour le livre numérique cette année (voir plus haut), une très large majorité de 12-17 ans préfèrent idéalement lire en format papier (81 %). Cet attachement à « l'objet-livre » est également largement partagé par les répondants plus âgés, avec 83 % des 40-59 ans et 85 % des 60-69 ans favorisant le livre papier, contre 67 % des 18-24 ans et 73 % des 25-39 ans.

Graphique 164 - Préférences de support pour la lecture, selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : cette question n'a pas été interrogée aux personnes interrogées par téléphone, considérées ici comme « non concernées »

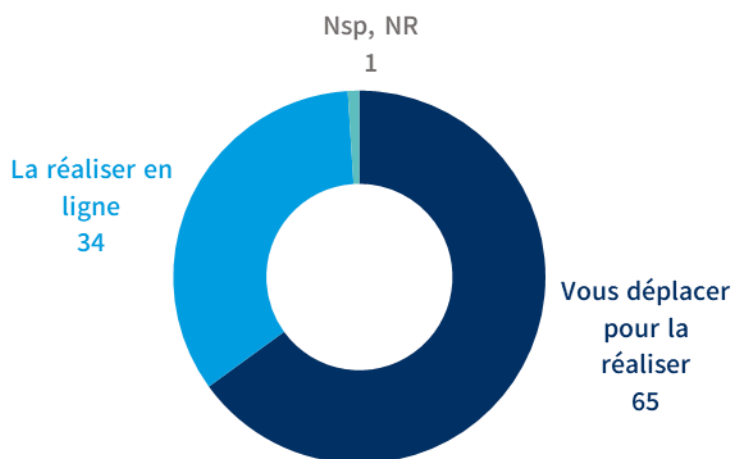
c) Des arbitrages s'effectuent entre numérique et monde réel

La digitalisation croissante de la société n'est pas toujours bien perçue : déshumanisation, désinformation, malveillance, arnaques ... nombreux sont les risques ou dangers qu'on peut y associer. Ainsi, une majorité de la population (65 %) dit préférer « **se déplacer** » pour réaliser une activité de la vie quotidienne plutôt que de la réaliser en ligne.

Graphique 165 - Préférences pour l'accomplissement d'une activité de la vie quotidienne

« De façon générale, pour accomplir une activité dans votre vie quotidienne, préférez-vous ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



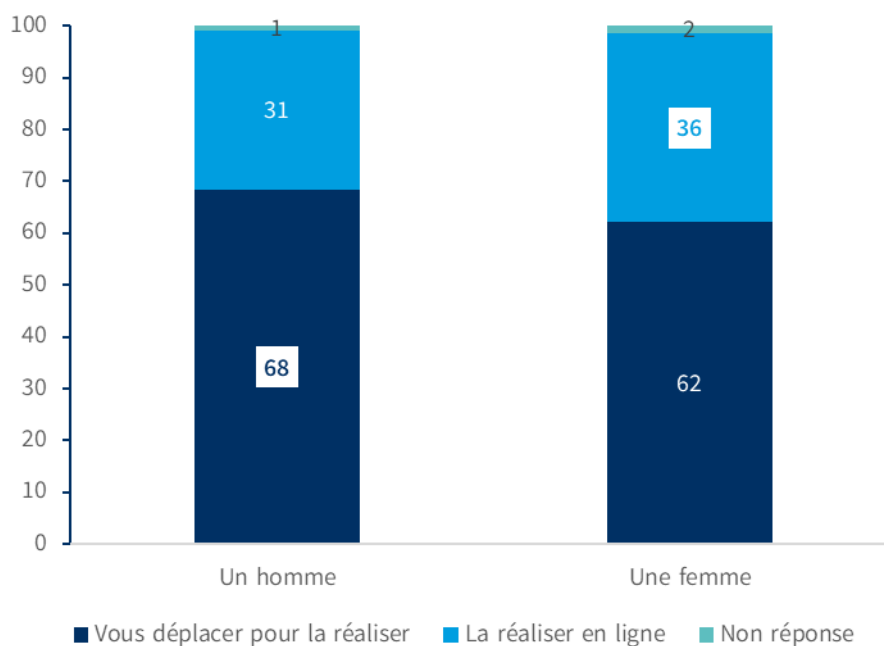
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les femmes montrent une légère préférence par rapport aux hommes pour effectuer des activités quotidiennes en ligne : 36 % d'entre elles privilégient ce mode pour les tâches quotidiennes, contre 31 % des hommes, soit un écart de 5 points. Ce constat peut être interprété à la lumière de l'enquête « Emploi du temps » de l'INSEE, qui révèle que les femmes consacrent davantage de temps aux tâches domestiques et familiales³⁰. Pour optimiser leur emploi du temps, elles pourraient ainsi être plus enclines à recourir aux services en ligne afin de simplifier ces tâches (comme les courses en ligne, la gestion des finances ou la planification d'activités).

30 BROUSSE Cécile. « Travail professionnel, tâches domestiques, temps libre : quelques déterminants sociaux de la vie quotidienne ». Economie et Statistique n)478-479-480, 2015. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/1303226/ES478E.pdf>

Graphique 166 - Préférences pour l'accomplissement d'une activité de la vie quotidienne, selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

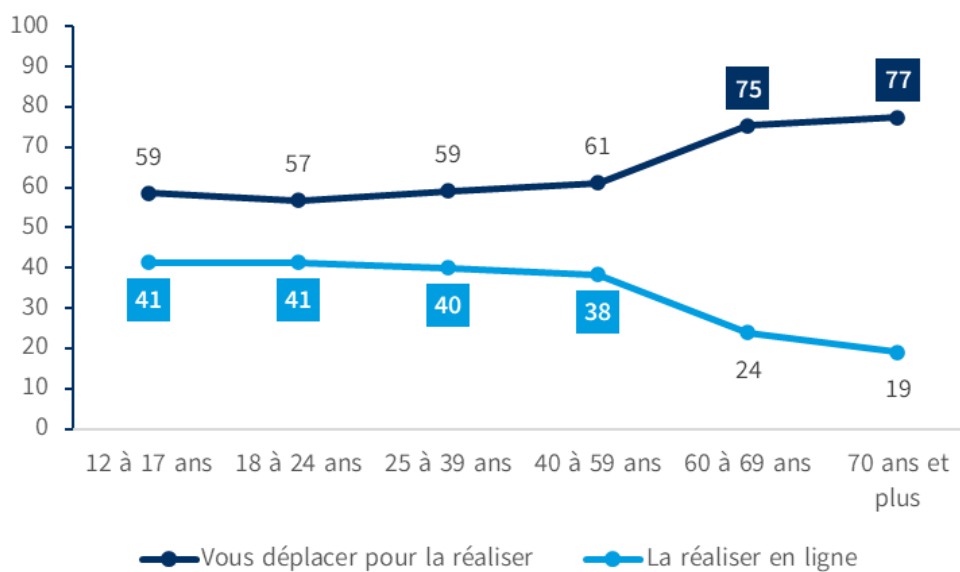


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les écarts entre les tranches d'âge sont également marquants : plus l'âge augmente, plus les individus privilégient les déplacements pour réaliser les tâches de la vie quotidienne.

Graphique 167 - Préférences pour l'accomplissement d'une activité de la vie quotidienne, selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

De plus, le lieu de résidence influence ces préférences, les habitants de la région parisienne étant plus enclins à réaliser des activités en ligne que la moyenne des répondants (41 % contre 34 %). Ce phénomène peut s'expliquer par un mode de vie urbain plus chronophage (temps de transport plus

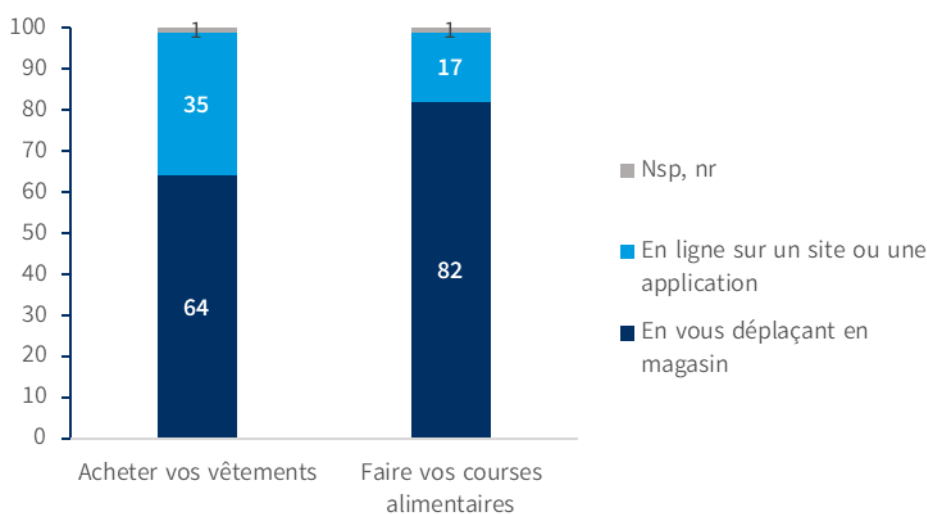
long³¹), incitant les Parisiens à rechercher des solutions pratiques pour optimiser leur temps au quotidien.

Interrogés plus spécifiquement sur deux tâches ordinaires de la vie quotidienne, l'achat de vêtements et les courses alimentaires, les répondants préfèrent à la majorité réaliser ces deux tâches en se rendant dans un magasin (à respectivement 64 % et 82 %). S'agissant de l'achat de vêtements, plus d'un tiers des répondants répondent tout de même qu'ils préfèrent acheter leurs vêtements en ligne.

Graphique 168 - Préférences pour les pratiques de consommation

« Préférez-vous... ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré n : 3 670 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

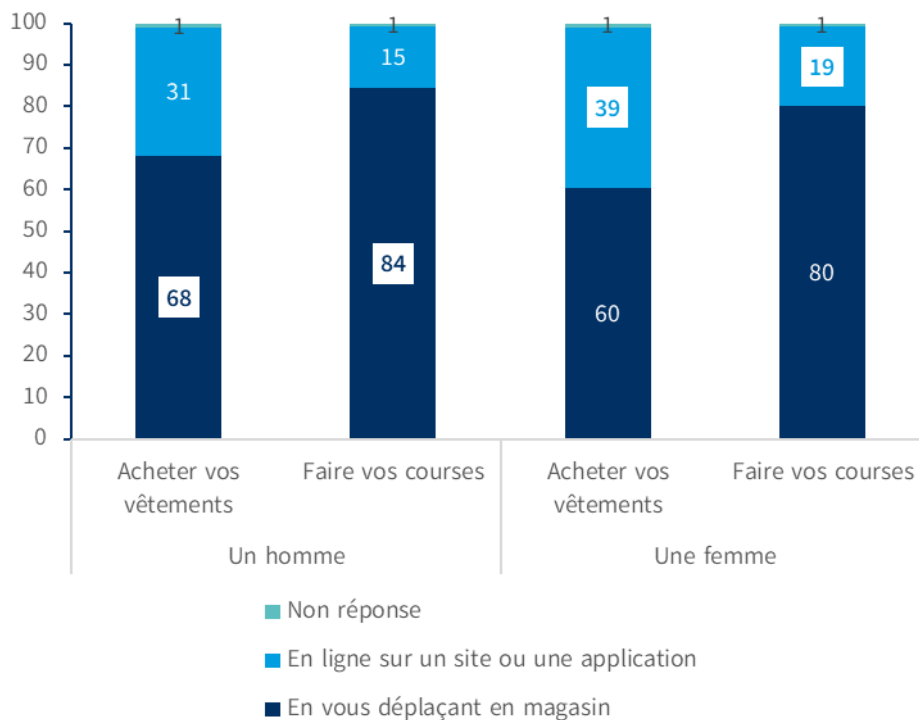
Les différences entre hommes et femmes se manifestent à nouveau : les hommes sont plus nombreux que les femmes à préférer se rendre en magasin pour acheter leurs vêtements ou faire leurs courses (68 % et 84 % contre 60 % et 80 % chez les femmes).

Cette préférence affichée s'explique en partie par la fréquence d'achat : les femmes étant aujourd'hui encore le plus souvent en charge des achats pour tout le foyer.

31 La mobilité locale un jour de semaine des habitants de communes très densément peuplées est de 22.2 minutes contre 19.6 minutes par déplacement dans les zones très peu et peu denses. Source : Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, Enquête mobilités 2019, Résultats détaillés de l'enquête mobilité des personnes de 2019 | Données et études statistiques (developpement-durable.gouv.fr)

Graphique 169- Préférences pour les pratiques de consommation, selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus hors personnes interrogées par téléphone, en % - effectif total pondéré n : 3 670 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La taille du foyer influence également ces préférences : plus le foyer est grand, plus les répondants tendent à privilégier l'achat en ligne plutôt que de se déplacer en magasin. Par exemple, pour les courses alimentaires, 22 % des foyers de plus de cinq personnes préfèrent faire leurs achats en ligne, ce qui représente un écart de 8 points par rapport aux foyers composés d'une seule personne. Le numérique apparaît probablement comme une solution pratique permettant de gagner du temps, particulièrement dans les grands foyers avec enfants, où les responsabilités domestiques et familiales sont plus nombreuses.

Enfin, les jeunes générations sont également plus enclines à effectuer leurs achats de vêtements ou leurs courses alimentaires en ligne. En effet, 44 % des 25-39 ans favorisent l'achat de vêtements en ligne, contre 27 % des 60-69 ans. De même, 25 % des 25-39 ans montrent une préférence pour les courses alimentaires en ligne, comparé à seulement 10 % des 60-69 ans.

Les paiements sans contact sur *smartphone*

Pour l'heure, 28 % des détenteurs de *smartphone* déclarent utiliser leur appareil pour des paiements sans contact. Le rapport annuel 2023 de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement de la Banque de France indique que les paiements mobiles représentent 10 % des opérations de paiement, avec une utilisation en hausse de 90 % entre 2022 et 2023.³²

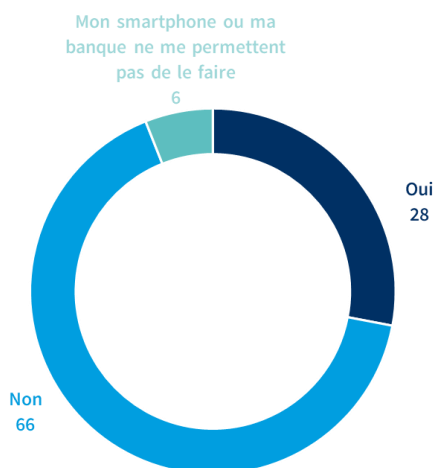
Le paiement sans contact via *smartphone* est très courant chez les 18-24 ans, avec près d'un répondant sur deux (49 %) utilisant cette méthode. Cependant, cette pratique diminue progressivement avec l'âge, ne concernant plus que 20 % des 60-69 ans et 17 % des 70 ans et plus.

Cette pratique est également plus répandue chez les cadres et professions intellectuelles supérieures (41 %) et les répondants aux hauts revenus (32 %).

Graphique 170 – Pratique du paiement sans contact avec le *smartphone*

« Payez-vous sans contact avec votre *smartphone* (ex : Apple Pay, Samsung Pay, Paylib, Google Pay, etc.) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus disposant d'un *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % - effectif total pondéré n : 3 524 -

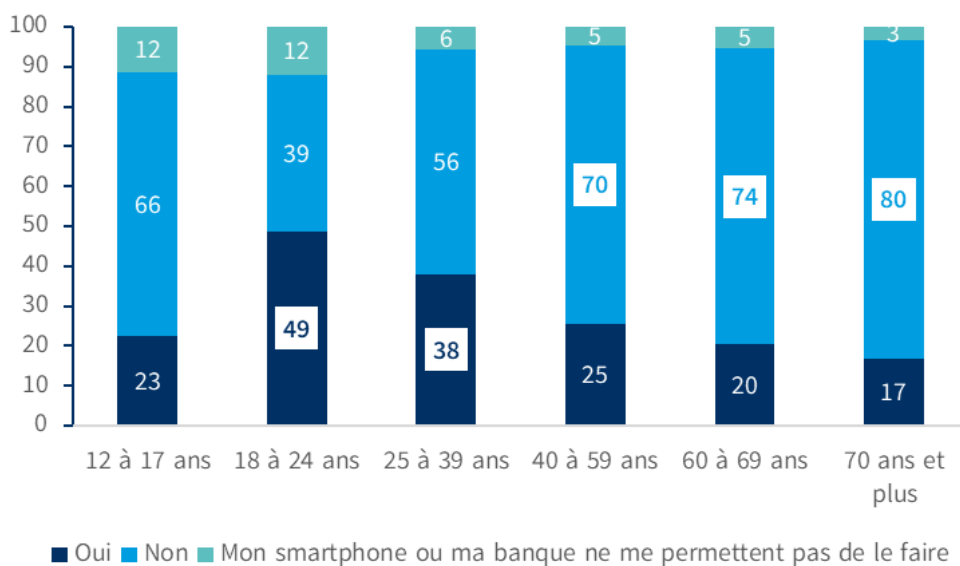


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

³² Rapport de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement 2023, Banque de France.

Graphique 171 - Paiement son *smartphone* par catégorie d'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus disposant d'un *smartphone*, hors éloignés du numérique, en % - effectif total pondéré n : 3 524 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

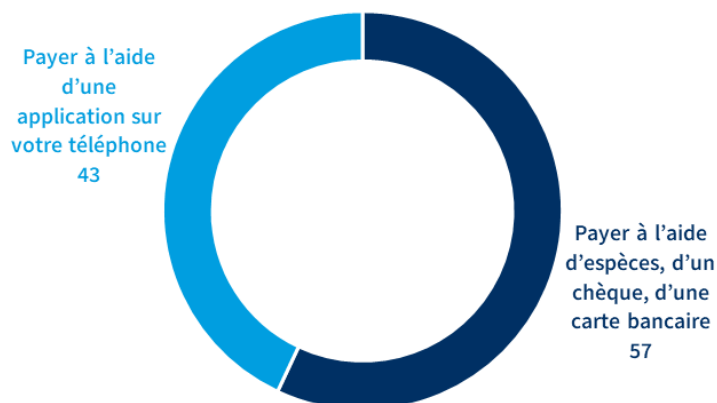
Pour autant, la majorité des personnes qui utilisent le paiement sans contact via *smartphone* (57 %) préfèrent tout de même opter pour d'autres modes de paiement, tels que les espèces, les chèques ou les cartes bancaires. Le fait d'opter dans certains cas pour un paiement par *smartphone* pourrait ainsi découler d'une logique d'opportunité (achat rapide, praticité) plutôt que d'une volonté d'en faire son moyen de paiement principal.

Cette préférence pour les modes de paiement physiques est particulièrement marquée chez les personnes âgées, avec 72 % des 70 ans et plus et 66 % des 60-69 ans qui les préfèrent, contre 50 % des 18-24 ans.

Graphique 172 – Pratiques utilisées pour le paiement au quotidien

« Pour la réalisation de vos paiements au quotidien, préférez-vous ? »

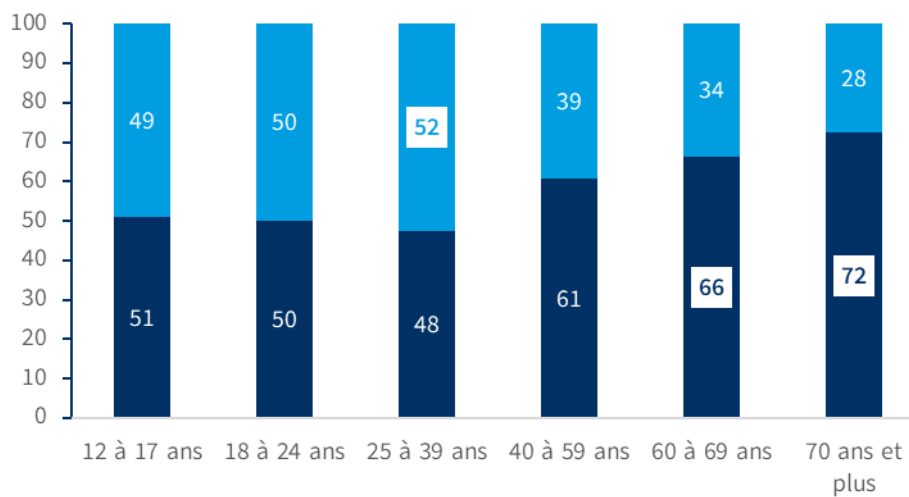
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui paie sans contact avec son *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 971



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 173 – Pratiques utilisées pour le paiement au quotidien, selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui paie sans contact avec son *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 971



■ Payer à l'aide d'une application sur votre téléphone (ex : Apple Pay, Samsung Pay, Paylib, Google Pay, etc.)

■ Payer à l'aide d'espèces, d'un chèque, d'une carte bancaire

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

5. Protection sur internet

a) La préoccupation liée à la protection des données individuelles constitue le principal frein à l'utilisation d'internet

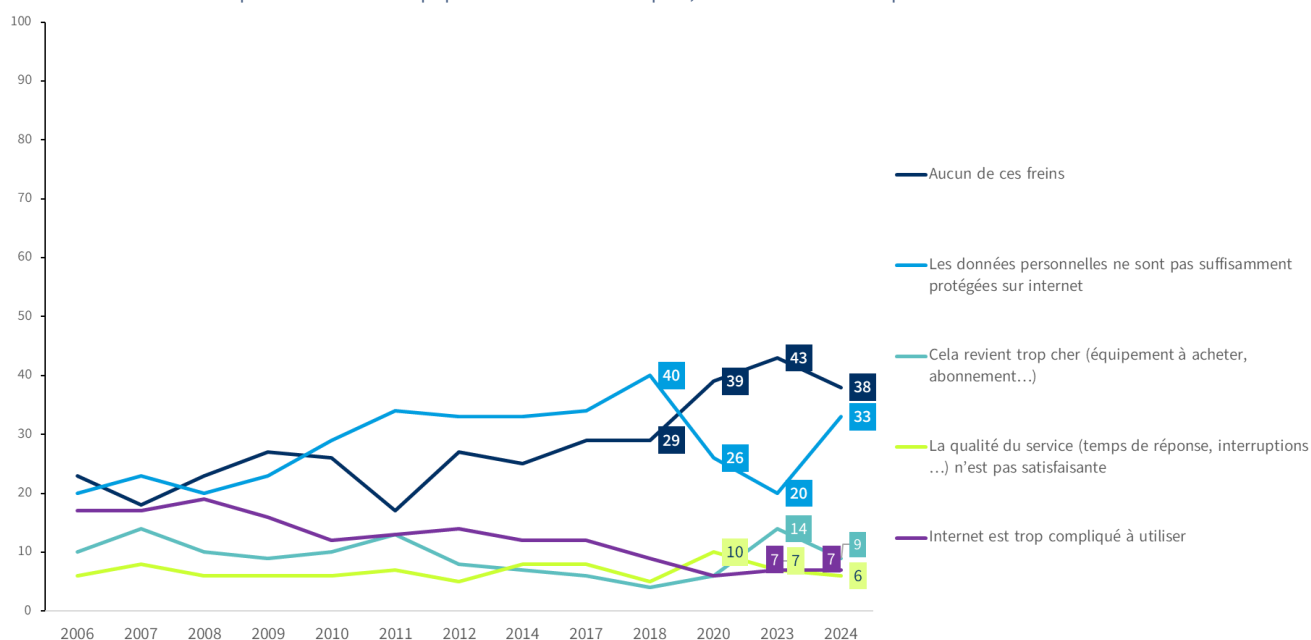
Près de quatre personnes sur dix (38 %) ne voient aucun frein à l'utilisation d'internet. Après avoir culminé à 43 % en 2023, cette proportion retrouve le niveau observé avant la crise sanitaire.

En revanche, près d'un tiers des répondants cite le manque de protection des données personnelles comme principal frein à l'usage d'internet. Après avoir considérablement reculé au cours des cinq dernières années, cette inquiétude concernant la sécurité des données remonte, avec une augmentation de 13 points par rapport à 2023.

Graphique 174 - Principal frein perçu à l'utilisation d'internet

« Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'internet ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le RGPD avait, pour un temps rassuré les Français. Le rebond des inquiétudes pourrait s'expliquer par l'émergence de nouvelles technologies, telles que l'intelligence artificielle, qui soulèvent des interrogations importantes sur la protection des données personnelles. Les utilisateurs peuvent craindre les dérives potentielles liées à l'utilisation de leurs données dans ces nouveaux contextes. Cette question est au cœur des préoccupations de la CNIL, qui continue de travailler sur les enjeux de la protection des données dans le cadre de l'intelligence artificielle³³. Au-delà des nouvelles technologies, les inquiétudes ont pu être entretenues par de récentes fuites de données massives : en août 2023 et en février et mars 2024, France Travail a ainsi été victime d'attaques informatiques compromettant les données personnelles (noms, prénoms, numéro de sécurité sociale, adresses postales et mails, numéros

33 CNIL, « Développement des systèmes d'IA : les recommandations de la CNIL pour respecter le RGPD », 8 avril 2024, <https://www.cnil.fr/fr/developpement-des-systemes-dia-les-recommandations-de-la-cnil-pour-respecter-le-rgpd>

de téléphones...). L'attaque de 2024 a notamment concerné 43 millions de Français³⁴. La CNIL note une hausse du nombre de données notifiées, sans toutefois pouvoir différencier l'effet d'un meilleur du RGPD de l'accroissement des risques³⁵.

La question du coût est le deuxième frein le plus souvent mentionné (9 %), bien qu'en recul de 5 points par rapport à 2023, une année qui avait été marquée par une forte hausse des prix (inflation de 4.9 % en 2023 selon l'Insee).

Les internautes davantage préoccupés par la protection des données personnelles

La perception des freins à l'utilisation d'internet varie sensiblement selon la familiarité d'utilisation d'internet. Ainsi, les internautes sont bien plus nombreux à s'inquiéter de la sécurité de leurs données personnelles (35 %, contre 10 % des non-internautes). Néanmoins, 39 % des internautes ne citent aucun de ces freins, alors que cette proportion est nettement moindre chez les non-internautes (24 %). L'usage quotidien d'internet réduit particulièrement le sentiment d'être limité dans ces usages en ligne : 42 % des internautes quotidiens déclarent ne rencontrer aucun des freins mentionnés, contre 18 % de ceux l'utilisant une à deux fois par semaine et 16 % de ceux l'utilisant plus rarement.

Pour les personnes n'utilisant pas internet – quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile – la complexité d'utilisation (37 %, contre 5 % des internautes) semble constituer la principale barrière juste devant le manque d'utilité d'internet pour la vie quotidienne (10 %, contre seulement 2 % des internautes)

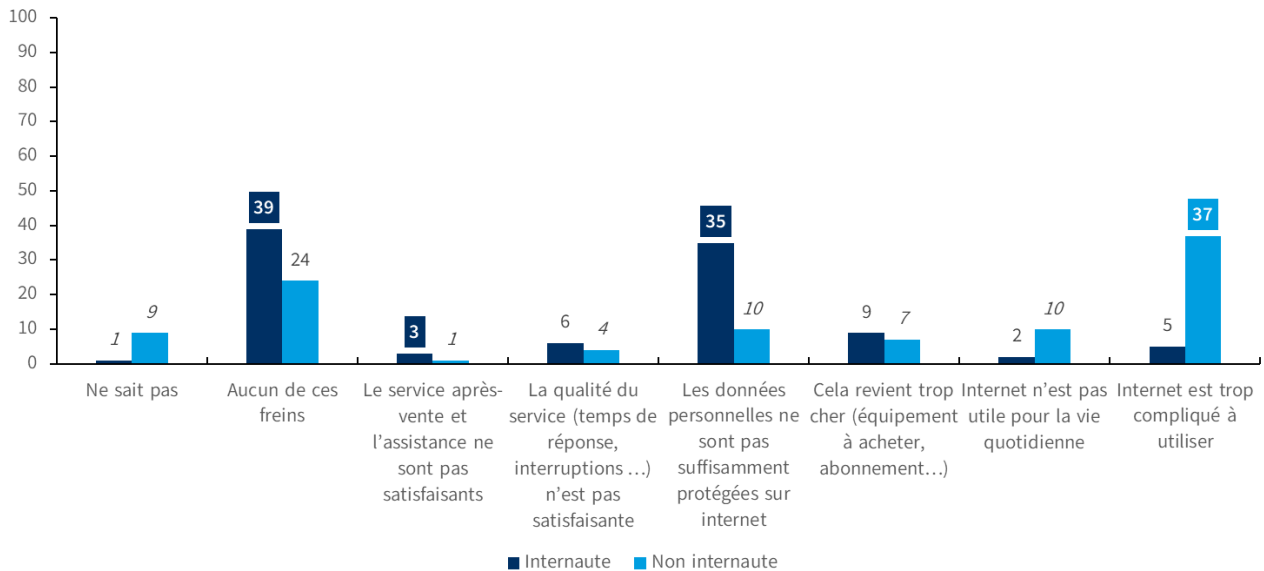
34 CNIL, France Travail : la CNIL enquête sur la fuite de données et donne des conseils pour se protéger, 13 mars 2024, <https://www.cnil.fr/fr/france-travail-la-cnil-enquete-sur-la-fuite-de-donnees-et-donne-des-conseils-pour-se-protger>

35 CNIL, Violation de données personnelles : bilan de 5 années de RGPD, 27 mars 2024, <https://www.cnil.fr/fr/violations-de-donnees-personnelles-bilan-de-5-annees-de-rgpd>

Graphique 175 - Principal frein perçu à l'utilisation d'internet selon l'utilisation d'internet

« Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'internet ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les internautes désignent les répondants qui se connectent à Internet tous les jours, ou une à deux fois par semaine, par plus rarement.

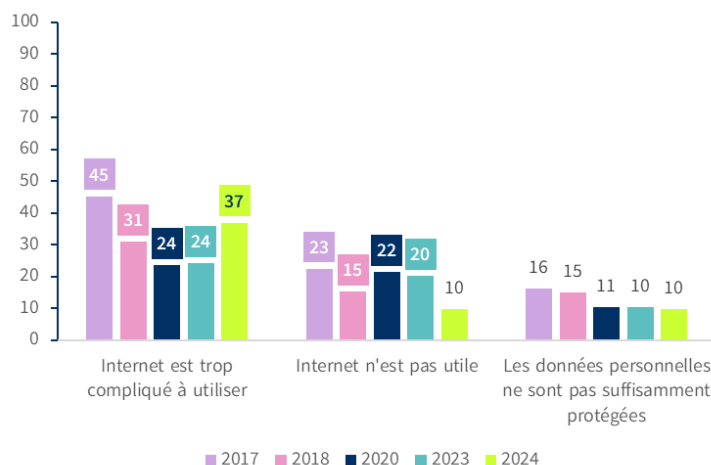
Les non-internautes désignent les répondants qui ne se connectent jamais à internet

Comparé à 2023, la **complexité d'internet** devient un obstacle croissant pour les non-internautes. Alors que 24 % d'entre eux mentionnaient la complexité en 2022 et 2023, ce chiffre est passé à 37 % en 2024. Sur le long terme, la perception de l'inutilité d'internet diminue, atteignant un niveau historiquement bas : en 2023, 20 % des non-internautes ne voyaient aucune utilité à internet, tandis qu'en 2024, ce chiffre est tombé à 10 % (-10 points). Enfin, la préoccupation concernant la protection des données personnelles chez les non-internautes demeure stable.

Graphique 176 Principaux freins à l'utilisation d'internet pour les non-internautes

« Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'internet ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus non-internaute, en % - effectif total pondéré 2024 n : 247 - -



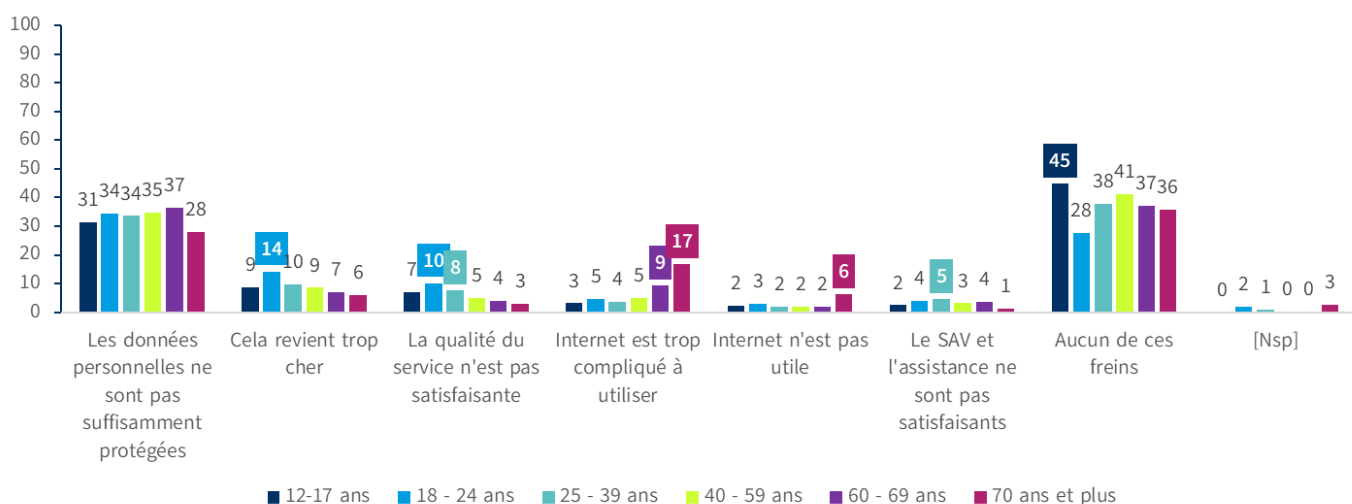
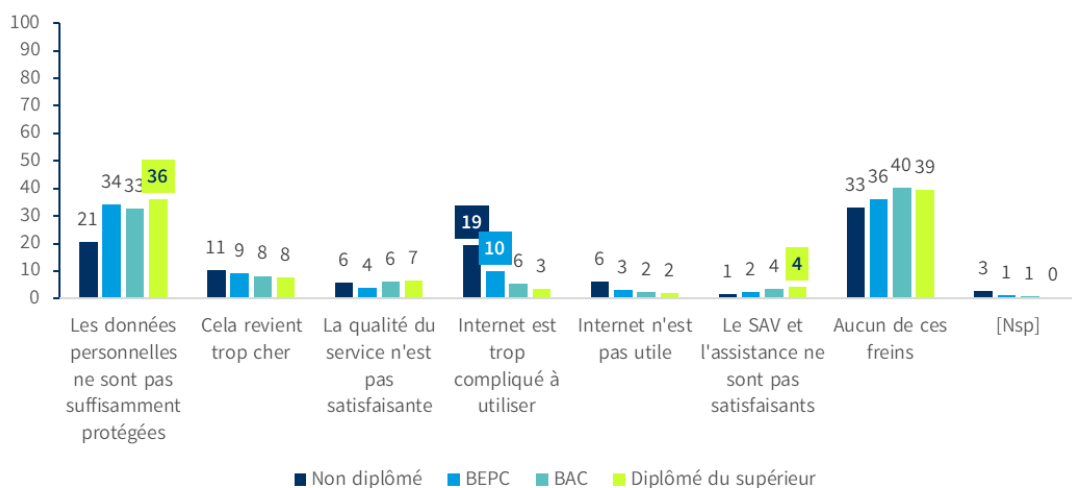
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Du côté des déterminants sociodémographiques, les freins à l'usage d'internet sont différemment perçus selon le niveau de diplôme et l'âge. La crainte pour la sécurité des données progresse en fonction du niveau de diplôme. Alors que 21 % des non-diplômés se soucient de la sécurité des données personnelles, ils sont 34 % chez les titulaires d'un BEPC, 33 % chez les titulaires du bac et 36 % chez les diplômés du supérieur. De plus, les personnes jugeant l'utilisation d'internet trop complexe sont principalement des personnes non diplômées (19 %) et des personnes âgées de plus de 70 ans (17 %). De manière générale, l'inquiétude à ce sujet diminue avec le niveau de diplôme et augmente à l'inverse avec l'âge. Enfin, les 12-17 ans se révèlent plus confiants que les autres groupes d'âge, 45 % d'entre eux affirmant qu'il n'existe aucun obstacle à l'utilisation d'internet, contre 38 % en moyenne.

Graphique 177 - Principal frein perçu à l'utilisation d'internet selon l'âge et le niveau de diplôme

« Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'internet ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

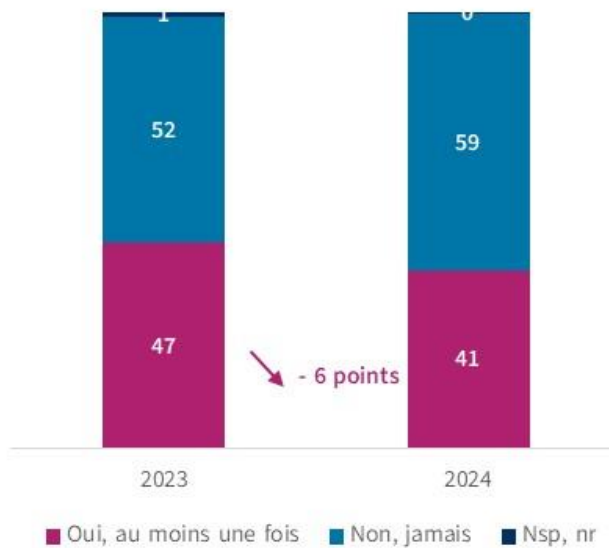
b) Quatre utilisateurs sur dix ont déjà consulté les CGU des réseaux sociaux ou des plateformes de partage de vidéo (41 %, - 6 points en un an)

Les utilisateurs de réseaux sociaux et de plateformes de partage de vidéos en ligne sont moins nombreux cette année qu'en 2023³⁶ à déclarer avoir déjà consulté les pages relatives aux conditions générales d'utilisation (CGU) : 41 % l'ont déjà fait contre 47 % l'an dernier. Les facteurs pouvant expliquer ce recul sont difficiles à isoler et non attribuables à une catégorie de population en particulier.

Graphique 178 – Consultation des pages relatives aux CGU d'un réseau social entre 2023 et 2024

« Avez-vous déjà consulté les pages relatives aux conditions générales d'utilisation (CGU) d'un réseau social (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.) ou d'une plateforme de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion, etc.) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % - effectif total pondéré n : 3 268 - -



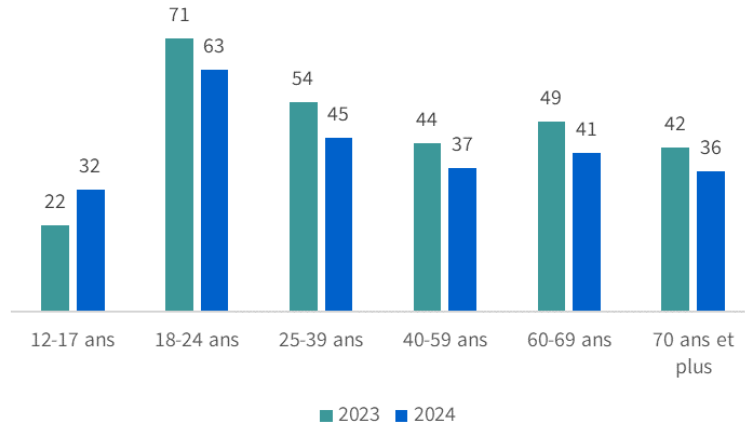
Dans le détail, la part d'utilisateurs des réseaux sociaux déclarant avoir consulté les CGU a diminué en un an de 7 à 9 points pour toutes les classes d'âge, hormis pour la classe des 12-17 ans. Chez les adolescents, cette part augmente de 10 points (voir Graphique 179). Les jeunes de 12 à 17 ans restent toutefois ceux qui consultent le moins les CGU (32 %). À l'inverse, les personnes de 18 à 24 ans restent celles qui le font le plus (63 %).

36 L'évolution de la modalité « oui au moins une fois » de 47 % à 41 % entre 2023 et 2024 est significative au seuil de 95 %, tout comme l'évolution de la modalité « non » de 52 % à 59 %.

Graphique 179

Consultation des pages relatives aux CGU d'un réseau social entre 2023 et 2024 selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
effectif total pondéré n : 3 268 - -

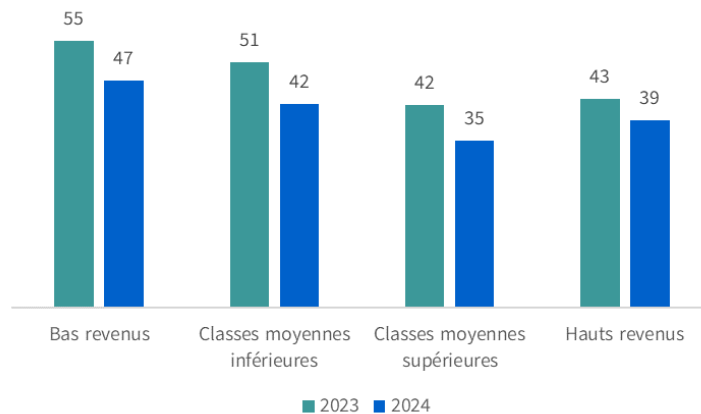


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Depuis 2023, la consultation des CGU par les utilisateurs des réseaux sociaux diminue pour tous les niveaux de revenu (voir Graphique 180). Comme il y a un an, les personnes avec de bas revenus sont significativement plus nombreuses à consulter les CGU (47 %), notamment car les jeunes y sont sur-représentés, et les classes moyennes supérieures sont significativement moins nombreuses à le faire (35 %).

Graphique 180 - Consultation des pages relatives aux CGU d'un réseau social entre 2023 et 2024 selon le niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
effectif total pondéré n : 3 268 - -

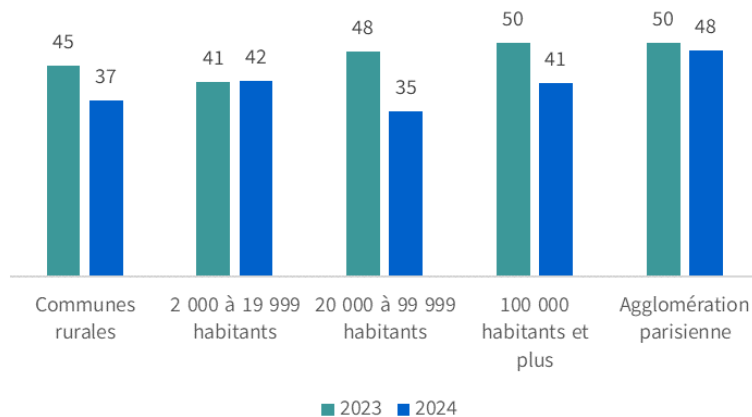


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Hormis pour les communes de 2 000 à 19 999 habitants, la part de personnes ayant consulté les CGU a diminué pour toutes les tailles d'agglomération entre 2023 et 2024. En 2024, les habitants de l'agglomération parisienne ont le plus consulté ces CGU (48 %, voir Graphique 181). L'an dernier, les habitants des grandes agglomérations de province étaient au même niveau que les Franciliens.

Graphique 181 - Consultation des pages relatives aux CGU d'un réseau social entre 2023 et 2024 selon la taille de l'agglomération de résidence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
effectif total pondéré n : 3 268 - -

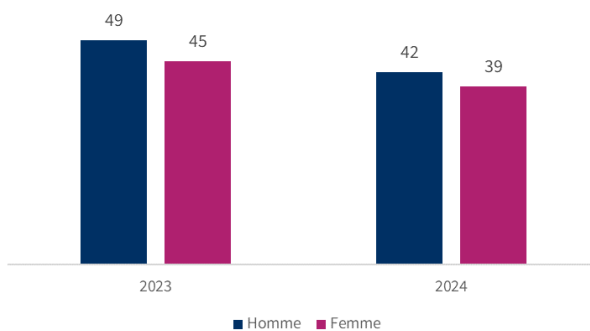


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les parts d'hommes et de femmes ayant déclaré avoir consulté les CGU diminuent respectivement de 7 et 6 points entre 2023 et 2024 (voir Graphique 182).

Graphique 182 - Consultation des pages relatives aux CGU d'un réseau social entre 2023 et 2024 selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
effectif total pondéré n : 3 268 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

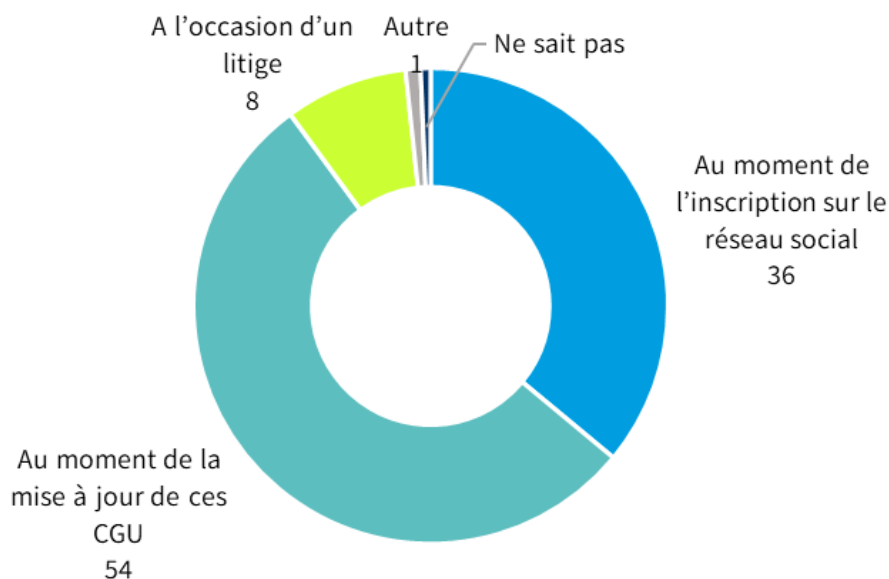
Plus d'une fois sur deux, c'est au moment de leur mise à jour que les CGU sont consultées (54 %)

C'est au moment de **leur mise à jour** (54 %) ou de **l'inscription sur le réseau social** (36 %) que la consultation des CGU est la plus fréquente (Graphique 183).

Graphique 183 – Moment de la prise de connaissance des CGU

« La dernière fois que vous l'avez fait, à quelle occasion avez-vous pris connaissance de ces conditions générales d'utilisation (CGU) ? »

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les utilisateurs des réseaux sociaux âgés de 70 ans et plus sont significativement plus disposés à consulter les conditions générales d'utilisation lors de leurs mises à jour (69 %). Les personnes des classes moyennes supérieures sont également plus nombreuses à les avoir consultées à ce moment-là (60 %).

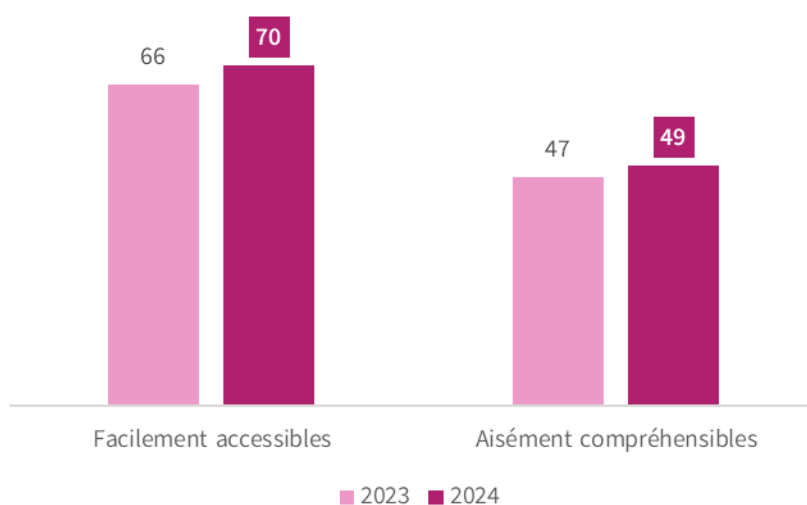
Les CGU jugées plus accessibles (70 %) que compréhensibles (49 %)

Le niveau de satisfaction des personnes qui consultent les CGU est stable par rapport à l'an dernier (Graphique 184), les évolutions observées n'étant pas statistiquement significatives³⁷. Comme en 2023, l'accessibilité des conditions générales d'utilisations (70 %) est plus souvent louée que leur clarté (49 %), à des niveaux similaires.

Graphique 184 – Perception du caractère accessible et compréhensible des CGU entre 2023 et 2024

« Avez-vous trouvé ces conditions générales d'utilisation (CGU) ? »

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*Une question proche a été posée en 2022 mais les changements opérés au niveau du champ n'ont pas permis la reconstitution d'un historique.

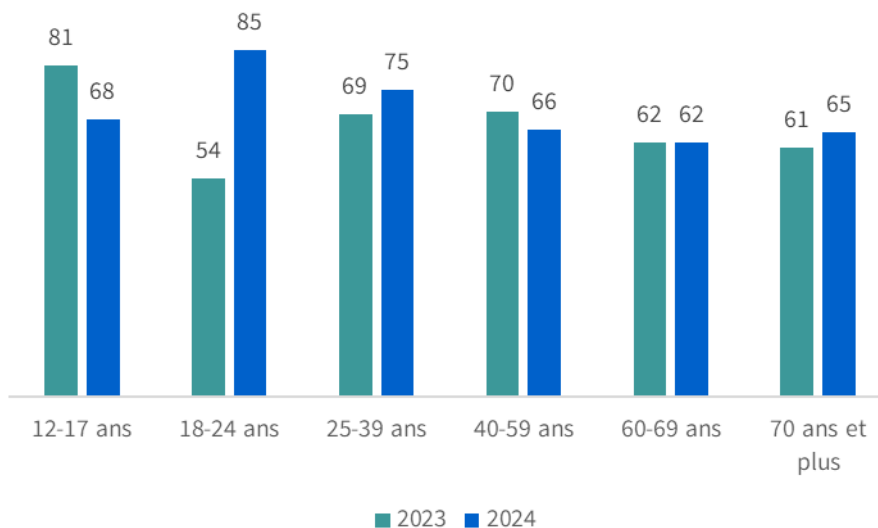
Les femmes et les hommes ayant consulté les CGU évaluent de manière comparable l'accessibilité et la compréhension de ces CGU. On note quelques différences d'appréciation selon certaines caractéristiques des individus, comme l'âge, le lieu de résidence ou le niveau de vie.

Avec l'âge, les conditions générales d'utilisation (CGU) sont perçues à la fois comme moins accessibles et aussi comme moins compréhensibles par leurs lecteurs. Ainsi, 66 % des 40-59 ans et 63 % des 60-69 ans jugent les CGU accessibles, contre 85 % des 18-24 ans et 75 % des 25-39 ans. En un an, la propension des 18-24 ans à trouver les CGU accessibles a fortement progressé, passant de 54 % en 2023 à 85 % en 2024 (voir Graphique 185). Pour rappel, le nombre de personnes concernées est ici relativement limité (1 334 individus), ce qui peut entraîner des variations catégorielles importantes. Seuls 42 % des 60-69 ans estiment les CGU compréhensibles, et ce malgré une amélioration de cette compréhension en un an (+ 5 points), contre 52 % des 25-39 ans concernés (voir Graphique 186).

³⁷ Sur ces deux questions, seule l'évolution de la modalité « ne sait pas, non réponse » entre 2023 et 2024 est significative au seuil de 95 %.

Graphique 185 - Perception du caractère accessible des CGU entre 2023 et 2024 selon l'âge – Total oui

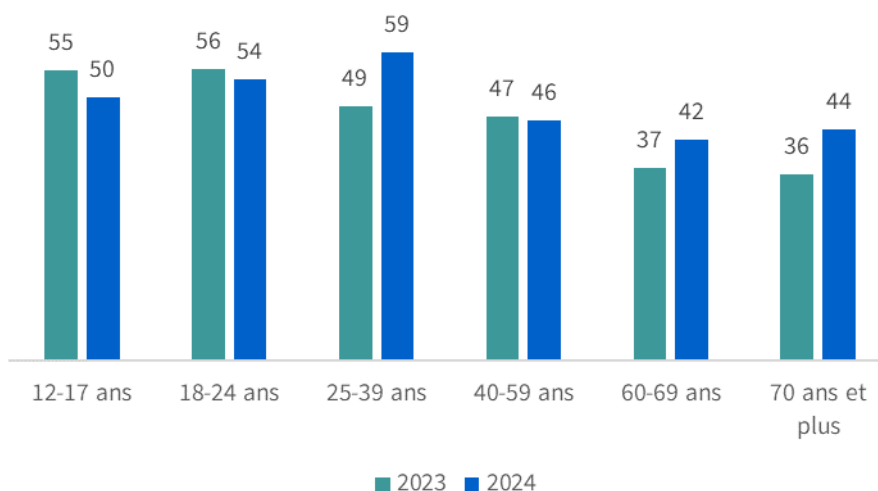
- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 186 – Perception du caractère compréhensible des CGU entre 2023 et 2024 – Total Oui

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Cette année, de façon significative, les utilisateurs qui résident à Paris et dans l'agglomération parisienne sont plus satisfaits que la moyenne de l'accessibilité des CGU (77 %, contre 61 % l'an dernier) et de leur clarté (63 %, contre 46 % l'an dernier).

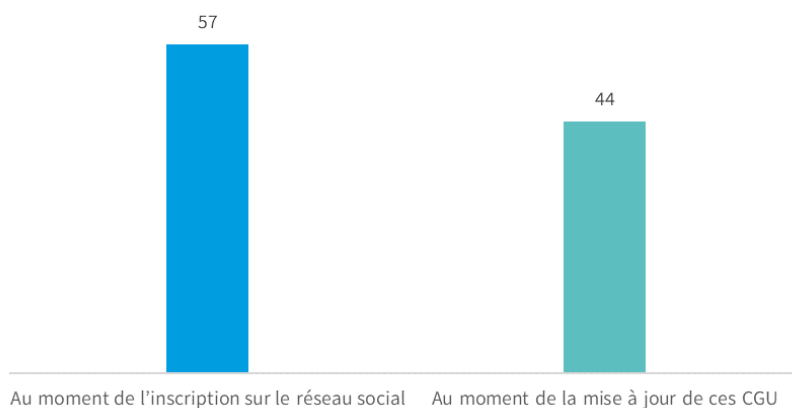
Les personnes avec de bas revenus (plus jeunes en moyenne) estiment plus souvent que les CGU sont aisément compréhensibles (55 %), à l'inverse des classes moyennes supérieures (44 %) et des personnes déclarant de hauts revenus (43 %).

Enfin (Graphique 187), on notera que les personnes ayant consulté les CGU sont plus nombreuses à les juger compréhensibles lorsqu'elles en ont pris connaissance pour la dernière fois **au moment de l'inscription sur le réseau social** (57 %) que lors de leur mise à jour (44 %).

Graphique 187 - Perception du caractère compréhensible des CGU selon le moment de leur consultation

« Avez-vous trouvé ces conditions générales d'utilisation (CGU) aisément compréhensibles ? » Total oui

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

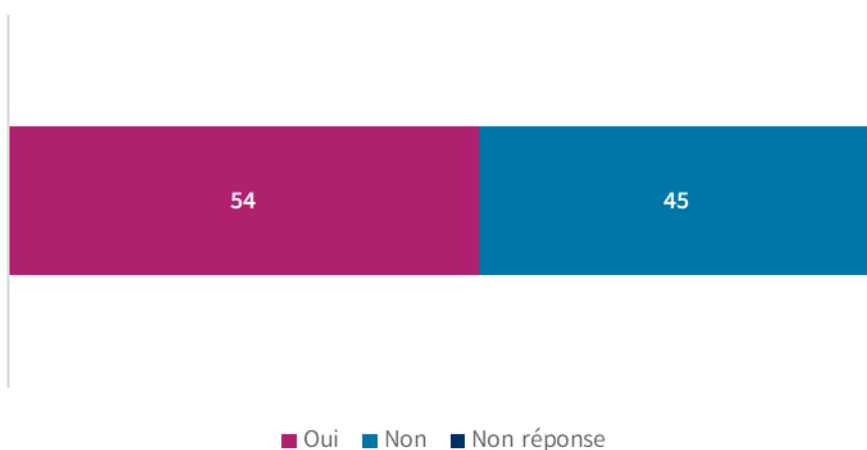
Une lecture des CGU qui s'avère finalement utile près d'une fois sur deux (54 %)

L'opinion de la population est, finalement, mitigée quant à l'utilité des CGU : une courte majorité (54 %) considère cependant leur lecture comme utile (Graphique 188).

Graphique 188 – Perception de l'utilité de la lecture des CGU

« Cette lecture des conditions générales d'utilisation (CGU) vous a-t-elle été utile ? »

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



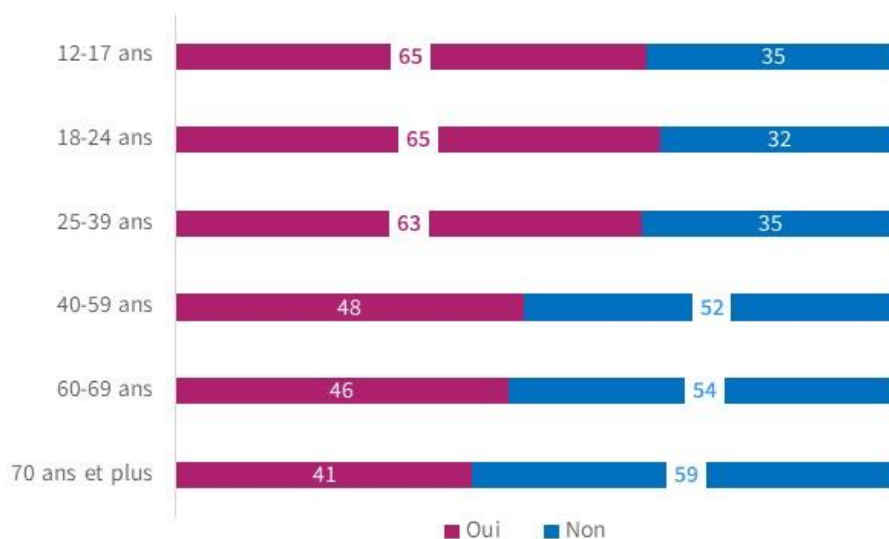
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

C'est l'âge qui semble le mieux expliquer le sentiment d'utilité à la lecture des CGU. Le sentiment d'utilité est maximal chez les plus jeunes (65 % pour les 12-17 ans comme pour les 18-24 ans). Il décroît ensuite, singulièrement à partir de 40 ans (voir Graphique 189). Les 40 - 59 ans (48 %), les 60 à 69 ans (46 %) et les plus de 70 ans (41 %) sont significativement moins persuadés de l'utilité de cette lecture.

Parmi les utilisateurs des réseaux sociaux ayant consulté les CGU, outre les utilisateurs de moins de 40 ans, ce sont ceux vivant en agglomération parisienne (63 %) ainsi que ceux qui déclarent de bas revenus (58 %) qui sont les plus nombreux à avoir trouvé la lecture de ces CGU utile. Les hommes (56 %) se montrent également un peu plus souvent satisfaits que les femmes (56 % vs. 51 %).

Graphique 189 – Perception de l'utilité de la lecture des CGU selon l'âge

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà consulté des CGU, en % - effectif total pondéré n : 1 334 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

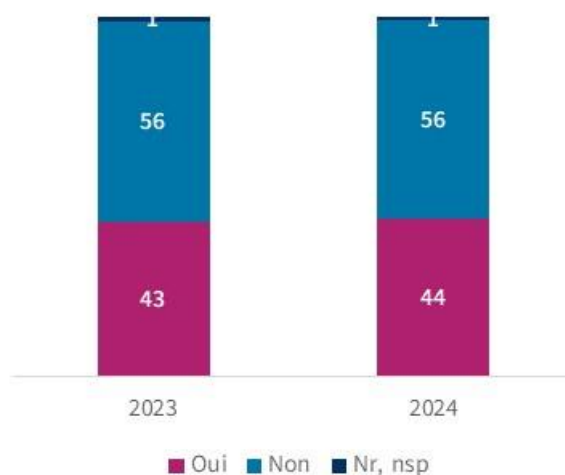
c) Moins d'une personne concernée sur deux a déjà eu recours à un dispositif de signalement en ligne (44 %)

Les dispositifs de signalement sont sollicités cette année à hauteur de ce qui a été mesuré en 2023 : 44 % des utilisateurs d'internet potentiellement concernés – les personnes qui consultent les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos - disent les avoir déjà utilisés (+ 1 point en un an, soit un résultat stable)³⁸.

Graphique 190 – Utilisation des dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux entre 2023 et 2024

« Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.) et les plateformes de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion, etc.) ont mis en place des dispositifs permettant de signaler des comptes ou des contenus inappropriés. Avez-vous déjà utilisé un de ces dispositifs de signalement ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
- effectif total pondéré n : 3 268 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

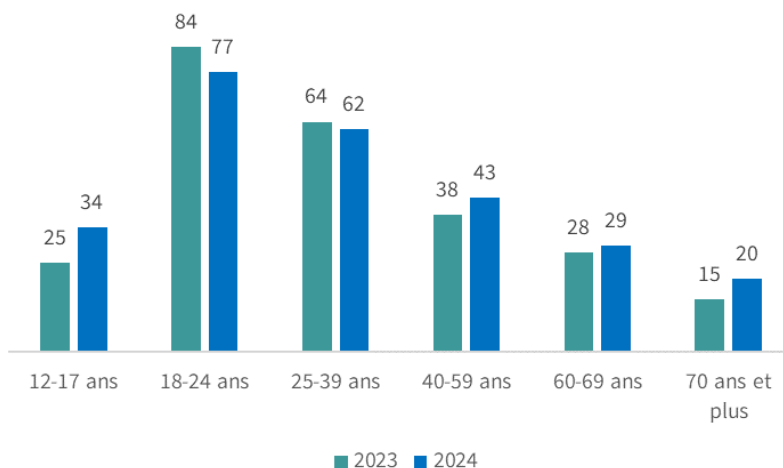
De manière générale, l'utilisation de ces dispositifs décroît avec l'âge, les plus jeunes étant, on l'a vu, les plus actifs sur les réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéos. Les 18-24 ans (77 %) et les 25-39 ans (62 %) signalent ainsi significativement plus des comptes ou contenus inappropriés. À l'inverse, les 60-69 ans (29 %) et les plus de 70 ans (20 %) le font moins souvent. Ces tendances étaient déjà observées en 2023.

Malgré une hausse sensible (34 % vs. 25 % en 2023), les plus jeunes (les 12-17 ans) restent moins nombreux qu'en moyenne à utiliser un dispositif de signalement.

38 L'évolution de la modalité « oui » n'est pas significative au seuil de 95 %.

Graphique 191 - Utilisation des dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux entre 2023 et 2024 selon l'âge – Total oui

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
- effectif total pondéré n : 3 268 -

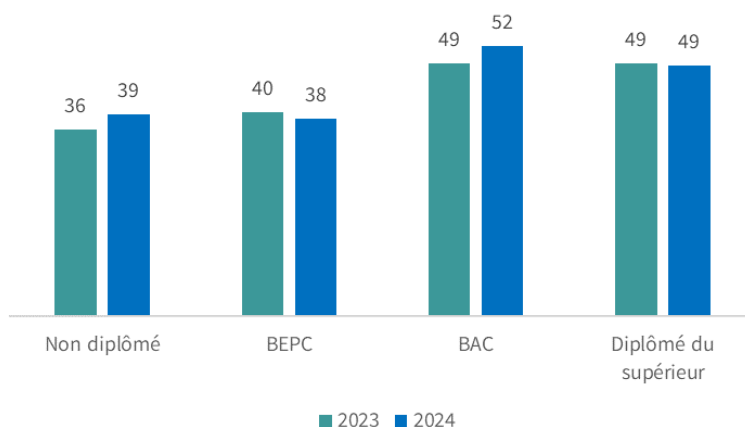


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les dispositifs de signalement sont significativement plus utilisés par les plus diplômés : 53 % des diplômés du BAC (53 %) et 49 % des diplômés du supérieur ont déjà eu recours à ces dispositifs en 2024. Cette tendance était déjà observée en 2023.

Graphique 192 – Utilisation des dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux entre 2023 et 2024 selon le niveau de diplôme – Total oui

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
- effectif total pondéré n : 3 268 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les personnes avec de bas revenus signalent plus volontiers des contenus ou comptes inappropriés (50 %), à l'inverse des personnes de classes moyennes supérieures (40 %).

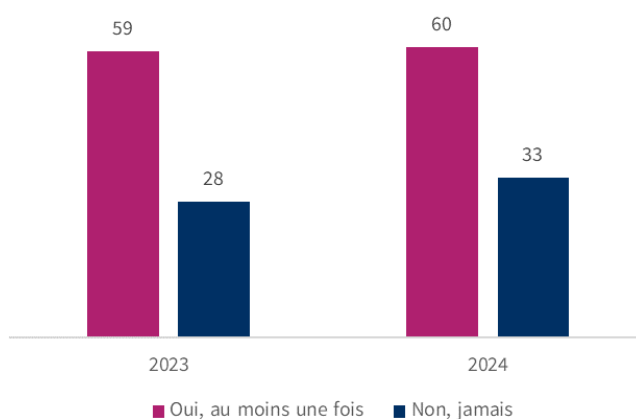
Les utilisateurs des réseaux sociaux habitant l'agglomération parisienne (plus diplômés) mobilisent également plus volontiers ces dispositifs de signalement (50 %), à l'inverse des habitants de communes rurales (39 %).

La réalisation d'une régression logistique révèle que « toutes choses égales par ailleurs », seul l'âge a un effet intrinsèque dans le signalement de comptes ou de contenus inappropriés. (Cf. tableau et représentation graphique de la régression logistique en annexe) – voir annexes.

Enfin, en 2023 et en 2024, les personnes ayant déjà consulté les Conditions Générales d'Utilisation (CGU) sont plus nombreuses à avoir déjà eu recours aux dispositifs de signalement, que les personnes qui n'ont pas déjà consulté les CGU, laissant envisager une population globalement plus avertie sur ces questions.

Graphique 193 – Utilisation des dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux entre 2023 et 2024 selon la consultation des CGU

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
- effectif total pondéré n : 3 268 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

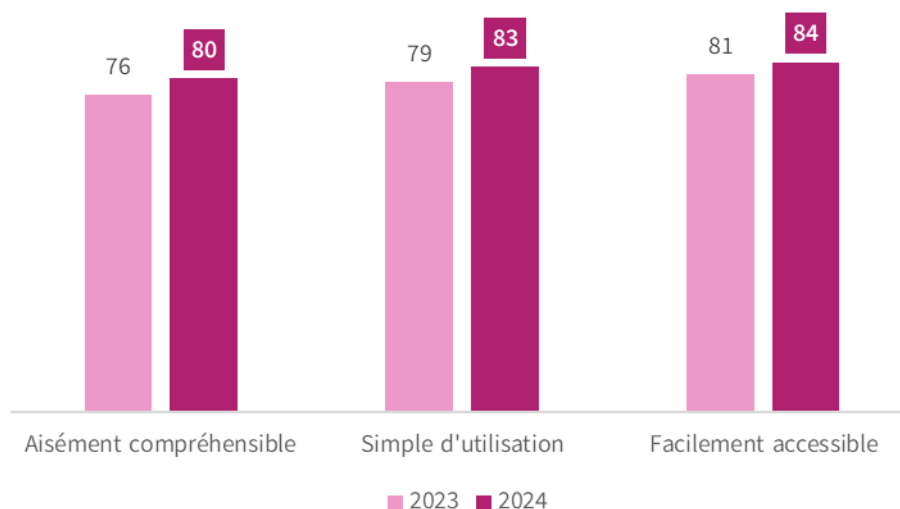
Les dispositifs de signalement bénéficient de jugements plus favorables que l'an dernier (+ 3 à + 4 points)

Les jugements portés sur ces dispositifs sont plutôt favorables (80 % à 84 % de satisfaction s'agissant de la compréhension, de la simplicité d'utilisation ou encore de l'accessibilité), avec une satisfaction en hausse par rapport à l'an dernier³⁹.

Graphique 194 – Perception du caractère compréhensible, de la simplicité d'utilisation et de l'accessibilité des dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux entre 2023 et 2024

« Avez-vous trouvé ce dispositif de signalement ... ? »

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà eu recours à un dispositif de signalement, en % - effectif total pondéré n : 1 434 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

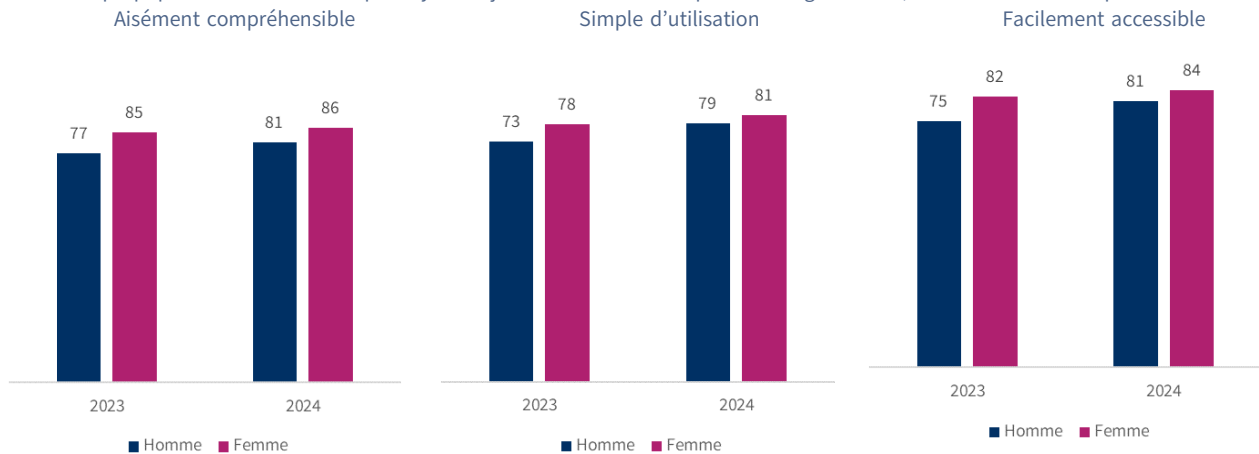
En 2023, les femmes utilisatrices des réseaux sociaux estimaient plus souvent (et de façon significative) les dispositifs de signalement aisément compréhensibles, simples d'utilisation et facilement accessibles. En 2024, les femmes sont toujours plus positives dans leurs jugements que les hommes, mais les écarts tendent à se réduire. Il n'y a plus que l'opinion sur la compréhension du dispositif de signalement qui génère une différence significative en fonction du genre de l'utilisateur, les femmes ayant une évaluation plus positive (Graphique 195).

³⁹ L'évolution de la modalité « oui » pour chacune des trois opinions relatives aux Conditions Générales d'Utilisation entre 2023 et 2024 est significative au seuil de 95 %.

Graphique 195 – Perception du caractère compréhensible, de la simplicité d'utilisation et de l'accessibilité des dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux entre 2023 et 2024

« Avez-vous trouvé ce dispositif de signalement ... ? »

- Champ : population de 12 ans et plus ayant déjà eu recours à un dispositif de signalement, en % - effectif total pondéré n : 1 434 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les autres descripteurs sociodémographiques (comme l'âge, le niveau de vie et de diplôme ou encore le type d'agglomération de résidence) n'influent quasiment pas sur les jugements émis.

L'absence de signalement résulte essentiellement (59 %) de la non-confrontation à des contenus inappropriés

Le non-recours aux dispositifs de signalement résulte principalement de l'absence de confrontation à des comptes ou des contenus inappropriés pour près de 6 utilisateurs n'ayant jamais signalé de contenus inappropriés sur 10 (Graphique 196).

Pour plus d'un sur cinq (22 %) néanmoins, l'absence de signalement est liée à l'ignorance de ce dispositif ou à la crainte qu'il se retourne contre eux :

- 14 % des utilisateurs manifestent leur ignorance à l'égard d'une partie ou de la totalité de ce dispositif : 5 % ignoraient son existence et 9 % ne savaient pas comment y avoir recours ;
- 8 % craignent de possibles représailles à la suite d'un signalement croyant à une absence d'anonymat.

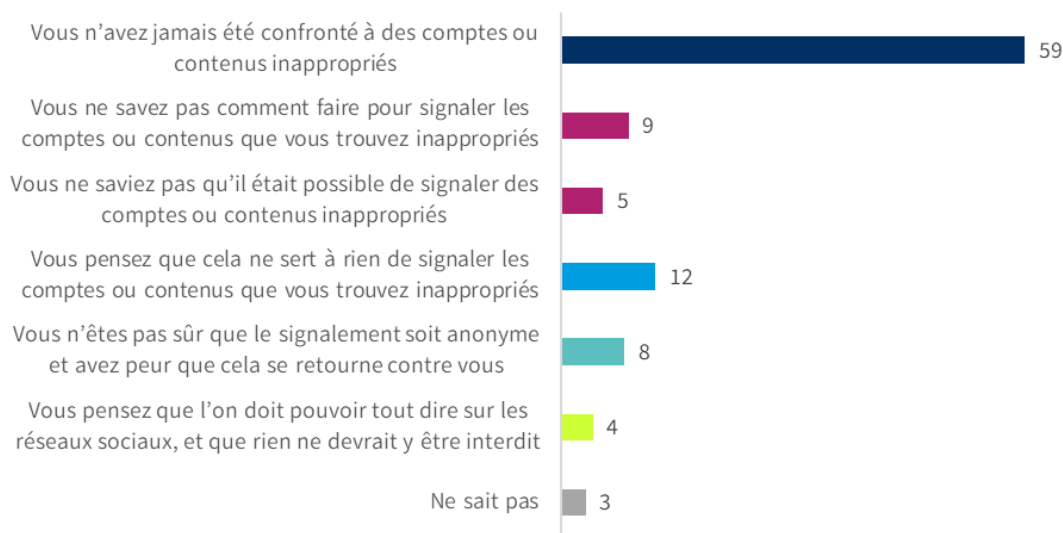
Une partie d'entre eux se détourne volontairement de ce type de démarche :

- pour 12 % des utilisateurs, une telle démarche semble vaine ;
- tandis que pour 4 % des utilisateurs, les réseaux sociaux ne devraient pas être réglementés : tout devrait pouvoir s'y dire.

Graphique 196 – Principale raison de l’absence de signalement de compte ou de contenu inapproprié

« Pour quelle raison principale n’avez-vous jamais signalé de compte ou de contenu que vous trouvez inapproprié ... ? »

- Champ : population de 12 ans et plus n’ayant jamais eu recours à un dispositif de signalement, en % - effectif total pondéré n : 1 834 -



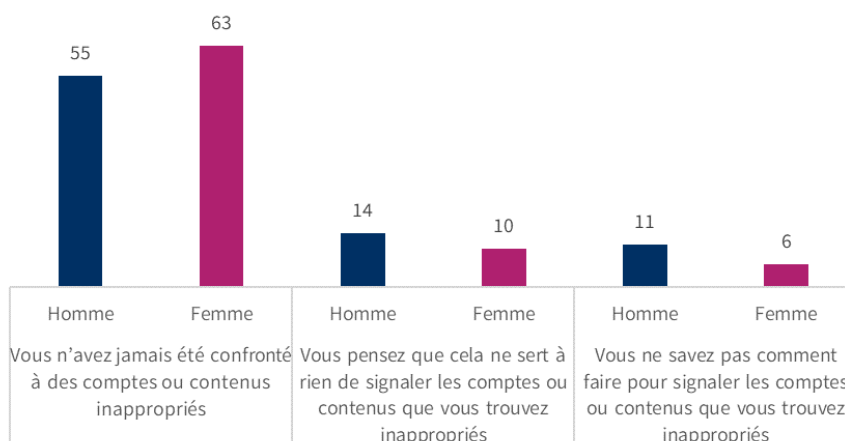
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les femmes citent davantage la non-confrontation à des comptes ou des contenus inappropriés comme principale raison de la non-utilisation des dispositifs de signalement (63 % des femmes contre 55 % des hommes). L’absence d’utilité et l’ignorance des moyens pour signaler sont davantage cités par les hommes (respectivement 14 % et 11 % des hommes contre 10 % et 5 % des femmes).

On ne relève pas non plus ici de lien significatif avec d’autres caractéristiques (âge, niveau de vie, de diplôme ou taille de l’agglomération de résidence).

Graphique 197 : Principale raison de l’absence de signalement de compte ou de contenu inapproprié selon le genre

- Champ : population de 12 ans et plus n’ayant jamais eu recours à un dispositif de signalement, en % - effectif total pondéré n : 1 834 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Il s’avère que la fréquence d’utilisation des réseaux sociaux influence nettement sur le fait d’être confronté ou pas à de tels contenus. Plus les utilisateurs sont actifs, plus ils publient et commentent, et plus ils

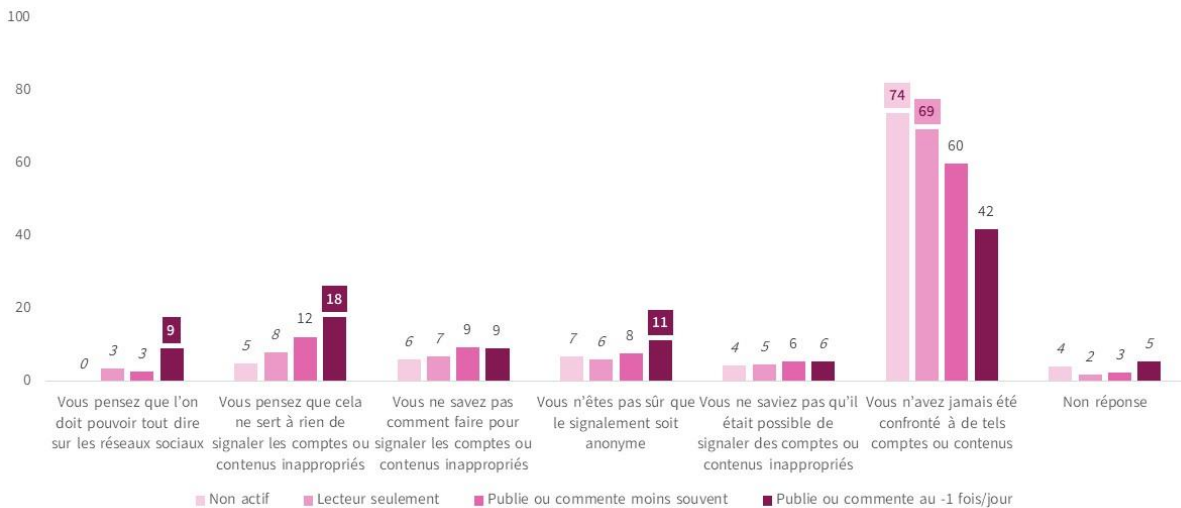
sont susceptibles d'en être témoins : seuls 42 % des utilisateurs les plus assidus (qui publient et commentent au moins une fois par jour) n'y ont jamais été confrontés, contre 69 % de ceux qui se contentent de lire les productions des autres ou 74 % de ceux qui ne sont pas actifs sur les réseaux.

Chez les utilisateurs les plus assidus, on trouve par ailleurs davantage de personnes pensant « qu'on peut tout dire sur les réseaux, que rien ne doit y être interdit » (9 %) mais, aussi, davantage de personnes persuadées que le signalement est vain (18 %) ou qui ne sont pas certains que la démarche soit anonyme et qui, du coup, craignent que cela se retourne contre eux (11 %).

Graphique 198 : Principale raison de l'absence de signalement de compte ou de contenu inapproprié selon la fréquence d'usage des réseaux sociaux et plateformes de vidéos

« Pour quelle raison principale n'avez-vous jamais signalé de compte ou de contenu que vous trouviez inapproprié ? »

- Champ : population de 12 ans et plus n'ayant jamais eu recours à un dispositif de signalement, en % - effectif total pondéré n : 1 834 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

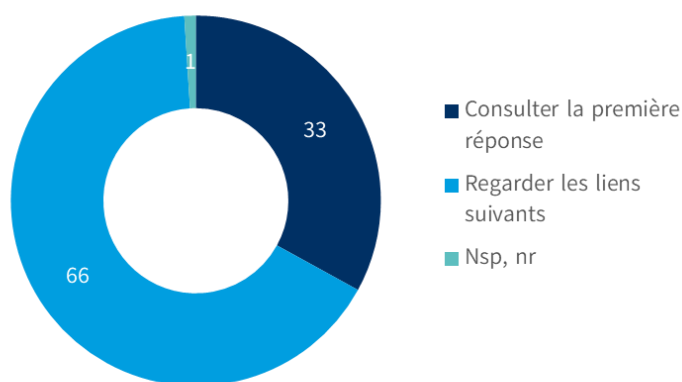
d) Une personne sur trois environ clique sur le premier lien proposé par le moteur de recherche

Lors de recherches en ligne, un tiers (33 %) des Français cliquent sur le premier lien affiché par le moteur de recherche. Si ce comportement peut sembler anodin ou pratique, il peut toutefois soulever certains problèmes. Le premier lien affiché n'est pas toujours synonyme de pertinence ou de fiabilité. Les algorithmes des moteurs de recherche, influencés par des critères comme le référencement naturel (SEO) ou les annonces publicitaires, peuvent favoriser des sites optimisés techniquement, mais dont la qualité de l'information n'est pas garantie. Une étude récente publiée en janvier 2024 menée par des chercheurs de l'Université de Leipzig et Weimar a relevé qu'en moyenne les pages les mieux classées sont « en moyenne plus optimisées pour les moteurs de recherche, plus monétisées avec des liens affiliés et montrent des signes de qualité textuelle moindre »⁴⁰.

Graphique 199 Préférence lors des recherches sur un moteur de recherche par catégorie d'âge

« Lors de vos recherches sur un moteur de recherche, préférez-vous ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

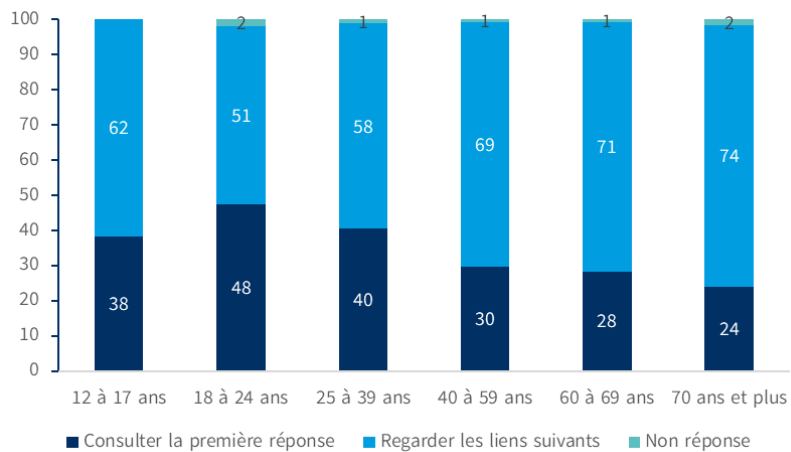
La tendance à cliquer sur le premier résultat d'un moteur de recherche est particulièrement marquée chez les jeunes, avec près de 48 % des 18-24 ans qui adoptent cette pratique. À mesure que l'âge augmente, les utilisateurs sont plus enclins à consulter les résultats suivants lors de leurs recherches en ligne. Le niveau d'études n'influence pas ce comportement. Les habitants de l'agglomération parisienne cliquent plus fréquemment sur le premier lien (40 %), soit 7 points de plus que la moyenne des répondants.

⁴⁰ Bevendorff, Janek & Wiegmann, Matti & Potthast, Martin & Stein, Benno. (2024). "Is Google Getting Worse? A Longitudinal Investigation of SEO Spam in Search Engines". 10.1007/978-3-031-56063-7_4.

Graphique 200 --Préférence lors des recherches sur un moteur de recherche par catégorie d'âge

« Lors de vos recherches sur un moteur de recherche, préférez-vous ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423 -



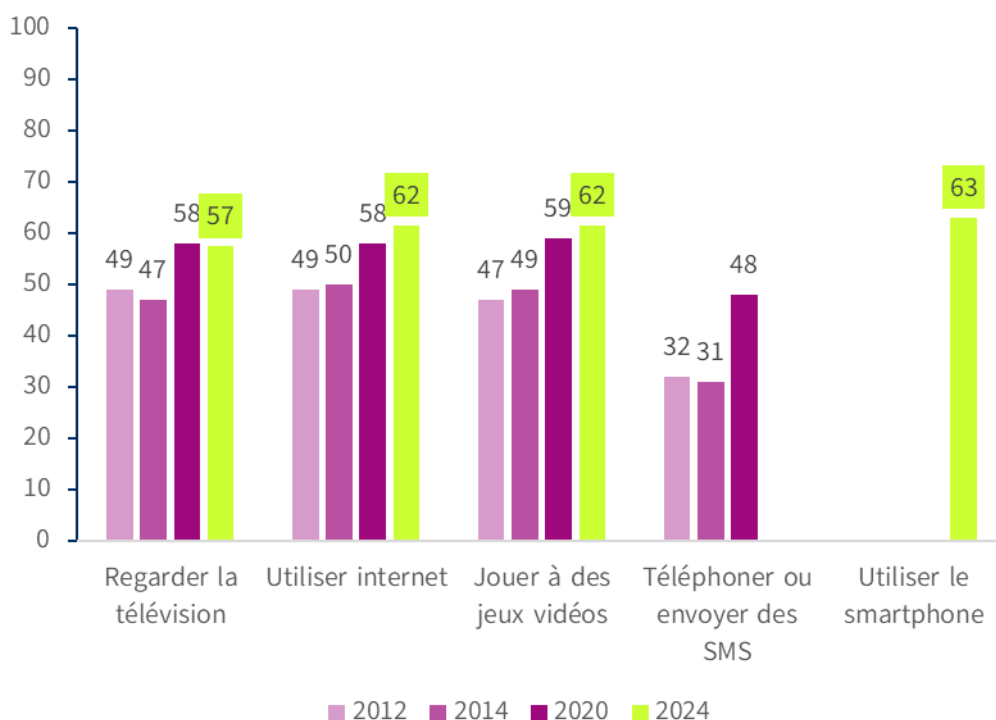
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

e) Une majorité de parents impose des règles à ses enfants s'agissant du rapport au numérique et aux écrans

Environ six parents sur dix régulent l'usage des écrans par leurs enfants, qu'il s'agisse du temps passé devant la petite lucarne, des jeux vidéo ; du temps passé à surfer sur la toile, ou dévolu au *smartphone*. Après une augmentation importante de la proportion de parents imposant des règles à leurs enfants entre 2014 et 2020, les chiffres de 2024 montrent une progression plus modérée : 62 % des parents réguleraient le temps consacré aux jeux vidéo et à l'utilisation d'internet (en hausse de respectivement 3 et 4 points), tandis que 57 % contrôlent le temps passé devant la télévision (en baisse de 1 point). La mesure la plus couramment adoptée concerne l'usage du *smartphone*, avec 63 % des parents imposant des restrictions. C'est la première fois que la question de l'usage global du *smartphone* est posée, alors que les précédentes éditions portaient sur l'usage pour téléphoner ou envoyer des SMS.

Graphique 201 - Mise en place de règles limitant le temps passé par les enfants par type d'activité
« Avez-vous mis en place des règles concernant vos enfants qui limitent le temps qu'ils passent à chacune des activités suivantes ? »

- Champ : ensemble de la population concernée (personnes avec au moins un enfant de moins de 20 ans dans le foyer), en % de oui - --
effectif total pondéré 2024 n : 2 319 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

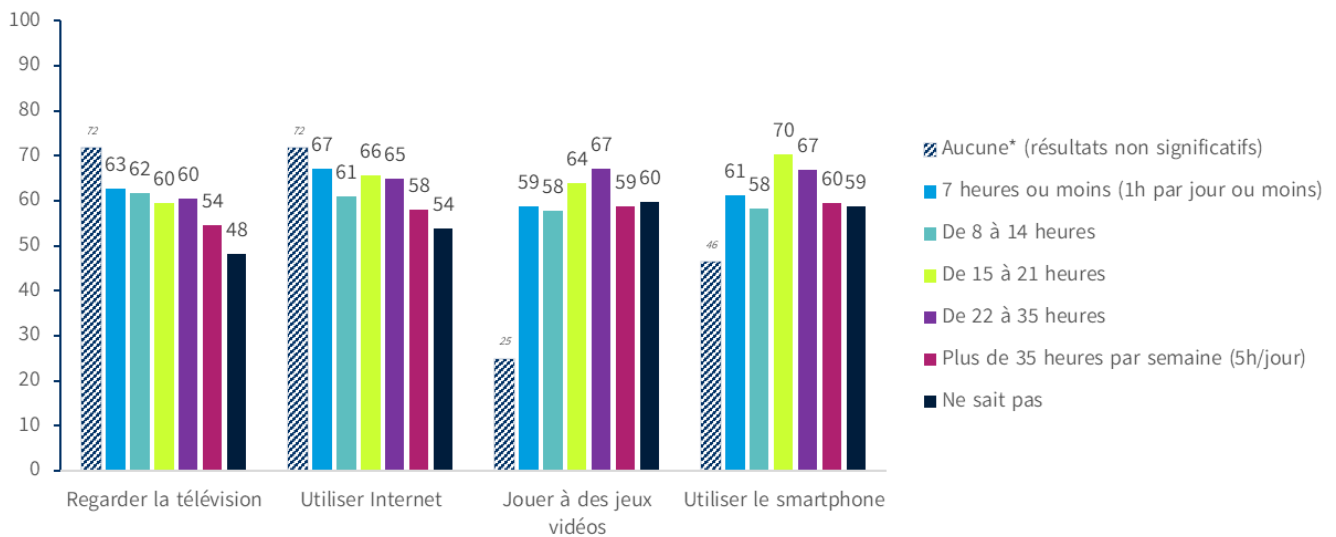
Le temps que les parents passent eux-mêmes devant les écrans semble être corrélé à la mise en place de restrictions auprès de leurs enfants concernant l'utilisation des écrans. Les parents qui utilisent les écrans de manière modérée (entre 15 et 21 heures ou entre 22 et 35 heures par semaine) ont tendance à être plus enclins à limiter le temps d'écran de leurs enfants pour les jeux vidéo (64 % et 67 % respectivement, contre une moyenne de 62 %) et pour les *smartphones* (70 % et 67 %, respectivement, contre une moyenne de 63 %). En revanche, le temps hebdomadaire consacré par les parents à leur

smartphone ne semble pas influencer la mise en place de restrictions concernant l'utilisation de ces appareils par leurs enfants.

Graphique 202

Avez-vous mis en place des règles concernant vos enfants qui limitent le temps qu'ils passent à chacune des activités suivantes ? selon le temps hebdomadaire passé devant les écrans des parents

- Champ : ensemble de la population concernée
(personnes avec au moins un enfant de moins de 20 ans dans le foyer), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les effectifs dans la modalité « aucune » heure hebdomadaire passé devant les écrans sont très faibles.

Lecture : 67 % des parents qui passent personnellement moins de 7h par semaine sur le web ont fixé des règles sur la durée d'usage d'internet à leurs enfants

L'analyse socio-démographique révèle peu de différences significatives en fonction des caractéristiques des parents. La seule tendance remarquée concerne les parents les plus jeunes, qui semblent adopter des comportements plus stricts.

Partie 3. Équipements et usages audiovisuels

1. Équipements et usages télévisuels

a) 94 % des personnes interrogées ont un poste de télévision à domicile

La majorité des de la population (94 %) dispose d'un poste de télévision à domicile.

Des différences significatives dans l'équipement s'observent en fonction de l'âge. Les adultes de moins de 40 ans sont les plus susceptibles de ne pas posséder de téléviseur (11 % des 18-24 ans et 9 % des 25-39 ans).

Les personnes percevant de bas revenus possèdent moins souvent un poste de télévision : 8 % n'en ont pas contre 3 % des personnes appartenant aux classes moyennes inférieures et 4 % de celles appartenant aux classes moyennes supérieures.

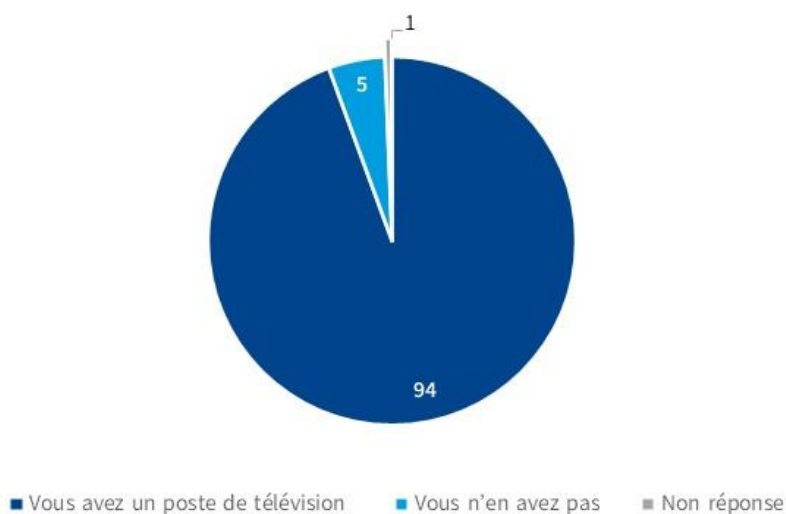
En agglomération parisienne, significativement plus de personnes ne possèdent pas de téléviseur (7 %).

En moyenne, 5 % de la population n'a pas de poste de télévision à son domicile. Cette proportion atteint 11 % chez les 18-24 ans et chez les personnes qui vivent seules, 8 % chez les personnes qui disposent de bas revenus et 7 % chez les plus diplômés et les personnes qui résident à Paris et dans son agglomération.

Graphique 203 – Équipement en poste de télévision

« Parlons du poste de télévision qui est principalement utilisé dans votre foyer. S'agit-il ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

b) Le multi équipement en poste de télévision est de moins en moins fréquent

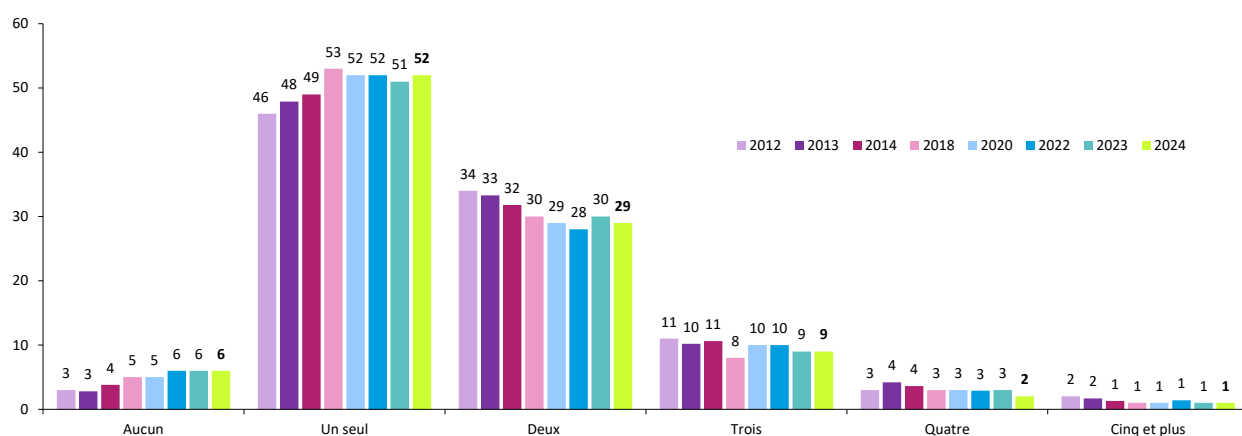
L'usage de plusieurs postes de télévision au sein du foyer a diminué au cours de la dernière décennie. En 2014, 47 % de la population disposaient de plusieurs postes de télévision à domicile, soit un taux pratiquement identique à ceux n'en possédant qu'un seul (49 %). En dix ans, le taux de détenteurs de plusieurs postes de télévision a diminué de six points et s'élève en 2024 à 41 %, la proportion de personne en possédant un seul (52 %) a progressé de 3 points.

Graphique 204

Taux d'usage d'un poste de télévision (en nombre de poste de télévisions utilisés au sein du foyer)

« Combien d'appareils numériques avec écrans SONT UTILISES au sein de votre foyer ? - Poste de télévision »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



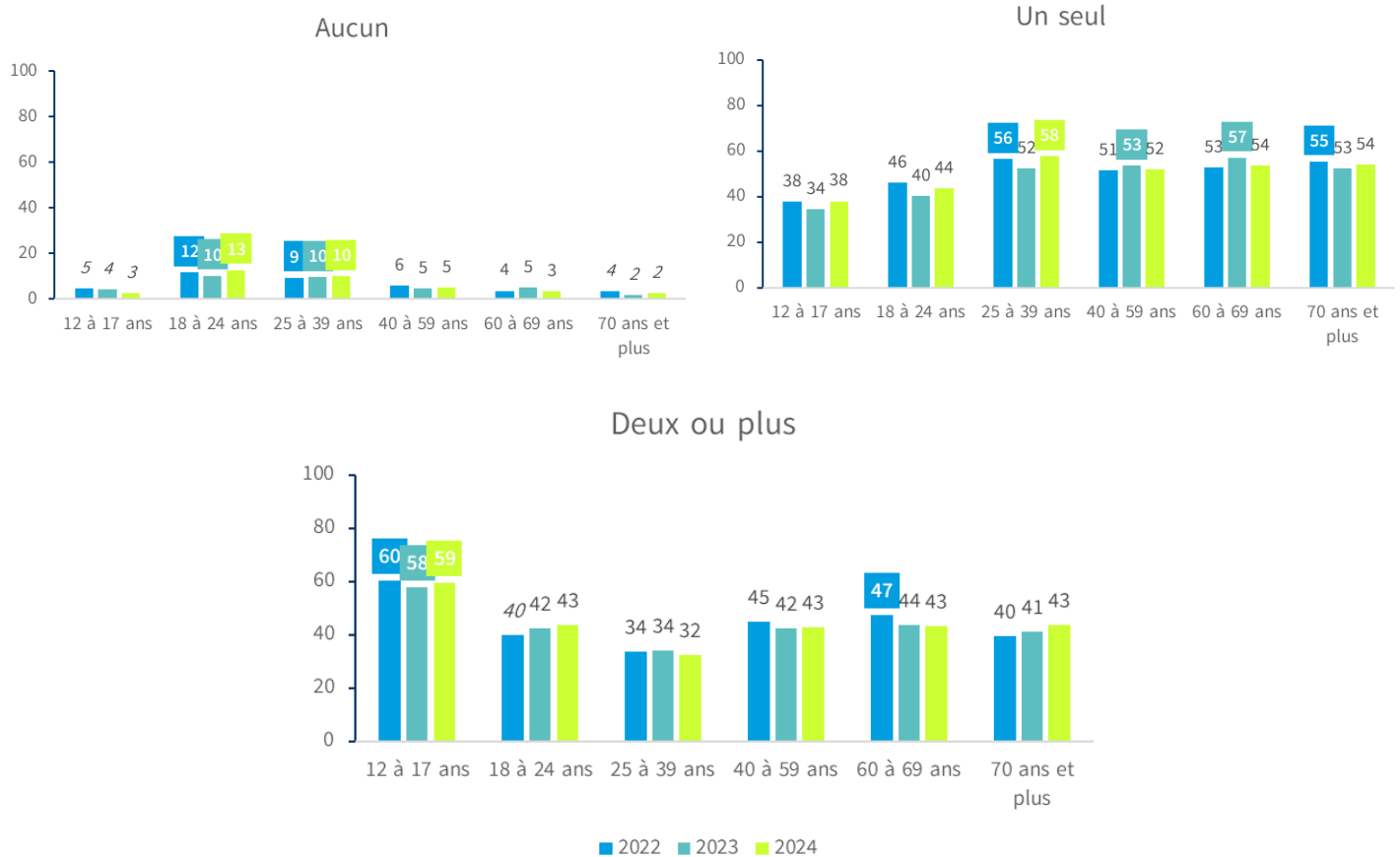
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le profil des détenteurs de poste de télévisions est cependant similaire à celui observé les années précédentes.

Les 12-17 ans sont plus souvent multi-équipés : 59 % ont deux postes de télévision ou plus en usage dans leur foyer. Les 18-24 ans (13 %) et les 25-39 ans (10 %) sont au contraire plus nombreux à ne pas être équipés d'un poste de télévision utilisé. 58 % des 25-39 ans n'ont en outre qu'un seul poste de télévision.

Graphique 205 - Taux d'usage d'un poste de télévision (en nombre de poste de télévision utilisés au sein du foyer, d'aucun à trois) selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

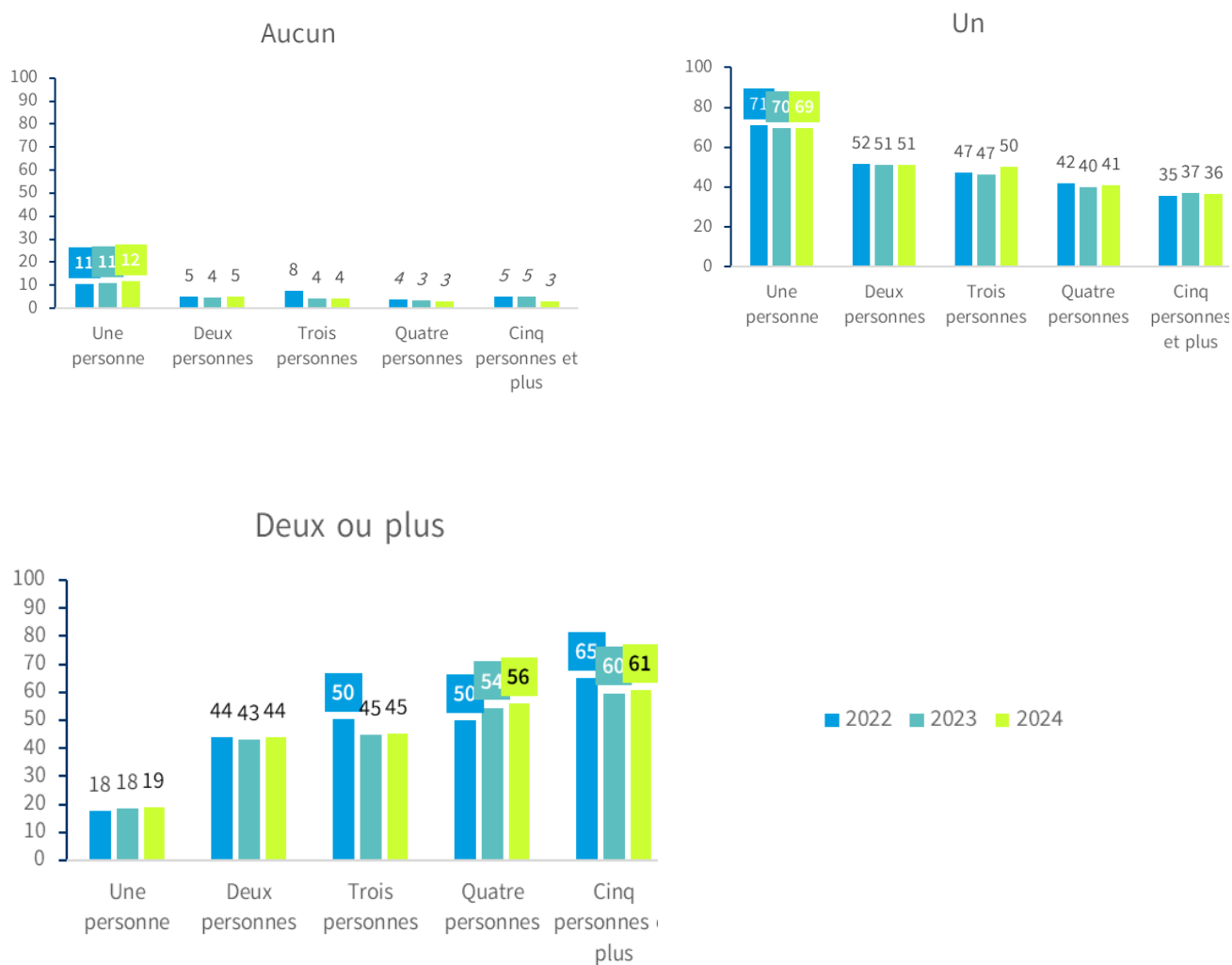
Les mono-foyers se distinguent, comme en 2022 et 2023, par une moindre possession de poste de télévision, 12 % n'en ont aucun en 2024 (11 % en 2023 et 2022) ou par l'utilisation d'un seul poste (69 % en 2024, contre 70 % en 2023 et 71 % en 2022).

Les foyers de quatre personnes ont plus fréquemment l'usage de deux postes ou plus (56 % en 2024, 54 % en 2023 et 50 % en 2022). Dans les foyers de cinq personnes ou plus, l'usage de plusieurs postes est également plus répandu.

Graphique 206 - Taux d'usage d'un poste de télévision
(en nombre de poste de télévision utilisés au sein du foyer, d'aucun à quatre) selon la taille du foyer

« Combien d'appareils numériques avec écrans SONT UTILISES au sein de votre foyer ? - Poste de télévision »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

c) 92 % des Français regardent des programmes de chaînes de télévision, le plus souvent sur un poste de télévision

La grande majorité (92 %) des Français consomme **des programmes produits par les chaînes de télévision**.

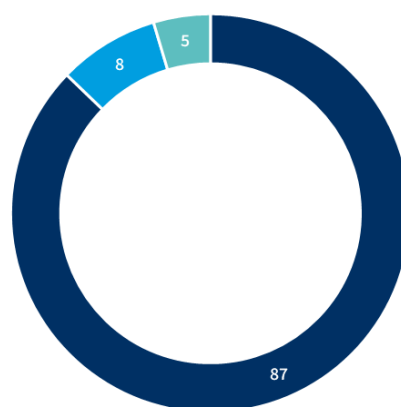
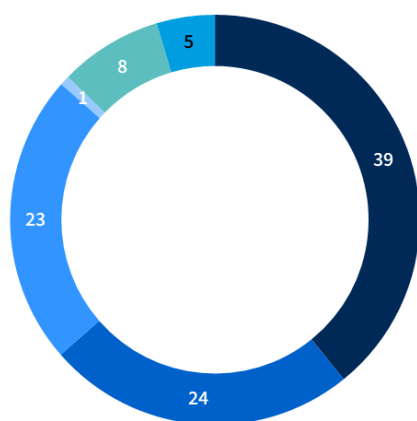
Le poste de télévision reste le point d'accès le plus fréquent : 87 % des Français qui regardent les programmes de chaînes de télévision le font le plus souvent sur un poste de télévision, 8 % sur un ordinateur ou une tablette et 5 % sur un *smartphone*.

Dans le détail, **les modes d'accès via le téléviseur sont le plus souvent connectés** (39 % regardent sur un poste de télévision connecté à internet via le décodeur TV du FAI et 24 % visionnent leurs programmes sur une *smart TV*). Près d'un quart des téléspectateurs (23 %) ont néanmoins recours le plus souvent à un poste de télévision recevant la TNT. Enfin, 1 % regardent les programmes sur un poste de télévision mais n'en possèdent pas chez eux.

Graphique 207 - Type d'équipement utilisé pour regarder les programmes de chaînes de télévision (avec et sans détail du type de poste de télévision utilisé)

« Lorsque vous regardez les programmes de chaînes de télévision (TF1, France TV, M6, BFMTV, Canal+...), comme le journal télévisé, des émissions de divertissement ou magazines, des films ou séries ..., vous utilisez le plus souvent ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



■ Un téléviseur connecté à internet via un décodeur

■ Une smart TV

■ Un téléviseur TNT

■ Un téléviseur / Vous n'avez pas de poste de télévision ou non réponse

■ Un ordinateur ou une tablette

■ Un smartphone

■ Un téléviseur

■ Un ordinateur ou une tablette

■ Un smartphone

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'âge, mais aussi le niveau de vie ou la localisation géographique ont un impact sur la façon dont les amateurs de contenus de chaînes de télévision accèdent le plus souvent à ces programmes.

Le recours à **certains types de téléviseur est plus marqué chez des profils spécifiques**. L'utilisation d'un téléviseur recevant uniquement la TNT est ainsi plus fréquent chez les plus âgés (42 % des 70 ans et plus contre 23 % en moyenne sur l'ensemble de la population de téléspectateurs), les personnes vivant seules (35 %) et les habitants des communes rurales (29 %). À l'inverse, l'utilisation d'une **smart TV** pour visionner les programmes des chaînes est davantage le fait des moins de 40 ans (et notamment 33 % des 12-17 ans contre 24 % en moyenne), des hauts revenus (31 %) et des classes moyennes supérieures (27 %).

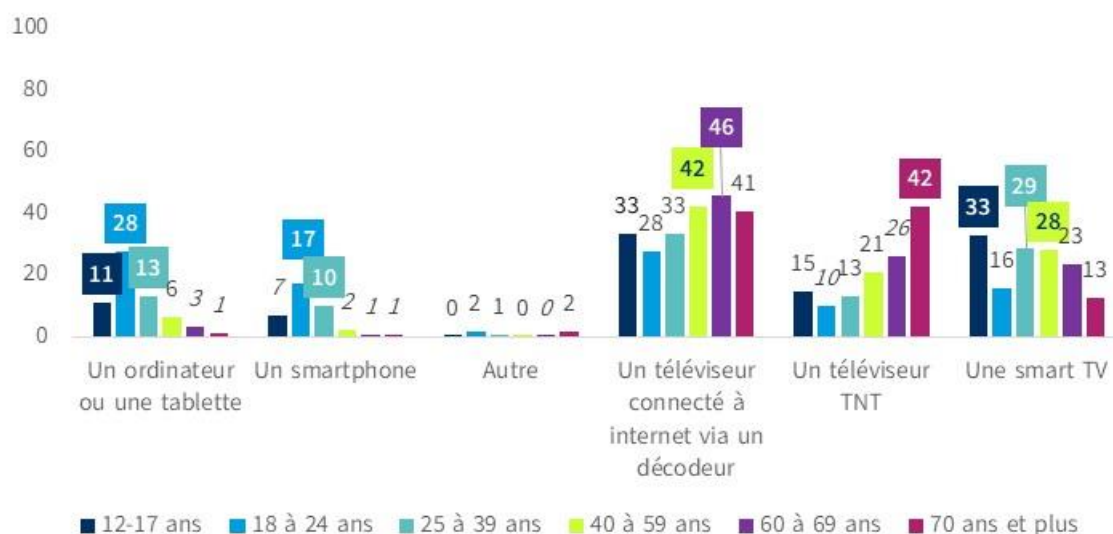
En moyenne, **seuls 13 % de ceux qui consomment des programmes de chaîne de télévision le font le plus souvent sur un équipement autre qu'un poste de télévision**. Les moins de 40 ans sont les plus enclins à utiliser un *smartphone* ou un ordinateur pour ces usages.

Chez les **jeunes adultes** (18-24 ans), en particulier, le poste de télévision est employé comme équipement principal de visionnage des programmes par un peu plus de la moitié d'entre eux (55 % des 18-24 ans). Une petite moitié des 18-24 ans (45 %) choisit soit le *smartphone* (17 %) soit l'ordinateur (28 %) comme terminal de visionnage le plus fréquent.

Outre les plus jeunes, les **habitants de Paris et son agglomération** (20 %) ou encore les **individus percevant de bas revenus** (17 %) affichent un recours plus systématique au *smartphone* et à l'ordinateur : les premiers ont une préférence pour l'ordinateur, les seconds pour les *smartphones* et les tablettes. Ainsi, le recours à un *smartphone* ou à un ordinateur est deux fois plus répandu à Paris et dans son agglomération qu'en zone rurale (20 % vs. 11 %).

Graphique 208 - Type d'équipement le plus souvent utilisé pour regarder les programmes de chaînes de télévision selon l'âge

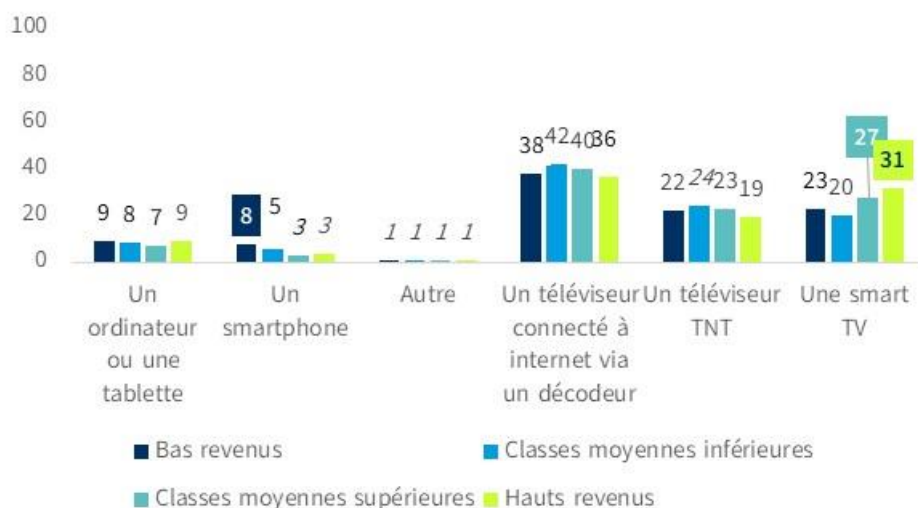
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 209 - Type d'équipement le plus souvent utilisé pour regarder les programmes de chaînes de télévision selon le niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 7 - Les groupes qui utilisent le plus les différents moyens d'accès aux programmes des chaînes de télévision

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de télévision, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -

<p>Un téléviseur connecté à internet via un décodeur TV du FAI (39 % en moyenne)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 46 % des 60-69 ans • 42 % dans les agglomérations de 100 000 habitants et plus 	<p>Une smart TV (24 % en moyenne)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 33 % des 12-17 ans • 31 % des titulaires de hauts revenus • 27 % des classes moyennes supérieures
<p>Un téléviseur TNT (23 % en moyenne)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 42 % des 70 ans et plus • 35 % des personnes qui vivent seules • 29 % dans les communes rurales 	<p>Un ordinateur ou une tablette (8 % en moyenne)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 28 % des 18-24 ans • 15 % des habitants de Paris et son agglomération et des cadres

Un *smartphone*
(5 % en moyenne)

- 17 % des 18-24 ans
- 10 % des 25-39 ans
- 8 % des titulaires de bas revenus

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

d) Séries, films et information sont les programmes les plus regardés

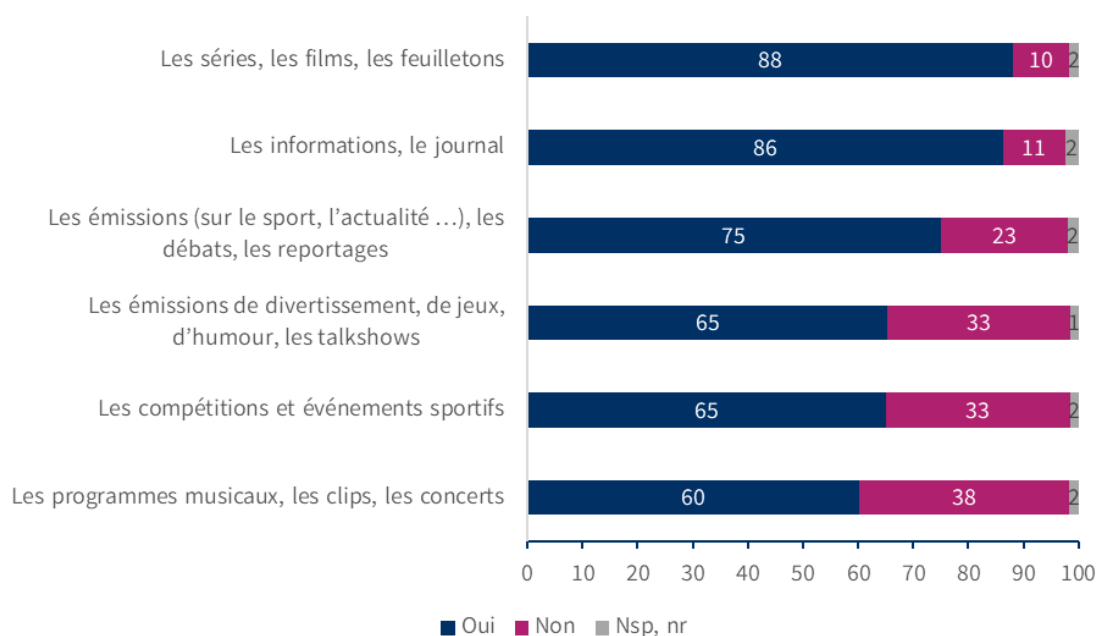
Le baromètre analyse les modes de consommation de six grands types de programmes audiovisuels : quels sont les programmes les plus visionnés ? Le sont-ils plutôt en direct ou en différé ? Sur quel appareil de préférence ?

Parmi les personnes qui regardent des contenus ou programmes de chaînes de télévision, **les programmes les plus regardés sont les séries, films et feuilletons (88 %) et les informations (86 %)**. Les programmes musicaux, clips et concerts proposés par les chaînes sont moins regardés et concernent six personnes sur dix (Graphique 210).

Graphique 210 - Type de contenus ou de programmes de chaînes de télévision regardés

« Plus précisément, regardez-vous les contenus ou programmes de chaînes de télévision suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de télévision, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

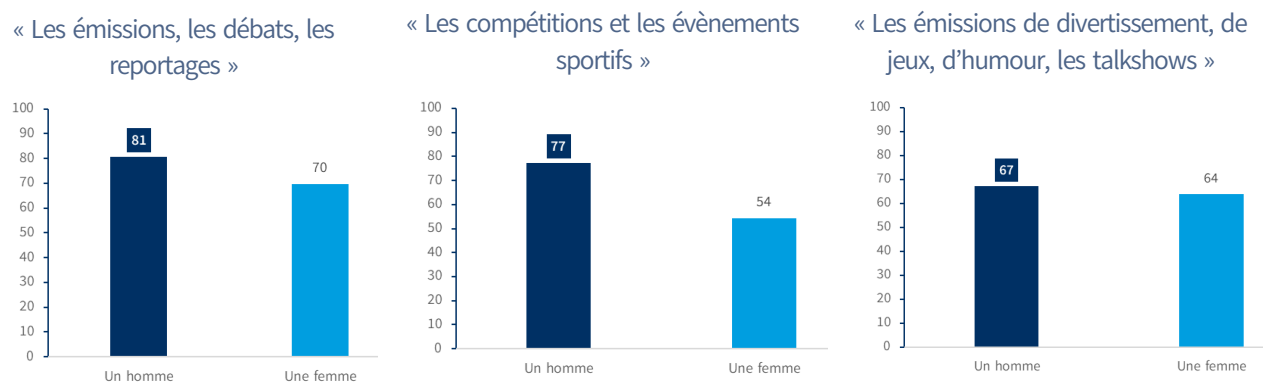
Le genre, mais aussi l'âge ou le niveau de vie ont une influence sur le fait de visionner plus ou moins les différents programmes. Le Tableau 8 présente, pour les six programmes étudiés, les catégories de population qui les apprécient le plus.

Parmi les téléspectateurs des programmes télévisuels, les proportions d'hommes et de femmes qui suivent les informations ou le journal, les programmes musicaux, les clips ou les concerts ainsi que les séries, les films ou les feuilletons sont similaires. En revanche, les hommes regardent davantage :

- les émissions, les débats, les reportages (81 % contre 70 % des femmes) ;
- les compétitions et les événements sportifs (77 % contre 54 % des femmes) ;
- les émissions de divertissement, de jeux, d'humour, les talkshows (67 % contre 64 % des femmes, voir Graphique 211).

Graphique 211 - Type de contenus ou de programmes de chaînes de télévision regardés selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de télévision, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La corrélation entre l'âge et les types de programmes télévisuels consommés est, également, assez forte. Chaque tranche d'âge a ses programmes favoris et d'autres qu'elle visionne peu. Par exemple (Graphique 212), les moins de 40 ans regardent moins les informations et le journal que les 40 ans et plus. En revanche, les 12-17 ans plébiscitent les programmes musicaux, les clips et les concerts (68 %) mais sont moins friands des émissions, débats et reportages.

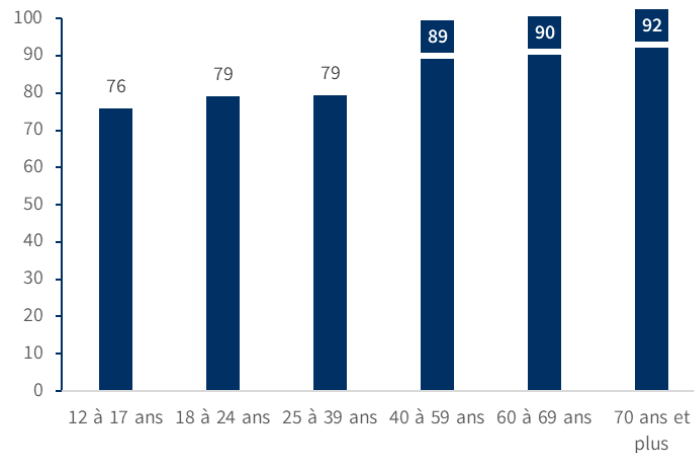
Parmi les programmes de chaînes de télévision, les 18-24 ans apprécient plus que les autres classes d'âge les compétitions et les événements sportifs (74 %) et sont moins souvent aficionados des séries, films et feuilletons (82 %, contre 88 % des consommateurs de programmes de télévision).

Les 25-39 ans regardent également moins les séries, les films et les feuilletons offerts par les chaînes de télévision (84 %), ainsi que les émissions, les débats et les reportages (72 %).

Les téléspectateurs âgés de 40 à 59 ans consomment plus que les autres des émissions, débats et reportages (79 %), ainsi que des séries, films et feuilletons (91 %). Les personnes âgées de 60 à 69 ans qui regardent les programmes télévisuels sont moins enclines à suivre les émissions de divertissement, de jeux, d'humour et les talkshows (61 %) mais regardent les séries, les films et les feuilletons (92 %). Enfin, les téléspectateurs âgés de plus de 70 ans apprécient moins les séries, les films et les feuilletons (85 %).

Graphique 212 – Visionnage des programmes d'informations, du journal selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de télévision, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les téléspectateurs aux bas revenus sont moins nombreux à regarder les informations ou le journal (80 %), les émissions, les débats ou les reportages (68 %), les compétitions ou les événements sportifs (60 %) et les séries, les films ou les feuilletons (85 %). Les auditeurs des classes moyennes supérieures apprécient les programmes comme les informations ou le journal (90 %), les émissions, les débats ou les reportages (78 %) et les séries, les films ou les feuilletons (91 %).

Le Tableau 8 présente, pour chaque type de programme audiovisuel étudié, les catégories qui en sont les plus consommatrices, illustrant ainsi les principaux liens avec l'âge, le genre et le niveau de vie.

Tableau 8 - Les groupes les plus consommateurs des différents types de contenus ou de programmes de chaînes de télévision

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de télévision, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -

Les séries, les films, les feuilletons (88% en moyenne)	Les informations, le journal (86% en moyenne)
<ul style="list-style-type: none"> 91% des 40-59 ans 91% des classes moyennes supérieures 	<ul style="list-style-type: none"> 92% des 70 ans et plus et des retraités 90% des classes moyennes supérieures
Les émissions, les débats, les reportages (75% en moyenne)	Les émissions de divertissement, de jeux, d'humour, les talkshows (65% en moyenne)
<ul style="list-style-type: none"> 81% des hommes 81% des titulaires de hauts revenus 	<ul style="list-style-type: none"> 69% dans les foyers de 4 personnes 67% des classes moyennes inférieures
Les compétitions et les événements sportifs (65% en moyenne)	Les programmes musicaux, les clips, les concerts (60% en moyenne)
<ul style="list-style-type: none"> 77% des hommes 74% des 18-24 ans 	<ul style="list-style-type: none"> 67% des 12-17 ans 63% des étudiants

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Quel que soit le contenu ou programme de télévision, le poste de télévision est privilégié par rapport aux *smartphones*, ordinateurs ou tablettes (de 78 % pour les programmes musicaux, les clips ou les concerts à 90 % pour les informations et les journaux). Il ne semble pas, en revanche, que le type du téléviseur principal soit corrélé avec le type de programme regardé, les niveaux de consommation des différents types de programmes étant proches, quel que soit le type de téléviseur.

Graphique 213 - Type d'équipement (en général) utilisé par type de contenus ou programmes de chaînes de télévision

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde chacun des types de programmes de télévision cités, en % --- - effectif total pondéré n : 3 234 (informations, journal), 2 808 (émission, débats, reportages), 2 254 (programmes musicaux, clips, concerts), 2 240 (compétitions, événements sportifs), 2 451 (émissions de divertissement, jeux, humour, *talkshows*), 3 298 (séries, films, feuilletons) -

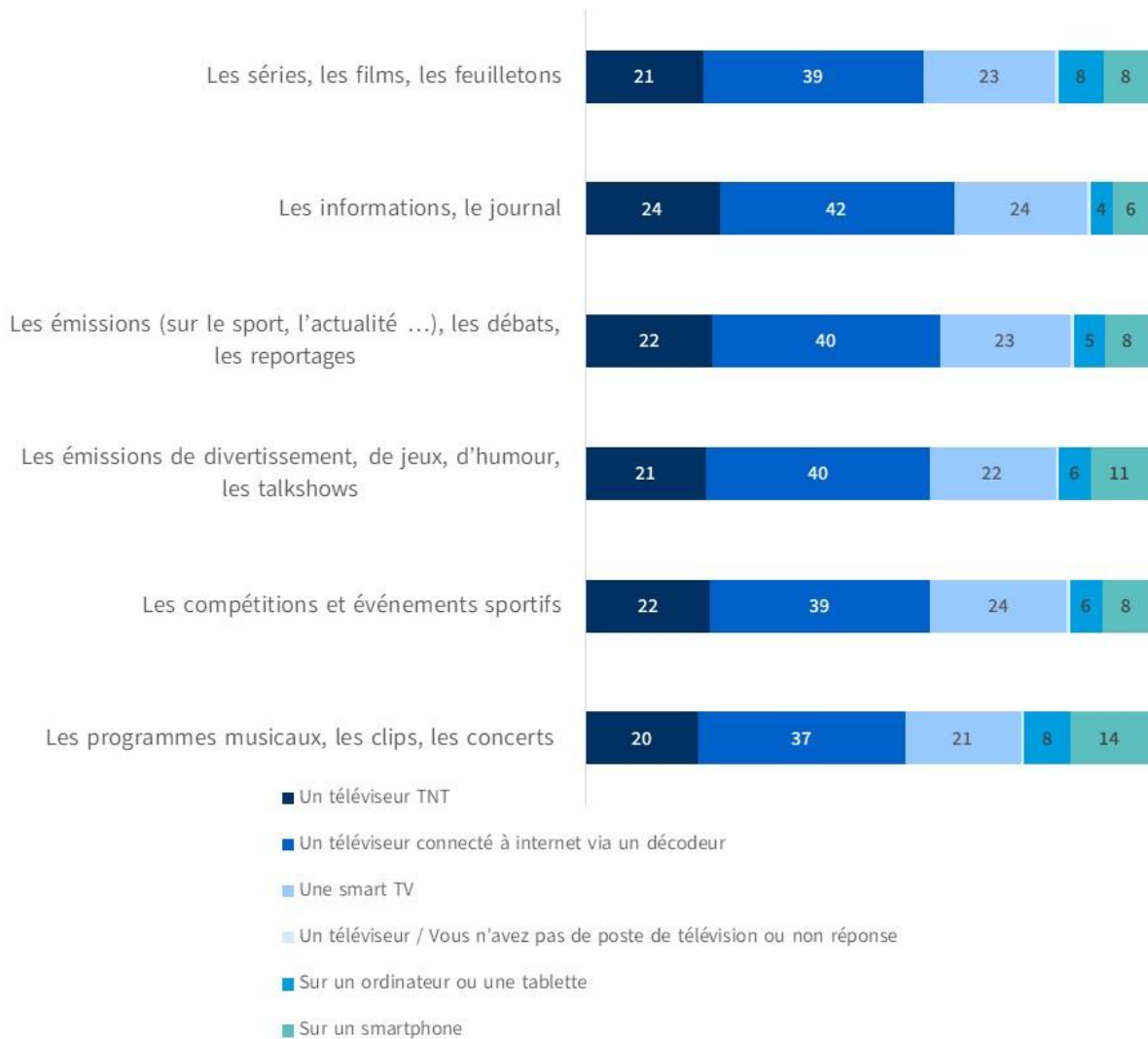


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 214 - Type d'équipement (avec le détail du poste de télévision) en fonction des différents contenus ou programmes de chaînes de télévision

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde chacun des types de programmes de télévision cités, en % -- - effectif total pondéré n : 3 234 (informations, journal), 2 808 (émission, débats, reportages), 2 254 (programmes musicaux, clips, concerts), 2 240 (compétitions, événements sportifs), 2 451 (émissions de divertissement, jeux, humour, *talkshows*), 3 298 (séries, films, feuilletons) -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

e) Le choix d'un visionnage en direct ou en différé dépend du contenu et du programme

De façon générale, les **programmes des chaînes de télévision sont majoritairement regardés en direct**. Parmi les personnes qui regardent ces programmes, **91 % visionnent au moins un type de programme en direct et 43 % en visionnent au moins un type en différé**.

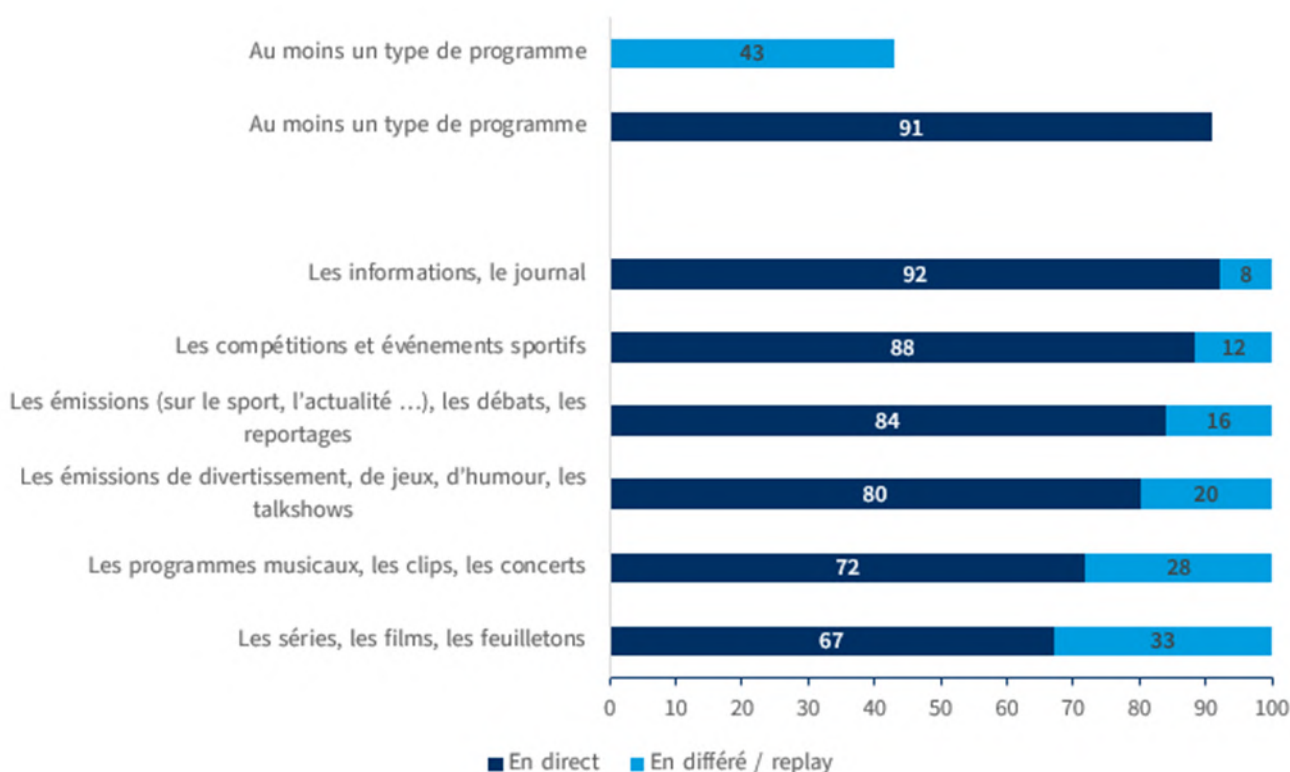
Les **informations ainsi que les compétitions et événements sportifs correspondent aux contenus et programmes les plus souvent regardés en direct** (respectivement 92 % et 88 %) alors qu'un tiers des amateurs de films, séries ou feuilletons visionnent ceux-ci en différé (28 % pour les contenus ou programmes musicaux).

Graphique 215

Mode de visionnage selon le type de contenu ou de programmes de chaînes de télévision

« Et, plus précisément, de quelle façon regardez-vous le plus souvent les contenus ou programmes de chaînes de télévision suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde chacun des types de programmes de télévision cités, en % -- effectif total pondéré n : 3 234 (informations, journal), 2 808 (émission, débats, reportages), 2 254 (programmes musicaux, clips, concerts), 2 240 (compétitions, événements sportifs), 2 451 (émissions de divertissement, jeux, humour, *talkshows*), 3 298 (séries, films, feuilletons) -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

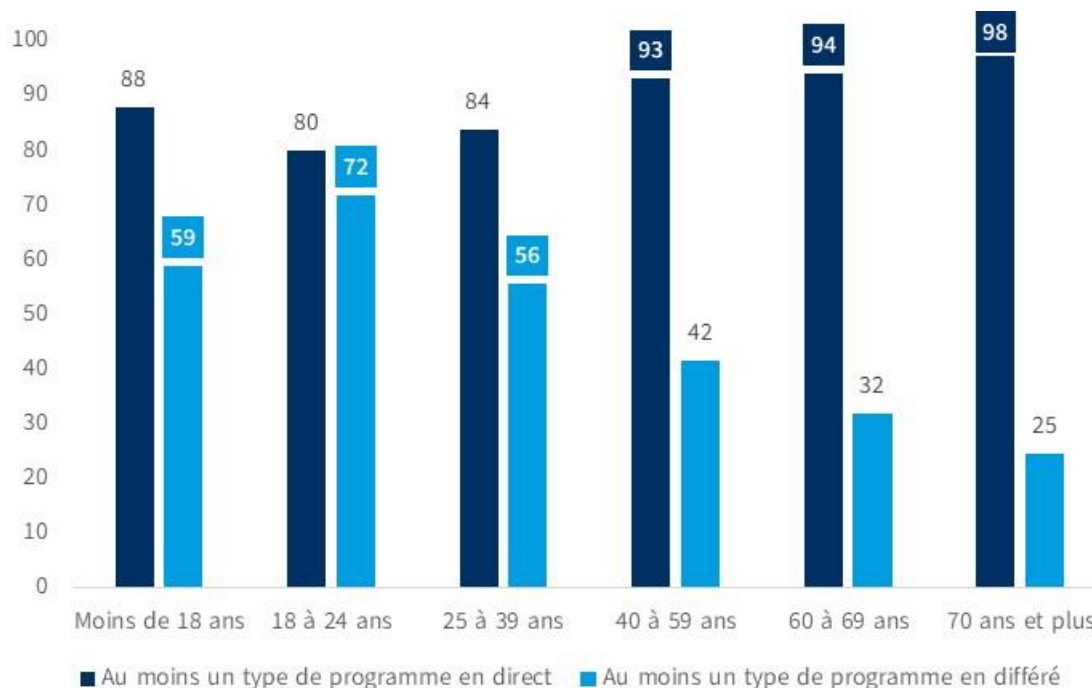
Les **profils technophiles** (jeunes, diplômés du supérieur, Franciliens et utilisateurs de supports numériques) sont les plus enclins à regarder des **programmes audiovisuels en différé tout en gardant des niveaux élevés de visionnage en direct**. Avant 40 ans, la pratique de visionnage en *replay* est significativement plus élevée qu'en moyenne, elle culmine à 72 % chez les 18-24 ans. La pratique ne cesse ensuite de décroître pour ne plus concerner qu'une personne sur quatre passés 70 ans.

On remarque également que les plus diplômés et les personnes qui résident à Paris et dans son agglomération tendent à davantage recourir au visionnage en différé (53 %).

Graphique 216 - Influence de l'âge sur le mode de visionnage

en % citant au moins une fois « en direct » et au moins une fois « en différé, en *replay* »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



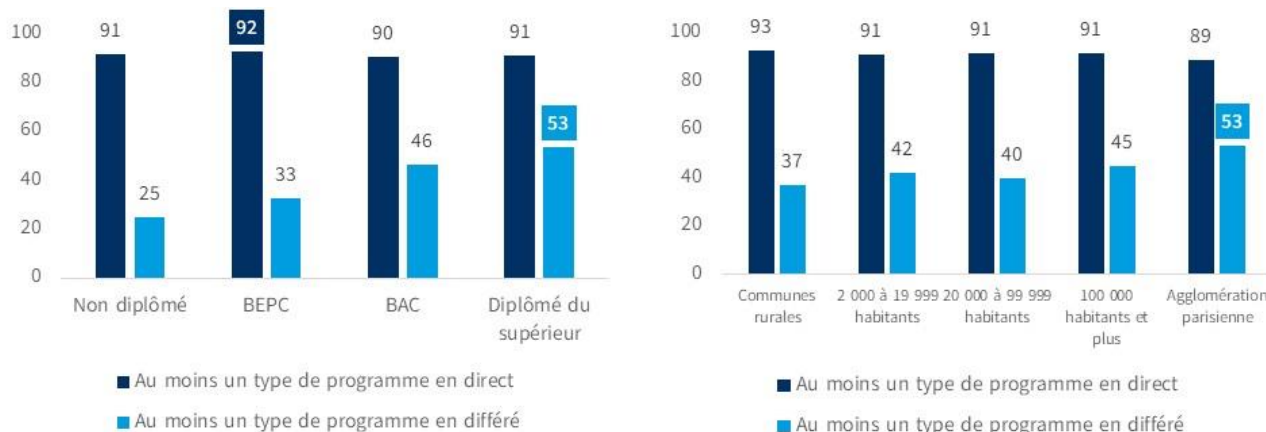
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 217

Influence du niveau de diplôme et de la taille d'agglomération sur le mode de visionnage

en % citant au moins une fois « en direct » et au moins une fois « en différé, en *replay* »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



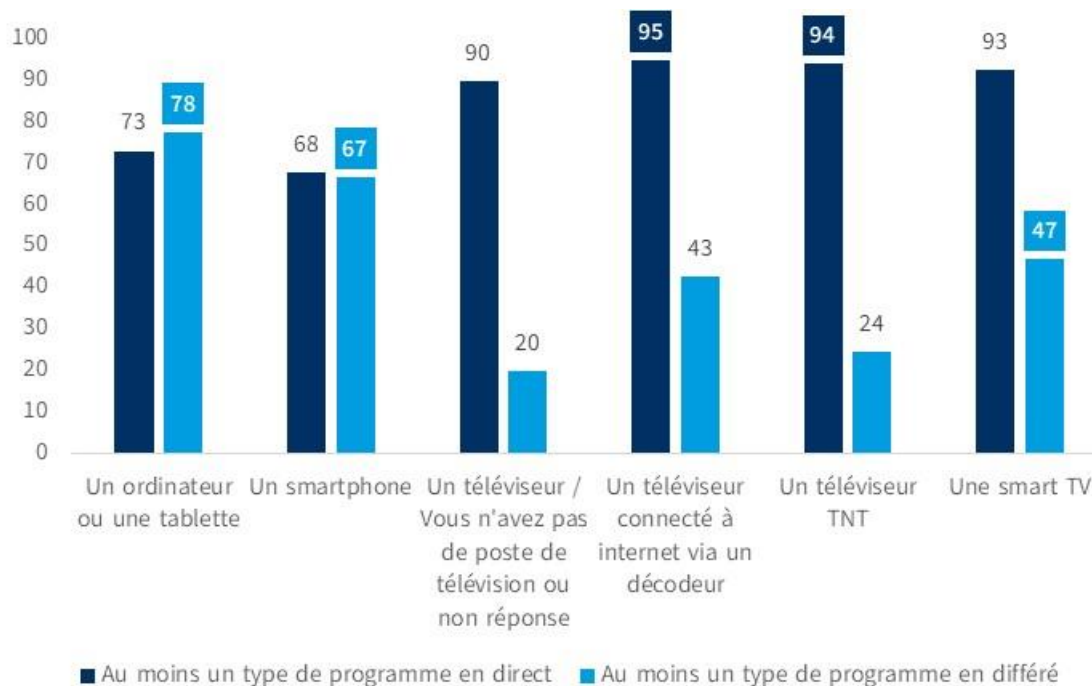
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Enfin, le **type d'équipement utilisé le plus souvent pour visionner les programmes a un fort impact sur le mode de visionnage**. Ce sont les personnes qui utilisent un **ordinateur** (78 %) ou un *smartphone* (67 %) qui, le plus souvent, accèdent à des contenus de **façon différée**. Pour ceux qui, **principalement, utilisent un ordinateur ou une tablette, le visionnage en différé (78 %) est même plus fréquent que le visionnage en direct (73 %)**. Les deux pratiques, pour ceux qui visionnent sur un *smartphone*, sont quasiment équivalentes.

Pour tous les Français qui, le plus souvent, regardent les contenus audiovisuels sur un poste de télévision, le visionnage en direct est beaucoup plus systématique. On remarque cependant que 47 % des personnes dont le poste principal dans le foyer est une *smart TV* recourent également au visionnage en **différé** contre 43 % en moyenne, tous types de programmes confondus.

Graphique 218 - Influence du type de support utilisé le plus souvent sur le mode de visionnage
en % citant au moins une fois « en direct » et au moins une fois « en différé, en *replay* »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde des programmes de chaînes de télévision, quel que soit le support, en % - effectif total pondéré n : 3 747 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

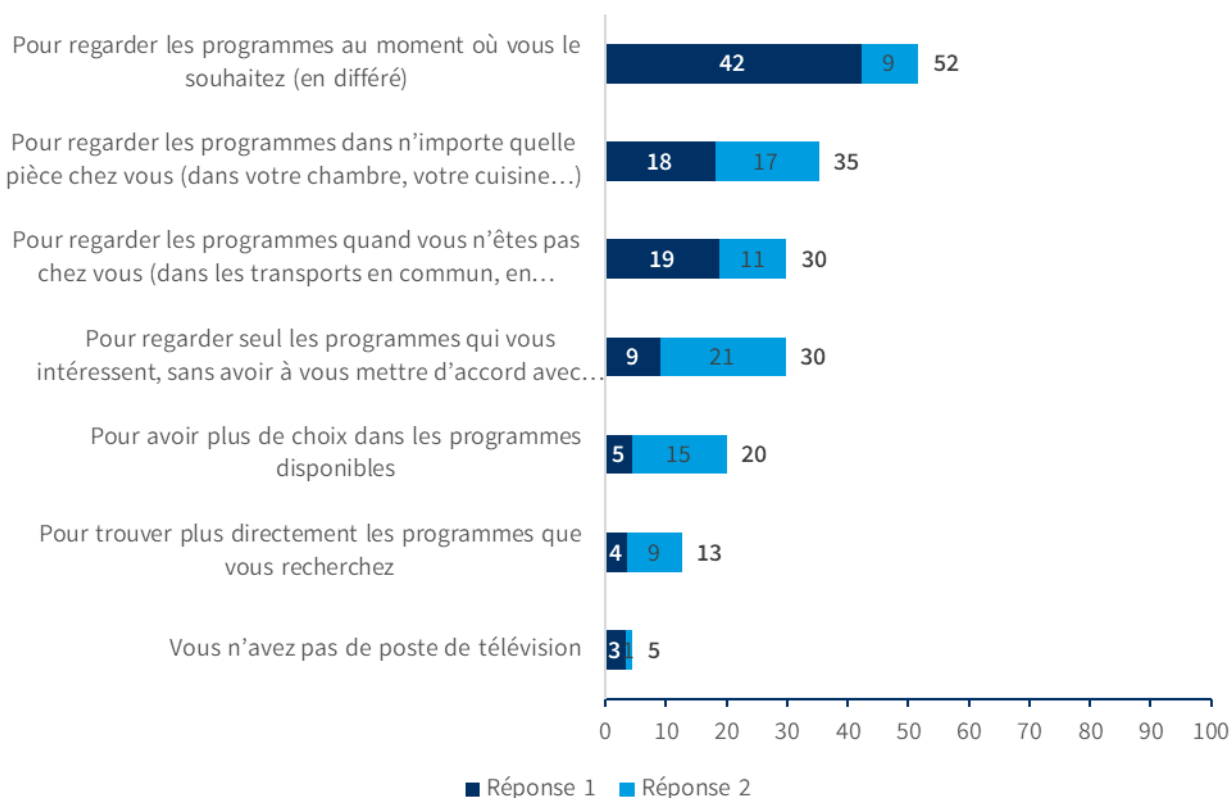
f) L'envie de choisir le moment et le lieu du visionnage explique qu'on délaisse le poste de télévision pour un autre support

Si les amateurs d'émissions télévisées optent pour le visionnage sur un *smartphone*, un ordinateur ou une tablette, c'est avant tout pour pouvoir les regarder au moment où ils le souhaitent (42 % des premières réponses, 52 % des réponses cumulées). Ils évoquent ensuite la possibilité de visionner là où ils le souhaitent dans leur domicile (18 % des premières réponses), et également lorsqu'ils ne sont pas chez eux, par exemple dans les transports en commun ou en voyage (19 % des premières réponses).

Graphique 219 Principales raisons invoquées pour regarder des programmes de télévision sur son *smartphone*, son ordinateur ou sa tablette

« De façon générale, pour quelles raisons principales, regardez-vous les programmes des chaînes de télévision sur votre *smartphone*, votre ordinateur ou votre tablette ? En premier ? En deuxième ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui regarde au moins un programme de télévision ailleurs que sur un poste de télévision, en % --- effectif total pondéré n : 988 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les hommes et les femmes ont des pratiques très proches en la matière. Seule exception, les femmes regardent davantage leurs programmes sur des terminaux comme le *smartphone*, l'ordinateur ou la tablette parce qu'elles ne sont pas chez elles (dans les transports en commun, en voyage ...) (34 % contre 26 % pour les hommes, première et deuxième réponses cumulées).

Les 40-59 ans sont plus nombreux à regarder les programmes télévisuels sur leur *smartphone*, ordinateur ou tablette afin de choisir le moment de visionnage (58 % des personnes de cette tranche d'âge citent la raison « Pour regarder les programmes au moment où vous le souhaitez »). Les 25-39

ans mobilisent plus souvent ces supports en mobilité (39 % des personnes de cette tranche d'âge citent la raison « Pour regarder les programmes quand vous n'êtes pas chez vous »).

Les personnes vivant dans un ménage de deux personnes utilisent les équipements numériques hors téléviseurs plus volontiers « Pour regarder les programmes au moment où vous le souhaitez (en différé) » (57 %), tandis que les membres des ménages de quatre personnes utilisent plus volontiers leur *smartphone*, ordinateur ou tablette « Pour regarder seul les programmes qui vous intéressent, sans avoir à vous mettre d'accord avec les personnes qui vivent avec vous » (36 %).

Les habitants de l'agglomération parisienne évoquent davantage la mobilité comme motif d'usage des *smartphone*, ordinateur ou tablette (40 %) ; alors que ceux de communes de 20 000 à 99 999 habitants citent davantage « Pour regarder les programmes au moment où vous le souhaitez (en différé) » (65 %) et ceux de communes de moins de 20 000 habitants « Pour regarder les programmes dans n'importe quelle pièce chez vous (dans votre chambre, votre cuisine...) » (44 %).

Les motifs invoqués pour recourir à un support nomade répondent donc aux modes de vie (déplacements, modes de transports ...) et aux contraintes de la vie quotidienne (partage de l'espace, disponibilité des terminaux, etc.).

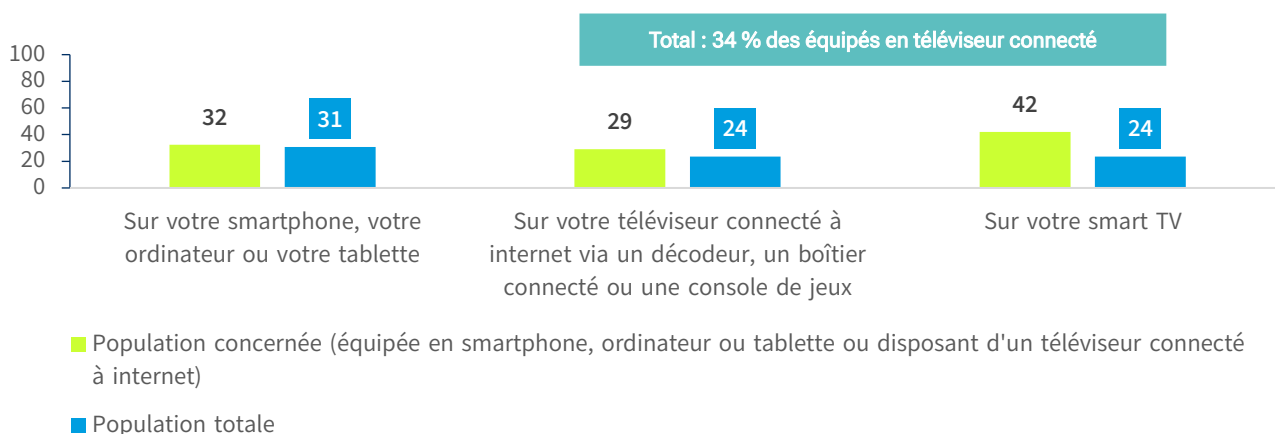
g) Le recours aux applications des chaînes de télévision reste encore limité

Environ un tiers (32 %) des personnes disposant d'un *smartphone*, ordinateur ou *smartphone* ont téléchargé au moins une application d'une chaîne de télévision sur l'un de ces supports, un taux qui s'établit à **34 % parmi les équipés en téléviseur connecté à internet, quel que soit le mode de connexion**. Plus précisément, 42 % des personnes dont le poste de télévision principal est une *smart TV* ont téléchargé une application de chaîne de télévision sur leur téléviseur (vs. 29 % pour les utilisateurs d'un poste connecté via un décodeur, un boîtier TV connecté ou une console de jeux).

Graphique 220 - Téléchargement d'applications de chaînes de télévision sur son *smartphone*, son ordinateur ou sa tablette ou sur son poste de télévision connecté à internet

« Avez-vous téléchargé une ou plusieurs applications de chaînes de télévision (comme TF1+, France.tv, Okoo, myCanal...) sur votre *smartphone*, ordinateur ou tablette (pour les personnes équipées) ?
Sur votre poste de télévision connecté à internet (pour les personnes équipées) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 - -
/ensemble de la population concernée, en % -- effectif total pondéré n : 3 881 (détenteurs d'un *smartphone*, ordinateur ou tablette),
2 819 (détenteurs d'un téléviseur connecté à Internet). -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Parmi les personnes équipées d'un *smartphone*, d'un ordinateur ou d'une tablette et d'un poste de télévision connecté à internet :

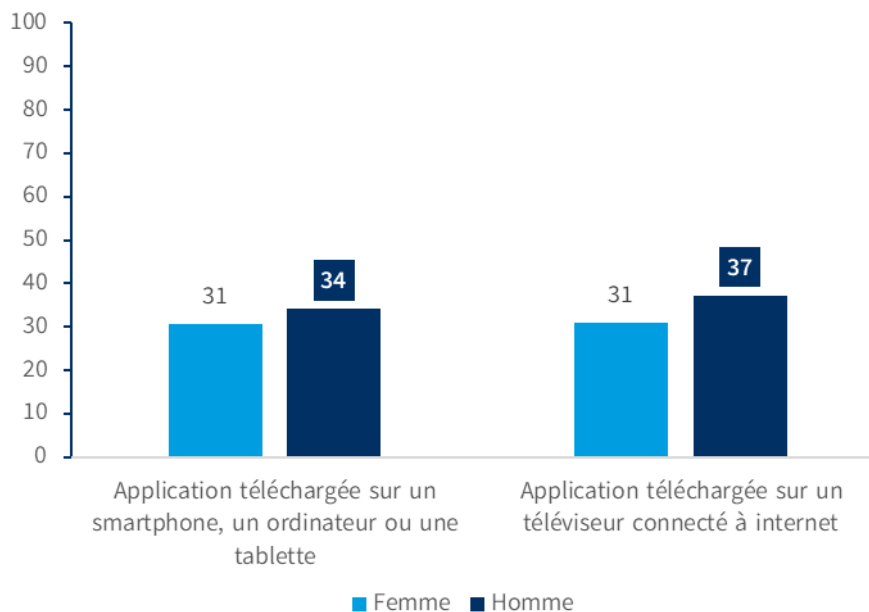
- 52 % n'ont pas installé d'application de chaîne de télévision ;
- 21 % ont installé une application sur leur *smartphone*, leur ordinateur ou leur tablette et sur leur poste de télévision connecté à internet ;
- 14 % ont installé une application seulement sur leur *smartphone*, ordinateur ou tablette ;
- 13 % ont installé une application seulement sur leur poste de télévision connecté à internet (voir Graphique 221).

Dans l'ensemble, le taux de téléchargement d'applications de chaînes de télévision sur les *smartphones*, ordinateurs et tablettes apparaît significativement plus élevé chez les profils plus technophiles : les hommes, les 18-39 ans et les hauts revenus qui sont équipés.

Les hommes possédant un *smartphone*, un ordinateur ou une tablette téléchargent significativement plus des applications de chaîne de télévision sur ces appareils que les femmes (34 % contre 31 % des femmes). Quand ils possèdent un poste de télévision connecté à internet, ils y installent également plus souvent une application de chaîne (37 % contre 31 % des femmes) (Graphique 221).

Graphique 221 - Téléchargement d'applications de chaînes de télévision sur son *smartphone*, son ordinateur ou sa tablette ou sur son poste de télévision connecté à Internet selon le genre

- Champ : population de 12 ans et plus équipée d'un *smartphone*, d'un ordinateur ou d'une tablette et/ou d'un ordinateur, en % - -- effectif total pondéré n : 3 881 -

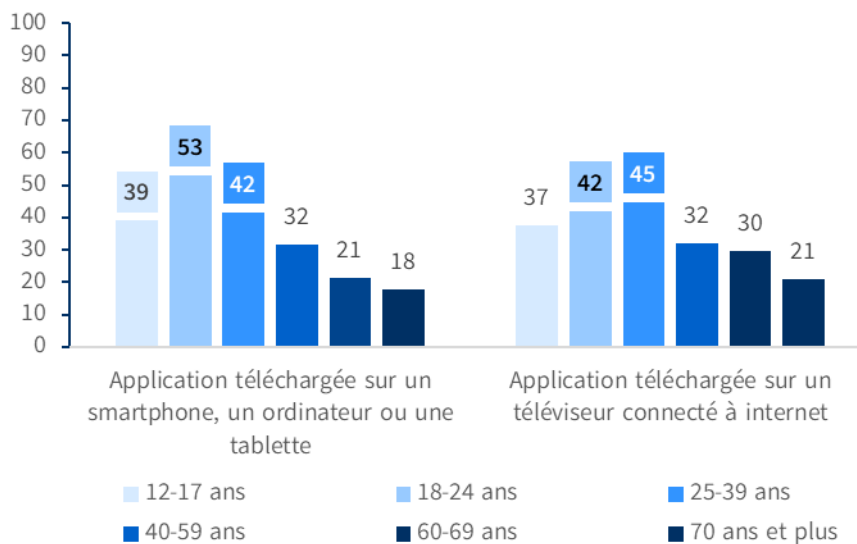


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le taux de téléchargement d'applications de chaîne de télévision sur les *smartphones*, ordinateurs ou tablettes est décroissant avec l'âge (Graphique 222). Une distinction nette existe entre les moins de 40 ans, qui sont significativement plus nombreux à avoir téléchargé une application, et les plus de 60 ans, qui le sont beaucoup moins. Cette tendance existe dans une moindre mesure concernant le téléchargement de ces applications sur un poste de télévision. Les 18-24 ans (42 %) et les 25-39 ans (45 %) possédant les équipements nécessaires ont plus souvent téléchargé ces applications, à l'inverse des plus de 70 ans (21 %).

Graphique 222 - Téléchargement d'applications de chaînes de télévision sur son *smartphone*, son ordinateur ou sa tablette ou sur son poste de télévision connecté à Internet selon l'âge

- Champ : population de 12 ans et plus équipée d'un *smartphone*, d'un ordinateur ou d'une tablette et/ou d'un ordinateur, en % - -- effectif total pondéré n : 3 881 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les personnes disposant de hauts revenus et équipées en *smartphone*, ordinateur ou tablette d'une part, en poste de télévision connecté à internet d'autre part, téléchargent plus volontiers les applications de chaînes télévisuelles sur leur *smartphone*, leur ordinateur ou leur tablette (42 %) et sur leur poste de télévision (40 %).

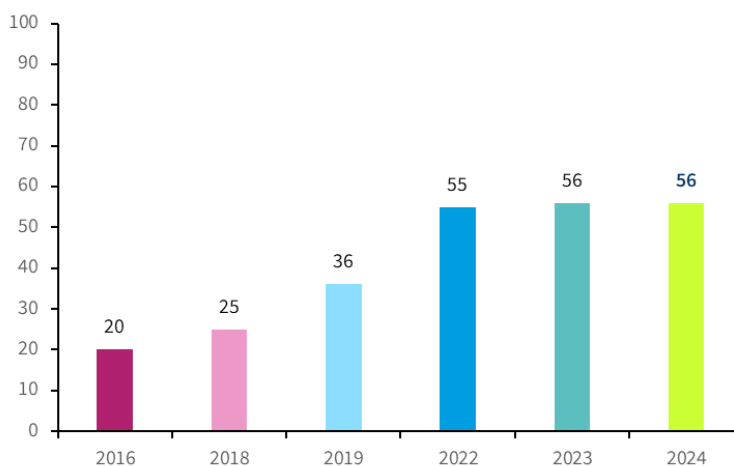
a) Depuis trois ans, le taux d'abonnés à la VOD est stable : 56 % des Français en ont au moins un

En 2024, 56 % des Français âgés de 12 ans et plus déclarent disposer d'au moins un abonnement à un service de vidéo à la demande (VOD), un abonnement pouvant comprendre plusieurs comptes permettant de regarder des séries ou films sur plusieurs équipements numériques simultanément. Ces services se sont d'abord diffusés rapidement : en 2016, une personne sur cinq déclarait disposer d'au moins un abonnement VOD, contre plus d'une sur deux (55 %) à partir de 2022. Depuis, cette proportion, 56 %, est stable et identique en 2024 à celle observée en 2023. Par ailleurs, 27 % de la population dispose de plusieurs abonnements VOD, ce qui représente près d'un abonné sur deux.

Graphique 223 - Proportion de personnes disposant d'un abonnement VOD

« Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VOD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV+, MyCanal, OCS, pass Warner, Paramount+, Universal +, etc. ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



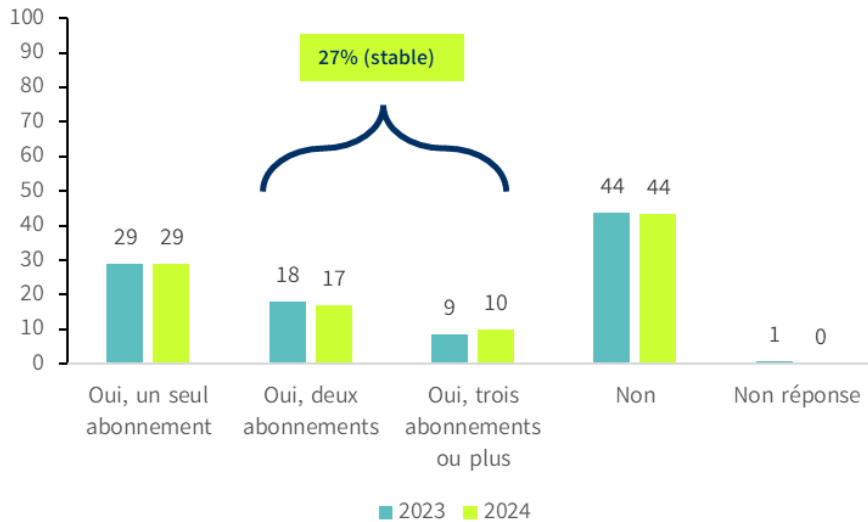
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

En 2023, les modalités « Oui, un seul abonnement », « Oui, deux abonnements » et « Oui, trois abonnements ou plus » ont été regroupées, afin d'élaborer l'historique.

Graphique 224 - Nombre d'abonnements VOD

« Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VOD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV, MyCanal, OCS, pass Warner, Paramount+, etc. ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



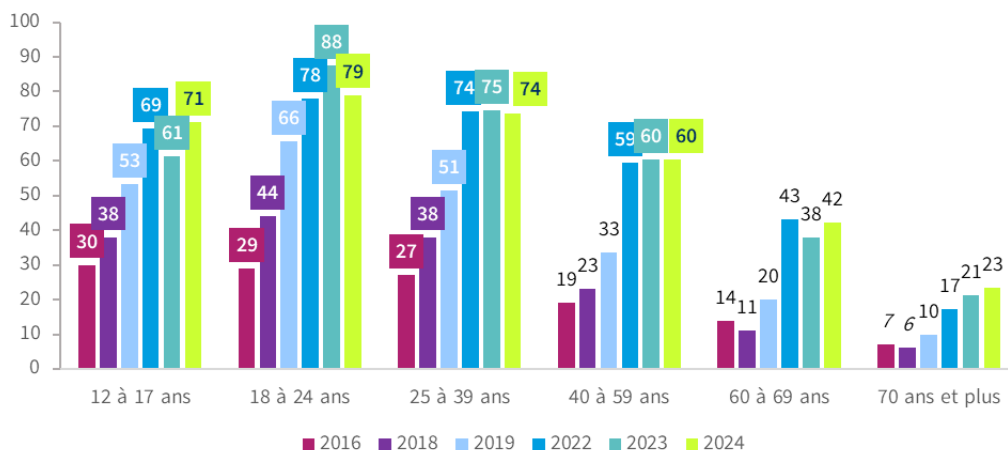
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La très grande stabilité des taux d'accès de l'ensemble de la population à un abonnement permettant de regarder, à la demande, des VOD, films ou séries en illimité s'accompagne d'une stabilité dans les corrélations sociodémographiques.

Le lien avec l'âge est également très net (Graphique 225), **avec une césure à 60 ans** : à partir de cet âge, **les individus n'ont majoritairement pas d'abonnement à ce type de plateforme** (et ce malgré une hausse de + 4 points chez les sexagénaires et de + 2 points chez les 70 ans et plus). En un an, chez les plus jeunes des Français, l'accès aux abonnements à des plateformes de VOD recule (- 9 points) chez les 18-24 ans (qui restent néanmoins les plus équipés) tandis qu'il croît sensiblement chez les 12-17 ans (+10 points) : les évolutions repérées l'an dernier se trouvent, de fait, corrigées.

Graphique 225 – Abonnement VOD selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

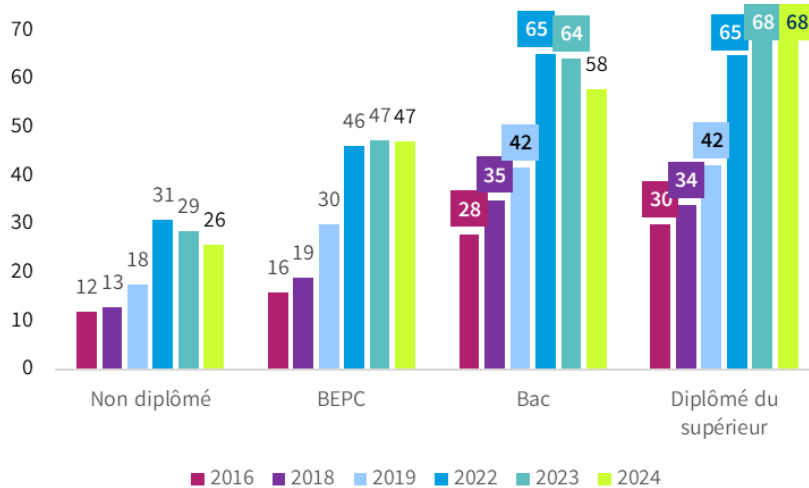
Note : en 2023 et 2024, les modalités « Oui, un seul abonnement », « Oui, deux abonnements » et « Oui, trois abonnements ou plus » ont été regroupées, afin d'élaborer l'historique.

L'influence du niveau de diplôme est sensible (Graphique 226) puisqu'un quart seulement des non-diplômés ont accès à ce type de prestation contre les deux-tiers des diplômés du supérieur.

Graphique 226 – Abonnement VOD selon le niveau de diplôme

« Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VOD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV, MyCanal, OCS, pass Warner, Paramount+, etc. ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

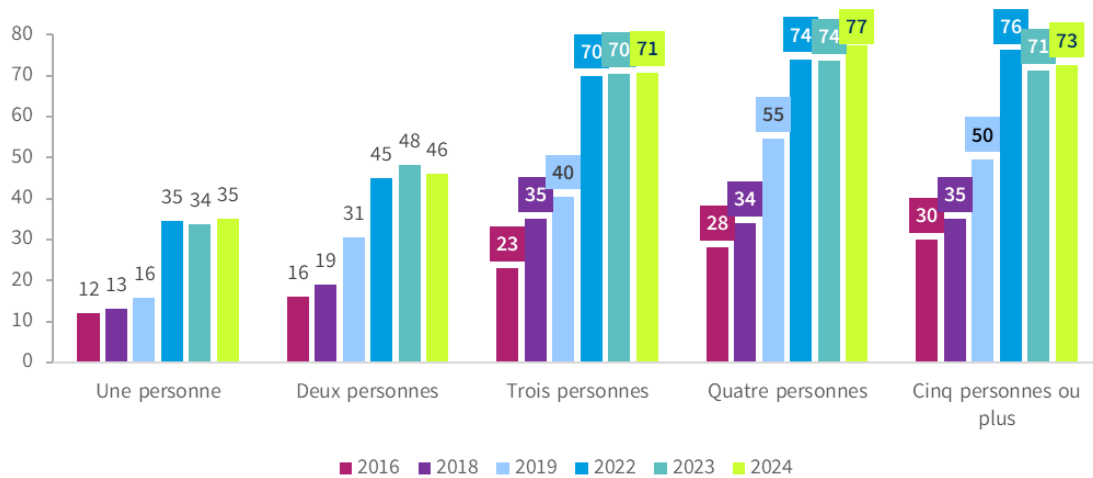
Note : en 2023 et 2024, les modalités « Oui, un seul abonnement », « Oui, deux abonnements » et « Oui, trois abonnements ou plus » ont été regroupées, afin d'élaborer l'historique.

L'accès à au moins un abonnement de ce type est d'autant plus fréquent que **la taille du foyer est importante** : minoritaire dans les foyers d'une ou deux personnes, l'abonnement devient la norme dans les foyers de trois personnes et plus (Graphique 227).

Graphique 227 - Abonnement VOD selon la taille du foyer

« Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VOD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV, MyCanal, OCS, pass Warner, Paramount+, etc. ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

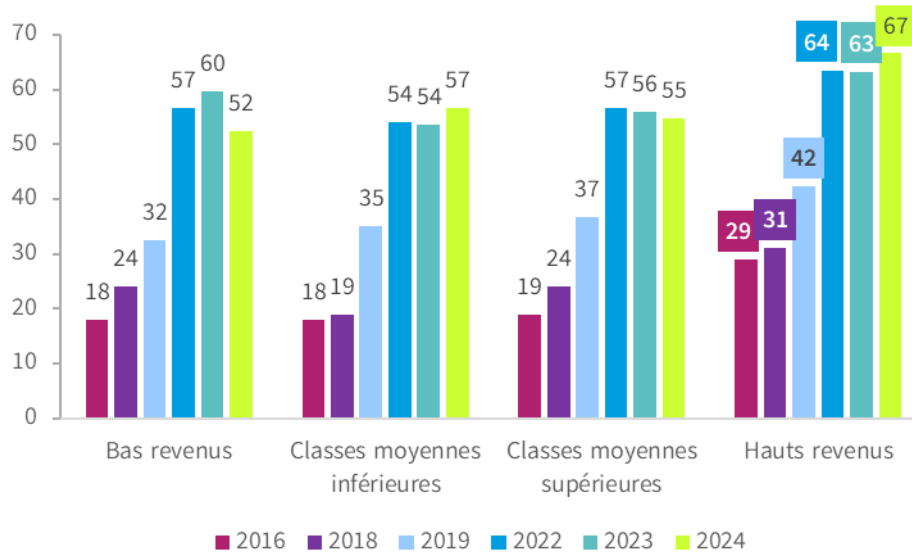
Note : en 2023 et 2024, les modalités « Oui, un seul abonnement », « Oui, deux abonnements » et « Oui, trois abonnements ou plus » ont été regroupées, afin d'élaborer l'historique.

Enfin, les écarts observés selon le niveau de vie auraient tendance à se creuser en 2024 (15 points d'écart entre hauts en bas revenus cette année, contre 3 points seulement en 2023).

Graphique 228 – Abonnement VOD selon le niveau de vie

« Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VOD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV, MyCanal, OCS, pass Warner, Paramount+, etc. ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : en 2023 et 2024, les modalités « Oui, un seul abonnement », « Oui, deux abonnements » et « Oui, trois abonnements ou plus » ont été regroupées, afin d'élaborer l'historique.

2. Équipements et usages radiophoniques

a) Les Français continuent à privilégier le réseau hertzien pour écouter la radio et les contenus audio, mais internet gagne du terrain (+ 3 points en un an)

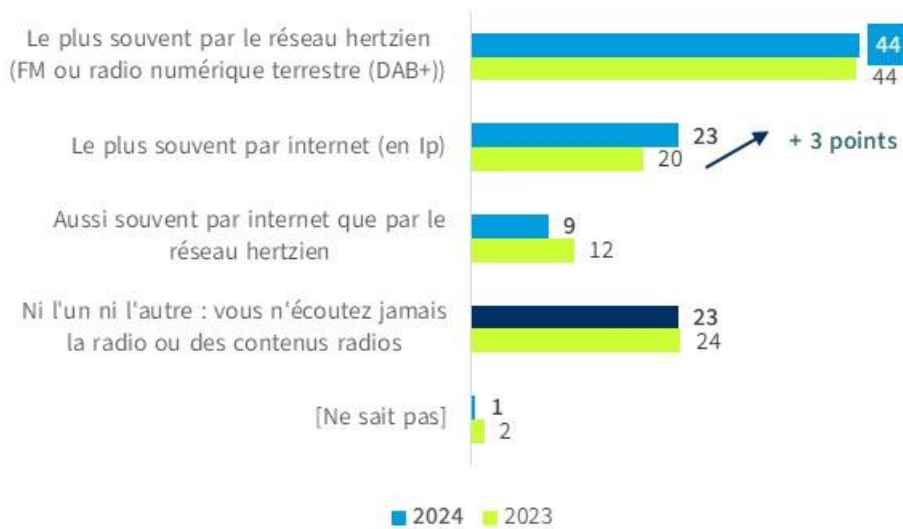
La **part de Français qui écoutent la radio ou des contenus audio** (podcast et musique en direct ou à la demande) **n'évolue pas en 2024 (76 %)**. Les non diplômés, les personnes au foyer et les plus âgés sont ceux qui déclarent le moins écouter ces contenus : 42 % des non diplômés, 36 % des personnes au foyer et 32 % des 70 ans et plus disent ne jamais écouter la radio ou les contenus audio.

S'agissant du mode d'écoute, **la proportion de ceux qui écoutent la radio ou les contenus audio le plus souvent par internet gagne 3 points⁴¹**. La part de ceux qui écoutent via les deux modes (aussi souvent par internet que par le réseau hertzien) se réduit, au détriment du réseau hertzien seul.

Graphique 229 – Mode d'écoute de la radio ou des contenus audio

« De quelle façon écoutez-vous le plus souvent la radio ou des contenus audio (podcasts ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -

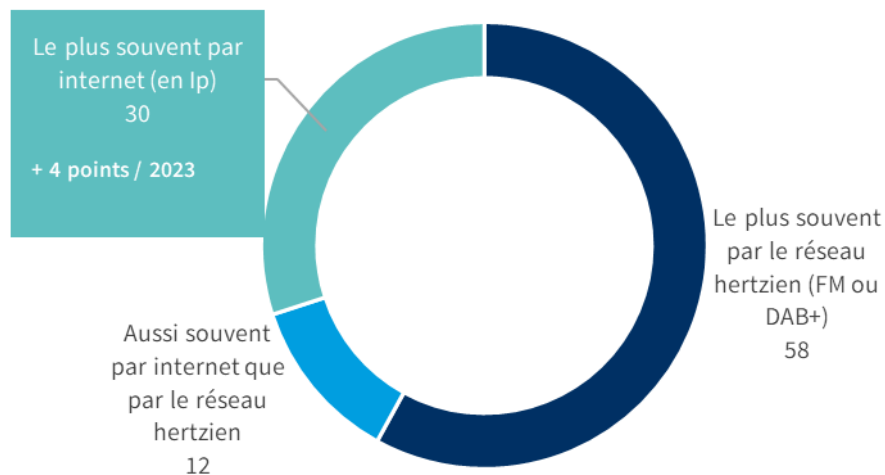


41 L'évolution de la modalité « le plus souvent par internet » de 20 % à 23 % entre 2023 et 2024 est significative au seuil de 95 %, tout comme l'évolution de la modalité « aussi souvent par internet que par le réseau hertzien » de 12 % à 9 %.

Graphique 230 - Mode d'écoute de la radio ou des contenus audio

« De quelle façon écoutez-vous le plus souvent la radio ou des contenus audio (podcasts ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement) ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, écoutant la radio et les contenus audio,
en % - effectif total pondéré n : 3 092 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La **transition numérique** des pratiques d'écoute de la radio et des contenus audio se poursuit et progresse pour l'ensemble des catégories d'âge de moins de 60 ans (avec un pic de + 10 points chez les 12-17 ans et + 7 points chez les 18-24 ans). Le recours à internet pour accéder à des programmes radio ou audios varie de 40 % chez les 12-17 ans (le taux maximal mesuré) à 7 % chez les plus âgés (le taux minimal mesuré, Graphique 231).

De façon générale, le **profil des personnes qui écoutent le plus souvent par internet est assez marqué d'un point de vue socio-démographique**. Au-delà du fait qu'ils sont plus jeunes, ils sont également proportionnellement plus nombreux parmi les membres de foyers de trois personnes ou plus, les diplômés du supérieur, les cadres et les personnes percevant de hauts revenus, mais aussi parmi les habitants de Paris et son agglomération.

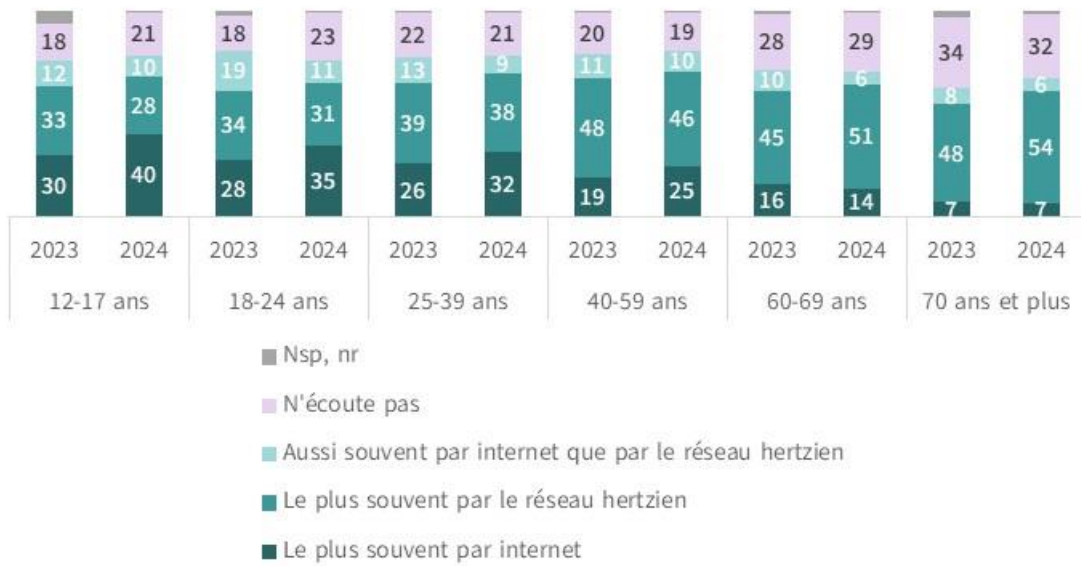
À l'inverse, chez les plus âgés c'est le **recours au réseau hertzien** (FM ou DAB⁴²) **qui progresse** entre 2023 et 2024 (+ 6 points chez les sexagénaires et + 7 points chez les 70 ans et plus, Graphique 231)

L'écoute via le poste de radio le plus souvent sur le réseau hertzien correspond à un profil moins affirmé que l'écoute principalement sur internet et concerne différentes catégories de population : notamment les tranches d'âge plus âgées (60 ans et plus), les diplômés du supérieur et du BEPC, les professions intermédiaires et retraités, ainsi que les communes rurales (Tableau 9).

⁴² Radio numérique terrestre (RNT) ou Digital Audio Broadcasting Plus (DAB+).

Graphique 231 – Mode d'écoute de la radio ou des contenus audio selon l'âge

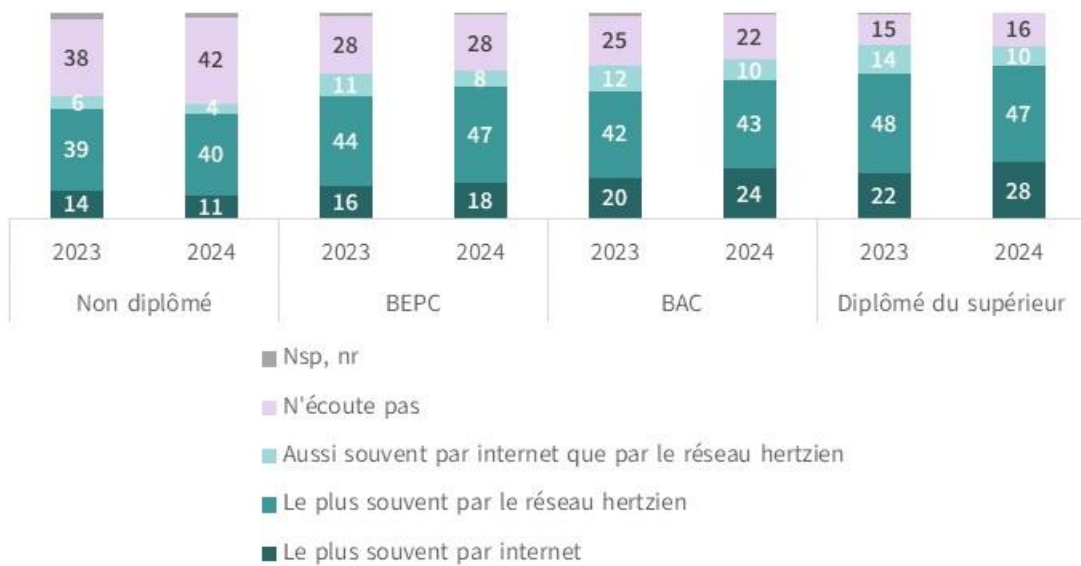
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 232 - - Mode d'écoute de la radio ou des contenus audio selon le niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 - -



Source : CREDOC, Baromètres du numérique

Tableau 9 – Analyse sociodémographique de la façon dont on écoute le plus souvent la radio ou des contenus audio (podcasts ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement)

	Le plus souvent par internet	Le plus souvent par le réseau hertzien	Aussi souvent par internet que par le réseau hertzien	Ni l'un ni l'autre : vous n'écoutez jamais la radio ou des contenus audio □	Non réponse
Un homme	24	46	9	20	0
Une femme	22	42	8	27	1
Moins de 18 ans	40	28	10	21	1
18 à 24 ans	35	31	11	23	0
25 à 39 ans	32	38	9	21	0
40 à 59 ans	25	46	10	19	0
60 à 69 ans	14	51	6	29	1
70 ans et plus	7	54	6	32	1
Une personne	21	43	7	28	1
Deux personnes	18	48	8	26	0
Trois personnes	26	44	12	18	0
Quatre personnes	31	39	10	20	0
Cinq personnes et plus	32	36	10	21	1
Non diplômé	11	40	4	42	2
BEPC	18	47	8	28	1
BAC	24	43	10	22	1
Diplômé du supérieur	28	47	10	16	0
Agri. , artisan, commerçant, chef d'entrepris	29	41	7	23	0
Cadre et prof. Intellect. sup.	30	44	13	13	0
Profession Intermédiaire	22	52	8	18	0
Employé	31	42	9	18	0
Ouvrier	22	46	11	21	1
Personne au foyer	22	33	7	36	2
Retraité	9	52	6	32	1
Autre inactif	38	28	10	23	1
Bas revenus	25	36	10	29	1
Classes moy. inférieures	22	45	8	24	1
Classes moy. supérieures	22	50	7	21	0
Hauts revenus	27	46	11	15	0
Non réponse	20	39	9	32	1
Communes rurales	21	47	7	23	1
2 000 à 19 999 habitants	21	46	9	23	1
20 000 à 99 999 habitants	22	44	9	25	0
100 000 habitants et plus	24	44	9	23	0
Agglomération parisienne	30	38	10	22	0
Ensemble	23	44	9	23	1

Effectif total pondéré : n = 4066

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

b) L'écoute sur internet de la radio ou des contenus audio répond aux besoins de mobilité et d'écoute à la demande des auditeurs

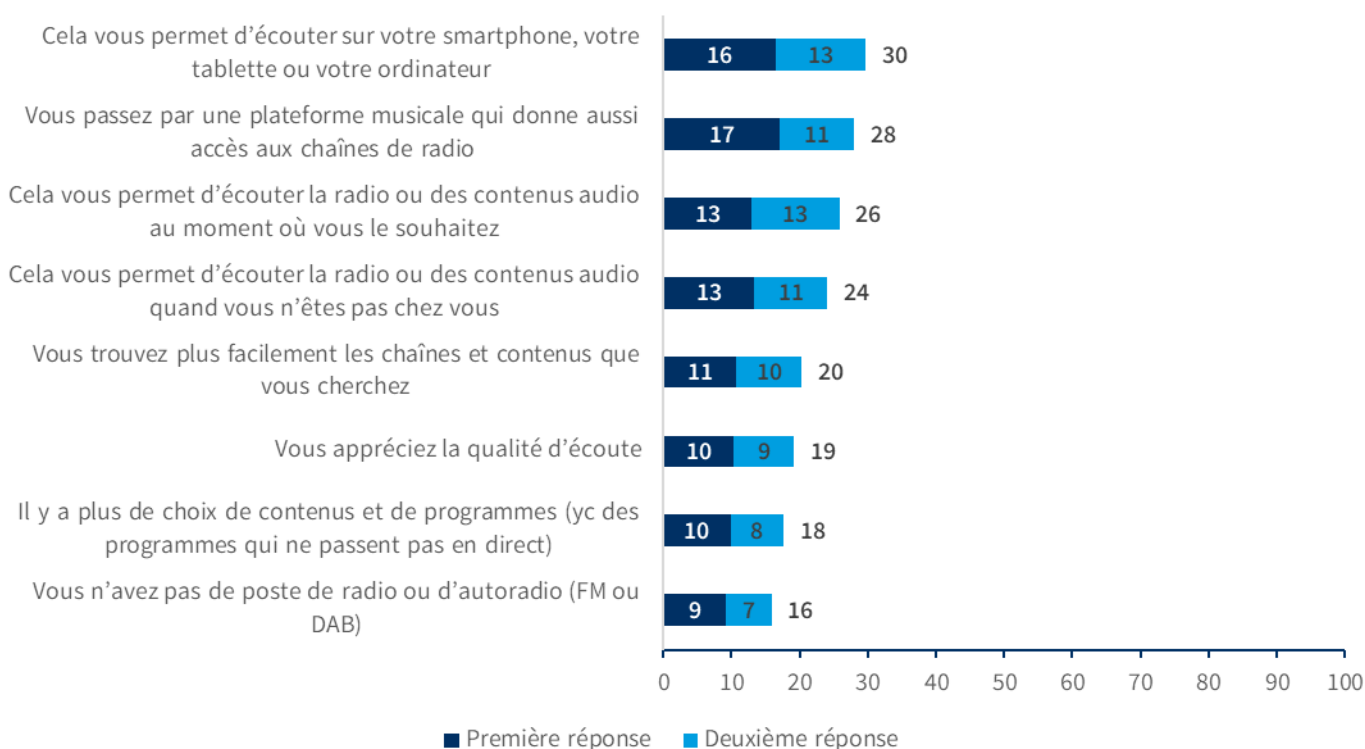
L'analyse des **raisons qui poussent les Français à se tourner vers l'écoute sur internet** permet de mieux comprendre les moteurs de la transition numérique de ce média. Parmi les personnes qui écoutent la radio ou les contenus audio plutôt par internet, 30 % indiquent le faire car cela leur permet d'écouter les programmes sur un équipement particulier (*smartphone*, tablette, ordinateur) et 28 % mentionnent une raison plus transversale de recours général à une plateforme musicale (Spotify, Deezer, Apple music, YouTube...) donnant accès également aux chaînes de radio.

Graphique 233

Principales raisons avancées pour écouter la radio et contenus audio plutôt par internet

« Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt par internet ? En premier ? En deuxième ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus radio par internet, en % --- effectif total pondéré n : 1 305 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Un certain nombre de raisons qui motivent l'écoute numérique ont trait à la **possibilité d'écouter la radio ou des contenus audio au moment souhaité** (en rattrapage, à la demande), à l'endroit souhaité (dans les transports en commun, à pied, au travail) et sur l'équipement souhaité (*smartphone*, tablette, ordinateur). Ces raisons sont fréquemment désignées sous l'appellation **ATAWAD** pour « Any Time, Any Where, Any Device », c'est-à-dire, en français, « à tout moment, n'importe où, sur n'importe quel équipement ». Parmi les auditeurs internet, 65 % des répondants expliquent l'usage d'internet pour écouter des contenus audio ou radio par une raison liée à l'ATAWAD et 46 % évoquent un accès facile, par la possibilité de trouver plus facilement les chaînes et contenus ou le passage par une plateforme musicale donnant aussi accès à des chaînes de radio.

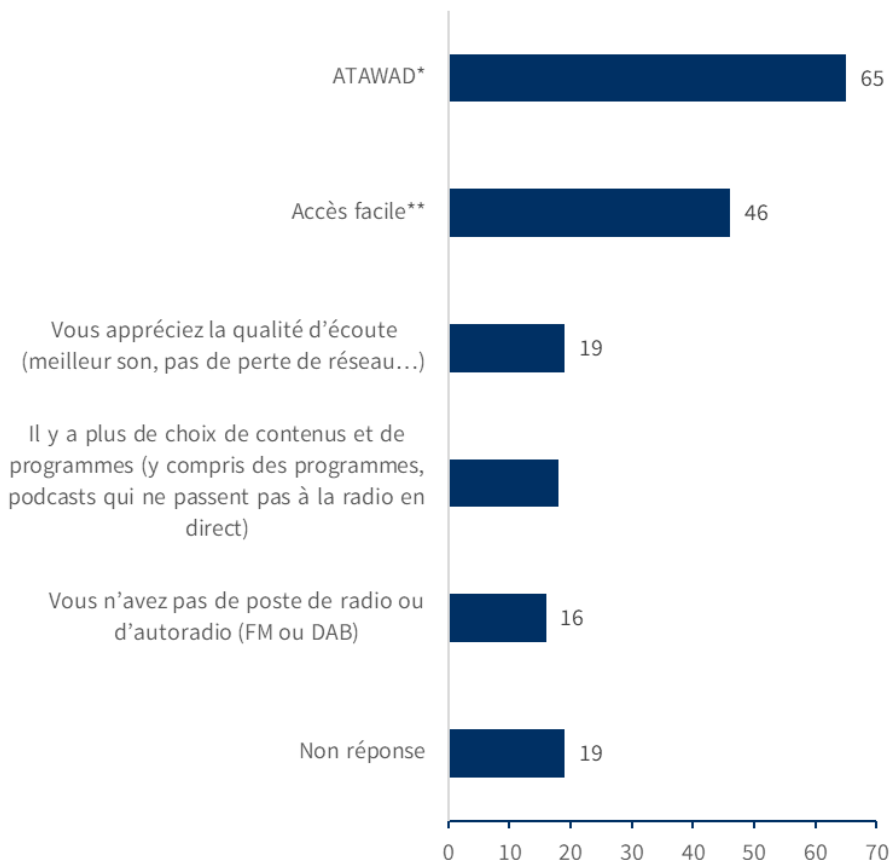
Graphique 234

Regroupement des principaux motifs d'écoute de la radio et de contenus audio par internet

« Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt par internet ? En premier ? En deuxième ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus radio par internet, en % - effectif total pondéré n : 1 305 -

En volume de répondants



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*Note : La catégorie ATAWAD(« Any where, Any time, Any device », partout, tout le temps, tous équipements confondus) regroupe les modalités de réponses suivantes : « Cela vous permet d'écouter la radio ou des contenus audio au moment où vous le souhaitez (en différé, à la demande). », « Cela vous permet d'écouter la radio ou des contenus audio quand vous n'êtes pas chez vous (dans les transports en commun, pendant vos trajets à pied, au travail...) » et « Cela vous permet d'écouter sur votre *smartphone*, votre tablette ou votre ordinateur ».

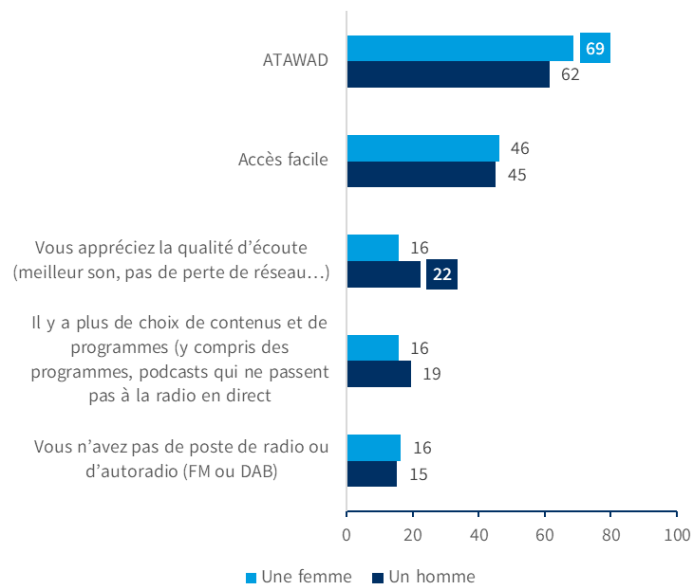
**Note : La catégorie accès facile » regroupe les modalités de réponse suivantes : « Vous passez par une plateforme musicale qui vous donne aussi accès aux chaînes de radio » et « Vous trouvez plus facilement les chaînes et contenus que vous cherchez quand vous écoutez sur Internet que sur un poste de radio ou autoradio ».

La **qualité d'écoute est bien moins centrale dans le choix d'utiliser internet**, citée par 19 % des répondants.

Le choix d'une raison plutôt qu'une autre est assez peu corrélé aux caractéristiques sociodémographiques de la population. A noter néanmoins, les femmes mentionnent significativement plus les raisons ATAWAD (69 %) que les hommes (62 %). Ces derniers se déclarent plus sensibles à la qualité d'écoute (22 % contre 16 %, Graphique 235).

Graphique 235 - Regroupement des principaux motifs d'écoute de la radio et de contenus audio par internet selon le genre

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus radio par internet, en % - effectif total pondéré n : 1 305 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

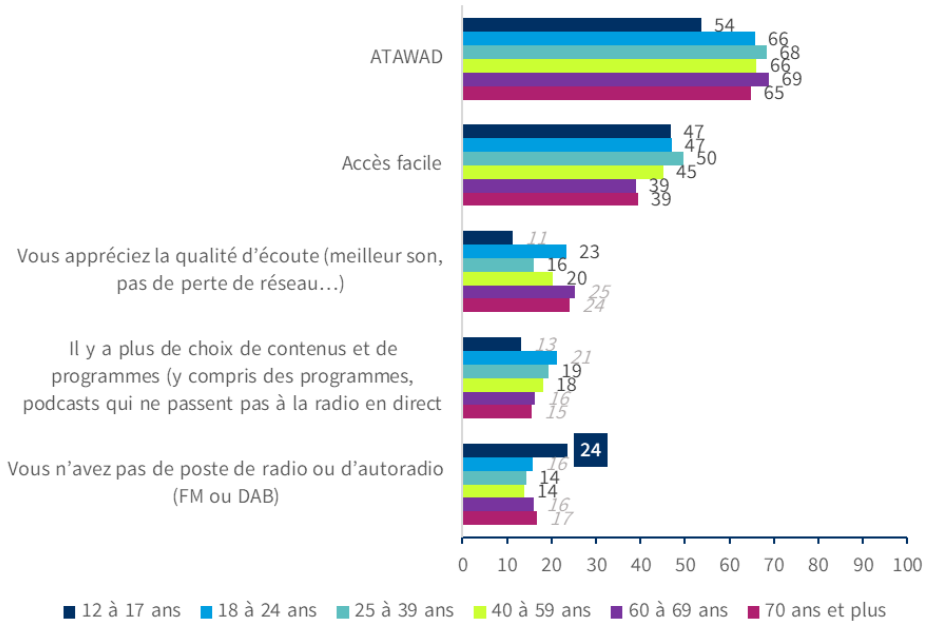
*Note : Les chiffres encadrés renvoient aux valeurs significativement supérieures à la moyenne, les chiffres en italique grisé à des effectifs faibles

L'absence d'équipement spécifiquement dédié à l'écoute de la radio constitue l'une des raisons la plus marquée en termes de profil sociodémographique d'écouter des contenus audio ou radio sur Internet. Près d'un quart (24 %) des 12-17 ans déclarent ainsi écouter ces contenus sur Internet faute de poste de radio ou d'autoradio, de même que 22 % des membres de professions intermédiaires et 23 % des classes moyennes supérieures.

Graphique 236

Regroupement des principaux motifs d'écoute de la radio et de contenus audio par internet selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus radio par internet, en % - effectif total pondéré n : 1 305 -

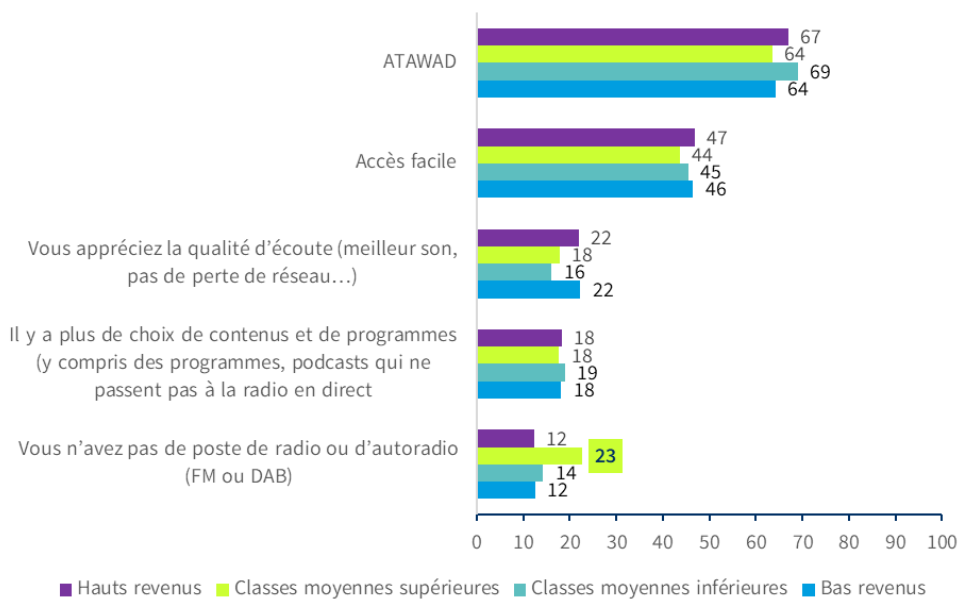


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*Note : Les chiffres encadrés renvoient aux valeurs significativement supérieures à la moyenne, les chiffres en italique grisé à des effectifs faibles

Graphique 237 - Regroupement des principaux motifs d'écoute de la radio et de contenus audio par internet selon le niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus radio par internet, en % - effectif total pondéré n : 1 305 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*Note : Les chiffres encadrés renvoient aux valeurs significativement supérieures à la moyenne, les chiffres en italique grisé à des effectifs faibles

c) Le type de programme consommé influence les modalités de l'écoute

Pour cinq grands types de contenus audio, les enquêtés ont indiqué de quelle façon ils écoutaient, le plus souvent, ces programmes (Graphique 238), **les niveaux de consommation variant de manière importante d'un type de programme à l'autre** : au sein de la population qui écoute la radio, 93 % écoutent de la musique ou des émissions musicales alors que les compétitions et événements sportifs ne séduisent que 44 % des auditeurs⁴³.

De façon plus détaillée, trois catégories de programmes concernent plus de la moitié des auditeurs (Graphique 238) :

- **La musique et les émissions musicales** sont les programmes et contenus audio les plus appréciés des auditeurs. En moyenne, seules 7 % des personnes qui écoutent la radio et du contenu audio n'en écoutent pas ;
- **Les informations, le journal** sont suivis, en moyenne, par 71 % des auditeurs (29 % ne les écoutent jamais) ;
- **Les émissions (sur le sport, l'actualité...), les débats, les reportages** arrivent en troisième position : 54 % des auditeurs en écoutent, 44 % ne le font jamais.

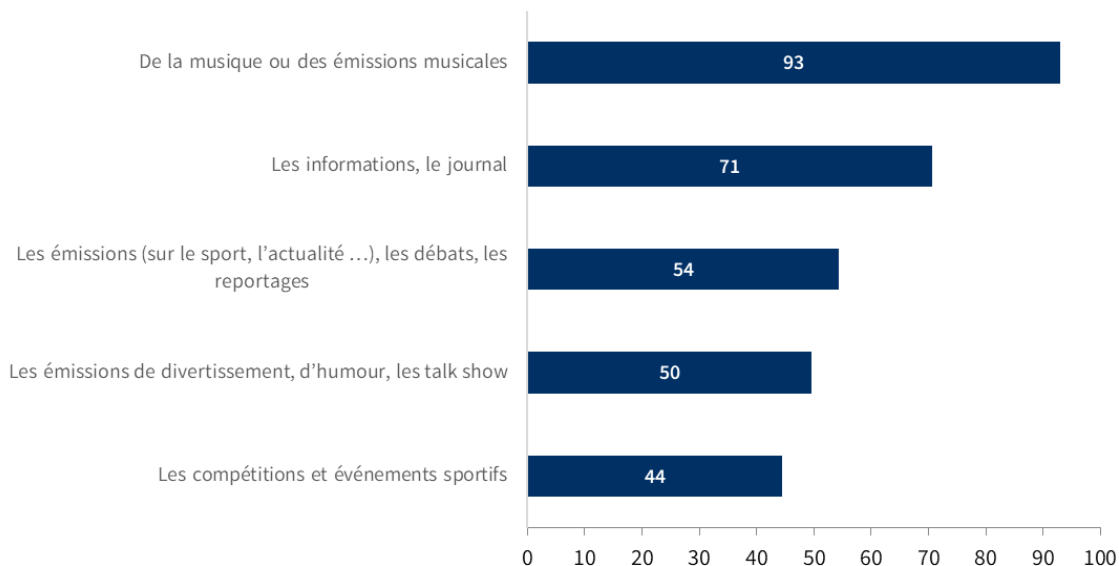
Deux types de programmes touchent la moitié d'entre eux ou un peu moins :

- **Les émissions de divertissement, d'humour, les talk-show** sont suivis par un auditeur sur deux en moyenne (50 %) ;
- **Les compétitions et événements sportifs** sont les programmes les moins suivis de ceux qui sont analysés dans le détail puisque moins d'un auditeur sur deux (44 %) déclare en écouter.

Graphique 238 - Niveau d'écoute par type de contenus et programmes

« Et, plus précisément, écoutez-vous les contenus ou programmes suivants ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus audio, en % - effectif total pondéré n : 3 092 -

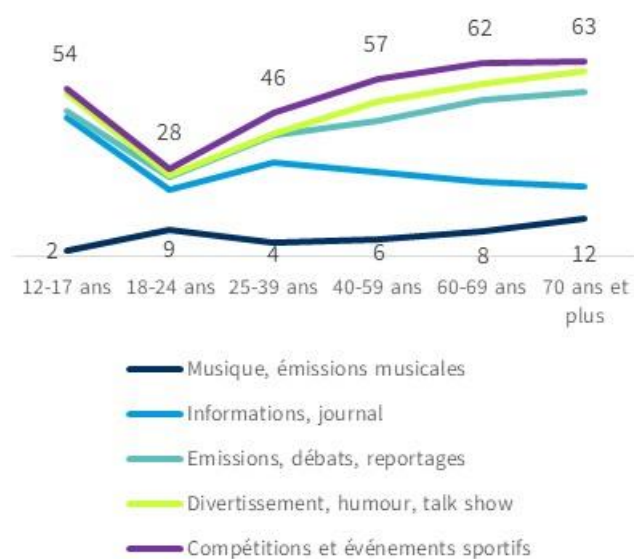


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'âge est le facteur ayant la plus forte influence sur les pratiques des auditeurs. Pour les adultes (les auditeurs de 18 ans et plus), et pour la plupart des programmes, **plus l'auditeur est âgé et plus il tend à ne jamais écouter les programmes** (Graphique 239).

Graphique 239 – Influence de l'âge sur l'écoute de la radio et des contenus audios

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio et les contenus audio, en % n'écouter jamais ce type de programme - effectif total pondéré n : 3 092 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

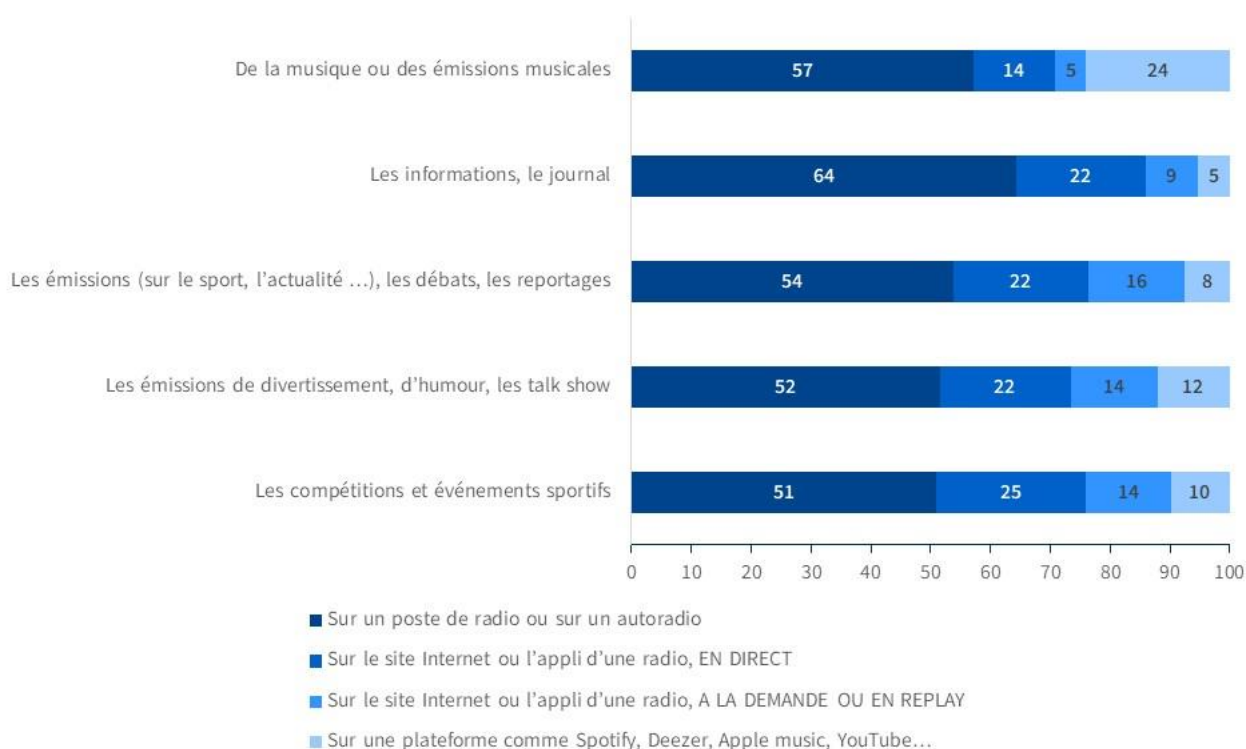
On observe, de plus, des **différences dans le mode d'écoute selon le type de programme** (Graphique 240).

Le **poste de radio et l'autoradio** sont particulièrement employés pour les informations et le journal (64 %) ainsi que pour l'écoute de musique et des émissions musicales (57 %).

Plus d'un auditeur de musique sur cinq (24 %) cite également les services de musique en ligne (tels que Deezer, Spotify ou Apple Music) et **plateformes** telles que YouTube comme modes d'écoute des contenus musicaux.

Graphique 240 - Mode d'écoute privilégié par type de contenus et programmes

- Champ : population de 12 ans et plus **auditeur de chaque programme**, en % - effectif total pondéré de n : 1 420 pour les compétitions et événements sportifs à 2 289 pour de la musique ou des émissions musicales -

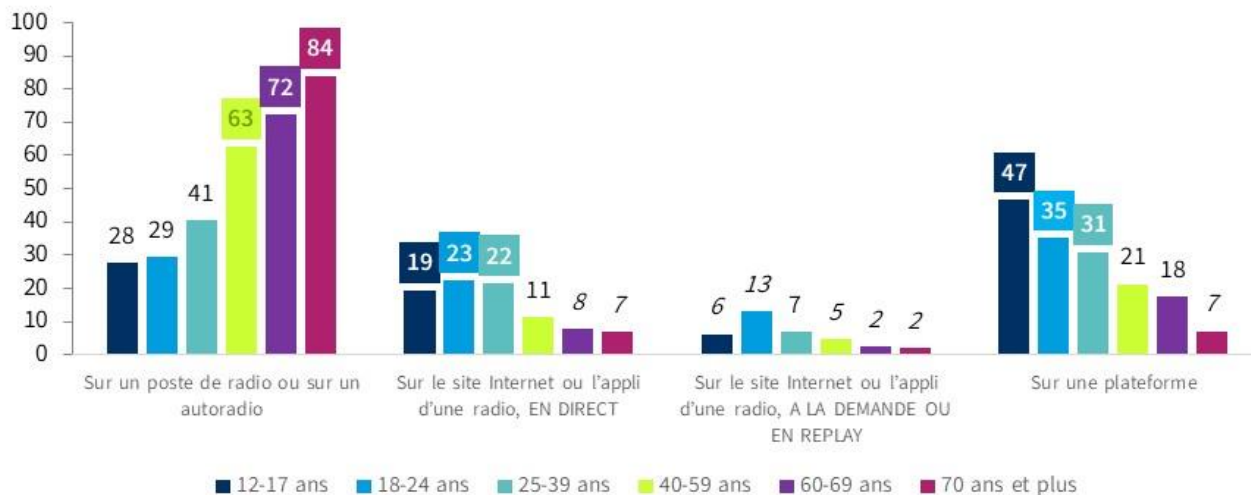


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La musique et les émissions musicales correspondent ainsi aux programmes qui sont les plus souvent écoutés via des plateformes, quel que soit l'âge de l'auditeur. L'attrait pour les plateformes est moindre pour les autres programmes et il tend à baisser avec l'âge. 47 % des 12-17 ans et plus d'une personne sur trois entre 18 et 39 ans (35 %) font ce choix des plateformes pour accéder à la musique et aux émissions musicales (Graphique 241).

Graphique 241 - Modes d'écoute de contenus ou programmes concernant de la musique et des émissions musicales selon l'âge

- Champ : population de 12 ans et plus auditeur de contenus ou programmes concernant la musique ou les émissions musicales, en % - effectif total pondéré n : 2 289 -

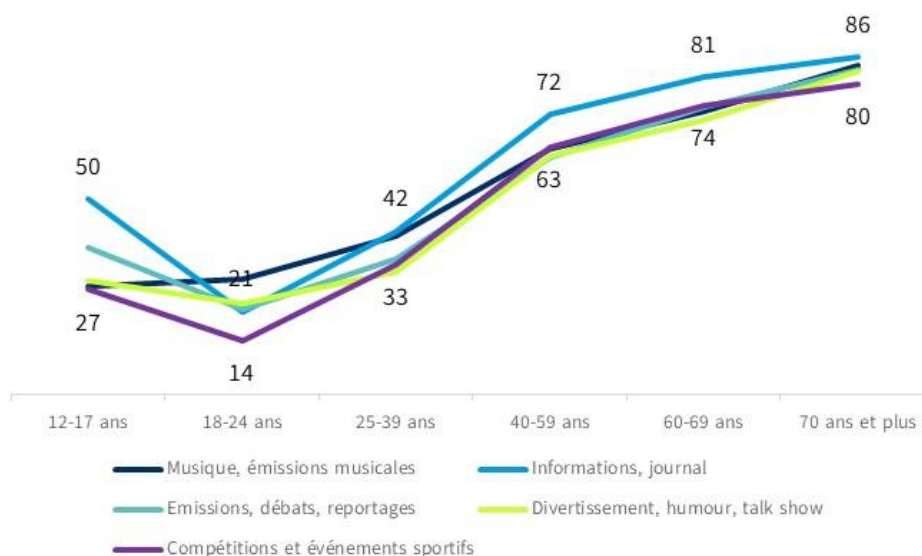


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

La part de personnes qui écoutent les différents programmes **sur un poste de radio ou un autoradio augmente de plus avec l'âge** (Graphique 242). Pour écouter les informations ou le journal, par exemple, le taux d'usage du poste de radio et de l'autoradio varie de 21 % chez les 18-24 ans à 86 % chez les 70 ans et plus. Pour les compétitions et les événements sportifs, la même proportion varie de 14 % (toujours chez les 18-24 ans) à 80 % (chez les auditeurs de 70 ans et plus).

Graphique 242 – Influence de l'âge sur l'écoute de la radio et des contenus audios sur un poste de radio, un autoradio

- Champ : population de 12 ans et plus auditeur de chaque programme, en % - effectif total pondéré de n : 1 420 pour les compétitions et événements sportifs à 2 289 pour de la musique ou des émissions musicales -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

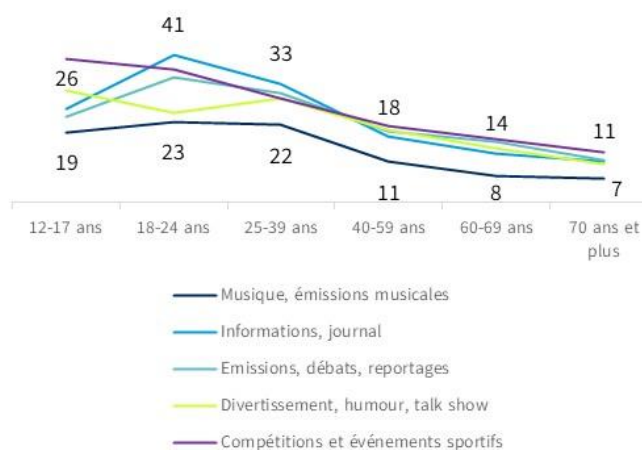
À l'inverse, l'écoute des programmes sur un poste de radio ou un autoradio est faible chez les jeunes adultes car on y recourt davantage aux sites internet et aux applications des radios (Graphique 243). C'est dans la tranche d'âge des 18-24 ans que cet usage est le plus développé, que ce soit pour un suivi en direct ou à la demande, et il ne cesse ensuite de diminuer.

La spécificité des 12-17 ans est qu'ils écoutent surtout des contenus musicaux et qu'ils le font le plus souvent sur des plateformes dédiées (47 %, Graphique 241).

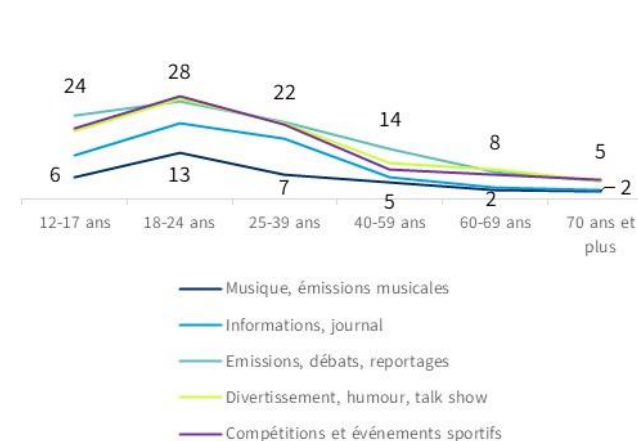
Graphique 243 – Influence de l'âge sur l'écoute de la radio et des contenus audios

- Champ : population de 12 ans et plus auditeur de chaque programme, en % - effectif total pondéré de n : 1 420 pour les compétitions et événements sportifs à 2 289 pour de la musique ou des émissions musicales -

Ecoute sur un site internet ou l'appli d'une radio, en direct



Ecoute sur un site internet ou l'appli d'une radio, à la demande ou en replay

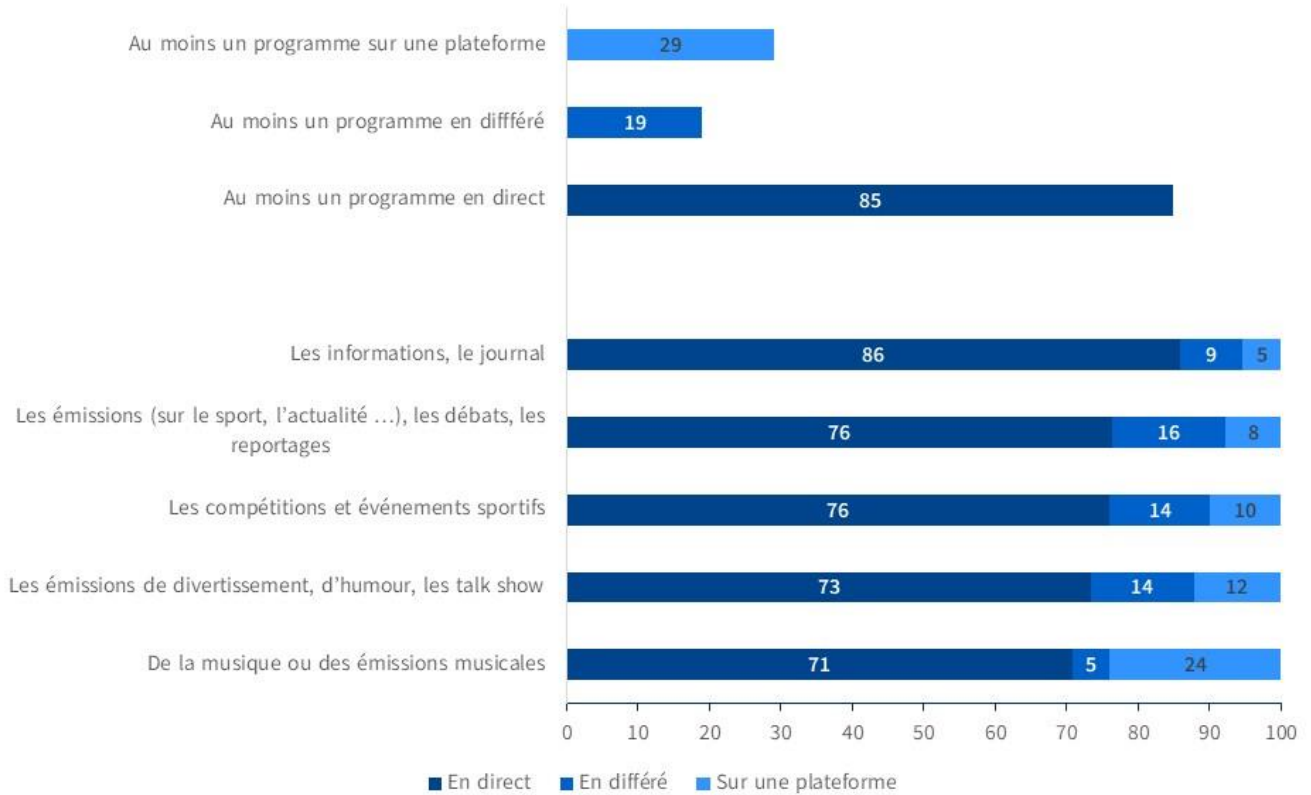


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Par ailleurs, pour tous les programmes audio étudiés, c'est le plus souvent l'écoute en direct qui prime (de 71 % pour la musique et les émissions musicales jusqu'à 86 % pour les informations et les journaux, Graphique 244). Près d'un auditeur sur cinq (19 %) écoutent au moins un programme en différé et près d'un tiers (29 %) sur une plateforme en ligne (en direct ou en différé).

Graphique 244 - Pour tous les types de contenus, c'est l'écoute en direct qui prime

- Champ : population de 12 ans et plus écoutant au moins un contenu audio, en % - effectif total pondéré n : 3 092 -
- Champ : population de 12 ans et plus **auditeur de chaque programme**, en % - effectif total pondéré de n : 1 420 pour les compétitions et événements sportifs à 2 289 pour de la musique ou des émissions musicales -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Partie 4 - Empreinte environnementale du numérique

L'impact sur l'environnement du numérique est un sujet d'attention croissant⁴⁴ : le numérique représente, en 2022, 4,4 % de l'empreinte carbone française et 11 % de la consommation électrique nationale⁴⁵. L'étude conjointe réalisée par l'ADEME et l'Arcep montre en outre que sans action, l'empreinte carbone du numérique pourrait tripler et la consommation électrique du numérique doubler d'ici à 2050⁴⁶.

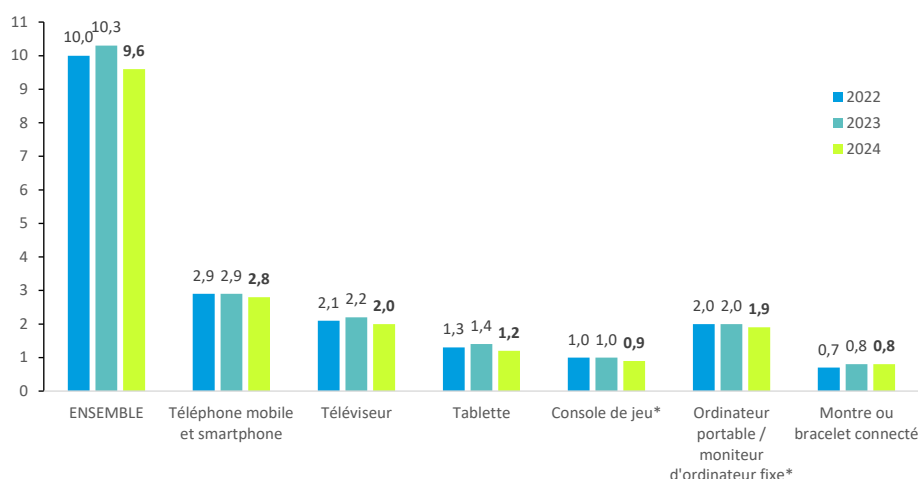
a) Les foyers détiennent dix appareils avec écran en moyenne

En 2024, les ménages (2,2 personnes par foyer en France⁴⁷) possèdent en moyenne 9,6 appareils numériques avec écran, dont 7,8 sont utilisés et 1,8 inutilisés. Le nombre moyen d'équipements avec écran détenus par foyer diminue significativement rapport à 2023, 0,7 appareil.

Graphique 245 – Nombre moyen d'appareils numériques par foyer

Total : « Combien d'appareils numériques avec écrans SONT UTILISES au sein de votre foyer ? » /
« Combien d'appareils numériques avec écrans SONT INUTILISES au sein de votre foyer ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Cette diminution provient très largement de la baisse du nombre d'équipements inutilisés. La détention moyenne d'équipement inutilisés, qui s'élevait à 2,4 en moyenne par foyer, recule de 0,6 équipement en un an. La baisse du nombre d'équipements inutilisés concerne pratiquement tous les types

44 Voir le dossier sur le site de l'Arcep <https://www.arcep.fr/la-regulation/grands-dossiers-thematiques-transverses/lempreinte-environnementale-du-numerique.html>

45 Source : ARCEP, L'étude ADEME ARCEP sur l'empreinte environnementale du numérique, URL : <https://www.arcep.fr/la-regulation/grands-dossiers-thematiques-transverses/lempreinte-environnementale-du-numerique/etude-ademe-arcep-empreinte-environnemental-numerique-2020-2030-2050.html>

46 *Ibidem*

47 Source : Insee, RP2021

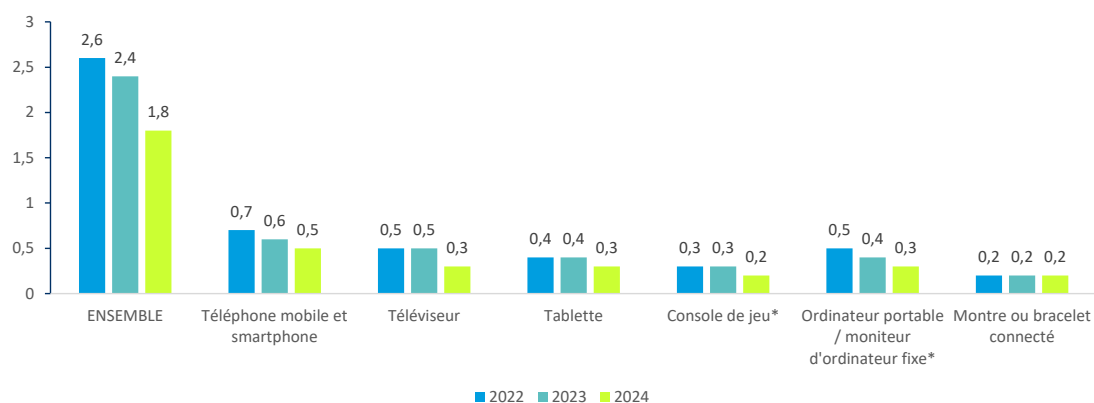
d'équipements et peut en partie être expliquée par une durée plus faible de conservation de ces équipements inutilisés qu'auparavant.

Les téléphones mobiles et *smartphones* demeurent les équipements avec écran les plus répandus (3 appareils par foyer en moyenne), suivis des téléviseurs et des ordinateurs (2 appareils chacun), puis des tablettes, des consoles de jeu et des montres connectées (1 appareil chacun). Les foyers détiennent moins de montres et tablettes connectées, mais ces équipements sont les appareils les plus fréquemment inutilisés : 25 % d'entre eux le sont, contre 18 % des téléphones mobiles et 15 % des téléviseurs.

Graphique 246 – Nombre moyen d'appareils numériques inutilisés par foyer

« Combien d'appareils numériques avec écrans SONT INUTILISES au sein de votre foyer ? »

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Ainsi, 27 % des ménages conservent au moins un téléphone sans l'utiliser, 24 % un téléviseur, et 23 % un ordinateur. Les taux de ménages détenant une tablette non utilisée (20 %), une console (17 %) ou une montre connectée (14 %) sont quant à eux sensiblement moins élevés.

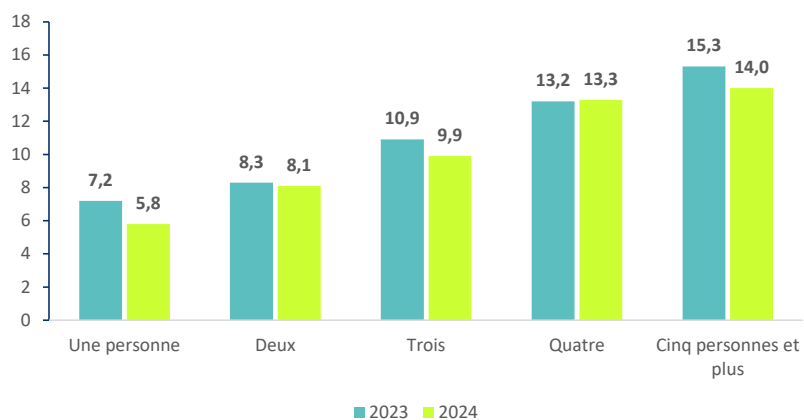
Les jeunes adultes de 18 à 24 ans possèdent en moyenne le plus grand nombre d'appareils numériques avec écran (15,6 appareils par foyer), mais sont également ceux ayant le plus d'appareils inutilisés : 27 % des appareils qu'ils possèdent sont inutilisés, contre 19 % de la population. À l'inverse, les 70 ans et plus, moins équipés (7,2 appareils en moyenne), conservent moins souvent des appareils inutilisés (21 %).

Le nombre d'appareils possédés augmente logiquement avec la taille du foyer : les personnes vivant seules ont en moyenne 5,8 appareils avec écran, contre 14,0 chez celles vivant dans des foyers de cinq personnes ou plus. Néanmoins le nombre d'équipements rapporté à la taille du foyer tend à diminuer avec celui-ci. Cela traduit la mutualisation de certains appareils présents dans les foyers.

Graphique 247

Nombre d'appareils numériques à écran détenus au sein des foyers – selon la taille du foyer

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un accès à internet à domicile, en % -- effectif total pondéré 2024 n : 3 423



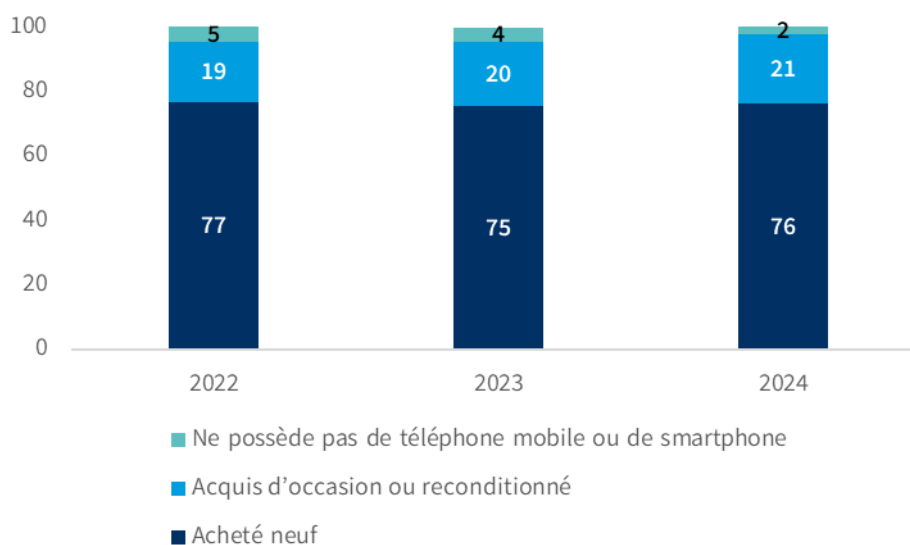
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

b) Le taux de détention d'un *smartphone* réutilisé évolue peu (20 %, + 1 point en un an)

En 2024, 76 % de la population dispose d'un *smartphone* ou d'un téléphone mobile acheté neuf, 21 % acquis d'occasion ou reconditionné (+1 point en un an), et 2 % n'en dispose pas (-2 points).

Graphique 248 - Évolution depuis 2022 de la nature du *smartphone* ou téléphone mobile détenu
« Disposez-vous personnellement d'un ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré 2024 n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

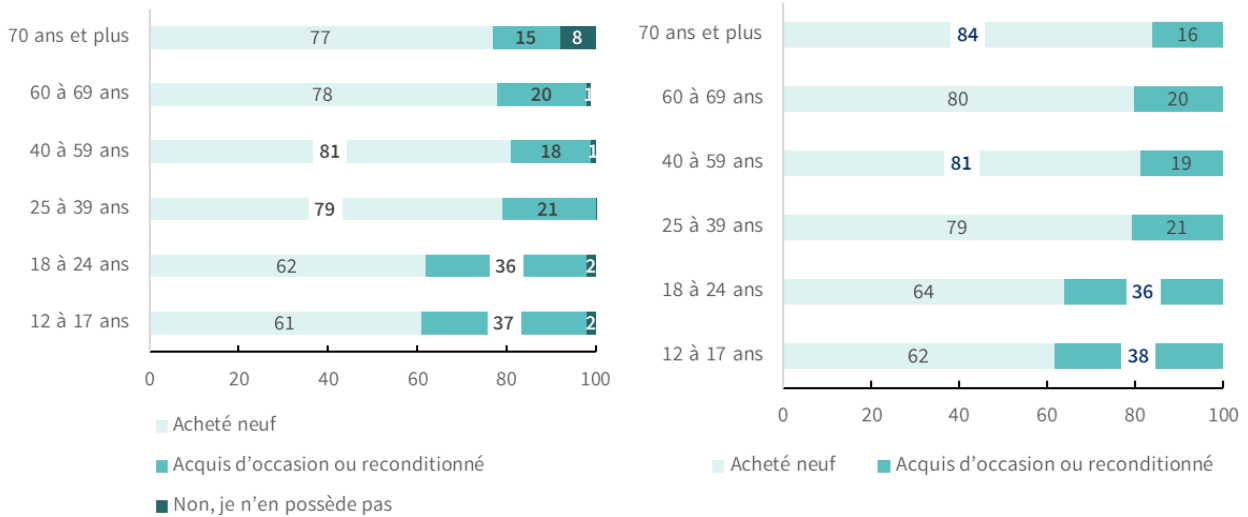
L'âge et le niveau de vie des individus influent sur la nature du téléphone mobile détenu. Les plus jeunes sont les plus équipés : 98 % des 12-17 ans ont un *smartphone* ou un téléphone mobile classique contre 92 % des 70 ans et plus. Ce sont aussi ceux qui accordent la plus grande place aux appareils reconditionnés ou d'occasion. Parmi les personnes équipées d'un téléphone mobile de plus de 25 ans, la part des détenteurs d'appareils achetés d'occasion ou reconditionnés varie de 15 % à 21 % (contre 21 % en moyenne). En revanche, chez les 12-17 ans (37 %) ou les 18-24 ans (36 %), la part d'appareils acquis d'occasion ou reconditionnés est significativement plus élevée. Si cet écart était déjà présent en 2022 et 2023, celui-ci s'est sensiblement accru en 2024. La part des 12-17 ans possédant un *smartphone* ou téléphone mobile classique reconditionné ou d'occasion a par exemple augmenté de 8 points en un an et celle des 18-24 ans de 4 points, tandis que celles des plus de 25 ans sont restées relativement stables.

Graphique 249 - Influence de l'âge sur la nature du téléphone mobile détenu

« Disposez-vous personnellement d'un téléphone mobile ou d'un *smartphone*... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -
effectif total pondéré n : 4 066 -

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant
un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 969 -

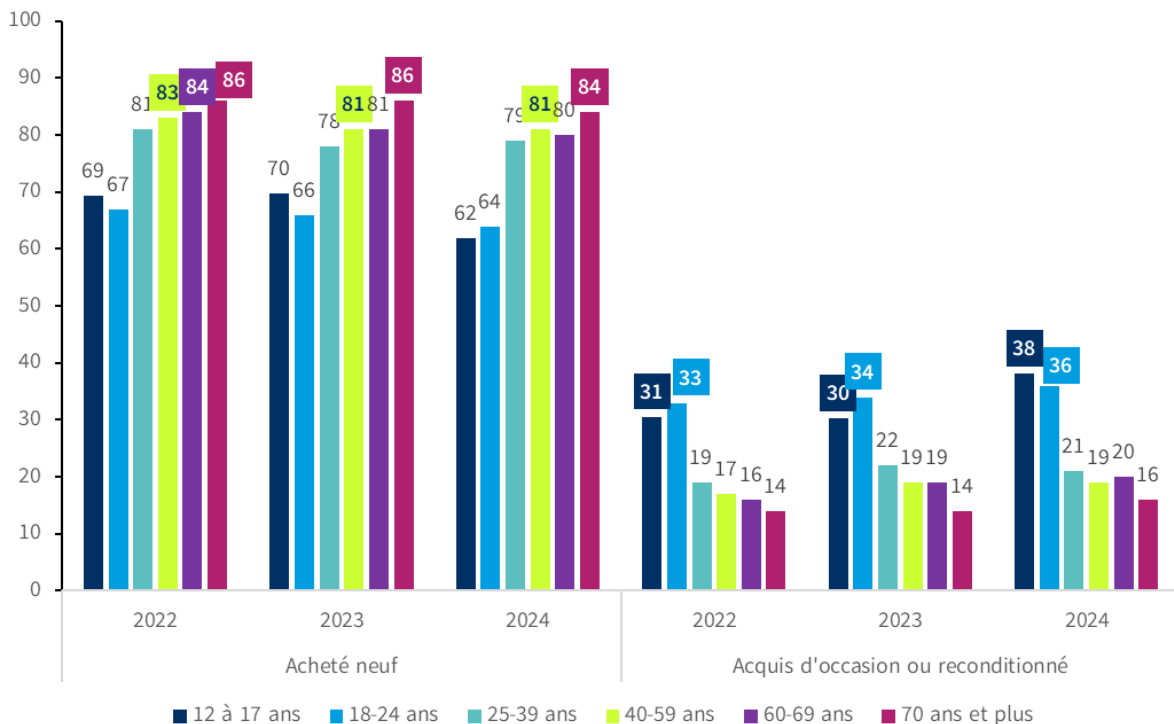


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 250 - Nature du téléphone mobile détenu depuis 2022

« Disposez-vous personnellement d'un téléphone mobile ou d'un *smartphone*... »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 969



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

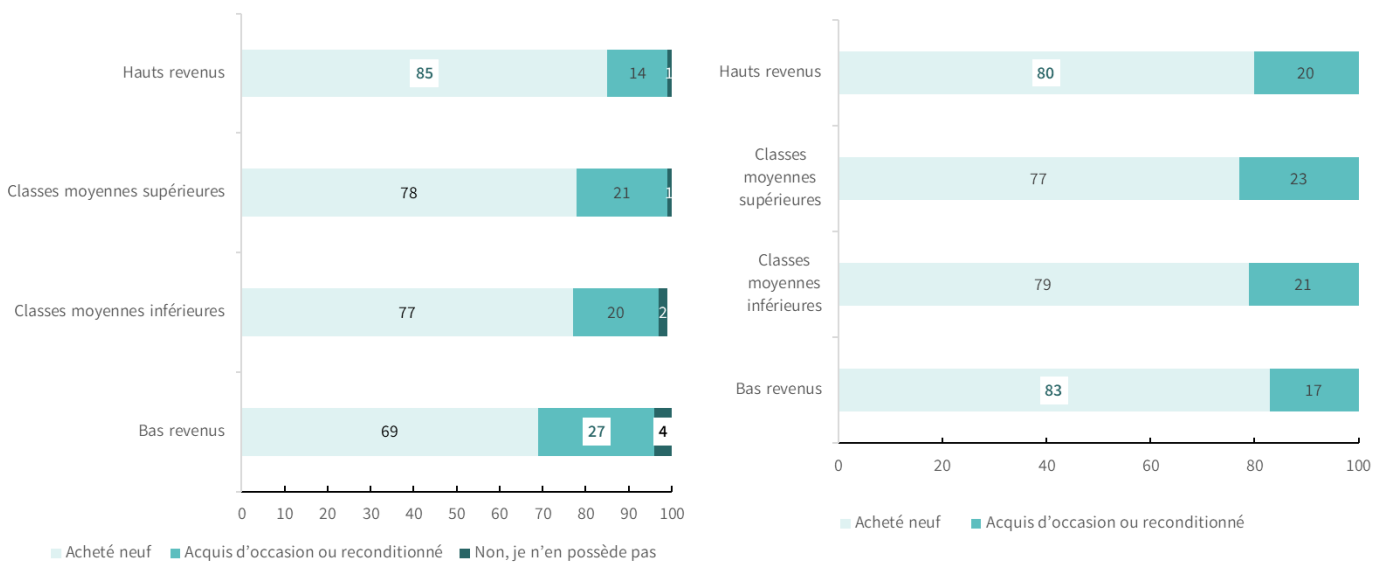
Si le niveau de vie influe légèrement sur le taux d'équipement en téléphone mobile, il est déterminant en ce qui concerne le choix entre l'acquisition d'un appareil neuf ou de seconde main : le taux d'appareils réutilisés est, en effet, maximal chez les titulaires de bas revenus (27 %), tandis que hauts revenus, seuls 14 % des hauts revenus ont choisi d'acquérir leur téléphone d'occasion ou de reconditionné.

Graphique 251 - Influence du niveau de revenus sur la détention d'un *smartphone* et sur la nature de celui-ci (acheté neuf ou pas)

« Disposez-vous personnellement d'un téléphone mobile ou d'un *smartphone* ... »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 969

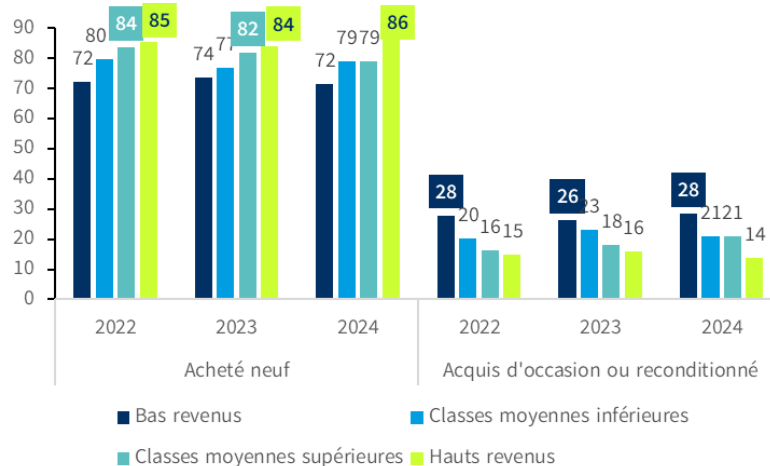


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 252 - Nature du téléphone mobile détenu en fonction du niveau de revenus depuis 2022

« Disposez-vous personnellement d'un téléphone mobile ou d'un *smartphone* ... »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 969



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

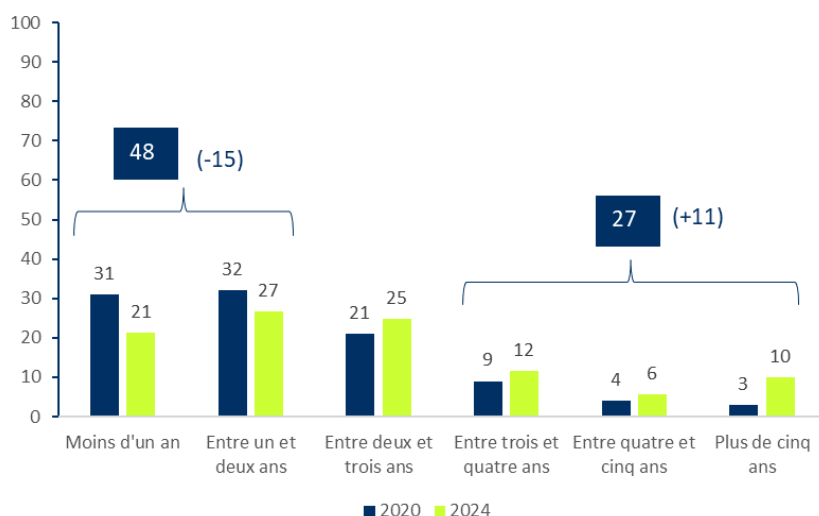
c) La durée de détention des *smartphones* croît sensiblement

La durée de détention des *smartphones* s'allonge : en 2024, un peu moins d'un possesseur de *smartphone* sur deux (48 %) détient son appareil depuis moins de deux ans contre 63 % en 2020. À l'inverse, plus du quart des détenteurs de *smartphone* l'ont depuis trois ans ou plus soit onze points de plus qu'en 2020.

Graphique 253 - Durée de détention du *smartphone*

« Depuis combien de temps détenez-vous ce *smartphone* ? »

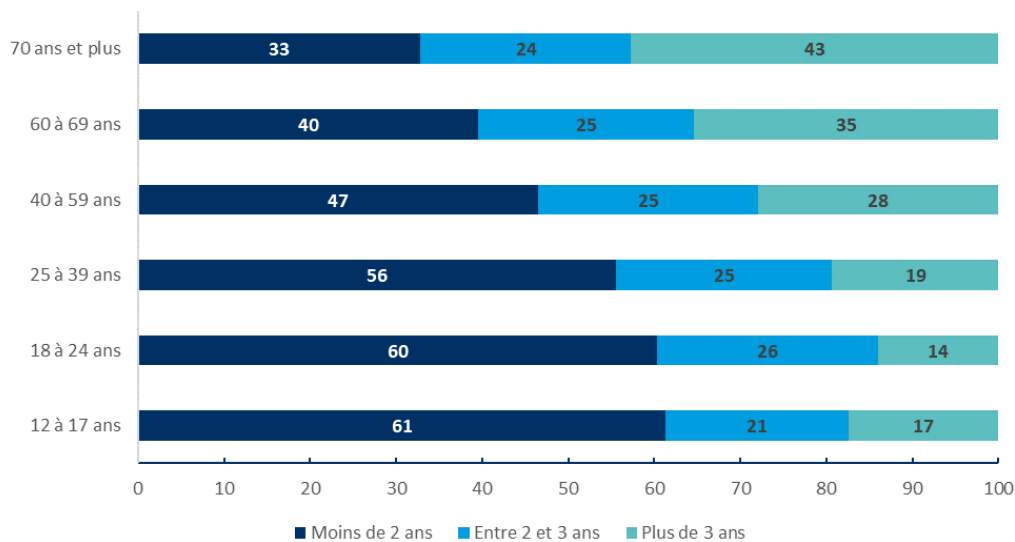
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702



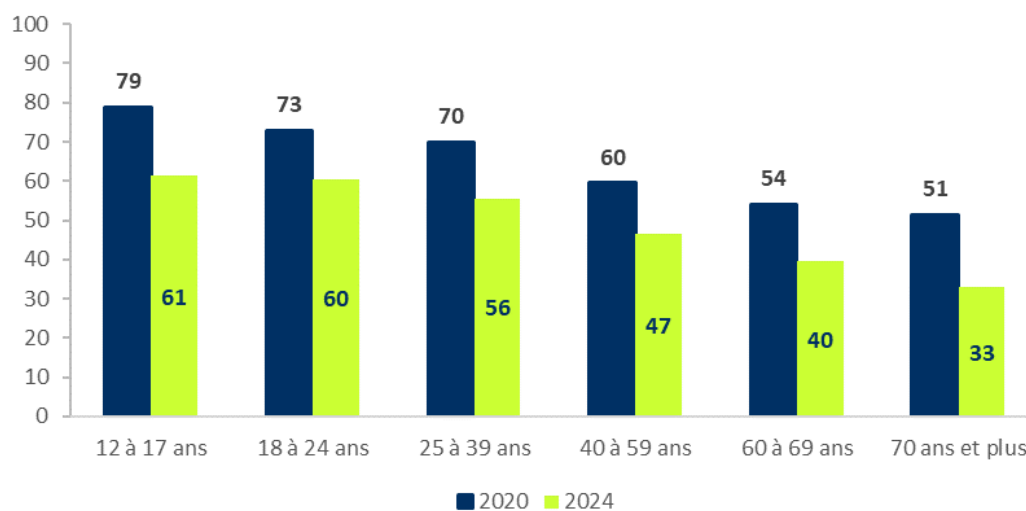
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

L'âge du détenteur est le principal facteur influant sur la durée de détention du *smartphone*. Les plus jeunes se distinguent pour la majorité d'entre eux (60 %) par la détention d'appareils récents de moins de deux ans, tandis que les personnes de 60 ans et plus conservent leurs *smartphones* plus longtemps. Les 70 ans et plus sont par exemple 43 % à détenir leur *smartphone* depuis plus de trois ans, contre 27 % en moyenne et seulement 14 % des 18-24 ans.

Cette situation n'est pas nouvelle : en 2020, déjà, les plus jeunes s'équipaient d'appareils plus récents. Néanmoins, entre 2020 et 2024, la proportion de détenteurs d'appareils de moins de deux ans est en baisse quelle que soit la tranche d'âge.

Graphique 254 – Durée de détention du *smartphone* selon l'âge« Depuis combien de temps détenez-vous ce *smartphone* ? »Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 255 : Proportion de *smartphones* détenus depuis moins de deux ans - par âge« Depuis combien de temps détenez-vous ce *smartphone* ? »- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus disposant d'un *smartphone*, en % détenant leur *smartphone* depuis moins de deux ans – effectif total pondéré n : 1 774 -

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

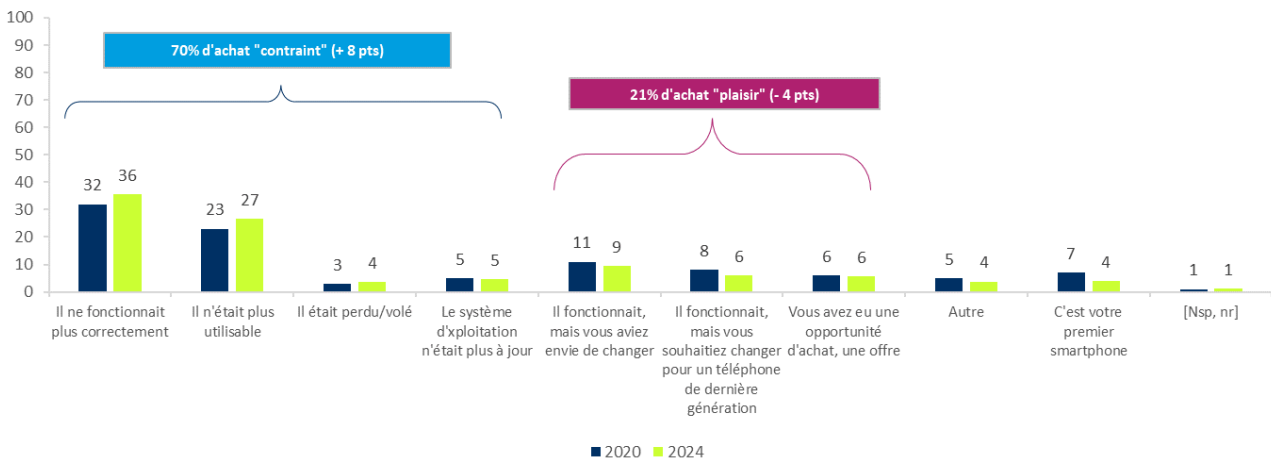
d) De plus en plus souvent, le changement de *smartphone* est réalisé par nécessité (+ 8 points par rapport à 2020) ; les achats plaisir reculent (- 4 points)

À la question de savoir pour quelle raison les utilisateurs de *smartphone* ont renouvelé leur appareil, c'est le plus souvent un **défaut de fonctionnement de l'appareil** qui est évoqué, soit **partiel** (36 %) voire **total** (27 %). Cumulés aux cas de perte ou de vol (4 %) et de système d'exploitation plus à jour (5 %), **sept renouvellements sur dix sont donc contraints** (soit 8 points de plus qu'en 2000). *A contrario*, les achats « plaisirs » (21 %) dictés par l'envie ou les opportunités sont en recul (- 4 points).

Graphique 256 - Raisons du renouvellement du dernier *smartphone*

« La dernière fois que vous avez renouvelé votre *smartphone*, pourquoi l'avez-vous fait ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702



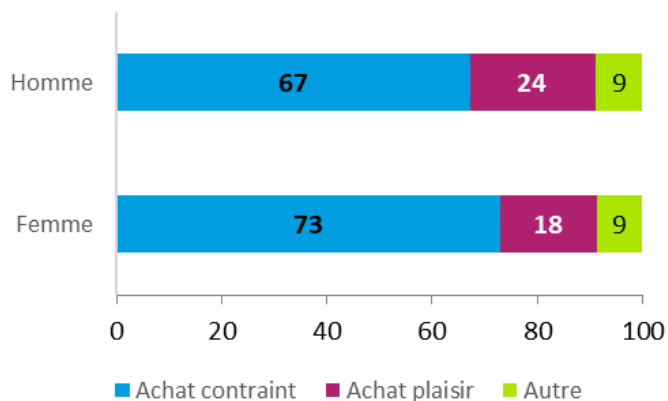
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Dans tous les groupes sociaux, sans exception, les possesseurs de *smartphone* indiquent que le changement d'appareil s'est effectué majoritairement **sous la contrainte** (défaut de fonctionnement, perte, vol ...). Les femmes, les personnes vivant dans des communes rurales ou âgées de 40 à 59 ans sont plus nombreuses à changer leur *smartphone* parce qu'elles y sont obligées. Les écarts catégoriels sont cependant assez ténus et la part d'achat « plaisir » n'atteint jamais 30 % (27 % pour les titulaires de hauts revenus, 26 % pour les 25-39 ans).

Graphique 257 - Raison du changement de *smartphone* - selon le genre

« La dernière fois que vous avez renouvelé votre *smartphone*, pourquoi l'avez-vous fait ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702



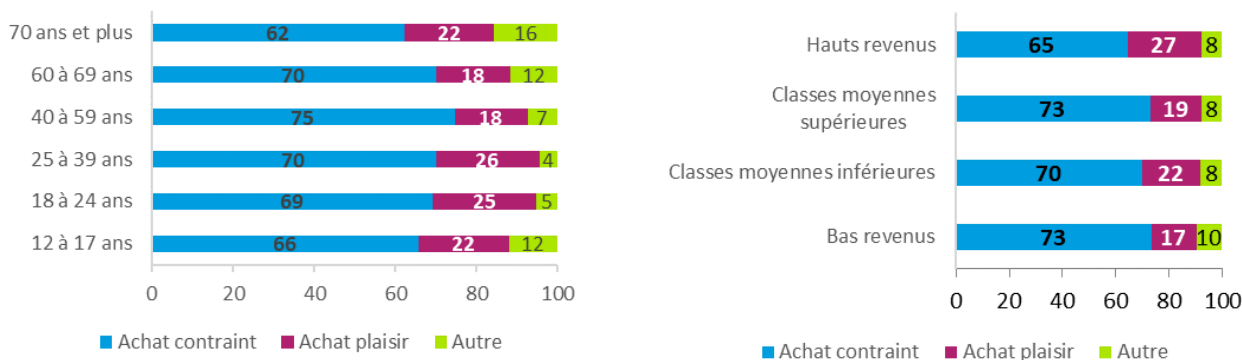
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 258

Influence de l'âge et du niveau de revenus sur les motifs au changement du dernier *smartphone*

« La dernière fois que vous avez renouvelé votre *smartphone*, pourquoi l'avez-vous fait ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant un *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 3 702



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les achats contraints progressent dans la plupart des groupes sociaux, chez les femmes (+ 9 points par rapport à 2020) comme chez les hommes (+ 7 points), quel que soit le niveau de diplôme ou de revenus et quelle que soit la taille de l'agglomération de résidence.

Cette hausse des achats contraints est particulièrement nette chez les plus de 40 ans (+ 10 à + 12 points), au sein des classes moyennes (+ 10 à + 12 points également), chez les ouvriers (+ 13 points) et dans les agglomérations de moins de 100 000 habitants (+ 8 à + 13 points).

Seuls les achats contraints des 18-24 ans sont en légère hausse, de +3 points.

e) Une fois sur deux, les *smartphones* inutilisés sont conservés, une proportion qui évolue peu et, dans 20 % des cas, ils sont recyclés

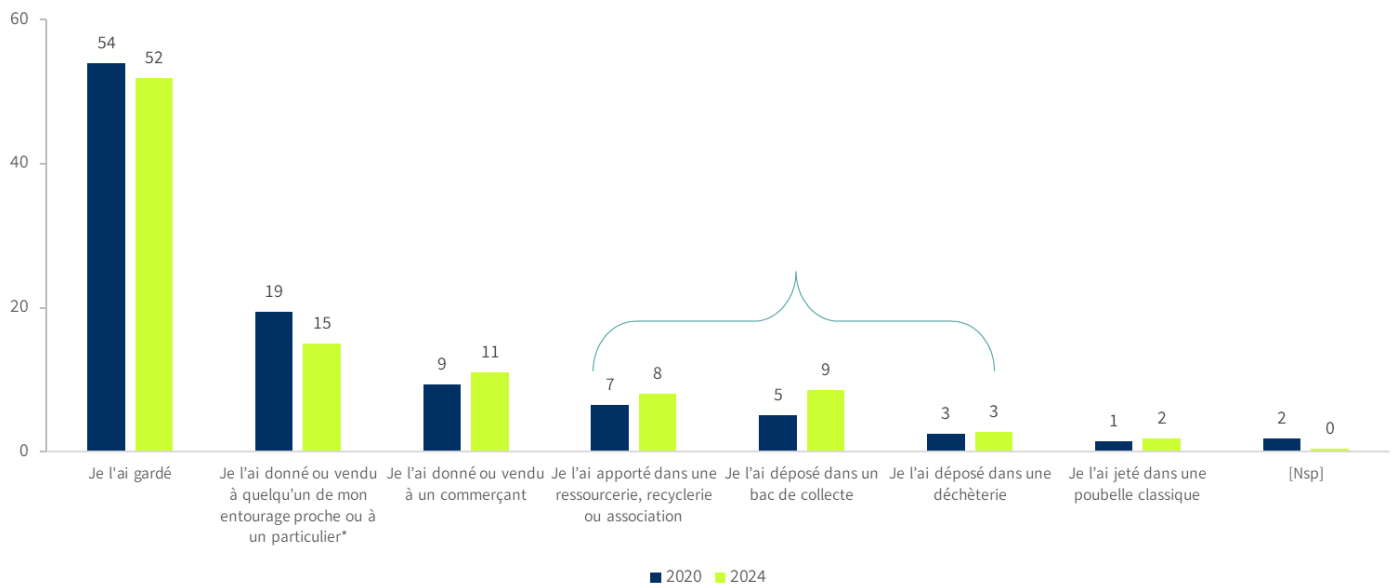
Que devient l'ancien *smartphone* lorsqu'un nouveau est acquis ?

Une fois sur deux (52 %), l'ancien *smartphone* est conservé, tandis qu'il est donné ou vendu dans 26 % des cas, et recyclé une fois sur cinq. Bien que le recyclage soit encore en 2024 le mode de valorisation le moins employé, cette pratique a augmenté de 5 points en quatre ans.

Graphique 259 - Seconde vie de l'ancien *smartphone*

« Qu'avez-vous fait de votre précédent *smartphone* ? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui dispose d'un *smartphone* et pour qui ce n'est pas le premier, en % - effectif total pondéré n : 3 427-



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

* Entre 2020 et 2024, le filtre de la question a évolué : les personnes dont l'ancien *smartphone* a été perdu ou volé ne sont plus interrogées. Le filtre a été répercuté sur la base de 2020 pour conserver le champ constant. Par ailleurs, le libellé de 2020 « je l'ai donné ou vendu à quelqu'un de mon entourage proche ou à un particulier » est devenu « je l'ai donné ou vendu à un particulier » en 2024

Tableau 10 – Raison motivant la conservation de l'ancien *smartphone*« Pourquoi avez-vous gardé votre précédent *smartphone*? »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui a conservé son ancien *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 1 778-

	2020	2024
. Il peut encore servir	52	49
. Vous avez l'intention de le donner ou de le vendre	7	8
. Vous avez l'intention de récupérer les pièces détachées	4	3
. Vous avez l'intention de le recycler	9	10
. Pour des raisons de sécurité des données : vous avez peur de diffuser les données de votre <i>smartphone</i>	9	14
. Vous ne savez pas quoi en faire	16	14
. [Nsp, nr]	4	0
Total (yc nsp)	100	100

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

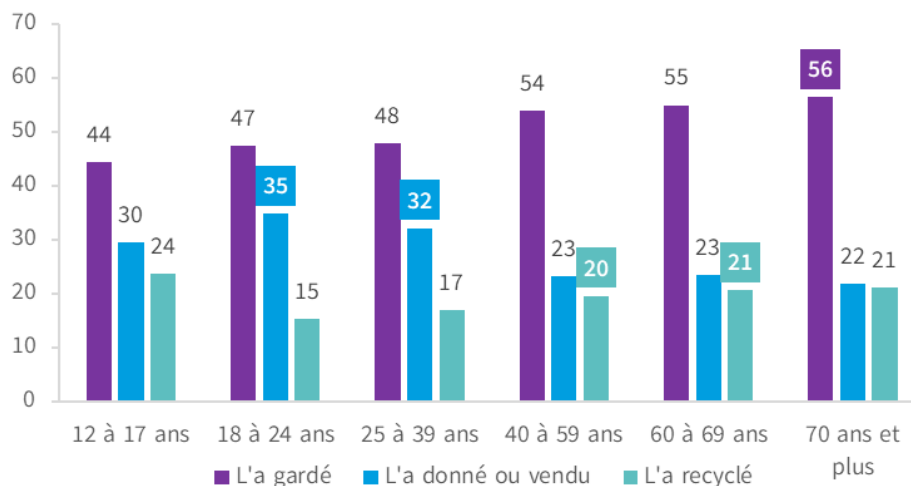
Les pratiques de réemploi dépendent notamment de l'âge des individus : 50 % des moins de 40 ans ont par exemple cédé ou recyclé leur ancien *smartphone*, contre 43 % des plus de 40 ans.

En particulier, le fait d'avoir donné ou vendu son ancien appareil concerne un tiers des individus âgés de 18 à 40 ans et un tiers des cadres, contre un quart de l'ensemble de la population. Le recyclage (dépôt dans une recyclerie ou une ressourcerie, dans un bac de collecte ou une déchèterie) est quant à lui davantage adopté par les 12-17 ans (24 %).

Graphique 260 – Seconde vie de l'ancien *smartphone*, selon l'âge

« Qu'avez-vous fait de votre précédent *smartphone* ? * »

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui a conservé son ancien *smartphone*, en % - effectif total pondéré n : 1 778-



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

*L'item « L'a donné ou vendu » rassemble les modalités de réponse « Je l'ai donné ou vendu à un particulier » et « je l'ai donné ou vendu à un commerçant », l'item « L'a recyclé » rassemble les modalités de réponse « Je l'ai apporté dans une ressourcerie, recyclerie ou association », « je l'ai déposé dans un bac de collecte », « je l'ai déposé dans une déchèterie »

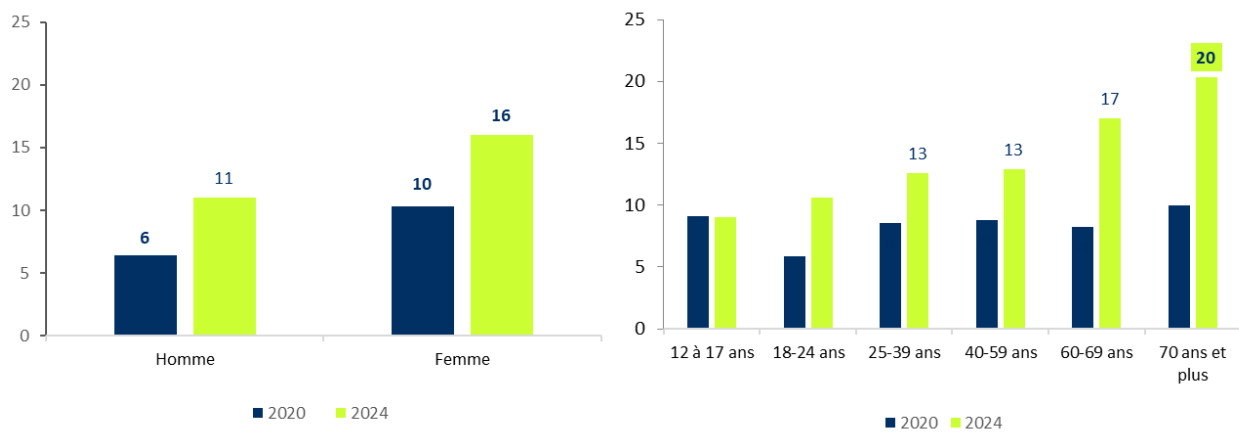
Lorsque le *smartphone* est conservé, une fois sur deux il l'est au motif qu'il peut encore servir (49 %, -3 points par rapport à 2020). La protection des données personnelles est également un motif de plus en plus évoqué, par 14 % des individus (+5 points par rapport à 2020), en lien avec la hausse de la préoccupation en la matière (voir supra, partie 3, section 4 « Protection sur internet »). Enfin, 14 % des répondants déclarent ne pas savoir quoi faire de leur ancien terminal.

Les femmes (16 %) mentionnent plus souvent que les hommes (11 %) l'argument de la sécurité des données personnelles. Cet écart était déjà perceptible en 2020.

Cette préoccupation augmente également avec l'âge : 20 % des 70 ans et plus indiquent conserver leur ancien *smartphone* pour cette raison. Cette crainte des plus âgés n'était pas particulièrement perceptible en 2020.

Graphique 261 - Évolution par genre et par âge de la raison de « sécurité des données » comme raison pour avoir gardé leur ancien *smartphone*

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui a conservé son ancien *smartphone* « pour des raisons de sécurité », en % - effectif total pondéré n : 1 778-



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

f) Un peu plus d'un usager sur dix incité à réduire sa consommation de données en consultant les informations fournies par l'opérateur sur l'impact carbone lié à la consommation de ses données

La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (loi AGEC) est une législation française adoptée en février 2020. Son but est de transformer le modèle économique en promouvant l'économie circulaire et en réduisant les déchets. Un des axes de la loi AGEC est de mieux informer les consommateurs. A ce titre, les opérateurs internet et de téléphonie doivent informer les clients sur l'empreinte carbone de leurs consommations de données numériques. Cette mesure est entrée en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2022.

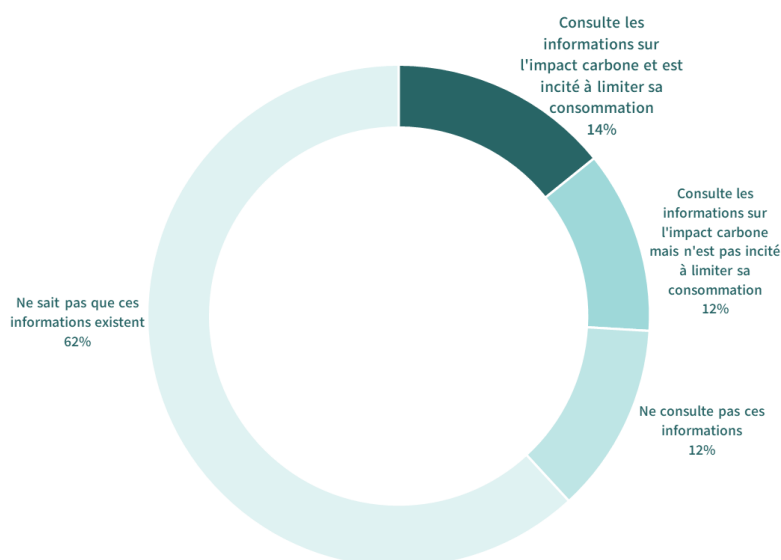
14 % des personnes disposant d'une connexion fixe à internet se disent incitées à limiter leur consommation grâce à la communication par l'opérateur des informations sur l'impact carbone

La majorité de personnes disposant d'une connexion fixe à internet (62 %) dit ne pas savoir que leur opérateur met à leur disposition des informations sur l'impact carbone lié à cette consommation. Environ un tiers des personnes informées de l'existence de cette information ne la consultent pas ou seulement très rarement, soit 12 % des personnes disposant d'une connexion fixe.

Enfin, parmi les 26 % de personnes qui en prennent connaissance, un peu plus de la moitié (55 %), soit 14 % de l'ensemble des personnes de 18 ans et plus qui disposent d'une connexion internet fixe à domicile, disent être incités à limiter leur consommation de données.

Graphique 262 - Consultation de l'impact carbone lié à la consommation de données fixes

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'une connexion internet fixe à domicile, en % - effectif total pondéré n : 3 079 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les jeunes adultes sont plus sensibles à cette information : près de la moitié des 18-24 ans sait que cette information est mise à leur disposition, et 32 % d'entre eux se disent incités à limiter leur consommation grâce à celle-ci, contre 7 % des plus âgés.

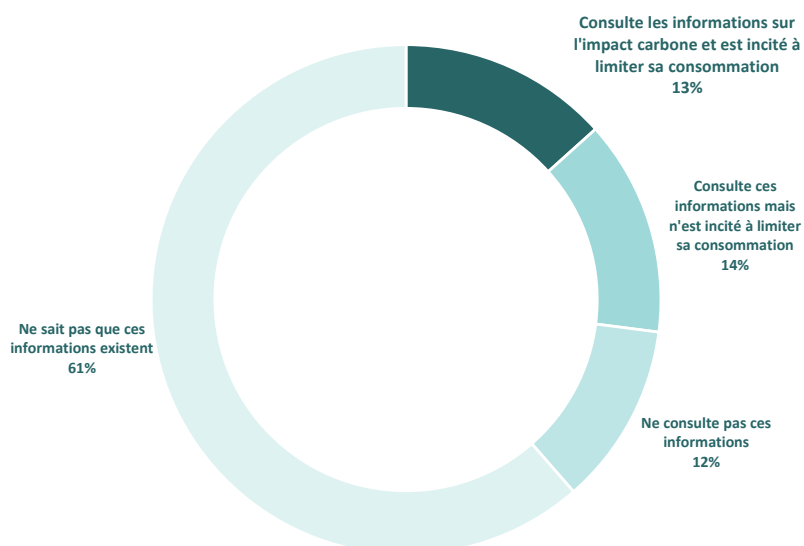
13 % des personnes disposant d'un téléphone mobile se disent incitées à limiter leur consommation grâce à la communication par l'opérateur des informations sur l'impact carbone

De manière analogue, seules 39 % des personnes disposant d'une connexion mobile savent que leur opérateur leur transmet l'impact carbone lié à leur consommation de données mobiles. Près d'un tiers (30 %) des personnes informées de la mise à leur disposition de l'impact carbone de leur consommation mobile ne consultent pas ces données ou seulement très rarement, soit 12 % des personnes disposant d'une connexion mobile.

Enfin, parmi les personnes qui en prennent connaissance, la moitié (49 %) - soit 13 % de l'ensemble des personnes de 18 ans et plus qui disposent d'un téléphone mobile - disent que cela les incite à limiter leur consommation de données.

Graphique 263 - Impact de la loi AGEC sur les connexions mobiles

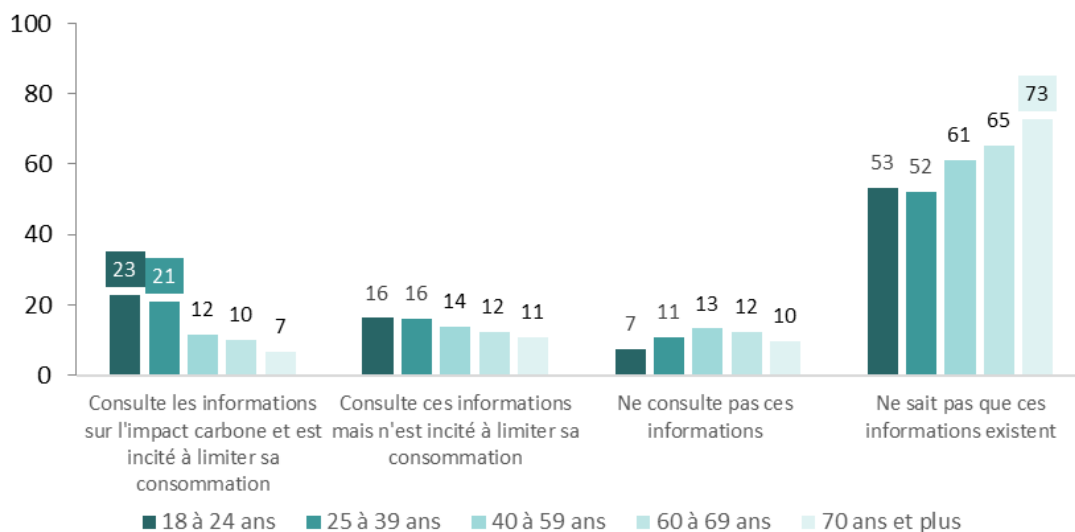
- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 625 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 264 – Impact de la loi AGEC sur les connexions mobiles selon l'âge

- Champ : population de 18 ans et plus disposant d'un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 625 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Après deux ans de mise en œuvre de la loi AGEC, les conséquences sur les comportements sont encore limitées. Ces effets sont du même ordre sur la consommation fixe (14 % des personnes concernées incitées à limiter leur consommation) et mobile (13 %).

Les consommateurs mieux informés des données sur le volume de données que de celles sur l'impact carbone de leur consommation

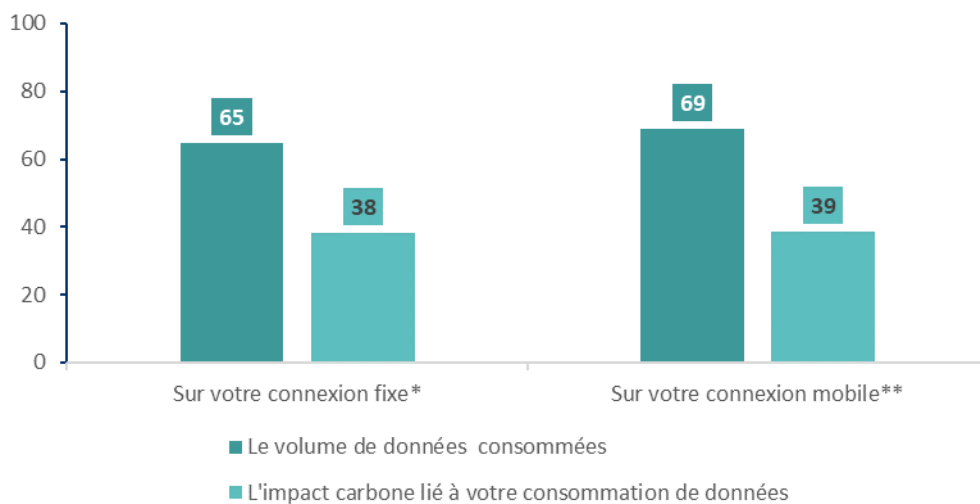
Le niveau de connaissance des personnes concernées est très hétérogène : environ deux utilisateurs sur trois savent que **le volume de données** est transmis par l'opérateur, qu'il s'agisse d'une connexion fixe (65 %) ou mobile (69 %), alors que seulement **quatre sur dix** savent que l'impact carbone en lien avec cette consommation l'est également.

Environ une personne sur trois prend connaissance tous les mois de ces informations quand elles lui sont proposées et six utilisateurs sur dix le font plusieurs fois par an au moins, et ce quel que soit le type d'informations (consommation ou impact carbone) et le type de connexion (fixe ou mobile).

Graphique 265 – Connaissance des informations mises à disposition par l'opérateur

« Savez-vous que votre opérateur met à votre disposition sur votre espace personnel et/ou votre facture chaque mois le volume de données que vous avez consommé au cours du mois et l'impact carbone lié à cette consommation ? »

- Champ : * population de 18 ans et plus disposant d'une connexion internet fixe à domicile, en % - effectif total pondéré n : 3 079 -
 **population de 18 ans et plus disposant d'un téléphone mobile, en % - effectif total pondéré n : 3 625 -



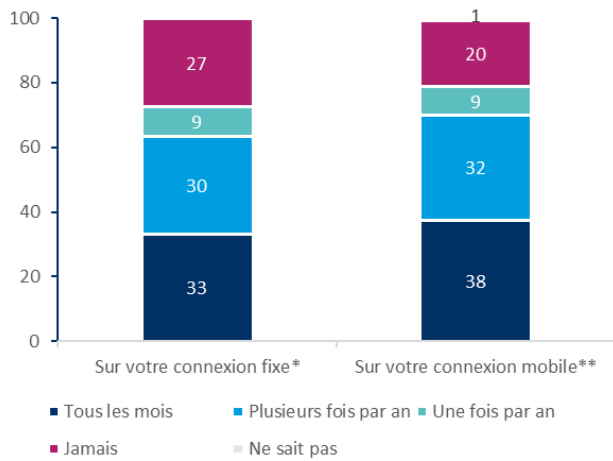
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 266 – Fréquence de consultation des informations fournies par l'opérateur

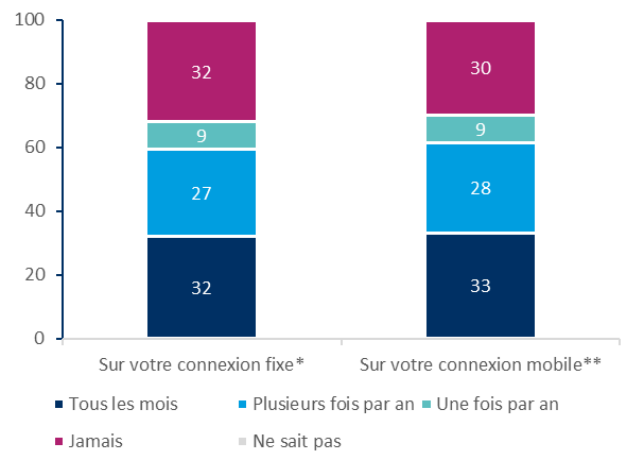
Volume de données consommées : Champ : * population de 18 ans et plus disposant d'une connexion internet fixe à domicile et ayant connaissance de la mise à disposition sur sa facture du volume de sa consommation de données, en % - effectif total pondéré n : 1 994.
Champ : * population de 18 ans et plus disposant d'un téléphone mobile et ayant connaissance de la mise à disposition sur sa facture du volume de sa consommation de données, en % - effectif total pondéré n : 2 496.

Impact carbone lié à la consommation des données : Champ : * population de 18 ans et plus disposant d'une connexion internet fixe à domicile et ayant connaissance de la mise à disposition de l'impact carbone lié à la consommation de ses données, en % - effectif total pondéré n : 1 074 - **population de 18 ans et plus disposant d'un téléphone mobile et ayant connaissance de la mise à disposition de l'impact carbone lié à la consommation des données, en % - effectif total pondéré n : 1 373 -

Le volume de données consommées



L'impact carbone lié à la consommation de ces données



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Partie 5 - Appropriation du numérique

1. Le numérique dans la vie quotidienne et les craintes associées

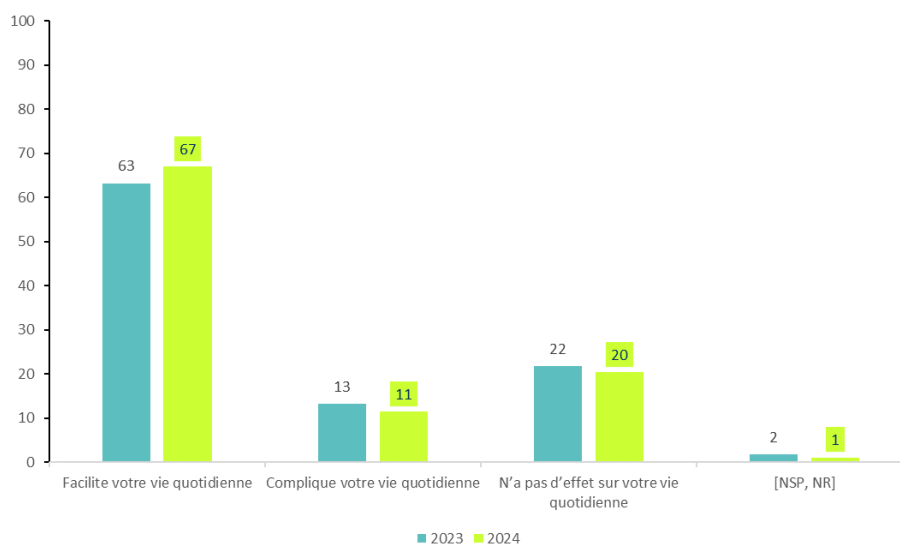
a) La perception de l'effet du numérique dans la vie des Français est très dépendante du contexte socio-culturel des usagers

En moyenne, le numérique est perçu positivement par la population française. En effet, plus de deux tiers des personnes interrogées (67 %) considèrent qu'il facilite leur vie quotidienne. Cette proportion est **en hausse** depuis l'année dernière puisqu'en 2023, c'était le cas de 63 % des personnes interrogées. Réciproquement, 11 % des personnes interrogées en 2024 déclaraient que le numérique leur compliquait la vie (vs. 13 % en 2023).

Graphique 267 - Perception des effets du numérique sur sa vie quotidienne

« Diriez-vous que le numérique... »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en % - effectif total pondéré n = 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

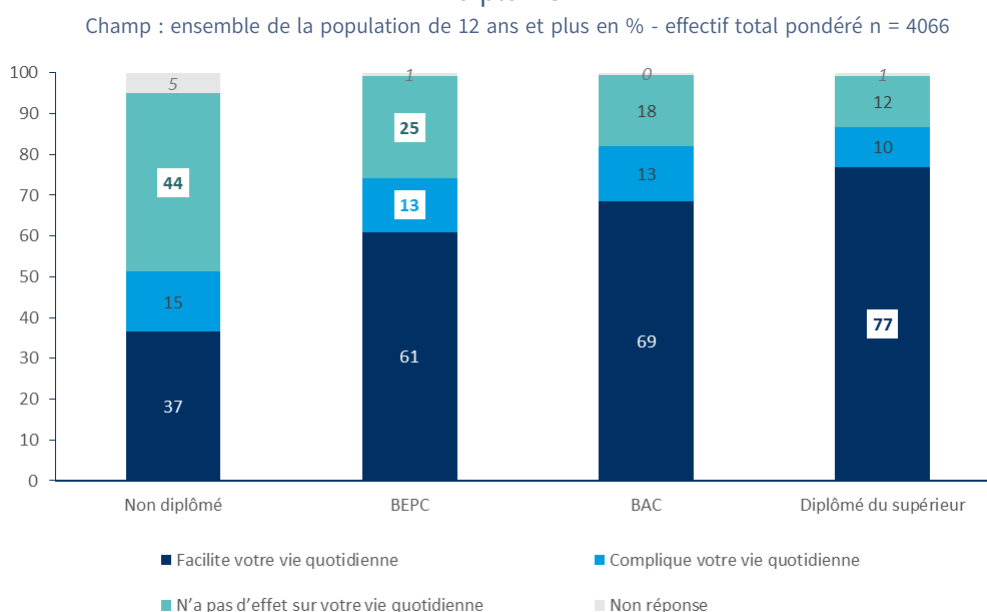
Cette hausse des personnes à qui le numérique facilite la vie est bien plus forte chez les femmes, les habitants des zones rurales et des petites villes (moins de 20 000 habitants) ainsi que chez les jeunes adultes, autant de catégories qui comblent leur retard par rapport à l'ensemble de la population.

En 2023, la proportion des femmes faisant une telle déclaration ne s'élevait qu'à 60 %, alors qu'en 2024, elle progresse et devient similaire à celle des hommes (66 %). Sur la même période, la proportion de personnes dont la vie est facilitée par le numérique passe de 53 % à 61 % dans les communes rurales et de 63 % à 68 % dans les communes entre 2 000 et 19 999 habitants. Elle passe également de 55 % à 64 % chez les 18-24 ans.

Toutefois, l'effet du numérique sur la vie quotidienne des Français reste fortement corrélé au contexte socio-culturel des individus (diplôme et âge, notamment).

Les plus diplômés, en particulier, semblent profiter davantage des bénéfices du numérique, puisque 77 % des diplômés du supérieur indiquent qu'il facilite leur vie quotidienne (Graphique 268). En revanche, le numérique semble avoir moins d'impact dans la vie des personnes peu diplômées : 44 % des personnes sans diplôme et 25 % de celles ayant seulement un BEPC ou équivalent indiquent que le numérique n'a pas d'incidence sur leur vie quotidienne (contre 20 % de la population en moyenne). Plus encore, ces catégories de la population indiquent respectivement à 15 % et 13 % que le numérique **complique** leur vie quotidienne. Pris ensemble, une très large majorité des non-diplômés déclare que le numérique n'a pas d'effet ou complique leur vie quotidienne (59 %)

Graphique 268 - La perception des effets du numérique sur sa vie quotidienne selon le niveau de diplôme

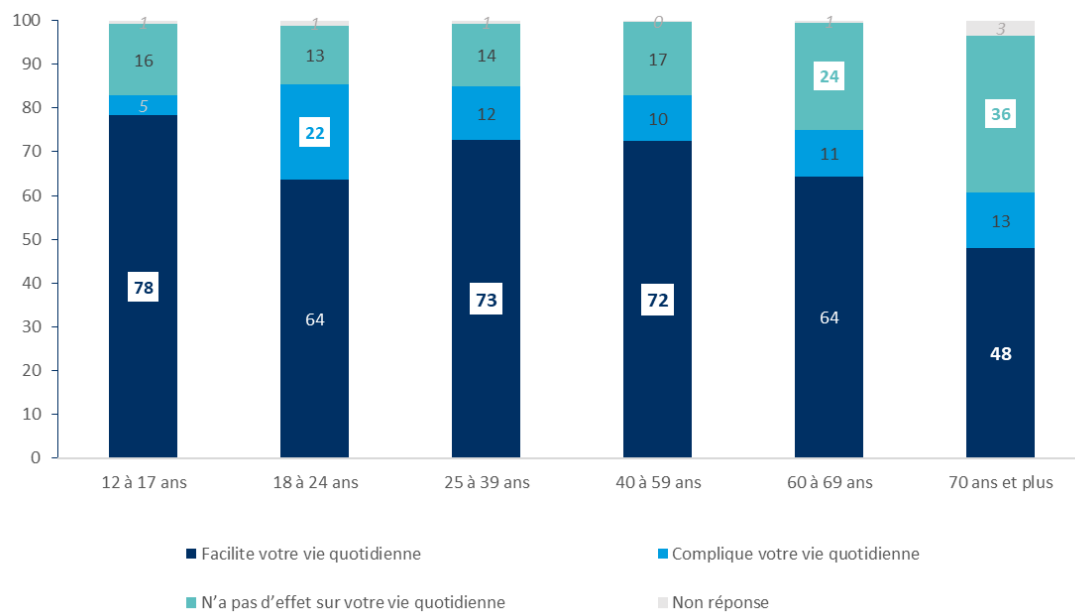


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tel d'indiqué plus haut, au sein des 18-24 ans, la proportion de ceux qui estiment que le numérique facilite la vie a progressé de 9 points en un an pour devenir franchement majoritaire (64 %). Pour autant, les jeunes adultes (18-24 ans) restent la tranche d'âge qui déclare le plus voir leur vie compliquée par le numérique (Graphique 269). C'est le cas de 22 % d'entre eux, contre 11 % de la population totale, avec toutefois un recul de 8 points par rapport à l'an dernier (30 % estiment alors leur vie compliquée par le numérique), au profit donc de l'aspect facilitant du numérique dans leur vie. Inversement, plus les personnes sont âgées, moins elles déclarent être affectées par le numérique : un quart des 60-69 ans et plus d'un tiers des plus de 70 ans affirment que le numérique n'a aucun effet sur leur vie quotidienne.

Graphique 269 - Perception de l'opinion des effets du numérique sur sa vie quotidienne selon l'âge

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 11 : Perception de l'opinion des effets du numérique sur sa vie quotidienne selon les principales caractéristiques sociodémographiques

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066

		Facilite votre vie quotidienne	Complique votre vie quotidienne	N'a pas d'effet sur votre vie quotidienne	Non réponse
Sexe	Un homme	68	12	20	1
	Une femme	66	11	21	1
Âge	12 à 17 ans	78	5	16	1
	18 à 24 ans	64	22	13	1
	25 à 39 ans	73	12	14	1
	40 à 59 ans	72	10	17	0
	60 à 69 ans	64	11	24	1
	70 ans et plus	48	13	36	3
Nombre de personnes du foyer	Une personne	57	12	28	3
	Deux personnes	63	12	24	0
	Trois personnes	75	11	14	0
	Quatre personnes	75	10	14	1
	Cinq personnes et plus	72	11	16	0
Niveau de diplôme	Non diplômé	37	15	44	5
	BEPC	61	13	25	1
	BAC	69	13	18	0
	Diplômé du supérieur	77	10	12	1
Catégorie socioprofessionnelle	Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	65	20	16	0
	Cadre et profession intellectuelle supérieure	78	11	10	1
	Profession Intermédiaire	79	8	13	0
	Employé	73	9	17	1
	Ouvrier	63	15	21	1
	Personne au foyer	65	11	24	0
	Retraité	54	12	32	2
	Autre inactif	71	11	16	1
Niveau de vie	Bas revenus	62	16	21	1
	Classes moyennes inférieures	67	11	21	1
	Classes moyennes supérieures	71	10	18	1
	Hauts revenus	74	9	17	0
	Non réponse	54	9	33	4
Taille de l'agglomération de résidence	Communes rurales	61	13	24	2
	2 000 à 19 999 habitants	68	11	20	1
	20 000 à 99 999 habitants	64	12	23	0
	100 000 habitants et plus	70	11	18	1
	Agglomération parisienne	71	11	17	1
Ensemble		67	11	20	1

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

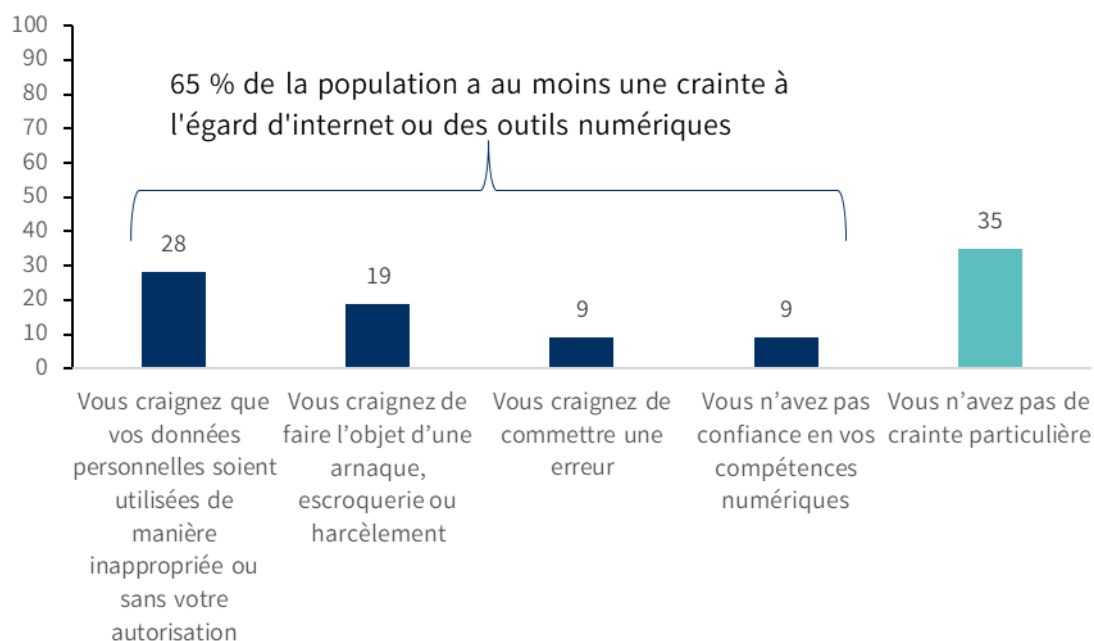
b) Des usages massifs du numérique qui ne vont pas sans craintes

Si le numérique s'avère être un outil technologique utile à la plupart des Français, près de deux tiers (65 %) déclarent également avoir une certaine crainte à utiliser cet outil : 28 % évoquent l'utilisation inappropriée de leurs données personnelles et 19 % la crainte d'une possible arnaque, escroquerie ou harcèlement en ligne. Une proportion non négligeable d'individus craint de commettre une erreur (9 %) ou n'a pas suffisamment confiance dans ses compétences (9 %) pour se sentir totalement serein.

Graphique 270 – Principales craintes ressenties à l'usage d'internet et des outils numériques

« On peut ressentir de la crainte à utiliser internet et les outils numériques. Quelle serait votre crainte principale ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

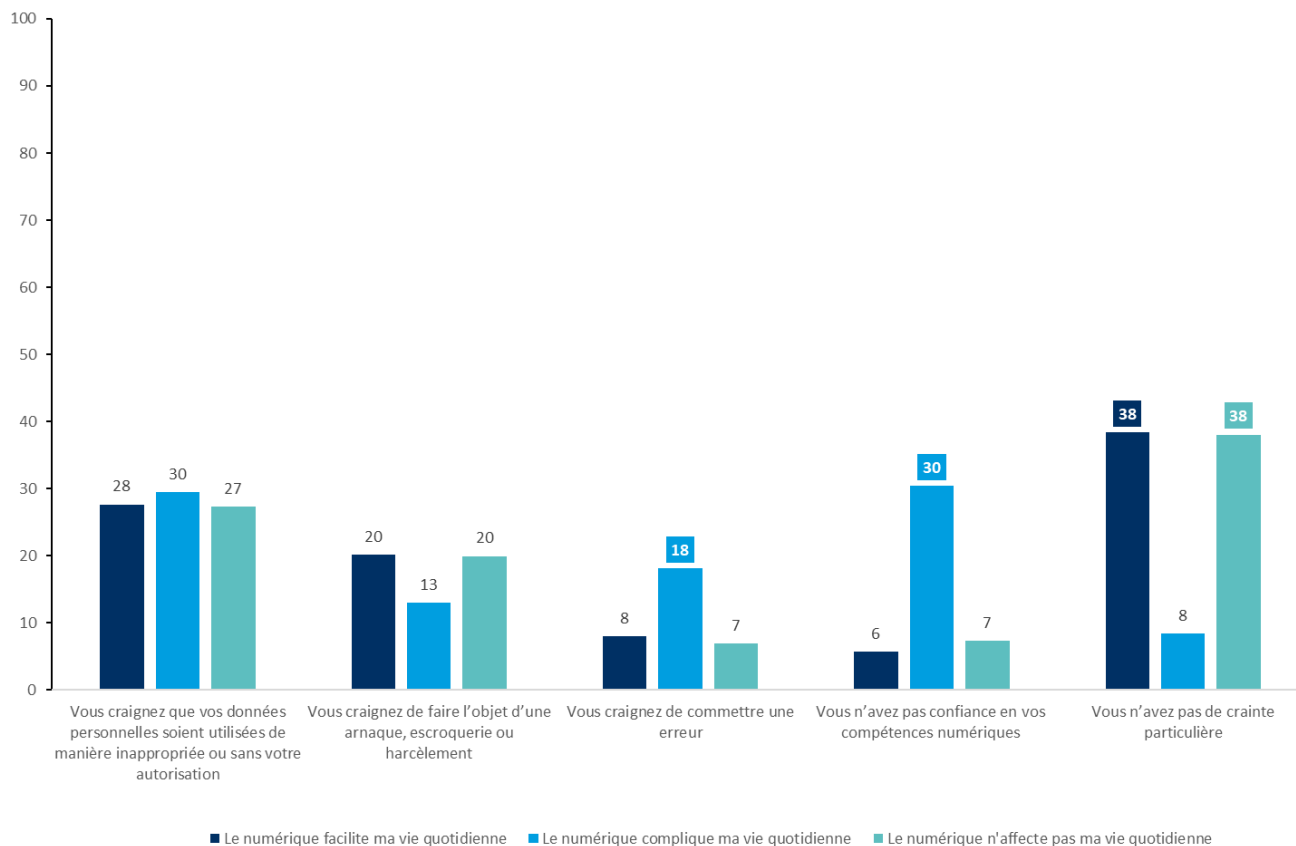
Le croisement de ce résultat à celui présenté précédemment (cf. la perception du numérique), révèle que **92 % des personnes qui ont déclaré que le numérique leur compliquait la vie expriment de la crainte vis-à-vis du numérique**, en particulier, car ils n'ont pas confiance en leurs compétences numériques (30 % d'entre eux, contre 9 % en moyenne dans la population) ou craignent de commettre une erreur (18 %, contre 9 % en moyenne dans la population). Chez les Français pour qui le numérique complique la vie (soit, pour mémoire, 11 % de la population), près d'une fois sur deux cette gêne est donc imputable à une maîtrise insuffisante de l'outil. 30 % évoquent par ailleurs la peur pour la confidentialité de leurs données, soit une proportion proche de la moyenne (28 %).

La présence de craintes demeure importante même chez ceux et celles qui considèrent que le numérique facilite ou n'a pas d'effet sur leur vie : au sein de ce groupe, 62 % des personnes déclarent avoir quelque crainte dans leur utilisation du numérique. Cette crainte porte notamment sur l'utilisation de leurs données (à 27 % ou 28 %) ou de faire l'objet d'une escroquerie ou harcèlement (20 %).

La perception des craintes est donc très semblable, dès lors que l'impact du numérique n'est pas perçu comme défavorable, entre ceux qui le jugent positif et ceux qui pensent qu'il n'y a pas d'effet du numérique sur leur vie.

Graphique 271 - Craintes ressenties concernant l'utilisation du numérique, selon la perception des effets du numériques sur sa vie quotidienne

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Lecture : 28 % des personnes dont le numérique facilite la vie quotidienne craignent un mauvais usage de leurs données personnelles.

Comme pour la question précédente sur la perception de l'effet du numérique dans la vie quotidienne, les craintes associées à internet et aux outils numériques diffèrent principalement selon le genre et le niveau d'étude.

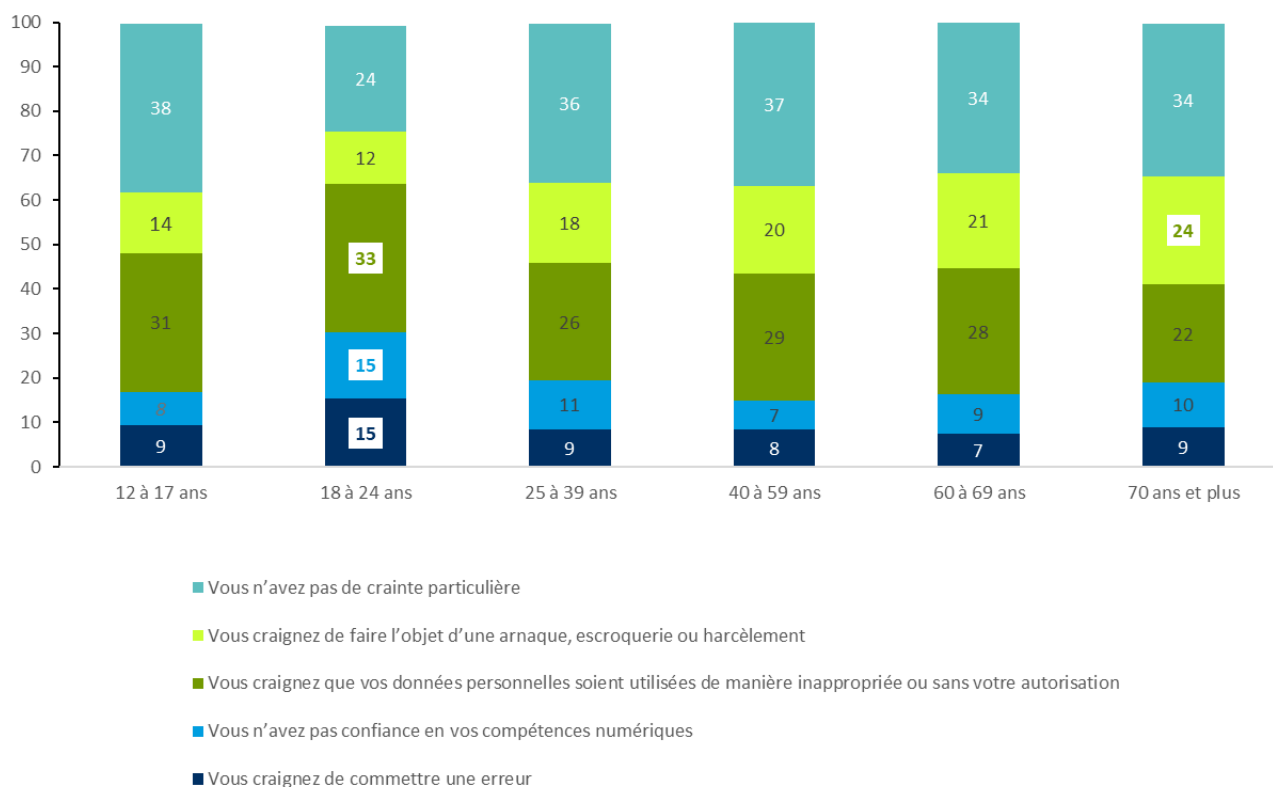
Contrairement aux idées reçues qui voudraient que les plus jeunes, en tant que « digital natives », soient tous totalement à l'aise avec les nouvelles technologies numériques, **les jeunes adultes (18-24 ans) semblent particulièrement inquiets face à l'usage du numérique**, puisque 75 % témoignent d'une crainte (+ 10 points par rapport à l'ensemble de la population en moyenne). Plusieurs motifs d'inquiétudes sont significativement davantage mis en avant dans cette catégorie : leurs inquiétudes portent d'abord sur l'usage qui pourrait être fait de leurs données (pour un tiers d'entre eux, + 5 points par rapport à la moyenne), mais ils craignent également plus que les autres de commettre une erreur (15 %, + 6 points) ou n'ont pas confiance en leurs compétences numériques (15 % également, + 6 points).

Les 18-24 ans sont donc, de loin, la catégorie où les craintes concernant l'usage du numérique sont les plus hautes, ce qui doit alimenter le jugement pessimiste émis sur l'effet d'internet sur leur vie quotidienne.

Les plus de 70 ans, pour leur part, craignent plus que les autres classes d'âge de faire l'objet d'une arnaque, escroquerie ou harcèlement (24 %) : chez eux, cette crainte arrive en tête, devant le mésusage de leurs données personnelles (22 %).

Graphique 272 - Craintes ressenties concernant l'utilisation du numérique, selon l'âge

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



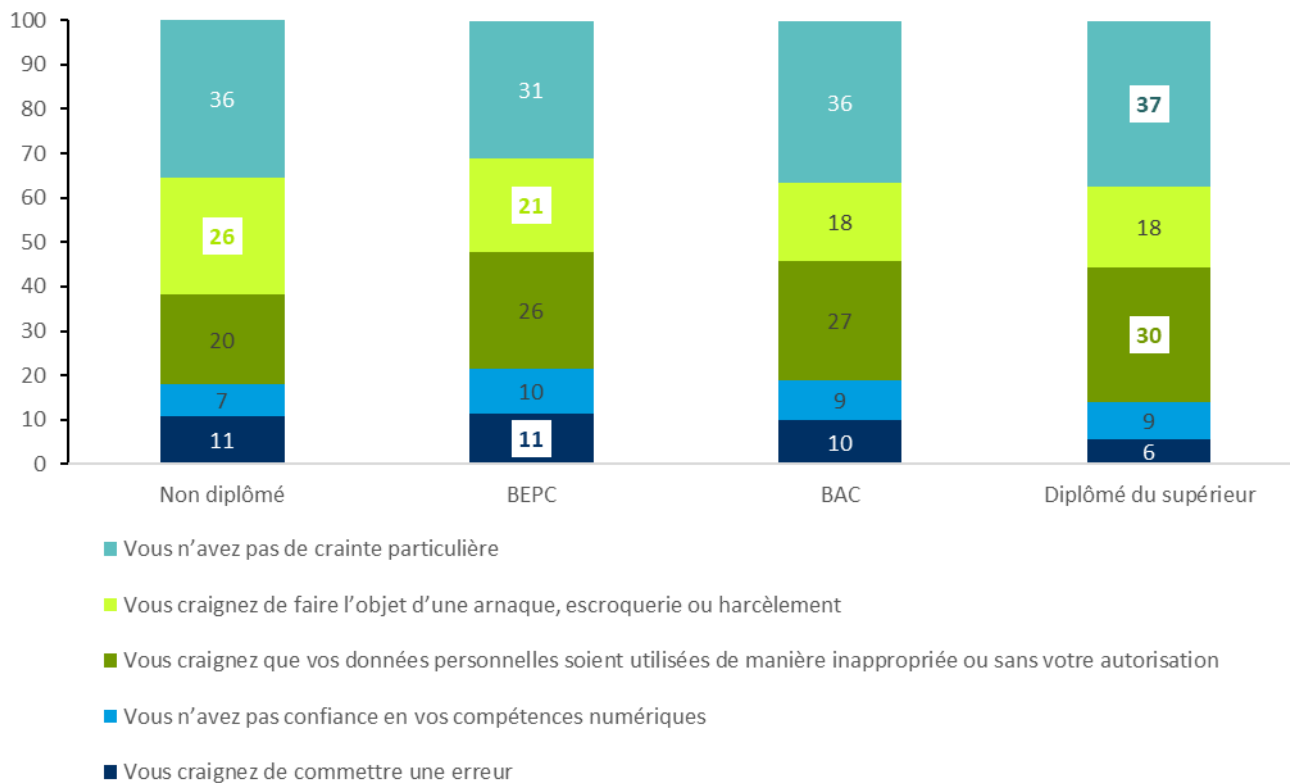
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

S'agissant du niveau d'étude (Graphique 273), les personnes qui n'ont pas de diplôme mentionnent en premier le risque d'arnaque, d'escroquerie et de harcèlement (26 %) alors que, dans le reste de la population, le risque principal mentionné est relatif à l'utilisation des données personnelles (entre 26 et 31 % selon le niveau de diplôme).

Dans le Tableau 12, on constate également que les femmes se disent moins sereines que les hommes vis-à-vis de l'usage d'internet et des outils numériques (33 % ne citent aucune crainte, contre 37 % des hommes). Enfin, ce sont les titulaires des hauts revenus qui sont les plus en confiance avec ces technologies numériques, 44 % n'éprouvant aucune crainte à ce sujet (+ 9 points par rapport à l'ensemble de la population).

Graphique 273 - Craintes ressenties concernant l'utilisation du numérique, selon le niveau de diplôme

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 12- Tris socio-démographiques des craintes ressenties lors de l'utilisation d'internet
« On peut ressentir de la crainte à utiliser internet et les outils numériques. Quelle serait votre crainte principale ? »
(une seule réponse possible)

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

	Crainte de commettre une erreur	Pas confiance en vos compétences numériques	Crainte que les données personnelles soient utilisées de manière inappropriée ou sans votre autorisation	Crainte de faire l'objet d'une arnaque, escroquerie ou harcèlement	Pas de crainte particulière	Non réponse	Total
Ensemble	9	9	28	19	35	0	100
Homme	8	9	27	17	37	0	100
Femme	9	9	28	21	33	0	100
12 à 17 ans	729	8	31	14	38	0	100
18 à 24 ans	15	15	33	12	24	1	100
25 à 39 ans	9	11	26	18	36	0	100
40 à 59 ans	8	7	29	20	37	0	100
60 à 69 ans	7	9	28	21	34	0	100
70 ans et plus	9	10	22	24	34	0	100
Non diplômé	11	7	20	26	36	0	100
BEPC	11	10	26	21	31	0	100
BAC	10	9	27	18	36	0	100
Diplômé du supérieur	6	9	30	18	37	0	100
Moins de 18 ans	9	8	31	14	38	0	100
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	8	8	29	15	39	0	100
Cadre et profession intellectuelle supérieure	7	8	30	14	39	1	100
Profession Intermédiaire	6	8	27	22	37	0	100
Employé	7	6	32	20	34	0	100
Ouvrier	14	9	23	20	34	1	100
Personne au foyer	9	9	32	17	32	0	100
Retraité	8	10	24	24	34	0	100
Autre inactif	13	11	30	13	32	0	100
Bas revenus	11	11	28	20	30	0	100
Classes moyennes inférieures	12	8	26	20	33	0	100
Classes moyennes supérieures	7	9	29	21	34	0	100
Hauts revenus	6	7	28	15	44	1	100
Communes rurales	10	8	26	21	35	0	100
2 000 à 19 999 habitants	10	9	30	22	29	0	100
20 000 à 99 999 habitants	8	10	26	21	35	0	100
100 000 habitants et plus	8	9	28	18	36	0	100
Agglomération parisienne	8	11	28	14	38	1	100

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

2. Freins et limites à l'usage du numérique

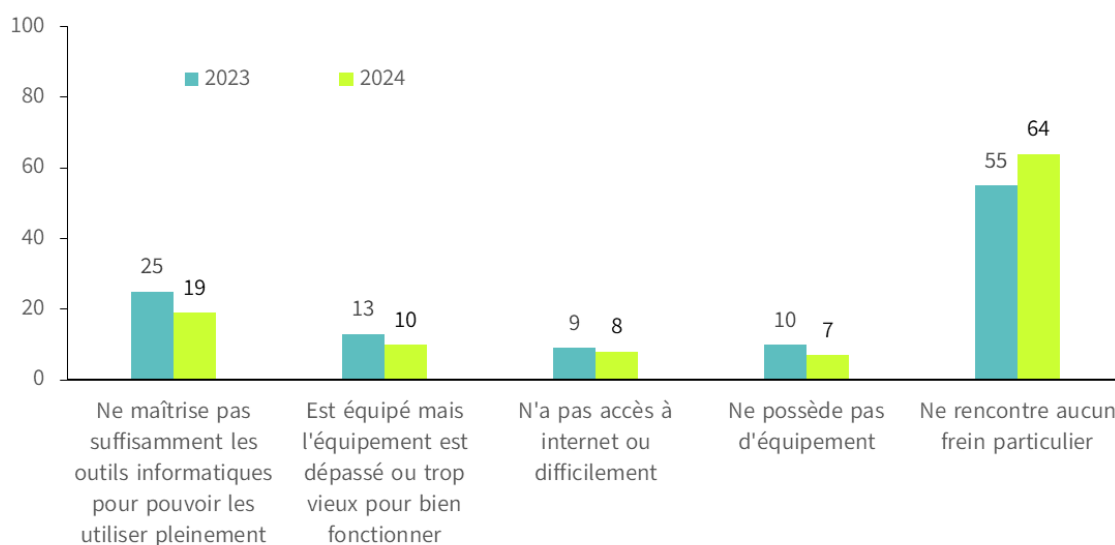
a) Les freins à l'usage et à la maîtrise du numérique se réduisent

Une partie de la population fait également état de différents freins à une utilisation complète des outils numériques. Entre 2023 et 2024, depuis que la question est posée à l'ensemble de la population de 12 ans et plus, ces freins tendent à se réduire : si, en 2023, 45 % de la population interrogée faisait face à des freins, c'est le cas de 36 % de la population en 2024, soit un tiers de la population (- 9 points, Graphique 274). Le manque de maîtrise des outils numériques reste le premier frein auquel doivent faire face les Français (19 %), suivi du manque de performance de l'équipement ou de son obsolescence (10 %). 8 % des personnes font état d'un accès difficile ou impossible à internet (8 %) tandis que 7 % ne possèdent pas d'équipement dédié. Tous les freins connaissent une progression à la baisse, suggérant donc une meilleure maîtrise des outils numériques.

Graphique 274 - Freins à l'usage du numérique au quotidien

« Citez, dans cette liste, tous les freins qui vous empêchent d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur *smartphone*, tablette ou ordinateur ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n= 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

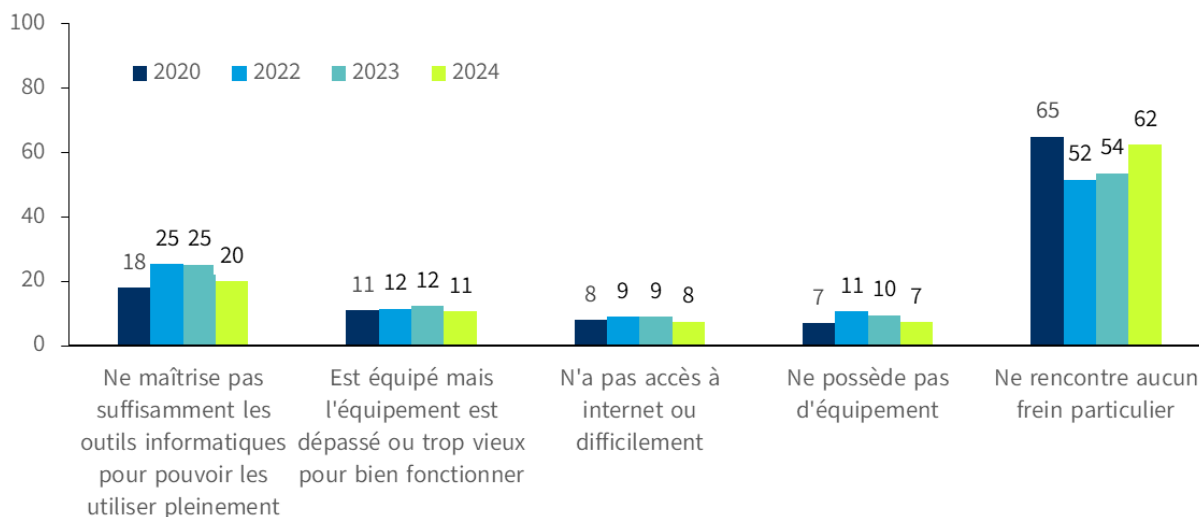
Note : ce graphique présente la réponse à la question « Citez, dans cette liste, tous les freins qui vous empêchent d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur *smartphone*, tablette ou ordinateur ? » avec des items non exclusifs, à par le dernier (« ne rencontre aucun frein »).

Un raisonnement sur les personnes de 18 ans et plus **permet de** remonter jusqu'en 2020 et c'est, dès lors, un autre scénario qui se dessine. La situation de 2024 apparaît, certes toujours comme plus favorable que 2023, mais sans réussir à retrouver l'excellent niveau mesuré en 2020, au plus fort de la crise sanitaire liée au Covid 19 (Graphique 275). Pour rappel, en 2020, la découverte par une partie de la population d'outils numériques permettant de poursuivre des activités quotidiennes (travail, études, achats, contacts à distance avec ses proches...) malgré les périodes de confinement avait pu conduire à relativiser certaines difficultés alors rencontrées.

Il conviendra de voir si, dans les années qui viennent, cette tendance à la diminution des freins persiste et permet de retrouver ou de dépasser le niveau de 2020.

Graphique 275 - Freins à l'usage du numérique au quotidien

Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus en %, n= 3716



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : ce graphique présente la réponse à la question « Citez, dans cette liste, tous les freins qui vous empêchent d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur *smartphone*, tablette ou ordinateur ? » avec des items non exclusifs, à par le dernier (« ne rencontre aucun frein »).

Comment les différents groupes de population se positionnent-ils en 2024 face aux possibles freins qui peuvent entraver l'usage des outils numériques au quotidien ? Le type d'obstacle auxquels doivent faire face les personnes diffère beaucoup selon leurs profils, et plus particulièrement selon leur niveau de diplôme et leur âge (cf. tableau sociodémographique).

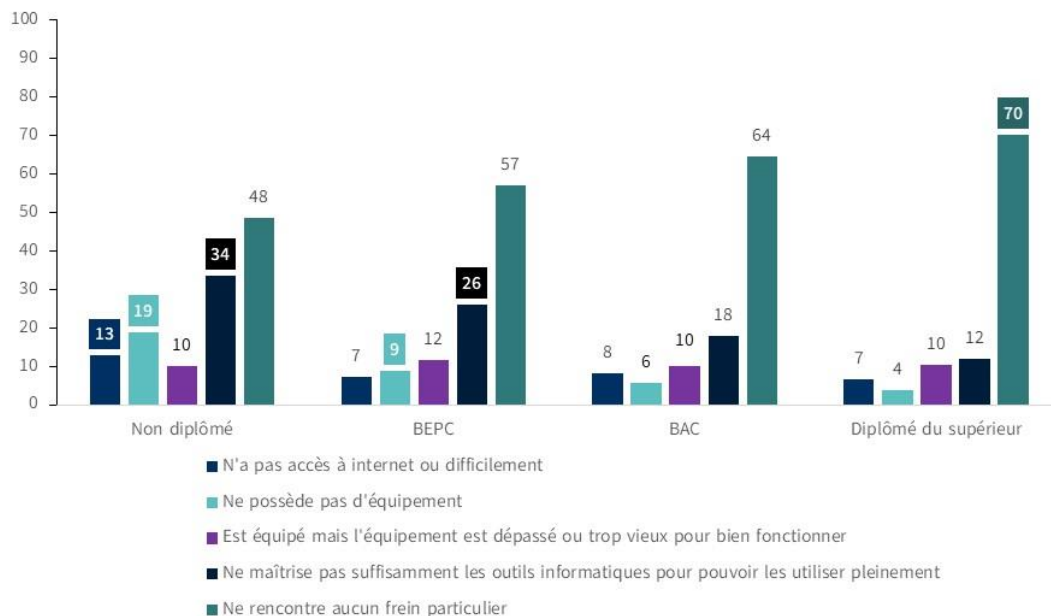
La réalisation d'une régression logistique révèle l'importance « toutes choses égales par ailleurs » d'un ensemble de déterminants sociodémographiques : le diplôme, l'âge et les revenus du foyer ont chacun un effet propre dans la déclaration de freins (cf. tableau et représentation graphique de la régression logistique en annexe).

La présence de freins à l'usage du numérique dépend en grande partie du niveau de diplôme de la personne interrogée. De façon quasi-linéaire, plus le niveau de diplôme progresse et plus la proportion de personnes ne déclarant aucun frein croît (de 48 % à 70 %, voir Graphique 276). Chez les non-diplômés, les plus nombreux à rencontrer des freins (52 %), 34 % ne maîtrisent pas suffisamment les outils informatiques pour pouvoir les utiliser pleinement, 19 % n'ont aucun équipement et 13 % n'ont pas accès à internet, ou difficilement.

Dans l'ensemble de la population, indépendamment du niveau de diplôme, l'utilisation d'un équipement dépassé ou trop vieux pour bien fonctionner est un frein à l'usage du numérique (12 % des personnes de niveau BEPC et 10 % des non diplômés, diplômés de niveau bac ou du supérieur).

Graphique 276 - Les freins à l'usage du numérique au quotidien selon le diplôme

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : les modalités de réponse ne sont pas exclusives, à part la dernière (« ne rencontre aucun frein »).

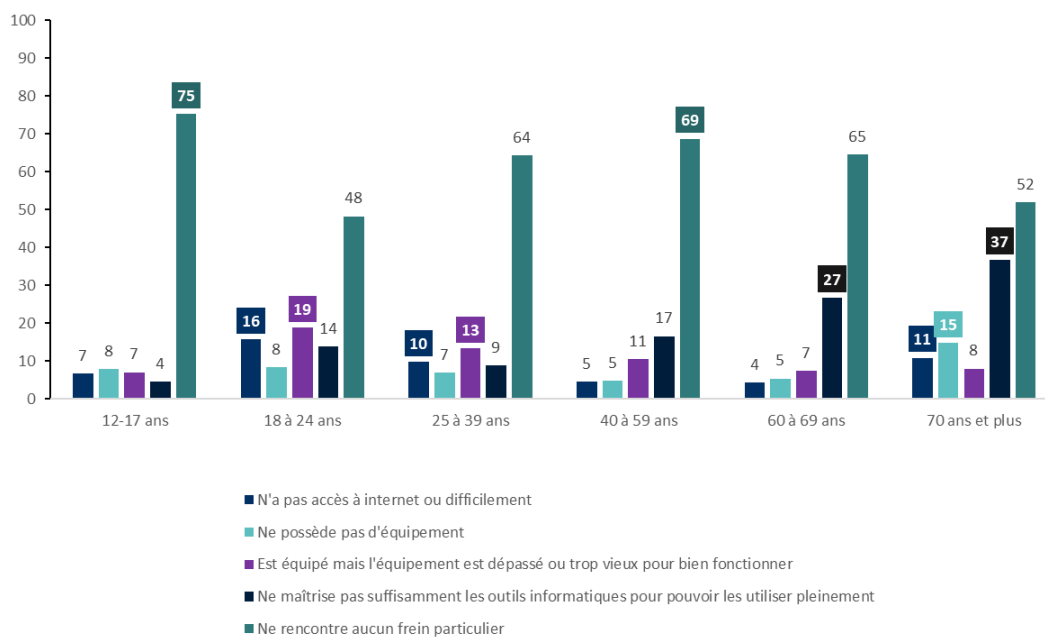
L'absence de freins est également très liée à l'âge du répondant, sans que la corrélation soit linéaire pour autant (Graphique 277). En effet, les tranches d'âge où l'on se déclare le plus à l'aise, sans aucun frein à l'usage d'internet, sont les 12-17 ans (75 %) et les 40-59 ans (69 %). La faible maîtrise des outils est le frein principal au numérique pour les catégories les plus âgées, et particulièrement pour les plus de 60 ans (27 % des 60-69 ans et 37 % des plus de 70 ans). En lien avec l'âge des personnes concernées, le fait de ne pas maîtriser suffisamment les outils informatiques pour les utiliser pleinement est cité largement par d'autres types de catégories comme les retraités ou les habitants des zones rurales, où les plus âgés sont les plus présents (respectivement 33 % et 24 % d'entre eux le déclarent).

Les plus âgés sont également plus nombreux à dire qu'ils ne possèdent pas l'équipement (15 % des plus de 70 ans, soit deux fois plus que dans l'ensemble de la population) et les plus jeunes à déclarer que leur matériel est dépassé ou trop vieux (19 % des 18-24 ans contre 10 % dans l'ensemble de la population).

Entre 18 et 39 ans (et particulièrement chez les 18-24 ans), l'absence d'accès à internet et l'obsolescence des équipements sont significativement plus souvent évoqués qu'en moyenne. L'obsolescence de l'équipement est également un problème plus souvent cité par les personnes les plus pauvres (titulaires de bas revenus et classes moyennes inférieures).

Graphique 277 – Les freins à l’usage du numérique au quotidien selon l’âge

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : les modalités de réponse ne sont pas exclusives, à part la dernière (« ne rencontre aucun frein »).

Depuis 2022, dans toutes les tranches d’âge et pour toutes les catégories de diplôme, la proportion de personnes déclarant ne faire face à aucun frein particulier est en hausse et retrouve quasiment le niveau de 2020 (Graphique 278 et Graphique 279). Une seule exception : les 18-24 ans, pour qui la forte baisse en 2023, n’a pas pu être comblée par le rebond en 2024. En 2024, 48 % ne déclarent aucun frein ; ils étaient 59 % en 2022.

Graphique 278- Taux de personnes ne rencontrant aucun frein à l'usage du numérique au quotidien selon l'âge

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n = 4066

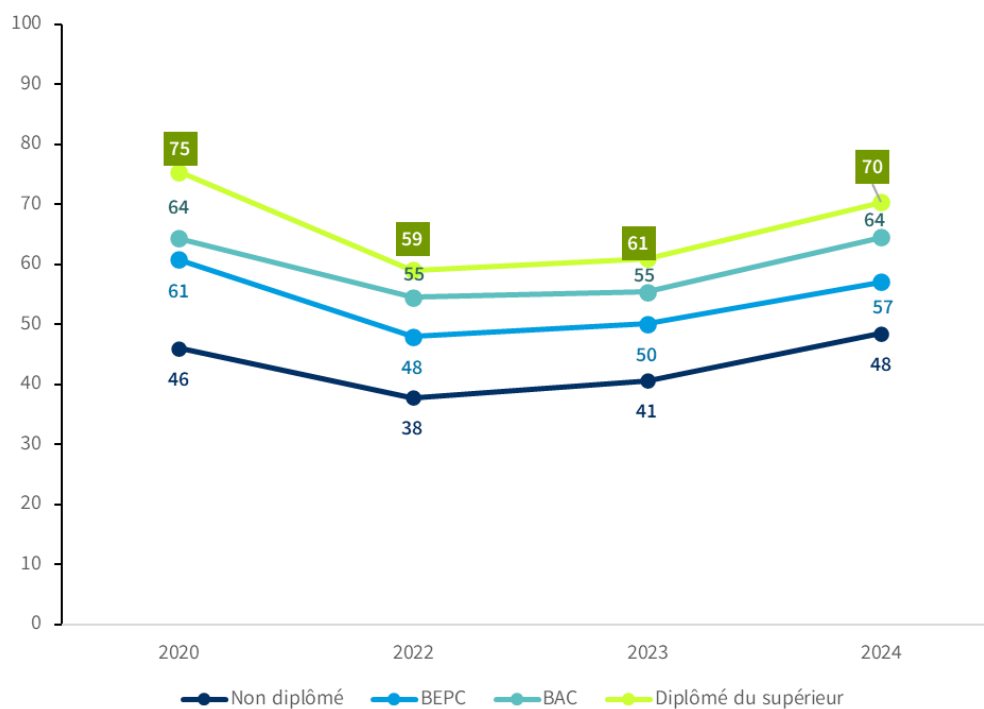


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Par rapport au reste de la population, une bien moindre proportion de personnes peu diplômées (41 % des personnes non diplômées et 50 % des personnes avec un BEPC) déclarent ne rencontrer aucun frein. Les diplômés du supérieur sont eux 70 % à ne rencontrer aucun frein particulier. Pourtant, depuis 2022, la hausse de cette proportion est visible dans l'ensemble des catégories de niveau d'éducation, témoignant d'une amélioration générale de la maîtrise du numérique.

Graphique 279 - Taux de personnes ne rencontrant aucun frein à l'usage du numérique au quotidien selon le niveau de diplôme

Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus en %, n= 3716



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 13 - Principaux freins rencontrés lors de l'utilisation des outils numériques au quotidien - par catégories socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 - -

	Pas d'équipement	Pas accès à internet, ou difficilement	Equipement est dépassé ou trop vieux	Faible maîtrise des outils numériques	Aucun frein particulier
Ensemble	7	8	10	19	64
Homme	8	8	11	17	63
Femme	7	7	10	20	64
12 à 17 ans	8	7	7	4	75
18 à 24 ans	8	16	19	14	48
25 à 39 ans	7	10	13	9	64
40 à 59 ans	5	5	11	17	69
60 à 69 ans	5	4	7	27	65
70 ans et plus	15	11	8	37	52
Non diplômé	19	13	10	34	48
BEPC	9	7	12	26	57
BAC	6	8	10	18	64
Diplômé du supérieur	4	7	10	12	70
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	6	12	10	14	62
Cadre et profession intellectuelle supérieure	6	8	11	9	71
Profession Intermédiaire	2	5	10	15	71
Employé	4	5	11	13	70
Ouvrier	9	10	15	19	57
Personne au foyer	7	3	14	21	60
Retraité	11	8	8	33	56
Autre inactif	10	10	9	10	65
Bas revenus	10	9	14	20	56
Classes moyennes inférieures	8	8	13	20	61
Classes moyennes sup.	5	6	8	21	66
Hauts revenus	5	7	8	13	73
Communes rurales	10	9	10	24	61
2 000 à 19 999 habitants	7	6	11	22	61
20 000 à 99 999 habitants	7	6	11	19	63
100 000 habitants et plus	7	7	9	16	67
Agglomération parisienne	5	10	13	14	64

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Lecture : 17 % des hommes et 20 % des femmes considèrent leur faible maîtrise des outils comme un frein à leur utilisation du numérique. Réponses non-exclusives, à part « ne rencontre aucun frein ».

b) La moitié des Français limitent leur usage du numérique, d'abord pour des raisons subies

Une proportion non négligeable de Français (44 %) déclare limiter leur usage du numérique. Les raisons à cette limitation sont multiples et plus ou moins subies (Graphique 280). En effet, plus d'une personne sur dix déclare rejeter ou se désintéresser du numérique (12 % de la population pour chacune de ces réponses).

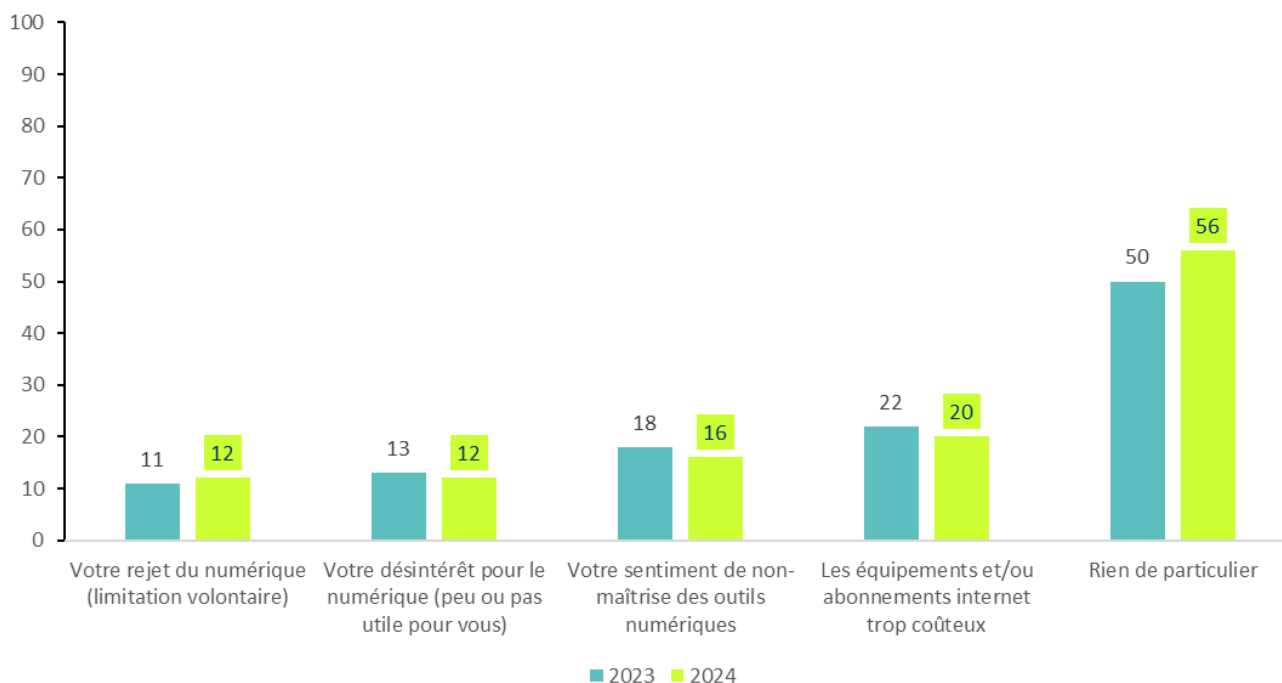
Dans le détail, la plupart des personnes déclarant devoir limiter leur utilisation **mentionnent plutôt une cause subie**. Elle est d'abord financière : 20 % considèrent les équipements ou les abonnements internet trop coûteux. Une proportion proche se sent restreinte par sa non-maîtrise des outils numériques (16 %).

Depuis 2023, **les limites semblent s'être réduites puisqu'on est passé de 50 à 56 % de la population déclarant n'avoir pas de raison particulière pour limiter leur usage du numérique**, sans que l'on puisse attribuer cette baisse à un motif en particulier (- 2 points de citation du coût et - 2 points également sur le manque de maîtrise ressenti des outils numériques est trop faible).

Graphique 280 : Raisons de limiter son usage du numérique

« Actuellement, qu'est-ce qui peut vous conduire à limiter votre usage du numérique ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, - effectif total pondéré n : 4066 -



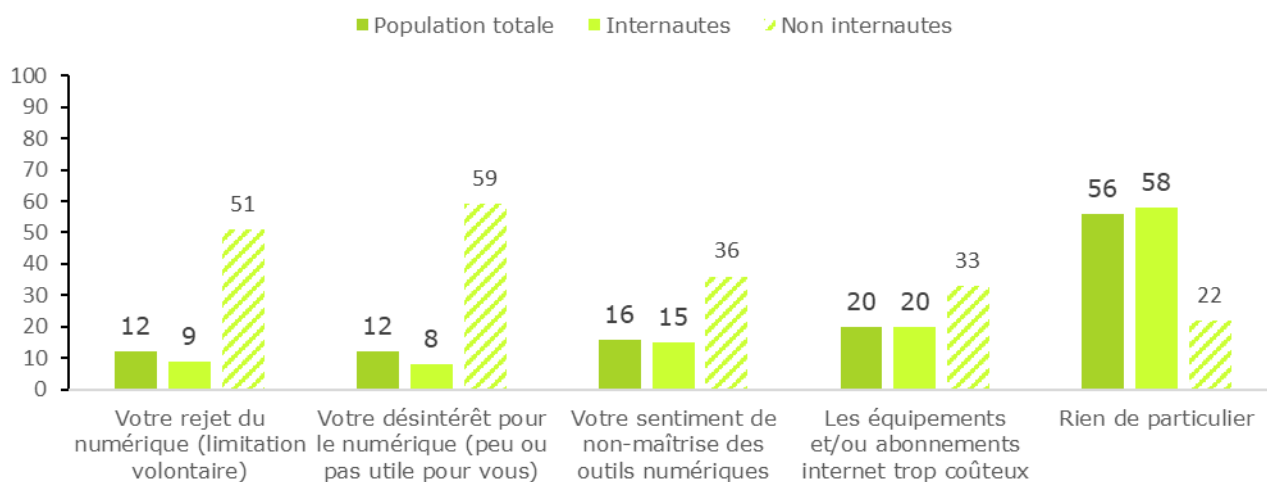
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : items non exclusifs, à part le dernier (« Rien de particulier »).

Chez les non-internautes, c'est-à-dire chez les personnes n'utilisant jamais internet, la situation est évidemment très spécifique (Graphique 281). Tous les facteurs limitatifs sont beaucoup plus largement évoqués que dans l'ensemble de la population : en particulier le désintérêt est massif (59 %), le rejet ou la limitation d'internet évoqué par une personne sur deux (51 %), l'absence de maîtrise des outils (36 %) ou les restrictions d'ordre pécuniaire (33 %) beaucoup plus souvent cités qu'en moyenne.

Graphique 281 – Raisons de limiter son usage du numérique selon l'usage d'internet

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note 1 : Sont considérés comme internautes les personnes ayant déclaré utiliser internet tous les jours, une ou deux fois par semaine ou plus rarement. Sont considérés comme non-internautes les personnes ayant déclaré ne jamais utiliser internet.

Note 2 : ce graphique présente la réponse à la question « Actuellement, qu'est-ce qui peut vous conduire à limiter votre usage du numérique ? » avec des items non exclusifs, à part le dernier (« Rien de particulier »).

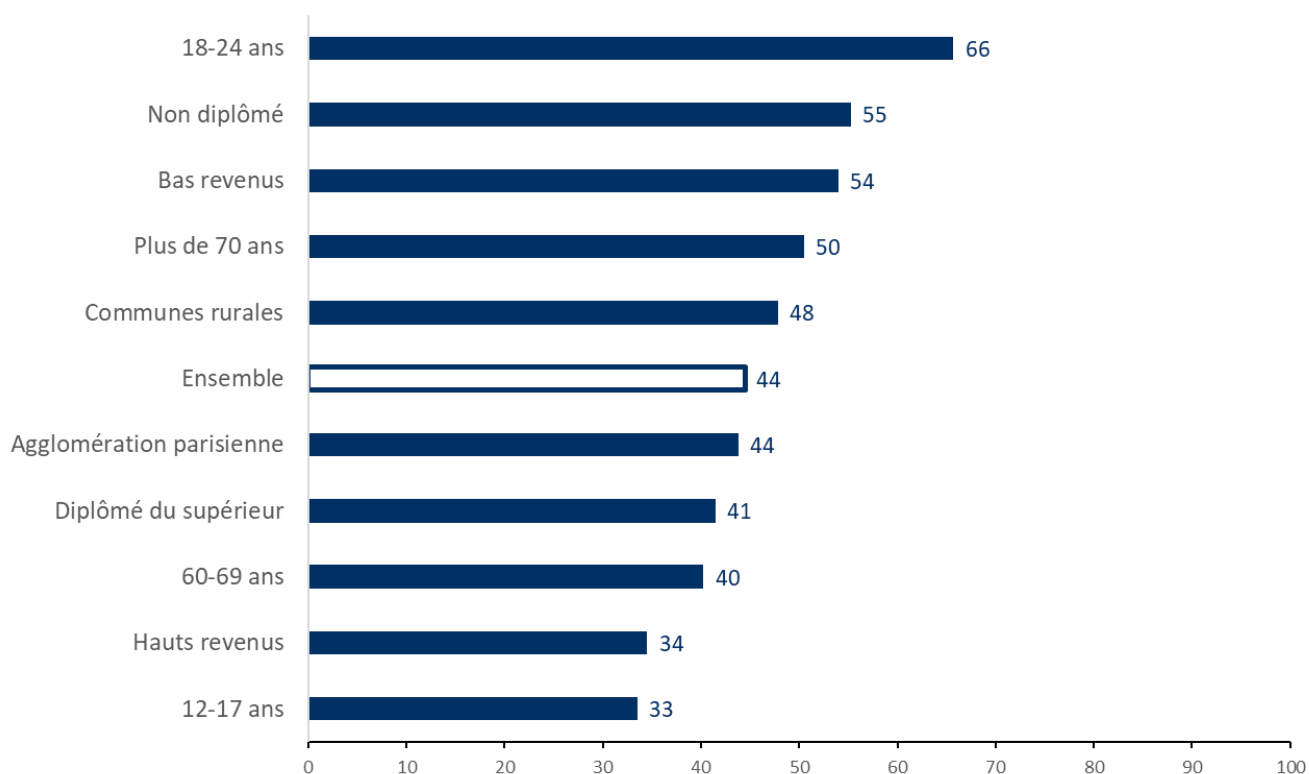
Les personnes qui se considèrent les plus limitées dans leur usage du numérique sont les 18-24 ans, les moins diplômés et les titulaires des plus bas revenus (Graphique 282), autant de catégories déjà repérées pour les craintes que leur inspire l'usage d'internet et des technologies du numérique. *A contrario*, les 12-17 ans et les titulaires de hauts revenus sont les moins nombreux en proportion à indiquer qu'ils rencontrent une difficulté (respectivement 33 % et 34 %). L'écart entre les 12-17 ans (33 %) et les 18-24 ans (66 %) est donc considérable.

La zone d'habitation semble, en revanche, relativement peu affecter ces limites. Ainsi, la proportion de personnes se considérant limitées dans leur usage du numérique est-elle proche entre les communes rurales (48 %) et l'agglomération parisienne (44 %).

Graphique 282

Catégories sociales selon leur proportion à déclarer au moins une limite dans l'usage du numérique

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % déclarant une limite au moins – - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Lorsqu'on s'intéresse dans le détail aux causes qui limitent l'usage d'internet (Tableau 14), on constate que :

- Les limites financières sont plus fortes chez les 18-24 ans, les non-diplômés les plus pauvres (28 %),
- Le sentiment de non-maîtrise culmine chez les retraités (23 %) et les 70 ans et plus (28 %),
- Le désintérêt pour le numérique est particulièrement marqué chez les non-diplômés (26 %) et les plus âgés (22 % des 70 ans et plus),
- Le rejet du numérique, pour sa part, atteint 20 % chez les non-diplômés, 19 % chez les plus âgés et 18 % chez les 18-24 ans.

Tableau 14 - Tableau socio-démographique des limites à l'usage du numérique

« Actuellement, qu'est-ce qui peut vous conduire à limiter votre usage du numérique ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066

	Votre désintérêt pour le numérique (peu ou pas utile pour vous)	Votre sentiment de non-maîtrise des outils numériques	Les équipements et/ou abonnements internet trop coûteux	Votre rejet du numérique (limitation volontaire)	Rien de particulier
Ensemble	12	16	20	12	56
Homme	11	15	20	11	55
Femme	12	17	21	12	56
12 à 17 ans	5	12	15	4	67
18 à 24 ans	12	21	28	18	34
25 à 39 ans	9	13	20	11	53
40 à 59 ans	8	13	20	9	60
60 à 69 ans	12	16	21	10	60
70 ans et plus	22	26	21	19	50
Non diplômé	26	20	28	20	45
BEPC	14	20	23	12	53
BAC	10	15	20	11	55
Diplômé du supérieur	8	13	18	12	59
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	17	16	22	15	50
Cadre et profession intellectuelle supérieure	8	13	14	10	62
Profession Intermédiaire	7	11	19	11	59
Employé	8	14	19	7	61
Ouvrier	11	15	26	13	51
Personne au foyer	9	15	21	9	56
Retraité	19	23	21	16	52
Autre inactif	9	15	20	10	54
Bas revenus	13	17	28	11	46
Classes moyennes inférieures	12	16	23	11	55
Classes moyennes supérieures	9	17	17	11	59
Hauts revenus	10	13	12	12	66
Communes rurales	16	18	22	15	52
2 000 à 19 999 habitants	11	16	20	13	55
20 000 à 99 999 habitants	13	14	22	10	56
100 000 habitants et plus	9	15	19	11	58
Agglomération parisienne	11	17	20	8	56

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Lecture : 17 % des hommes et 20 % des femmes considèrent leur faible maîtrise des outils comme un frein à leur utilisation du numérique. Réponses non-exclusives, à part « Rien de particulier ».

c) Les principales difficultés rencontrées dans la réalisation des démarches administratives en ligne ne sont pas liées au manque de compétence numérique

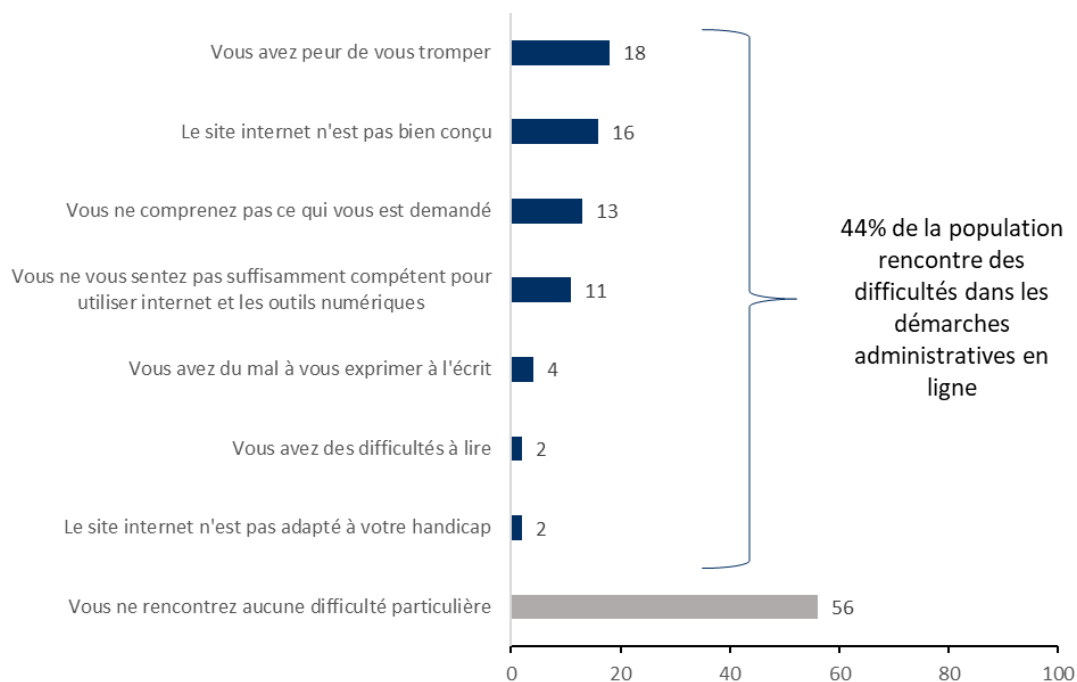
La dématérialisation (ou numérisation) des démarches administratives s'est imposée comme une nouvelle norme du service public (le plan « Action publique 2022 » visait la dématérialisation de l'ensemble des démarches administratives en 2022). Presque un Français sur deux (44 %) rencontre des difficultés dans la réalisation de démarches administratives en ligne. Parmi les raisons évoquées, le manque de compétence numérique est seulement le 4^{ème} motif exprimé par les Français (11 %). En réalité, les trois principales raisons des difficultés rencontrées dans la réalisation de démarches administratives en ligne semblent être davantage liées à la désintermédiation de la relation citoyen-administration produite par la dématérialisation. En effet, tout d'abord, ce contact direct avec l'administration, rendant l'utilisateur responsable du déroulé de la procédure administrative, produit une peur de se tromper qui concerne 18 % de la population. Ensuite, le support de cette relation administrative numérisée semble également être un motif de difficulté important puisque 16 % de la population estime que le site internet de la démarche n'est pas bien conçu. Enfin, ce rapport numérisé à l'administration confronte l'utilisateur au langage administratif qui n'est pas compréhensible pour 13 % de la population. Par ailleurs, d'autres difficultés très minoritaires sont rencontrées par la population comme la difficulté à écrire (4 %), lire (2 %) ou encore lié aux situations de handicap (2 %).

Si le développement des compétences numériques apparaît utile pour accéder aux démarches en ligne, les résultats mentionnés ci-dessus suggèrent que c'est plutôt le manque de compétences administratives au sein de la population qui semble jouer un rôle majeur dans les difficultés rencontrées dans la réalisation de démarches administratives en ligne.

Graphique 283 – Difficultés rencontrées pour réaliser une démarche administrative en ligne

« La plupart des démarches administratives peuvent désormais se faire sur internet. Lorsque vous rencontrez des difficultés à réaliser une démarche administrative sur internet, c'est parce que ... »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



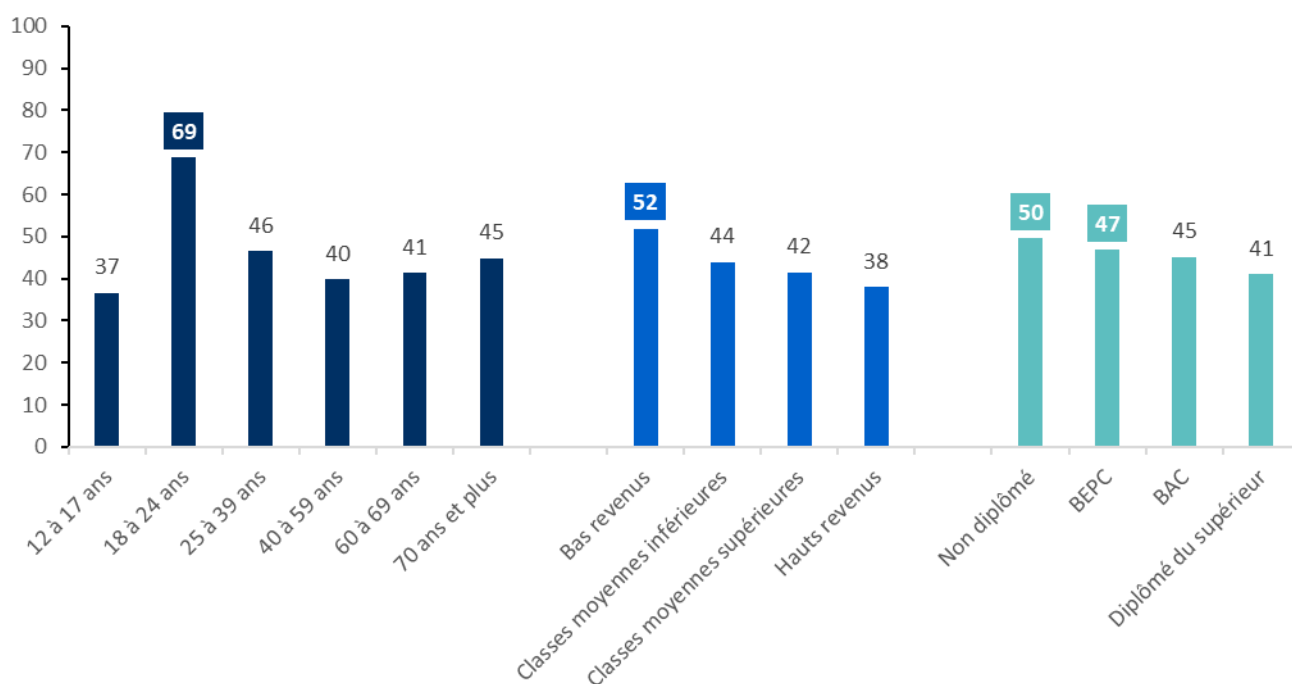
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Réponses non-exclusives, à part « aucune difficulté particulière »

Les jeunes adultes (18-24 ans) sont, de loin, les plus nombreux à éprouver des difficultés concernant la réalisation de démarches administratives en ligne. Près du quart des 18-24 ans redoute de se tromper (24 %) et un sur cinq (21 %) ne comprend pas ce qui est demandé. Bien plus que le reste de la population, ils sont 15 % à ne pas se sentir suffisamment compétents sur les outils internet. Au total, seuls 31 % d'entre eux déclarent ne pas avoir de difficulté particulière (contre 56 % de la population totale et 55 % des plus de 70 ans).

Graphique 284 – Part de la population rencontrant au moins une difficulté lorsqu'ils effectuent des démarches administratives en ligne

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

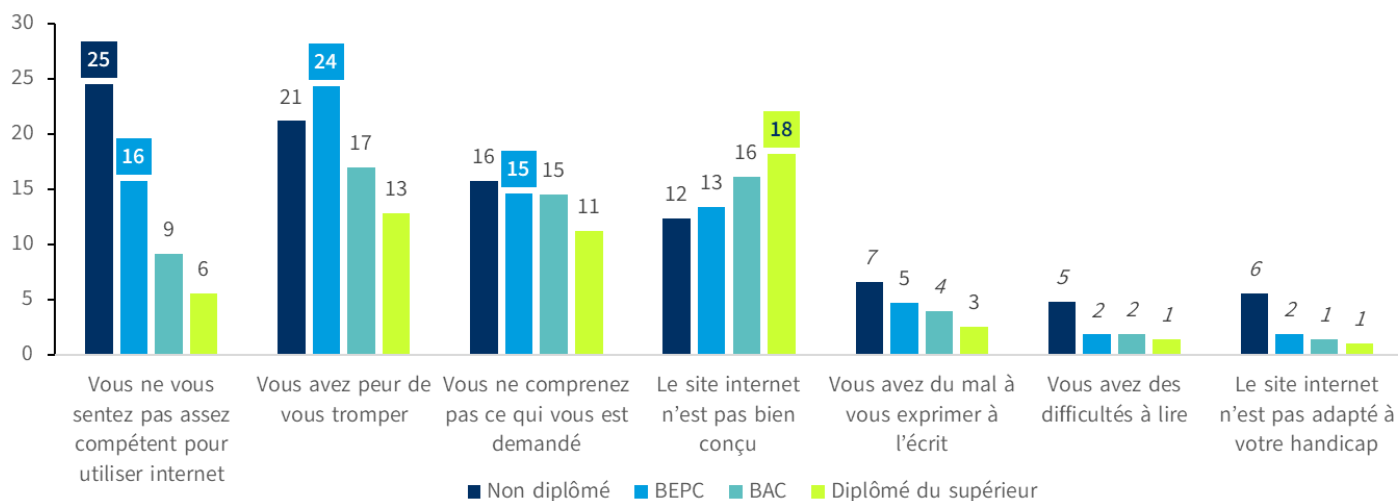


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le niveau de diplôme a également un lien avec les raisons pour lesquelles les personnes rencontrent des difficultés au moment de réaliser des démarches administratives en ligne, (Graphique 285). Les personnes les moins diplômées doutent également de leurs compétences au numérique (25 % des non diplômés et 16 % des personnes avec un BEPC) et craignent de se tromper (21 % des non diplômés et 21 % des personnes avec un BEPC). Ils font également davantage état de difficultés propres telles que la maîtrise de la langue ou la présence d'un handicap. Malgré ces obstacles, la moitié d'entre eux déclarent ne pas faire face à des problèmes particuliers. Les diplômés du supérieur semblent les plus à l'aise avec les démarches administratives en ligne, se distinguant du reste de la population par une plus grande critique sur la mauvaise conception des sites (18 % contre 16 % pour l'ensemble de la population).

Graphique 285 – Difficultés rencontrées par les personnes lorsqu’elles effectuent des démarches administratives ligne selon le niveau de diplôme

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

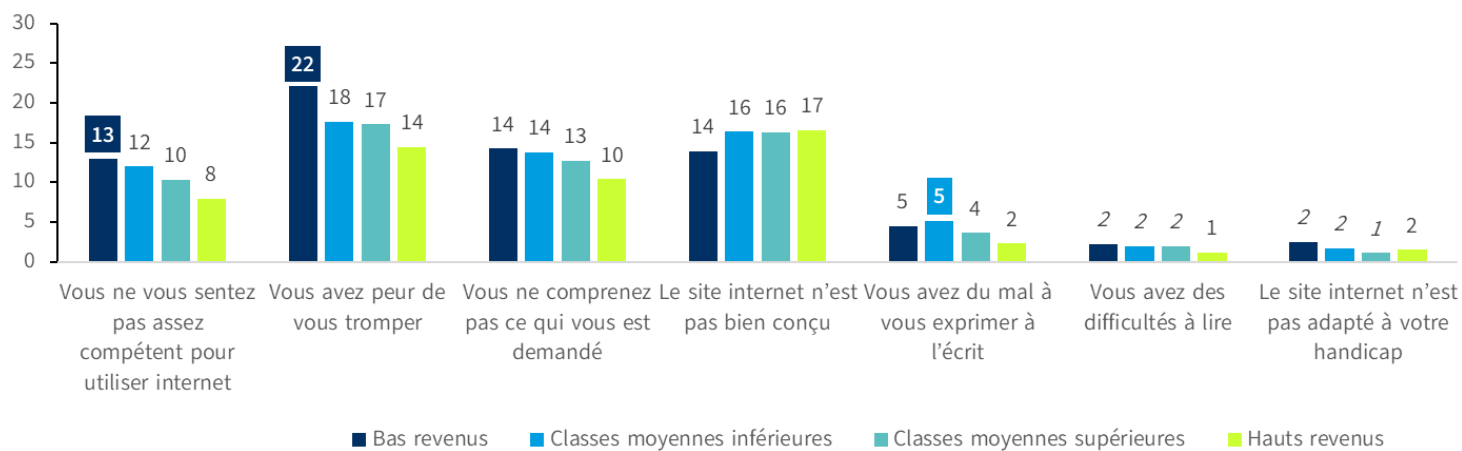
Réponses non-exclusives.

Enfin, le type et le niveau de difficultés rencontrées pour réaliser des démarches administratives est corrélé au niveau de vie (Graphique 286) : au sein des titulaires de bas revenus, plus d'une personne sur deux (52 %) rencontre au moins un problème de ce genre, contre 38 % seulement des titulaires de hauts revenus. Ce que craignent principalement les plus pauvres, c'est de se tromper, de commettre une erreur (22 %). Or « les prestations sociales non contributives représentent 38 % du revenu disponible des ménages pauvres (14 % de minima sociaux, 11v% d'aides au logement, 10v% de prestations familiales et 3 % de prime d'activité). Elles augmentent en moyenne le niveau de vie des personnes pauvres de 347 euros par mois, sans toutefois leur permettre de franchir le seuil de pauvreté »⁴⁸. L'importance des revenus issus de transferts sociaux explique combien, pour ces ménages, les conséquences d'une erreur pourraient s'avérer très pénalisantes. Les titulaires de bas revenus, par ailleurs, éprouvent plus souvent qu'en moyenne le sentiment qu'ils ne sont pas suffisamment compétents pour utiliser internet (13 %).

⁴⁸ Source : Pierre-Yves Cabannes et Opale Echegu, Panoramas de la DREES, 2024

Graphique 286 – Difficultés rencontrées par les personnes lorsqu'elles effectuent des démarches administratives en ligne selon le niveau de vie

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Réponses non-exclusives.

Tableau 15 - Tris socio-démographiques des difficultés rencontrées dans la réalisation d'une démarche administrative sur internet

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -

	Ne se sent pas assez compétent pour utiliser internet	Vous avez peur de vous tromper	Ne comprend pas ce qui est demandé	Site internet pas bien conçu	A du mal à vous exprimer à l'écrit	Des difficultés à lire	Site internet pas adapté à votre handicap	Pas de difficulté particulière
Ensemble	11	18	13	16	4	2	2	56
Homme	11	17	14	16	5	2	2	55
Femme	11	19	12	15	3	2	2	57
12 à 17 ans	3	12	8	18	4	1	1	63
18 à 24 ans	15	24	21	17	10	3	2	31
25 à 39 ans	8	16	14	15	4	3	1	54
40 à 59 ans	7	16	12	17	3	1	1	60
60 à 69 ans	15	19	11	16	4	1	1	59
70 ans et plus	22	25	14	12	4	3	4	55
Non diplômé	25	21	16	12	7	5	6	50
BEPC	16	24	15	13	5	2	2	53
BAC	9	17	15	16	4	2	1	55
Diplômé du supérieur	6	13	11	18	3	1	1	59
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	14	13	14	17	2	2	1	56
Cadre et profession intellectuelle supérieure	7	10	9	19	3	1	1	61
Profession Intermédiaire	6	14	14	17	3	2	1	58
Employé	8	17	11	17	2	1	1	58
Ouvrier	10	25	15	12	7	3	2	51
Personne au foyer	12	17	16	14	2	1	3	55
Retraité	19	23	13	14	4	2	3	56
Autre inactif	7	15	13	17	7	3	2	53
Bas revenus	13	22	14	14	5	2	2	48
Classes moyennes inférieures	12	18	14	16	5	2	2	56
Classes moyennes supérieures	10	17	13	16	4	2	1	58
Hauts revenus	8	14	10	17	2	1	2	62
Communes rurales	13	20	14	17	4	2	2	55
2 000 à 19 999 habitants	11	18	14	16	3	1	2	56
20 000 à 99 999 habitants	12	17	13	17	5	3	1	56
100 000 habitants et plus	10	18	14	16	3	2	2	57
Agglomération parisienne	9	16	10	13	6	2	2	56

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

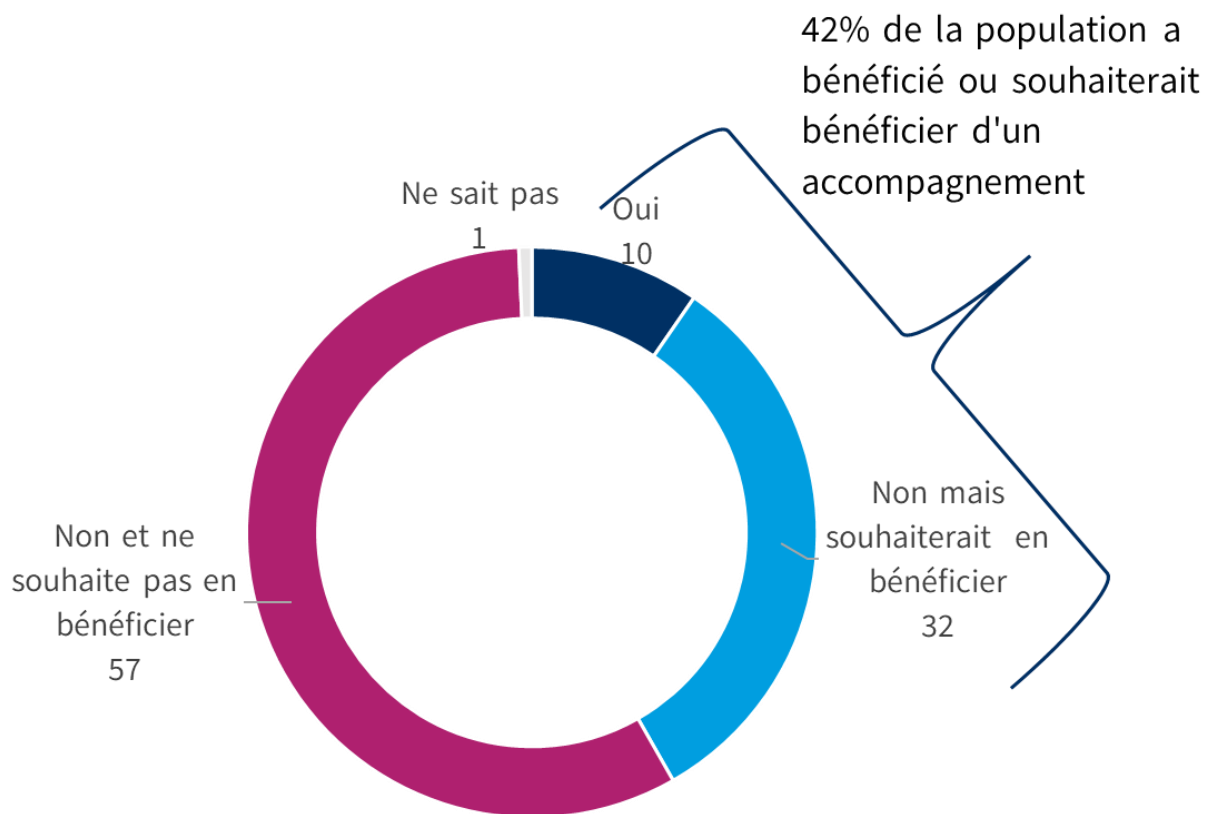
Réponses non-exclusives, à part « aucune difficulté particulière »

d) Près d'un Français sur deux plébiscite un accompagnement physique et gratuit pour faire face à leurs difficultés dans l'usage au numérique

Face aux difficultés rencontrées dans l'usage du numérique, près d'un Français sur deux (42 %) a bénéficié ou souhaiterait bénéficier d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique, un chiffre proche de la part de personnes déclarant subir des freins dans leur utilisation du numérique (44 %, voir *supra*). Dans le détail, **seules 10 % de la population a bénéficié d'un tel accompagnement** et 32 % de la population souhaiterait en bénéficier.

Graphique 287 – Part de la population ayant bénéficié d'un accompagnement gratuit au numérique
« Il existe sur le territoire des personnes qui proposent gratuitement des accompagnements à l'apprentissage du numérique lorsqu'on rencontre des difficultés dans l'usage de cette technologie. Avez-vous déjà bénéficié de ce type d'accompagnement ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Les groupes ayant le plus bénéficié de ce type d'accompagnement gratuit sont, de loin, les jeunes adultes de 18-24 ans (pour 32 % d'entre eux) et, dans une moindre mesure, les 25-39 ans (pour 15 % d'entre eux). Les 18-24 ans, pour autant, se caractérisent toujours, au moment de l'enquête, par un niveau plus grand de difficulté, notamment financières et administratives, et de craintes vis-à-vis du numérique.

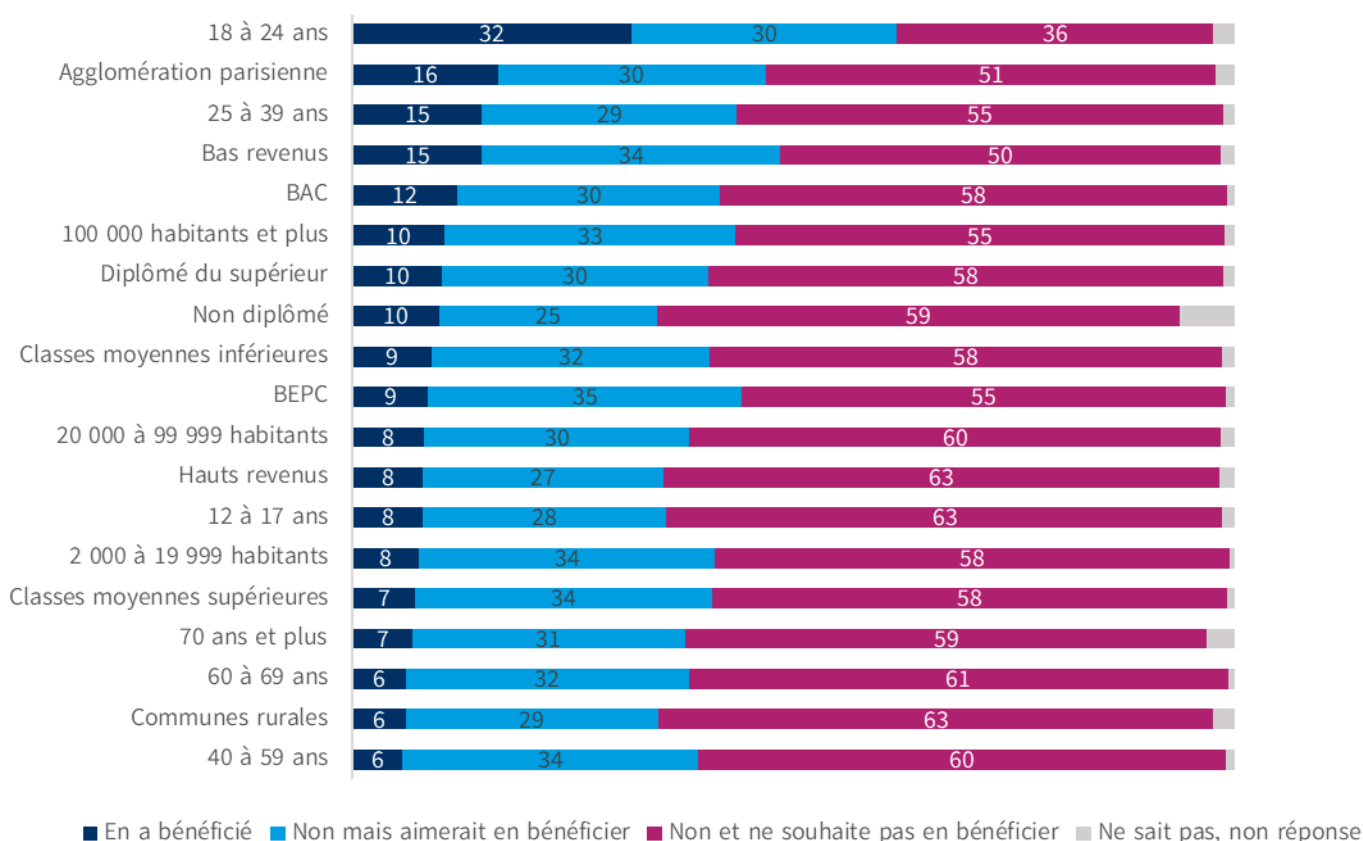
L'accompagnement au numérique a également plus souvent concerné les inactifs hors retraités et hors personnes au foyer (16 % d'entre eux), groupe rassemblant notamment les étudiants. Cet accompagnement s'inscrit d'abord dans le cadre des études et dans une perspective de formation professionnelle. En effet, 17 % des étudiants sans activité professionnelle, 46 % des étudiants avec activité professionnelle et 31 % des personnes cherchant un premier emploi ont suivi ce type

d'accompagnement. En revanche, il n'a concerné que 9 % des chômeurs ayant déjà travaillé et 9 % des personnes en emploi.

En terme géographique, les habitants de Paris et de l'agglomération parisienne en ont davantage bénéficié (16 % d'entre eux) que le reste de la population, et l'écart est particulièrement important avec les habitants des communes rurales (6 %) et des petites villes de moins de 20 000 habitants (8 %).

Graphique 288 – Positionnement à l'égard d'un accompagnement gratuit au numérique selon les caractéristiques socio-démographiques

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

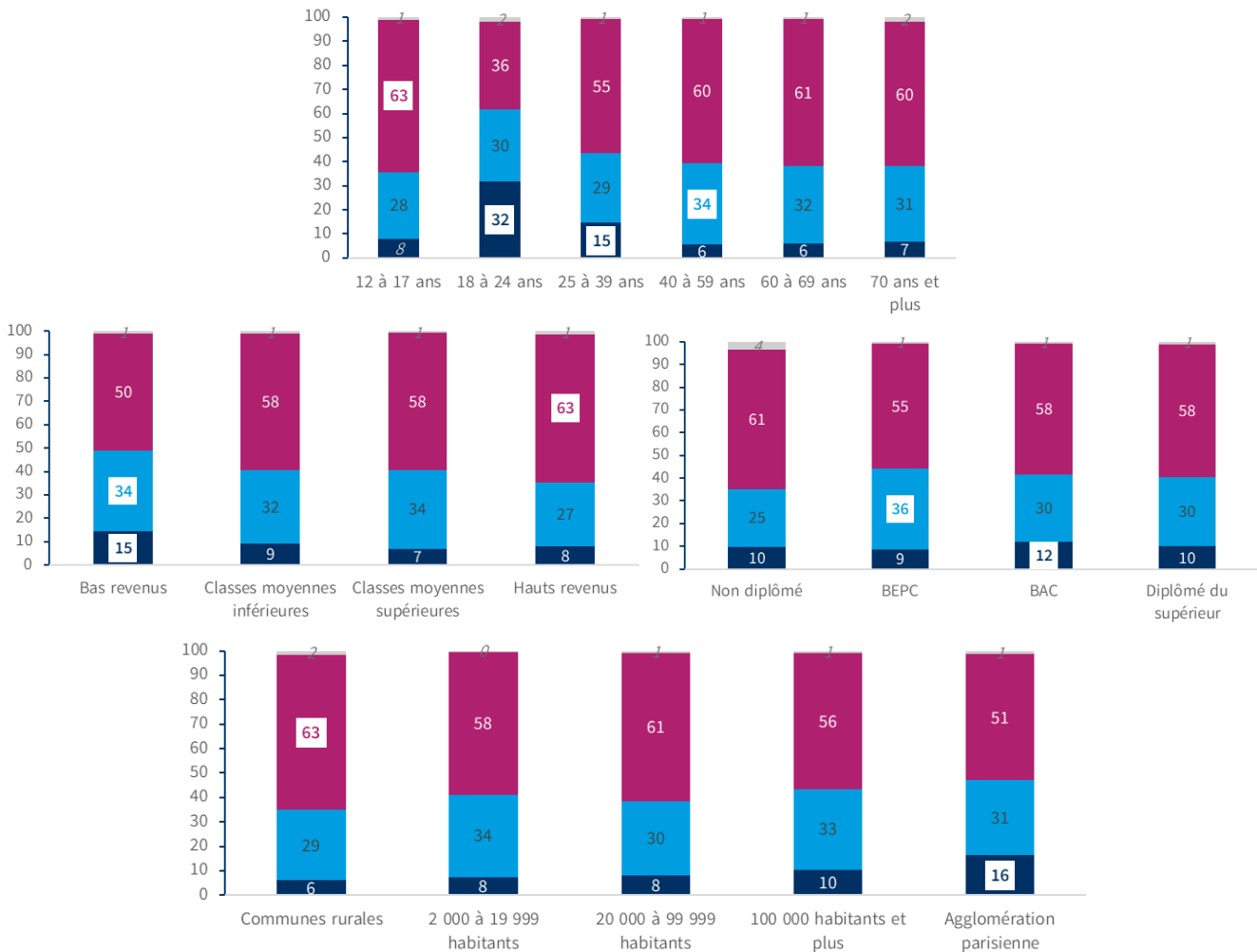
32 % de la population n'a pas bénéficié d'un accompagnement gratuit au numérique mais en souhaiterait un. Les disparités sociodémographiques observables laissent apparaître l'importance du niveau de diplôme et de la profession dans l'opportunité et la nécessité de s'acculturer aux outils numériques dans sa vie quotidienne. Ainsi, les 40-59 ans (34 %) sont significativement plus nombreux à exprimer une envie d'être accompagné sans l'avoir été, de même que les personnes disposant de faibles revenus (34 %). 36 % des personnes dont le niveau de diplôme le plus élevé est le BEPC expriment ce besoin d'accompagnement pour l'heure non satisfait et jusqu'à 40 % des ouvriers.

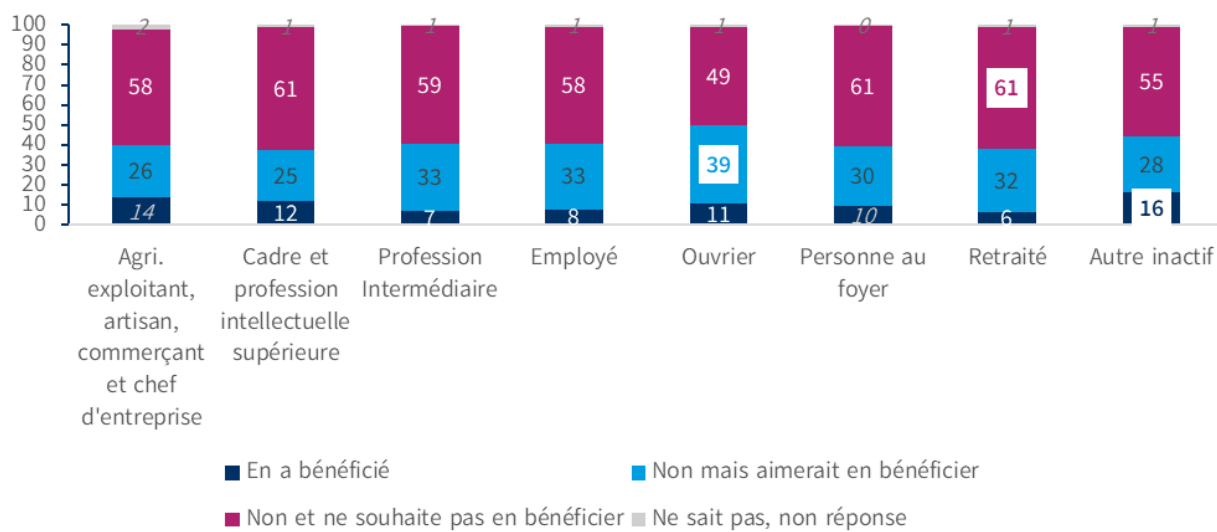
Près de six Français sur dix (58 %) n'ont pas bénéficié d'un accompagnement gratuit au numérique et ne souhaitent pas en recevoir. Les plus jeunes (63 % des 12-17 ans) ainsi que les personnes disposant de hauts revenus (65 %) mais aussi les habitants des communes rurales (64 %) sont les plus réfractaires à cet accompagnement.

Graphique 289 – Positionnement à l'égard d'un accompagnement gratuit au numérique selon l'âge, le niveau de vie, le niveau de diplôme, la taille d'agglomération de résidence et la catégorie socioprofessionnelle

« [...] Avez-vous déjà bénéficié de ce type d'accompagnement ? » / « Si non, où souhaiteriez-vous bénéficier de cet accompagnement au numérique en priorité ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % - effectif total pondéré n : 4 066 -





Source : CREDOC, Baromètre du numérique

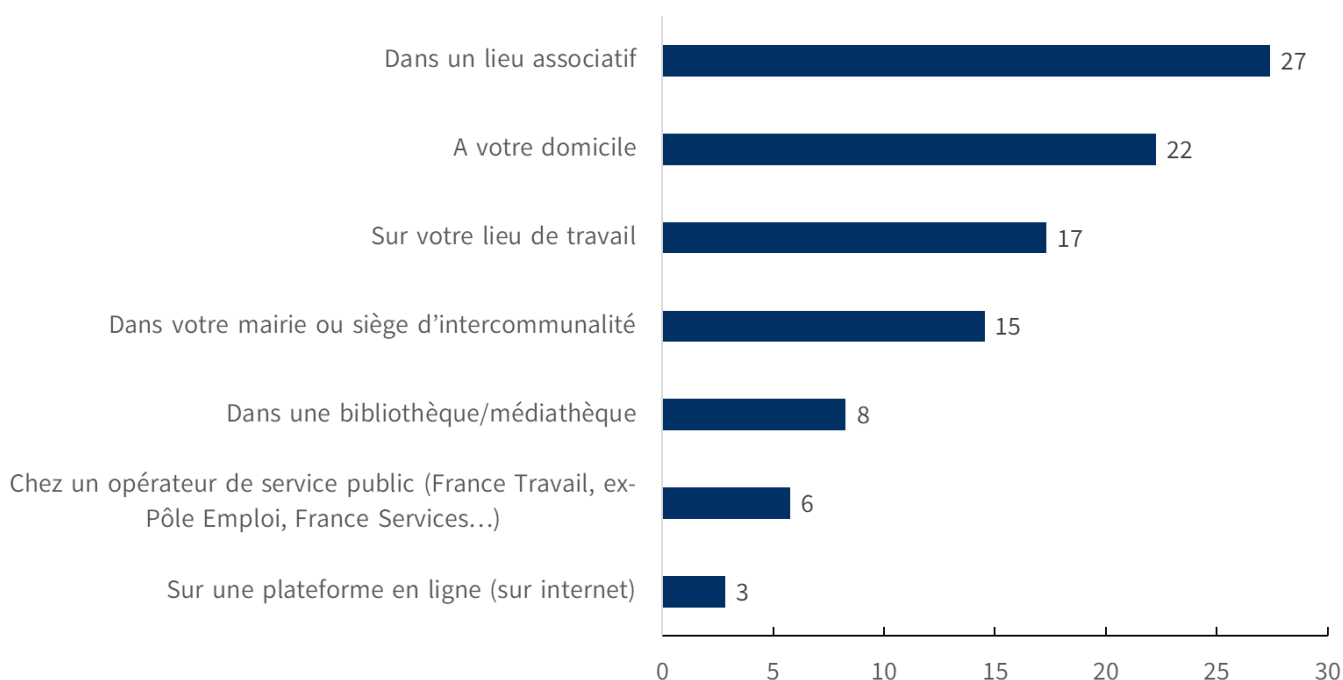
e) L'accompagnement au numérique a d'abord lieu dans des associations

Les lieux où les personnes ont bénéficié d'un accompagnement au numérique sont divers (Graphique 290). Les associations constituent le premier lieu, pour 27 % d'entre eux, devant le domicile des bénéficiaires (22 %) ou leur lieu de travail (17 %). 15 % mentionnent la mairie ou le siège de l'intercommunalité, 8 % une bibliothèque ou médiathèque, 6 % un opérateur de service public comme France Travail ou France Services et 3 % une plateforme en ligne.

Graphique 290 – Lieux d'accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique

« Où avez-vous bénéficié de cet accompagnement ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant déclaré avoir bénéficié d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique, en % - effectif total pondéré n = 391 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le faible nombre de personnes ayant bénéficié d'un accompagnement gratuit limite l'étude de leurs caractéristiques sociodémographiques. Toutefois, les hommes sont significativement plus nombreux que les femmes (27 % d'hommes contre 17 % de femmes) à mentionner un accompagnement à domicile et moins susceptibles de mentionner les lieux associatifs (19 % d'hommes), qui paraît au cœur de l'accompagnement des femmes (37 % des femmes accompagnées).

f) Les non bénéficiaires intéressés privilégieraient un accompagnement au numérique à leur domicile

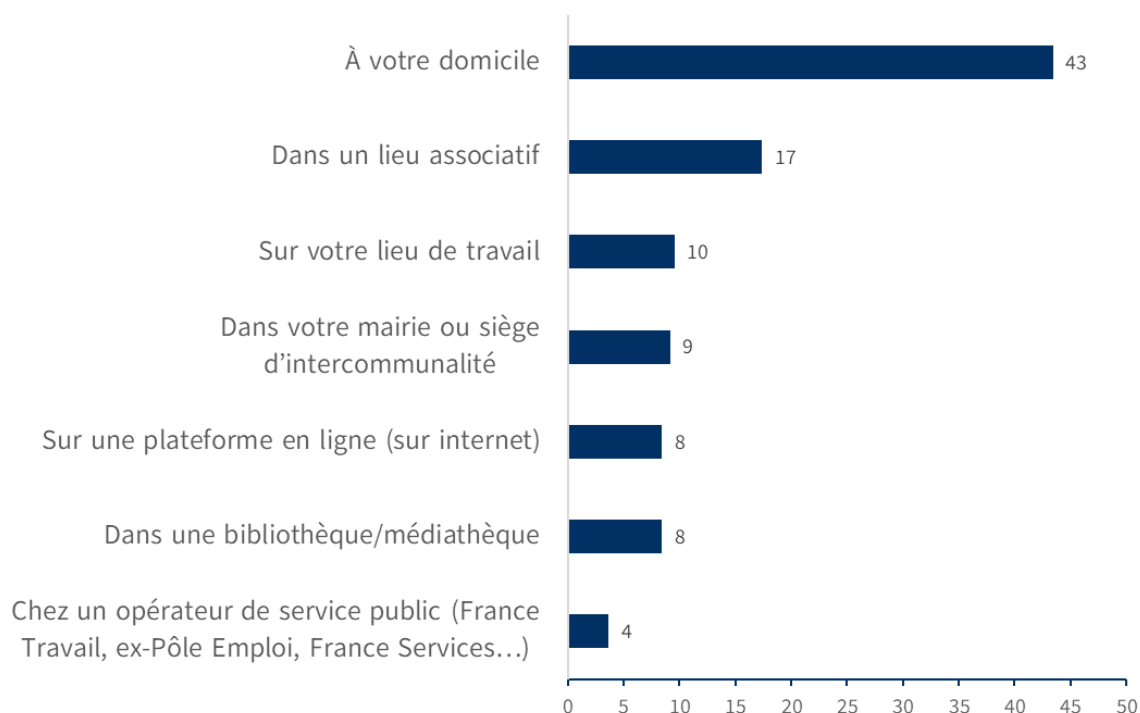
43 % des personnes n'ayant pas été accompagnées au numérique et le souhaitant mentionnent leur préférence pour **un accompagnement à domicile**. Le lieu associatif, premier lieu cité par les personnes ayant effectivement été accompagnées, occupe la deuxième place en termes de préférence des personnes ne l'ayant pas encore été mais loin derrière l'accompagnement chez soi : 17 % seulement des personnes souhaitant être accompagnées le mentionnent.

Une sur dix évoque ensuite le lieu de travail (10 %), soit presque autant que la mairie ou le siège d'intercommunalité (9 %), la plateforme en ligne (8 %) et la bibliothèque ou médiathèque (8 %). Enfin, les opérateurs publics de services publics comme France Services, qui ont fourni une aide à 6 % des personnes accompagnées, sont susceptibles d'attirer en priorité 4 % des personnes ne l'ayant pas encore été.

Graphique 291 – Préférence du lieu de formation pour la population n'ayant pas bénéficié d'accompagnements gratuits à l'apprentissage du numérique répondant aux difficultés dans l'usage de cette technologie selon le lieu d'apprentissage

« Si non, où souhaiteriez-vous bénéficier de cet accompagnement au numérique en priorité ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant déclaré ne pas avoir bénéficié d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique et en souhaiter un, en % - effectif total pondéré n : 3 664 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Note : La question « Si non, où souhaiteriez-vous bénéficier de cet accompagnement au numérique en priorité ? » a été exclusivement posée aux personnes ayant répondu qu'elles n'avaient jamais bénéficié d'un accompagnement à la question suivante : « Il existe sur le territoire des personnes qui proposent gratuitement des accompagnements à l'apprentissage du numérique lorsqu'on rencontre des difficultés dans l'usage de cette technologie. Avez-vous déjà bénéficié de ce type d'accompagnement ? »

Dans tous les groupes sociaux concernés, c'est l'accompagnement à domicile qui arrive en tête des préférences. Les 70 ans et plus disposés à être accompagnés sont les plus nombreux en proportion à privilégier le domicile (pour 56 %), ainsi que les personnes non diplômées (56 %), celles détenant d'un BEPC (50 %), les retraités (53 %), les ouvriers (53 %) ou encore les personnes vivant dans des ménages de deux personnes (49 %). 50 % des habitants des communes rurales et 52 % de celles comprenant entre 2 000 et 19 999 sont également favorables à un accompagnement à domicile.

Le lieu de travail est un lieu d'accompagnement potentiel naturellement plus accessible aux personnes d'âge actif : 15 % des 25-39 ans comme des 40-59 ans ouverts à un accompagnement au numérique le citent en priorité, tout comme 15 % des diplômés du supérieur et jusqu'à 17 % des membres des professions intermédiaires. 16 % des personnes vivant dans un foyer de quatre personnes mentionnent également le lieu de travail comme lieu d'accompagnement potentiel.

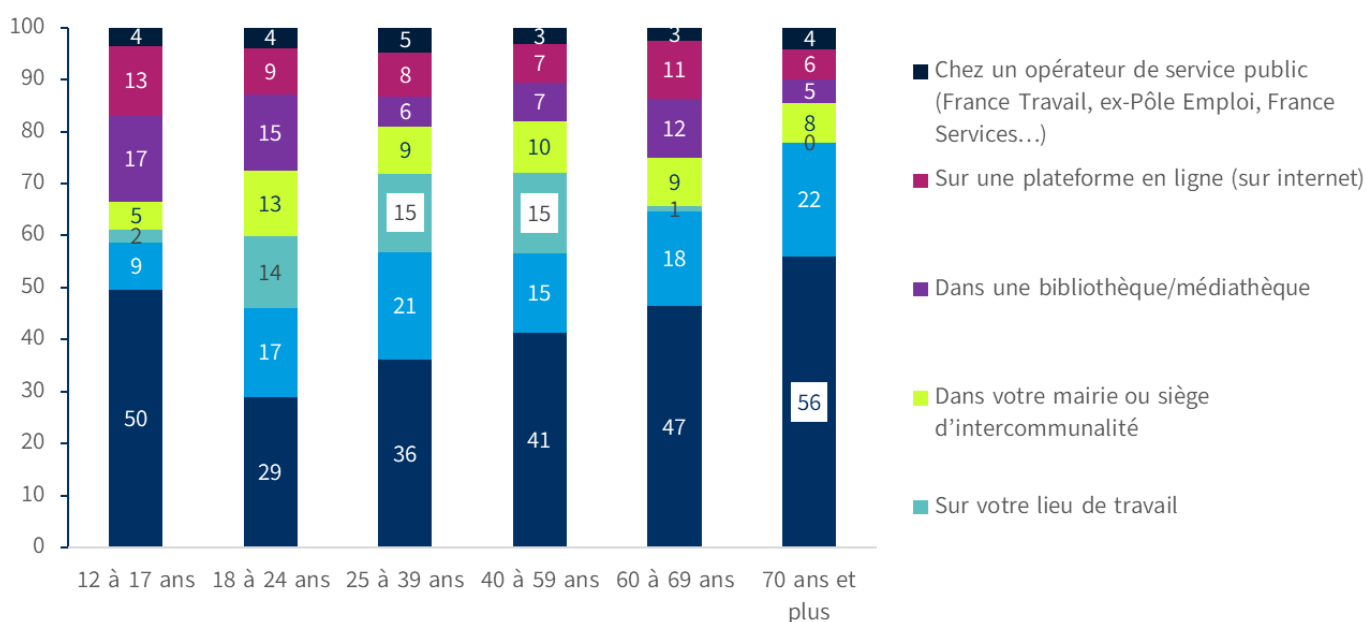
Le lieu attirant le plus les diplômés du supérieur est celui de type associatif : 21 % seraient disposés à y être accompagnés au numérique.

Les classes moyennes supérieures (12 %) et les habitants des agglomérations de 100 000 habitants et plus (12 %) se distinguent par une appétence plus forte pour les bibliothèques et médiathèques.

Enfin, 12 % des personnes à faibles revenus privilégieraient une plateforme en ligne s'ils devaient être accompagnés au numérique contre 8 % des personnes favorables à un accompagnement.

Graphique 292 – Préférence du lieu de formation pour la population n'ayant pas bénéficié d'accompagnements gratuits à l'apprentissage du numérique répondant aux difficultés dans l'usage de cette technologie selon le lieu d'apprentissage selon l'âge

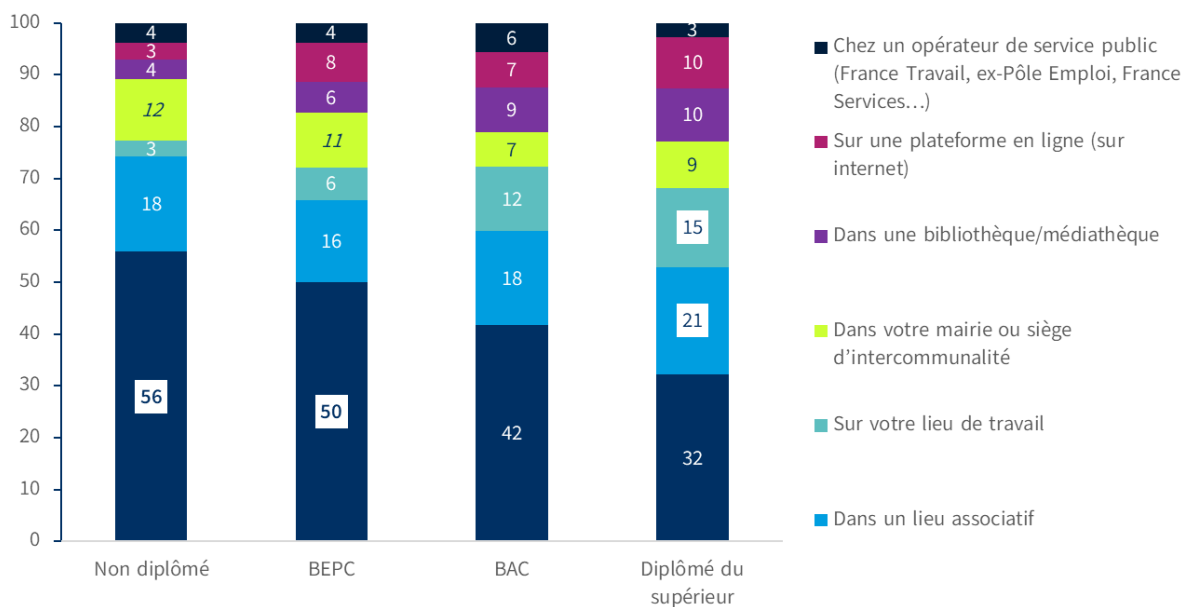
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant déclaré **ne pas** avoir bénéficié d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique et en souhaiter un, en % - effectif total pondéré n : 3 664 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 293 – Préférence du lieu de formation pour la population n'ayant pas bénéficié d'accompagnements gratuits à l'apprentissage du numérique répondant aux difficultés dans l'usage de cette technologie selon le lieu d'apprentissage selon le niveau de diplôme

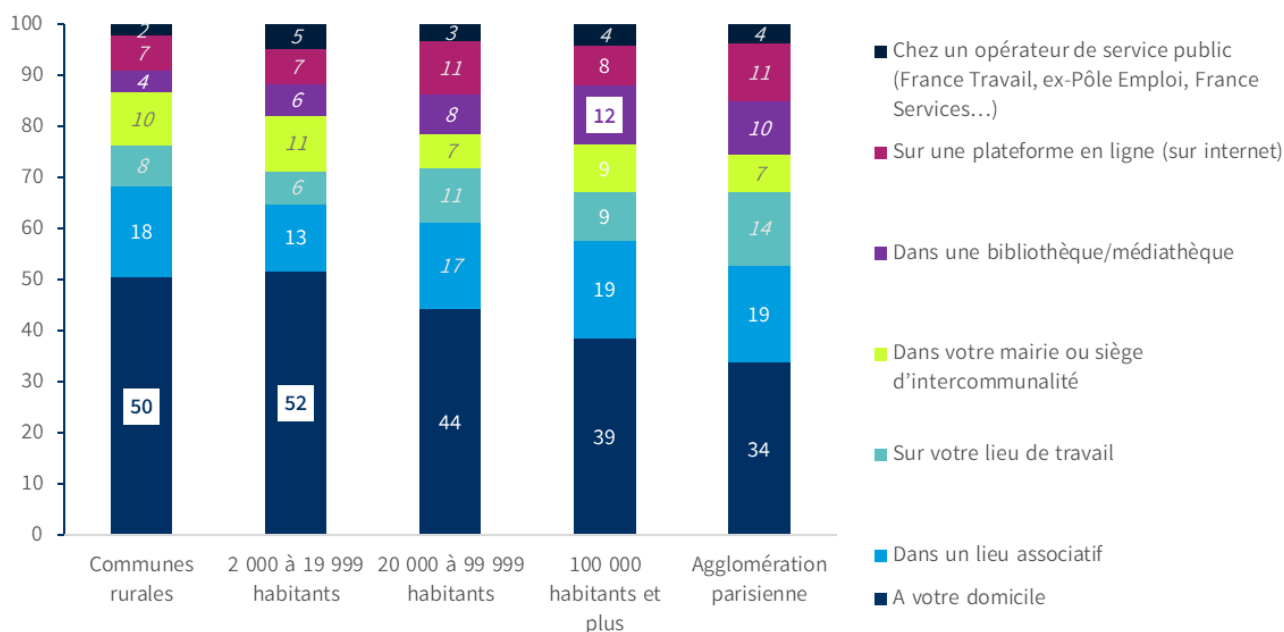
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant déclaré **ne pas** avoir bénéficié d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique et en souhaiter un - en % - effectif total pondéré n : 3 664 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Graphique 294 – Préférence du lieu de formation pour la population n'ayant pas bénéficié d'accompagnements gratuits à l'apprentissage du numérique répondant aux difficultés dans l'usage de cette technologie selon le lieu d'apprentissage selon la taille d'agglomération de résidence

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant déclaré **ne pas** avoir bénéficié d'un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique et en souhaiter un en % - effectif total pondéré n : 3 664 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

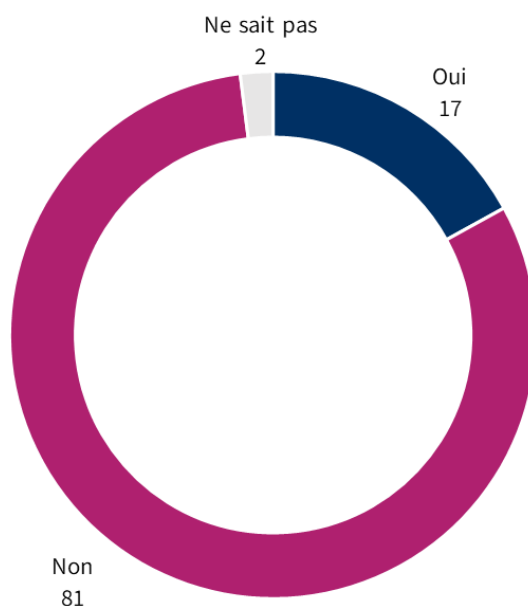
g) Huit Français sur dix n'ont jamais évalué leurs compétences numériques

Si le sentiment de ne pas maîtriser les outils numériques est largement partagé dans la société, il s'avère que seulement 17 % de la population a effectivement évalué son niveau de compétence numérique.

Graphique 295 – Part de la population ayant évalué son niveau de compétence numérique

« Avez-vous déjà évalué votre niveau de compétences numériques ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus – en % - effectif total pondéré n : 4 066 -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

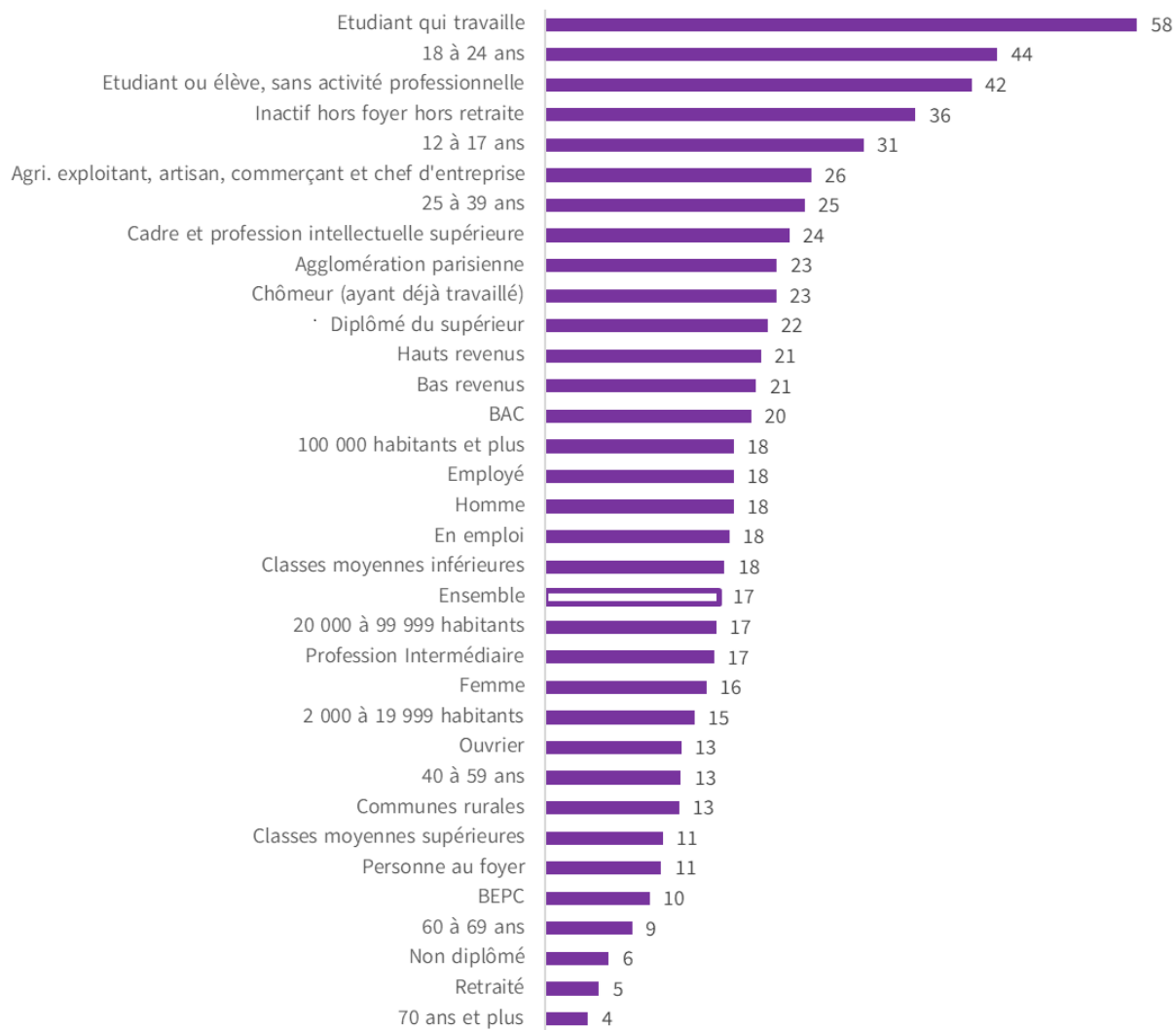
Il s'agit d'abord des plus jeunes et des plus diplômés, mais aussi des personnes aux bas revenus et des autres inactifs, c'est-à-dire les étudiants, les personnes en situation de maladie de longue durée ou d'invalidité ou encore ne recherchant pas d'emploi. Cela montre probablement qu'une telle évaluation s'inscrit d'abord dans une démarche de formation pour la vie professionnelle. En effet, les étudiants sont la catégorie professionnelle la plus concernée : 58 % des étudiants qui travaillent et 42 % de ceux qui n'ont pas d'activité professionnelle ont déjà évalué leurs compétences. C'est également le cas de 23 % des chômeurs ayant déjà travaillé et de 30 % des personnes en recherche de leur premier emploi.

La forte proportion de personnes ayant été évaluées chez les jeunes s'explique sans doute en partie par la généralisation récente de l'évaluation et la certification des compétences numériques mises en place à partir de l'année scolaire 2021-2022. Elles sont réalisées à travers la plateforme PIX auprès des collégiens (en classe de 3^e), des lycéens (en classe de terminale), des étudiants suivant des formations dispensées au lycée ou dans des établissements d'enseignement supérieur ainsi que des stagiaires de la formation continue des établissements d'enseignements publics⁴⁹.

49 Voir notamment Direction de l'information légale et administrative, « PIX : plateforme d'évaluation et de certification des compétences numériques », Service-Public.fr, URL : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F19608> Page consultée le 8 octobre 2024.

Graphique 296 – Part de la population ayant évalué son niveau de compétence numérique par catégorie sociale

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus - effectif total pondéré n : 4 066 -



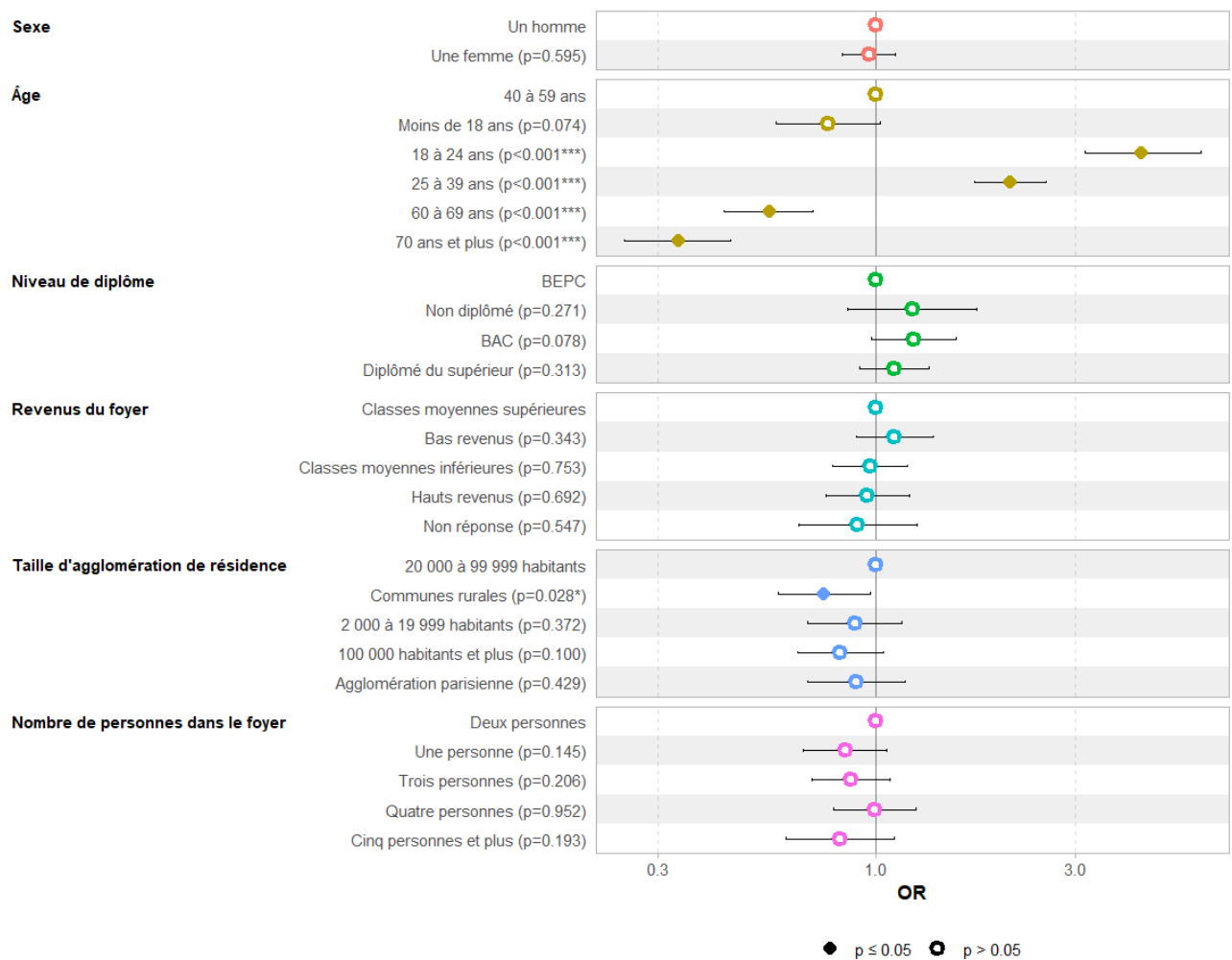
Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Annexe 1 : Analyses complémentaires

1. Régression logistique sur le signalement des comptes et contenus inappropriés sur les réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéo

« Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.) et les plateformes de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion, etc.) ont mis en place des dispositifs permettant de signaler des comptes ou des contenus inappropriés. Avez-vous déjà utilisé un de ces dispositifs de signalement ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos, en % -
- effectif total pondéré n : 3 268 -

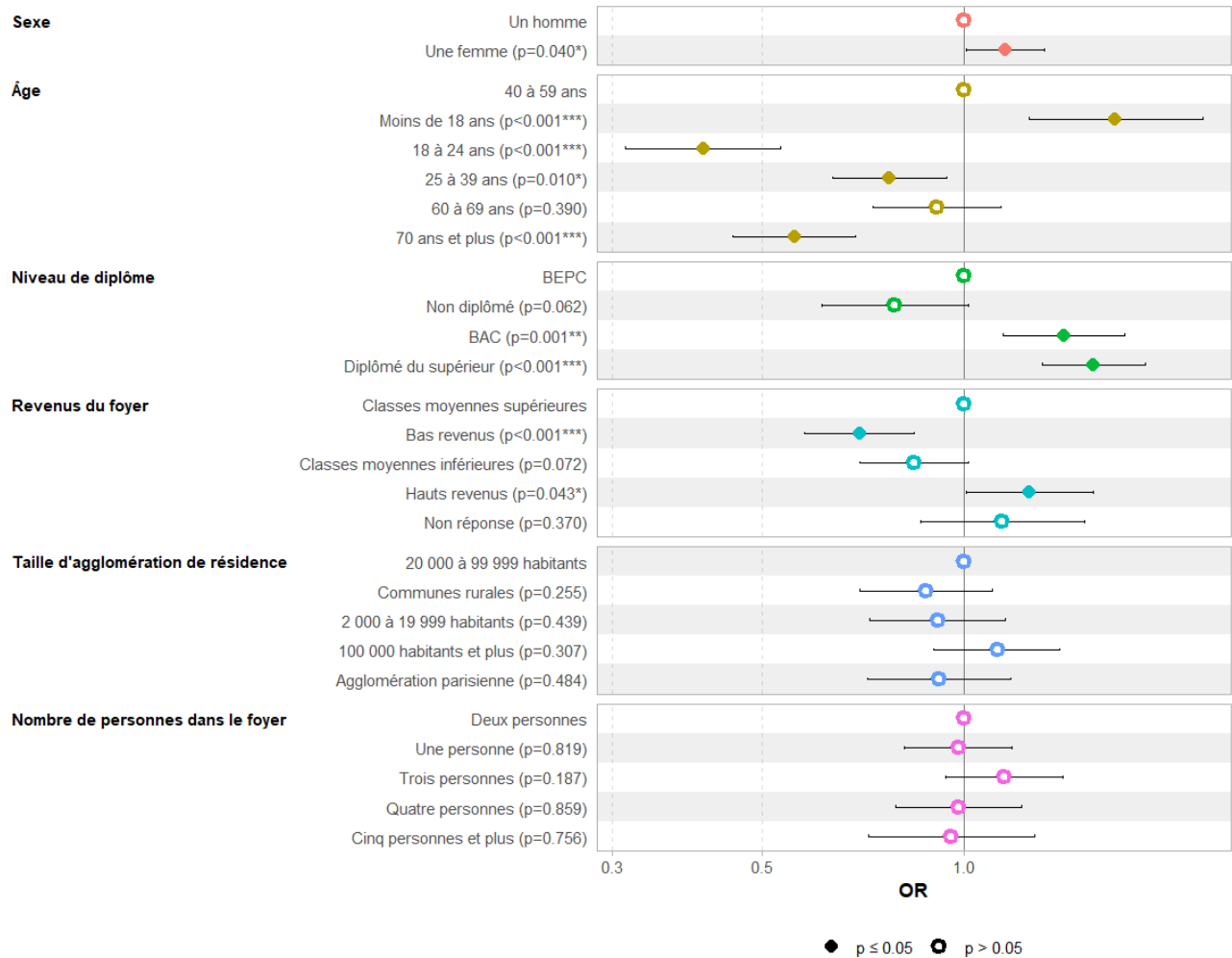


Source : CREDOC, Baromètre du numérique

2. Régression logistique sur l'absence de freins à l'usage d'internet et des outils numériques

« Citez, dans cette liste, tous les freins qui vous empêchent d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur *smartphone*, tablette ou ordinateur ? »

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus en %, n= 4066



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Annexe 2 : Méthodologie

L'enquête 2024 a été, pour partie, insérée dans le dispositif d'enquête du CREDOC sur les Conditions de vie et les aspirations. Deux enquêtes complémentaires ont été mises en place, afin d'interroger la population de 12 ans à 17 ans et les éloignés du numérique (personnes ne disposant pas, à leur domicile, d'une ligne de connexion fixe à internet). L'enquête s'est donc déroulée du 5 juillet 2024 au 6 août 2024 auprès de **trois populations cibles distinctes** (12 à 17 ans, 18 ans et plus, 18 ans et plus éloignés du numérique), avec des questionnaires adaptés et des quotas spécifiques, et grâce à **deux types de recueil** :

- **3 257** personnes de **18 ans et plus** ont été interrogées **online dans l'enquête CDV** (avec des quotas sur l'âge, le sexe, la PCS, le niveau de diplôme, la taille d'agglomération, la région, le type de logement).
- **601** personnes de **18 ans et plus éloignées du numérique** (ne disposant pas, à leur domicile, d'une ligne de connexion fixe à internet) ont été interrogées par **téléphone**, avec des quotas issus des données 2023 de l'enquête sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) de l'Insee (sexe, âge, PCS, région, taille d'agglomération).
- **208** personnes âgées de **12 à 17 ans** ont été interrogées online, après recueil de l'accord préalable de l'un des parents, avec les quotas suivants : âge, sexe, région, taille d'agglomération et PCS de la personne de référence.

1^{ère} phase de redressement

Dans un premier temps, un échantillon représentatif des personnes de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine a été constitué, en fusionnant les individus interrogés online ainsi que les individus éloignés du numérique interrogés par téléphone (n = **4 066**). Dans cet échantillon, on recense **905** personnes non équipées en internet à domicile (**601** contactées par téléphone et **304** online).

Cet échantillon a été redressé grâce aux quotas suivants : âge x sexe / région / taille d'agglomération / PCS / taille du foyer / type de logement / âge x diplôme / accès à une connexion fixe dans le logement.

Aux six critères de redressement classiquement utilisés dans les investigations menées précédemment en face-à-face, sont donc ajoutés deux critères afin de tenir compte des biais de sélection induits par le recours à un panel online : le niveau de diplôme (grâce à la variable croisée âge x diplôme) ainsi que l'équipement en connexion internet fixe à domicile. En 2024, la proportion mesurée en population générale des éloignés du numérique est issue **des données 2023 de l'enquête sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) de l'Insee**.

2^{ème} phase de redressement

Un échantillon représentatif des 12-17 ans a été constitué. Comme en 2023, les 18 ans et plus retenus pour le Baromètre du numérique ont été interrogés dans le cadre de l'enquête Conditions de vie et aspirations. Ainsi, l'échantillon des 12-17 ans a été entièrement constitué à **part** de l'enquête Conditions de vie et aspirations (n = **208**).

Les critères de redressement utilisés pour l'échantillon des 12-17 ans sont les suivants : âge x sexe, taille d'agglomération, et PCS du parent.

3^{ème} phase de redressement

Une fois redressés, l'échantillon des 18 ans et plus ainsi que celui des 12-17 ans ont été fusionnés à due proportion de leurs poids respectifs, pour fournir finalement un échantillon représentatif de la population de 12 ans et plus résidant en France métropolitaine (n = **4 066**).

Typologie des niveaux de vie : construction de l'indicateur

Pour tenir compte de la structure du foyer, une typologie des niveaux de vie est établie, à partir de l'ensemble des revenus du foyer mais aussi la taille de celui-ci.

Quatre catégories sont créées en fonction du revenu disponible pondéré par la taille du foyer (le revenu disponible total du foyer est divisé par la racine carrée du nombre de personnes le composant) et de sa situation par rapport au revenu pondéré médian :

- Les personnes avec des bas revenus ont un revenu pondéré inférieur à 0,7 fois le revenu pondéré médian ;
- la classe moyenne inférieure un revenu pondéré compris entre 0,7 et 1 fois le revenu pondéré médian ;
- la classe moyenne supérieure un revenu pondéré compris entre 1 et 1,5 fois le revenu pondéré médian ;
- les personnes avec des hauts revenus ont un revenu pondéré supérieur à 1,5 fois le revenu pondéré médian.

- Niveau de vie médian des différents groupes de niveau de vie

	En € par unité de consommation	En € par foyer
Bas revenus	1 000	1 250
Classe moyenne inférieure	1 750	2 064
Classe moyenne supérieure	2 530	2 900
Hauts revenus	4 220	5 500

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Annexe 3 : Questionnaire

Les questions non posées aux non équipés internet à domicile en 2024 sont signalées par ce logo



Nous allons maintenant parler du téléphone et d'internet

[A tous] * ARCEP * TELFIXE
BARONUM23

D1 Disposez-vous, à votre domicile, d'au moins une ligne téléphonique fixe ?

- . Oui 1
. Non 2

[A tous] * ARCEP * MICROPERSO- MICROPRO – TABLET2
BARONUM23

D2 Disposez-vous à votre domicile d'au moins ?

(Une réponse par ligne)

	Un	Plusieurs	Aucun	Je ne sais pas
. Un ordinateur personnel, fixe ou portable	1	2	3	4
. Un ordinateur professionnel, fixe ou portable	1	2	3	4
. Une tablette tactile	1	2	3	4

[Si TABLET2 = 1 ou 2 ALORS TABLETTE = 1]

[Si TABLET2 = 3 ALORS TABLETTE = 2]

[Si TABLET2 = 4 ALORS TABLETTE = 3]

[SI (MICROPERSO = 1 OU 2 OU MICROPRO =1 OU 2) ALORS MICRO2 = 1 SINON MICRO2 = 2]

[A tous] * ARCEP * PTSMART2
BARONUM23 TELMODET

D3 Disposez-vous personnellement...

(Une réponse par ligne)

	Acheté neuf	Acquis d'occasion ou reconditionné	Non, je n'en possède pas
. D'un <i>smartphone</i>	1	2	3
. [Si PTSMART2=3] D'un téléphone mobile classique	1	2	3

[Si PTSMART2 = 1 ou 2 ou si TELMODET = 1 ou 2 ALORS TELMOB = 1 sinon TELMOB = 2]

[Si PTSMART2 = 1 ou 2, créer SMARTPHO=1]

[Si SMARTPHO = 1] * ARCEP * SMARTACCESS_1 SMARTACCESS_2
BARONUM23

D4 Votre *smartphone* permet -il d'accéder :

	Oui	Non	Ne sait pas
Au réseau 5G	1	2	3
Au réseau 4G	1	2	3

[SMARTPHO=1] *CGE * HR_PHONE
NEW

D5 Combien d'heures par semaine passez-vous sur votre *smartphone* ?

								Heures par semaine
--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------------

Coder 999 999 si ne sait pas

[Si SMARTPHO=1] * ARCEP * NOMTEMP1
BARONUM19

D6 Quel est le système d'exploitation de votre *smartphone* ?

(Une seule réponse)

- | | |
|---------------------|---|
| . Android | 1 |
| . iOS (Apple) | 2 |
| . Autre | 3 |
| . Ne sait pas | 4 |

[Si SMARTPHO=1] * ARCEP * NAVISMAR2
BARONUM19

D7 Sur votre *smartphone*, quel navigateur utilisez-vous le plus fréquemment ?

(Une seule réponse)

- | | |
|--------------------------|----|
| . Safari (Apple) | 1 |
| . Google Chrome | 2 |
| . Mozilla Firefox | 3 |
| . Samsung Internet | 4 |
| . Opera | 5 |
| . Brave | 6 |
| . UC Browser | 7 |
| . DuckDuckGo | 8 |
| . Ecosia | 9 |
| . Autre..... | 10 |
| . Ne sait pas | 11 |

[Si SMARTPHO=1] * ARCEP * PREINSTA
BARONUM19

D8 Le navigateur que vous utilisez le plus fréquemment était-il préinstallé sur votre *smartphone* ?

- | | |
|---------------------|---|
| . Oui | 1 |
| . Non | 2 |
| . Ne sait pas | 3 |

[Si PREINSTA = 1] * ARCEP * WHYPREIN
BARONUM19

D9 Pour quelle raison principale utilisez-vous ce navigateur ?

- | | |
|---|---|
| . Il est meilleur que d'autres navigateurs que vous avez testés..... | 1 |
| . Vous n'en avez pas cherché d'autre car il répond à vos besoins | 2 |
| . Vous ne savez pas qu'on peut changer de navigateur, vous ne savez pas comment faire | 3 |
| . Ne sait pas | 4 |

[Si SMARTPHO=1] * ARCEP * NAVDEF1-2
NEW

D10 Depuis mars 2024, les entreprises comme Apple ou Google doivent permettre aux utilisateurs de *smartphone* de choisir facilement leur navigateur internet. À la suite de cette obligation, (Une réponse par ligne)

- | | Oui | Non | Je ne sais pas |
|---|-----|-----|----------------|
| . Vous a-t-on récemment proposé de choisir un nouveau navigateur ?..... | 1 | 2 | 3 |
| . Étiez-vous informé de cette nouvelle réglementation ? | 1 | 2 | 3 |

[Si NAVDEF1 ou NAVDEF2= 1] * ARCEP * NAVDEF3
NEW

D11 En avez-vous profité pour changer de navigateur sur votre *smartphone* à cette occasion ?

(Une seule réponse)

- | | |
|---------------------|---|
| . Oui | 1 |
| . Non..... | 2 |
| . Ne sait pas | 3 |

[Si SMARTPHO=1] * ARCEP * ANSMART
BARONUM20

D12 Depuis combien de temps détenez-vous votre *smartphone* ?

(Enumérez - Une seule réponse)

- . Moins d'un an 1
- . Entre un et deux ans 2
- . Entre deux et trois ans 3
- . Entre trois et quatre ans 4
- . Entre quatre et cinq ans 5
- . Plus de cinq ans 6

[Si SMARTPHO=1] * ARCEP * CHANSMAR
BARONUM20

D13 La dernière fois que vous avez renouvelé votre *smartphone*, pour quelle raison l'avez-vous fait ?

(Enumérez - Une seule réponse)

- . Il n'était plus du tout utilisable / ne fonctionnait plus 1
- . Il ne fonctionnait plus correctement (batterie défaillante, écran cassé, etc.) ... 2
- . Le système d'exploitation n'était plus à jour 3
- . Vous l'aviez perdu / on vous l'a volé 4
- . Il fonctionnait correctement mais vous souhaitiez changer 5
- . Il fonctionnait correctement mais vous souhaitiez changer
pour un téléphone de dernière génération 6
- . Il était utilisable mais vous avez eu une opportunité d'achat
(offre promotionnelle) 7
- . Autre 8
- . Je n'ai jamais renouvelé mon *smartphone*, c'est le premier que je possède ... 9
- . *Ne sait pas* 10

[Si CHANSMAR = 1 à 3 et 5 à 8 et 10] * ARCEP * VIEUSMAR2
BARONUM20

D14 Qu'avez-vous fait de votre précédent *smartphone* ?

- . Je l'ai gardé 1
- . Je l'ai donné ou vendu à un particulier 2
- . Je l'ai donné ou vendu à un commerçant 3
- . Je l'ai apporté dans une ressourcerie, recyclerie ou association 4
- . Je l'ai déposé dans un bac de collecte 5
- . Je l'ai déposé dans une déchèterie 5
- . Je l'ai jeté dans une poubelle classique 6
- . *Ne sait pas* 7

[Si VIEUXSMAR = 1] * ARCEP * KEEPSMAR
BARONUM20

D15 Pourquoi avez-vous gardé votre précédent *smartphone* ?

- . Il peut encore vous servir 1
- . Vous avez l'intention de le donner ou le vendre 2
- . Vous avez l'intention de récupérer les pièces détachées 3
- . Vous avez l'intention de le recycler 4
- . Pour des raisons de sécurité des données : vous avez peur que les données que
votre *smartphone* contient soient diffusées 5
- . Vous ne savez pas quoi en faire 6
- . *Ne sait pas* 7

[Si TELMOB=1] * ARCEP * OPEMOB2
BARONUM23

D16 Quel est votre opérateur de téléphonie mobile à titre personnel ?

- . SFR, RED, Coriolis, Afone, Pritel, Syma mobile 1
- . Orange, Sosh 2
- . Bouygues Télécom, B&you, NRJ mobile, Crédit mutuel mobile,
CIC mobile, Auchan Telecom, Cofidis mobile 3
- . Free Mobile 4
- . Un autre opérateur de téléphonie mobile, précisez : _ _ _ _ _ 5
- . *Ne sait pas* 6

[Si TELMOB=1] * ARCEP * FRQINTER – FRQHANG1
BARONUM23 FRQHANG2 - FRQAPPLI

D17 A quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel...

(Une réponse par ligne)

	Tous les jours	Une à deux fois par semaine	Plus rarement	Jamais	Nsp
. Pour vous connecter à internet (navigateur internet, applications, mails, jeux nécessitant une connexion internet, etc.)	1	2	3	4	5
. Pour échanger des messages textes via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc. (hors SMS) ? ...	1	2	3	4	5
. Pour téléphoner via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc. (hors téléphonie mobile classique) ?	1	2	3	4	5
. Pour télécharger des applications gratuites ou payantes sur votre <i>smartphone</i>	1	2	3	4	5

SI TELMOB=1 * ARCEP * FORFAIT2
BARONUM23

D18 De quelle offre mobile disposez-vous ?

- . Un forfait 1
- . Une carte prépayée 2
- . *Ne sait pas* 3

[Si FORFAIT2=1] * ARCEP * MOBPRIX
BARONUM23

D19 Quel est le tarif mensuel de votre forfait mobile ?

- . De 0 et à 4,99 € TTC 1
- . De 5 à 9,99€ TTC 2
- . De 10 à 14,99€ TTC 3
- . De 15€ à 19,99€ TTC 4
- . De 20 à 24,99€ TTC 5
- . De 25€ à 29,99€ TTC 6
- . De 30 à 34,99€ TTC 7
- . De 35€ à 39,99€ TTC 8
- . 40€ TTC ou plus 9
- . Ne sait pas 10

[Si FORFAIT2 = 1] * ARCEP * MOBNEG
NEW

D20 Au cours des deux dernières années, avez-vous essayé de négocier le prix de votre forfait avec votre opérateur mobile ?

- . Oui, une seule fois 1
- . Oui, plusieurs fois..... 2
- . Non 3
- . *Ne sait pas* 4

[Si MOBNEG = 1 ou 2] * ARCEP * WHYMOBNEG
NEW

D21 Pourquoi avez-vous négocié le prix de votre forfait avec votre opérateur mobile ?

- . Mon opérateur a augmenté le tarif de mon forfait 1
- . Ma période d'engagement se terminait 2
- . La période de promotion de mon forfait (hors fin d'engagement) se terminait 3
- . Des offres moins chères étaient disponibles chez d'autres opérateurs 4
- . Pour une autre raison 5
- . *Ne sait pas* 6

[Si MOBNEG=1] * ARCEP * MOBNEG2_1
NEW

D22 La négociation réalisée auprès de votre opérateur a-t-elle conduit à une baisse du tarif de votre abonnement mobile ?

- . Oui..... 1
- . Non 2
- . *Ne sait pas* 3

[Si MOBNEG=2] * ARCEP * MOBNEG2_2
NEW

D23 Les négociations réalisées auprès de votre opérateur ont-t-elle conduit à une baisse du tarif de votre abonnement mobile ?

- . Toujours 1
- . De temps en temps 2
- . Jamais 3
- . *Ne sait pas* 4

[Si FORFAIT2=1] * ARCEP * NBDATA
BARONUM20

D24 Quel est le volume de données mobiles inclus dans votre forfait mobile, en Go ?

(Une seule réponse)

- . Il n'en inclut pas 1
- . Moins de 1 Go (gigaoctets)..... 2
- . Entre 1 et 9 Go (gigaoctets) 3
- . Entre 10 et 49 Go (Gigaoctets) 4
- . Entre 50 et 99 Go (Gigaoctets) 5
- . Au moins 100 Go (Gigaoctets) 6
- . *Ne sait pas* 7

[Si FORFAIT2=1] * ARCEP * USDONNEE
NEW

D25 Utilisez-vous l'intégralité des données mobiles incluses dans votre forfait mobile chaque mois ?

(Une seule réponse)

- . Toujours 1
- . Souvent..... 2
- . De temps en temps 3
- . Jamais..... 4
- . Ne sait pas 5

[Si FORFAIT2=1] * ARCEP * PLUSDONNEE
NEW

D26 Avez-vous changé de forfait mobile ou a-t-il évolué au cours des deux dernières années pour une offre disposant de plus de données ?

(Une seule réponse)

- . Oui, car j'avais besoin de plus de données 1
- . Oui, mais je n'avais pas besoin de plus de données 2
- . Mon opérateur a augmenté de lui-même le volume de données disponibles dans mon forfait 3
- . Non 4
- . Ne sait pas 5

[Si FORFAIT2=1] * ARCEP * MOINSDONNEE
NEW

D27 Avez-vous changé de forfait mobile au cours des deux dernières années pour une offre disposant de moins de données ?

(Une seule réponse)

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3

[Si MOINSDONNEE=1] * ARCEP * WHYMOINSDONNEE
NEW

D28 Pour quelle raison avez-vous changé de forfait mobile au cours des deux dernières années pour une offre incluant moins de données ?

(Une seule réponse)

- . Pour des raisons financières 1
- . Parce que mes besoins de consommation ont changé 2
- . Pour limiter mon empreinte environnementale numérique 3
- . Pour une autre raison 4
- . Ne sait pas 5

[A tous] * ARCEP * INTERNET
BARONUM23

D29 Avez-vous, à votre domicile, une connexion à internet, hors téléphone mobile ?

- . Oui 1
- . Non 2

[Si INTERNET=1] * ARCEP * OPEWEB2
BARONUM23

D30 Quel est votre fournisseur d'accès principal pour votre connexion internet à domicile ?

- . Orange / Sosh / France telecom / Wanadoo 1
- . Free 2
- . SFR / Numericable 3
- . Bouygues Télécom /B&You 4
- . Autres fournisseurs d'accès internet 5
- . Ne sait pas 6



[Si INTERNET=1] * ARCEP * TYPCONN2
 [Si OPEWEB2 = 1 ou 2, filtrer modalité 2]
 BARONUM23

D31 Est-ce une connexion ...

(A l'écran, photo prises câble et fibre optique)

(Une seule réponse)

- | | |
|---|---|
| . Par une ligne ADSL | 1 |
| . Par le câble ou la fibre terminaison coaxiale | 2 |
| . Par la fibre optique de bout en bout / FttH | 3 |
| . Par un autre moyen, y compris Box 4G/5G | 4 |
| . Ne sait pas | 5 |



[Si INTERNET =1] ARCEP WEBTARIF
 BARONUM23

D32 Quel est le tarif mensuel de votre abonnement internet à haut ou très haut débit

(Une seule réponse)

- | | |
|----------------------------|---|
| . De 0 à 9,99€ TTC | 1 |
| . De 10 à 19,99€ TTC | 2 |
| . De 20 à 29,99€ TTC | 3 |
| . De 30 à 39,99€ TTC | 4 |
| . De 40 à 49,99€ TTC | 5 |
| . De 50 à 59,99€ TTC | 6 |
| . 60€ TTC ou plus | 7 |
| . Ne sait pas | 8 |



[Si INTERNET=1] * ARCEP * WEBNEG
 NEW

D33 Au cours des deux dernières années, avez-vous essayé de négocier le prix de votre abonnement internet à haut ou très haut débit avec votre opérateur ?

- | | |
|-----------------------------|---|
| . Oui, une seule fois | 1 |
| . Oui, plusieurs fois..... | 2 |
| . Non | 3 |
| . Ne sait pas | 4 |



[Si WEBNEG = 1 ou 2] * ARCEP * WHYWEBNEG
 NEW

D34 Pourquoi avez-vous négocié le prix de votre forfait avec votre opérateur internet ?

- | | |
|---|---|
| . Mon opérateur a augmenté le tarif de mon abonnement internet | 1 |
| . Ma période d'engagement se terminait | 2 |
| . La période de promotion de mon abonnement internet (hors fin d'engagement) se terminait | 3 |
| . Des offres moins chères étaient disponibles chez d'autres opérateurs .. | 4 |
| . Pour une autre raison | 5 |
| . Ne sait pas | 6 |



[Si WEBNEG=1] * ARCEP * WEBNEG2_1
 NEW

D35 La négociation réalisée auprès de votre opérateur fixe a-t-elle conduit à une baisse du tarif de votre abonnement internet ?

- | | |
|---------------------|---|
| . Oui..... | 1 |
| . Non | 2 |
| . Ne sait pas | 3 |



[Si WEBNEG=2]

* ARCEP *

WEBNEG2_2

NEW

D36 Les négociations réalisées auprès de votre opérateur fixe ont-t-elle conduit à une baisse du tarif de votre abonnement internet ?

- . Toujours 1
 . De temps en temps 2
 . Jamais 3
 . *Ne sait pas* 4



(voir ci-dessous)

* ARCEP *

AGEC1FIX AGEC1MOB

NEW

D37 Savez-vous que votre opérateur met à votre disposition sur votre espace personnel et / ou votre facture chaque mois le volume de données que vous avez consommé au cours du mois ... ?

- . [Si INTERNET = 1] Sur votre connexion fixe
 . [Si TELMOB=1] Sur votre connexion mobile



Oui	Non
1	2
1	2

(voir ci-dessous)

* ARCEP *

FRQAGEC1FIX-FRQAGEC1MOB

NEW

D38 À quelle fréquence consultez-vous les informations fournies par votre opérateur sur le volume de données que vous consommez ... ?

(Une réponse par ligne)

- . [Si AGEC1FIX = 1] Sur votre connexion fixe
 . [Si AGEC1MOB=1] Sur votre connexion mobile



Tous les mois	Plusieurs fois par an	Une fois par an	Jamais	<i>Ne sait pas</i>
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

(voir ci-dessous)

* ARCEP *

AGEC2FIX AGEC2MOB

NEW

D39 Savez-vous que votre opérateur met à votre disposition sur votre espace personnel et / ou votre facture chaque mois l'impact carbone (émissions de gaz à effet de serre) lié à votre consommation de données... ?

- . [Si INTERNET = 1] Sur votre connexion fixe
 . [Si TELMOB=1] Sur votre connexion mobile



Oui	Non
1	2
1	2

(voir ci-dessous)

* ARCEP *

FRQAGEC2FIX FRQAGEC2MOB

NEW

D40 A quelle fréquence consultez-vous les informations fournies par votre opérateur sur l'impact carbone (émissions de gaz à effet de serre) lié à votre consommation de données ... ?

(Une seule réponse)

- . [Si AGEC2FIX = 1] Sur votre connexion fixe
 . [Si AGEC2MOB =1] Sur votre connexion mobile



Tous les mois	Plusieurs fois par an	Une fois par an	Jamais	<i>Ne sait pas</i>
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

(voir ci-dessous)

* ARCEP *

AGEC3FIX AGEC3MOB

NEW

D41 Ces informations vous incitent-elles à limiter votre consommation de données ?

(Une réponse par ligne)

- . [Si FRQAGEC2FIX = 1 à 3] Sur votre connexion fixe
 . [Si FRQAGEC2MOB = 1 à 3] Sur votre connexion mobile



Oui	Non	<i>Ne sait pas</i>
1	2	3
1	2	3

[A tous] * ARCEP * FREQORDI - FREQTAB
 BARONUM23 FREQFIXE - FREQMOB - FREQALEX

D42 Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé les équipements suivants ?

(Une réponse par ligne)

	Tous les jours	1 ou 2 fois par semaine	Plus rarement	Jamais	Nsp
. Un ordinateur à domicile, qu'il soit personnel ou professionnel	1	2	3	4	5
. Une tablette	1	2	3	4	5
. Un téléphone fixe	1	2	3	4	5
. Un téléphone mobile, un <i>smartphone</i>	1	2	3	4	5
. Une enceinte connectée avec assistant vocal de type Google Home / Nest, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod	1	2	3	4	5

[A tous] * CGE * FREQTOT
 BARONUM23

D43 A quelle fréquence utilisez-vous internet, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile ?

. Tous les jours	1
. Une à deux fois par semaine	2
. Plus rarement	3
. Jamais	4
. <i>Ne sait pas</i>	5

[A tous] * ARCEP * HR_ECRAN2
 PRIN2018

D44 Pour votre usage personnel, combien d'heures par semaine passez-vous devant vos écrans tous écrans confondus (poste de télévision, *smartphone*, ordinateur, tablette, console de jeux, etc.)

			Heures par semaine
--	--	--	--------------------

Coder 999 999 si ne sait pas

[Si HR_ECRAN2>0] * ARCEP * OPITPSECRAN
 NEW

D45 Pour votre usage personnel, diriez-vous que vous passez sur vos écrans...

(Pas d'aléa)

. Très peu de temps	1
. Peu de temps.....	2
. Le temps qu'il faut	3
. Trop de temps	4
. Beaucoup trop de temps	5
. <i>Ne sait pas</i>	6

[Si Nombre enfants > 0] * CGE * REGLTELE - REGLWEB - REGLJEU - REGLSMA
 BARONUM2020 (sauf REGLSMA qui était REGLPHO)

D46 Avez-vous mis en place des règles concernant vos enfants qui limitent le temps qu'ils passent à chacune des activités suivantes ?

(Une réponse par ligne)

	Oui	Non
. Regarder la télévision	1	2
. Utiliser internet	1	2
. Jouer à des jeux vidéos	1	2
. Utiliser le <i>smartphone</i>	1	2

Parlons maintenant des objets connectés.

[A tous] * ARCEP * ENCEINTE
BARONUM23

D47 Avez-vous à votre domicile une enceinte connectée disposant d'un assistant vocal de type Google Home / Nest, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod, etc.. ?

Les enceintes permettant uniquement d'augmenter le volume sonore ou la qualité du son d'un équipement sans assistant vocal, ne doivent pas être comptabilisées

- . Oui, une seule 1
- . Oui, plusieurs 2
- . Non 3
- . Ne sait pas 4



[A tous] * ARCEP * CONNEC1 à CONNEC4
BARONUM23

D48 En dehors des téléphones, enceintes, télévisions et consoles de jeux, on peut avoir à son domicile un ou plusieurs objets CONNECTES à internet grâce à une technologie sans fil de type montre connectée, électroménager connecté, thermostat, sécurité, etc. Par rapport à ces objets CONNECTES, aujourd'hui, quelle est votre situation ?

	Vous en possédez déjà	Vous en utiliserez probablement un à l'avenir	Vous n'en utiliserez probablement pas à l'avenir	Nsp
. Relatifs à la santé : montres, pèse-personne, brosse à dent, pilulier etc. ...	1	2	3	4
. Relatifs à la sécurité : alarmes, serrures, portes clés, détecteur de fumée, etc.....	1	2	3	4
. Relatifs à la domotique : thermostats, lumières, volets, prise électrique, radiateur, etc.	1	2	3	4
. Relatifs à l'électroménager : cafetières, fours, réfrigérateurs, etc.	1	2	3	4



[A tous] * CGE * CHAT2_1 et CHAT2_2
BARONUM23

D49 Avez-vous déjà utilisé, personnellement, des outils d'intelligence artificielle comme ChatGPT, Google Gemini, Midjourney, Mistral... ?

	Oui	Non	Je ne sais pas
Dans le cadre de votre vie professionnelle ou de vos études	1	2	3
Dans le cadre de votre vie privée	1	2	3

[A tous] * CGE * CONFIA
NEW

D50 Globalement, avez-vous très confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance dans l'intelligence artificielle ?

(Une seule réponse possible)

- . Très confiance 1
- . Plutôt confiance 2
- . Plutôt pas confiance 3
- . Pas du tout confiance 4
- . Ne sait pas 5

[A tous] * CGE * IA_CREA – IA_ENV – IA_EMPL – IA_EDU
NEW

D51 A votre avis, l'intelligence artificielle représente-t-elle une menace ou une chance pour...

(Une réponse par ligne – Rotation aléatoire)

- . La création artistique ?
- . L'environnement et le développement durable ?
- . L'emploi ?
- . L'éducation et la formation ?

Une chance	Une menace	NSP
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3

[Si FREQTOT = (1, 2, 3)] * CGE / ARCOM* US_JOB, US_ACHAT US_ADMI US_MAPS
BARONUM23 : US_JOB, US_ACHAT US_MAPS US_LOG US_RDV US_ITIN
BARONUM22 : US_ADMI US_PETITION
US_MAPS US_LOG US_RDV US_ITIN NEW
PETITION PH42

D52 Parmi les utilisations suivantes, désignez celles que vous avez pratiquées, au cours des douze derniers mois, sur internet ?

- . Rechercher des offres d'emploi.....
- . Effectuer des achats
- . Accomplir une démarche administrative
- . Chercher un lieu, un avis, des horaires d'ouverture, etc.
partir d'une application où vous êtes géolocalisé (par ex : Google Maps)
- . Chercher un logement à louer ou à acheter
- . Prendre un rendez-vous médical
- . Chercher un itinéraire pour vous déplacer (en voiture, à pied, en transports en commun...)
- . Signer une pétition ou défendu une cause, un blog, un réseau social

Oui	Non
1	2
1	2
1	2
1	2
1	2
1	2
1	2

[Si US_ACHAT = 1] * CGE * ACHANET1 ACHANET2 ACHANET4 ACHATNET5
NEW ACHANET2 ET ACHANET6 ACHANET6
Sinon BARONUM06

D53 Plus précisément, avez-vous acheté par Internet, dans les 12 derniers mois ...

- . Des produits alimentaires
- . Des livres ou de la musique.....
- . Des billets de train ou d'avion
- . Des réservations d'hôtel ou de locations pour les vacances.....
- . De l'habillement

Oui	Non
1	2
1	2
1	2
1	2
1	2



[Si US_ACHAT = 1] * ARCEP * FREQACHA
BARONUM23

D54 Quelle est la fréquence de vos achats en ligne et donc de vos livraisons ?

Nous parlons uniquement des achats de biens, comme des vêtements, des livres ou de l'électroménager, mais nous excluons les achats alimentaires et les achats de services comme les locations ou les voyages.

(Une seule réponse)

- . Une à deux fois par semaine 1
- . Tous les mois 2
- . Plusieurs fois par an 3
- . Une fois par an 4
- . Jamais 5
- . Ne sait pas 6

[A tous] * CGE * VINTED_1 VINTED_2
NEW

D55 Au cours des douze derniers mois, s'agissant des sites Internet spécialisés dans la seconde main (ex : Vinted, Leboncoin, etc.), y avez-vous réalisé :

(Citez un à un - Une réponse par ligne)

- . Un achat.....
. Une vente.....

Oui	Non	Ne sait pas
1	2	3
1	2	3



[Si FREQTOT = (1, 2, 3)] * CGE * TICNEW - TICOLD - TICLOVE
BARONUM19

D56 Internet vous a-t-il permis de...

(Enumérez - Une réponse par ligne)

- . Nouer des liens avec de nouvelles personnes ?
. Retrouver d'anciennes connaissances ?
. Faire une rencontre amoureuse ?

Oui	Non	Nsp
1	2	3
1	2	3
1	2	3

[A tous] * CGE * PREFSOCI
NEW

D57 Pour nouer des liens avec de nouvelles personnes, préférez-vous... ?

(Une seule réponse possible)

- . Faire des rencontres en personne dans des lieux de votre vie quotidienne (travail, école, loisirs) 1
. Passer par des sites Internet, des applications de rencontre 2

[A tous] * CGE * CLIQUERPLAT
NEW

D58 Lors de vos recherches sur un moteur de recherche, préférez-vous ?

(Une seule réponse possible)

- . Consulter la première réponse 1
. Regarder les liens suivants 2
. Ne sait pas 3



[SMARTPHO=1] * CGE * PAYPHON
NEW

D59 Payez-vous sans contact avec votre *smartphone* (ex : Apple Pay, Samsung Pay, Paylib, Google Pay, etc.) ?

(Une seule réponse possible)

- . Oui 1
. Non 2
. Mon *smartphone* ou ma banque ne me permettent pas de le faire 3



[Si PAYPHON =1] * CGE * PREFPAY
NEW

D60 Pour la réalisation de vos paiements au quotidien, préférez-vous... ?

(Une seule réponse possible)

- . Payer à l'aide d'espèces, d'un chèque, d'une carte bancaire 1
. Payer à l'aide d'une application sur votre téléphone (ex : Apple Pay, Samsung Pay, Paylib, Google Pay, etc.) 2



[A tous] * CGE * PREFACT
NEW

D61 De façon générale, pour accomplir une activité dans votre vie quotidienne, préférez-vous... ?

(Une seule réponse possible)

- . Vous déplacer pour la réaliser 1
. La réaliser en ligne 2

[A tous] * CGE * PREFSHOP - PREFALIM
NEW

D62 Préférez-vous ... ?

(Une réponse par ligne – Rotation aléatoire)

	En vous déplaçant en magasin	En ligne sur un site ou une application	NSP
. Acheter vos vêtements	1	2	3
. Faire vos courses alimentaires	1	2	3



[A tous] * CGE * LIVRNUM
BARONUM20

D63 Aujourd'hui il est possible de lire des livres sur des écrans numériques. Pensez-vous qu'à l'avenir, vous lirez des livres au format numérique ?

(Une seule réponse possible)

- . Oui, et je le fais déjà aujourd'hui 1
- . Oui, je le ferai probablement à l'avenir 2
- . Non, je ne le ferai probablement pas à l'avenir 3
- . Ne sait pas 4



[A tous] * CGE * PREFLIVR
NEW

D64 Dans l'idéal, préférez-vous... ?

(Une seule réponse possible)

- . Lire un livre papier 1
- . Lire un livre numérique, un ebook 2



[Si FREQTOT = (1, 2, 3)] * CGE * MISSWEB
BARONUM 2022

D65 Combien de temps pouvez-vous vous passer de Internet sans que ça vous manque ?

(Une réponse possible)

- . Quelques heures 1
- . Une journée 2
- . Deux ou trois jours 3
- . Une semaine ou deux 4
- . Trois ou quatre semaines 5
- . Plus longtemps 6
- . Ne sait pas 7

[Si SMARTPHO=1] * CGE * MISSPHONE
NEW

D66 Combien de temps pouvez-vous vous passer de votre smartphone sans que ça vous manque ?

(Une seule réponse possible)

- . Quelques heures 1
- . Une journée 2
- . Deux ou trois jours 3
- . Une semaine ou deux 4
- . Trois ou quatre semaines 5
- . Plus longtemps 6
- . Ne sait pas 7

FREQTOT < 4]
BARONUM23

* Arcom *

RESOC

D67 À quelle fréquence consultez-vous un réseau social (ex : Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, etc.) ou une plateforme de partage de vidéos (ex : Youtube, Dailymotion, TikTok etc.) quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile...

(Une seule réponse)

- . Plusieurs fois par jour 1
- . Tous les jours ou presque 2
- . 1 à 2 fois par semaine 3
- . Plus rarement 4
- . Jamais 5
- . Ne sait pas 6



[Si RESOC = 1,2,3,4]

* Arcom *

RSFREQ1 à RSFREQ3

NEW

D68 Sur les réseaux sociaux, à quelle fréquence est-ce que ... ?

	Plusieurs fois par jour	Tous les jours ou presque	Une à deux fois par semaine	Moins souvent	Jamais	Je ne sais pas
Vous publiez des contenus que vous avez créés vous-même (textes, vidéos, photos ...)	1	2	3	4	5	6
Vous partagez ou commentez des contenus (textes, vidéos, photos...) créés par d'autres	1	2	3	4	5	6
Vous lisez les contenus et les commentaires publiés par d'autres	1	2	3	4	5	6



[Si RESOC = 1,2,3,4]

* Arcom *

CGUFACEB2

BARONUM23

D69 Avez-vous déjà consulté les pages relatives aux conditions générales d'utilisation (CGU) d'un réseau social (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.) ou d'une plateforme de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion, TikTok etc.) ?

- . Oui, au moins une fois..... 1
- . Non, jamais 2
- . Ne sait pas / Ne répond pas 3



[Si CGUFACEB2= Oui]

* Arcom *

OPICGU1 – OPICGU2

BARONUM23

D70 Avez-vous trouvé ces conditions générales d'utilisation (CGU) :

(Une réponse par ligne)

- Facilement accessibles
- Aisément compréhensibles



Oui	Non	Nsp
1	2	3
1	2	3

[Si CGUFACEB2= Oui] * Arcom * OCCASCGU
NEW

D71 La dernière fois que vous l'avez fait, à quelle occasion avez-vous pris connaissance de ces conditions générales d'utilisation (CGU)

(Une seule réponse)

- . Au moment de l'inscription sur le réseau social 1
- . Au moment de la mise à jour de ces CGU 2
- . A l'occasion d'un litige 3
- . Autre, préciser _ _ _ _ _ 4
- . Ne sait pas / Ne répond pas 5



[Si CGUFACEB2= Oui] * Arcom * UTILCGU
NEW

D72 Cette lecture des conditions générales d'utilisation (CGU) vous a-t-elle été utile :

(Une seule réponse)

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas / Ne répond pas 3



[Si RESOC = 1,2,3,4] * Arcom * SIGNAL2
BARONUM23

D73 Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.) et les plateformes de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion, TikTok etc.) ont mis en place des dispositifs permettant de signaler des comptes ou des contenus inappropriés. Avez-vous déjà utilisé un de ces dispositifs de signalement ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas / Ne répond pas 3



[Si SIGNAL2 = 1] * Arcom * OPISIGN1 à OPISIGN3
BARONUM23

D74 Avez-vous trouvé ce dispositif de signalement ...

(Une réponse par ligne) – Rotation aléatoire des items

- Facilement accessible 1
- Aisément compréhensible 2
- Simple d'utilisation 3



Oui	Non	Nsp
1	2	3
1	2	3
1	2	3

[Si SIGNAL2 = 2 ou 3] * Arcom * WHYNOSIG
NEW

D75 Pour quelle raison principale n'avez-vous jamais signalé de compte ou de contenu que vous trouviez inapproprié ...

(Une seule réponse, rotation aléatoire des items SAUF les deux derniers)

- Vous pensez que l'on doit pouvoir tout dire sur les réseaux sociaux, et que rien ne devrait y être interdit 1
- Vous pensez que cela ne sert à rien de signaler les comptes ou contenus que vous trouvez inappropriés 2
- Vous ne savez pas comment faire pour signaler les comptes ou contenus que vous trouvez inappropriés 3
- Vous n'êtes pas sûr que le signalement soit anonyme et avez peur que cela se retourne contre vous 4
- Vous ne saviez pas qu'il était possible de signaler des comptes ou contenus inappropriés 5
- Vous n'avez jamais été confronté à des comptes ou contenus inappropriés 6
- Ne sait pas ou ne répond pas 7



[Si FREQTOT= 1 à 3] * ARCEP * CLOUD1-2
NEW

D76 Il existe des services de données sur cloud, qui sauvegardent vos données sur Internet et vous permettent d'y accéder en ligne (Google drive, iCloud, OneDrive, ...)

Utilisez-vous ... ?

(Une réponse par ligne)

	Oui	Non	Je ne sais pas
. Un service de stockage sur cloud gratuit	1	2	3
. Un service de stockage sur cloud payant	1	2	3

[Si CLOUD1=1] * ARCEP * CLOUDWHY1
NEW

D77 Vous utilisez un service de stockage de données gratuit sur Cloud. Pour quelle raison principale, avez-vous choisi cet hébergeur gratuit ?

Si vous avez plusieurs hébergeurs gratuits, il s'agit du principal.

(Une seule réponse, rotation aléatoire sauf 4, 5 et 6)

. Les conditions tarifaires proposées (gratuité proposée)	1
. La protection des données personnelles	2
. La politique environnementale de l'hébergeur	3
. Vous n'avez pas choisi : vous utilisez la proposition par défaut d'espace de stockage par votre système d'exploitation ou d'autres services associés, par exemple Outlook, Gmail, IOS, Android etc.	4
. Autre, préciser : _ _ _ _ _	5
. Ne sait pas	6

[Si CLOUD2=1] * ARCEP * CLOUDWHY2
NEW

D78 Vous utilisez un service de stockage de données payant sur Cloud. En dehors d'un besoin de stockage de données supplémentaire, pour quelle raison principale avez-vous choisi cet hébergeur payant ?

Si vous avez plusieurs hébergeurs payants, il s'agit du principal.

(Une seule réponse, rotation aléatoire sauf 4, 5 et 6)

. Les conditions tarifaires proposées (prix attractif)	1
. La protection des données personnelles	2
. La politique environnementale de l'hébergeur	3
. Vous n'avez pas choisi : vous utilisez la proposition par défaut d'espace de stockage par votre système d'exploitation ou d'autres services associés, par exemple Outlook, Gmail, IOS, Android etc.....	4
. Autre, préciser : _ _ _ _ _	5
. Ne sait pas	6

Nous allons maintenant parler de vos loisirs ...

[A tous] * Arcom * TYPTELE
NEW

J1 Parlons du poste de télévision qui est principalement utilisé dans votre foyer. S'agit-il ?

- | | |
|---|---|
| - D'un poste de télévision qui n'est pas connecté à internet et qui reçoit uniquement la TNT | 1 |
| - D'un poste de télévision connecté à internet via le décodeur TV de votre fournisseur d'accès à internet, un boîtier TV connecté (type Chromecast, Apple TV...) ou une console de jeux | 2 |
| - D'une <i>smart TV</i> connectée directement à internet | 3 |
| - Vous n'avez pas de poste de télévision | 4 |
| - Ne sait pas, ne répond pas | 5 |

[A tous] * Arcom * TYPTV2
NEW

J2 Lorsque vous regardez les programmes de chaînes de télévision (TF1, France TV, M6, BFMTV, Canal+...), comme le journal télévisé, des émissions de divertissement ou magazines, des films ou séries ..., vous utilisez le plus souvent :
(On parle ici uniquement des programmes diffusés sur les chaînes de télévision, comme TF1, France 2, France 3, M6, Canal+, BFM TV, Cnews...), et pas des programmes disponibles uniquement sur des plateformes comme Netflix, Amazon prime, Apple TV...)

(Une seule réponse possible)

- Un poste de télévision 1
 Un ordinateur ou une tablette 2
 Un *smartphone* 3
 Vous ne regardez jamais les programmes des chaînes de télévision, quel que soit le support 4
 Ne sait pas, ne répond pas..... 5

[Si TYPTV = 1, 2 ou 3] * Arcom * MODTV1 à 6 -
NEW EQIPTV1 à 6-

J3 Et, plus précisément, de quelle façon regardez-vous le plus souvent les contenus ou programmes de chaînes de télévision suivants ?

(On parle ici uniquement des programmes diffusés sur les chaînes de télévision, comme TF1, France 2, France 3, M6, Canal+, BFM TV, Cnews...), et pas des programmes disponibles uniquement sur des plateformes comme Netflix, Amazon prime, Apple TV...)

	En direct	En différé /replay	Vous ne regardez jamais ce type de programme sur les chaînes de TV	[Si MODTV1à6 in (1,2)]		
				Sur un poste de télévision	Sur un <i>smartphone</i>	Sur un ordinateur ou une tablette
Les informations, le journal	1	2	3	1	2	3
Les émissions (sur le sport, l'actualité ...), les débats, les reportages	1	2	3			
Les programmes musicaux, les clips, les concerts	1	2	3	1	2	3
Les compétitions et événements sportifs	1	2	3	1	2	3
Les émissions de divertissement, de jeux, d'humour, les <i>talkshows</i>	1	2	3	1	2	3
Les séries, les films, les feuilletons	1	2	3	1	2	3

[voir ci-dessous]

* Arcom *

APPLITV1 - APPLITV2

NEW

J4 Avez-vous téléchargé une ou plusieurs applications de chaîne de télévision (comme TF1+, France.tv, Okoo, myCanal...)?

	Oui	Non	Vous ne savez pas
[Si équipé en <i>smartphone</i> , ordi ou tablette] Sur votre <i>smartphone</i> , votre ordinateur ou votre tablette	1	2	3
[Si TYPTELE=2 ou 3] Sur votre poste de télévision connecté à Internet (via une box ou <i>Smart TV</i>)	1	2	3

[Si au moins 1 réponse 2 ou 3 à EQIPTV1-6]

* Arcom *

WHYTVORDI1 – WHYTVORDI2

NEW

J5 De façon générale, pour quelles raisons principales, regardez-vous les programmes des chaînes de télévision sur votre *smartphone*, votre ordinateur ou votre tablette ?

En premier, en second

Pour regarder les programmes au moment où vous le souhaitez (en différé)	1	1
Pour regarder les programmes quand vous n'êtes pas chez vous (dans les transports en commun, en voyage...)	2	2
Pour regarder les programmes dans n'importe quelle pièce chez vous (dans votre chambre, votre cuisine...)	3	3
Pour regarder seul les programmes qui vous intéressent, sans avoir à vous mettre d'accord avec les personnes qui vivent avec vous	4	4
Pour avoir plus de choix dans les programmes disponibles	5	5
Pour trouver plus directement les programmes que vous recherchez	6	6
Vous n'avez pas de poste de télévision	7	7

[A tous]

* ARCEP *

NB TIC1 – NB TIC2 – NB TIC3 – NB TIC5

BARONUM23

NB TIC6 – NB TIC7

J6 Combien d'appareils numériques avec écrans SONT UTILISES au sein de votre foyer ?

Nous parlons ici des écrans, présents dans votre foyer, en état de fonctionnement, qui sont utilisés par vous-même et/ou les différents membres du foyer

(Une réponse par ligne – de 0 à 15 – prévoir un nsp)

. Téléphones mobile/ <i>smartphones</i>	–
. Poste de télévisions	–
. Tablettes	–
. Consoles de jeu portables	–
. Ordinateur portable / écran d'ordinateur fixe	–
. Montre ou bracelet connecté	–



[A tous]

* ARCEP *

NBOLD1 – NBOLD2 – NBOLD3 – NBOLD5

BARONUM23

NBOLD6 – NBOLD7

J7 Combien d'appareils numériques avec écrans SONT INUTILISES au sein de votre foyer ?

Nous parlons ici des écrans, présents dans votre foyer, en état de fonctionnement ou pas, qui ne sont plus utilisés depuis au moins six mois, par vous-même et/ou les différents membres du foyer

(Une réponse par ligne – de 0 à 15 – prévoir un nsp)

. Téléphones mobile/ <i>smartphones</i>	–
. Poste de télévisions	–
. Tablettes	–
. Consoles de jeu portables	–
. Ordinateur portable / écran d'ordinateur fixe	–
. Montre ou bracelet connecté	–



[A tous] * Arcom * TYPRADIO2
BARONUM23

J8 De quelle façon écoutez-vous le plus souvent la radio ou des contenus audio (podcasts ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement) ?

(Une seule réponse possible)

- . Le plus souvent par internet (en IP) 1
- . Le plus souvent par le réseau hertzien (FM ou radio numérique terrestre dite aussi DAB+) 2
- . Aussi souvent par internet que par le réseau hertzien 3
- . Ni l'un ni l'autre : vous n'écoutez jamais la radio ou des contenus audio 4
- . Vous ne savez pas 5

[Si consommation en IP (TYPRADIO2 =1 ou 3)] * Arcom * RADIOIP3 – RADIOIP4
NEW

J9 Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio souvent par internet ? En premier ? En deuxième ?

(Rotation aléatoire des items)

- | | 1 ^{ère}
réponse | 2 ^{ème}
réponse |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| . Cela vous permet d'écouter la radio ou des contenus audio au moment où vous le souhaitez (en différé, à la demande) | 1 | 1 |
| . Cela vous permet d'écouter la radio ou des contenus audio quand vous n'êtes pas chez vous (dans les transports en commun, pendant vos trajets à pied, au travail...) | 2 | 2 |
| . Vous appréciez la qualité d'écoute (meilleur son, pas de perte de réseau...) | 3 | 3 |
| . Vous trouvez plus facilement les chaînes et contenus que vous cherchez quand vous écoutez sur Internet que sur un poste de radio ou autoradio | 4 | 4 |
| . Vous passez par une plateforme musicale qui donne aussi accès aux chaînes de radio (Spotify, Deezer, Apple music, Youtube...) | 5 | 5 |
| . Vous n'avez pas de poste de radio ou d'autoradio (FM ou DAB) | 6 | 6 |
| . Il y a plus de choix de contenus et de programmes (y compris des programmes, podcasts qui ne passent pas à la radio en direct) | 7 | 7 |
| . Cela vous permet d'écouter sur votre <i>smartphone</i> , votre tablette ou votre ordinateur | 8 | 8 |
| . Ne sait pas, non-réponse | 9 | 9 |

[Si TYPRADIO2=1 ou 2 ou 3] * Arcom * TYPMUS – TYPINFO
NEW TYPDEBAT - TYPSPORT - TYPRIRE

J10 Et, plus précisément, de quelle façon écoutez-vous le plus souvent les contenus ou programmes suivants ?

	Sur un poste de radio ou sur un autoradio	Sur le site Internet ou l'appli d'une radio, EN DIRECT	Sur le site Internet ou l'appli d'une radio, A LA DEMANDE OU EN REPLAY	Sur une plateforme comme Spotify, Deezer, Apple music, YouTube...	Vous n'écoutez JAMAIS ce type de contenu audio	Vous ne savez pas
De la musique ou des émissions musicales	1	2	3	4	5	6
Les informations, le journal	1	2	3	4	5	6
Les émissions (sur le sport, l'actualité ...), les débats, les reportages	1	2	3	4	5	6
Les compétitions et événements sportifs	1	2	3	4	5	6
Les émissions de divertissement, d'humour, les talk-show	1	2	3	4	5	6

[A tous]	* ARCEP *	NETFLIX2
BARONUM23		

J11 Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VOD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV+, MyCanal, OCS, pass Warner, Paramount+, Universal +, etc. ?

. Oui, un seul abonnement [*un abonnement peut comprendre plusieurs comptes permettant de regarder des séries ou films sur plusieurs équipements numériques simultanément*] 1

. Oui, deux abonnements 2

. Oui, trois abonnements ou plus..... 3

. Non 4

. Ne sait pas 5

Parlons maintenant des difficultés qu'on peut rencontrer avec les outils informatiques et numériques

[A tous]	* ANCT *	INTERNEFFET
BARONUM23		

M1 Diriez-vous que le numérique...

(*Une seule réponse*)

Facilite votre vie quotidienne 1

Complicite votre vie quotidienne 2

N'a pas d'effet sur votre vie quotidienne 3

Je ne sais pas 4

[A tous]	* ANCT *	CRAINTNUM
NEW		

M2 On peut ressentir de la crainte à utiliser internet et les outils numériques. Quelle serait votre crainte principale ?

(*Une seule réponse*)

. Vous craignez de commettre une erreur 1

. Vous n'avez pas confiance en vos compétences numériques 2

. Vous craignez que vos données personnelles soient utilisées de manière inappropriée ou sans votre autorisation 3

. Vous craignez de faire l'objet d'une arnaque, escroquerie ou harcèlement 4

. Vous n'avez pas de crainte particulière 5

[A tous]	* CGE *	FREINWEB
BARONUM2023		

M3 Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'internet ?

(*Présentez la liste – Une seule réponse*)

. Internet est trop compliqué à utiliser 1

. La qualité du service (temps de réponse, interruptions ...) n'est pas satisfaisante 2

. Les données personnelles ne sont pas suffisamment protégées sur internet 3

. Cela revient trop cher (équipement à acheter, abonnement...) 4

. Internet n'est pas utile pour la vie quotidienne 5

. Le service après-vente et l'assistance ne sont pas satisfaisants 6

. Aucun de ces freins 7

. Je ne sais pas 8

[A tous] * ANCT * FREINWEB1 à FREINWEB5
BARONUM23

M4 Citez, dans cette liste, tous les freins qui vous empêchent d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur *smartphone*, tablette ou ordinateur ?

(Multiple sauf dernier item, exclusif)

	Oui	Non
Vous ne possédez pas d'équipement	1	2
Vous n'avez pas accès à internet, ou difficilement	1	2
Vous êtes équipé mais votre équipement est dépassé ou trop vieux pour bien fonctionner	1	2
Vous ne maîtrisez pas suffisamment les outils numériques pour pouvoir les utiliser pleinement	1	2
Vous ne rencontrez aucun frein particulier	1	-

[A tous] * ANCT * NUMLIMIT_1 à NUMLIMIT_5
BARONUM23

M5 Actuellement, qu'est-ce qui peut vous conduire à limiter votre usage du numérique ?

Plusieurs réponses possibles sauf dernier item exclusif

	Oui	Non
. Votre désintérêt pour le numérique (peu ou pas utile pour vous	1	2
. Votre sentiment de non-maîtrise des outils numériques	1	2
. Les équipements et/ou abonnements internet trop coûteux	1	2
. Votre rejet du numérique (limitation volontaire)	1	2
. Rien de particulier	1	2

[A tous] * ANCT * ACCONUM
NEW

Il existe sur le territoire des personnes qui proposent gratuitement des accompagnements à l'apprentissage du numérique lorsqu'on rencontre des difficultés dans l'usage de cette technologie.

M6 Avez-vous déjà bénéficié de ce type d'accompagnement ?

. Oui	1
. Non	2
. Ne sait pas	3

SI ACCONUM=1] * ANCT * WHEREACCONUM1
NEW

M7 Si oui, où avez-vous bénéficié de cet accompagnement ?

(Une seule réponse possible)

. A votre domicile	1
. Sur votre lieu de travail	2
. Dans un lieu associatif.....	3
. Dans votre mairie ou siège d'intercommunalité	4
. Dans une bibliothèque/médiathèque	5
. Chez un opérateur de service public (France Travail, ex-Pôle Emploi, France Services...)	6
. Sur une plateforme en ligne (sur internet)	7
. Ne sait pas	8

[Si ACCONUM=2 ou 3]

* ANCT *

WHEREACCONUM2

NEW

M8 Si non, où souhaiteriez-vous bénéficier de cet accompagnement au numérique en priorité ?*Une seule réponse possible*

- . A votre domicile 1
- . Sur votre lieu de travail 2
- . Dans un lieu associatif.....3
- . Dans votre mairie ou siège d'intercommunalité..... 4
- . Dans une bibliothèque/médiathèque 5
- . Chez un opérateur de service public (France Travail, ex-Pôle Emploi, France Services...) 6
- . Sur une plateforme en ligne (sur internet) 7
- . Vous ne souhaitez pas bénéficier de ce genre d'accompagnement..... 8
- . *Ne sait pas* 9

A tous]

* ANCT *

WHYDIFFADMIN1 à WHYDIFFADMIN8

NEW

M9 La plupart des démarches administratives peuvent désormais se faire sur internet. Lorsque vous rencontrez des difficultés à réaliser une démarche administrative sur internet, c'est parce que :*Plusieurs réponses possibles sauf dernier item exclusif*

- . Vous ne vous sentez pas assez compétent pour utiliser internet et les outils numériques..... 1
- . Vous avez peur de vous tromper2
- . Vous ne comprenez pas ce qui vous est demandé 3
- . Le site internet n'est pas bien conçu 4
- . Vous avez du mal à vous exprimer à l'écrit 5
- . Vous avez des difficultés à lire 6
- . Le site internet n'est pas adapté à votre handicap 7
- . Vous ne rencontrez pas de difficulté particulière 8

[A tous]

* ANCT *

PIX

NEW

M10 Avez-vous déjà évalué votre niveau de compétences numériques ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . *Ne sait pas* 3