



BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE

édition 2022

**Enquête sur la diffusion des technologies de
l'information et de la communication dans la
société française**

Arcom
Le régulateur de la communication
audiovisuelle et numérique

arcep


**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Conseil Général
de l'Économie


**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

anct
agence nationale
de la cohésion
des territoires

Pôle société

Rapport réalisé pour :

Le Conseil Général de l'Economie (CGE), 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) et l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT)

Le pôle Société est dirigé par Sandra Hoibian.

Il est composé de Solen Berhuet, Lucie Brice-Mansencal, Patricia Croutte, Eliot Forcadell, Charlotte Millot et Jörg Müller.

CRÉDOC

Sommaire

INTRODUCTION.....	6
SYNTHESE	8
PARTIE 1. EQUIPEMENTS ET CONNEXIONS	26
1. Huit personnes sur dix ont un téléphone fixe	27
2. Téléphonie mobile : le <i>smartphone</i> continue de se diffuser.....	29
3. Le double équipement en téléphone fixe et mobile retrouve son niveau d'avant covid.....	33
4. Affaiblissement du multi-équipement en téléviseurs	35
5. Objets connectés.....	38
a) <i>Santé, sécurité, électroménager, domotique : l'appétence pour les objets connectés continue de croître.....</i>	<i>38</i>
b) <i>27% des Français disposent d'une enceinte connectée à domicile</i>	<i>42</i>
6. Ordinateurs et tablettes	45
a) <i>89% des Français disposent d'au moins un ordinateur personnel ou professionnel à leur domicile.....</i>	<i>45</i>
b) <i>Près de six personnes sur dix ont une tablette.....</i>	<i>46</i>
7. Connexion à internet.....	51
a) <i>92% d'internautes, une proportion stable par rapport à 2020.....</i>	<i>51</i>
b) <i>85% de la population équipée d'une connexion à internet fixe à domicile, (hors téléphone mobile).....</i>	<i>53</i>
c) <i>Forte progression du très haut débit : plus d'une personne sur deux équipée aujourd'hui de la fibre ou du câble.....</i>	<i>56</i>
8. Des évolutions dans les usages des différents terminaux	58
a) <i>Retour en grâce de l'ordinateur, notamment chez les adolescents.....</i>	<i>58</i>
b) <i>Des enceintes connectées utilisées au quotidien par près d'un quart des 18-24 ans</i>	<i>61</i>
c) <i>Maintien de l'usage des tablettes</i>	<i>62</i>
d) <i>Retour des usages quotidiens du téléphone fixe au niveau de 2019.....</i>	<i>62</i>
e) <i>Erosion de l'usage du smartphone.....</i>	<i>63</i>
f) <i>Smartphone et ordinateur privilégiés pour se connecter à internet.....</i>	<i>69</i>
g) <i>À domicile, stabilisation des connexions par réseau fixe et baisse du recours au réseau mobile.....</i>	<i>75</i>
PARTIE 2. USAGES.....	80
1. Zoom et réglage de la luminosité sont les fonctionnalités des appareils numériques les plus utilisées	81
2. Les usages du téléphone mobile continuent de progresser	85
3. Utilité perçue des différents équipements.....	91
4. Un aperçu des usages d'internet en 2022	94
a) <i>Un taux stable de recours à l'e-administration</i>	<i>94</i>
b) <i>Retour de la participation aux réseaux sociaux à la situation pré-Covid-19.....</i>	<i>98</i>
c) <i>Le recours à internet pour chercher un emploi augmente légèrement</i>	<i>103</i>

d)	<i>En 2022, la moitié de la population a déjà passé un appel vidéo</i>	105
e)	<i>Le télétravail largement plébiscité, en particulier chez les télétravailleurs</i>	108
f)	<i>Deux tiers des Français participeraient à une consultation citoyenne locale en ligne</i>	113
5.	Achats sur internet	118
a)	<i>Les achats sur internet continuent de progresser, et concernent près de 8 personnes sur 10</i>	118
b)	<i>La fréquence des achats en légère progression par rapport à 2020 (+ 2 points)</i>	120
c)	<i>La majorité des livraisons se font à domicile, mais les livraisons en points relais sont en hausse</i>	124
d)	<i>Les Français sont globalement satisfaits de la qualité des livraisons</i>	125
e)	<i>La rapidité est considérée comme le critère le plus important lors d'une livraison.....</i>	126
f)	<i>Les acheteurs en ligne se disent suffisamment informés sur les délais, les conditions de livraison et les modalités de retours</i>	128
g)	<i>Les plateformes de services utilisées le plus souvent pour des réservations d'hébergement.....</i>	131
6.	Jeux, télévision, vidéo et temps total passé devant un écran.....	133
a)	<i>Les jeux vidéo – 62% des Français jouent aux jeux vidéo – le plus souvent seuls, sur leur smartphone</i>	133
b)	<i>Un Français sur 5 a déjà testé un casque réalité virtuelle et une proportion quasiment identique souhaiterait le faire</i>	142
c)	<i>Le temps passé devant les téléviseurs tend à diminuer, celui à regarder des vidéos en ligne à augmenter.....</i>	144
d)	<i>Un tiers du temps éveillé est passé sur un écran.....</i>	151
7.	Le mode de réception de la télévision	154
a)	<i>Les deux tiers des Français reçoivent la télévision via une box internet.....</i>	154
b)	<i>La satisfaction de l'offre TNT et le prix des box comme principaux freins pour y avoir recours.....</i>	156
c)	<i>La qualité de réception comme principal critère de choix pour connecter un téléviseur à une box.....</i>	158
8.	L'écoute de la radio.....	168
a)	<i>Près de la moitié des Français écoutent la radio via le réseau hertzien.....</i>	168
b)	<i>Les trois quarts des auditeurs radio sur le réseau hertzien sont satisfaits de ce réseau</i>	172
c)	<i>La liberté de choix des contenus et moments d'écoute, première explication de l'écoute des radios par internet</i>	174
PARTIE 3. OPINIONS ET REPRESENTATIONS DU NUMERIQUE.....		176
1.	Ressenti sur la qualité des différents réseaux.....	177
a)	<i>Les Français sont globalement satisfaits de la qualité des réseaux mobiles.....</i>	177
b)	<i>La qualité des appels via réseaux mobiles est jugée satisfaisante dans la résidence principale bien que plus limitée en zone rurale</i>	180
c)	<i>La qualité du réseau des données mobiles satisfaisante à proximité du domicile, à nouveau plus faible en zone rurale.....</i>	184
d)	<i>Une qualité de service ressentie globalement satisfaisante pour l'utilisation des services sur réseaux fixes</i>	189
2.	La sécurisation des données et de la navigation internet.....	192
a)	<i>56% des internautes pensent avoir déjà été victimes d'un accès indésirable à leurs données personnelles.....</i>	192

b) 56% des internautes disent être vigilants quant à la protection de leurs données personnelles numériques	196
c) Le logiciel de sécurité, principal moyen mis en œuvre pour se protéger	198
d) La moitié des internautes a déjà consulté les CGU et les a généralement trouvées accessibles mais peu compréhensibles.....	207
e) 4 internautes sur 10 ont déjà eu recours à un dispositif de signalement en ligne	211
3. Les freins rencontrés à la pleine utilisation d'internet	216
a) Un sentiment de montée en compétence depuis deux ans, qui ne résorbe pas pour autant les écarts.....	216
b) À mesure que les usages se multiplient, davantage de personnes rencontrent des freins dans l'utilisation des outils numériques.....	219
c) Pour mieux maîtriser les outils, les adultes plébiscitent la formation individuelle en ligne et l'aide du cercle familial	222
d) Davantage de personnes requièrent de l'aide pour réaliser leurs démarches en ligne...	228
4. Les enjeux liés au recours massif à internet	231
a) Le numérique de plus en plus présent pendant les « temps morts »	231
b) Plus d'une personne sur deux ne pourrait pas se passer d'internet plus d'une journée sans que cela lui manque	235
c) Une confiance en hausse dans les informations rencontrées sur internet.....	243
d) Le téléphone mobile est en premier lieu utilisé à l'oreille.....	247
5. Numérique et développement durable : sobriété, obsolescence et recyclage	249
a) 90% des possesseurs de téléviseurs ont opté pour un produit neuf.....	249
b) Dix écrans par foyer, dont 2,6 non utilisés	263

Introduction

Ce document constitue le rapport d'analyse des résultats des questions insérées par l'Arcep, le CGE, l'Arcom et l'ANCT dans une enquête dédiée, menée par le CREDOC auprès de 4 000 personnes de 12 ans et plus résidant en France métropolitaine.

Insérées depuis plusieurs années dans le cadre de l'enquête barométrique du CREDOC sur les conditions de vie et les aspirations des Français, les questions servant à alimenter le baromètre du numérique ont été administrées différemment lors de l'édition 2020. En effet, le recueil en face-à-face habituellement organisé entre les mois de juin et de juillet avait été annulé, pour cause de pandémie et sur fond de craintes et mesures sanitaires empêchant le bon déroulement de l'opération. Pour cette édition 2022, la méthode mise en place en 2020 a été reprise.

Le mode de recueil est mixte : à la fois de **l'online** et, pour corriger le biais de sélection, une partie de l'échantillon a été interrogé par **téléphone**.

L'enquête s'est déroulée entre le 15 juin et le 15 juillet 2022 auprès de 4 184 personnes, réparties en 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 :

- 3 448 personnes de **15 ans et plus** ont été interrogées **online dans l'enquête CDV** (au sein de chaque région, quota sur : l'âge, le sexe, la PCS, le niveau de diplôme, la taille d'agglomération, le type de logement).
- 573 personnes de **18 ans et plus appelées dans le rapport « 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 d'une enquête flash menée par téléphone auprès de 1 000 personnes de 18 ans et plus (sexe, âge, PCS, région, taille d'agglomération)
- 163 personnes âgées de **12 à 14 ans** ont été interrogées en ligne, après recueil de l'accord préalable de l'un des parents, avec les quotas suivants : âge, sexe, taille d'agglomération et PCS de la personne de référence

Les résultats présentés sont des résultats **redressés**¹ : ils sont donc représentatifs de la population de 12 ans et plus résidant en France métropolitaine et, à ce titre, mis en regard des précédents résultats, issus d'enquêtes menées en face-à-face.

Les résultats sont présentés en **trois parties** :

- La première partie s'intéresse aux principaux **taux d'équipements** (en téléphone fixe, téléphone mobile, ordinateur à domicile, mais aussi *smartphone*, tablette, connexion internet à domicile et télévision) et présente la proportion **d'internautes** et d'internautes quotidiens dans la population française ainsi que les **modes de connexion**

¹ Huit critères de redressement ont été mobilisés pour l'enquête auprès des 18 ans et plus. Aux six critères habituels (âge x sexe, agglomération, ZEAT, PCS, taille du foyer, habitat collectif ou individuel), nous avons ajouté deux autres critères afin de tenir compte du changement de mode de recueil : âge x diplôme et taux de connexion fixe à internet à domicile (mesuré en décembre 2020 par une enquête téléphonique auprès de 1 000 personnes).

L'enquête auprès des 12-17 ans a été redressée à partir de quatre critères : âge x sexe, taille d'agglomération de résidence, PCS du parent et type de logement.

les plus couramment utilisés à domicile. D'autres équipements plus récents sont également passés en revue : enceinte connectée, objets connectés

- La seconde fait le point sur les **usages**, en distinguant les **usages sur téléphone mobile** (navigation sur internet et messageries instantanées) et, plus largement, en étudiant **les usages sur internet** (achat, réseaux sociaux, e-administration, recherche d'emploi ...). Pour la première fois, des questions s'intéressent à la pratique de jeux en ligne. Un volet de l'enquête est dédié cette année à la satisfaction des usagers quant à la qualité de service sur les réseaux fixes et mobiles. Des questions sur le **télétravail** ont été reprises, et, pour la première fois on s'intéresse à l'usage **radiophonique** et **télévisuel**, en tentant de dresser les pratiques et les préférences des Français en la matière.
- La dernière partie évoque plus largement **le numérique dans la vie quotidienne**, que ce soit en termes de **temps passé sur les écrans** (dont le temps passer à jouer) ou de rapport au numérique et **précautions** prises, ou pas, dans l'usage d'internet : confiance, place donnée aux plateformes, protection de la vie personnelle, paramétrage des cookies, recours à la reconnaissance digitale ou faciale, recours aux fonctionnalités offertes (zoom pour faciliter la lecture, contraste, audiodescription ...), comportement vis-à-vis des conditions d'utilisation des réseaux sociaux, recours aux dispositifs de signalement, etc. Le rapport à l'équipement numérique, sous un angle plus **environnemental** et écologique, est évoqué : au moment de l'achat comme à la fin de vie des téléphones et des postes de télévision. Enfin, pour mesurer les difficultés des Français avec le numérique, des questions s'intéressent aux freins rencontrés, aux stratégies mises en place par nos concitoyens lorsqu'ils n'arrivent pas à s'approprier les outils informatiques et numériques et aux préférences qui sont émises par la population pour pallier les difficultés face à **cet éloignement du numérique**.

Rappel : les questions insérées par l'ANCT n'ont été posées qu'aux personnes de 18 ans et plus.

Synthèse

Les pratiques numériques en 2022

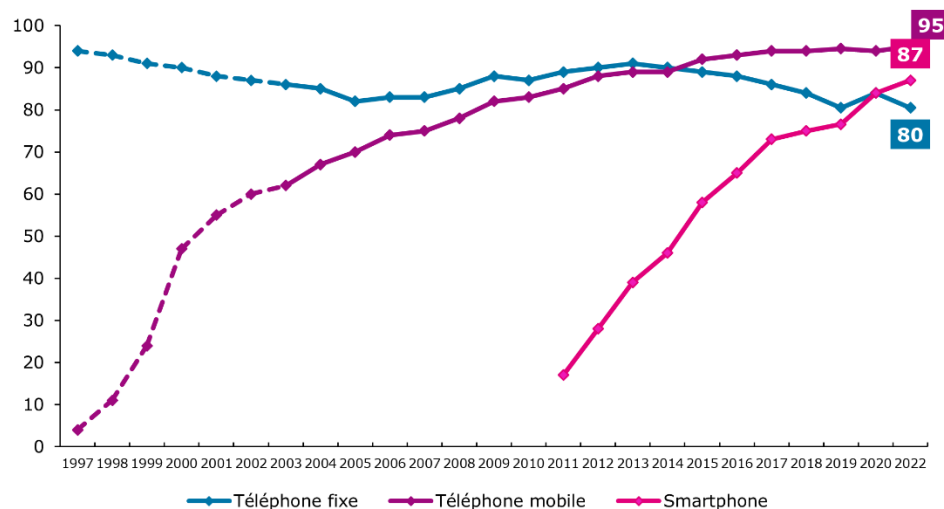
En 2020, la crise du covid-19 et les mesures prises pour endiguer la pandémie (confinements, couvre-feux, distanciation sociale) avaient accéléré la « numérisation » de nombreux pans de la société, avec un essor inédit des pratiques digitales à domicile. L'année 2022 et la reprise des mobilités marquent une reprise des pratiques nomades. Mais la crise a eu un effet « cliquet » sur de nombreux usages et outils, découverts à cette occasion, et qui semblent s'être installés durablement dans nos vies. Aux habitudes de moins sortir de chez soi, prises pendant la pandémie, s'est ajoutée la flambée des prix de l'énergie qui ont poussé les ménages à limiter leurs déplacements. Ces pratiques numériques au domicile restent à un niveau bien supérieur à celui observé avant 2020.

Reprise de pratiques en mobilité, maintien d'un niveau élevé d'usage au domicile

Depuis son apparition, le **smartphone** n'a jamais cessé de se diffuser dans la population française. L'année 2022 s'inscrit dans ce mouvement. 87% des personnes possèdent désormais un smartphone (+ 3 points par rapport à 2020).

Taux d'équipement en téléphone fixe, téléphone mobile et smartphone (en % d'utilisateurs quotidiens)

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



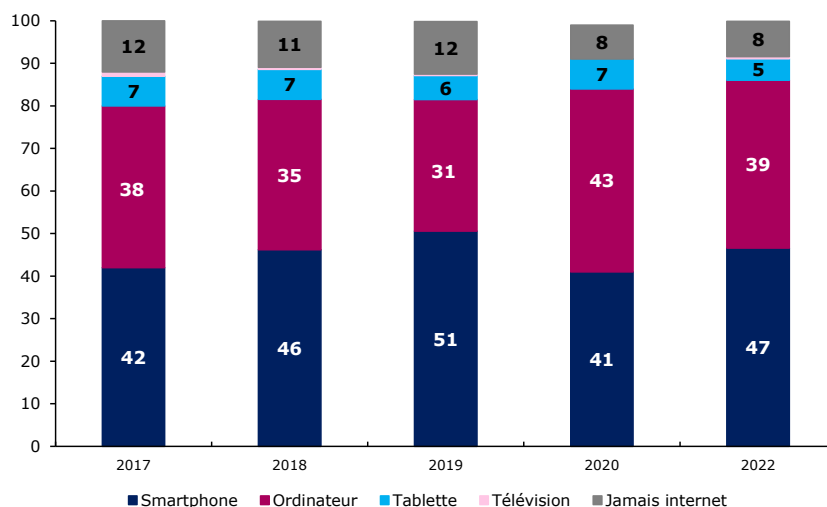
Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

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.

L'ordinateur avait été, pour un temps, mis à l'honneur, porté par la concentration de nombreuses pratiques au sein du domicile pendant les périodes d'isolement liées à la crise sanitaire. Il avait alors pour la première fois détrôné le smartphone comme équipement utilisé le plus souvent pour se connecter à internet. En 2022, **le smartphone redevient l'équipement le plus plébiscité** (47% contre 39% pour l'ordinateur). Avec une mobilité retrouvée hors du domicile, les internautes tirent profit de **la diversité de ses usages** pour naviguer sur internet (82%, + 7 points par rapport à l'an passé), pour échanger des messages via des applications (79%, + 9 points) et téléphoner via des applications (74%, +8 points).

Quel équipement utilisez-vous le plus souvent pour vous connecter à internet ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



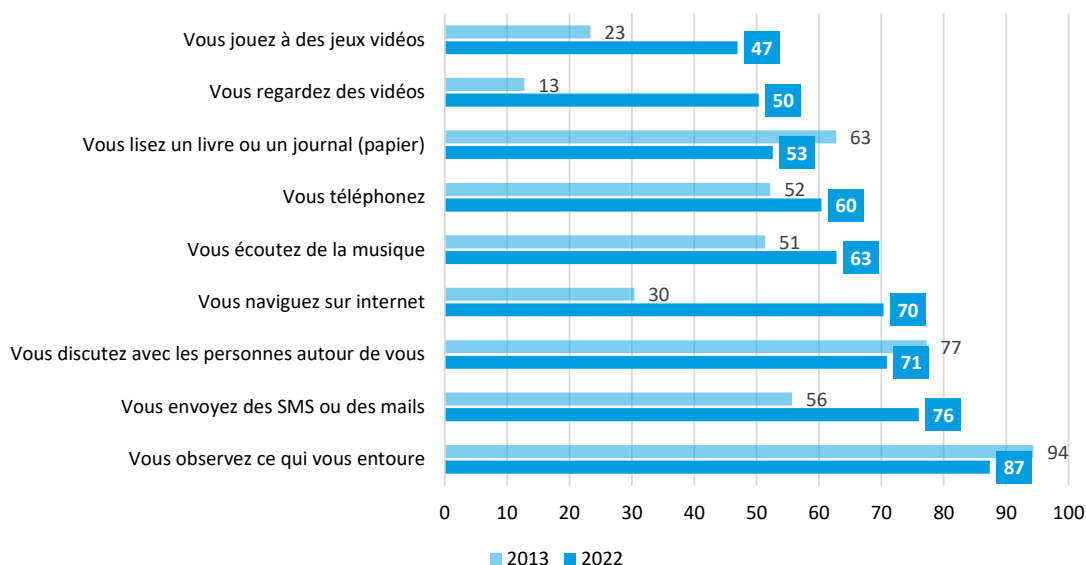
Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

En particulier, **le smartphone est devenu central dans l'occupation des petits temps morts du quotidien**, qu'il s'agisse des trajets dans les transports, des files d'attente. Les pratiques ont en effet beaucoup évolué depuis 2013, quand la majorité des personnes interrogées ne possédait pas de smartphone. **L'ensemble des occupations numériques se sont banalisées pendant les interstices de la vie quotidienne**, notamment la navigation sur internet (70%, + 40 points), le visionnage de vidéos (50%, + 37 points), l'écoute de la musique (63%, + 12 points), ou encore le jeu à des jeux vidéo (47%, + 23 points) ; avec pour effet secondaire, **d'éclipser quelque peu les activités non-numériques** aujourd'hui moins fréquemment utilisées pour meubler le temps : qu'il s'agisse de la lecture d'un livre ou d'un journal papier (53%, - 10 points), la discussion avec des personnes autour de soi (71%, - 6 points), ou l'observation de ce qui nous entoure (87%, - 7 points).

Pratique d'activités pendant les temps morts

Lorsque vous êtes dans les transports en commun, que vous êtes passager dans une voiture, que vous attendez quelqu'un, que vous patientez à un rendez-vous ou que vous êtes dans une file d'attente, comment occupez-vous ces temps morts ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Si l'équipement en smartphone n'a jamais été aussi répandu, **son usage quotidien a tendance à décroître depuis trois ans** (83% des personnes possédant un smartphone l'utilisent quotidiennement, - 11 points par rapport à 2019).

L'usage quotidien de l'ordinateur diminue légèrement par rapport au pic de 2020 (62%, - 4 points) mais avec toutefois **un niveau d'usage largement supérieur à celui observé avant l'apparition de la Covid-19** (+ 17 points par rapport à 2019). Il faut dire que les habitudes prises pendant la **pandémie² et la flambée des prix de l'énergie poussent nos concitoyens à limiter leurs sorties**, qu'il s'agisse des loisirs³, ou du recours au télétravail.

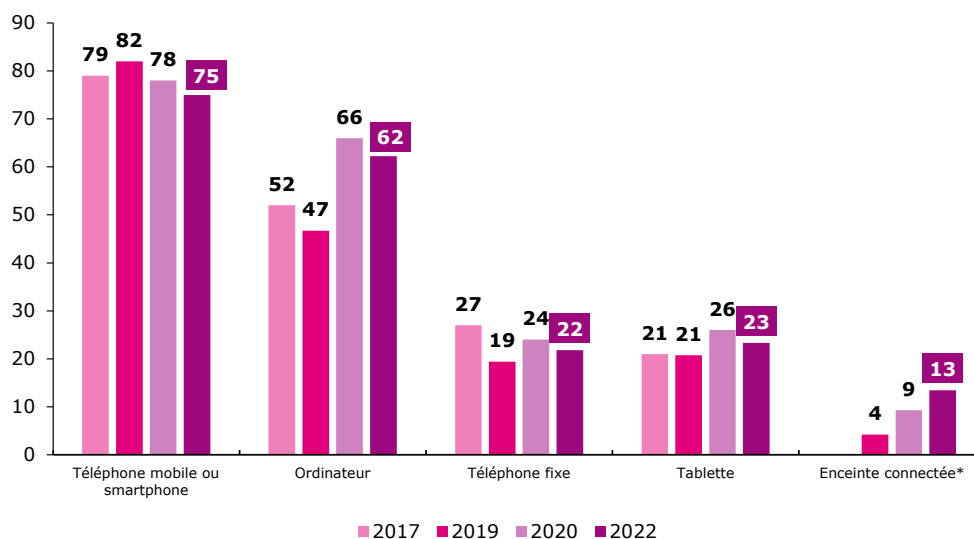
² Par exemple les niveaux de fréquentation des salles de cinéma n'ont toujours pas retrouvé leur niveau d'avant covid, alors que la tendance était auparavant à une hausse continue de la fréquentation. Sur les six premiers mois de 2022, selon les données du CNC, la fréquentation est inférieure de 30% à celle observée pendant les six premiers mois de 2019 (104 millions d'entrée sur les 6 premiers mois en 2019, contre 73 millions en 2022)

³ L'enquête Conditions de vie et aspirations de juin 2022 du CREDOC montre une très grande augmentation de la part des Français qui déclarent devoir renoncer à des déplacements.

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

(En % d'utilisateurs quotidiens)

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

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

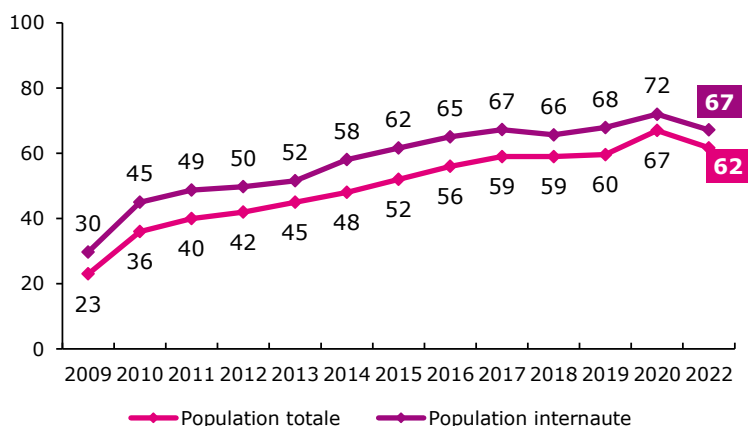
Le **téléphone fixe**, qui avait connu un regain d'intérêt en 2022, paraît de nouveau sur une pente descendante (80% d'équipement, - 4 points, et 22% d'usage quotidien, - 2 points). Moyen supplémentaire de maintenir les liens pendant les périodes d'isolement, notamment avec les plus âgés⁴, la **reprise des interactions sociales « en présentiel »** semble avoir rendu son usage moins nécessaire.

Une dynamique similaire pourrait expliquer un tassement de la participation **aux réseaux sociaux**, après une hausse importante en 2020. Les taux de participation enregistrés cette année sont finalement proches de ceux enregistrés depuis 2017, le **rebond constaté en début de crise sanitaire évoquant une réponse temporaire au contexte d'isolement social** de l'époque.

⁴ Solen Berhuet, Sandra Hoibian, Protéger ses aînés du COVID en réduisant les rencontres : une démarche plus souvent à l'initiative des proches, juin 2022, <https://www.credoc.fr/publications/protéger-ses-aines-du-covid-en-reduisant-les-rencontres-une-demarche-plus-souvent-a-linitiative-des-proches>

Proportion d'individus ayant participé, au cours des 12 derniers mois, à des réseaux sociaux (de type Facebook, Myspace, Linked in, etc.)

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



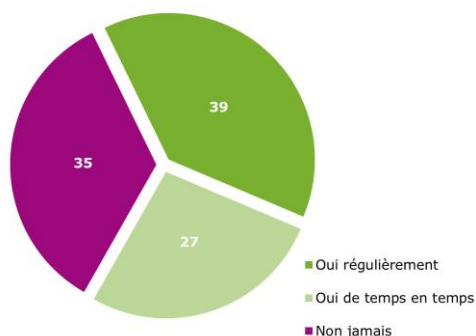
Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

Visioconférence et démarches administratives en ligne s'installent durablement

L'essor du télétravail au cours des deux dernières années s'est accompagné d'une diffusion très large de la **visioconférence**, pratique jusque-là relativement confidentielle. La période de crise sanitaire semble avoir eu en la matière un effet « cliquet ». L'engouement pour cet outil n'a pas faibli après les périodes d'isolement et continue même de se renforcer, puisque la moitié des personnes interrogées ont participé à au moins un appel vidéo ou visioconférence au cours de l'année passée (50%, + 5 points). La multiplication des outils numériques et la banalisation du télétravail s'accompagnent également d'un brouillage durable des frontières entre les univers professionnels et privés. Et notamment **l'incursion du professionnel dans des temps et des espaces qui ne lui sont pas dédiés**. Ainsi 66% des personnes en emploi déclarent avoir utilisé des outils numériques pour des raisons professionnelles en dehors de leurs horaires et lieux de travail habituels, 39% le faisant régulièrement.

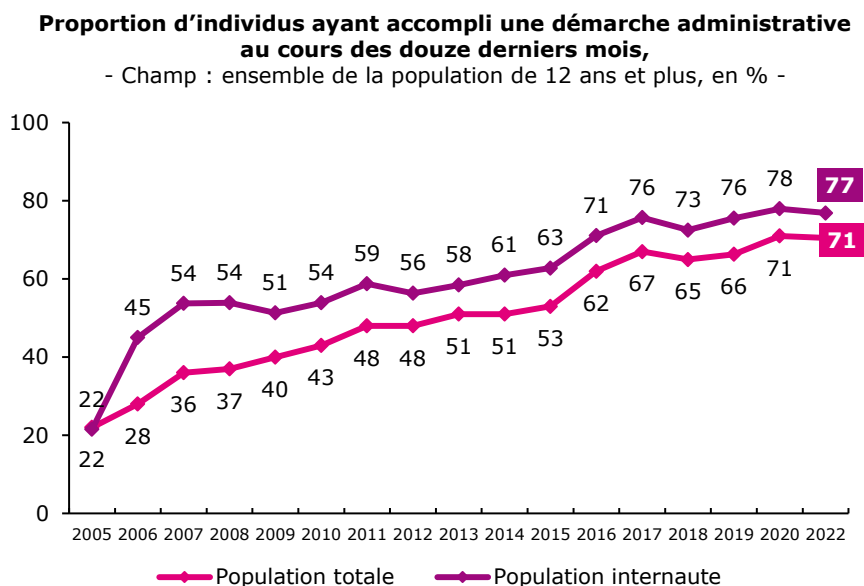
Vous arrive-t-il, pour des raisons professionnelles, d'utiliser les nouvelles technologies (micro-informatique, internet...), en dehors de vos horaires et lieux de travail habituels, c'est-à-dire le soir, le week-end, en vacances, dans les transports, à domicile, etc. ?

- Champ : Individus de 18 ans et plus en emploi et ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

La fermeture temporaire des lieux d'accueil au public a accéléré les usages administratifs en ligne pendant l'épidémie, compte tenu de la migration de certains services des administrations vers des plateformes en ligne. L'augmentation sensible du nombre de personnes ayant déjà effectué une **démarche administrative** sur internet se maintient (71% en 2020 et 2022, + 5 points par rapport à 2019).



Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

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

Différents freins à ces usages persistent, nous y reviendrons.

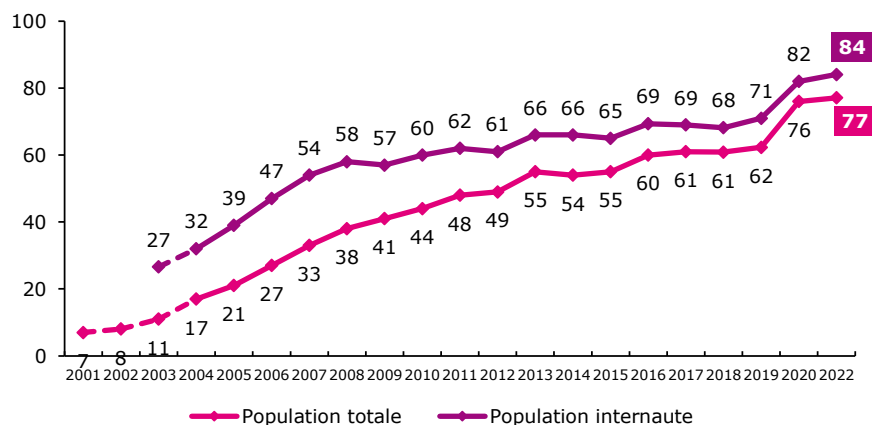
La hausse des achats en ligne liée aux confinements perdue, une progression de la livraison en points relais

L'année 2020 a également été marquée par une forte augmentation des pratiques de consommation en ligne. Si de nombreux lieux d'achat physiques ont aujourd'hui réouvert leurs portes, **le nombre d'acheteurs et d'acheteuses en ligne n'a pas diminué par rapport à 2020 (77%)**, et la fréquence des achats n'a pas faibli (49% effectuent des achats en ligne au moins tous les mois, + 2 points). Les habitudes de consommation prises par les internautes et le développement accéléré des outils de vente en ligne entrepris par les commerçantes et commerçants ont pu contribuer à ce maintien.

On constate une diminution du nombre de personnes s'étant fréquemment fait livrer leurs achats à domicile (56%, - 8 points), au profit d'une **livraison en points relais, souvent moins coûteuse**, qui retrouve son attrait après les périodes de confinement (34%, + 8 points). Pour les personnes ayant effectué des achats en ligne, l'attrait de la livraison réside avant tout dans sa rapidité (37%) et la ponctualité (30%) des livreurs.

Proportion d'individus ayant effectué dans les 12 derniers mois, des achats par internet

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



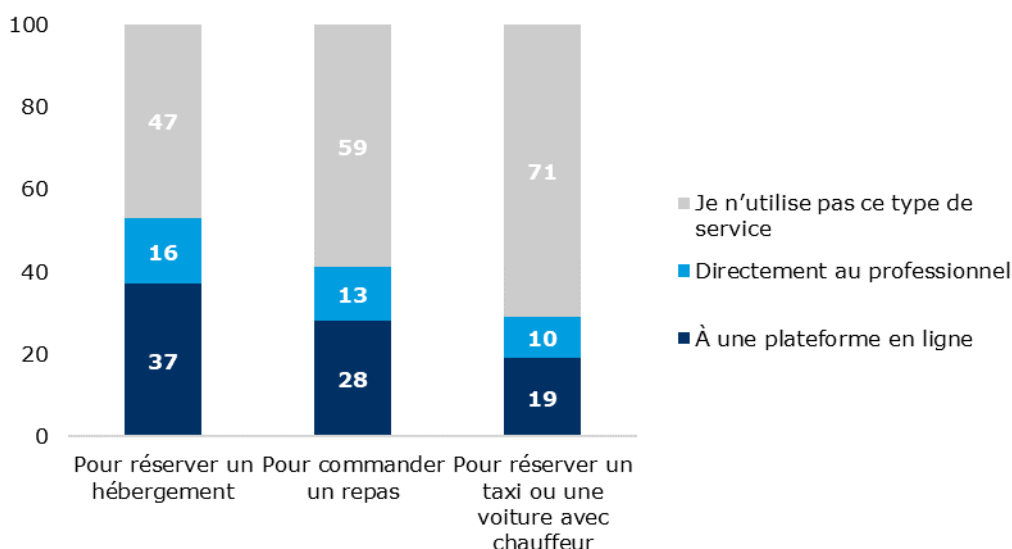
Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

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.

Ces dernières années ont vu le développement rapide de **plateformes en ligne** proposant de coordonner et d'intermédiaire l'offre et la demande de services tels que la commande et la livraison de repas, la réservation d'un taxi ou autre véhicule privé avec chauffeur, ou encore la réservation d'hébergements auprès de professionnels ou de particuliers. Ce nouveau mode de fonctionnement remporte un **succès important auprès des personnes ayant recours à ces services**. Ainsi 68% des personnes effectuant des commandes de repas privilégient les plateformes en ligne à une commande directe auprès du professionnel. 65% des personnes réservant des taxis ou voitures avec chauffeur préfèrent également passer par une plateforme, tout comme 71% des personnes effectuant des réservations d'hébergement.

Personnellement, pour les services suivants, vous recourez le plus souvent ?

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

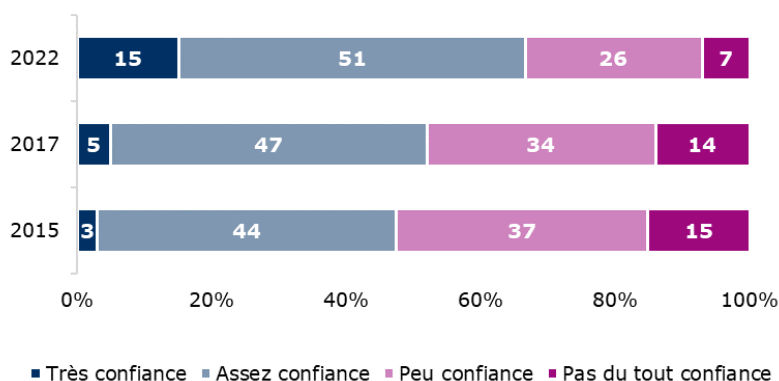


Source : CREDOC, Baromètres du numérique, 2022

Cette croissance des achats en ligne et recours à des services intermédiés repose pour partie sur la **progression de la confiance dans les avis**, notes et évaluations effectués par des pairs.

Avez-vous confiance dans les notes, les évaluations ou les commentaires sur les hôtels, les restaurants, les produits qu'on peut prêter, acheter ou louer en ligne ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



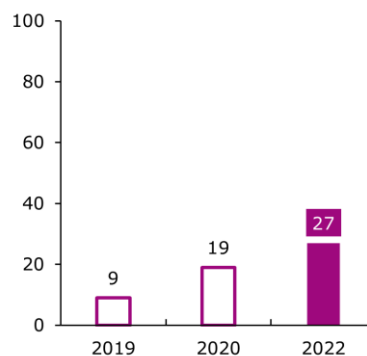
Source : CREDOC, Baromètres du numérique, 2022

Succès des enceintes connectées, progression rapide des autres objets connectés

La part de personnes **possédant une enceinte connectée à assistance vocale continue d'augmenter rapidement** (27%, contre 19% en 2020 et 9% en 2019). Les utilisateurs au moins occasionnels d'une telle enceinte dans les 6 derniers mois sont également plus nombreux (31%, soit plus de 9 points en deux ans), témoignant d'une **diffusion croissante des usages de cet outil**. Son usage quotidien est ainsi de plus en plus courant (13%, + 5 points). En 2020, la distanciation sociale avait entraîné une hausse importante de l'équipement numérique des foyers. Smartphone, tablettes, objets connectés et même téléphone fixe avaient pris une place plus importante au quotidien. L'équipement en autres **objets connectés** continue de croître : 40% des personnes interrogées en possèdent au moins un (+ 7 points, avec + 2 points pour les objets relatifs à la santé, + 4

à l'électroménager, + 7 à la sécurité, + 4 à la domotique).

Taux d'équipement en enceinte connectée

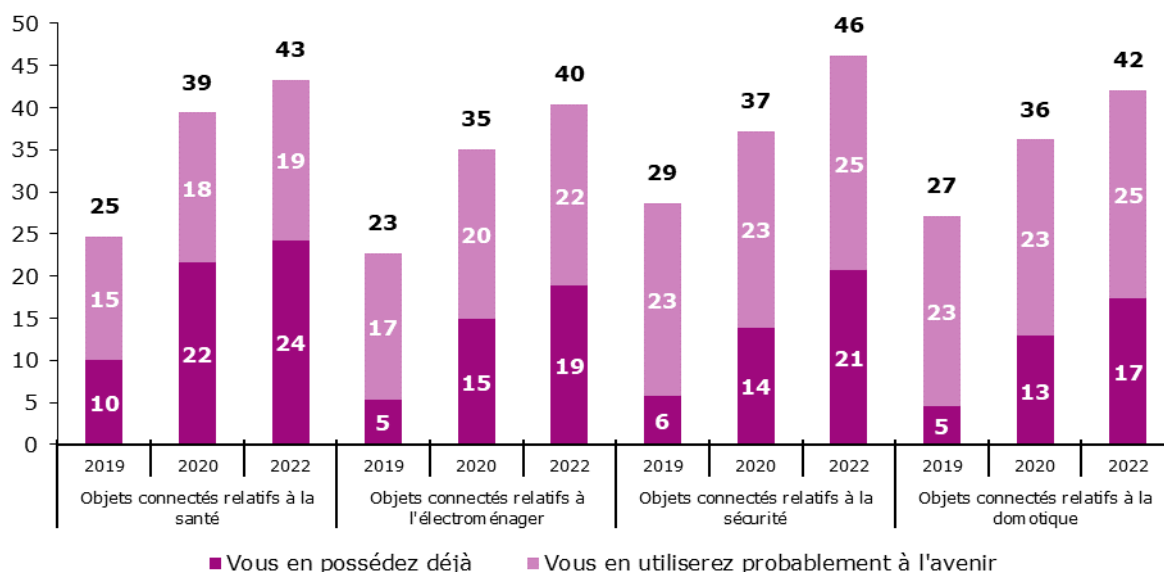


Champ :

ensemble de la population de 12 ans et plus, en %
Source : CREDOC, Baromètres du numérique

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 % -

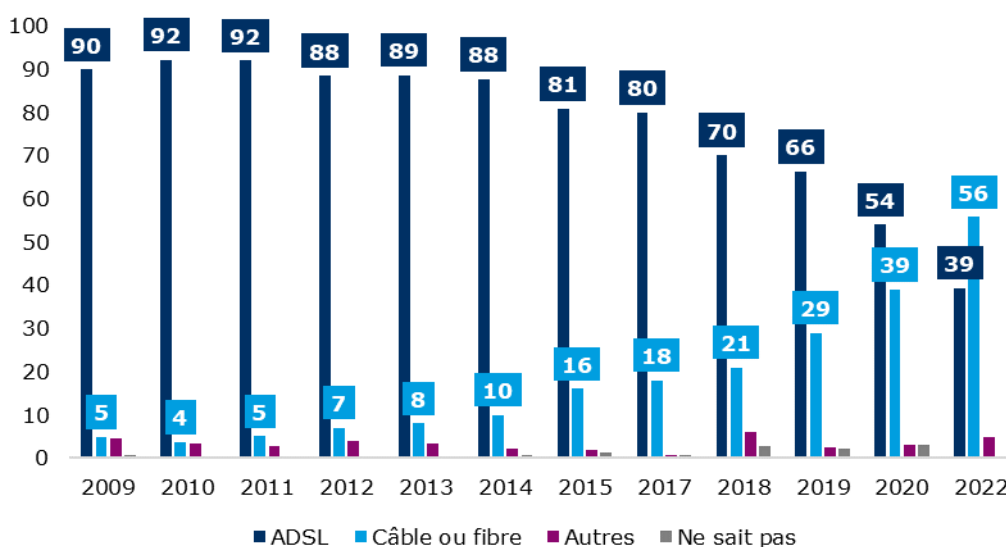


Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

Le nombre grandissant de terminaux et d'objets connectés au sein des foyers est probablement facilité par la diffusion de plus en plus large des connexions internet à **très haut débit** : l'équipement en câble ou fibre continue **de progresser fortement** depuis 2017, porté par l'adoption de la fibre, et concerne désormais plus d'un foyer sur deux disposant d'une connexion internet à domicile. Une très grande majorité des utilisateurs se déclarent satisfaits de la qualité de leurs services sur ces réseaux, et particulièrement lorsqu'ils disposent de la fibre.

Type de connexion internet à domicile

- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

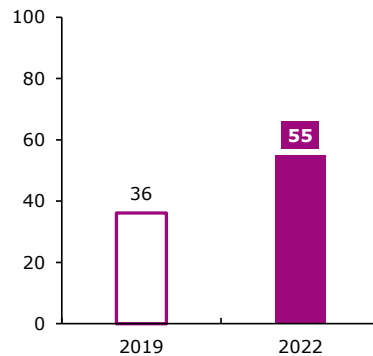
La VàD confirme son attractivité, la radio reste un medium qui échappe au tout numérique

Regarder la **télévision sur un poste de télévision** reste une pratique largement répandue : seules 5% des personnes interrogées ne la regarde jamais. On enregistre cependant une **baisse du temps consacré à ce loisir** : après un regain d'intérêt en 2020, la part de personnes passant en moyenne plus de 3 heures par jour devant leur téléviseur revient à un niveau proche de celui de 2018 (23%, - 6 points par rapport à 2020).

Les services de vidéos à la demande comptent, quant à eux, de plus en plus d'adeptes. La part des personnes interrogées disposant d'au moins un abonnement à ce type de services a ainsi fortement augmenté depuis 2019 (55%, + 19 points).

Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VàD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV, MyCanal, OCS, Salto, etc. ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètres du numérique

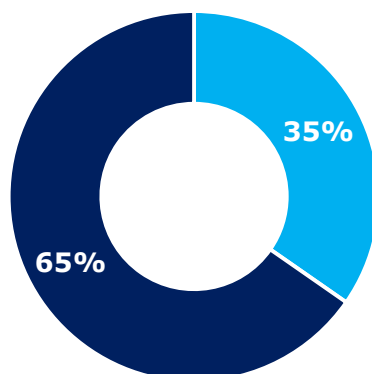
Mais alors que les offres de **contenu audio** se multiplient en ligne – possibilité d'écouter la radio en direct via une connexion internet, accès à de nombreux programmes à la demande grâce aux podcasts, plateformes de streaming de musique – les postes de radio hertziens comptent encore beaucoup d'adeptes.

Sur les 75% de personnes interrogées écoutant la radio ou des contenus audio, près de deux sur trois le font le plus souvent via un réseau hertzien. Seule une minorité parmi les auditeurs via le réseau hertzien explique ce choix par une absence d'accès à internet ou à un accès de mauvaise qualité (11% la citent comme l'une des deux raisons les plus déterminantes), ou encore par une méconnaissance des outils pour écouter la radio via internet (6%). Les raisons les plus citées correspondent plutôt à un sentiment de satisfaction par rapport au réseau hertzien, qui convient aux besoins (75%), et au fait d'avoir **gardé l'habitude** d'écouter la radio par ce biais (70%). La consommation de média est en effet largement liée à des **habitudes générationnelles** : chaque génération se socialisant autour d'un média central, et la radio souffre ainsi de l'éloignement très net des nouvelles générations⁵.

⁵ Philippe Lombardo, Loup Wolff, Cinquante ans de pratiques culturelles en France, Ministère de la culture, 2020

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 ou des contenus audio, en % -



- Via internet
- Via un poste de radio permettant la réception hertzienne (FM ou DAB+)

Source : CREDOC, Baromètres du numérique, 2022

Les personnes privilégiant une **écoute par internet** expliquent avant tout leur préférence par la liberté de choisir les programmes et **le moment** de leur écoute selon leur envie (51%). La **diversité des contenus** proposés est également un argument courant en faveur des services audios en ligne (33%). Une part importante des internautes évoquent également l'habitude pour justifier leur choix (39%), dans une mesure toutefois bien moindre que pour les habitués du réseau hertzien.

De nouvelles compétences acquises pendant les périodes de confinement, mais 8% restent éloignés du numérique

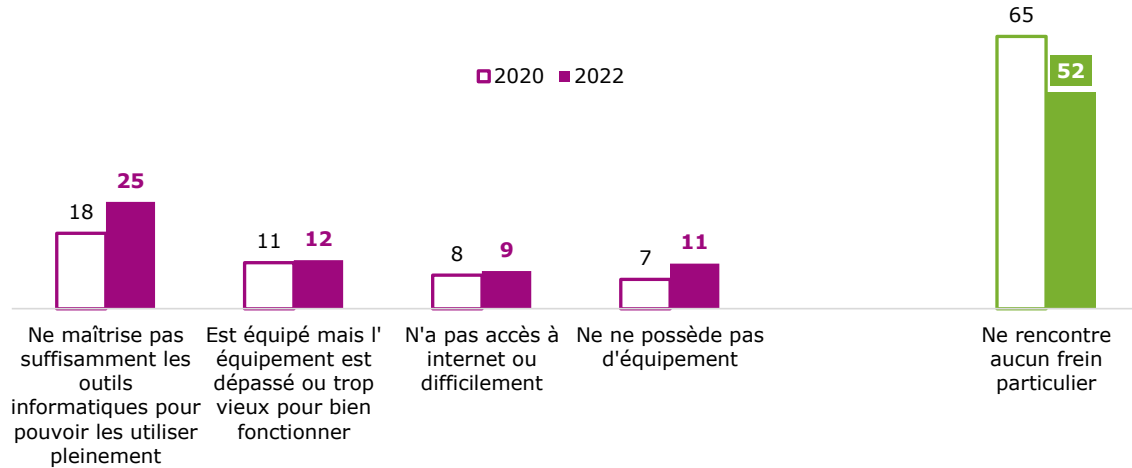
Télétravail, maintien des liens avec les proches, démarches administratives en ligne, suivi de la scolarité des enfants, les différentes périodes de confinement ont mené la population à utiliser et souvent découvrir de nombreux outils numériques. 57% des personnes interrogées répondent positivement à la question « Depuis deux ans et les différentes périodes de confinement, avez-vous l'impression de mieux maîtriser les outils numériques pour les différentes démarches et activités de votre vie quotidienne ».

Si une majorité de personnes a ainsi bénéficié d'une **montée en compétence**, une minorité reste éloignée, voire coupée du numérique. Après une légère augmentation en 2020, le nombre d'internautes semble atteindre un plafond de verre : en 2022, on mesure toujours **8% des personnes interrogées ne se connectant jamais à internet**.

En deux ans, signe supplémentaire s'il le fallait, que les usages se diffusent et deviennent incontournables, on observe **une progression des freins à l'utilisation des outils numériques au quotidien**. Les personnes qui n'ont pas l'impression de mieux maîtriser les outils numériques depuis deux ans sont celles qui rencontrent le plus de freins (54% en citent au moins un), mais celles qui estiment avoir gagné des compétences sont également nombreuses à rencontrer des difficultés (44%). Le frein le plus cité reste une **maîtrise insuffisante des outils** (25%, + 7 points). Le **manque d'équipement** est également une raison davantage citée qu'en 2020 (11%, + 4 points).

Citez, dans la liste, tous les freins qui vous empêchent, vous personnellement, d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur smartphone, tablette ou ordinateur

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Le **cercle amical ou familial** est toujours l'espace considéré comme le plus adapté pour améliorer sa maîtrise des outils numériques (28% choisissent cette réponse). Il est toutefois rejoint par la **formation autonome sur internet**, désormais aussi privilégiée que les cercles proches comme espace d'apprentissage (28%, + 16 points par rapport à 2017). À l'inverse, les formations sur le lieu de travail ne recueillent plus autant de suffrages (11%, - 12 points). Si la numérisation accélérée engendrée par les périodes de confinements n'a pas fait disparaître les difficultés de prise en main des outils numériques, elle a peut-être **renforcé la confiance** dans les capacités à se former de manière autonome à la meilleure maîtrise de ses outils.

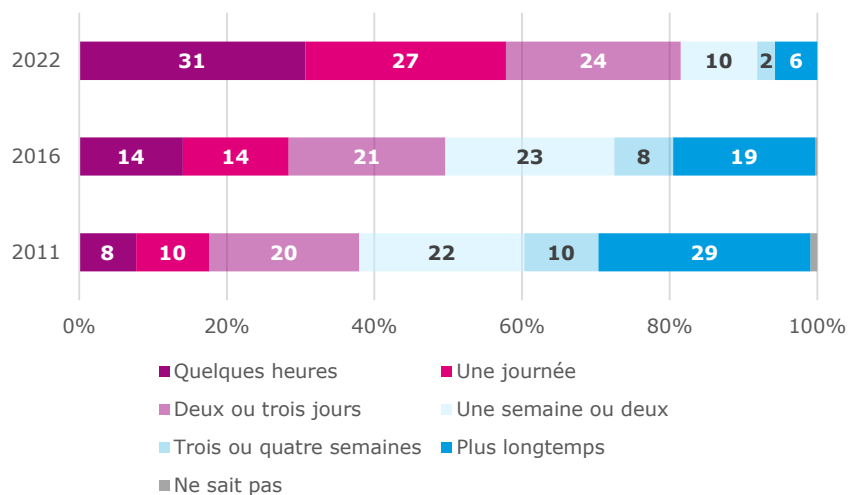
Les multiples enjeux de la digitalisation de la société

Une déconnexion difficile pour près d'un Français sur deux

Dans une société de plus en plus numérisée, il devient difficile de « faire sans » au quotidien. En 2022, plus d'une personne sur deux déclare **ne pas pouvoir passer plus d'une journée sans qu'internet leur manque**, alors qu'elles étaient moins d'une sur trois en 2016.

Combien de temps pouvez-vous vous passer d'internet sans que ça vous manque ?

- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



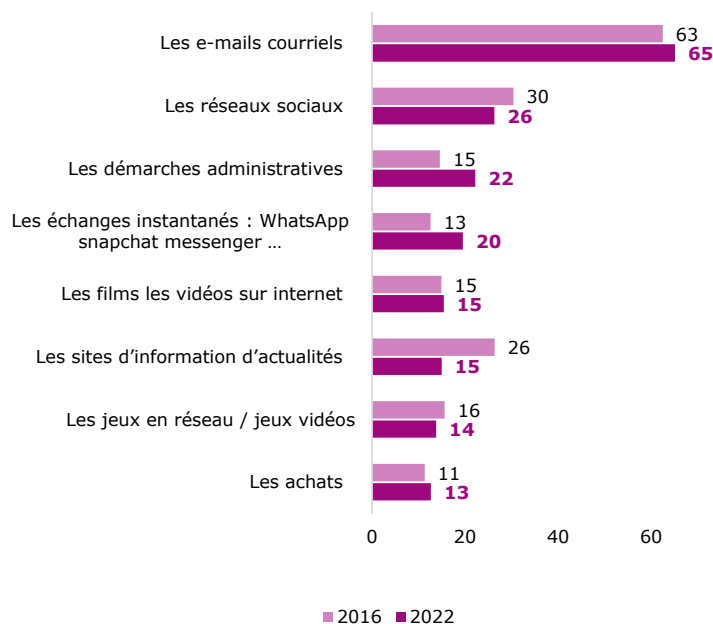
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les courriels restent de loin le service dont les internautes ont le plus de mal à se passer. Internet apparaît aussi de plus en plus indispensable pour la réalisation de démarches **administratives** (+ 22 points). Depuis 2016, les **messageries instantanées** ont pris une place plus importante dans les pratiques (20% des personnes interrogées estiment qu'elles font partie des deux services les plus incontournables, + 7 points).

Est-ce une posture liée à la multiplication des applications et des discours visant à limiter le temps d'écran, ou une réalité ? Une **forme de distance aux réseaux sociaux** semble poindre : la proportion des personnes considérant ne pouvoir s'en passer diminue par rapport à 2016 de - 4 points.

Quels sont les deux services d'internet dont vous auriez le plus de mal à vous passer ?

Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Des enjeux sur l'information : un Français sur deux s'en remet aux moteurs de recherche, une confiance croissante dans les réseaux sociaux

La consultation de **sites d'information d'actualités en ligne** est considérée comme un usage moins incontournable (15% de la population, contre 26% en 2016, soit- 11 points), possiblement concurrencée par de nouveaux mediums, par exemple les podcasts et émissions dites « **natives** », c'est-à-dire directement conçues pour internet, qui cultivent souvent une forme de décalage à la fois dans le ton et les sujets traités⁶.

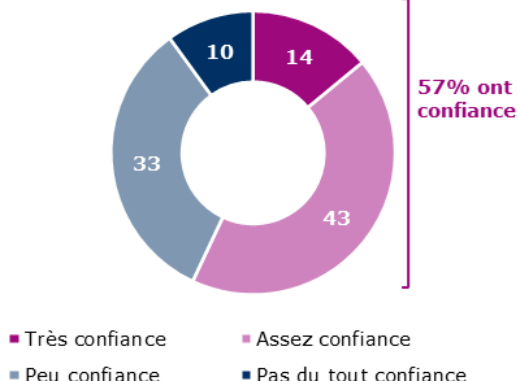
Mais surtout, petit à petit, **les réseaux sociaux** leur disputent la place de source légitime d'information. **La méfiance vis-à-vis d'internet comme source d'information semble s'être atténuée ces dernières années.** Alors que les algorithmes, loin d'être de simples outils techniques, opèrent des choix signifiants en termes de valeurs et de modèle de société⁷, **un Français sur deux dit faire confiance à la manière dont les moteurs de recherche et les plateformes sélectionnent les informations présentées** (57% hors « éloignés du numérique », question nouvelle).

41% accordent du crédit aux informations relayées sur les réseaux sociaux, c'est 15 points de plus qu'en 2017, date de la dernière mesure.

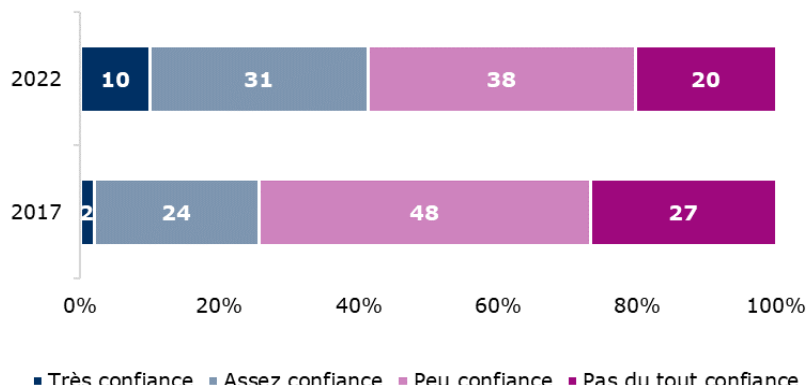
⁶ Monique Dagnaud, Le podcast natif : média générationnel ou de polarisation sociale ?, Telos, Feb. 12, 2020, <https://www.telos-eu.com/fr/societe/le-podcast-natif-media-generationnel-ou-de-polaris.html>

⁷ Dominique Cardon, A quoi rêvent les algorithmes, Nos vies à l'heure des big data, 2016

Avez-vous confiance dans la façon dont les moteurs de recherche et les plateformes en ligne sélectionnent les informations qu'ils vous présentent ?



Avez-vous confiance dans les informations relayées sur les réseaux sociaux



- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

Source : CREDOC, Baromètres du numérique.

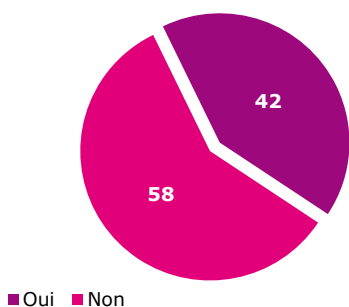
La progression de la confiance dans ces sources d'information tient possiblement des nouveaux **mécanismes de régulation**.

Plusieurs sites mettent en place différents dispositifs pour permettre aux internautes de **signaler des comptes ou des contenus inappropriés**. 42% des internautes interrogés ont déjà utilisé un tel dispositif sur les réseaux sociaux ou plateformes de partage de vidéos, et l'ont jugé dans l'ensemble facilement accessible (87%), aisément compréhensible (80%), et simple d'utilisation (85%).

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.

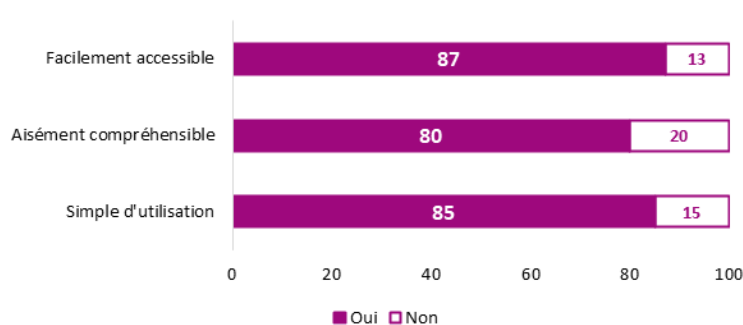
Avez-vous déjà utilisé un de ces dispositifs de signalement ?

Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, en %



Avez-vous trouvé ce dispositif de signalement ...

Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant déjà eu recours aux dispositifs de signalement, en %



Source : CREDOC, Baromètres du numérique, 2022

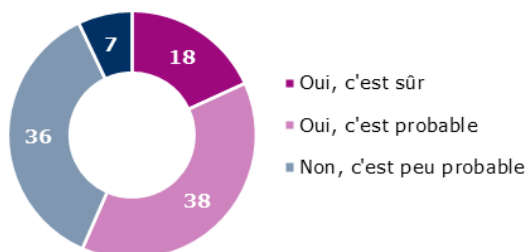
Une personne sur deux pense avoir été victime d'un accès indésirable à ses données personnelles

Avec la numérisation de la société se développent mécaniquement les **escroqueries et autres formes de criminalité en ligne**. Par exemple, les attaques au phishing⁸ et de logiciels malveillants se multiplient pour récupérer les données bancaires des victimes⁹. Toutefois ces dernières années, avec la **progression des mesures d'authentification forte**, la Banque de France¹⁰ constate un **rythme de progression des fraudes au paiement très inférieur à celui des flux de paiement**. Au-delà des escroqueries et phishing bancaires, les **données personnelles**¹¹ peuvent être mobilisées à des fins **commerciales**, d'impact sur la **e-réputation**, ou d'autres usages indésirables.

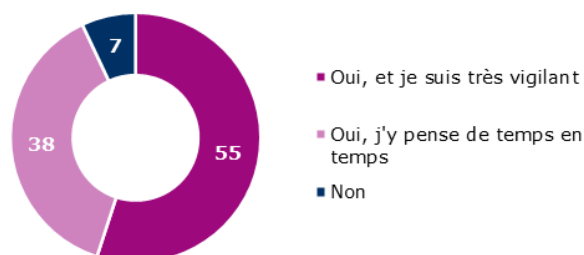
Le baromètre du numérique établit **que plus d'une personne sur deux pense avoir déjà été victime d'un accès indésirable à ses données** sur internet dans sa vie. Les personnes interrogées accordent pourtant **une attention à la protection de leurs données personnelles sur internet** : 55% déclarent y être très vigilants, 38% y penser de temps en temps (réponses des internautes, hors « éloignés du numérique »).

En pratique, cette vigilance peut se traduire par **l'installation d'un logiciel de sécurité** (84% chez les personnes qui se déclarent vigilantes, 71% dans l'ensemble de la population), le choix de matériel privilégiant un système d'exploitation plus sécurisé (65% et 55% respectivement), ou l'installation d'outils de protection de navigation (58% et 48% respectivement).

Pensez-vous avoir déjà été victime d'un accès indésirable par internet à vos données personnelles ?



Faites-vous attention à protéger vos données personnelles numériques ?



- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

⁸ Le *phishing* ou *hameçonnage* est une forme d'escroquerie sur internet qui consiste à récupérer les données personnelles des consommateurs par la tromperie, puis à les utiliser de manière malveillante, par exemple pour faire des achats.

⁹ D'après l'enquête CVS 500 000 ménages déclaraient avoir été victimes d'un débit frauduleux (sur et en dehors d'Internet) en 2010, contre 1,3 million en 2018. Leur nombre a plus que doublé en huit années. L'augmentation n'est pas seulement visible en volume mais également en proportion de ménages puisque c'est 4,4% des ménages qui ont été victimes de débits frauduleux en 2019 contre 1,8% en 2010.

¹⁰ Banque de France, Observatoire de la sécurité des moyens de paiement, 2021, https://www.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/rapport_osmp_2021.pdf

¹¹ Selon la CNIL, une « donnée personnelle » est « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ».

- Une personne peut être identifiée : directement (exemple : nom, prénom)
- ou indirectement (exemple : par un identifiant (n° client), un numéro (de téléphone), une donnée biométrique, plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image).

L'identification d'une personne physique peut être réalisée :

- à partir d'une seule donnée (exemple : numéro de sécurité sociale, ADN)
- à partir du croisement d'un ensemble de données (exemple : une femme vivant à telle adresse, née tel jour, abonnée à tel magazine et militant dans telle association)

Par ailleurs, pour s'identifier sur leurs équipements, 43% des internautes ou détenteurs d'un smartphone (hors « éloignés du numérique ») utilisent les **fonctionnalités de reconnaissance digitale**, 28% celles de **reconnaissance faciale**.

Une majorité accepte systématiquement ou souvent les cookies

La majorité des personnes interrogées **ne tire pas profit de la systématisation** des demandes d'autorisation d'usage de données imposée par le RGPD sur les sites web et applications, **65% acceptant régulièrement ou systématiquement les cookies** (internautes, hors « éloignés du numérique »).

Les principaux réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéos font souvent l'objet d'une attention particulière en raison de leur popularité. Les pages dédiées aux **conditions générales d'utilisation (CGU)** de leurs services sont accessibles à tous les internautes. Néanmoins, seuls 52% déclarent avoir déjà consulté les pages relatives aux CGU d'un réseau social (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.) ou d'une plateforme de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion, etc.).

Mais si 77% d'entre elles ont estimé que ces pages étaient facilement accessibles, seules 53% les ont trouvées aisément compréhensibles. Mobilisant un langage juridique spécifique et souvent longues de plusieurs pages, les CGU sont susceptibles de décourager les internautes non-initiés.

Un enjeu de sobriété : un quart des postes de télévision renouvelés alors que l'ancien fonctionnait

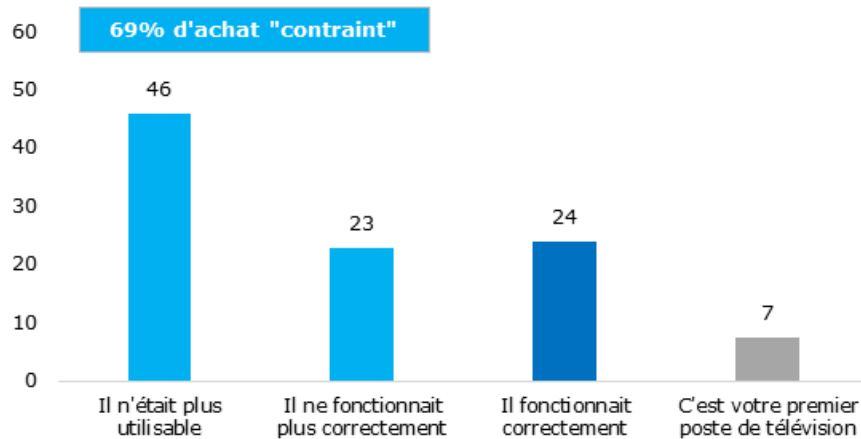
Le téléviseur reste un objet courant dans les foyers, 94% d'entre eux sont équipés d'au moins un poste. La grande majorité de ces équipements ont été achetés neufs, **l'achat d'un téléviseur d'occasion ou reconditionné demeure une pratique marginale (10% des postes de télévision principaux)**.

Un quart des postes ont même été achetés en remplacement d'un téléviseur qui fonctionnait correctement, ces achats étant principalement motivés par le souhait de s'équiper d'une télévision plus **perfectionnée** (télévision connectée, meilleure qualité d'image, écran plus grand, 35%), ou par une opportunité d'achat comme une **offre promotionnelle** (31%).

La durée de détention individuelle du poste principal reste faible. Près de la moitié des répondants déclarent détenir cet équipement depuis moins de quatre ans.

La dernière fois que vous avez renouvelé votre téléviseur, l'ancien téléviseur

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant au moins un poste de télévision, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

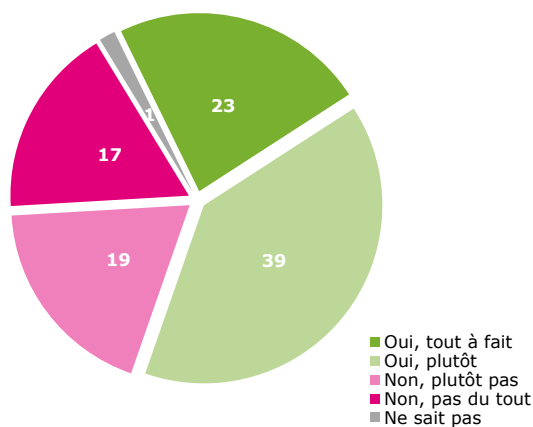
La plupart des personnes interrogées se sont **préoccupées du devenir de leur ancien téléviseur**, 2% seulement l'ayant jeté dans une poubelle classique. Dans près d'un cas sur deux, le poste de télévision a été déposé dans une déchetterie (30%) ou apporté dans une ressourcerie, recyclerie ou association (15%). Un tiers des postes a par ailleurs été donné ou vendu à un proche, un particulier, ou un commerçant. 19% des téléviseurs ont été conservés par le foyer, le plus souvent pour servir de deuxième poste.

Une ouverture de principe à la démocratie participative en ligne

Les personnes majeures ont été interrogées sur leur disposition à répondre, via un dispositif numérique, à une consultation citoyenne organisée par des élus locaux. **Près deux personnes sur trois** se déclarent au moins plutôt prêtes à participer à une telle initiative. Parmi les personnes tout à fait disposées, un quart a déjà contribué à ce type de consultation.

Seriez-vous prêt(e) à donner votre avis sur la vie publique locale lors d'une consultation citoyenne via un dispositif numérique (comme une plateforme en ligne) ?

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -

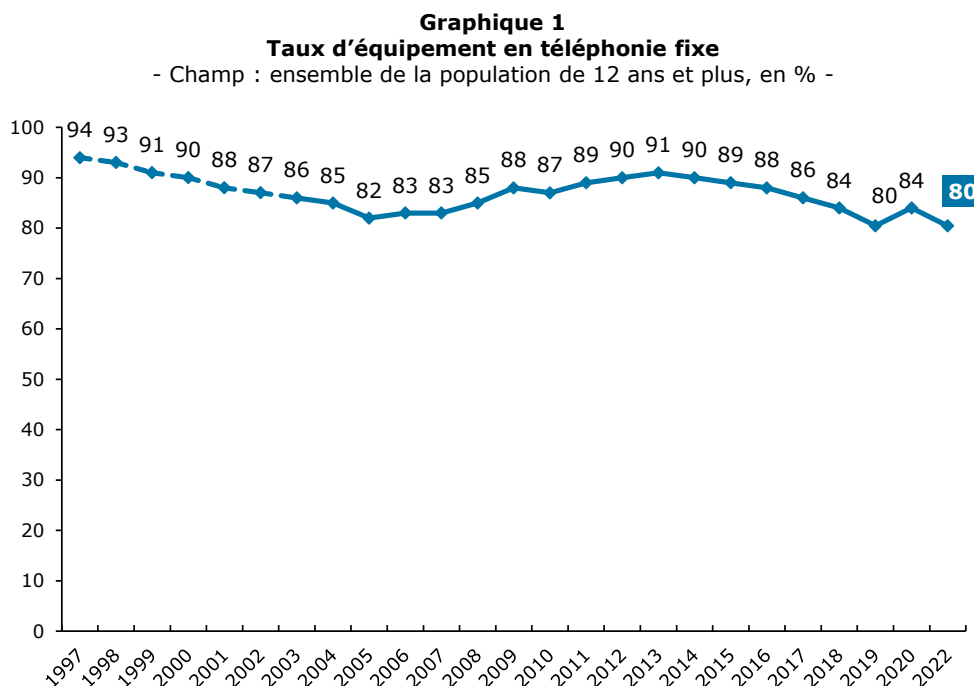


Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

Partie 1. Equipements et connexions

1. Huit personnes sur dix ont un téléphone fixe

Le taux d'équipement en téléphone fixe diminuait de manière régulière depuis 2013. La crise sanitaire avait contraint les ménages à vivre une grande partie de leur quotidien entre les quatre murs de leur logement, entraînant un regain d'intérêt ponctuel pour cet équipement. En 2022, **l'équipement en téléphone fixe retrouve son niveau de 2019** (80%, Graphique 1).



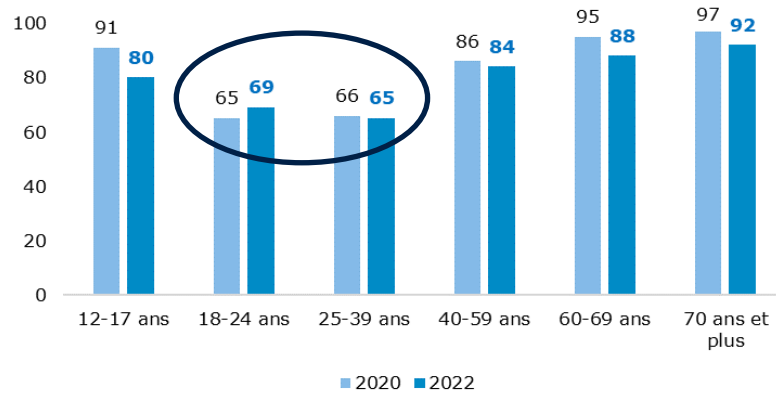
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

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.

L'âge explique les plus grandes variations du taux d'équipement en téléphone fixe (Tableau 1), seuls 65% des 25-39 ans déclarent avoir un téléphone fixe chez eux quand le taux est de 92% chez les 70 ans et plus. Cependant l'équipement chez les jeunes adultes progresse, les 18-24 ans étant la seule catégorie d'âge où l'équipement en téléphone fixe a augmenté entre 2020 et 2022 (69%, + 4 points, Graphique 2) possiblement en liaison avec la progression dans cette classe d'âge de l'équipement en enceintes connectées, qui incluent la possibilité de passer des appels.

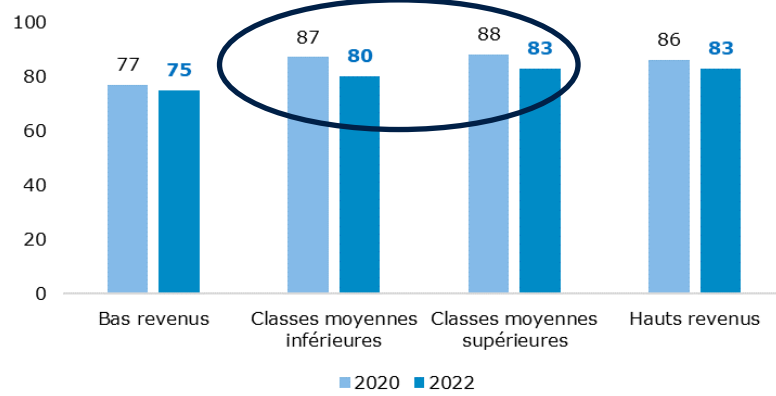
Les personnes au niveau de vie le plus faible restent les moins équipées en téléphone fixe (75%, contre 83% chez les personnes à hauts revenus), ces catégories, contraintes financièrement, privilégiant le mobile sur le fixe.

Graphique 2 – Des jeunes adultes très peu équipés en téléphonie fixe
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

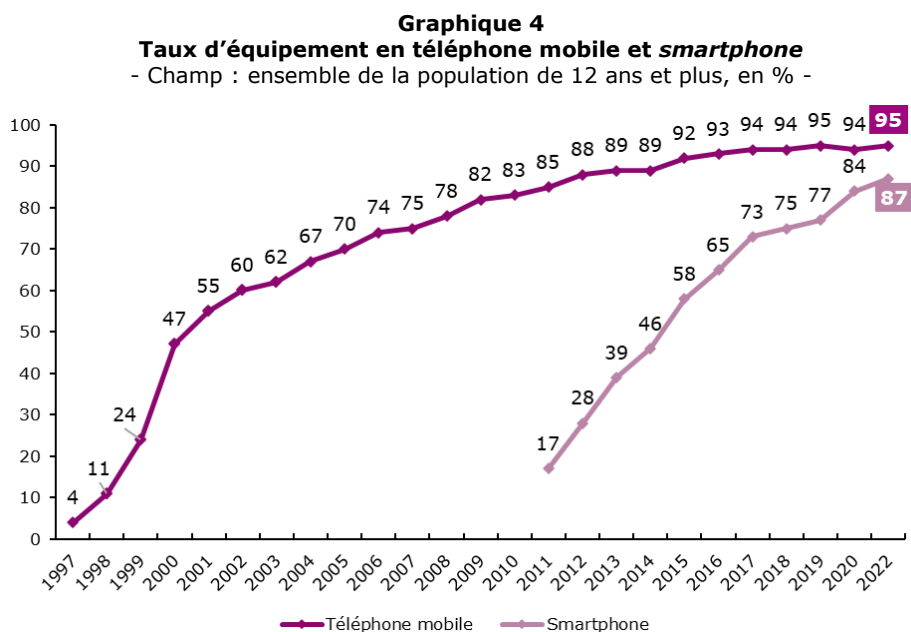
Graphique 3 – Baisse de l'équipement en téléphone fixe, en particulier chez les classes moyennes
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

2. Téléphonie mobile : le *smartphone* continue de se diffuser

Le taux d'équipement en téléphone mobile n'évolue plus depuis 2016, avec un plateau atteint autour de 94%. Ainsi en 2022, 95% des personnes de 12 ans ou plus résidant en France métropolitaine disposent d'un téléphone mobile (Graphique 4). Derrière cette stabilité globale, le **smartphone** continue de s'imposer comme la norme : 87% des Français de 12 ans et plus ont désormais un *smartphone* (+3 points en un an).



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 taux d'équipement en **smartphone** sont contrastés selon les catégories sociales.

L'âge reste un facteur déterminant : **seuls 56% des plus de 70 ans** sont équipés en *smartphone*, une proportion en légère baisse (- 3 points) après la forte croissance liée à la crise sanitaire (+ 15 points entre 2019 et 2020). 27% des 70 ans et plus restent en effet équipés de téléphones moins perfectionnés (Graphique 5). Entrées relativement tardivement dans l'univers mobiles, ces générations restent éloignées du *smartphone*, quand les générations plus récentes y sont acquises parfois dès leur plus jeune âge. Les **60-69 ans continuent pour leur part de rattraper leur retard** en la matière, 86% ont aujourd'hui un *smartphone* (+ 8 points en deux ans).

Dans une moindre mesure, le niveau de diplôme est également influent : les non-diplômés sont ainsi 59% à disposer d'un *smartphone*, contre **94% chez les diplômés du supérieur**. Les catégories d'âge et de niveau de diplôme se recoupent en partie, les personnes de plus de 70 ans étant fortement surreprésentées chez les non diplômés. On note toutefois qu'à âge égal par ailleurs, les non diplômés restent moins équipés que les autres en smartphones.

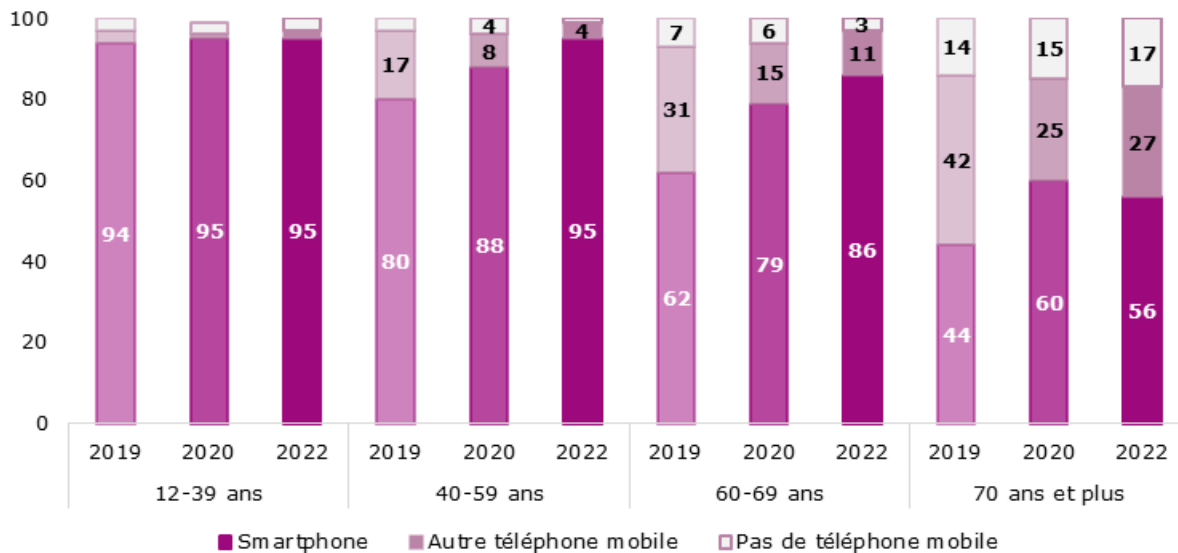
Les variations selon le niveau de vie sont moins marquées, avec des taux allant de 86% à 94% selon la catégorie de revenus. L'équipement en *smartphone* va également croissant avec le niveau d'urbanisation, les habitants des communes rurales se distinguant par un taux relativement faible (75% disposent d'un *smartphone*).

On relève par ailleurs une forte hausse dans l'équipement en *smartphone* des personnes au foyer (89%, + 14 points), atteignant ainsi un taux proche des personnes dites en activité, jusque-là

beaucoup mieux équipées (Graphique 6). Nous verrons plus loin que l'usage du *smartphone* s'est effectivement intensifié parmi les personnes au foyer, avec notamment une utilisation plus fréquente des applications de messageries instantanées.

Graphique 5 – Type de téléphone mobile en fonction de l'âge

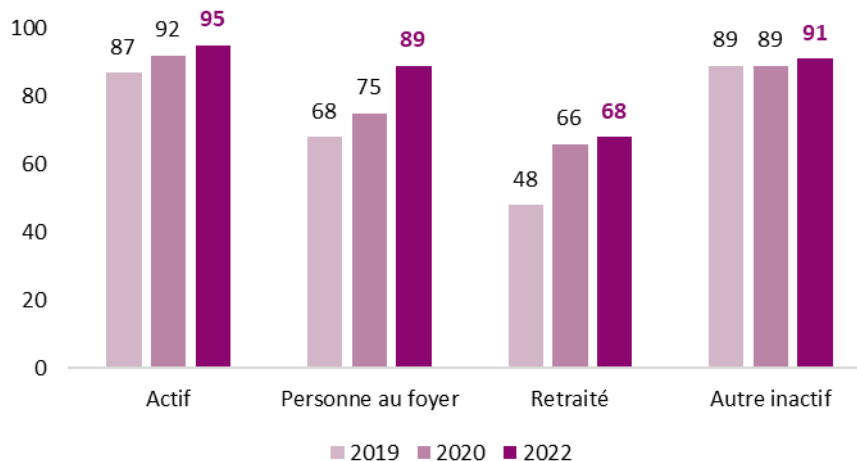
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 6 – Hausse de l'équipement en *smartphone* chez les personnes au foyer

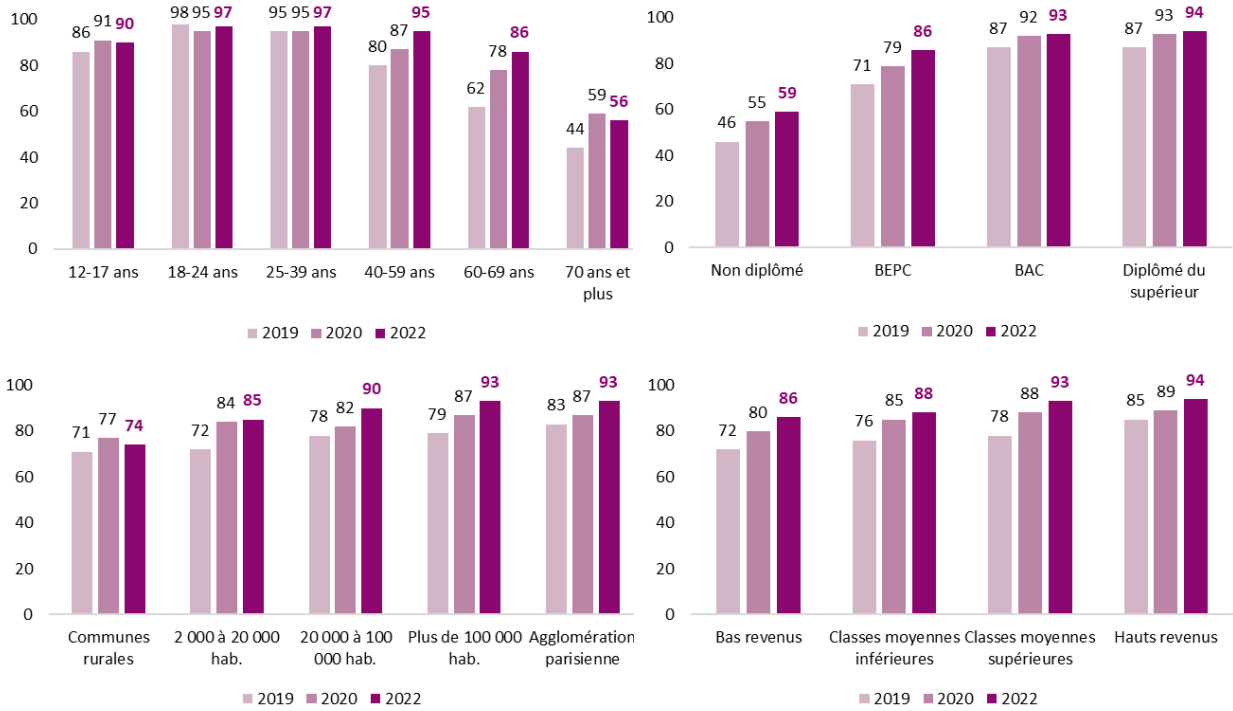
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 7 – Les plus âgés, les moins diplômés et les ruraux toujours moins équipés en *smartphone*, des variations moindres en fonction du niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 1 – Taux d'équipement téléphonique en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Téléphone fixe	Téléphone mobile	Smartphone	Téléphone fixe ou mobile
Sexe	Homme	81%	96%	89%	99%
	Femme	80%	95%	86%	99%
Âge	12-17 ans	80%	92%	90%	98%
	18-24 ans	69%	99%	97%	99%
	25-39 ans	65%	99%	97%	100%
	40-59 ans	84%	99%	95%	100%
	60-69 ans	88%	97%	86%	99%
	70 ans et plus	92%	83%	56%	99%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	75%	89%	73%	98%
	Deux personnes	83%	96%	85%	100%
	Trois personnes	77%	98%	94%	99%
	Quatre personnes	84%	98%	95%	100%
	Cinq personnes et plus	81%	97%	96%	99%
Diplôme	Non diplômé	83%	83%	59%	99%
	BEPC	84%	96%	86%	100%
	BAC	79%	98%	93%	99%
	Diplômé du supérieur	77%	99%	94%	100%
	12-17 ans	80%	92%	90%	98%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	66%	96%	88%	99%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	77%	99%	98%	100%
	Profession Intermédiaire	79%	99%	96%	100%
	Employé	75%	99%	96%	100%
	Ouvrier	78%	99%	94%	100%
	Personne au foyer	80%	97%	89%	100%
	Retraité	91%	88%	68%	99%
	Autre inactif	78%	95%	91%	98%
Niveau de vie	Bas revenus	75%	95%	86%	99%
	Classes moyennes inférieures	80%	96%	88%	99%
	Classes moyennes supérieures	83%	98%	93%	100%
	Hauts revenus	83%	98%	94%	99%
Taille d'agglomération	Communes rurales	86%	89%	74%	99%
	2 000 à 20 000 hab.	81%	95%	85%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	78%	97%	90%	100%
	Plus de 100 000 hab.	80%	98%	93%	99%
	Agglomération parisienne	77%	98%	93%	99%
Ensemble de la population	80%	95%	87%	99%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 91% des retraités sont équipés d'un téléphone fixe (contre 80% de l'ensemble de la population en moyenne) ; 88% sont équipés d'un téléphone mobile (contre 95% de l'ensemble de la population en moyenne). Au total, 99% sont équipés d'un téléphone, fixe ou mobile (99% dans l'ensemble de la population).

3. Le double équipement en téléphone fixe et mobile retrouve son niveau d'avant covid

Sous l'effet de la baisse de l'équipement en téléphone fixe, la part de personnes disposant à la fois d'un téléphone fixe et d'un téléphone mobile semble de nouveau reculer en 2022 (77%, - 2 points), après une hausse de 3 points en 2020. Le taux de personnes **étant uniquement équipées d'un téléphone mobile atteint ainsi son niveau le plus haut**, identique à celui observé en 2019 (19%).

Tableau 2 – Équipement en téléphone fixe et mobile en évolution
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022
Fixe et mobile	50	53	54	59	60	64	70	70	74	78	80	79	82	81	80	79	76	79	77
Fixe seulement	36	31	28	25	24	21	18	17	15	12	11	11	8	7	6	5	5	6	4
Mobile seulement	12	14	16	15	15	14	12	12	10	9	9	10	10	11	13	15	19	15	19
Ni l'un, ni l'autre	2	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les jeunes adultes sont les plus nombreux à ne disposer que d'un téléphone mobile (31% chez les 18-24 ans, 35% chez les 35-39 ans, Tableau 3). Cette situation est plus rare chez les 12-17 ans, qui ont pour beaucoup accès à la ligne fixe du foyer familial. À âge égal, l'équipement en téléphone mobile seul est également plus fréquent chez les personnes aux **revenus les plus bas**.

Le **mono-équipement en téléphone fixe** est beaucoup plus minoritaire : seuls 4% des personnes interrogées ne disposent que d'un téléphone fixe. Cette situation est avant tout fréquente chez les personnes âgées de 70 ans et plus (16% ne disposent que d'une ligne fixe). Elle se trouve aussi davantage chez les non diplômés, les personnes vivant seules et celles résidant dans des communes rurales, autant de dimensions socio-démographiques qui caractérisent les personnes âgées.

Tableau 3 – Type d'équipement téléphonique selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Fixe et mobile	Fixe seul	Mobile seul	Ni l'un, ni l'autre	Total
Sexe	Homme	78%	3%	18%	1%	100%
	Femme	75%	4%	20%	1%	100%
Âge	12-17 ans	74%	6%	18%	2%	100%
	18-24 ans	68%	0%	31%	1%	100%
	25-39 ans	65%	0%	35%	0%	100%
	40-59 ans	83%	1%	16%	0%	100%
	60-69 ans	85%	3%	11%	1%	100%
	70 ans et plus	76%	16%	7%	1%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	66%	9%	23%	2%	100%
	Deux personnes	79%	4%	17%	0%	100%
	Trois personnes	76%	1%	22%	1%	100%
	Quatre personnes	82%	2%	15%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	79%	2%	18%	1%	100%
Diplôme	Non diplômé	66%	16%	16%	1%	100%
	BEPC	81%	3%	15%	0%	100%
	BAC	78%	1%	21%	1%	100%
	Diplômé du supérieur	76%	1%	23%	0%	100%
	12-17 ans	74%	6%	18%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	63%	3%	33%	1%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	76%	1%	23%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	79%	0%	21%	0%	100%
	Employé	74%	1%	25%	0%	100%
	Ouvrier	78%	0%	21%	0%	100%
	Personne au foyer	77%	2%	20%	0%	100%
	Retraité	80%	11%	8%	1%	100%
	Autre inactif	74%	4%	21%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	70%	5%	24%	1%	100%
	Classes moyennes inférieures	77%	4%	19%	1%	100%
	Classes moyennes supérieures	82%	1%	17%	0%	100%
	Hauts revenus	82%	1%	16%	1%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	76%	10%	13%	1%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	76%	4%	19%	0%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	75%	2%	22%	0%	100%
	Plus de 100 000 hab.	78%	1%	20%	1%	100%
	Agglomération parisienne	76%	1%	22%	1%	100%
Ensemble de la population	77%	4%	19%	1%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

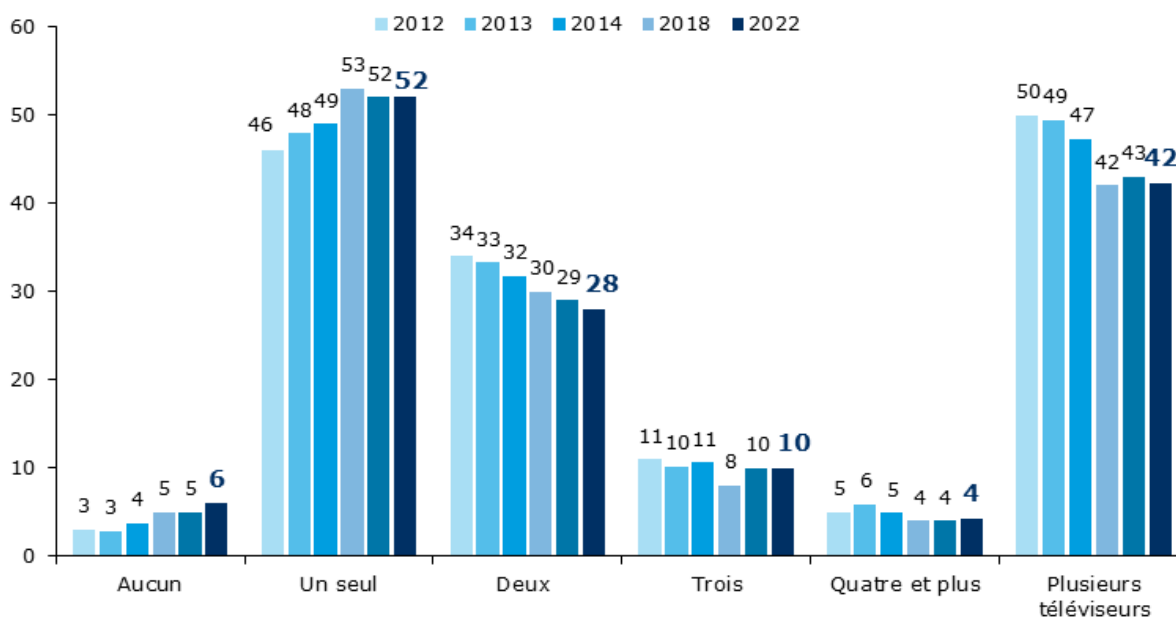
Les pourcentages en bleu indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

Exemple de lecture : 85% des 60-69 ans sont équipés d'un téléphone mobile et d'un téléphone fixe, contre 77% de l'ensemble de la population en moyenne.

4. Affaiblissement du multi-équipement en téléviseurs

La proportion de personnes ayant au moins un poste de télévision a peu évolué au cours des dernières années (Graphique 8). En 2022, 94% des personnes interrogées possèdent un téléviseur à domicile, soit un taux observé relativement proche de celui de l’Observatoire de l’équipement audiovisuel des foyers¹². En revanche, le multi-équipement a tendance à s’éroder : un foyer sur deux avait plusieurs postes en 2012, le taux n’est plus que de 42% aujourd’hui.

Graphique 8
Taux d’équipement en postes de télévision (en usage)
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



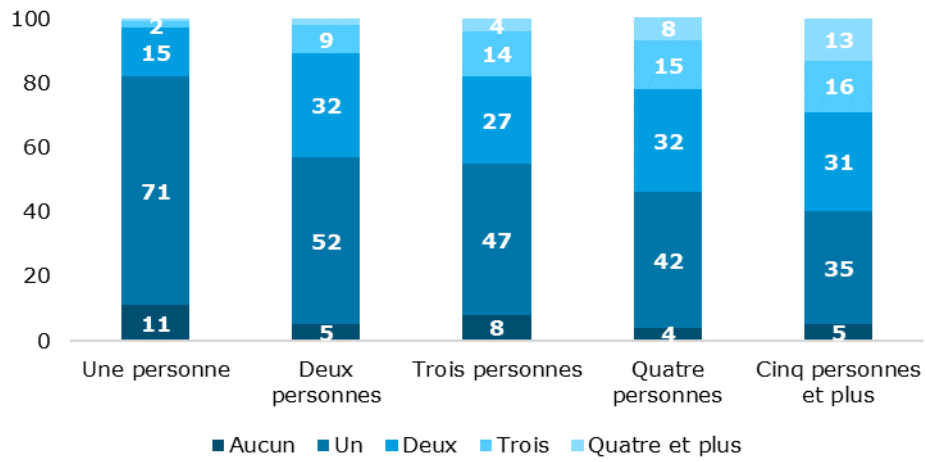
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

L’absence de poste de télévision au domicile est probablement au croisement de différents phénomènes qui s’opèrent dans les pratiques de loisirs : **12% des 18-24 ans se passent de cet équipement**, possiblement en liaison avec des changements dans les pratiques de loisirs et/ou des arbitrages financiers, ou des questions de place dans le logement. **9% des 25-39 ans n’ont pas de poste de télévision chez eux**. Aux raisons précédentes, s’ajoute possiblement pour cette tranche d’âge le souhait de limiter le temps d’écran des jeunes enfants. De manière corrélée à l’âge, et en liaison avec les raisons déjà mentionnées, l’absence téléviseur est plus marquée chez les personnes vivant seules (11%), les personnes aux revenus les plus bas (8%), les diplômés du supérieur (8%) et les personnes résidant dans l’agglomération parisienne (10%).

Le **nombre de postes de télévisions** est fortement corrélé à la taille du foyer (Graphique 9) : 18% des personnes vivant seules possèdent deux téléviseurs ou plus (possiblement dans différentes pièces du logement), contre 47% en moyenne dans les foyers comptant au moins deux personnes.

¹² Arcom, PANORAMA Observatoire de l’équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine Résultats des 3e et 4e trimestres 2021 pour la télévision et de l’année 2021 pour la radio, juin 2022, <https://www.arcom.fr/mediatheque/observatoire-de-lequipement-audiovisuel-des-foyers-de-france-metropolitaine-resultats-des-3e-et-4e-trimestres-2021-pour-la-television-et-de-lannee-2021-pour-la-radio>

Graphique 9
Nombre de téléviseurs (en usage) selon la taille du foyer
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 4 – Équipement en postes de télévision selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Au moins un poste de télévision	Au moins deux postes de télévision
Sexe	Homme	94%	43%
	Femme	94%	41%
Âge	12-17 ans	95%	58%
	18-24 ans	88%	42%
	25-39 ans	91%	34%
	40-59 ans	94%	42%
	60-69 ans	96%	44%
	70 ans et plus	96%	41%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	89%	18%
	Deux personnes	95%	43%
	Trois personnes	92%	45%
	Quatre personnes	96%	54%
	Cinq personnes et plus	95%	60%
Diplôme	Non diplômé	96%	37%
	BEPC	94%	44%
	BAC	94%	42%
	Diplômé du supérieur	92%	38%
	12-17 ans	95%	58%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	87%	40%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	91%	37%
	Profession Intermédiaire	90%	39%
	Employé	93%	40%
	Ouvrier	93%	44%
	Personne au foyer	95%	47%
	Retraité	97%	43%
	Autre inactif	94%	47%
Niveau de vie	Bas revenus	92%	36%
	Classes moyennes inférieures	94%	41%
	Classes moyennes supérieures	95%	48%
	Hauts revenus	94%	47%
	Non réponse	95%	23%
Taille d'agglomération	Communes rurales	96%	46%
	2 000 à 20 000 hab.	96%	45%
	20 000 à 100 000 hab.	94%	43%
	Plus de 100 000 hab.	93%	41%
	Agglomération parisienne	90%	35%
Ensemble de la population		94%	42%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

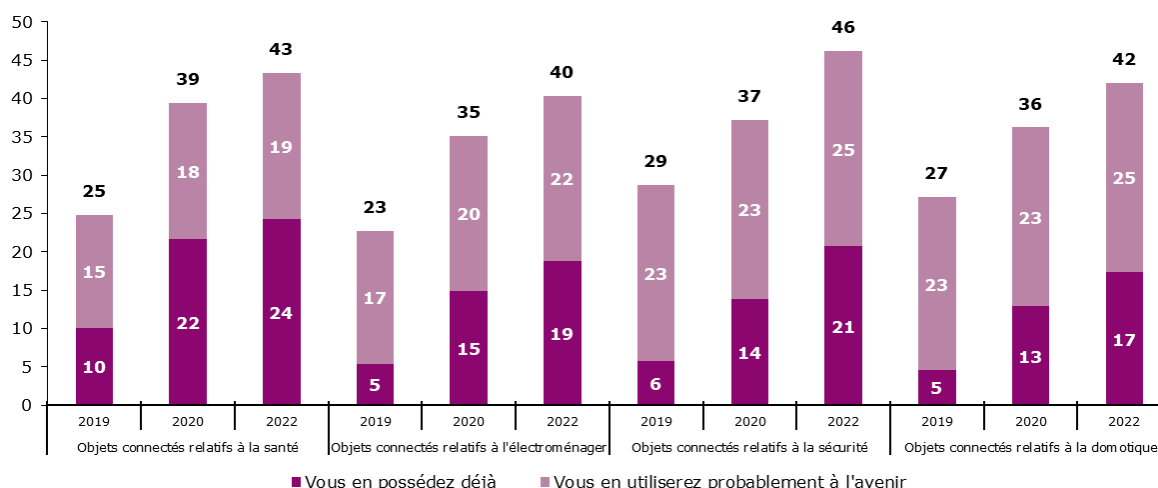
Exemple de lecture : 88% des 18-24 ans déclarent posséder au moins un poste de télévision en usage à leur domicile, contre 94% de l'ensemble de la population en moyenne.

5. Objets connectés

a) *Santé, sécurité, électroménager, domotique* : l'appétence pour les objets connectés continue de croître

Les objets connectés continuent de se diffuser dans la société, à des vitesses variables selon les usages. Les objets connectés relatifs à la **santé** sont les plus répandus (24% des personnes interrogées en possèdent), mais la hausse d'équipement la plus importante concerne les objets **connectés relatifs à la sécurité** (21%, + 7 points entre 2020 et 2022). Les marchés semblent s'étendre puisque la montée des équipements n'entame pas les proportions de personnes intéressées pour s'équiper à l'avenir.

Graphique 10
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 ?¹³
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

En 2022, **40% des personnes interrogées sont équipées d'au moins un objet connecté** dans leur foyer, contre 33% en 2020¹⁴.

La possession et l'appétence pour les objets connectés est plus forte chez **les hommes** (43% en possèdent déjà, 21% prévoient d'en utiliser) que chez les femmes (37% en possèdent déjà, 17% prévoient d'en utiliser). On retrouve ici une problématique de genre plus large liée à l'utilisation des nouvelles technologies : **dès l'enfance, la prise en main des outils du numériques n'est pas valorisée** de la même manière chez les filles et les garçons¹⁵. Les écarts les plus marqués d'équipement en objets connectés se retrouvent d'ailleurs chez les plus jeunes : 48% des jeunes

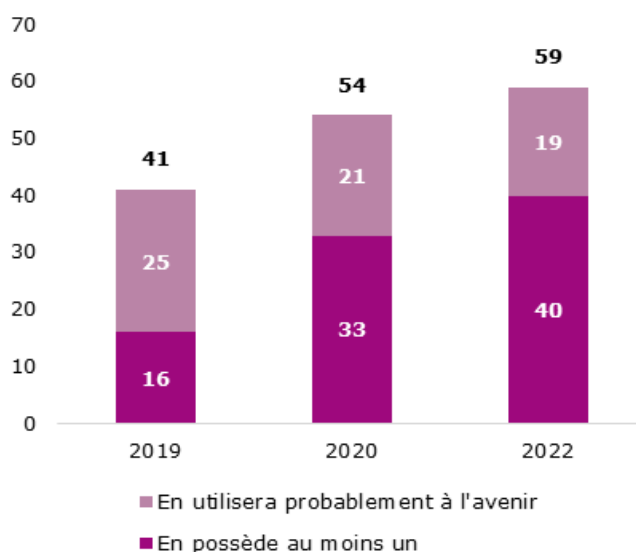
¹³ Relatifs à la santé : montres, pèse-personne, brosse à dent, pilulier etc. Relatifs à la sécurité : alarmes, serrures, portes clés, détecteur de fumée, etc. Relatifs à la domotique : thermostats, lumières, volets, prise électrique, radiateur, etc. Relatifs à l'électroménager : cafetières, fours, réfrigérateurs, etc.

¹⁴ En 2022, les personnes ne possédant pas de connexion internet fixe n'ont pas été interrogées sur les questions relatives aux objets connectés. Pour assurer la comparabilité des résultats, les taux des années précédentes ont été recalculés en appliquant ce même filtre.

¹⁵ Marie Bergström et Dominique Pasquier, « Genre & Internet. Sous les imaginaires, les usages ordinaires », *RESET* [En ligne], 8 | 2019, DOI : <https://doi.org/10.4000/reset.1329>

filles âgées entre 12 et 17 ans possèdent un objet connecté, contre 63% des jeunes garçons de la même tranche d'âge (Graphique 12).

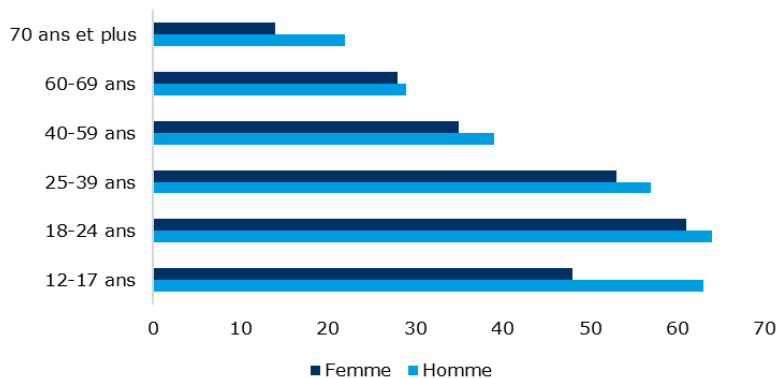
Graphique 11 – Situation vis-à-vis des objets connectés
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 12 – Les hommes plus équipés que les femmes en objets connectés, en particulier parmi les 12-17 ans

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % de personnes équipées d'au moins un objet connecté -



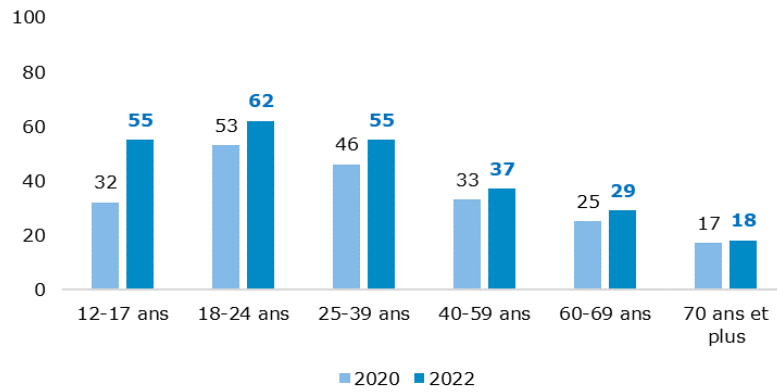
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Au-delà des différences entre femmes et hommes, l'âge représente un facteur important dans l'accès aux objets connectés (Graphique 13). Entre 2020 et 2022, les hausses les plus fortes dans le taux d'équipements concernent les **tranches d'âges les plus jeunes**, déjà mieux équipées au début de cette période : les 12-17 ans (+ 23 points), les 18-24 ans (+ 9 points), et les 25-39 ans (+ 9 points).

En lien avec l'engouement des plus jeunes, on constate une accélération de l'équipement chez les personnes aux revenus les plus faibles ces deux dernières années (40% des personnes aux revenus inférieurs à la médiane possèdent au moins un objet connecté, + 10 points, Graphique 14).

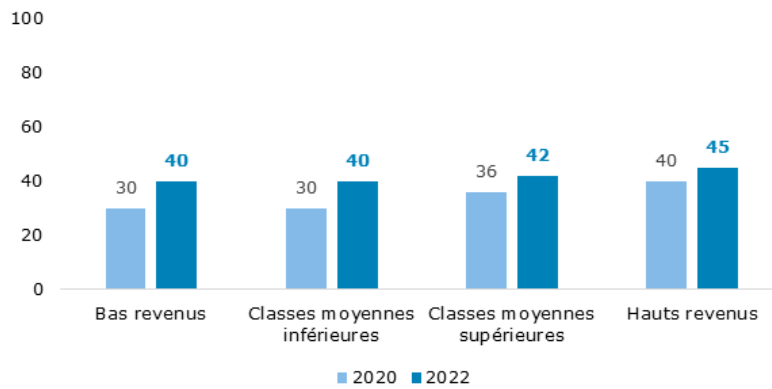
Les cadres et professions intellectuelles supérieures (54%) et les professions intermédiaires (46%) les utilisent particulièrement.

Graphique 13 – Une majorité de 12-39 ans déjà équipée en objets connectés
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 14 – Les personnes aux hauts revenus toujours plus équipées en objets connectés, accélération de l'équipement chez les personnes aux revenus les plus faibles
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 5 – Situation par rapports aux objets connectés selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		En possède au moins un	En utilisera probablement à l'avenir	N'en n'utilisera probablement pas à l'avenir	N'a pas internet fixe à domicile	Total
Sexe	Homme	43%	21%	24%	13%	100%
	Femme	37%	17%	30%	17%	100%
Âge	12-17 ans	55%	17%	21%	6%	100%
	18-24 ans	62%	18%	9%	11%	100%
	25-39 ans	55%	17%	18%	9%	100%
	40-59 ans	37%	22%	33%	8%	100%
	60-69 ans	29%	21%	41%	10%	100%
	70 ans et plus	18%	12%	25%	45%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	22%	16%	31%	31%	100%
	Deux personnes	35%	18%	31%	16%	100%
	Trois personnes	50%	20%	22%	8%	100%
	Quatre personnes	53%	19%	24%	4%	100%
	Cinq personnes et plus	55%	19%	18%	8%	100%
Diplôme	Non diplômé	24%	10%	23%	44%	100%
	BEPC	33%	19%	32%	16%	100%
	BAC	43%	19%	29%	9%	100%
	Diplômé du supérieur	47%	21%	23%	9%	100%
	12-17 ans	55%	17%	21%	6%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	56%	16%	14%	13%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	54%	22%	19%	5%	100%
	Profession Intermédiaire	46%	22%	24%	8%	100%
	Employé	44%	18%	29%	9%	100%
	Ouvrier	36%	22%	33%	10%	100%
	Personne au foyer	36%	19%	32%	13%	100%
	Retraité	22%	15%	32%	32%	100%
	Autre inactif	51%	17%	22%	10%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	40%	18%	24%	18%	100%
	Classes moyennes inférieures	40%	18%	30%	12%	100%
	Classes moyennes supérieures	42%	20%	30%	8%	100%
	Hauts revenus	45%	21%	27%	7%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	33%	14%	26%	28%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	37%	19%	26%	18%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	40%	18%	31%	11%	100%
	Plus de 100 000 hab.	42%	22%	28%	9%	100%
	Agglomération parisienne	49%	18%	23%	10%	100%
Ensemble de la population	40%	19%	27%	15%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

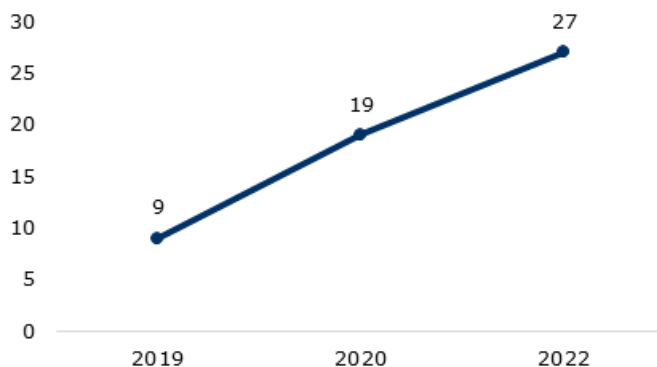
Exemple de lecture : 62% des 18-24 ans indiquent déjà posséder au moins un objet connecté (parmi les quatre types étudiés), contre 40% de l'ensemble de la population en moyenne.

b) 27% des Français disposent d'une enceinte connectée à domicile

Les **enceintes connectées** continuent de se diffuser à un rythme élevé, à l'instar des autres objets connectés. En 2022, **27% des personnes interrogées disposent d'une enceinte connectée avec assistant vocal à leur domicile** (+ 8 points). Le taux a été multiplié par trois en l'espace de trois ans. A titre de comparaison, il avait fallu huit années aux ordinateurs pour atteindre ce niveau d'équipement.

Graphique 15 - Taux d'équipement en enceinte connectée à domicile

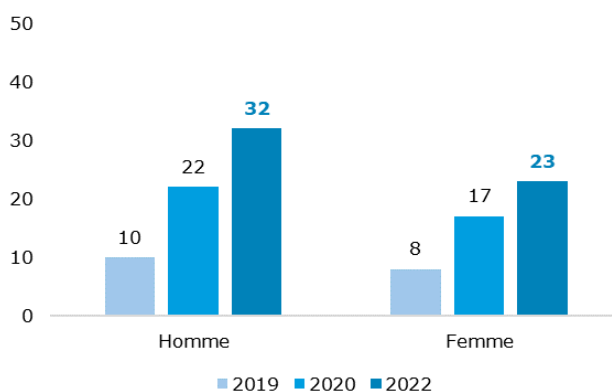
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Comme pour les autres objets connectés, le taux d'équipement en enceinte connectée est significativement plus élevé chez les hommes (32%) que chez les femmes (23%), et cet écart se creuse depuis 2019 (Graphique 16).

Graphique 16 - Équipement en enceinte connectée : un écart qui se creuse entre les femmes et les hommes
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

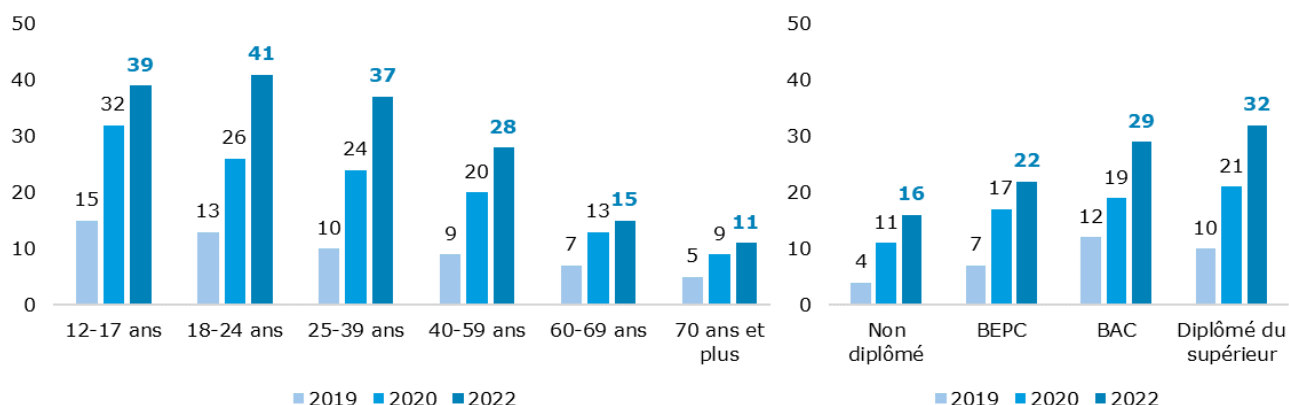


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les **adolescents et les jeunes adultes sont les groupes où le l'équipement en enceinte est le plus élevé et croît le plus rapidement**. Il existe ainsi des écarts générationnels marqués dans les taux d'équipement, allant de **41% chez les 18-24 ans (+ 15 points)**, à 28% chez les 40-59 ans (+ 8 points), et à 11% chez les 70 ans et plus (+ 2 points). L'équipement en enceinte va également croissant avec le niveau de diplôme (16% chez les non diplômés, 32% chez les diplômés du supérieur).

Graphique 17 – Équipement en enceinte connectée : gradient selon l'âge et le niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

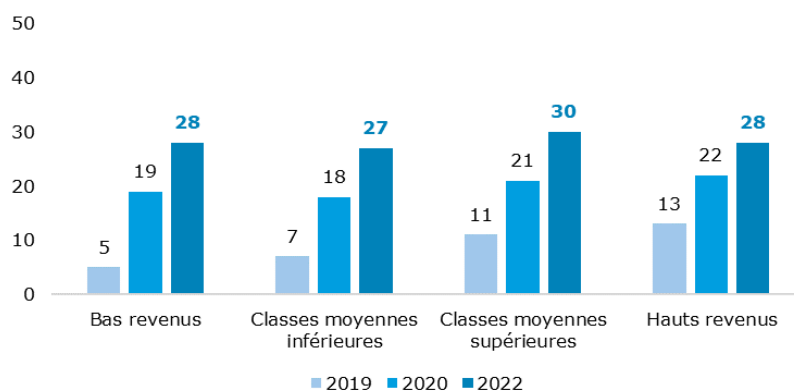


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les personnes aux revenus les plus faibles disposent désormais d'une enceinte connectée à domicile dans les mêmes proportions que les personnes aux revenus les plus élevés (28%, Graphique 18). Toutefois il s'agit d'un effet surtout lié à l'âge, les plus jeunes étant sur-représentés parmi les bas revenus. À âge égal, le niveau de revenu n'a pas d'influence sur l'équipement en enceinte connectée.

Graphique 18 - Équipement en enceinte connectée : peu de variations en fonction du niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 6 – Évolution de l'équipement en enceinte connectée à assistance vocale à domicile en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		2019	2020	2022
Sexe	Homme	10%	22%	32%
	Femme	8%	17%	23%
Âge	12-17 ans	15%	32%	39%
	18-24 ans	13%	26%	41%
	25-39 ans	10%	24%	37%
	40-59 ans	9%	20%	28%
	60-69 ans	7%	13%	15%
	70 ans et plus	5%	9%	11%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	5%	9%	13%
	Deux personnes	7%	16%	20%
	Trois personnes	12%	22%	35%
	Quatre personnes	12%	30%	44%
	Cinq personnes et plus	12%	30%	40%
Diplôme	Non diplômé	4%	11%	16%
	BEPC	7%	17%	22%
	BAC	12%	19%	29%
	Diplômé du supérieur	10%	21%	32%
	12-17 ans	15%	32%	39%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	5%	27%	45%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	18%	30%	38%
	Profession Intermédiaire	10%	21%	36%
	Employé	11%	21%	27%
	Ouvrier	8%	22%	27%
	Personne au foyer	7%	16%	27%
	Retraité	4%	10%	12%
	Autre inactif	13%	25%	33%
Niveau de vie	Bas revenus	5%	19%	28%
	Classes moyennes inférieures	7%	18%	27%
	Classes moyennes supérieures	11%	21%	30%
	Hauts revenus	13%	22%	28%
Taille d'agglomération	Communes rurales	6%	16%	22%
	2 000 à 20 000 hab.	9%	20%	24%
	20 000 à 100 000 hab.	8%	18%	25%
	Plus de 100 000 hab.	11%	19%	29%
	Agglomération parisienne	10%	25%	36%
Ensemble de la population		9%	19%	27%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 39% des 12-17 ans disposent d'une enceinte connectée à domicile, contre 27% de l'ensemble de la population en moyenne, et 11% des 70 ans et plus.

6. Ordinateurs et tablettes

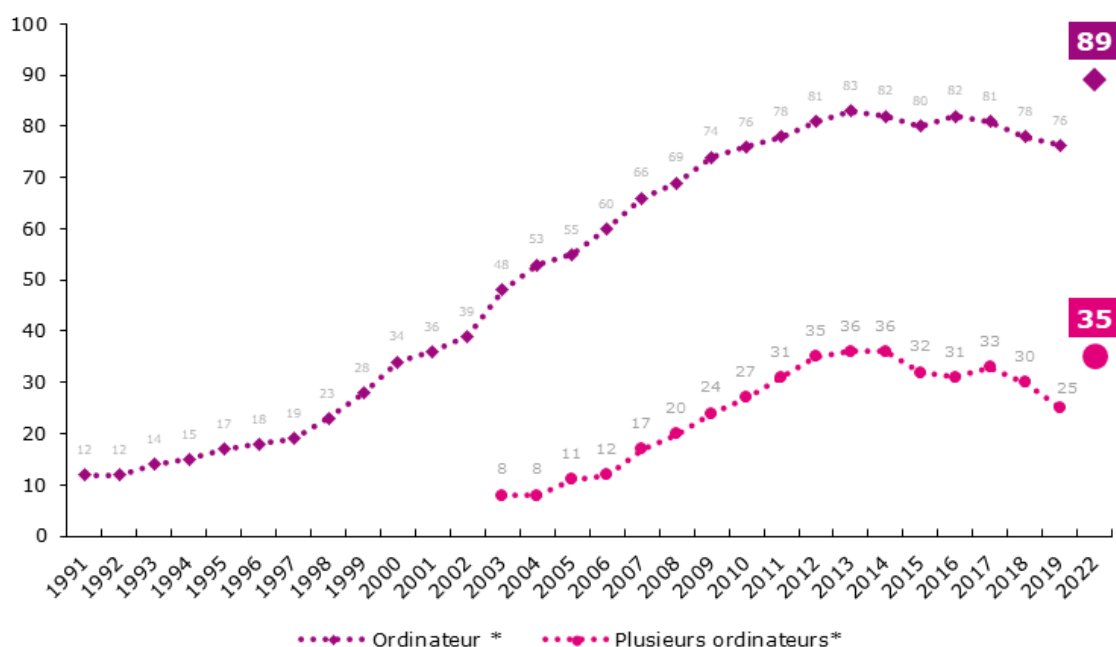
a) 89% des Français disposent d'au moins un ordinateur personnel ou professionnel à leur domicile

89% des personnes interrogées en 2022 déclarent « disposer à leur domicile, d'au moins un ordinateur personnel ou professionnel, fixe ou portable ».

La mesure n'est **pas directement comparable à celles menées précédemment** car elle fait explicitement mention des ordinateurs **professionnels** notamment portables, mais aussi fixes, dont la personne peut faire usage chez elle. La question telle que posée en 2022 tient donc compte de la progression de l'usage du télétravail à la suite de la crise sanitaire.

Graphique 19 – Près de neuf personnes sur dix disposent à leur domicile d'au moins un ordinateur personnel ou professionnel, fixe ou portable

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Notes : Avant 2003 l'enquête portait uniquement sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, la courbe porte sur les 12 ans et plus. La formulation de question a changé en 2022, et inclut désormais les ordinateurs professionnels.

Si le taux moyen est très élevé, l'enquête permet de mettre à jour certaines populations clairement sous dotées en ordinateur chez elles (Tableau 9) : **les 70 ans et plus sont encore très nombreux à n'avoir aucun ordinateur chez eux** : 36% n'ont pas d'ordinateur chez eux, contre en moyenne 6% chez les moins de 70 ans.

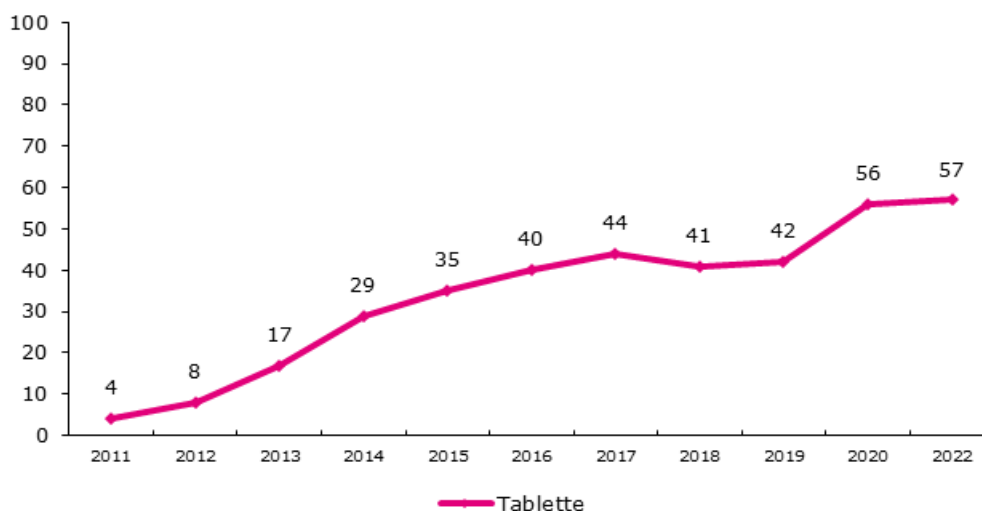
L'accès à un ordinateur à domicile est également plus limité chez les personnes **non diplômées** (60%), les personnes **vivant seules** (74%), les personnes **éloignées des espaces urbanisés** (78% des personnes résidant dans des communes rurales, 86% des personnes résidant dans des agglomérations comptant entre 2 000 et 20 000 habitants), et les personnes aux revenus les plus faibles. Ces différentes populations se recoupant en partie, les analyses statistiques réalisées permettent d'identifier les effets propres de chacune de ces dimensions. Celles-ci confirment que « toutes choses égales par ailleurs », les personnes peu diplômées, vivant seules, disposant de revenus faibles, ou résidant dans des communes rurales sont moins équipées en ordinateur.

b) Près de six personnes sur dix ont une tablette

L'équipement en tablettes avait connu une nette hausse en 2020, porté par les besoins en terminaux connectés au sein des foyers pendant les périodes de confinements. **En 2022, le taux d'équipement en tablette se stabilise** (57% des personnes interrogées en possèdent une, + 1 point).

Graphique 20 - Taux d'équipement tablette

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



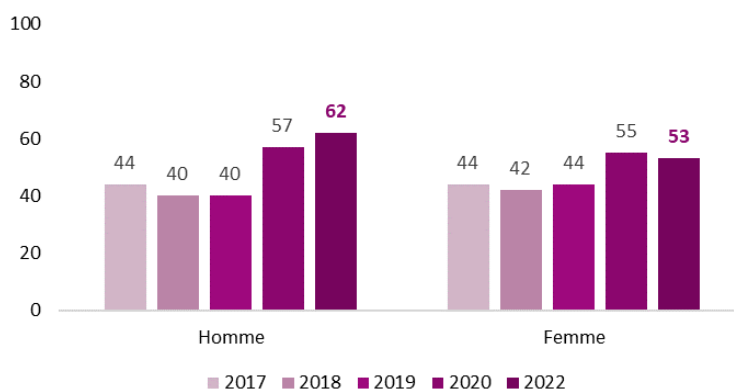
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Si l'équipement global en tablette est resté stable entre 2020 et 2022, quelques évolutions à l'échelle des catégories sociales se repèrent.

L'équipement des hommes progresse (62%, + 5 points), tandis que celui des femmes est en léger repli (53%, - 2 points par rapport à 2020) (Graphique 22).

Graphique 21 – Un équipement en tablette de plus en plus masculin

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

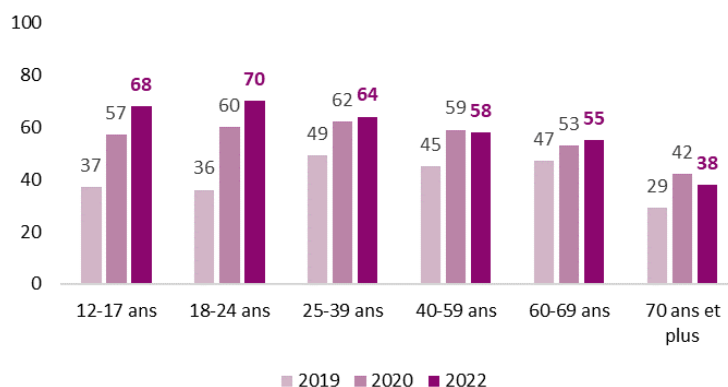


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

L'équipement en tablette **progresses rapidement chez les plus jeunes** (Graphique 22) : 68% des 12-17 ans (+ 11 points) et 70% des 18-24 ans (+10 points) en sont équipés en 2022. L'équipement des 70 ans et plus est pour sa part en légère baisse (38%, - 4 points), mais se maintient à un niveau bien supérieur à celui de 2019 (29%).

Graphique 22 - Une hausse rapide de l'équipement en tablette chez les adolescents et jeunes adultes

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

On retrouve par ailleurs, parmi les groupes les moins équipés en tablettes, les groupes qui étaient déjà les moins équipés en ordinateurs (Tableau 9) : les personnes non diplômées (35% possèdent une tablette), les personnes vivant seules (34%), les personnes aux revenus les plus bas (51%), et les personnes résidant en communes rurales (48%).

Ordinateur, tablette ou smartphone

Le croisement des deux équipements met à jour 9% de la population qui n'a chez elle, ni ordinateur, ni tablette.

Tableau 7 - Équipement en ordinateur et tablette à domicile

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

	2022
Ordinateur <u>et</u> tablette	55
Ordinateur seul	33
Tablette seule	2
Ni l'un, ni l'autre	9
Total	100

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

En ajoutant à la liste de ces équipements le *smartphone*, 7% des personnes interrogées ne possèdent ni *smartphone*, ni ordinateur, ni tablette (Graphique 22). À l'opposé, **plus d'une personne sur deux possède à la fois un ordinateur, une tablette et un smartphone** (53%).

Tableau 8 - Équipement en ordinateur, tablette et *smartphone*

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

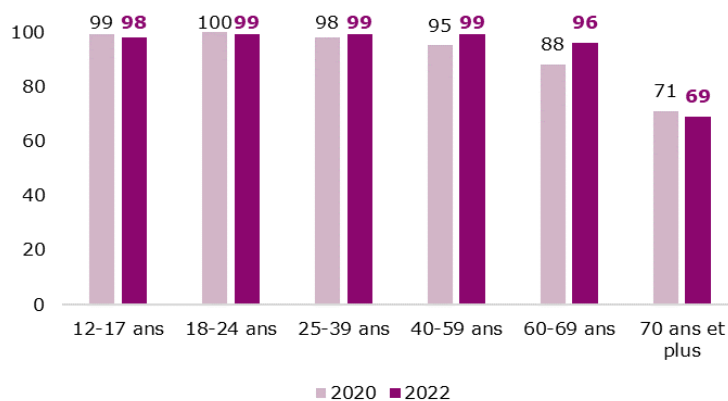
	2022
Aucun des trois	7
Un seul	7
Deux	33
Les trois	53
Total	100

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les 7% qui restent éloignés de ces équipements ont des profils socio-démographiques bien particuliers (Tableau 9, Graphique 23, Graphique 24). L'âge représente le facteur le plus important : 31% des personnes âgées de **70 ans ou plus** ne possèdent ni *smartphone*, ni ordinateur, ni tablette. 32% des non diplômés, 19% des personnes vivant seules, 17% des ruraux ne sont équipés d'aucun de ces appareils, n'ont aucun de ces terminaux. Des effets du niveau de diplôme, de la taille du foyer, et de la taille de l'agglomération de résidence sont confirmés à « âge égal ».

Graphique 23 – Possession d'au moins un ordinateur, une tablette ou un *smartphone* en fonction de l'âge *smartphone*

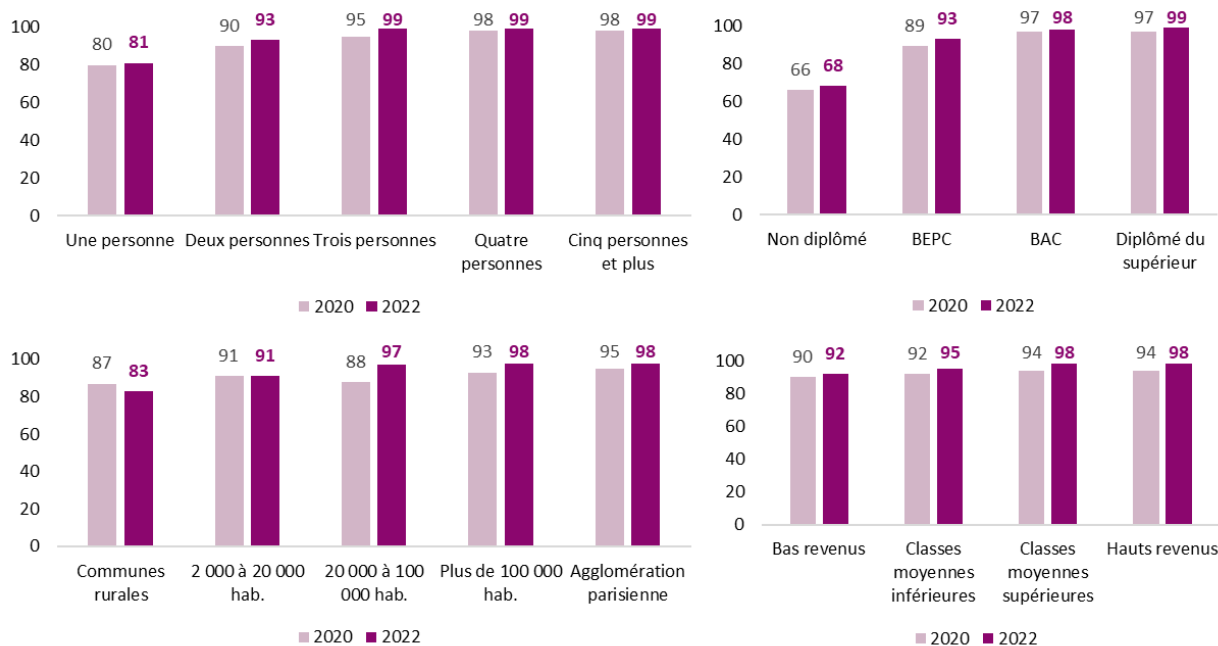
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 24 - Possession d'au moins un ordinateur, une tablette ou un *smartphone* en fonction de la taille du foyer, du niveau de diplôme, de la taille d'agglomération et du niveau de vie *smartphone*

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 9 - Équipement en ordinateur à domicile, en tablette et en *smartphone*, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Ordinateur	Tablette	Tablette ou ordinateur	Tablette, <i>smartphone</i> ou ordinateur
Sexe	Homme	91%	62%	93%	95%
	Femme	87%	53%	89%	92%
Âge	12-17 ans	91%	68%	95%	98%
	18-24 ans	94%	70%	96%	99%
	25-39 ans	94%	64%	96%	99%
	40-59 ans	94%	58%	96%	99%
	60-69 ans	93%	55%	94%	96%
	70 ans et plus	64%	38%	66%	69%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	74%	34%	77%	81%
	Deux personnes	89%	55%	91%	93%
	Trois personnes	94%	68%	96%	99%
	Quatre personnes	96%	73%	97%	99%
	Cinq personnes et plus	93%	67%	95%	99%
Diplôme	Non diplômé	60%	35%	63%	68%
	BEPC	88%	53%	90%	93%
	BAC	94%	63%	96%	98%
	Diplômé du supérieur	97%	64%	97%	99%
	12-17 ans	91%	68%	95%	98%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	93%	63%	95%	96%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	99%	71%	99%	100%
	Profession Intermédiaire	97%	66%	98%	100%
	Employé	93%	58%	95%	98%
	Ouvrier	91%	55%	93%	99%
	Personne au foyer	88%	54%	92%	94%
	Retraité	75%	45%	77%	79%
Autre inactif	92%	62%	94%	98%	
Niveau de vie	Bas revenus	85%	51%	88%	92%
	Classes moyennes inférieures	91%	57%	93%	95%
	Classes moyennes supérieures	95%	63%	96%	98%
	Hauts revenus	96%	67%	97%	98%
Taille d'agglomération	Communes rurales	78%	48%	80%	83%
	2 000 à 20 000 hab.	86%	57%	88%	91%
	20 000 à 100 000 hab.	91%	58%	93%	97%
	Plus de 100 000 hab.	94%	60%	96%	98%
	Agglomération parisienne	94%	66%	96%	98%
Ensemble de la population		89%	57%	91%	93%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

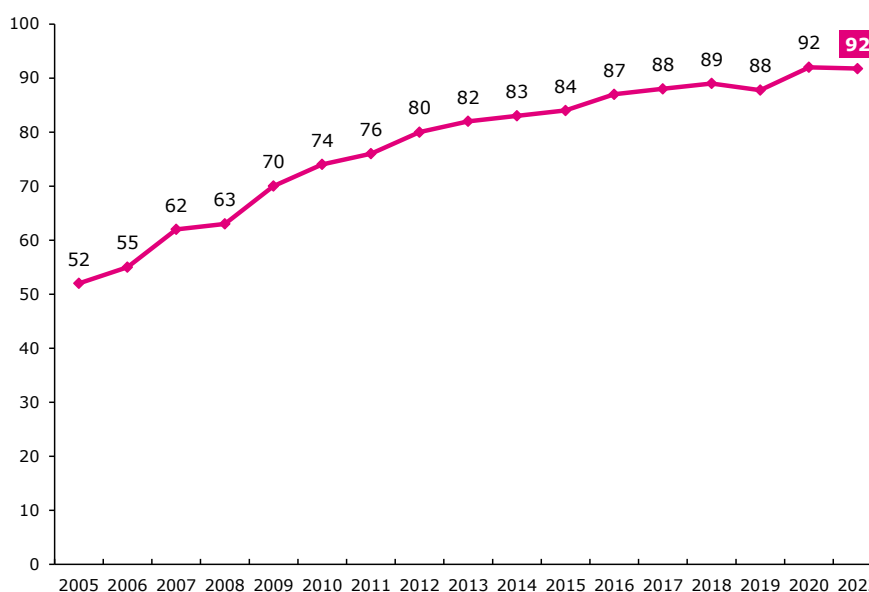
Exemple de lecture : 64% des 70 ans et plus ont au moins un ordinateur à domicile, contre 89% de l'ensemble de la population en moyenne, et 66% d'entre eux ont un ordinateur ou une tablette, contre 91% de l'ensemble de la population en moyenne.

7. Connexion à internet

a) 92% d'internautes, une proportion stable par rapport à 2020

Après une hausse du nombre d'internautes entre 2019 et 2020, la **proportion de personnes se connectant au moins occasionnellement à internet est stable en 2022 (92%)**. Les personnes devenues internautes pendant les périodes de confinements (+ 4 points alors que le taux plafonnait depuis trois ans) semblent le rester.

Graphique 25 - Proportion de personnes se connectant à internet
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

La période pandémique avait poussé certaines catégories et notamment des personnes âgées à utiliser **internet en 2020**, pour maintenir les contacts dans cette période de distanciation sociale. Ces nouveaux usages du numérique avaient, pour beaucoup, été à l'initiative **des proches** des personnes âgées, inquiets des risques de contagion du virus qu'ils pourraient faire encourir à leurs aînés¹⁶.

Les contraintes levées et les rencontres en présentiel étant moins associées au risque de contamination, on observe des diminutions **des proportions d'internautes chez des groupes les plus éloignés d'internet**, gommant une partie des progrès de diffusion des connexions internet constatés au pic de la période Covid-19 (Graphique 26).

La part de personnes de **70 ans et plus** se connectant à internet diminue de 8 points entre 2020 et 2022 (63%). Elle reste toutefois au-dessus de son niveau de 2019 (58%). La part de personnes se connectant à internet chez les **résidents de communes rurales** connaît, elle-aussi, une forte baisse (80%, - 8 points). Bien que les 70 ans et plus soient surreprésentés en zones rurales, la taille d'agglomération reste, à âge égal, un facteur de variation dans la part d'internautes.

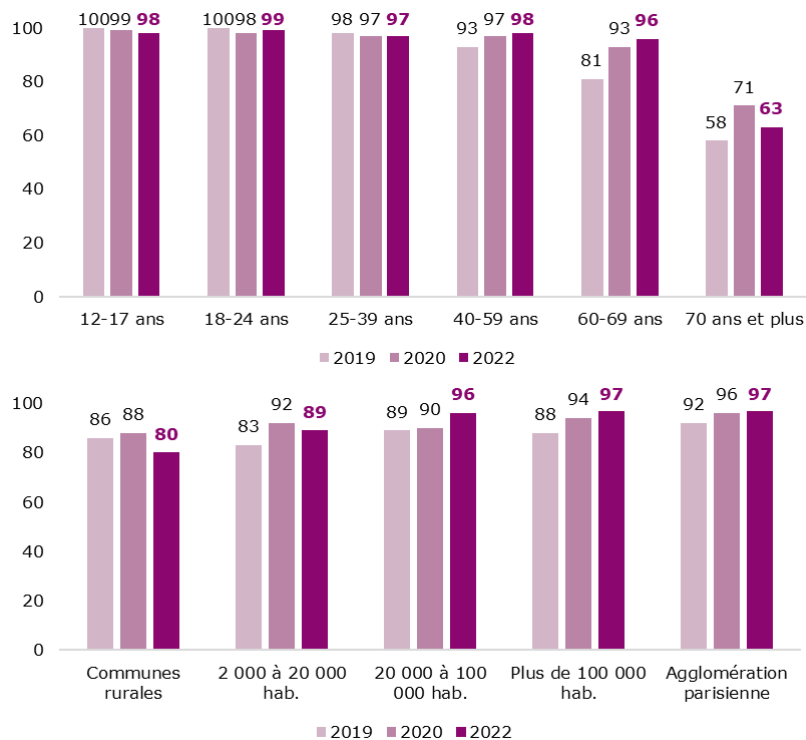
En revanche, le nombre d'internautes **parmi les 60-69 ans** continue de progresser (96%, + 3 points), **rattrapant celui des plus jeunes générations**.

¹⁶ Solen Berhuet, Sandra Hoibian, Protéger ses aînés du COVID en réduisant les rencontres : une démarche plus souvent à l'initiative des proches, juin 2022

La part d'internautes parmi les personnes au foyer continue par ailleurs sa progression (94%, + 3 points, Graphique 27), et est désormais proche des taux observés chez les personnes en activité (98%). Cette hausse coïncide avec un équipement croissant en ordinateur et *smartphone* de ce groupe de plus en plus connecté (voir *infra*, Chapitre 2).

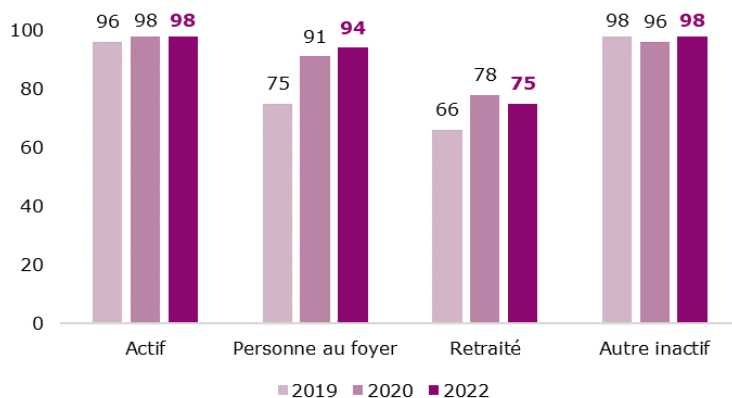
**Graphique 26 - Baisse de la part d'internautes chez les 70 ans et plus
Et chez les personnes résidant en commune rurale**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Graphique 27 - Progression de la part d'internautes chez les personnes au foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

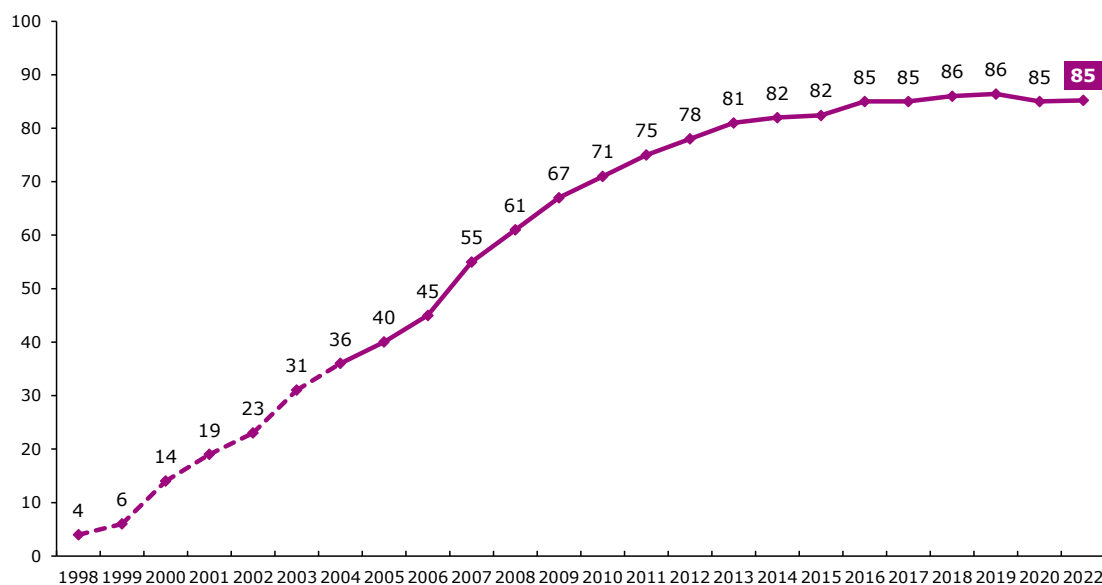


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

b) 85% de la population équipée d'une connexion à internet fixe à domicile, (hors téléphone mobile)

Le taux d'équipement en connexion internet à domicile (hors téléphone mobile) évolue peu depuis 2016, avec 85% des personnes équipées (Graphique 28). Notons que, d'après l'Arcep, le nombre total d'abonnements à haut et très haut débit progresse en 2022 (31,7 millions à la fin du deuxième trimestre 2022, en croissance de 2,2% en un an.

Graphique 28
Taux d'équipement en connexion internet à domicile (en %)
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

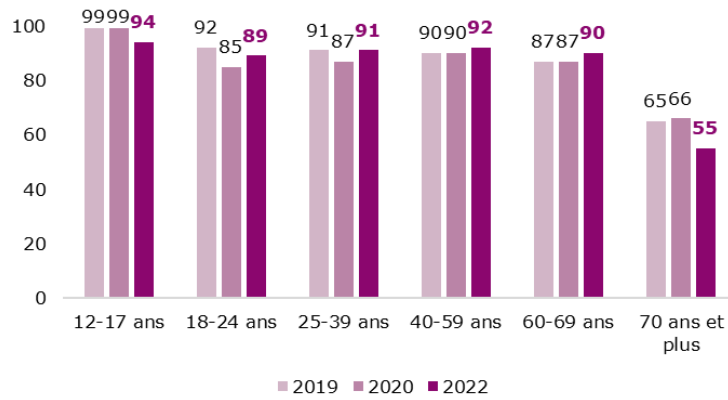
Note : la courbe en pointillés porte sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, la courbe porte sur les 12 ans et plus.

L'**écart générationnel** dans l'équipement en connexion internet à domicile perdure entre les 70 ans et plus et le reste de la population, (seuls 55% des 70 ans et plus sont équipés d'un accès chez eux, Graphique 29). De manière en partie corrélée, les groupes les moins équipés en connexion internet à domicile (Tableau 10) sont les personnes non diplômées (56%), vivant seules (69%), ou résidant en communes rurales (72%).

L'équipement en connexion internet à domicile va toujours croissant avec le niveau de vie, mais **l'amplitude des écarts s'est restreinte** depuis 2019 (82% des personnes aux revenus les plus bas sont équipées, contre 93% des personnes aux revenus les plus hauts, Graphique 30).

Graphique 29 – Les 70 ans et plus sont moins équipés d'une connexion internet fixe à domicile (hors mobile)

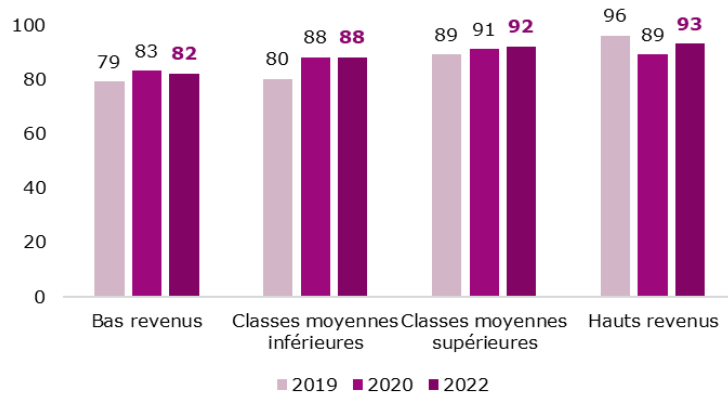
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 30 – L'accès à une connexion internet fixe à domicile (hors mobile) reste variable selon les niveaux de vie mais les différences s'estompent

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 10 – Taux d'équipement en connexion internet fixe à domicile, selon les principaux descripteurs sociodémographiques
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

		Oui	Non	Total
Sexe	Homme	87%	13%	100%
	Femme	83%	17%	100%
Âge	12-17 ans	94%	6%	100%
	18-24 ans	89%	11%	100%
	25-39 ans	91%	9%	100%
	40-59 ans	92%	8%	100%
	60-69 ans	90%	10%	100%
	70 ans et plus	55%	45%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	69%	31%	100%
	Deux personnes	84%	16%	100%
	Trois personnes	92%	8%	100%
	Quatre personnes	96%	4%	100%
	Cinq personnes et plus	92%	8%	100%
Diplôme	Non diplômé	56%	44%	100%
	BEPC	84%	16%	100%
	BAC	91%	9%	100%
	Diplômé du supérieur	91%	9%	100%
	12-17 ans	94%	6%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	87%	13%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	95%	5%	100%
	Profession Intermédiaire	92%	8%	100%
	Employé	91%	9%	100%
	Ouvrier	90%	10%	100%
	Personne au foyer	87%	13%	100%
	Retraité	68%	32%	100%
Autre inactif	90%	10%	100%	
Niveau de vie	Bas revenus	82%	18%	100%
	Classes moyennes inférieures	88%	12%	100%
	Classes moyennes supérieures	92%	8%	100%
	Hauts revenus	93%	7%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	72%	28%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	82%	18%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	89%	11%	100%
	Plus de 100 000 hab.	91%	9%	100%
	Agglomération parisienne	90%	10%	100%
Ensemble de la population		85%	15%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

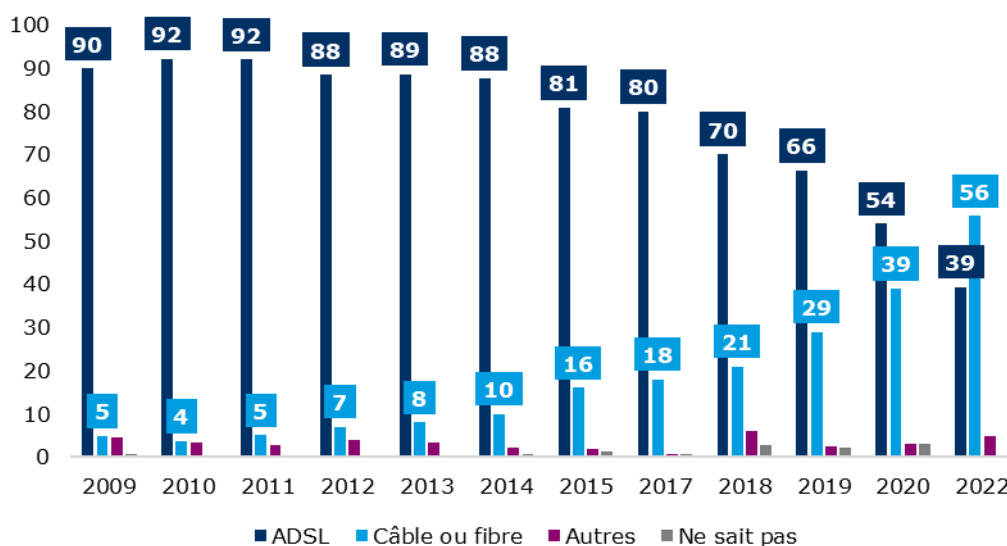
Les pourcentages en bleu indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

Exemple de lecture : 91% des diplômés du supérieur ont une connexion internet à domicile, contre 85% de l'ensemble de la population en moyenne et 56% des non diplômés.

c) *Forte progression du très haut débit : plus d'une personne sur deux équipée aujourd'hui de la fibre ou du câble*

Les **connexions à très haut débit continuent leur déploiement** (Graphique 31) : plus d'une connexion internet à domicile sur deux se fait désormais par le câble ou la fibre (56%, + 17 points par rapport à 2020). Des données convergentes avec l'Observatoire des marchés des communications électroniques établi à partir des données des opérateurs¹⁷.

Graphique 31 – Évolution du type de connexion internet à domicile
- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les variations sont principalement liées au lieu de résidence (Graphique 32) : seul un tiers des personnes résidant dans une commune de moins de 2 000 disposent d'internet à très haut débit (34%), contre **deux tiers dans les communes de plus de 100 000 habitants** (66%) et jusqu'à 72% dans l'agglomération parisienne.

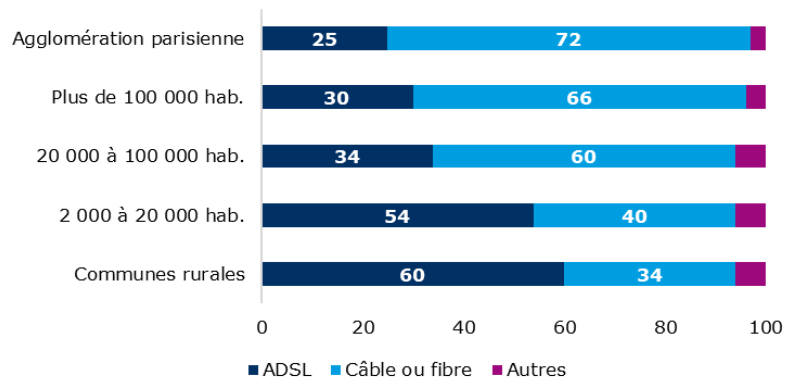
C'est toutefois dans les agglomérations les plus petites que **la progression du très haut débit est la plus perceptible entre 2020 et 2022** (+ 19 points pour les communes rurales, + 21 points pour les agglomérations comptant entre 2 000 et 20 000 habitants, et + 24 points dans les agglomérations comptant entre 20 000 et 100 000 habitants, Graphique 33), la croissance de l'équipement étant relativement plus faible dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants (+ 11 points) et dans l'agglomération parisienne (+ 9 points).

Les disparités sont moins marquées au sein des autres catégories sociodémographiques étudiées. Si les diplômés du supérieur ont davantage accès au très haut débit (62%, contre 53% des non-diplômés), cela s'explique avant tout par leur situation géographique. Ils sont notamment 26% à résider dans l'agglomération parisienne, contre 7% des non diplômés. Le niveau de vie a pour sa part un effet propre : à taille d'agglomération égale, les titulaires des plus hauts revenus sont davantage équipés en très haut débit (65%, contre 47% des titulaires des plus bas revenus, Graphique 34). Une fois prise en compte la taille d'agglomération et le niveau de vie, l'âge n'est pas un facteur déterminant dans l'accès au câble ou à la fibre.

¹⁷ ARCEP, Les services de communications électroniques en France, 2^e trimestre 2022, Observatoire des marchés des communications électroniques, 6 octobre 2022

Graphique 32 - De fortes disparité d'accès au très haut débit selon la taille de l'unité urbaine de résidence

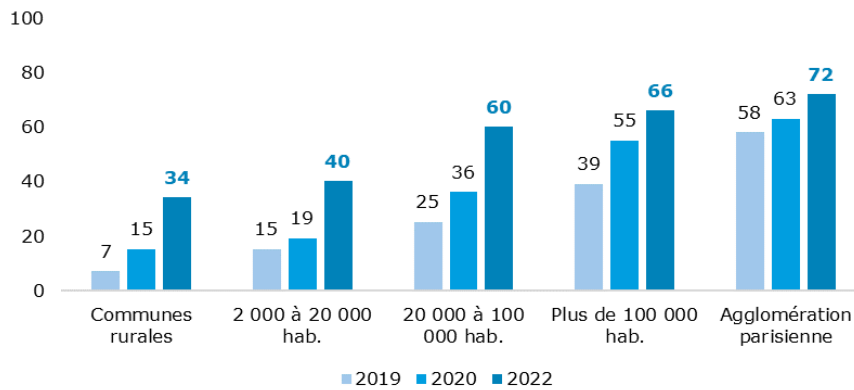
- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique 2022.

Graphique 33 – Une progression plus forte des connexions en câble ou fibre dans les espaces les moins urbanisés

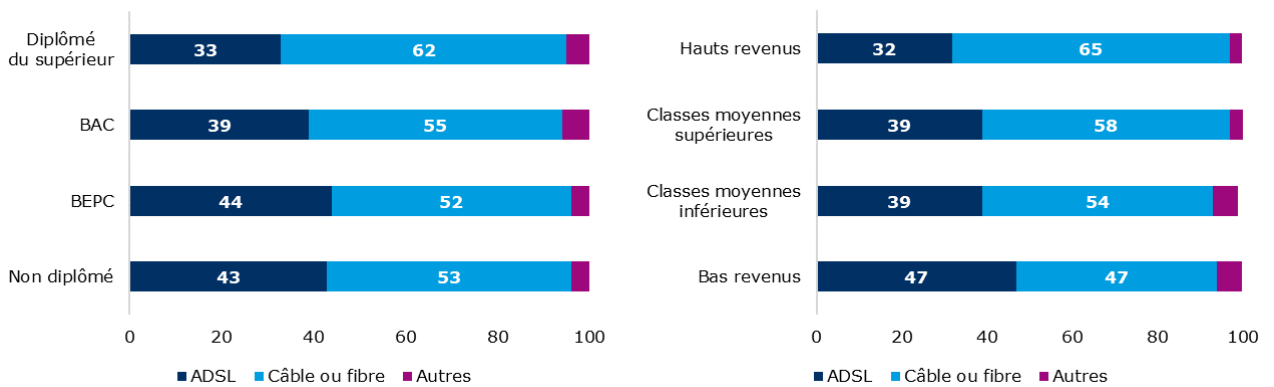
- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile, en % -



Graphique 34 - Les plus diplômés et les personnes au plus haut niveau de vie ont davantage accès au câble ou à la fibre

- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile, en % -

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.



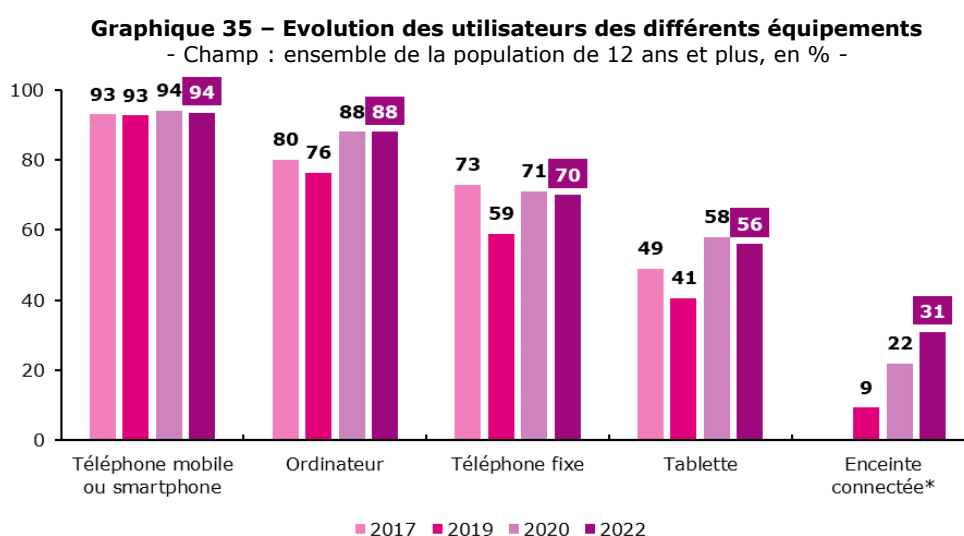
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

8. Des évolutions dans les usages des différents terminaux

a) Retour en grâce de l'ordinateur, notamment chez les adolescents

Après une nette augmentation de tous les usages en 2020, les parts d'usagers de téléphone mobile, d'ordinateur, de téléphone fixe et de tablette se **stabilisent en 2022 à un niveau élevé**.

Signalons en particulier l'ordinateur désormais utilisé par près de neuf personnes sur dix (88% exactement). Les **nouveaux usagers de l'ordinateur** gagnés pendant la période pandémique (pour travailler, suivre les cours à l'école ou en études supérieures, ou pour des activités de loisirs) le sont visiblement restés, et de manière quotidienne : **62% des Français utilisent quotidiennement leur ordinateur**, soit + 15 points par rapport à 2019 sur le territoire (Graphique 36).



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

* En 2022, la question n'a pas été posée aux éloignés du numérique (personnes n'ayant pas internet fixe à domicile). Le même filtre a été appliqué pour les années précédentes.

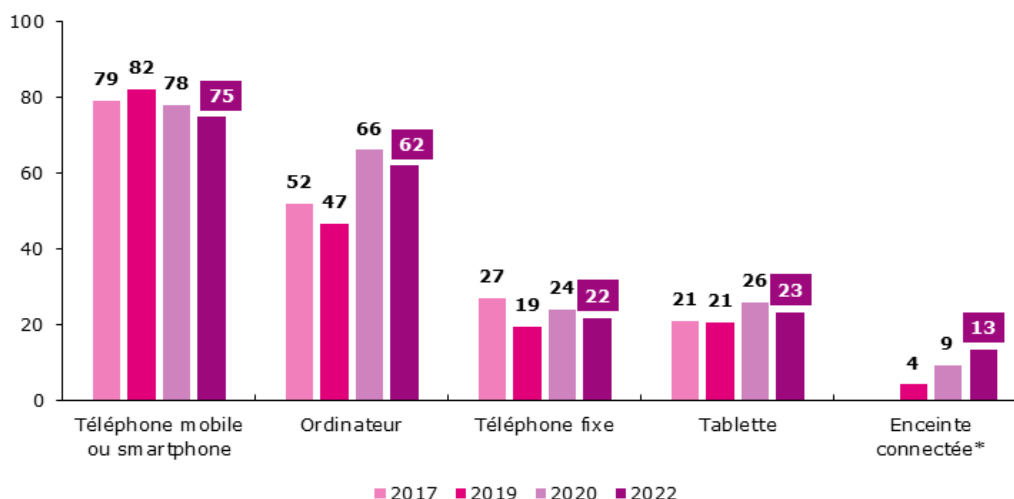
Les usagers quotidiens d'ordinateur sont les plus nombreux **chez les 60-69 ans** (76%), une tranche d'âge qui compte une part très élevée d'internautes quotidiens, et qui **reste peu équipée en équipements autres que l'ordinateur** pour se connecter à internet.

L'usage quotidien d'un ordinateur chez les 70 et plus est moins fréquent que dans les autres classes d'âge et en baisse importante par rapport à 2020 (53%, - 10 points). Une partie des septuagénaires ont visiblement abandonné les usages découverts contraints et forcés dès qu'ils en ont eu l'opportunité.

La hausse de l'usage quotidien de l'ordinateur est, pour beaucoup portée par les personnes les plus âgées. Mais il est notable de constater également **l'essor de l'ordinateur chez les adolescents : 59% déclarent s'en servir tous les jours**, soit 9 points de plus qu'en 2020 et +18 points par rapport à 2019. Cette évolution est probablement le reflet de nouvelles habitudes prises pendant la crise sanitaire, avec la diffusion des **cours en ligne**. On peut également citer l'engouement grandissant pour le **système de messagerie Discord**, initialement utilisé par un cercle restreint de joueurs de jeux vidéo, et mobilisé par de nombreux professeurs pour faire cours à distance pendant la crise sanitaire, et proposant différentes fonctionnalités prisées des plus jeunes (streaming de l'écran aux contacts, affichage en superposition à l'écran, création de salons de discussions, etc.).

Graphique 36 – Evolution des utilisateurs quotidiens des différents équipements

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens -

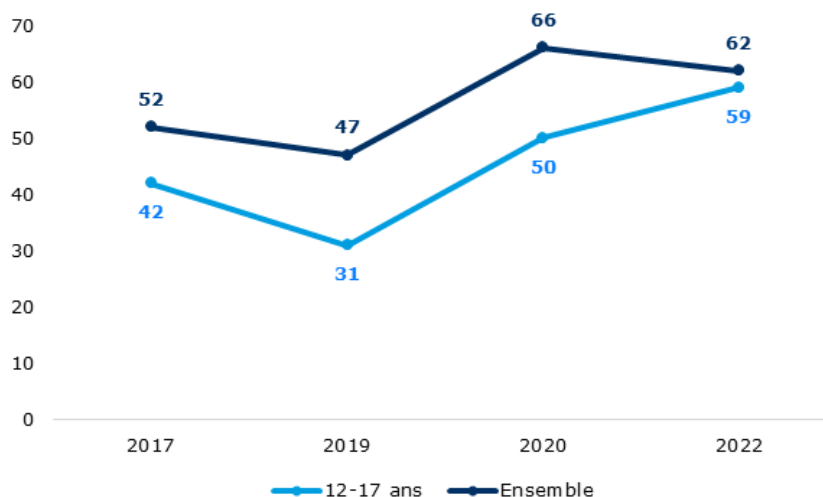


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

* En 2022, la question n'a pas été posée aux éloignés du numérique (personnes n'ayant pas internet fixe à domicile). Le même filtre a été appliqué pour les années précédentes.

Graphique 37 - Augmentation de la part d'utilisateurs quotidiens d'un ordinateur chez les 12-17 ans

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

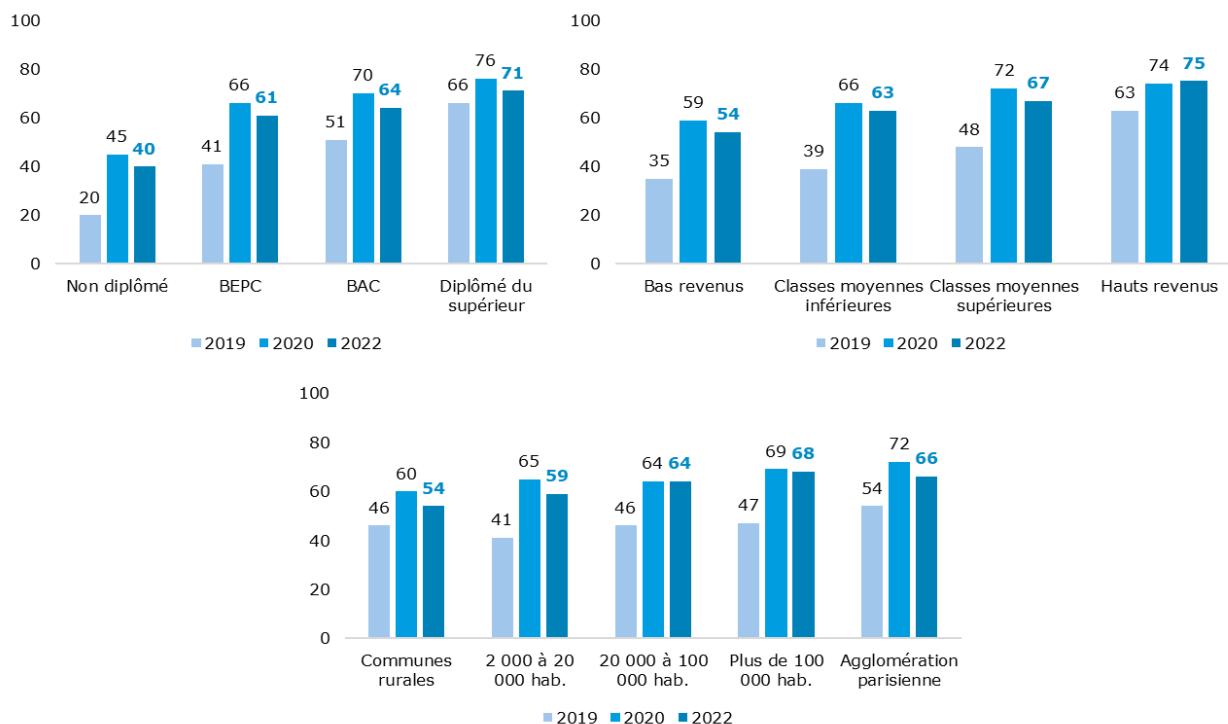
Les nouvelles habitudes prises pendant les années 2020 et 2021 et liées aux contraintes de distanciation sociales, se traduisent également lorsque l'on se focalise sur l'usage quotidien de l'ordinateur. Après une forte augmentation de l'usage quotidien de l'ordinateur en 2020, les niveaux redescendent de manière plus ou moins conséquente selon les groupes sociaux, mais restent **supérieurs aux niveaux enregistrés avant la crise sanitaire.**

Les évolutions dans l'usage quotidien d'un ordinateur n'ont pas fondamentalement modifié les disparités préexistantes entre groupes sociaux (Graphique 38) : la part de personnes utilisant tous les jours un ordinateur augmente avec le niveau de diplôme (40% chez les non-diplômés, jusqu'à 71% chez les diplômés du supérieur), le niveau de vie (54% chez les personnes aux revenus les plus bas, 75% chez les personnes aux revenus les plus hauts), et la taille d'agglomération (54% chez les résidents de communes rurales, 68% chez les habitants de communes de plus de 100 000 habitants et 66% chez les résidents de l'agglomération parisienne).

Enfin, au contraire du *smartphone*, l'ordinateur n'est pas utilisé de manière aussi quotidienne par les femmes (59%) que par les hommes (66%), cet écart se maintenant dans le temps (Graphique 38).

Graphique 38 – Usage quotidien d'un ordinateur en fonction du diplôme, du niveau de vie et de la taille d'agglomération

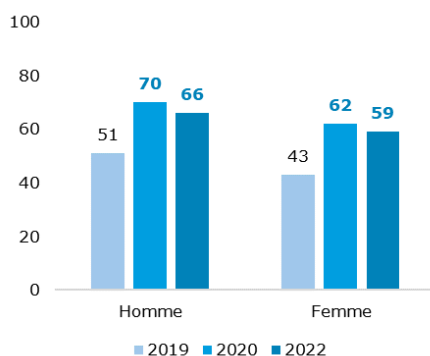
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens – (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 39 - Usage quotidien d'un ordinateur en fonction du sexe

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens –



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

b) Des enceintes connectées utilisées au quotidien par près d'un quart des 18-24 ans

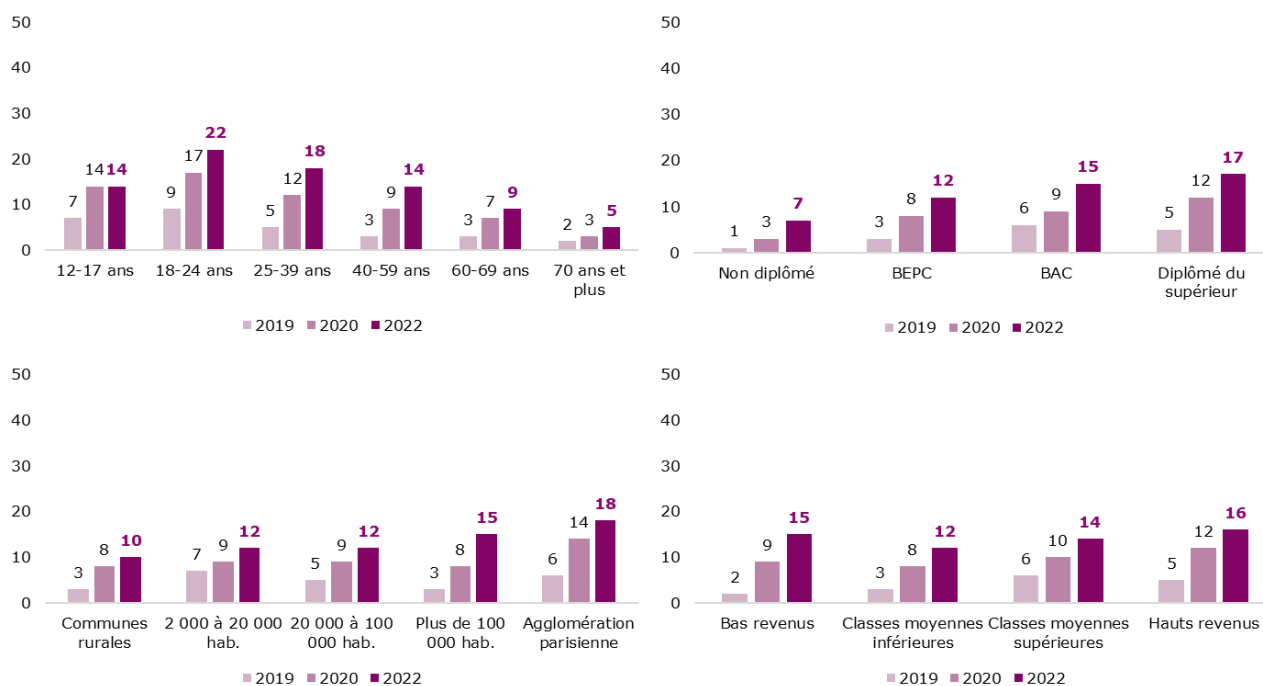
L'usage d'enceintes connectées connaît une rapide progression (Graphique 40), en liaison avec l'équipement évoqué plus haut : **31%** des Français ont adopté ces équipements, une augmentation de 9 points depuis 2020 et 22 points depuis 2017. La progression rapide de l'équipement en enceinte connectée s'accompagne **d'une hausse régulière de la part d'utilisateurs et d'utilisateurs quotidiens** : 13% des personnes interrogées utilisent tous les jours une enceinte connectée à assistant vocal (+ 4 points).

Non seulement les 18-39 ans se sont davantage emparés des enceintes connectées, mais ils lui font une **place de choix dans leur quotidien**. **22% des 18-24 ans (+ 13 points en 3 ans) et 18% des 25-39 ans (+ 13 points également par rapport à 2019) l'utilisent tous les jours**.

Les usages **quotidiens** d'une enceinte connectée suivent celles de l'équipement (Graphique 40): la part d'utilisateurs quotidiens va décroissante avec l'âge (de 22% chez les 18-24 ans à 5% chez les 70 ans et plus, les 12-17 ans faisant exception avec 14% d'utilisateurs quotidiens), et croissante avec le niveau de diplôme (de 7% chez les non-diplômés à 17% chez les diplômés du supérieur) et la taille d'agglomération (de 10% chez les résidents de communes rurales à 18% chez les résidents de l'agglomération parisienne). Comme pour l'équipement en enceinte connectée et contrairement aux autres équipements, on observe peu de variations dans l'usage quotidien en fonction du niveau de vie.

Graphique 40 - Usage quotidien d'une enceinte connectée en fonction de l'âge, du diplôme, de la taille d'agglomération et du niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

c) *Maintien de l'usage des tablettes*

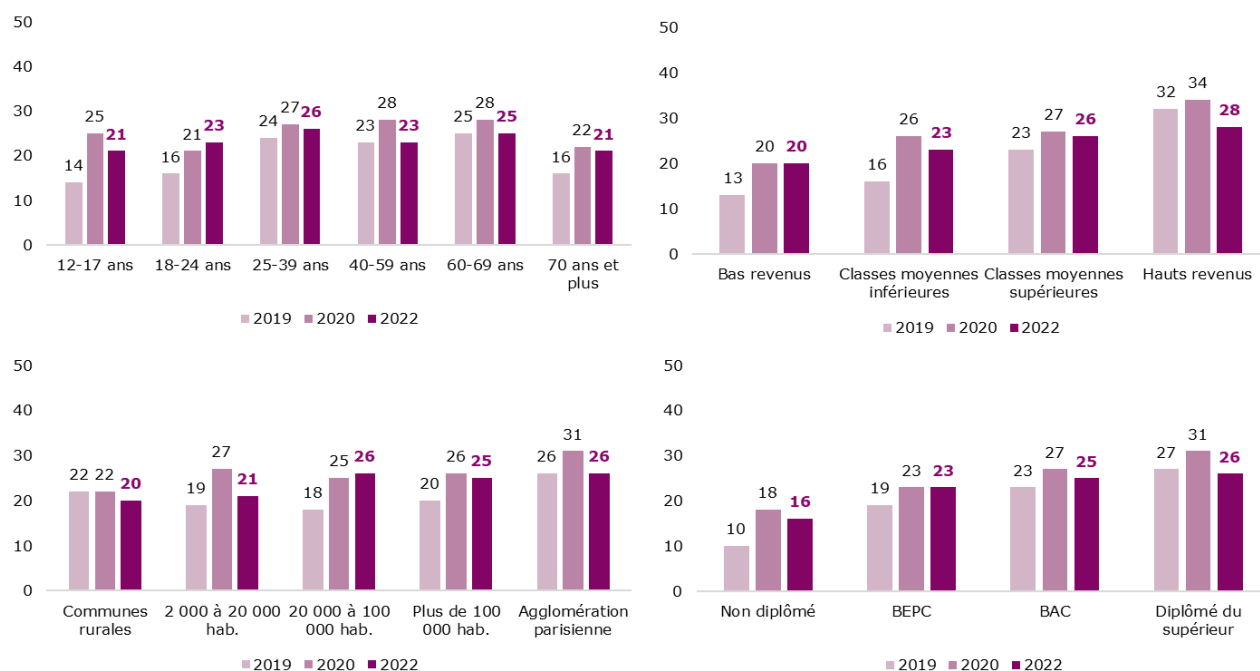
La tablette se stabilise à un niveau d'usage quotidien pratiquement identique à celui observé pendant la crise sanitaire (23%, - 3 points), perdant toutefois légèrement du terrain cet équipement se révélant peut-être moins nécessaire qu'en périodes de confinement au sein des foyers.

Le léger repli est présent dans la plupart des groupes sociodémographiques étudiés (Graphique 41). Une exception notable est la **très légère hausse de l'usage quotidien d'une tablette chez les 18-24 ans**, groupe qui par ailleurs privilégie davantage cet outil pour se connecter à internet.

La part d'utilisateurs quotidiens varie peu entre les différentes catégories, bien qu'on observe comme pour l'usage de l'ordinateur, une différence selon le diplôme (de 16% chez les non-diplômés à 26% chez les diplômés du supérieur), le niveau de vie (de 20% chez les personnes aux revenus les plus bas à 28% chez les personnes aux revenus les plus haut), et la taille d'agglomération (de 20% chez les résidents de communes rurales à 26% en agglomération parisienne).

Graphique 41 – Usage quotidien d'une tablette tactile en fonction de l'âge, du diplôme, du niveau de vie et de la taille d'agglomération

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens – (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



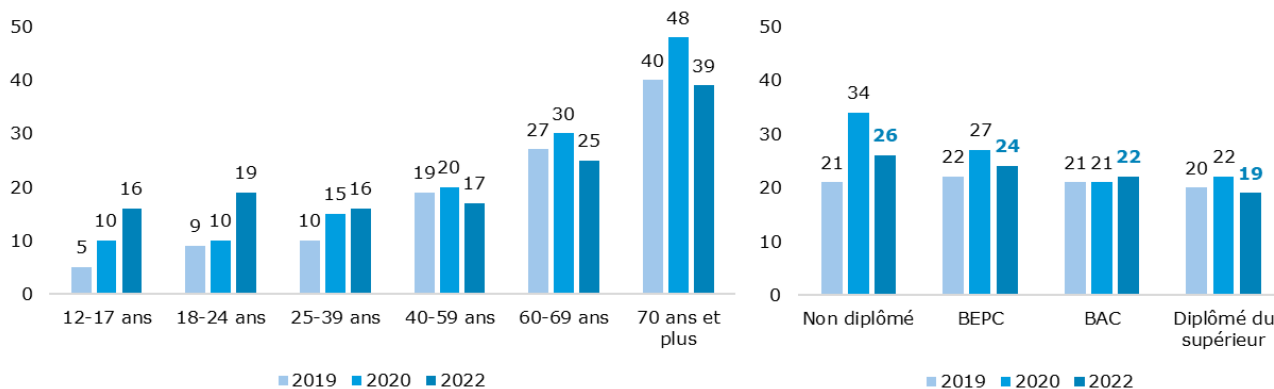
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

d) *Retour des usages quotidiens du téléphone fixe au niveau de 2019*

La légère baisse des usages quotidiens du téléphone fixe (22%, - 2 points) recouvre des évolutions différentes selon les catégories sociodémographiques. Ce sont notamment les groupes qui ont connu les plus fortes augmentations de leurs usages quotidiens en 2020 qui connaissent les plus fortes baisses en 2022, **retrouvant des niveaux proches de ceux atteints avant la crise sanitaire** (Graphique 42) : les 70 ans et plus (39% utilisent tous les jours un téléphone fixe, - 9 points) et les non diplômés (36%, - 8 points). Le téléphone étant alors devenu essentiel à maintenir le lien social pour ces publics moins à l'aise avec le numérique.

Graphique 42 – Usage quotidien du téléphone fixe en fonction de l'âge et du diplômé

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

e) *Erosion de l'usage du smartphone*

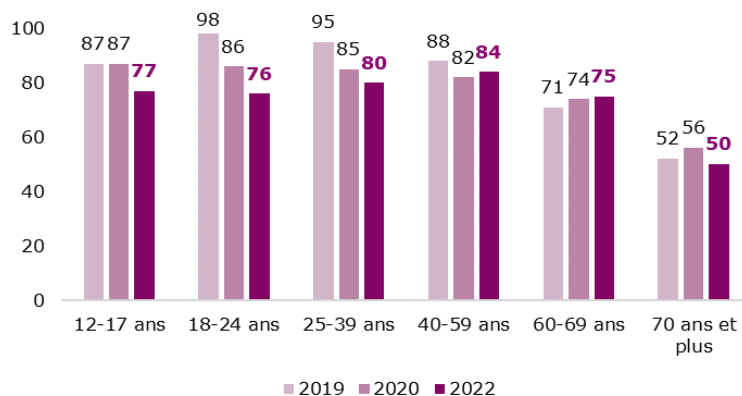
Jusqu'en 2019, le succès du *smartphone* ne se démentait pas à la fois en termes d'étendue du nombre d'utilisateurs dans la population, et d'étendue des usages et des applications dans un élargissement quasi continu de la place cet équipement dans la vie des Français, à la manière d'un « couteau suisse ». Depuis 2019, si le taux d'utilisateurs de *smartphone* se maintient, **l'usage quotidien du smartphone** diminue, passant de 82% en 2019 à 75% en 2022.

Différents indicateurs laissent supposer un **possible effet de substitution du smartphone par l'enceinte connectée chez les 18-39 ans, et par l'ordinateur chez les adolescents** (Graphique 43, Graphique 44).

En effet, c'est au sein des jeunes générations que la baisse dans l'usage quotidien du *smartphone* est la plus marquée : les usagers quotidiens représentent 76% des 18-24 ans, soit une baisse de 22 points depuis 2019, alors que le niveau d'équipement se maintient. Dans le même temps c'est précisément chez ces publics, que la hausse de l'usage quotidien des enceintes est la plus nette : + 13 points chez les 18-24 ans. Le mouvement est similaire bien que plus modéré chez les 25-39 ans, pour lesquels on constate une baisse de l'usage quotidien du smartphone (80%, une baisse de -15 points par rapport à 2019) et une hausse de l'usage des enceintes connectées (18%, +13 points).

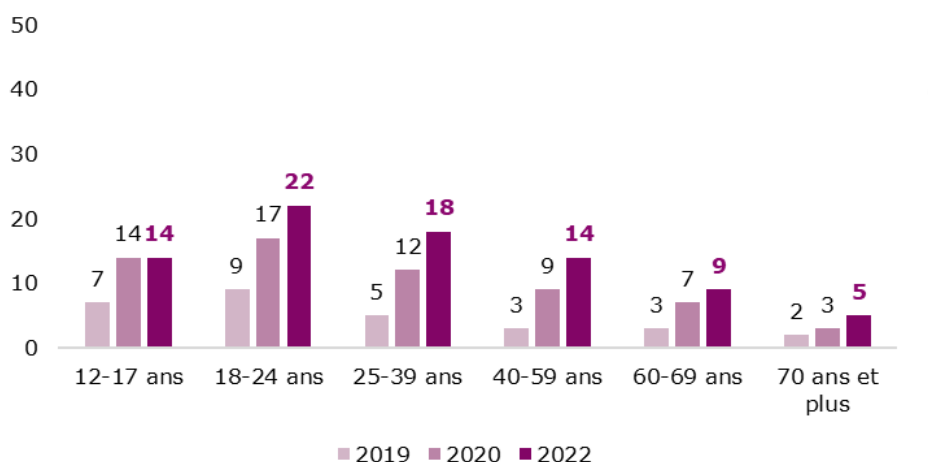
Graphique 43 - Baisse de l'usage quotidien du smartphone chez les plus jeunes et les plus âgés

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 44 - Usage quotidien d'une enceinte connectée en fonction de l'âge
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d'utilisateurs quotidiens -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)

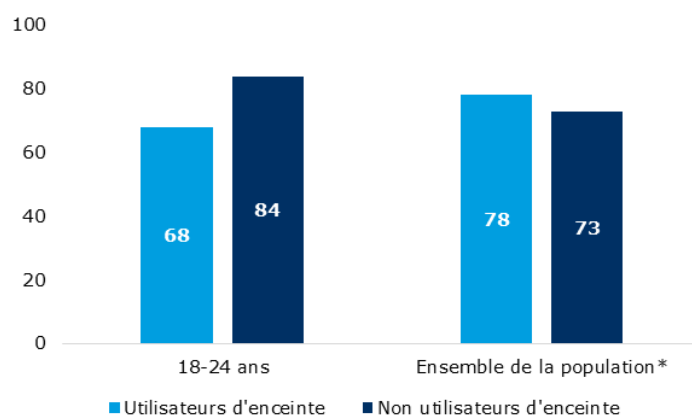


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Mais alors qu'en moyenne dans la population, l'usage d'une enceinte connectée **vient s'ajouter** aux autres usages quotidiens (ceux qui utilisent tous les jours une enceinte utilisent aussi tous les jours leur *smartphone*), chez les 18-24 ans, les utilisateurs quotidiens d'enceinte à assistant vocal de type Google home, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod sont **beaucoup moins nombreux** (68%) à déclarer utiliser tous les jours leurs *smartphones* que les jeunes non-utilisateurs d'enceinte (84%).

Graphique 45 – Usage quotidien du *smartphone* chez les utilisateurs et non utilisateurs d'enceintes connectées

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % d'utilisateurs quotidiens -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

*La question n'a pas été posée aux personnes ne possédant pas de connexion internet fixe à domicile

En lien, la diminution des usages quotidiens de *smartphone* est perceptible chez les diplômés du supérieur (82%, - 3 points), les personnes aux revenus les plus bas (72%, - 4 points et les personnes résidant en agglomération parisienne (77%, - 5 points).

La plus grande place conférée à l'**ordinateur**, liée à une plus grande présence à domicile, explique aussi une partie du mouvement. Alors qu'avant la crise Covid-19, le mobile était parfois le seul moyen de se connecter à internet pour les jeunes, l'ordinateur est un peu plus mobilisé, nous y reviendrons.

Toutefois ces effets de substitution ne sont pas les seuls facteurs puisqu'on observe une érosion de l'usage quotidien du *smartphone* également chez des groupes plus en distance avec l'univers digital dans son ensemble, comme les personnes résidant en communes rurales (64%, - 7 points) ou les non-diplômés (49% utilisent leur téléphone mobile ou *smartphone* tous les jours, - 5 points) (Graphique 46).

Ce ralentissement dans les usages quotidiens d'internet correspond-t-il à une **volonté affichée de « déconnexion numérique »** (parfois appelée « digital detox ») ? Comme l'explique la chercheuse Lise Vieira, la décision de déconnexion n'est pas forcément radicale, mais plutôt la conséquence d'une prise de recul face à la sur-présence des technologies numériques. Elle exprime le plus souvent une volonté de se préserver en régulant et en gardant la maîtrise de ses usages, et en se « recentrant sur soi »¹⁸. Ce souhait de déconnexion a pu prendre de l'ampleur après une période dominée par des usages numériques omniprésents, la progression des loisirs sportifs¹⁹ ou les phénomènes de **revanche du temps libre**²⁰.

¹⁸ Benjamin Toff & Rasmus Kleis Nielsen (2022) How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement, Political Communication, DOI: 10.1080/10584609.2022.2123073

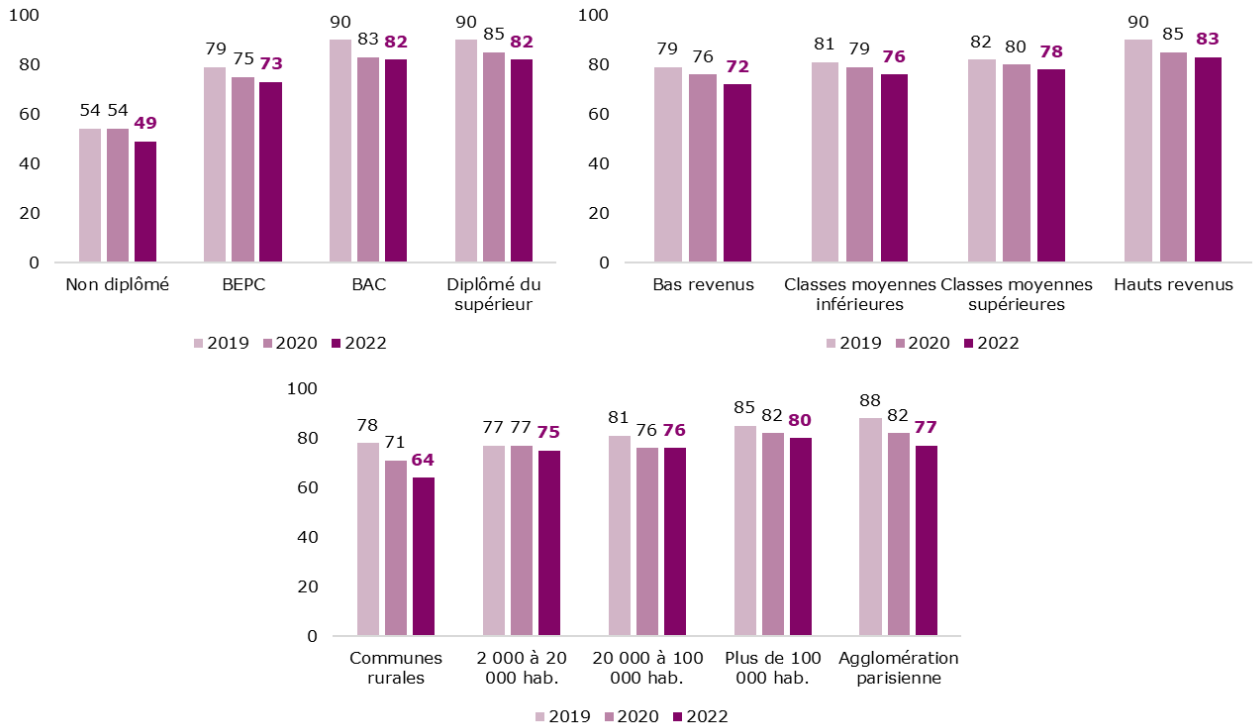
Lise Vieira, « La déconnexion numérique ou l'art du contre-pied », *Sciences de la société* [En ligne], 103 | 2019, mis en ligne le 01 mai 2020, consulté le 20 octobre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/sds/9723> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sds.9723>

¹⁹ CREDOC pour la DJPEVA, Baromètre des pratiques sportives des Français, à paraître

²⁰ Différentes données montrent une saison touristique très dynamique (dépenses par cartes bancaires dans la plupart des secteurs liés aux loisirs au cours de l'année 2022 supérieures à celles de 2019, fréquentation de +10% de la SNCF par rapport à l'été 2019, <https://www.economie.gouv.fr/bilan-touristique-periode-estivale-2022>

Graphique 46 – Usage quotidien d’un téléphone mobile ou d’un *smartphone* en fonction du diplôme, du niveau de vie et de la taille d’agglomération

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % d’utilisateurs quotidiens – (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 11 – Proportion d'utilisateurs quotidiens des différents équipements, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Mobile, smartphone	Ordinateur	Téléphone fixe	Tablette	Enceinte connectée*
Sexe	Homme	74%	66%	23%	25%	17%
	Femme	76%	59%	20%	22%	11%
Âge	12-17 ans	77%	59%	16%	21%	15%
	18-24 ans	76%	56%	19%	23%	24%
	25-39 ans	80%	54%	16%	26%	19%
	40-59 ans	84%	68%	17%	23%	15%
	60-69 ans	75%	76%	25%	25%	9%
	70 ans et plus	50%	53%	39%	21%	6%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	65%	55%	20%	15%	7%
	Deux personnes	73%	67%	26%	25%	11%
	Trois personnes	80%	63%	19%	25%	18%
	Quatre personnes	80%	60%	19%	28%	21%
	Cinq personnes et plus	84%	61%	19%	23%	21%
Diplôme	Non diplômé	49%	40%	26%	16%	7%
	BEPC	73%	61%	24%	23%	12%
	BAC	82%	64%	22%	25%	16%
	Diplômé du supérieur	82%	71%	19%	26%	17%
	12-17 ans	77%	59%	16%	21%	15%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	64%	61%	31%	31%	26%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	85%	77%	20%	32%	23%
	Profession Intermédiaire	84%	65%	15%	24%	18%
	Employé	85%	61%	14%	21%	14%
	Ouvrier	78%	53%	17%	19%	14%
	Personne au foyer	78%	67%	28%	30%	13%
	Retraité	59%	62%	33%	22%	6%
	Autre inactif	76%	60%	17%	21%	14%
Niveau de vie	Bas revenus	72%	54%	23%	20%	16%
	Classes moyennes inférieures	76%	63%	20%	23%	12%
	Classes moyennes supérieures	78%	67%	21%	26%	14%
	Hauts revenus	83%	75%	21%	28%	16%
Taille d'agglomération	Communes rurales	64%	54%	24%	20%	10%
	2 000 à 20 000 hab.	75%	59%	23%	21%	13%
	20 000 à 100 000 hab.	76%	64%	18%	26%	12%
	Plus de 100 000 hab.	80%	68%	21%	25%	15%
	Agglomération parisienne	77%	66%	22%	26%	19%
Ensemble de la population		75%	75%	23%	22%	14%

*La question sur les enceintes connectées n'a été posée qu'aux personnes ayant une connexion internet fixe à domicile.

Tableau 12 – Proportion de non-utilisateurs des différents équipements, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

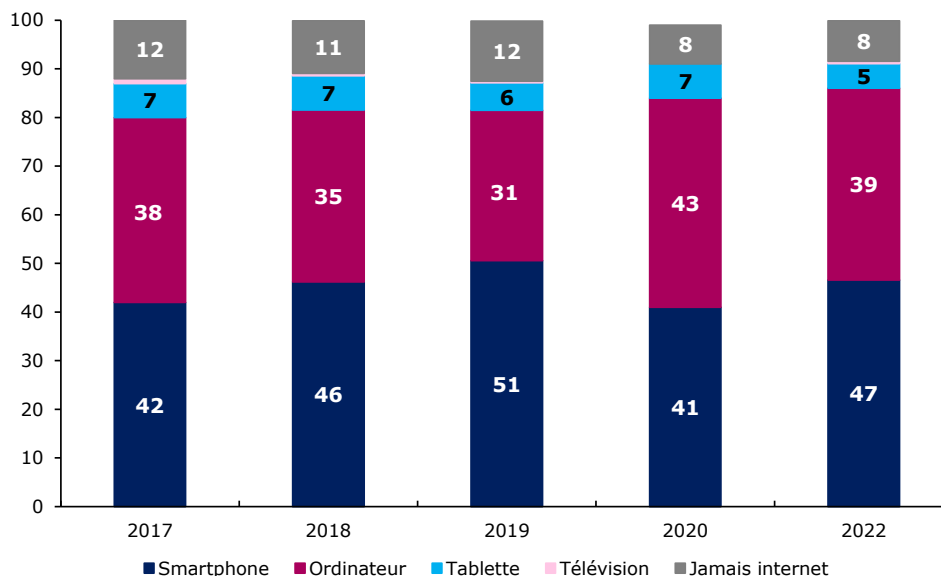
		Mobile, smartphone	Ordinateur	Téléphone fixe	Tablette	Enceinte connectée*
Sexe	Homme	6%	9%	27%	38%	54%
	Femme	7%	15%	32%	49%	60%
Âge	12-17 ans	6%	6%	36%	37%	55%
	18-24 ans	2%	5%	35%	30%	43%
	25-39 ans	3%	8%	45%	36%	52%
	40-59 ans	3%	7%	31%	43%	64%
	60-69 ans	4%	8%	22%	47%	75%
	70 ans et plus	21%	38%	11%	62%	45%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	14%	26%	35%	64%	59%
	Deux personnes	6%	12%	27%	46%	64%
	Trois personnes	4%	7%	29%	34%	55%
	Quatre personnes	3%	5%	30%	31%	49%
	Cinq personnes et plus	3%	6%	31%	35%	48%
Diplôme	Non diplômé	25%	44%	21%	64%	40%
	BEPC	5%	13%	27%	48%	62%
	BAC	4%	8%	32%	39%	61%
	Diplômé du supérieur	3%	4%	33%	36%	58%
	12-17 ans	6%	6%	36%	37%	55%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	4%	6%	29%	34%	33%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	2%	2%	32%	28%	53%
	Profession Intermédiaire	3%	5%	37%	34%	57%
	Employé	2%	7%	39%	45%	63%
	Ouvrier	4%	12%	35%	46%	63%
	Personne au foyer	5%	11%	31%	49%	63%
	Retraité	15%	27%	14%	56%	57%
	Autre inactif	5%	8%	35%	40%	57%
Niveau de vie	Bas revenus	9%	17%	33%	50%	54%
	Classes moyennes inférieures	5%	10%	29%	45%	61%
	Classes moyennes supérieures	3%	5%	28%	38%	62%
	Hauts revenus	3%	4%	31%	34%	62%
Taille d'agglomération	Communes rurales	13%	24%	24%	54%	50%
	2 000 à 20 000 hab.	8%	15%	33%	45%	56%
	20 000 à 100 000 hab.	4%	10%	36%	40%	64%
	Plus de 100 000 hab.	3%	6%	31%	42%	62%
	Agglomération parisienne	4%	6%	27%	36%	55%
Ensemble de la population		6%	12%	30%	44%	57%

*La question sur les enceintes connectées n'a été posée qu'aux personnes ayant une connexion internet fixe à domicile.

f) *Smartphone et ordinateur privilégiés pour se connecter à internet*

En 2020, dans un contexte de crise sanitaire et de repli des activités sur le domicile, l'ordinateur avait devancé le *smartphone* comme équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à internet. En 2022, le *smartphone* redevient l'équipement privilégié, sans toutefois retrouver le taux d'adhésion atteint avant la crise du Covid-19 (Graphique 47) : 47% des personnes interrogées préfèrent se connecter sur un *smartphone* (+ 6 points depuis 2020, - 4 points depuis 2019). L'ordinateur est le point d'entrée à internet de 39% de la population, soit un taux inférieur à 2020, mais nettement supérieur à 2019.

Graphique 47
Quel équipement utilisez-vous le plus souvent pour vous connecter à internet ?
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



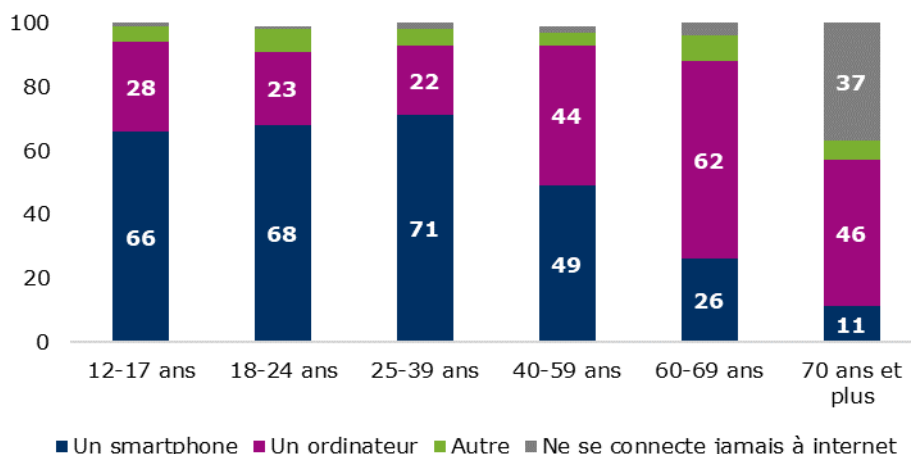
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les préférences de connexions diffèrent fortement selon l'âge (Graphique 48) : les 12-39 ans privilégient en majorité le *smartphone* pour se connecter à internet, tandis que les 40 ans et plus lui préfèrent l'ordinateur.

La comparaison des préférences dans le temps montre cependant **une légère baisse de l'intérêt pour le *smartphone* chez les adolescents et jeunes adultes** (66% des 12-17 ans l'utilisent le plus fréquemment pour se connecter à internet, - 2 points par rapport à 2020 ; 68% des 18-24 ans, - 8 points, Graphique 50) au **profit de l'ordinateur (28% des 12-17 ans l'utilise le plus souvent, + 5 points, 23% des 18-24 ans, + 6 points, Graphique 49)** et de la tablette pour les 18-24 ans (Graphique 51). Une tendance inverse s'observe chez les 40 ans et plus, qui privilégient de plus en plus le *smartphone* comme équipement pour se connecter à internet, délaissant en partie l'ordinateur.

Graphique 48 – Équipement le plus fréquemment utilisé pour se connecter à internet

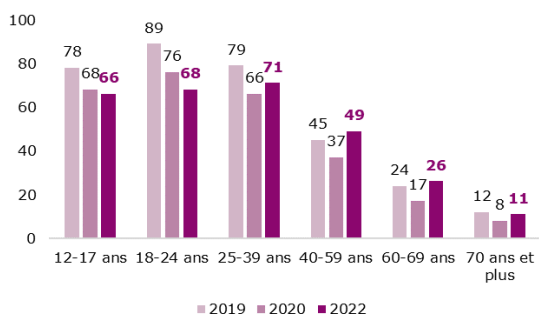
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 49 – Les 40 ans et plus privilégient davantage le smartphone pour se connecter à internet

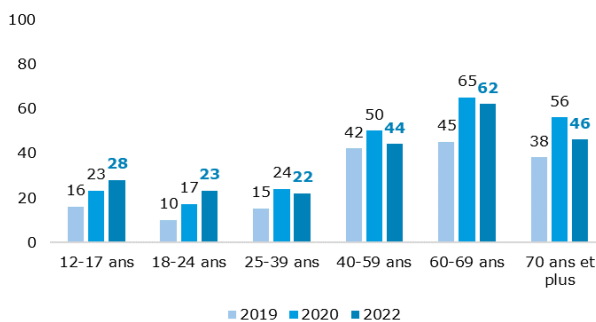
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 50 – Les 12-24 ans privilégient de plus en plus l'ordinateur pour se connecter à internet

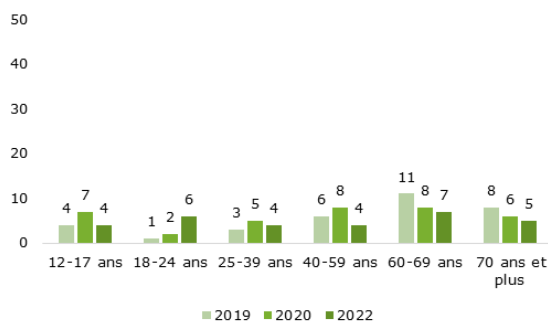
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 51 – Augmentation de la part de 18-24 ans privilégiant la tablette pour se connecter à internet

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

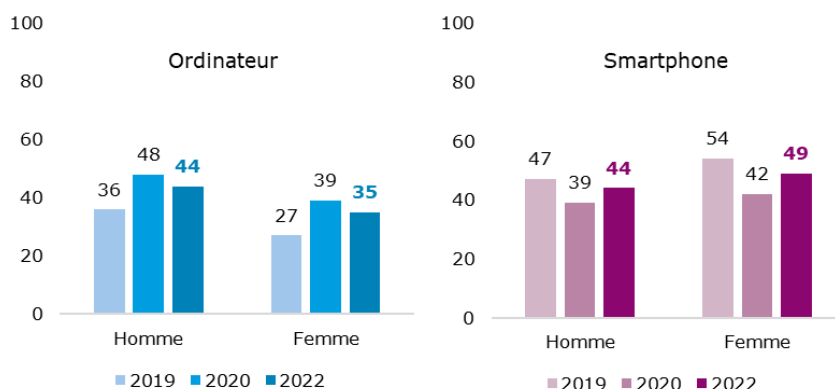
On observe par ailleurs le maintien de différences liées au genre dans les équipements le plus souvent utilisés (Graphique 52) : les hommes se connectent plus fréquemment à internet sur un ordinateur que les femmes (44% contre 35%) les femmes se connectent plus fréquemment que les hommes sur un *smartphone* (49% contre 44%).

Les disparités selon le niveau de diplôme (Graphique 53) sont avant tout liées à la part moins importante d'internautes chez les moins diplômés. Au-delà de ces écarts, les non-diplômés font partie des rares groupes qui se connectent plus fréquemment sur un ordinateur (33%) que sur un *smartphone* (24%).

Il existe enfin des variations importantes des équipements privilégiés selon le niveau de vie (Graphique 54) : **les personnes aux revenus modestes se connectent le plus souvent sur un *smartphone*** (55% pour les bas revenus et 47% pour les classes moyennes inférieures, contre 45% pour les classes moyennes supérieures et 46% pour les personnes aux revenus les plus hauts). Les personnes aux revenus les plus élevés se connectent le plus fréquemment sur un ordinateur.

Pour les lecteurs intéressés, les préférences des seuls internautes sont déclinées selon les principaux descripteurs socio-démographiques dans le Tableau 14. On relève notamment qu'en restreignant l'analyse à la population des internautes, ce sont les 70 ans et plus qui expriment la plus grande préférence pour l'ordinateur (73%, contre 43% dans l'ensemble des internautes) et la tablette (8%, contre 5% dans l'ensemble des internautes).

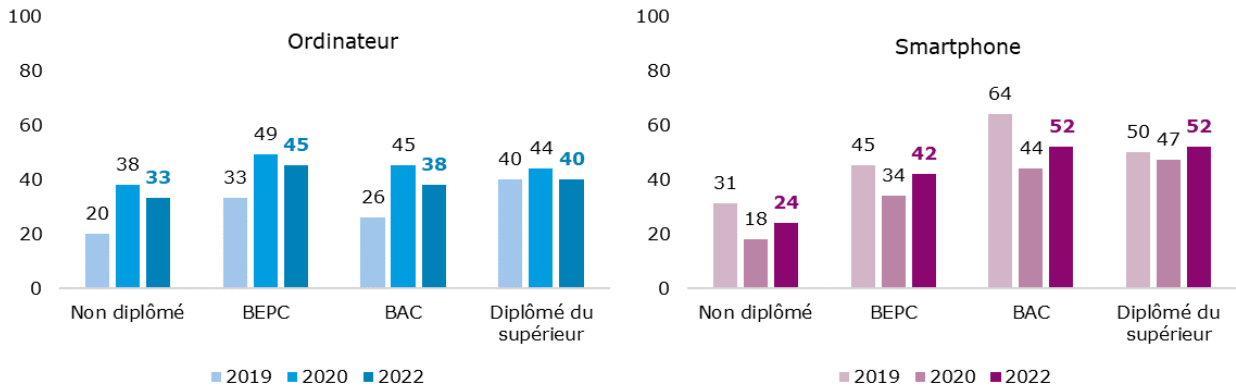
Graphique 52 - Équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à internet selon le sexe
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 53 - Équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à internet selon le niveau de diplôme

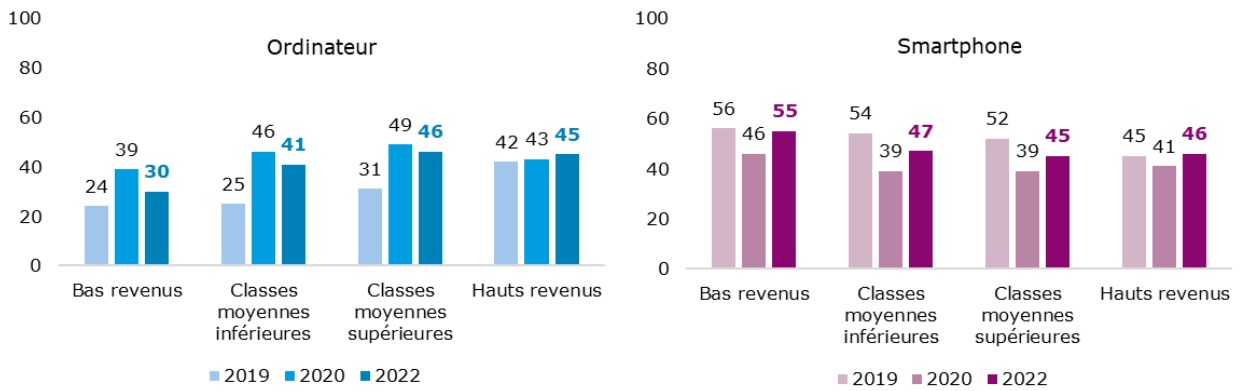
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 54 - Équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à internet selon le niveau de vie

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 13 – Équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à internet, selon les principaux descripteurs socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Un smartphone	Un ordinateur	Une tablette	Une télévision	Ne se connecte jamais à internet	Total
Sexe	Homme	44%	44%	5%	1%	6%	100%
	Femme	49%	35%	5%	1%	10%	100%
Âge	12-17 ans	66%	28%	4%	1%	2%	100%
	18-24 ans	68%	23%	6%	1%	1%	100%
	25-39 ans	71%	22%	4%	1%	3%	100%
	40-59 ans	49%	44%	4%	0%	2%	100%
	60-69 ans	26%	62%	7%	1%	4%	100%
	70 ans et plus	11%	46%	5%	1%	37%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	35%	39%	4%	0%	21%	100%
	Deux personnes	35%	49%	6%	0%	9%	100%
	Trois personnes	56%	36%	5%	1%	3%	100%
	Quatre personnes	64%	29%	5%	1%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	64%	28%	5%	1%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	24%	33%	6%	1%	37%	100%
	BEPC	42%	45%	5%	1%	8%	100%
	BAC	52%	38%	6%	1%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	52%	40%	5%	0%	3%	100%
	12-17 ans	66%	28%	4%	1%	2%	100%
Profession catégorique sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	56%	29%	10%	0%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	52%	41%	5%	0%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	58%	34%	6%	1%	1%	100%
	Employé	60%	35%	3%	1%	2%	100%
	Ouvrier	56%	36%	3%	1%	4%	100%
	Personne au foyer	45%	43%	5%	0%	6%	100%
	Retraité	16%	52%	6%	0%	25%	100%
	Autre inactif	61%	31%	4%	1%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	55%	30%	4%	1%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	47%	41%	5%	0%	6%	100%
	Classes moyennes supérieures	45%	46%	6%	0%	2%	100%
	Hauts revenus	46%	45%	5%	1%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	38%	36%	4%	1%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	44%	40%	5%	0%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	48%	41%	6%	1%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	51%	41%	5%	0%	3%	100%
	Agglomération parisienne	53%	38%	6%	1%	3%	100%
Ensemble de la population		47%	39%	5%	1%	8%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 14 - Équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à internet chez les internautes, selon les principaux descripteurs socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population internaute de 12 ans et plus -

		Un <i>smartphone</i>	Un ordinateur	Une tablette	Une télévision	Total
Sexe	Homme	47%	47%	6%	1%	100%
	Femme	55%	39%	5%	1%	100%
Âge	12-17 ans	67%	28%	4%	1%	100%
	18-24 ans	69%	24%	6%	1%	100%
	25-39 ans	72%	22%	4%	1%	100%
	40-59 ans	50%	45%	5%	0%	100%
	60-69 ans	27%	65%	7%	1%	100%
	70 ans et plus	17%	73%	8%	1%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	44%	50%	5%	1%	100%
	Deux personnes	39%	54%	6%	1%	100%
	Trois personnes	57%	37%	5%	1%	100%
	Quatre personnes	65%	29%	5%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	65%	29%	5%	1%	100%
Diplôme	Non diplômé	38%	52%	9%	1%	100%
	BEPC	46%	49%	5%	1%	100%
	BAC	54%	40%	6%	1%	100%
	Diplômé du supérieur	53%	41%	5%	0%	100%
	12-17 ans	67%	28%	4%	1%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	59%	31%	10%	0%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	53%	42%	5%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	58%	35%	6%	1%	100%
	Employé	61%	35%	3%	1%	100%
	Ouvrier	58%	38%	4%	1%	100%
	Personne au foyer	48%	46%	6%	0%	100%
	Retraité	21%	70%	8%	1%	100%
	Autre inactif	63%	32%	5%	1%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	61%	34%	4%	1%	100%
	Classes moyennes inférieures	50%	44%	6%	0%	100%
	Classes moyennes supérieures	46%	47%	6%	0%	100%
	Hauts revenus	47%	47%	5%	1%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	47%	46%	5%	1%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	49%	45%	5%	0%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	50%	43%	6%	1%	100%
	Plus de 100 000 hab.	52%	42%	5%	0%	100%
	Agglomération parisienne	55%	39%	6%	1%	100%
Ensemble de la population		51%	43%	5%	1%	100%

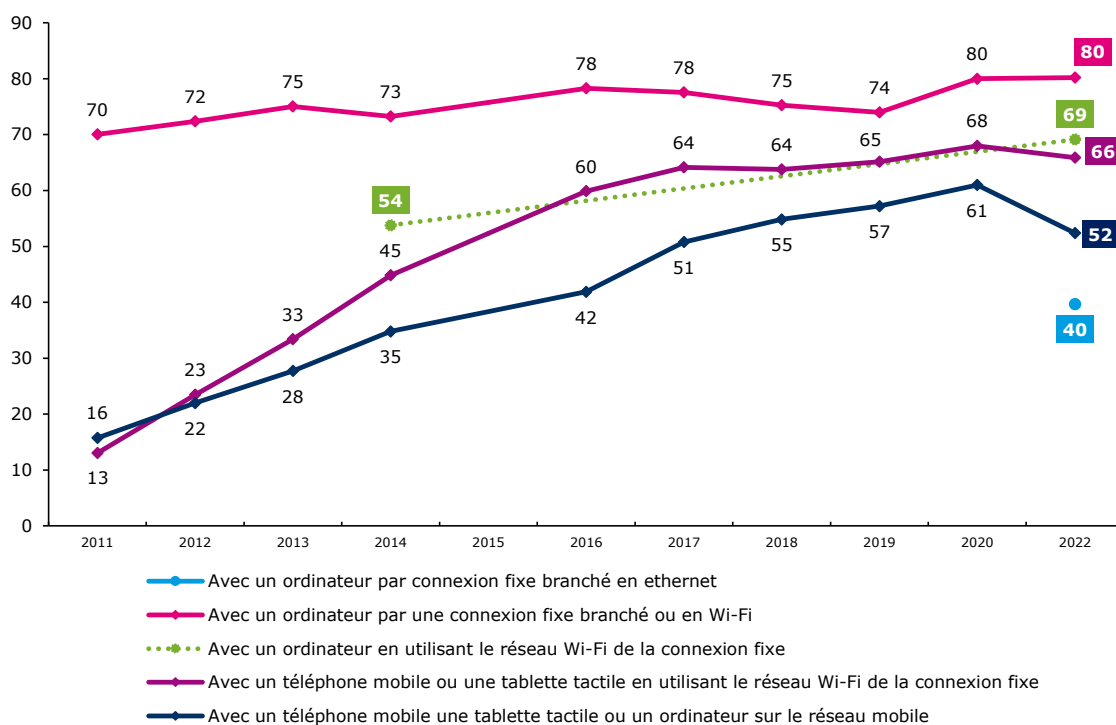
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

g) À domicile, stabilisation des connexions par réseau fixe et baisse du recours au réseau mobile

Après une nette progression de toutes les formes de connexion à internet à domicile en 2020, on observe plutôt **une stabilisation, de la plupart des formes de connexion en 2022** (Graphique 55). Le taux de connexion sur un ordinateur par une connexion fixe (branchée ou en wifi) se maintient à 80%. 40% des personnes interrogées déclarent en particulier se connecter à internet via un câble Ethernet. Les connexions avec un téléphone mobile ou une tablette via le réseau Wi-Fi de la connexion fixe restent elles aussi relativement stables (66%, - 2 points). **En revanche, les connexions avec un téléphone mobile, une tablette ou un ordinateur via le réseau mobile connaissent une baisse notable** (52%, - 9 points).

Graphique 55 - Les différents modes de connexion à internet à domicile

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

La connexion à domicile sur le réseau mobile

Après une augmentation importante en 2020, **la part de personnes se connectant à internet à domicile sur le réseau mobile baisse de 9 points en 2022 (52%)**.

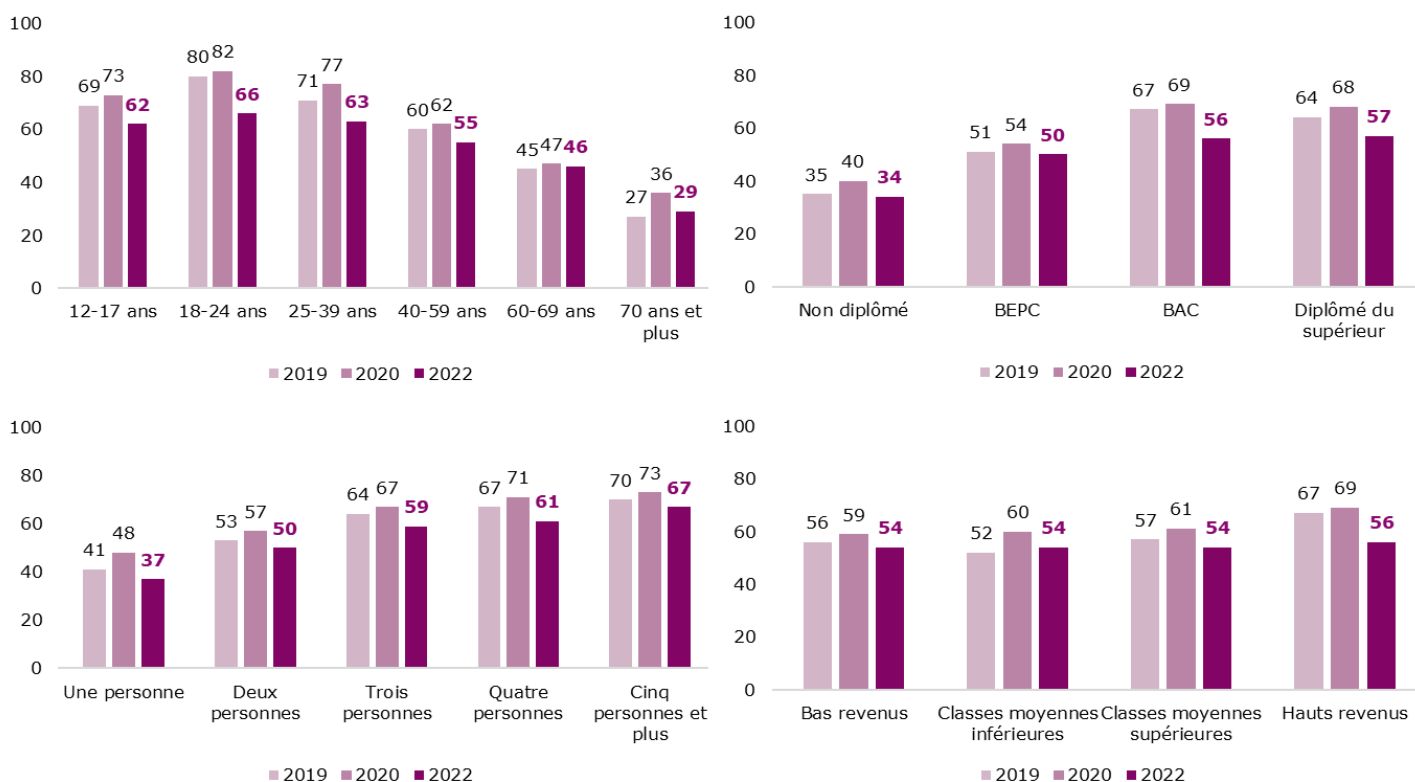
Cette évolution est perceptible dans toutes les catégories sociodémographiques étudiées (Graphique 56). Les baisses les plus conséquentes concernent **les plus jeunes générations** : 62% des 12-17 ans se connectent sur le réseau mobile à domicile (-11 points), 66% des 18-24 (- 16 points), et 63% des 25-39 ans (- 14 points). Chez les 12-17 ans, cette évolution est probablement à relier à leur appropriation des ordinateurs, à la faveur de l'école à la maison, et à l'usage de nouvelles plateformes d'échange sur ordinateur que nous abordions plus haut. En 2020, les 12-17 ans qui faisaient un usage quotidien de l'ordinateur à domicile se connectaient davantage au réseau mobile à domicile que les usagers occasionnels de l'ordinateur (80% des usagers quotidiens contre 65% des usagers « une à deux fois par semaine »). En 2022, seuls 63% des 12-17 ans des usagers

quotidiens de l'ordinateur se connectent sur le réseau mobile, contre 68% de ceux qui utilisent un ordinateur une à deux fois par semaine. Par ailleurs, la hausse des équipements en ordinateurs²¹ liée à la progression du **télétravail**, et donc de l'usage de l'ordinateur, explique probablement un moindre recours à la connexion mobile chez une partie des 25-59 ans. Une autre explication pourrait résider dans la mobilisation des jeunes sur les enjeux du dérèglement climatique²², accompagnée d'une aspiration à passer moins de temps sur son smartphone, comme en témoignent la multiplication des applications destinées à réguler son usage.

Les disparités restent les mêmes pour tous les types de connexion : les 70 et plus, les non diplômés et les personnes vivant seules ou à deux se connectent moins que les autres sur le réseau mobile.

Graphique 56 - Taux de connexion à internet par une connexion sur le réseau mobile, quel que soit le support (ordinateur, téléphone mobile ou tablette) selon différentes catégories socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

²¹ Selon l'INSEE, les ventes d'équipements de l'information et de la communication ont progressé de +49% entre juillet 2021 et juillet 2022

²² Solen BERHUET, Lucie BRICE MANSENCAL, Sandra HOIBIAN, Charlotte MILLOT, Jörg MÜLLER, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2021 – CREDOC, avril 2022, <https://www.credoc.fr/publications/barometre-djepva-sur-la-jeunesse-2021-credoc>

La connexion à domicile par une connexion fixe, branchée ou en Wi-Fi, via un ordinateur

La part moyenne de personnes qui se connectent depuis leur domicile grâce à un ordinateur avec une connexion fixe n'a pas évoluée en 2022 (80%).

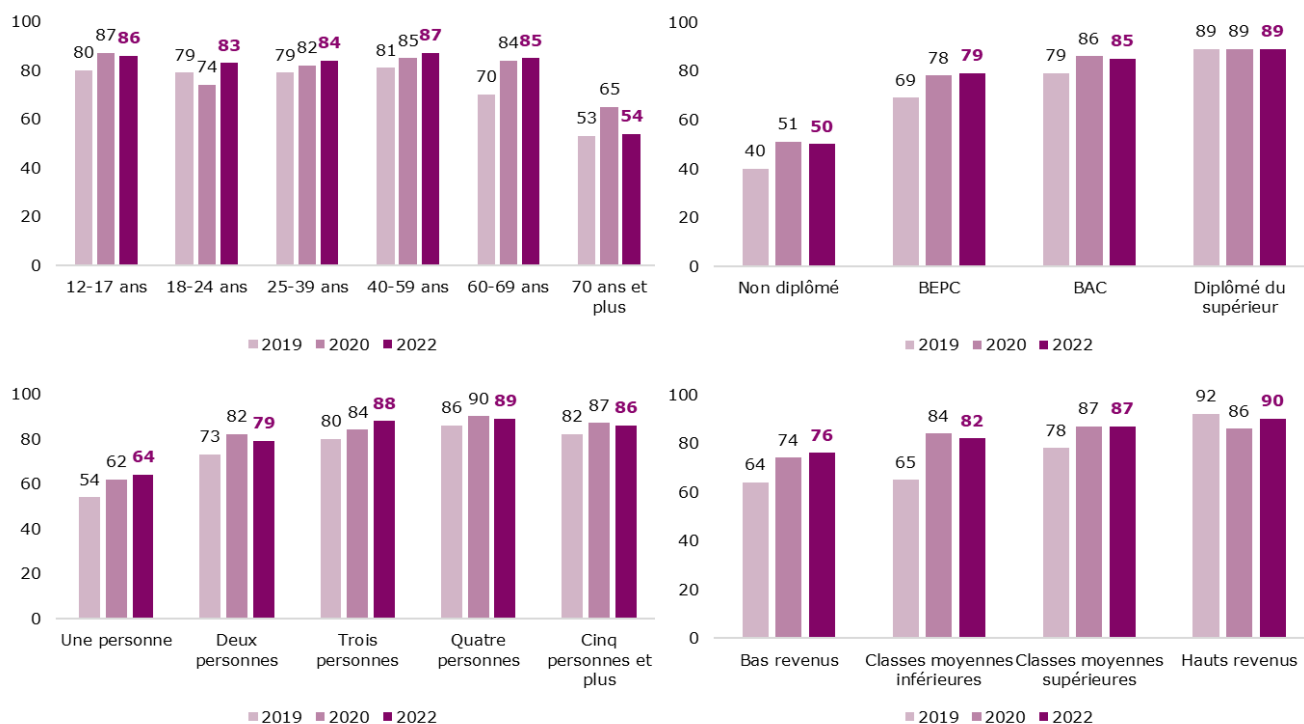
Les différences d'usages entre les catégories sociodémographiques perdurent également (**Erreur ! Référence non valide pour un signet.**, Graphique 57) et reflètent les différences d'équipement en ordinateur : les groupes qui se connectent **le moins par une connexion fixe via un ordinateur sont les non-diplômés** (50%), les personnes vivant dans un **foyer de petite taille** (64% chez les personnes vivant seules, 79% chez les personnes vivant à deux) et les **personnes aux revenus inférieurs aux revenus médians** (76% chez les personnes aux revenus les plus bas, 82% chez les classes moyennes inférieures). **Les 70 ans et plus** sont également relativement peu nombreux à se connecter à internet par ce biais (54%), et le sont significativement moins qu'en 2020 (- 11 points).

Dans toutes les catégories sociodémographiques étudiées, la connexion en Wi-Fi est préférée à la connexion par câble Ethernet : sur l'ensemble de la population interrogée, 40% se connectent par câble Ethernet et 69% en Wi-Fi.

Graphique 57 – Taux de connexion à internet par ordinateur avec une connexion fixe (branchée ou en Wi-Fi) selon différentes catégories socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le niveau de diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

La connexion à domicile par une connexion en Wi-Fi via un téléphone mobile ou une tablette

La part de personnes se connectant à internet à domicile en Wi-Fi via un téléphone mobile ou une tablette n'a que très légèrement baissé entre 2020 et 2022 (66%, - 2 points).

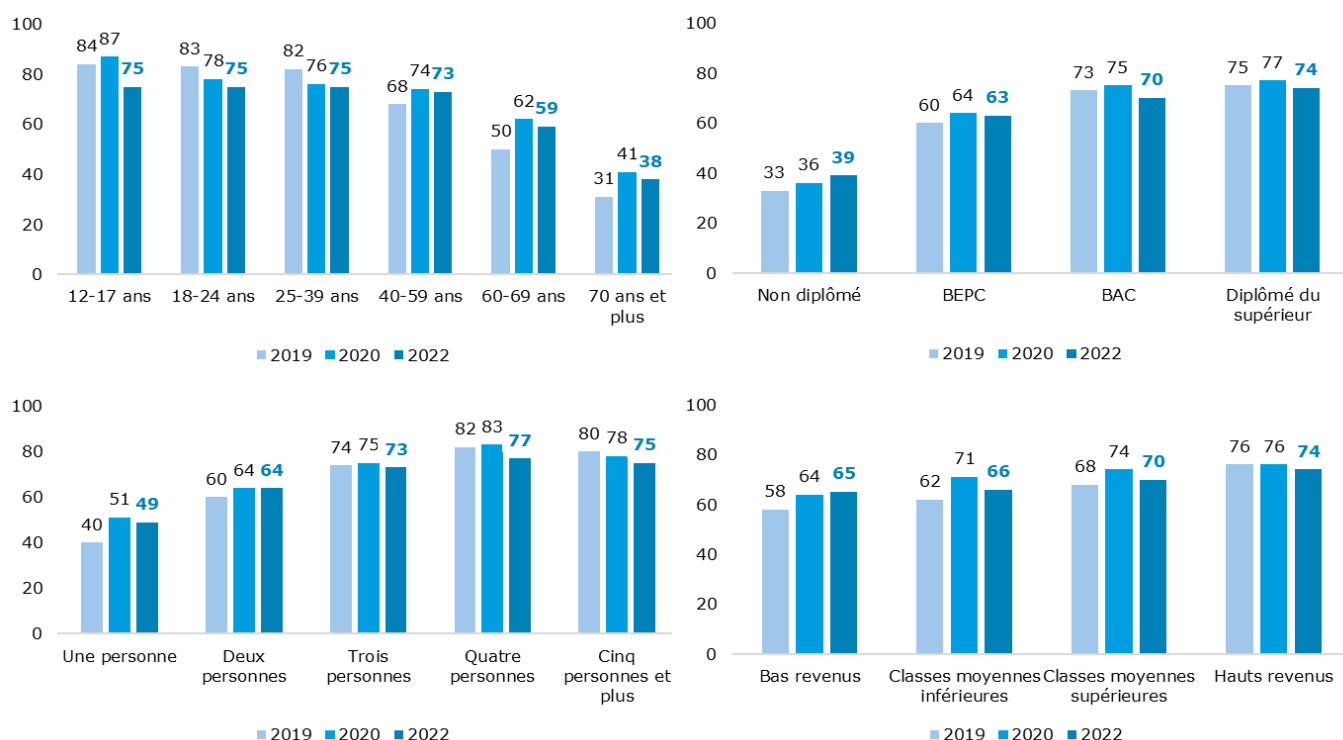
Les personnes se connectant peu à internet par ce biais ont **des profils similaires** à celles se connectant peu par une connexion fixe via un ordinateur : les 70 ans et plus (38%), les non-

diplômés (39%), les personnes vivant dans des foyers de petite taille (49% chez les personnes vivant seules, 64% chez les personnes vivant à deux), et chez les personnes aux revenus inférieurs aux revenus médians (65% chez les personnes aux revenus les plus bas, 66% chez les classes moyennes inférieures). Ces groupes sont également les moins équipés de ce type d'équipement.

On observe par ailleurs une **baisse de ce type de connexion chez les 12-17 ans** (75% se connectent à domicile au réseau Wi-Fi via un téléphone mobile ou une tablette, soit 12 points de moins qu'en 2020). Probablement en liaison avec **l'essor de la 4G/4G+, et 5G et de l'usage de l'ordinateur** évoqué plus haut.

Graphique 58 - Taux de connexions à internet en Wi-Fi selon différentes catégories socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le niveau de diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 15 – Modes de connexion à internet à domicile, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Ordinateur branché avec un câble Ethernet	Ordinateur sur le réseau Wi-Fi	Ordinateur branché ou sur le réseau wifi	Téléphone mobile ou tablette sur le réseau Wi-Fi	Ordinateur, téléphone ou tablette sur le réseau mobile
Sexe	Homme	44%	69%	82%	66%	54%
	Femme	35%	69%	79%	66%	51%
Âge	12-17 ans	38%	76%	86%	75%	62%
	18-24 ans	48%	73%	83%	75%	66%
	25-39 ans	43%	74%	84%	75%	63%
	40-59 ans	43%	76%	87%	73%	55%
	60-69 ans	42%	69%	85%	59%	46%
	70 ans et plus	24%	46%	54%	38%	29%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	28%	52%	64%	49%	37%
	Deux personnes	36%	69%	79%	64%	50%
	Trois personnes	47%	78%	88%	73%	59%
	Quatre personnes	48%	76%	89%	77%	61%
	Cinq personnes et plus	46%	79%	86%	75%	67%
Diplôme	Non diplômé	26%	41%	50%	39%	34%
	BEPC	39%	67%	79%	63%	50%
	BAC	42%	73%	85%	70%	56%
	Diplômé du supérieur	44%	78%	89%	74%	57%
	12-17 ans	38%	76%	86%	75%	62%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	47%	61%	78%	67%	62%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	49%	81%	92%	78%	61%
	Profession Intermédiaire	44%	76%	88%	76%	61%
	Employé	41%	77%	86%	72%	58%
	Ouvrier	43%	70%	81%	70%	55%
	Personne au foyer	46%	69%	82%	71%	57%
	Retraité	30%	55%	66%	45%	34%
	Autre inactif	39%	73%	84%	74%	59%
Niveau de vie	Bas revenus	43%	63%	76%	65%	54%
	Classes moyennes inférieures	41%	70%	82%	66%	54%
	Classes moyennes supérieures	41%	75%	87%	70%	54%
	Hauts revenus	40%	81%	90%	74%	56%
Taille d'agglomération	Communes rurales	35%	56%	67%	54%	44%
	2 000 à 20 000 hab.	37%	69%	78%	64%	50%
	20 000 à 100 000 hab.	40%	71%	83%	70%	53%
	Plus de 100 000 hab.	42%	75%	87%	70%	55%
	Agglomération parisienne	44%	74%	86%	71%	61%
Ensemble de la population		40%	69%	80%	66%	52%

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 48% des 18-24 ans se connectent à internet avec un ordinateur branché avec un câble Ethernet.

Partie 2. Usages

1. Zoom et réglage de la luminosité sont les fonctionnalités des appareils numériques les plus utilisées

Remarque : Cette question n'a pas été posée aux personnes dites « éloignées du numérique » c'est-à-dire celles qui n'ont pas accès à internet fixe à domicile.

L'accessibilité aux appareils numériques est un enjeu de l'inclusion numérique : ne pas bien arriver à lire, ou à utiliser des fonctionnalités conçues précisément pour faciliter l'usage du mobile est un des nombreux obstacles qui pavent l'accès au digital.

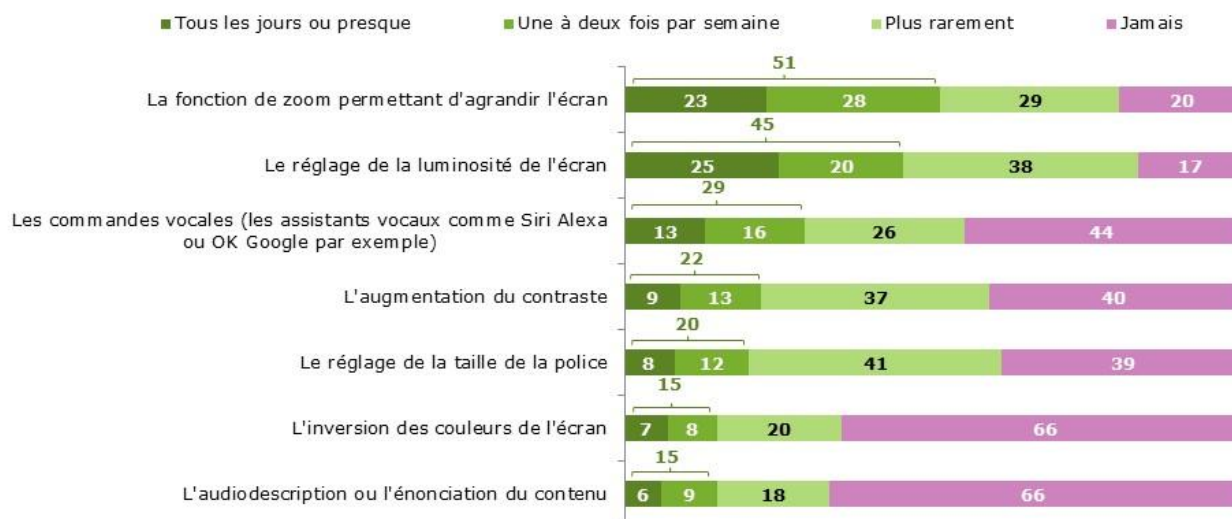
Les fonctionnalités pour faciliter l'accessibilité des appareils numériques sont nombreuses mais diversement mises à profit. Le réglage de la luminosité ainsi que la fonction zoom sont les fonctionnalités les plus utilisées par les équipés d'un terminal numérique²³ (8 équipés sur 10) et un quart s'en servent même au quotidien (Graphique 59).

Six Français sur dix tirent parti du réglage de la taille de la police, de l'augmentation du contraste et des commandes vocales. Il s'agit par ailleurs le plus souvent d'usage rare à l'exception des commandes vocales qui sont utilisées quotidiennement par 13% des Français et au moins de manière hebdomadaire par trois Français sur dix.

L'audiodescription et l'inversion des couleurs sont peu exploitées, un tiers des Français ayant eu recours à l'une de ces fonctionnalités.

Graphique 59 - Avez-vous déjà utilisé les fonctionnalités suivantes sur votre ordinateur, *smartphone* ou tablette ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile et possédant au moins un ordinateur, une tablette ou un *smartphone* -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

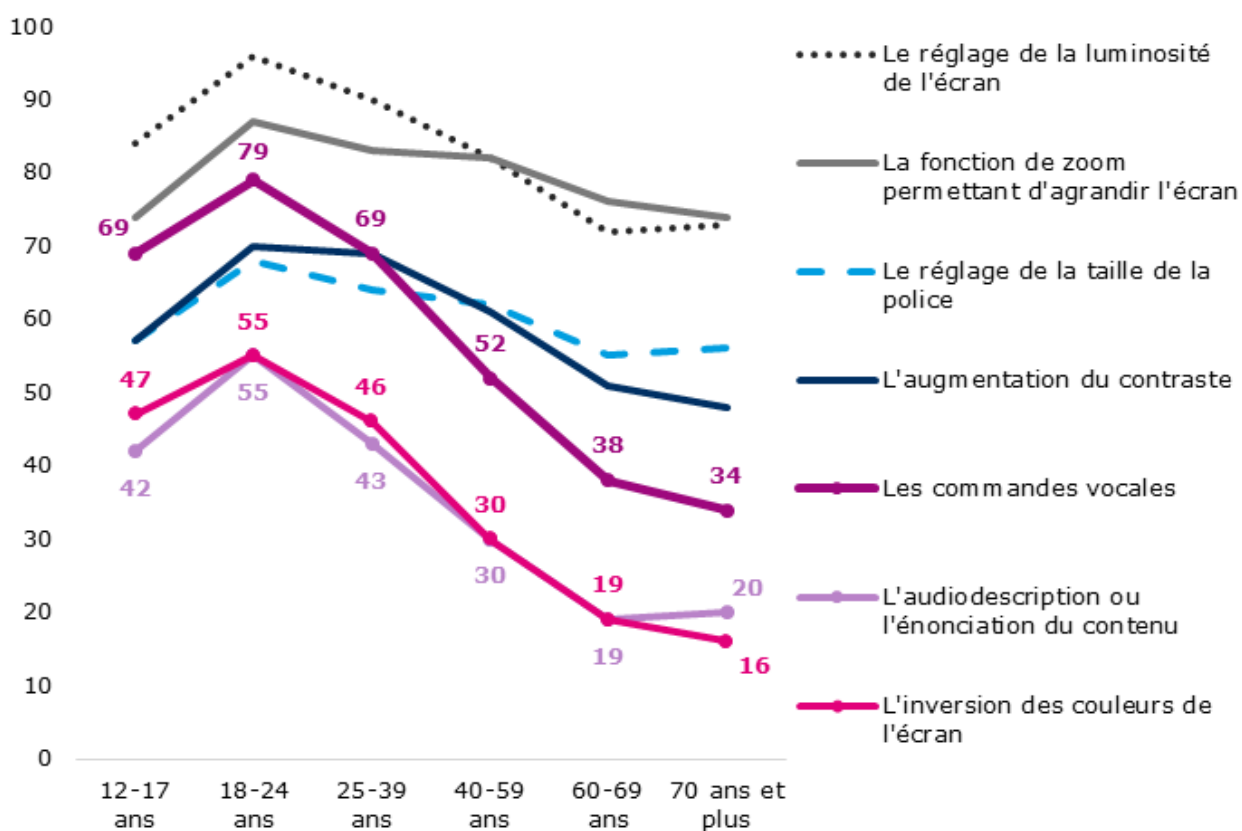
Alors que ces fonctionnalités pourraient leur bénéficier, **les seniors mobilisent beaucoup moins ces différentes fonctionnalités que les plus jeunes** (Tableau 16). En particulier les écarts sont très marqués concernant :

²³ Par cette locution nous désignons les personnes auxquelles la question a été posée à savoir les équipés d'un ordinateur, ou tablette ou *smartphone* et avec une connexion internet à domicile.

- les commandes vocales : 79% des 18-24 ans les utilisent contre 38% des 60-69 ans et 34% des 70 ans et plus ;
- l'inversion des couleurs : 55% des 18-24 ans y ont recours au moins occasionnellement contre 19% des 60-69 ans et 16% des 70 ans et plus. Les jeunes font peut-être aussi référence ici aux « dark modes » des différents sites ou applications ;
- l'audiodescription ou à l'énonciation du contenu : plus de la moitié des 18-24 ans déclarent y avoir recours contre 19% des sexagénaires et 20% des septuagénaires.

Graphique 60 - Utilisateur des fonctionnalités sur votre ordinateur, smartphone ou tablette selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile et possédant au moins un ordinateur, une tablette ou un *smartphone* -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 16 - Taux de recours aux fonctionnalités d'aide à l'accessibilité selon l'âge du répondant

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile et possédant au moins un ordinateur, une tablette ou un *smartphone* -

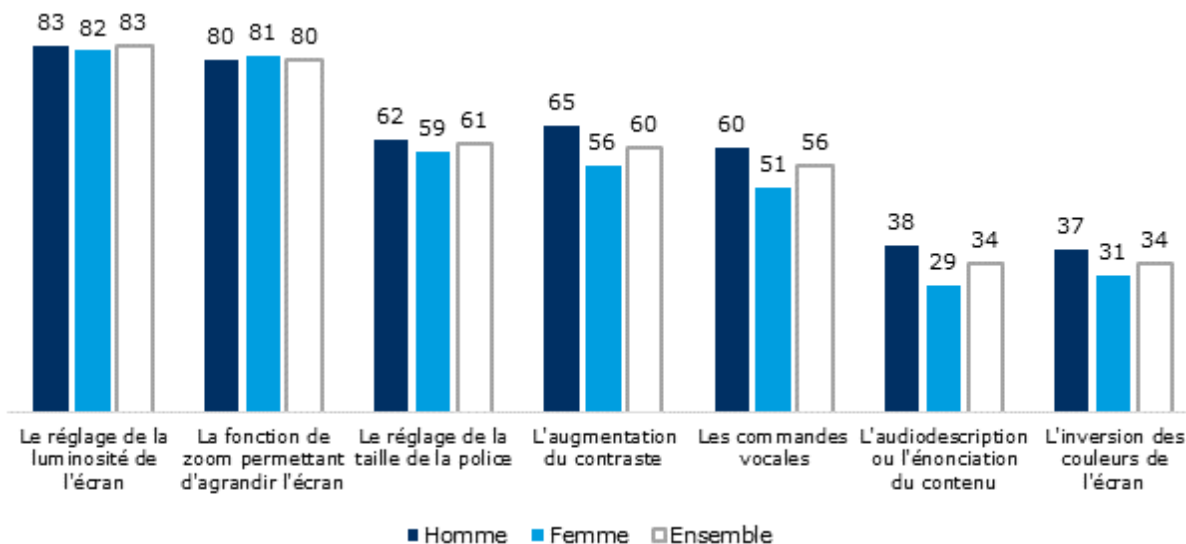
	12-17 ans	18-24 ans	25-39 ans	40-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Ensemble de la population
L'audiodescription ou l'énonciation de contenu							
Tous les jours ou presque	13%	9%	10%	4%	3%	0%	6%
Une à deux fois par semaine	11%	23%	13%	8%	2%	3%	9%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	24%	32%	24%	12%	5%	3%	15%
Plus rarement	18%	23%	20%	19%	14%	17%	18%
Jamais	58%	45%	57%	70%	81%	80%	66%
La fonction zoom permettant d'agrandir l'écran							
Tous les jours ou presque	29%	37%	26%	22%	15%	15%	23%
Une à deux fois par semaine	23%	32%	35%	27%	26%	23%	28%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	52%	69%	61%	48%	42%	38%	51%
Plus rarement	22%	18%	22%	33%	34%	37%	29%
Jamais	26%	13%	17%	18%	24%	26%	20%
Le réglage de la taille de la police							
Tous les jours ou presque	8%	15%	11%	7%	4%	4%	8%
Une à deux fois par semaine	16%	17%	15%	11%	6%	9%	12%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	24%	32%	26%	17%	9%	13%	19%
Plus rarement	33%	36%	38%	45%	46%	43%	41%
Jamais	43%	32%	36%	38%	45%	44%	39%
L'inversion des couleurs de l'écran							
Tous les jours ou presque	9%	14%	12%	5%	2%	0%	7%
Une à deux fois par semaine	14%	19%	11%	5%	2%	0%	8%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	23%	33%	23%	10%	4%	0%	14%
Plus rarement	25%	23%	23%	20%	16%	16%	20%
Jamais	53%	45%	54%	70%	81%	84%	66%
L'augmentation du contraste							
Tous les jours ou presque	12%	17%	16%	7%	4%	2%	9%
Une à deux fois par semaine	15%	24%	18%	13%	5%	4%	13%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	28%	41%	34%	20%	9%	6%	23%
Plus rarement	29%	29%	35%	40%	42%	42%	37%
Jamais	43%	30%	31%	39%	49%	52%	40%
Le réglage de la luminosité de l'écran							
Tous les jours ou presque	39%	58%	40%	18%	9%	5%	25%
Une à deux fois par semaine	22%	26%	23%	21%	12%	12%	20%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	61%	84%	62%	39%	21%	16%	45%
Plus rarement	24%	12%	27%	43%	51%	56%	38%
Jamais	16%	4%	10%	18%	28%	27%	17%
Les commandes vocales (les assistants vocaux comme Siri, Alexa, ou OK Google par exemple)							
Tous les jours ou presque	18%	26%	21%	10%	7%	4%	13%
Une à deux fois par semaine	24%	24%	20%	15%	9%	9%	16%
<i>Au moins une fois par semaine</i>	42%	50%	41%	25%	16%	13%	30%
Plus rarement	27%	29%	28%	27%	22%	21%	26%
Jamais	31%	21%	31%	48%	62%	66%	44%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Les **femmes** ont tendance à avoir un peu moins recours aux différentes fonctionnalités que les hommes (Graphique 61). On observe notamment un moindre recours pour les fonctionnalités **d'audiodescription** (5 points de moins par rapport à la moyenne) et de commandes vocales (5 points par rapport à la moyenne).

Graphique 61 - Avez-vous déjà utilisé les fonctionnalités suivantes sur votre ordinateur, *smartphone* ou tablette ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile et possédant au moins un ordinateur, une tablette ou un *smartphone* -



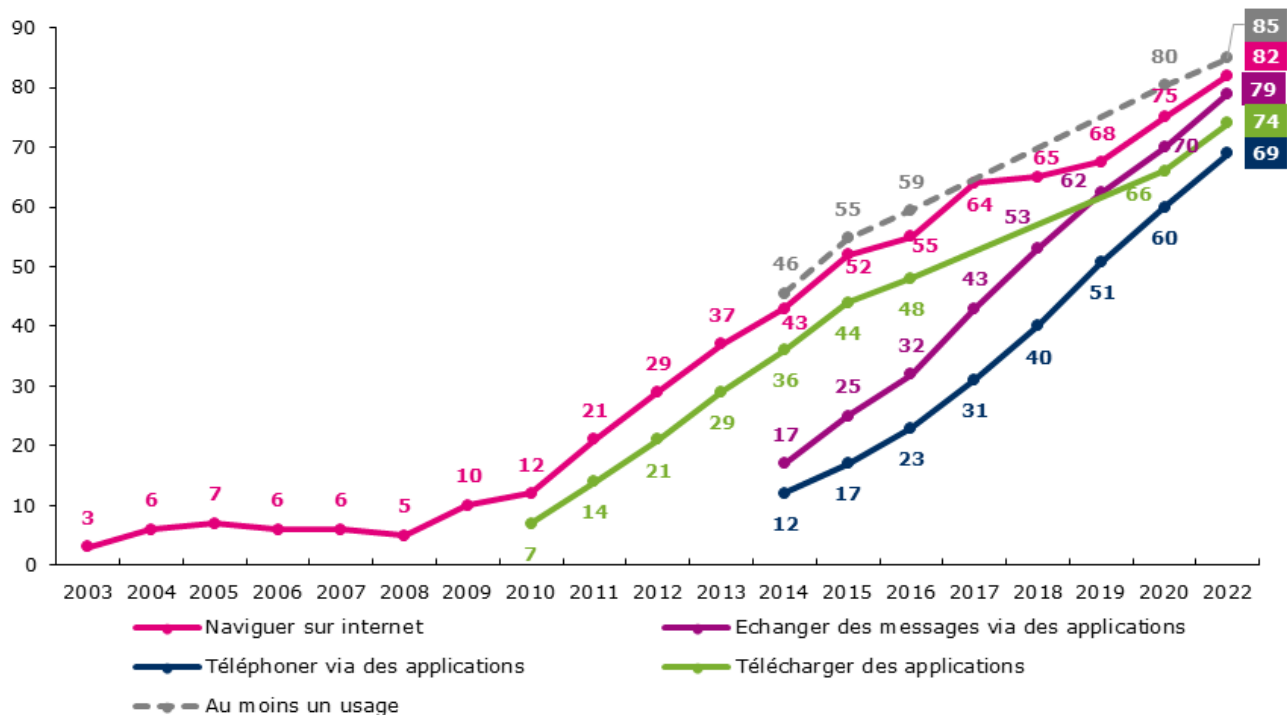
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

2. Les usages du téléphone mobile continuent de progresser

Les différents usages du téléphone mobile continuent de progresser fortement en 2022 (Graphique 62) : 82% des personnes interrogées utilisent leur téléphone pour se connecter à internet (+ 7 points par rapport à 2020), 79% pour échanger des messages textes via des applications de messagerie instantanée (+ 9 points), 69% pour téléphoner via ce type d'applications (+ 3 points), et 74% pour télécharger des applications (+ 8 points).

Graphique 62 - Proportion de personnes utilisant un téléphone mobile pour ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



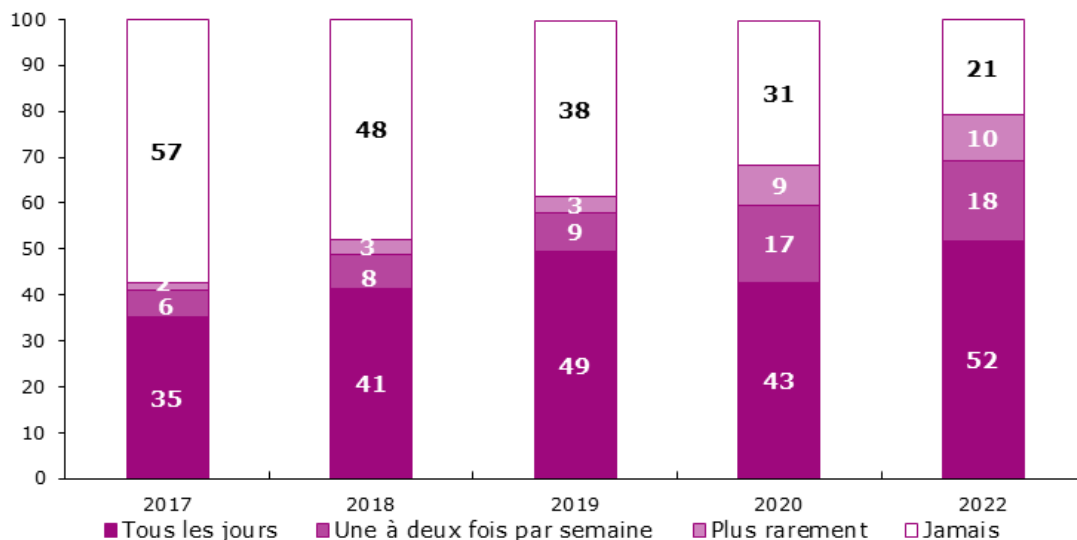
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

* En 2022, les données sont calculées à partir de la fréquence d'utilisation : « A quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel... ». Cumul des réponses « Tous les jours », « Une à deux fois par semaine » et « Plus rarement ».

Non seulement les messageries instantanées ont gagné des utilisateurs mais ceux-ci pianotent des **messages nettement plus régulièrement** : 52% de personnes échangent **quotidiennement** des messages sur ce type d'applications (+ 9 points). La hausse de la fréquence quotidienne d'usage des messageries instantanées est surtout **portée par les catégories d'âge qui se sont emparées plus récemment de ces outils à savoir 40-59 ans** (+ 18 points) et les sexagénaires (+ 8 points).

Graphique 63 - À quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel pour échanger des messages textes via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc.

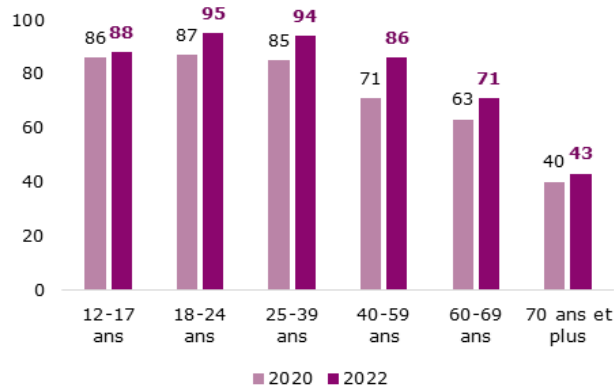
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 64 - Usage d'applications pour envoyer des messages selon l'âge

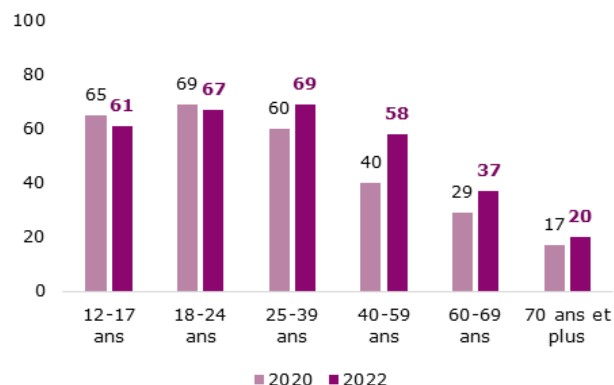
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 65 - Usage quotidien d'applications pour envoyer des messages selon l'âge

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



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

L'utilisation d'applications pour téléphoner est également de plus en plus fréquente : 30% des Français téléphonent tous les jours via une application mobile (

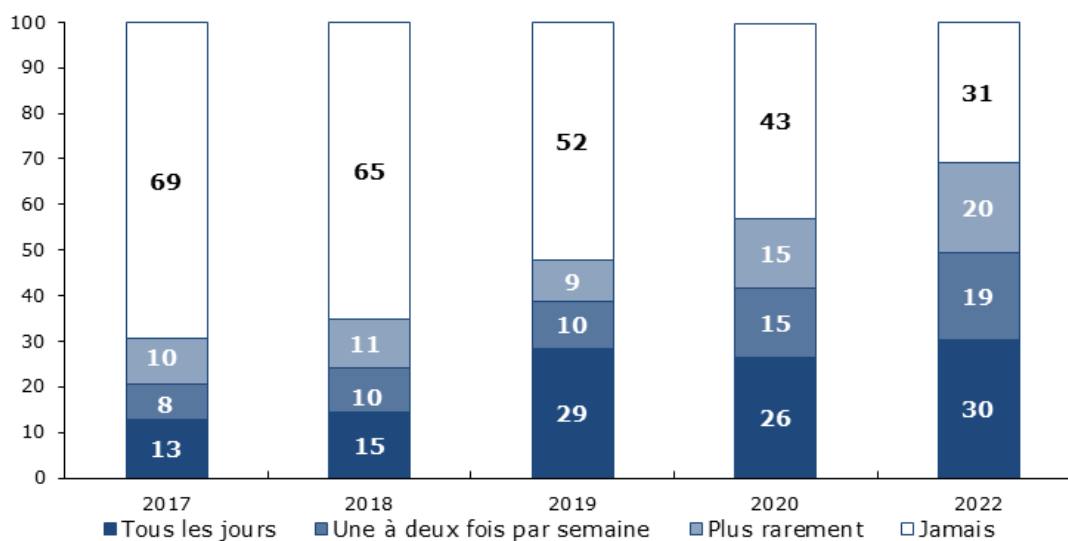
Graphique 66).

Les 18-24 ans et 25-39 ans utilisent de plus en plus fréquemment **les applications mobiles pour téléphoner** (47% des 18-24 ans téléphonent ainsi tous les jours via des app, + 8 points, et 45% des 25-39 ans + 6 points). Les 12-17 ans comptent un peu plus d'utilisateurs qu'en 2020 (80%, + 2 points), mais déclarent moins d'usages quotidiens (36%, - 7 points, Graphique 67 et Graphique 68).

Les personnes faisant généralement le moins usage du téléphone mobile sont celles qui en sont par ailleurs le moins équipés (voir Tableau 17 pour les usages et Tableau 18 pour les usages quotidiens) : les retraités, les personnes vivant seules, les personnes peu ou pas diplômées, les personnes aux revenus les plus bas et les personnes résidant dans des agglomérations de moins de 20 000 habitants, toutes ces caractéristiques étant fortement liées à l'âge.

Graphique 66 - À quelle fréquence utilisez-vous votre téléphone mobile personnel pour téléphoner via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc.

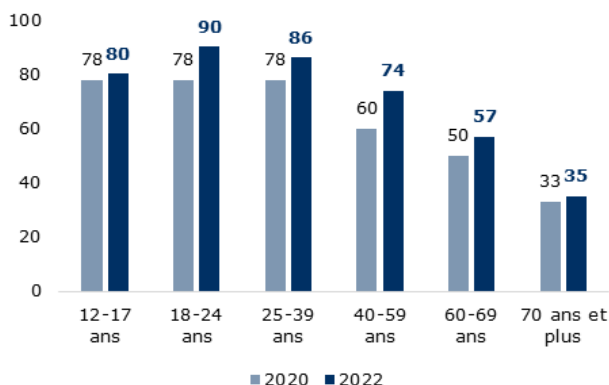
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 67 - Usage d'applications pour téléphoner selon l'âge

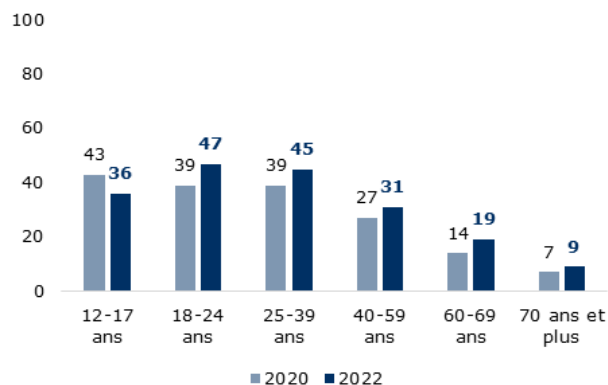
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 68 - Usage quotidien d'applications pour téléphoner selon l'âge

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

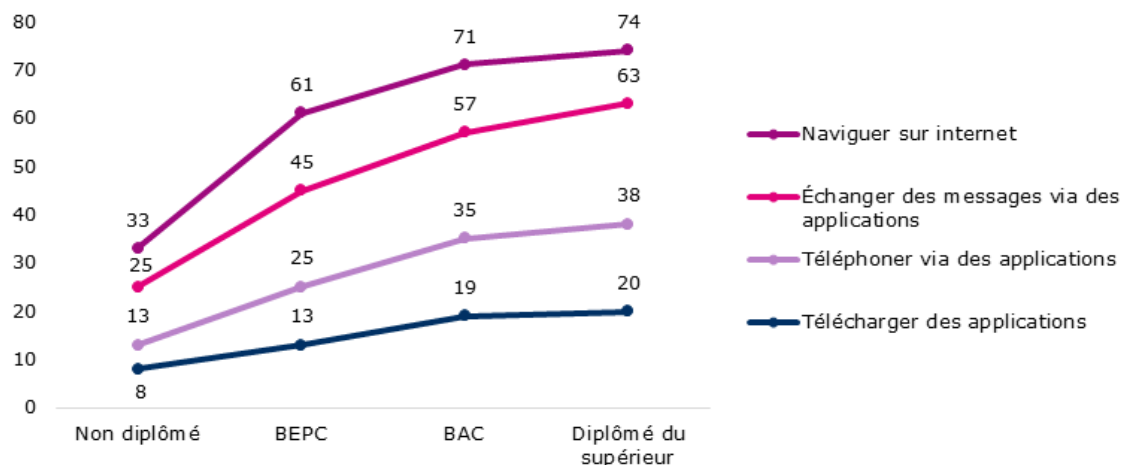


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Mis à part le téléchargement d'applications qui est assez uniformément réparti dans la population, l'appropriation des usages de l'internet mobile varie fortement selon le **niveau de diplôme**. Alors que 74% des diplômés du supérieurs naviguent quotidiennement sur internet à partir de leur mobile, le taux n'est que de 33% chez les non diplômés.

À âge et niveau de diplôme égaux, la taille d'agglomération influence également : les personnes résidant en commune rurale ou de moins de 20 000 habitants ont moins recours aux différents usages du téléphone mobile.

Graphique 69 – Différents usages quotidiens du téléphone mobile selon le niveau de diplôme
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 70 – Différents usages quotidiens du téléphone mobile selon la taille d'agglomération
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

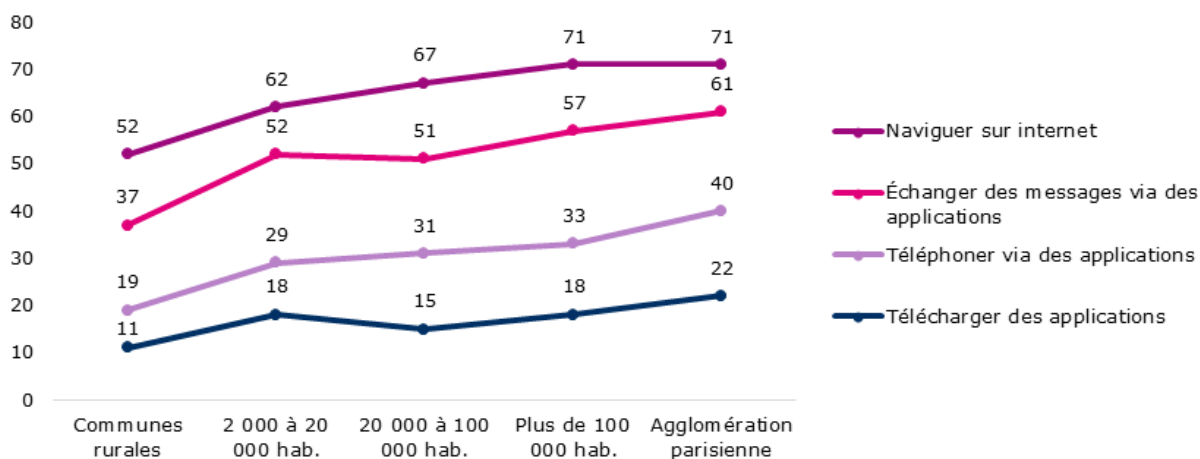


Tableau 17 - Usages sur téléphone mobile selon les principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Naviguer sur internet	Échanger des messages via des applications	Téléphoner via des applications	Télécharger des applications
Sexe	Homme	84%	80%	71%	77%
	Femme	80%	78%	68%	71%
Âge	12-17 ans	87%	88%	80%	82%
	18-24 ans	96%	95%	90%	91%
	25-39 ans	94%	94%	86%	91%
	40-59 ans	91%	86%	74%	81%
	60-69 ans	76%	71%	57%	63%
	70 ans et plus	44%	43%	35%	35%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	67%	63%	53%	57%
	Deux personnes	78%	74%	62%	67%
	Trois personnes	90%	89%	79%	83%
	Quatre personnes	93%	91%	84%	86%
	Cinq personnes et plus	93%	93%	85%	92%
Diplôme	Non diplômé	51%	47%	40%	42%
	BEPC	79%	75%	62%	67%
	BAC	87%	85%	75%	81%
	Diplômé du supérieur	92%	89%	81%	86%
	12-17 ans	87%	88%	80%	82%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	86%	87%	81%	83%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	96%	94%	84%	91%
	Profession Intermédiaire	94%	91%	82%	87%
	Employé	92%	89%	77%	85%
	Ouvrier	89%	83%	74%	80%
	Personne au foyer	83%	82%	66%	69%
	Retraité	56%	53%	43%	45%
	Autre inactif	89%	87%	79%	81%
Niveau de vie	Bas revenus	82%	80%	71%	72%
	Classes moyennes inférieures	82%	79%	69%	75%
	Classes moyennes supérieures	87%	83%	72%	77%
	Hauts revenus	89%	87%	76%	83%
Taille d'agglomération	Communes rurales	68%	66%	55%	59%
	2 000 à 20 000 hab.	78%	75%	66%	70%
	20 000 à 100 000 hab.	85%	81%	69%	76%
	Plus de 100 000 hab.	88%	85%	75%	80%
	Agglomération parisienne	90%	89%	82%	84%
Ensemble de la population	82%	79%	69%	74%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 18 - Usages quotidiens sur téléphone mobile selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Naviguer sur internet	Échanger des messages via des applications	Téléphoner via des applications	Télécharger des applications
Sexe	Homme	64%	50%	30%	18%
	Femme	65%	53%	30%	15%
Âge	12-17 ans	73%	61%	36%	27%
	18-24 ans	76%	67%	47%	31%
	25-39 ans	79%	69%	45%	29%
	40-59 ans	73%	58%	31%	15%
	60-69 ans	55%	37%	19%	5%
	70 ans et plus	29%	20%	9%	3%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	50%	38%	20%	8%
	Deux personnes	58%	44%	24%	11%
	Trois personnes	73%	62%	38%	22%
	Quatre personnes	75%	63%	40%	26%
	Cinq personnes et plus	81%	66%	44%	30%
Diplôme	Non diplômé	33%	25%	13%	8%
	BEPC	61%	45%	25%	13%
	BAC	71%	57%	35%	19%
	Diplômé du supérieur	74%	63%	38%	20%
	12-17 ans	73%	61%	36%	27%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	67%	54%	40%	29%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	77%	68%	41%	23%
	Profession Intermédiaire	76%	64%	37%	18%
	Employé	77%	64%	38%	21%
	Ouvrier	72%	53%	30%	18%
	Personne au foyer	63%	52%	22%	15%
	Retraité	38%	25%	12%	4%
Autre inactif	72%	60%	38%	24%	
Niveau de vie	Bas revenus	64%	54%	35%	24%
	Classes moyennes inférieures	66%	51%	30%	15%
	Classes moyennes supérieures	67%	52%	28%	15%
	Hauts revenus	71%	58%	34%	15%
Taille d'agglomération	Communes rurales	52%	37%	19%	11%
	2 000 à 20 000 hab.	62%	52%	29%	18%
	20 000 à 100 000 hab.	67%	51%	31%	15%
	Plus de 100 000 hab.	71%	57%	33%	18%
	Agglomération parisienne	71%	61%	40%	22%
Ensemble de la population	65%	52%	30%	17%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

3. Utilité perçue des différents équipements

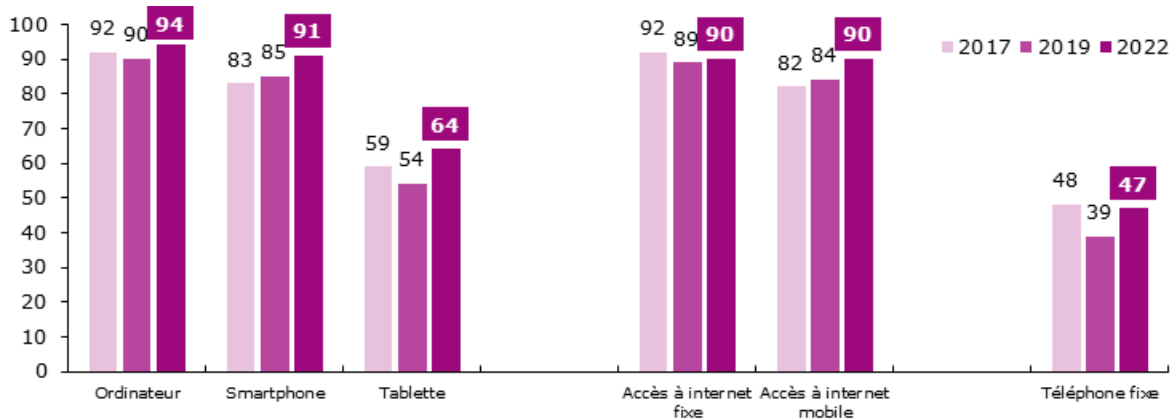
Remarque : Cette question n'a pas été posée aux personnes éloignées du numérique, c'est-à-dire celles qui n'ont pas accès à une connexion internet fixe à domicile. Les réponses des années précédentes ont été filtrées pour pouvoir raisonner à champ constant et analyser les évolutions.

L'ordinateur est l'équipement jugé le plus utile par les personnes interrogées (94% le qualifiaient d'« assez utile » ou de « très utile », + 4 points par rapport à 2019), désormais **suivi de près par le smartphone**, (91%) avec une hausse de 6 points par rapport à 2019. La tablette et le téléphone fixe restent en queue de peloton en termes d'utilité perçue, mais sont également mieux considérés qu'en 2019 (64%, + 10 points pour la tablette, et 47%, + 8 points pour le téléphone fixe).

Avec une hausse de 6 points depuis 2019, la part de personnes qui considèrent l'accès à internet mobile utile (90%) égale en 2022 la part de personnes jugeant utile l'accès à internet fixe (90%).

Graphique 71
Certains équipements peuvent s'avérer plus ou moins utiles. Vous, personnellement, comment qualifieriez-vous les équipements et modalités d'accès à internet suivants :

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile (cumul des réponses « très utiles » et « assez utiles », en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les écarts de perception de l'utilité perçue des différents équipements (ordinateur, *smartphone*, tablette, internet fixe, internet mobile) **selon l'âge tendent à se résorber** (Graphique 72). À la faveur de la période pandémique, les différentes générations semblent s'être appropriées des équipements qui étaient jusque lors plus clivants.

La hausse de **l'utilité perçue du smartphone est avant tout portée par les groupes les plus âgés**, qui trouvaient jusque-là cet équipement relativement moins nécessaire : 87% des 60-69 ans (+ 16 points) et 86% des 70 ans et plus (+ 21 points).

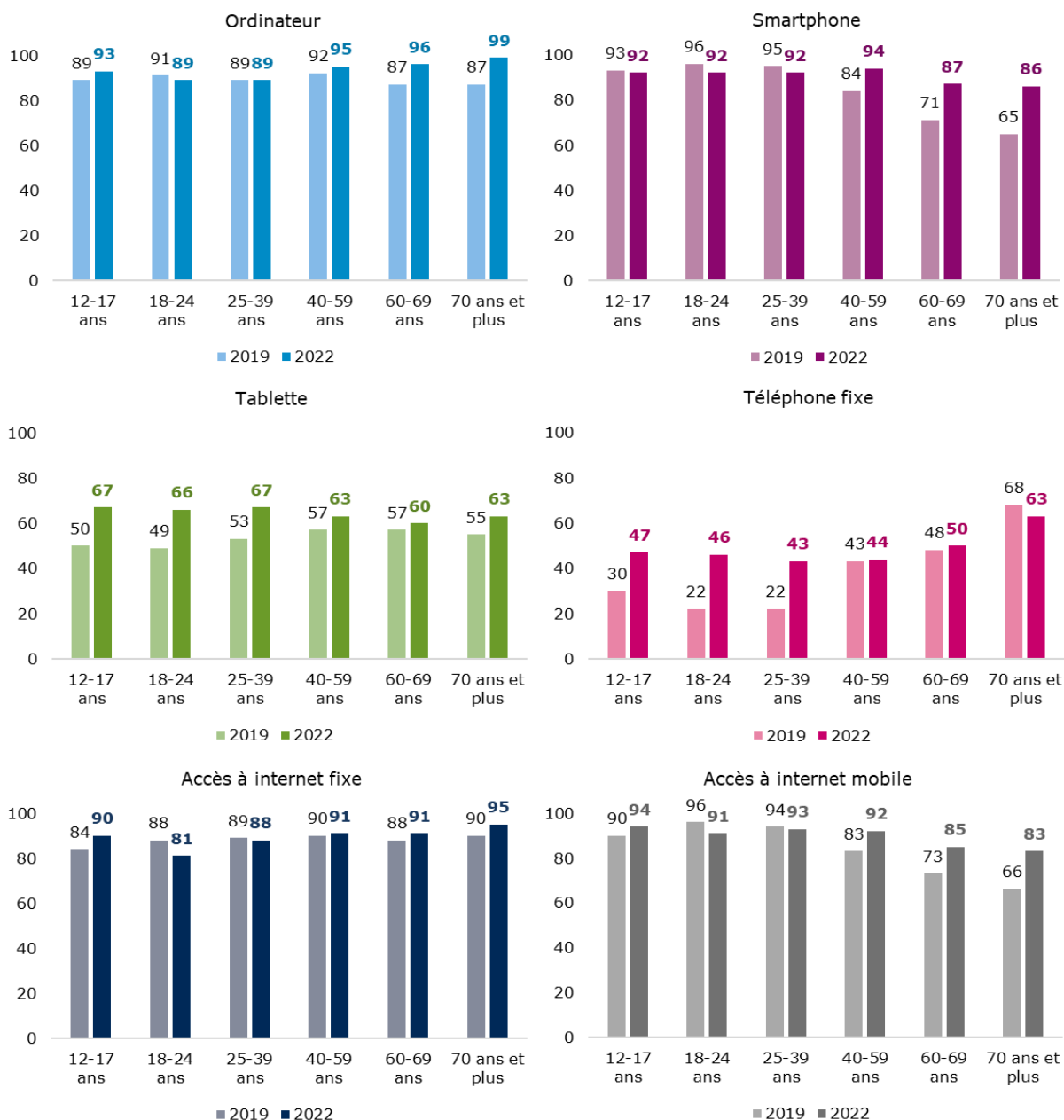
La tablette a connu une grande hausse de reconnaissance chez les plus **jeunes générations** : 67% des 12-17 ans (+ 17 points), 66% des 18-24 ans (+ 17 points), et 67% des 25-39 ans (+ 14 points). **Le téléphone fixe** connaît également un regain d'intérêt de la part de ces groupes d'âge, qui le trouvaient jusque-là peu utile (47%, + 17 points chez les 12-17 ans ; 46%, + 24 points chez les 18-24 ans ; 43%, + 21 points chez les 25-39 ans). On peut supposer que la mobilisation de l'ensemble des moyens de communication pendant la crise de la Covid-19 ait participé à ce retour en grâce, le téléphone fixe pouvant notamment être utilisé pour rester en contact avec des proches âgés.

L'utilité perçue des différents modes de connexion va de pair avec les équipements les plus plébiscités. En parallèle de leur intérêt croissant pour l'ordinateur, les 12-17 ans trouvent de plus en

plus utile l'accès à internet fixe à domicile (90%, + 6 points). Les 60 ans et plus, groupe le plus attaché à l'ordinateur, jugent également l'accès à internet fixe particulièrement utile (91% des 60-69 ans, 95% des 70 ans et plus). Mais leur perception de plus en plus favorable au *smartphone* se traduit aussi par une forte hausse de l'utilité perçue de l'accès à internet mobile (85%, + 12 points chez les 60-69 ans ; 83%, + 17 points chez les 70 ans et plus).

Graphique 72 - Utilité perçue des différents équipements et modes de connexion en fonction de l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile (cumul des réponses « très utiles » et « assez utiles »), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 19 - Pour chaque équipement ou mode de connexion, part de personnes le qualifiant d'« assez utile » ou de « très utile » selon les principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

		Ordinateur	Smartphone	Tablette	Téléphone fixe	Accès à internet fixe	Accès à internet mobile
Sexe	Homme	93%	90%	65%	48%	89%	89%
	Femme	95%	92%	63%	46%	90%	92%
Âge	12-17 ans	93%	92%	67%	47%	90%	94%
	18-24 ans	89%	92%	66%	46%	81%	91%
	25-39 ans	89%	92%	67%	43%	88%	93%
	40-59 ans	95%	94%	63%	44%	91%	92%
	60-69 ans	96%	87%	60%	50%	91%	85%
	70 ans et plus	99%	86%	63%	63%	95%	83%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	94%	89%	57%	43%	89%	86%
	Deux personnes	95%	89%	61%	50%	92%	88%
	Trois personnes	94%	93%	66%	46%	88%	93%
	Quatre personnes	91%	92%	71%	47%	88%	92%
	Cinq personnes et plus	92%	95%	69%	46%	92%	95%
Diplôme	Non diplômé	88%	85%	57%	54%	85%	83%
	BEPC	94%	91%	62%	51%	91%	88%
	BAC	94%	92%	68%	46%	90%	91%
	Diplômé du supérieur	94%	92%	65%	42%	90%	92%
	12-17 ans	93%	92%	67%	47%	90%	94%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	88%	86%	67%	48%	82%	85%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	95%	93%	72%	42%	89%	93%
	Profession Intermédiaire	92%	95%	67%	46%	91%	94%
	Employé	94%	94%	64%	41%	89%	93%
	Ouvrier	92%	92%	63%	45%	89%	91%
	Personne au foyer	96%	91%	62%	59%	95%	91%
	Retraité	98%	87%	60%	56%	93%	84%
	Autre inactif	91%	90%	63%	46%	88%	91%
Niveau de vie	Bas revenus	90%	89%	61%	48%	88%	88%
	Classes moyennes inférieures	93%	91%	62%	47%	88%	90%
	Classes moyennes supérieures	94%	93%	66%	48%	92%	91%
	Hauts revenus	97%	92%	68%	45%	91%	92%
Taille d'agglomération	Communes rurales	92%	89%	63%	48%	92%	90%
	2 000 à 20 000 hab.	93%	93%	64%	46%	90%	91%
	20 000 à 100 000 hab.	94%	92%	64%	45%	89%	89%
	Plus de 100 000 hab.	95%	92%	62%	47%	90%	90%
	Agglomération parisienne	94%	90%	70%	50%	88%	91%
Ensemble de la population		94%	91%	64%	47%	90%	90%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

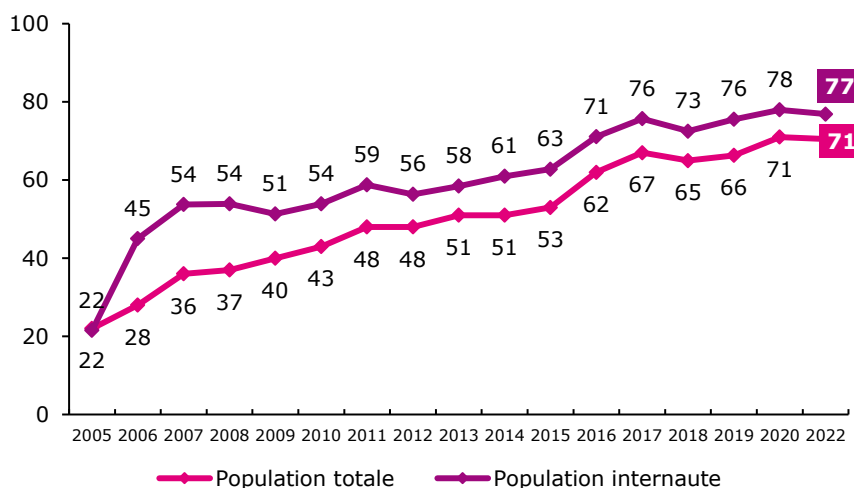
4. Un aperçu des usages d'internet en 2022

a) Un taux stable de recours à l'e-administration

Après une hausse de 5 points en 2020, **le recours à l'e-administration se stabilise** (71% des personnes interrogées ont accompli une démarche administrative en ligne dans les douze derniers mois, Graphique 73). Alors que la dématérialisation des 500 démarches administratives les plus courantes était un objectif annoncé du programme Action publique 2022, en charge notamment d'accélérer la transformation numérique de l'administration, on compte ainsi un peu plus d'une personne sur quatre n'ayant accompli aucune démarche administrative au cours des douze derniers mois.

**Graphique 73 -
Proportion d'individus ayant accompli une démarche administrative
au cours des douze derniers mois,**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

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

Cette stabilité globale masque des évolutions différenciées selon l'âge des répondants.

On observe une augmentation de 22 points de la part de **12-17 ans ayant réalisé une démarche administrative en ligne** au cours des douze derniers mois (Graphique 74). Il faut dire que le nombre d'étudiants connaît une forte progression depuis plusieurs années. Celle-ci s'est intensifiée depuis 2018 pour des raisons démographiques et s'est maintenue en 2020, après un taux de réussite exceptionnel au bac dans le contexte de la Covid-19 et une progression importante des étudiants en apprentissage²⁴. En parallèle, l'élargissement important des formations incluses dans **parcoursup** (de 10 653 en 2018, à 11 511 en 2019²⁵, 12 760 en 2020²⁶ et à 21 000 en 2021²⁷)

²⁴ Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche, Nouvelle hausse sensible des effectifs inscrits dans l'enseignement supérieur en 2021-2022 Note flash du SIES N°20, JUILLET 2022

²⁵ Nagui Bechichi (Insee), Julien Grenet (CNRS, PSE), Georgia Thebault (EHESS, PSE), D'Admission post-bac à Parcoursup : quels effets sur la répartition des néo-bacheliers dans les formations d'enseignement supérieur ? <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5432519?sommaire=5435421>

²⁶ https://data.enseignementsup-recherche.gouv.fr/explore/dataset/fr-esr-parcoursup_2020/information/

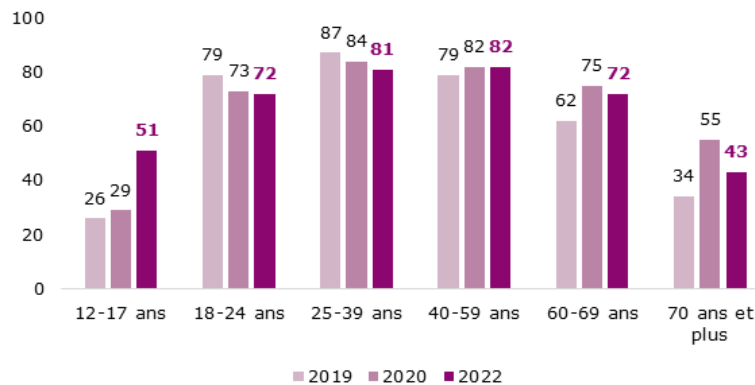
explique certainement la progression des démarches administratives en ligne constatée chez les jeunes.

On observe par ailleurs une **baisse de 3 points chez les 60-69 ans et de 12 points chez les 70 ans et plus**, des groupes qui avaient beaucoup plus eu recours à l'administration en ligne en 2020. Une partie du pic observé en 2020 sur cette population était sans nul doute lié à la **vaccination contre la Covid-19**, obligatoire ou fortement recommandée auprès des séniors selon les périodes, nécessaire dans le cadre du pass sanitaire, et largement réalisée via des rendez-vous en ligne sur la plateforme Doctolib en partenariat avec le Ministère de la santé.

Le niveau de **diplôme** a un fort impact sur le recours aux administrations en ligne (Graphique 75) : seuls 42% des non diplômés ont effectué une démarche administrative en ligne dans les douze derniers mois (- 3 points), contre 82% des diplômés du supérieur (- 4 points). L'écart se creuse aussi en fonction de la **taille d'agglomération**, avec une baisse 8 points de la part de personnes ayant effectué une démarche administrative sur internet parmi les résidents des communes rurales.

Graphique 74 - Forte augmentation de la part de 12-17 ans ayant accompli des démarches administratives en ligne, baisse importante chez les 70 ans et plus

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

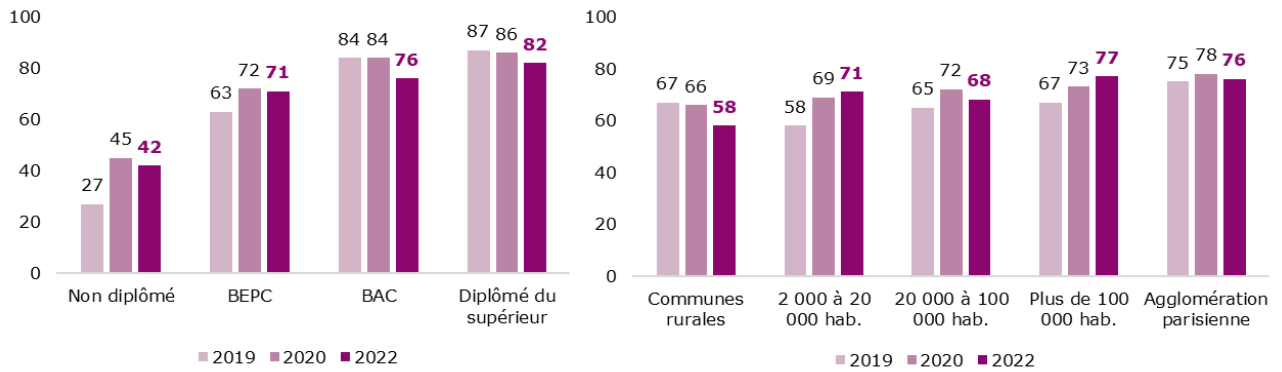


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

²⁷<https://www.parcoursup.fr/index.php?desc=formations#:~:text=Parcoursup%20est%20la%20plateforme%20nationale,par%20l'Etat%20sont%20disponibles>.

Graphique 75 – Utilisation plus rare des administrations en ligne chez les non diplômé et les habitants de communes rurales

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 20 - Accomplir une démarche administrative sur internet au cours des douze derniers mois, en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Oui	Non	Non internaute	Total
Sexe	Homme	72%	22%	6%	100%
	Femme	69%	20%	10%	100%
Âge	12-17 ans	51%	47%	2%	100%
	18-24 ans	72%	26%	1%	100%
	25-39 ans	81%	17%	3%	100%
	40-59 ans	82%	16%	2%	100%
	60-69 ans	72%	23%	4%	100%
	70 ans et plus	43%	19%	37%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	61%	18%	21%	100%
	Deux personnes	70%	21%	9%	100%
	Trois personnes	77%	20%	3%	100%
	Quatre personnes	73%	27%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	78%	20%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	42%	21%	37%	100%
	BEPC	71%	20%	8%	100%
	BAC	76%	21%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	82%	15%	3%	100%
	12-17 ans	51%	47%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	71%	24%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	85%	14%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	83%	16%	1%	100%
	Employé	81%	17%	2%	100%
	Ouvrier	78%	18%	4%	100%
	Personne au foyer	75%	19%	6%	100%
	Retraité	53%	22%	25%	100%
	Autre inactif	64%	33%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	70%	20%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	71%	23%	6%	100%
	Classes moyennes supérieures	75%	22%	2%	100%
	Hauts revenus	76%	21%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	58%	21%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	71%	17%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	68%	28%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	77%	21%	3%	100%
	Agglomération parisienne	76%	21%	3%	100%
Ensemble de la population		71%	21%	8%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

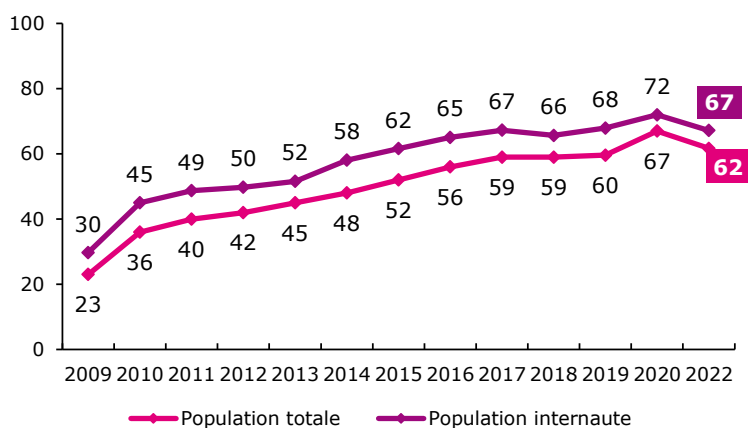
Exemple de lecture : 82% des diplômés du supérieur ont accompli une démarche administrative en ligne au cours des douze derniers mois, contre 71% de l'ensemble de la population en moyenne et 42% des non diplômés.

b) Retour de la participation aux réseaux sociaux à la situation pré-Covid-19

Le baromètre du numérique constate cette année un retour de l'usage des réseaux sociaux au niveau de 2019, après le fort pic d'usage constaté en 2020, quand les liens physiques étaient très largement empêchés.

**Graphique 76 -
Proportion d'individus ayant participé, au cours des 12 derniers mois,
à des sites de réseaux sociaux**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

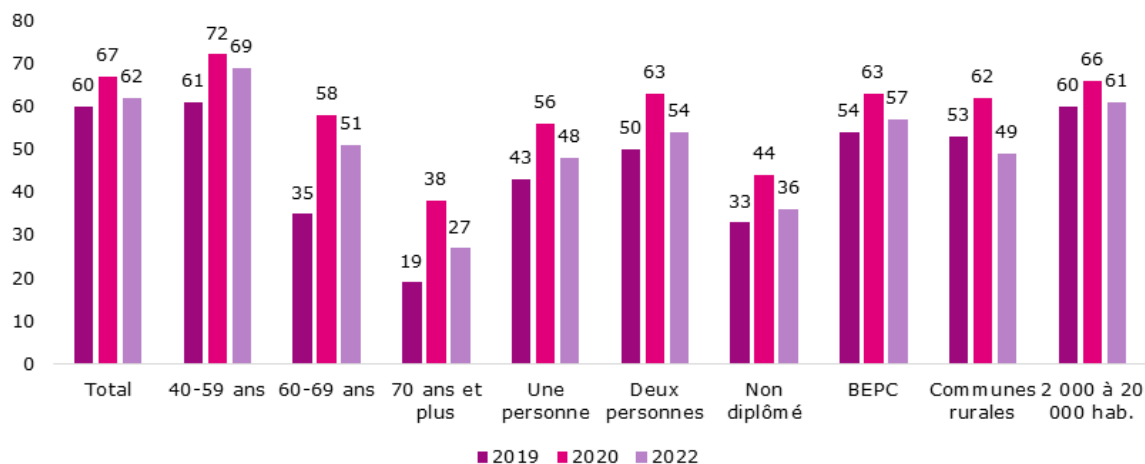


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Le mouvement **de retour à la situation pré-Covid-19, après une utilisation importante**, est particulièrement clair chez **les plus âgés** : à la fois les 60-69 ans (51%, +23 points entre 2019 et 2020, - 7 points entre 2020 et 2022), des 70 ans et plus (27%, +19 points, - 11 points), et s'observe également chez les 40-59 ans (69%, + 11 points puis - 3 points). On observe cette mécanique plus fréquemment dans les zones **rurales**, en liaison avec la sur représentation des personnes âgées dans ces territoires. Le mouvement est également très net chez les **personnes vivant seules** (48%, - 8 points) ou à deux (54%, - 9 points). D'une part, car les besoins de communiquer avec autrui en ligne étaient évidemment plus importants pour les personnes vivant seules pendant ces périodes de distanciation sociale. D'autre part, les personnes seules ont, en temps normal, une sociabilité en dehors de leur domicile très dynamique qu'elles semblent avoir retrouvé une fois les contraintes levées. Pour ces différents groupes, la participation aux réseaux sociaux a pu représenter **un moyen temporaire de maintenir les liens** pendant les périodes d'isolement, qui s'est révélé moins nécessaire une fois les restrictions de mobilité levées.

Graphique 77 – Pic de participation à des sites de réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois observé en 2020 dans certaines catégories

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Le mouvement de baisse de la **participation aux réseaux sociaux des plus jeunes**, constaté depuis 2017 semble se poursuivre en 2022, après la parenthèse de la Covid-19. Cette **diminution interpelle** au vu des chiffres de fréquentation communiqués par différents sites et applications, dont certains sont quasiment exclusivement utilisés par des adolescents. Nous avons émis l'hypothèse l'an passé que cette baisse était liée au choix des exemples proposés dans la question (En 2020, « Facebook, Twitter, Instagram ou Linked In »). Aussi, en 2020, la mention d'exemples a été supprimée²⁸. La diminution déclarée de l'usage par les jeunes semble se poursuivre, en dépit du changement de formulation de la question. Plusieurs hypothèses peuvent expliquer les réponses des personnes interrogées :

La mention « sites de réseaux sociaux » n'est probablement pas comprise de la même manière par les jeunes et les mène possiblement à exclure les **applications** qu'ils fréquentent en premier lieu comme TikTok et Instagram.

La formulation en termes de « **participation** » peut également mener à une sous-déclaration des usages : dans quelle mesure la consommation de contenu sur un réseau comme TikTok sans y poster soi-même de vidéos ou de commentaires peut-elle être comprise comme une participation à la plateforme ?

La question de la formulation des questions concernant les réseaux sociaux et leur compréhension par les différentes classes d'âge **est révélatrice, nous semble-t-il, de la transformation rapide et importante de l'offre et des usages dans ce domaine.**

Vilipendés par les uns, adulés par les autres, les réseaux sociaux, parfois nommés « médias sociaux » reviennent régulièrement au centre du débat public **sans que leur périmètre soit toujours très clair**. En 2007, Danah Boyd et Nicole Ellison les caractérisent comme des

²⁸ En effet, l'illustration par quelques exemples est couramment utilisée dans les enquêtes par questionnaire, pour être certain de la bonne compréhension des enquêtés. En ce cas d'espèce elle est d'autant plus compliquée que certaines plateformes peuvent être très répandues dans certaines classes d'âge ou milieux sociaux et complètement inutilisées par d'autres. Et que l'univers des réseaux sociaux est en perpétuelle recomposition : la création de nouvelles plateformes est aussi prolifique qu'est rapide la disparition d'anciens réseaux ayant pourtant connu leur heure de gloire. L'illustration dans la question en mobilisant certains réseaux et pas d'autres aurait donc mécaniquement des conséquences sur les résultats, selon les classes d'âges et les périodes (à partir de quel niveau de « succès », intégrer telle ou telle plateforme ?).

plateformes numériques permettant de disposer d'une page personnelle et de s'abonner à d'autres utilisateurs avec lesquels on peut interagir²⁹. Une définition faisant toujours référence dans le domaine³⁰ mais qui ne lève pas tous les flous de la notion. **Un blog** est-il dès lors un réseau social ? Les **plateformes de flux vidéo** comme YouTube ou Dailymotion sont-ils des réseaux sociaux ? Comment distinguer **messageries instantanées** et réseaux sociaux ?

On perçoit bien à travers ces différents exemples l'impossibilité à caractériser les réseaux sociaux par des **fonctionnalités** qui seront tantôt présentes ou absentes (se parler, échanger de images, avoir un carnet d'adresse, etc.). La notion de communautés et de groupe qui pourrait être ajoutée semble également peu pertinente : répondre à une discussion sur un fil twitter est-ce faire partie d'une communauté ? La difficulté s'amplifie en outre avec le temps tant la frontière entre les différentes possibilités d'entrer en relation numérique **s'entremêlent** de plus en plus les unes aux autres³¹. La définition ne peut pas non plus s'appuyer sur une liste d'**usages, tant ceux-ci peuvent être variés** : personnels et professionnels, privés et publics, avec de la création de contenu ou pas, et de multiples façons d'interagir. Pour prendre un dernier exemple, doit-on considérer que les **sites de rencontre en ligne** (Tinder etc.) qui fonctionnent avec des pages personnelles, et la possibilité d'entrer en contact, entrent dans le périmètre ?

²⁹ Danah Boyd et Nicole Ellison : « Social Network Sites : Definition, History and Scholarship », Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), 2007, p. 210-230.

La notion de « réseau social » n'est pas définie en droit. En revanche, les « plateformes en ligne », catégorie qui figurait dans le droit français depuis 2017 (article L. 111-7 du Code de la consommation), trouvent désormais une définition européenne dans le règlement européen sur les services numériques du 19 octobre 2022, qui définit comme « plateforme en ligne » tout « service d'hébergement qui, à la demande d'un destinataire du service, stocke et diffuse au public des informations, à moins que cette activité ne soit une caractéristique mineure et purement accessoire d'un autre service ou une fonctionnalité mineure du service principal qui, pour des raisons objectives et techniques, ne peut être utilisée sans cet autre service, et pour autant que l'intégration de cette caractéristique ou de cette fonctionnalité à l'autre service ne soit pas un moyen de contourner l'applicabilité du présent règlement » (article 3 i)).

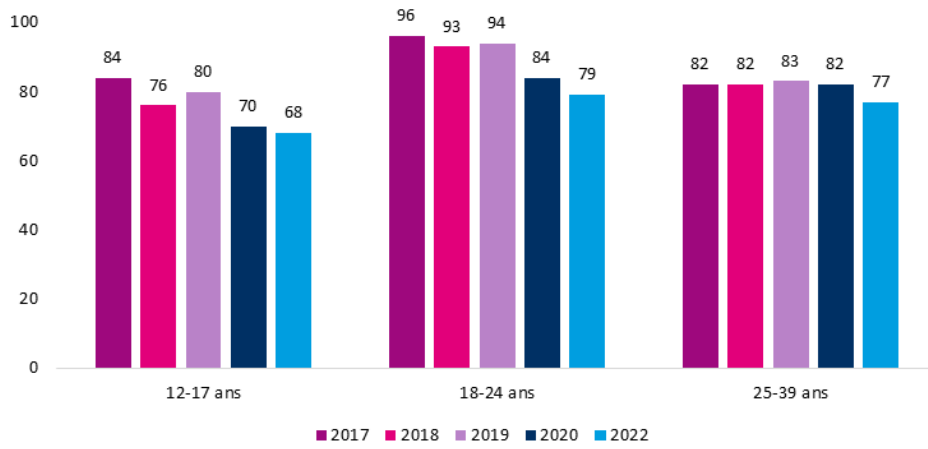
³⁰ CARDON Dominique, « Typologie des réseaux sociaux en ligne », dans : Culture numérique, sous la direction de CARDON Dominique. Paris, Presses de Sciences Po, « Hors collection », 2019, p. 152-163. URL : <https://www.cairn.info/culture-numerique--9782724623659-page-152.htm>

³¹ La messagerie instantanée WhatsApp va par exemple prochainement intégrer Workplace, le réseau social professionnel de Meta

QQ (officiellement Tencent QQ) est un réseau social chinois basé sur une messagerie instantanée très utilisé dans le monde qui offre également la possibilité d'effectuer des transactions financières grâce à sa monnaie virtuelle « Q Coin ».

Graphique 78 – Participation à des sites de réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois selon l'âge chez les moins de 40 ans

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 21 - Participation à des sites de réseaux sociaux au cours des douze derniers mois en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Oui	Non	Non internaute	Total
Sexe	Homme	61%	33%	6%	100%
	Femme	62%	27%	10%	100%
Âge	12-17 ans	68%	30%	2%	100%
	18-24 ans	79%	20%	1%	100%
	25-39 ans	77%	20%	3%	100%
	40-59 ans	69%	29%	2%	100%
	60-69 ans	51%	45%	4%	100%
	70 ans et plus	27%	36%	37%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	48%	31%	21%	100%
	Deux personnes	54%	37%	9%	100%
	Trois personnes	72%	25%	3%	100%
	Quatre personnes	73%	26%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	79%	20%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	36%	27%	37%	100%
	BEPC	57%	35%	8%	100%
	BAC	69%	28%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	70%	27%	3%	100%
	12-17 ans	68%	30%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	70%	26%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	77%	22%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	70%	28%	1%	100%
	Employé	73%	25%	2%	100%
	Ouvrier	66%	31%	4%	100%
	Personne au foyer	65%	29%	6%	100%
	Retraité	36%	39%	25%	100%
	Autre inactif	70%	27%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	65%	25%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	64%	30%	6%	100%
	Classes moyennes supérieures	65%	33%	2%	100%
	Hauts revenus	63%	34%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	49%	31%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	61%	28%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	65%	31%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	67%	30%	3%	100%
	Agglomération parisienne	67%	31%	3%	100%
Ensemble de la population		62%	30%	8%	100%

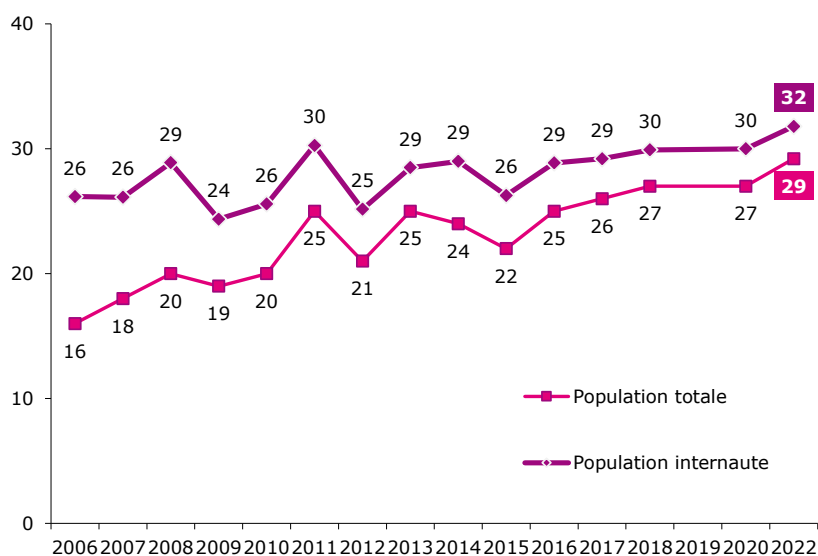
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

c) *Le recours à internet pour chercher un emploi augmente légèrement*

La part de personnes ayant recherché des offres d'emploi sur internet au cours des douze derniers mois a légèrement augmenté en 2022 (32%, + 2 points, Graphique 79). On observe notamment une hausse importante du recours à internet pour la recherche d'emploi chez les **actifs au chômage** (83%, + 7 points, Graphique 80). **Le dynamisme constaté sur le marché du travail**, et les tensions de recrutement dans certains secteurs, largement médiatisés expliquent sans nul doute cette progression.

Graphique 79 - Proportion d'individus recherchant des offres d'emploi sur internet

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

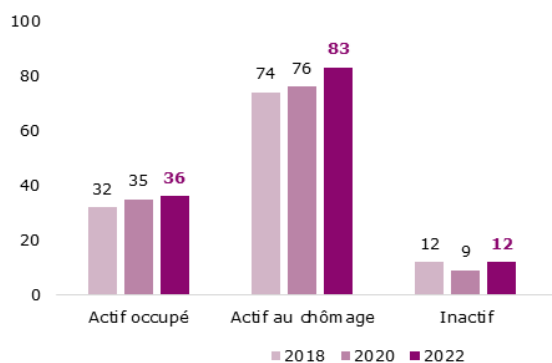


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les groupes comptants moins d'internautes et plus de personnes retraitées ont mécaniquement moins recours à internet pour effectuer des recherches d'emploi (16% des non diplômés, 22% des personnes vivant seules, 22% des personnes résidant en commune rurale, Tableau 22). Les personnes aux revenus les plus bas, fortement surreprésentées parmi les actifs au chômage, ont pour leur part davantage recours à internet pour leurs recherches d'emploi (43%).

Graphique 80 - Recherche d'emploi sur internet au cours des douze derniers mois en fonction de la situation d'emploi

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 22 – Rechercher des offres d’emploi sur internet au cours des douze derniers mois, en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

		Oui	Non	Non internaute	Total
Sexe	Homme	31%	63%	6%	100%
	Femme	28%	62%	10%	100%
Âge	12-17 ans	27%	71%	2%	100%
	18-24 ans	61%	38%	1%	100%
	25-39 ans	50%	48%	3%	100%
	40-59 ans	32%	66%	2%	100%
	60-69 ans	9%	87%	4%	100%
	70 ans et plus	1%	62%	37%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	22%	56%	21%	100%
	Deux personnes	21%	70%	9%	100%
	Trois personnes	37%	61%	3%	100%
	Quatre personnes	40%	59%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	42%	57%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	16%	47%	37%	100%
	BEPC	24%	68%	8%	100%
	BAC	33%	64%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	38%	59%	3%	100%
	12-17 ans	27%	71%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	44%	52%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	44%	55%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	35%	63%	1%	100%
	Employé	42%	56%	2%	100%
	Ouvrier	43%	54%	4%	100%
	Personne au foyer	22%	71%	6%	100%
	Retraité	2%	73%	25%	100%
	Autre inactif	35%	63%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	43%	47%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	31%	63%	6%	100%
	Classes moyennes supérieures	25%	72%	2%	100%
	Hauts revenus	20%	77%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	22%	58%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	26%	63%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	29%	66%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	32%	65%	3%	100%
	Agglomération parisienne	36%	61%	3%	100%
Ensemble de la population		29%	63%	8%	100%

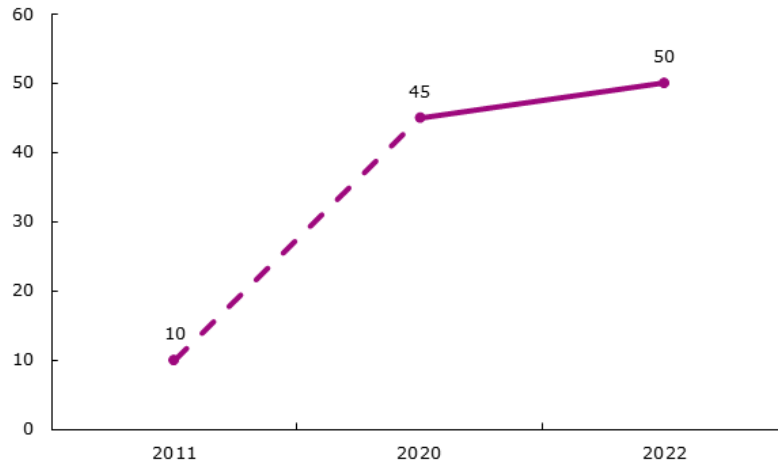
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

d) En 2022, la moitié de la population a déjà passé un appel vidéo

La pratique de l'appel vidéo et de la visio-conférence, qui avait fait un bond en 2020 avec la généralisation du télétravail et des cours à distance, le développement des consultations médicales à distance, ou des apéros en visio, pendant les périodes de confinement, continue de progresser en 2022 (50%, + 5 points, Graphique 81).

Graphique 81 - Au cours des douze derniers mois, avez-vous passé un appel vidéo ou participer à une visio-conférence *... ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

* En 2011, le libellé de la question était : « Au cours des douze derniers mois, avez -vous téléphoné par visioconférence, que ce soit avec un ordinateur, un téléphone mobile ou une tablette tactile de type i-pad ? »

En 2020, le libellé de la question était : « Au cours des douze derniers mois, avez-vous téléphoné par visio-conférence par exemple via Zoom, Skype, Teams ... ? »

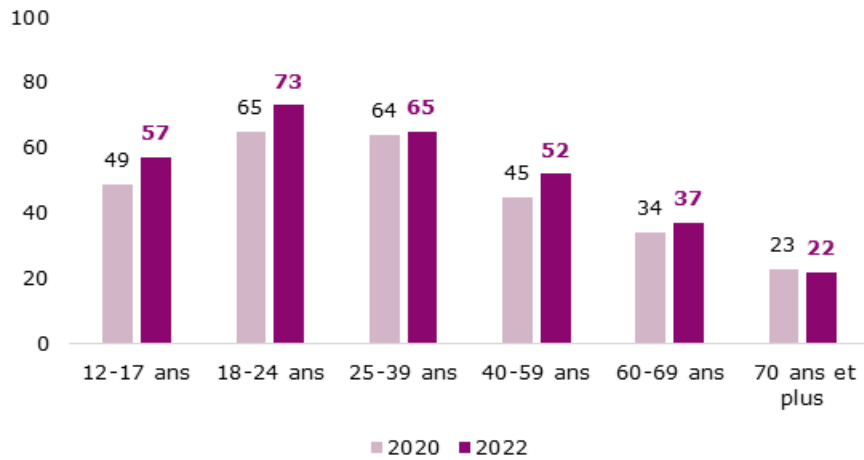
Les **cadres** et professions intellectuelles supérieures restent le groupe qui participe le plus à des appels vidéo (76%, - 3 points, Graphique 83), mais on observe en 2022 une **nette progression de cette pratique chez les ouvriers** (50%, + 13 points) et chez les **personnes au foyer** (40%, + 9 points), des groupes jusque-là éloignés de ce mode de contact.

Les 12-39 ans comptent le plus de participants à des appels vidéo au cours des douze derniers mois (Graphique 82), avec en 2022 une **progression chez les 12-17 ans** (57%, + 8 points) et **les 18-24 ans** (73%, + 8 points). Les 40-69 ans restent moins familiers de ces pratiques, mais s'approprient petit à petit ces usages (52% des 40-59 ans, + 7 points en 2022, et 37% des 60-69 ans, + 3 points).

La participation à des appels vidéo ou à des visioconférences est par ailleurs plus rare chez les groupes généralement plus éloignés d'internet et des outils du numériques (Tableau 23) : les 70 ans et plus (22%), les personnes vivant seules (37%), les non-diplômés (25%) et les personnes résidant en commune rurale (37%).

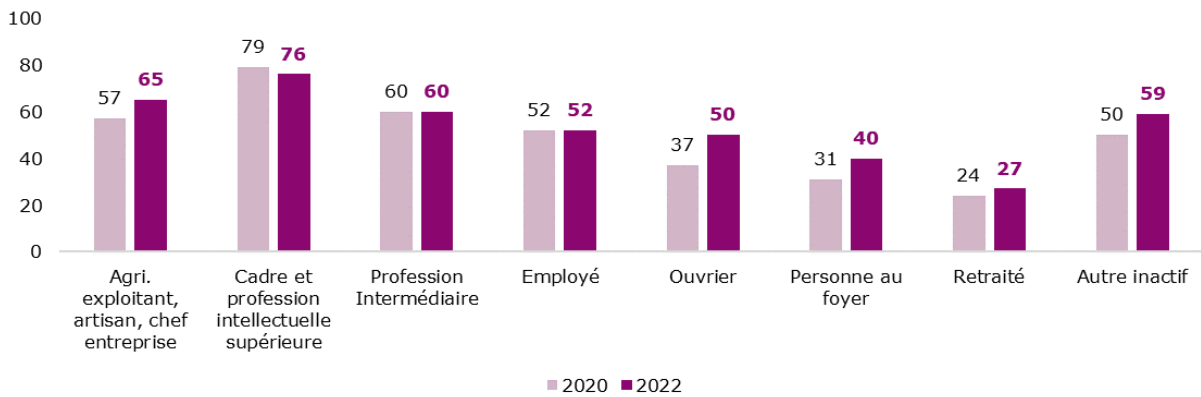
Graphique 82 – Les adolescents et jeunes adultes participent davantage à des appels vidéo et visio-conférence

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Graphique 83 - Augmentation de la participation à des appels vidéo chez les ouvriers et les personnes au foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 23 - Participation à un appel vidéo ou à une visioconférence au cours des douze derniers mois en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

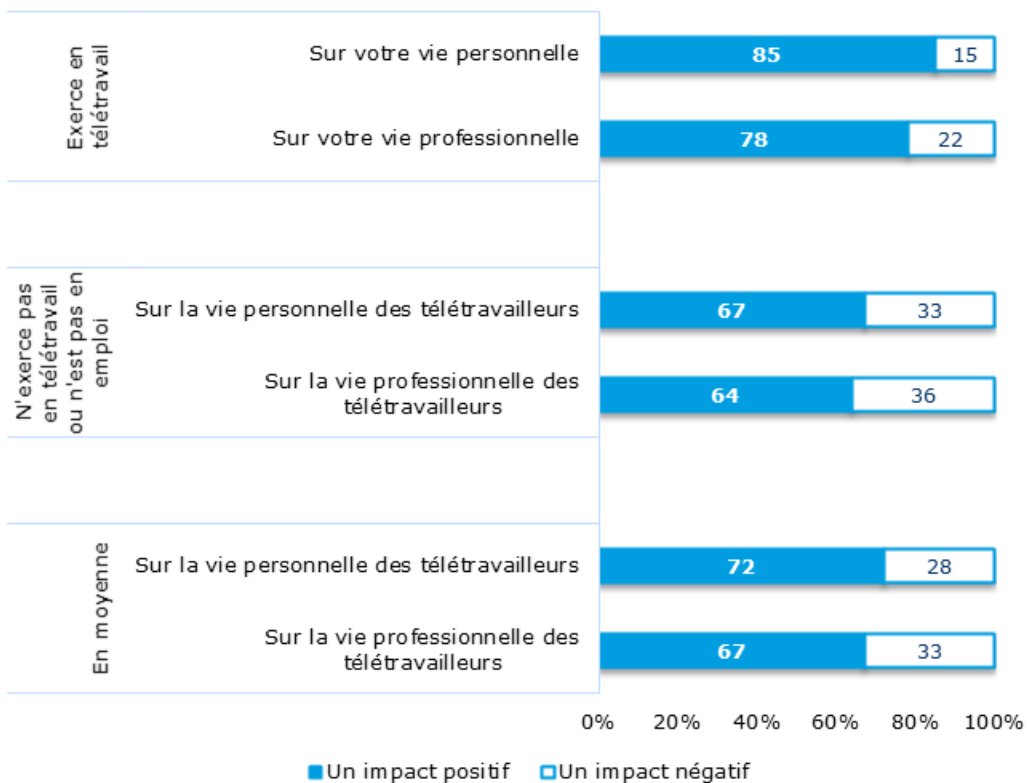
		Oui	Non	Non internaute	Total
Sexe	Homme	52%	42%	6%	100%
	Femme	48%	42%	10%	100%
Âge	12-17 ans	57%	41%	2%	100%
	18-24 ans	73%	25%	1%	100%
	25-39 ans	65%	32%	3%	100%
	40-59 ans	52%	46%	2%	100%
	60-69 ans	37%	59%	4%	100%
	70 ans et plus	22%	40%	37%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	37%	42%	21%	100%
	Deux personnes	43%	48%	9%	100%
	Trois personnes	56%	41%	3%	100%
	Quatre personnes	62%	37%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	69%	29%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	25%	38%	37%	100%
	BEPC	40%	52%	8%	100%
	BAC	55%	43%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	65%	32%	3%	100%
	12-17 ans	57%	41%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	65%	31%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	76%	23%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	60%	39%	1%	100%
	Employé	52%	45%	2%	100%
	Ouvrier	50%	46%	4%	100%
	Personne au foyer	40%	54%	6%	100%
	Retraité	27%	48%	25%	100%
	Autre inactif	59%	39%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	51%	40%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	48%	45%	6%	100%
	Classes moyennes supérieures	51%	47%	2%	100%
	Hauts revenus	58%	39%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	37%	42%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	45%	44%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	51%	45%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	54%	43%	3%	100%
	Agglomération parisienne	63%	34%	3%	100%
Ensemble de la population		50%	42%	8%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

e) *Le télétravail largement plébiscité, en particulier chez les télétravailleurs*

Après une diffusion massive et souvent contrainte du télétravail pendant les différentes vagues de l'épidémie de Covid-19, ce mode de fonctionnement s'est installé à un rythme au moins occasionnel dans de nombreuses entreprises et organisations. Cette évolution est majoritairement bien perçue par les Français : 72% des personnes âgées de 18 ans ou plus considèrent que le télétravail a un impact positif sur la vie personnelle des télétravailleurs, et 67% considèrent que le télétravail a un impact positif sur leur vie professionnelle (Graphique 84). Les personnes qui exercent au moins occasionnellement en télétravail **sont encore plus positives sur ses bénéfices** : 85% estiment que le télétravail a un impact positif sur leur vie personnelle, et 78% sur leur vie professionnelle. Tandis que les personnes qui n'ont pas fait l'expérience du télétravail, car leur profession ne s'y prête pas, ou que leur entreprise ne l'a pas mis en place en sont moins convaincues.

Graphique 84 – Diriez-vous que le télétravail a plutôt un impact positif ou négatif sur...
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

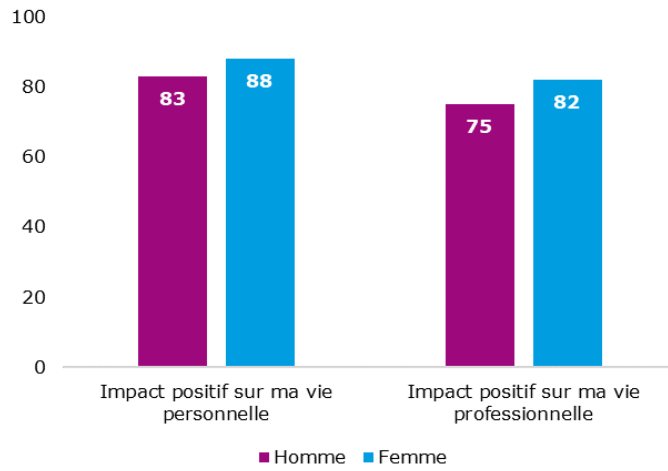


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Parmi les télétravailleurs, ce sont les femmes qui perçoivent le plus l'impact positif du télétravail, à la fois sur leur vie personnelle (88%, contre 83% chez les hommes) et sur leur vie professionnelle (82%, contre 75%) chez les hommes. La suppression du temps de trajet et la possibilité de rester au domicile qu'impliquent le télétravail est en effet susceptible de soulager davantage les femmes, sur lesquelles reposent encore de manière disproportionnée les charges domestiques et parentales.

Graphique 85 – Les femmes estiment davantage que le télétravail a un impact positif sur leurs vies personnelle et professionnelle

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus exerçant au moins occasionnellement en télétravail -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique 2022.

On compte également plus de télétravailleurs convaincus de l'impact positif du télétravail sur leur vie personnelle chez les « cadres et professions intellectuelles supérieures » (91%), les diplômés du supérieur (88%), et les habitants de l'agglomération parisienne qui exercent en télétravail (89%, Tableau 24).

Tableau 24 - Impact perçu du télétravail par les télétravailleurs sur leur vie personnelle et professionnelle selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus exerçant au moins occasionnellement en télétravail -

		Impact positif sur ma vie personnelle	Impact positif sur ma vie professionnelle
Sexe	Homme	83%	75%
	Femme	88%	82%
Âge	18-24 ans	80%	79%
	25-39 ans	87%	79%
	40-59 ans	86%	78%
	60-69 ans	75%	67%
	70 ans et plus	100%	47%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	80%	74%
	Deux personnes	84%	69%
	Trois personnes	87%	83%
	Quatre personnes	89%	85%
	Cinq personnes et plus	81%	79%
Diplôme	Non diplômé	76%	79%
	BEPC	81%	71%
	BAC	80%	72%
	Diplômé du supérieur	88%	82%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	84%	84%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	91%	81%
	Profession Intermédiaire	85%	82%
	Employé	87%	78%
	Ouvrier	64%	56%
Niveau de vie	Bas revenus	81%	78%
	Classes moyennes inférieures	84%	81%
	Classes moyennes supérieures	86%	77%
	Hauts revenus	87%	77%
Taille d'agglomération	Communes rurales	79%	72%
	2 000 à 20 000 hab.	79%	74%
	20 000 à 100 000 hab.	77%	73%
	Plus de 100 000 hab.	88%	82%
	Agglomération parisienne	89%	80%
Ensemble de la population		85%	78%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 88% des femmes télétravailleuses estiment que le télétravail a un impact positif sur leur vie personnelle, contre en moyenne 85% de l'ensemble de la population de 18 ans et plus exerçant en télétravail.

Une frontière de plus en plus poreuse entre sphère professionnelle et espace personnel

Avec la diffusion du télétravail et des équipements numériques, les frontières entre les sphères personnelles et professionnelles se font de plus en plus poreuses. 60% des personnes en emploi déclarent avoir déjà utilisé, pour des raisons professionnelles, des équipements numériques en dehors de leurs horaires et lieux de travail habituels, **soit une augmentation de 19 points** par rapport à 2013, et 35% le font régulièrement (+ 11 points, Tableau 25).

Cette incursion de l'activité professionnelle dans les temps de loisirs est encore plus présente chez les personnes qui exercent au moins occasionnellement en télétravail (Graphique 86) : 76% d'entre eux ont déjà utilisé un équipement numérique pour des raisons professionnelles hors du temps et des lieux de travail, et 48% le font très régulièrement.

Tableau 25
Vous arrive-t-il, pour des raisons professionnelles, d'utiliser les nouvelles technologies (micro-informatique, internet...), en dehors de vos horaires et lieux de travail habituels, c'est-à-dire le soir, le week-end, en vacances, dans les transports, à domicile, etc. ?

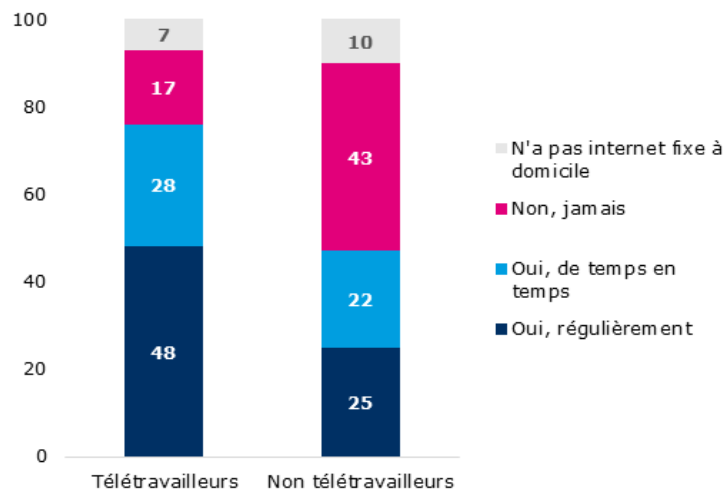
- Champ : Individus de 18 ans et plus en emploi, en % -

	2013	2022
. Oui, régulièrement	24	35
. Oui, de temps en temps	17	25
Sous-Total « Oui' »	41	60
. Non, jamais	51	32
. Eloignés du numérique	8	8
. Total (yc nsp)	100	100

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 86
Utilisation de nouvelles technologies pour des raisons professionnelles en dehors des horaires et lieux de travail habituels selon le fait d'exercer au moins occasionnellement en télétravail

- Champ : Individus de 18 ans et plus en emploi, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Ces habitudes sont davantage répandues chez les **jeunes adultes** (Tableau 26) : 50% des 18-24 ans et 44% des 25-39 ans utilisent régulièrement des outils numériques à des fins professionnelles en dehors de leur temps de travail. Le type de profession est également lié à ces pratiques : 52% des personnes appartenant à la catégorie socioprofessionnelle « Agriculteur exploitant, artisan, commerçant, chef d'entreprise » et 53% des « Cadres et professions intellectuelles supérieures » utilisent régulièrement des outils professionnels en dehors de leur cadre de travail habituel, contre 28% des « Employés » et 26% des « Ouvriers ».

Tableau 26 – Utilisation, pour des raisons professionnelles, des nouvelles technologies en dehors des horaires et lieux de travail habituels, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus en emploi -

		Oui	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	Non, jamais	N'a pas internet fixe à domicile
Sexe	Homme	65%	37%	28%	26%	9%
	Femme	54%	34%	20%	37%	9%
Âge	18-24 ans	69%	50%	27%	13%	10%
	25-39 ans	53%	44%	26%	22%	8%
	40-59 ans	45%	29%	24%	40%	7%
	60-69 ans	34%	24%	21%	51%	4%
	70 ans et plus	48%	34%	0%	0%	66%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	58%	28%	20%	37%	15%
	Deux personnes	63%	34%	24%	32%	10%
	Trois personnes	67%	37%	26%	32%	5%
	Quatre personnes	63%	43%	23%	28%	5%
	Cinq personnes et plus	53%	30%	33%	27%	10%
Diplôme	Non diplômé	47%	35%	18%	35%	13%
	BEPC	56%	26%	21%	44%	10%
	BAC	71%	33%	24%	38%	6%
	Diplômé du supérieur	76%	43%	28%	22%	7%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	64%	52%	24%	12%	12%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	49%	53%	28%	13%	5%
	Profession Intermédiaire	45%	34%	30%	29%	7%
	Employé	62%	28%	21%	43%	8%
	Ouvrier	59%	26%	19%	46%	9%
Niveau de vie	Bas revenus	55%	41%	20%	28%	11%
	Classes moyennes inférieures	60%	34%	24%	33%	8%
	Classes moyennes supérieures	60%	31%	25%	36%	8%
	Hauts revenus	71%	37%	28%	28%	7%
Taille d'agglomération	Communes rurales	60%	29%	21%	39%	10%
	2 000 à 20 000 hab.	Oui	31%	24%	36%	10%
	20 000 à 100 000 hab.	65%	37%	23%	31%	9%
	Plus de 100 000 hab.	54%	36%	24%	32%	8%
	Agglomération parisienne	77%	42%	29%	21%	8%
Ensemble de la population	60%	35%	25%	32%	9%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 50% des 18-24 ans utilisent régulièrement des nouvelles technologies pour des raisons professionnelles en dehors de leurs horaires et lieux de travail habituels, contre en moyenne 35% de l'ensemble de la population de 18 ans et plus en emploi.

f) *Deux tiers des Français participeraient à une consultation citoyenne locale en ligne*

Selon le baromètre de la confiance politique du Cevipof³², 70% de nos concitoyens estiment (+6 points/ février 2021), que la **démocratie fonctionnerait mieux en France** si les citoyens étaient associés de manière directe (pétitions, tirage au sort) à toutes les grandes décisions politiques. L'association des citoyens au processus de décision politique (concertation, consultation, comité citoyens, etc.) **se développe** de fait depuis de nombreuses années en France et en Europe, et notamment à l'échelon territorial avec pour objectifs de :

- profiter de **l'expertise d'usage des habitants d'un territoire**, pour améliorer la décision et l'action publique
- **renforcer l'implication et le pouvoir d'agir** des participants au-delà des processus démocratiques et institutionnels (votes, manifestations, engagements associatifs et politiques) en leur permettant de **se réapproprier** leur environnement
- **améliorer les relations** entre les institutions et les autres parties prenantes de la société, et par ce biais, **renforcer la cohésion sociale**

En particulier, depuis la fin des années 1990³³, **différents lois** imposent aux collectivités locales la mise en place d'instances de participation, faisant des territoires des « laboratoires d'innovation en matière de démocratie participative » :

la loi Voynet en 1999 instaure les conseils de développement à l'échelle intercommunale

la loi Démocratie de proximité de 2002 impose la création de conseils de quartier dans toutes les villes de plus de 80 000 habitants.

En parallèle, de nombreuses **initiatives** se développent au niveau local comme par exemple les budgets participatifs, qui permettent aux habitants d'un territoire d'initier des projets et de voter sur une partie du budget d'investissement de la collectivité (entre 5 et 10%). Ceux-ci sont aujourd'hui présents en 2022 dans 400 communes, rassemblant 12 millions d'habitants³⁴.

Entre le principe de la participation et sa concrétisation, le chemin est encore à affiner, comme le rappellent le rapport Valter pour une action publique transparente et collaborative³⁵, ou le rapport public « Consulter autrement, participer effectivement »³⁶ du Conseil d'État.

En particulier, le développement de ces différents outils s'accompagne de plusieurs enjeux dont celui de **l'inclusivité** des dispositifs mis en place et leur capacité à mobiliser tous les publics concernés³⁷.

En effet, différents travaux ont montré que les participants aux dispositifs participatifs peuvent **avoir un profil particulier** : ils sont généralement intéressés par les questions soulevées, peuvent avoir

³² Cevipof - Le baromètre de la confiance politique - vague 13, janvier 2022

³³ Yves Sintomer Décision publique et participation citoyenne en Europe, Vie publique, mars 2021, <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/278950-decision-publique-et-participation-citoyenne-en-europe-par-yves-sintomer>

³⁴ Antoine Bezar, Le budget participatif, une opportunité pour développer notre culture de la participation citoyenne, octobre 2022, <https://www.jean-jaures.org/publication/le-budget-participatif-une-opportunit-e-pour-developper-notre-culture-de-la-participation-citoyenne/>

³⁵ Pour une action publique transparente et collaborative : Plan d'action national pour la France 2015-2017, http://www.modernisation.gouv.fr/sites/default/files/fichiers-attaches/pgo_plan_action_france_2015-2017_fr.pdf

³⁶ <http://www.conseil-etat.fr/content/download/2582/7774/version/1/file/principales-propositions-du-rapport-public-2011.pdf>

³⁷ [Charte_participation_public.pdf \(ecologie.gouv.fr\)](http://www.ecologie.gouv.fr/Charte_participation_public.pdf)

une connaissance particulière de celles-ci, du fait de leur expérience personnelle ou leurs engagements, des valeurs différentes de la moyenne (comme une plus grande confiance en autrui)³⁸. De plus, on y constate une **surreprésentation des diplômés du supérieur** (plus informés, et plus à l'aise avec les prises de parole qu'elles soient écrites ou orales, et en moyenne plus engagés dans la vie de la cité), des habitants de l'agglomération parisienne³⁹, des technophiles ; et des seniors plus souvent mobilisés dans les conseils de quartier, et en miroir, la sous-participation de différents publics : jeunes, précaires, étrangers, éloignés du numérique...

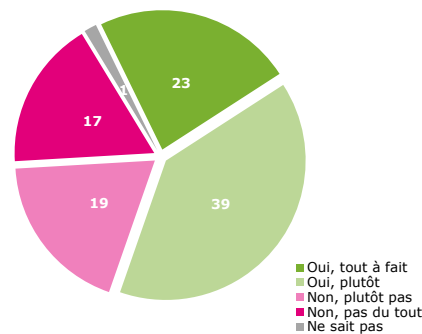
Les consultations citoyennes locales en ligne séduisent-elles un nouveau public ?

La majorité des personnes interrogées se déclarent « plutôt » ou « tout à fait » prêtes à donner leur avis sur la vie publique locale lors d'une consultation citoyenne via un dispositif numérique (62%), une personne sur quatre se déclarant « tout à fait » prête à contribuer.

Graphique 87 -

Certains élus locaux organisent des consultations citoyennes : ils demandent leur avis à leurs administrés sur un sujet précis, afin de connaître leurs opinions et leurs attentes. Seriez-vous prêt(e) à donner votre avis sur la vie publique locale lors d'une consultation citoyenne via un dispositif numérique (comme une plateforme en ligne) ?

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



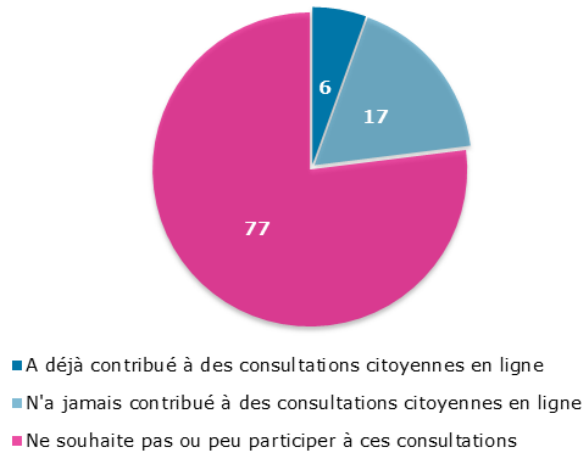
Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

Parmi les personnes s'étant déclarées « tout à fait » prêtes à participer à une consultation citoyenne lancée par un élu local via un dispositif numérique, 24% ont déjà contribué à une telle consultation, Rapporté à l'ensemble de la population on peut donc estimer à **6% la proportion de nos concitoyens ayant déjà participé à une consultation locale en ligne.**

³⁸ Adrien Fabre, Bénédicte Apouey, Thomas Douenne, Louis-Gaëtan Giraudet, Jean-François Laslier, et al.. Convention Citoyenne pour le Climat : Les citoyens de la Convention comparés à des échantillons représentatifs de la population française. Note de travail. 2020.

³⁹ <https://www.credoc.fr/publications/le-collaboratif-un-nouvel-ideal-pour-les-foules-sentimentales>

Graphique 88 -
Avez-vous déjà contribué en ligne à une consultation citoyenne lancée par un élu local ? *
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

* Cette question n'a été posée qu'aux personnes se déclarant « tout à fait » prêtes à participer à ce type de consultation

On retrouve dans le profil des personnes intéressées ou ayant déjà participé à des consultations citoyennes locales en ligne certaines différences :

Les **hommes** se déclarent davantage prêts que les femmes à participer à ce type de consultation (26% des hommes interrogés sont « tout à fait » prêt à contribuer contre 20% des femmes, Tableau 27).

Les hommes sont aussi davantage à y avoir effectivement contribué (7% des hommes contre 4% des femmes, voir en annexe Tableau 75).

Cet écart tient peut-être moins au mode de participation via le numérique qu'à la nature de la contribution : le **sentiment de légitimité** à s'exprimer sur des questions politiques varie selon les groupes sociaux⁴⁰, et les femmes ont notamment tendance à moins partager leurs opinions sur ces sujets longtemps considérés comme réservés aux hommes.

Un raisonnement similaire peut en partie expliquer la variation des réponses en fonction du niveau de diplôme : 15% des **non diplômés** se déclarent « tout à fait » prêts à participer, contre 29% des diplômés du supérieur. Et 8% des diplômés du supérieur déclarent avoir déjà participé à ce type de consultation. Pour les non-diplômés, par ailleurs relativement éloignés des outils du numérique, le manque d'assurance face aux dispositifs envisagés peut se combiner au sentiment d'illégitimité (ou de désintérêt) face aux sujets abordés.

En termes de lieu de résidence on retrouve également une adhésion plus forte des habitants de l'agglomération parisienne à ce mode d'expression. 8% y ayant déjà participé. Les personnes résidant en commune rurale sont à l'inverse moins disposées à participer à ce type de consultation (26% déclarent n'être « pas du tout » prêts à contribuer).

⁴⁰ Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas », Les Temps modernes, n°318, janvier 1973 (pp. 1292-1309)

En revanche, la consultation en ligne semble attirer des publics plus jeunes que les autres formes de participation politique.

Les sciences politiques ont montré à différentes reprises un éloignement des jeunes des formes traditionnelles d'action politique (vote, participation aux conseils de quartiers). **Les consultations citoyennes en ligne semblent attirer les jeunes générations plus facilement 10% des 18-24 ans et 9% des 25-39 ans** déclarent avoir déjà participé à un dispositif de ce type.

Les 70 ans et plus, peu équipés et peu « connectés », sont ceux qui déclarent le plus n'être « pas du tout prêts » à participer à une consultation en ligne via un dispositif numérique (35%, contre 17% en moyenne chez les 18 ans et plus). Le manque de maîtrise des outils du numérique joue probablement un grand rôle dans ce refus de participation.

Tableau 27 - Disposition à participer à une consultation citoyenne via un dispositif numérique en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -

		Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	Non, plutôt pas	Non, pas du tout	[Nsp]
Sexe	Homme	67%	26%	40%	17%	15%	1%
	Femme	59%	20%	39%	20%	19%	2%
Âge	18-24 ans	68%	22%	46%	23%	9%	0%
	25-39 ans	67%	24%	43%	21%	12%	0%
	40-59 ans	67%	24%	42%	19%	14%	0%
	60-69 ans	66%	26%	40%	17%	16%	1%
	70 ans et plus	44%	18%	26%	14%	35%	7%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	52%	18%	34%	18%	26%	3%
	Deux personnes	61%	24%	37%	20%	17%	2%
	Trois personnes	69%	25%	44%	18%	12%	0%
	Quatre personnes	69%	23%	45%	18%	13%	0%
	Cinq personnes et plus	69%	26%	44%	19%	12%	0%
Diplôme	Non diplômé	37%	15%	22%	16%	39%	8%
	BEPC	59%	21%	38%	20%	19%	1%
	BAC	67%	22%	45%	20%	13%	0%
	Diplômé du supérieur	73%	29%	44%	18%	10%	0%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	73%	31%	42%	17%	9%	0%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	79%	32%	47%	12%	9%	0%
	Profession Intermédiaire	68%	24%	44%	21%	10%	0%
	Employé	64%	23%	41%	22%	13%	0%
	Ouvrier	60%	21%	39%	21%	18%	0%
	Personne au foyer	57%	19%	38%	24%	18%	1%
	Retraité	52%	21%	31%	16%	28%	5%
	Autre inactif	65%	19%	46%	19%	15%	1%
Niveau de vie	Bas revenus	56%	21%	35%	22%	21%	1%
	Classes moyennes inférieures	64%	23%	41%	21%	15%	0%
	Classes moyennes supérieures	69%	24%	45%	18%	13%	0%
	Hauts revenus	71%	29%	43%	17%	11%	0%
Taille d'agglomération	Communes rurales	54%	22%	32%	16%	26%	4%
	2 000 à 20 000 hab.	60%	22%	38%	19%	19%	2%
	20 000 à 100 000 hab.	62%	21%	41%	21%	17%	1%
	Plus de 100 000 hab.	67%	25%	42%	19%	14%	0%
	Agglomération parisienne	69%	24%	45%	19%	12%	1%
Ensemble de la population	63%	23%	39%	19%	17%	1%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

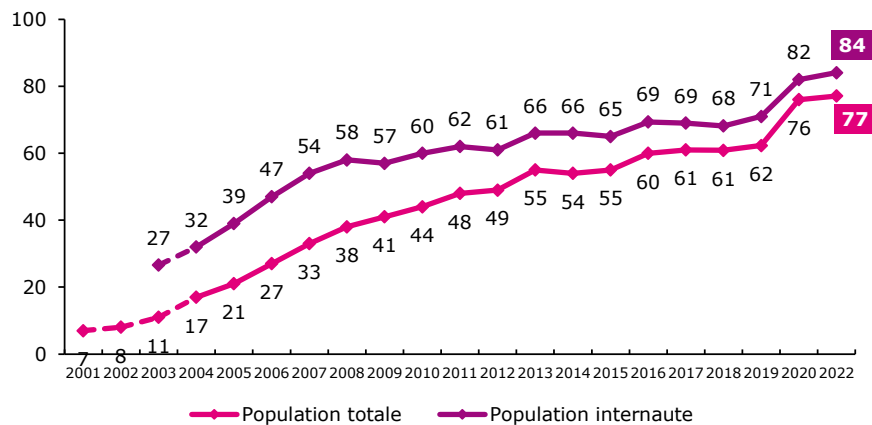
Exemple de lecture : 29% des diplômés du supérieur « tout à fait » prêt à contribuer à une consultation citoyenne lancé par un élu local via un dispositif numérique, contre 23% en moyenne dans l'ensemble de la population.

5. Achats sur internet

a) Les achats sur internet continuent de progresser, et concernent près de 8 personnes sur 10

Les habitudes de consommation prises pendant les périodes d'isolement liées à la crise sanitaire de la Covid-19 semblent avoir perduré après la levée des restrictions. Après une forte hausse en 2020, la part de personnes ayant réalisé des achats sur internet au cours des douze derniers mois se maintient, avec une légère progression, à un rythme néanmoins moins soutenu (77% de la population totale, + 1 point, et 84% des internautes, + 2 points, Graphique 89).

Graphique 89 -
Proportion d'individus ayant effectué dans les 12 derniers mois, des achats par internet
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



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.

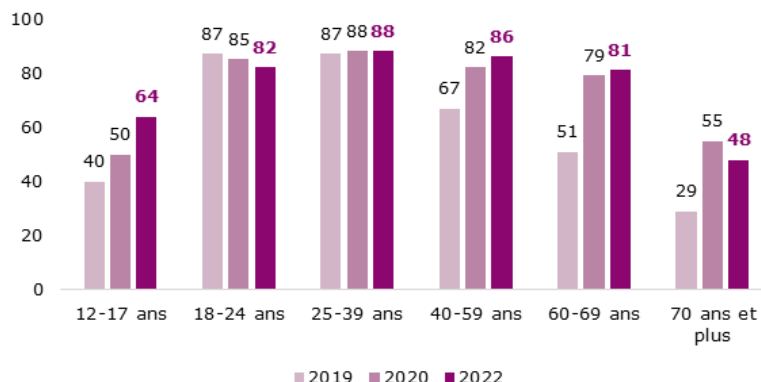
Certains groupes ont connu une évolution importante de leurs pratiques d'achat en ligne. Notamment, la part de **12-17 ans ayant effectué un achat en ligne** au cours des 12 derniers mois progresse de 14 points (64%, Graphique 90), un taux se rapprochant de plus en plus de ceux des générations plus âgées. Les 70 ans et plus sont les seuls à voir leur nombre d'acheteurs en ligne diminuer (48%, - 7 points par rapport à 2020), sans pour autant retomber au niveau de 2019 avant la crise sanitaire (29%). L'essor des **cartes de paiement prépayées pour mineurs disponibles sur mobile** participe sans doute à cette évolution. Ces applications s'accompagnent d'un contrôle plus ou moins strict des dépenses effectuées par les enfants via des applications « miroir » pour les parents qui peuvent selon les applications, et leurs souhaits, consulter les opérations de l'enfant, définir des plafonds de dépenses quotidiennes, interdire les retraits, bloquer certains types de paiement, voire des secteurs, être notifié des mouvements du compte. L'achat de vêtements en ligne ou les achats de jeux vidéo, de « skins » ou autres bonus sur les jeux vidéo sont probablement facilités par celles-ci.

L'achat en ligne est une pratique un **peu plus féminine** que masculine, notamment chez les moins de 25 ans (Graphique 91).

Par ailleurs, l'achat en ligne est également plus fréquent chez les **joueurs et joueuses de jeux de vidéo** (86%) que chez les non joueurs (79%).

Graphique 90 - Hausse des achats en ligne chez les 12-17 ans, tassement chez les 70 ans et plus

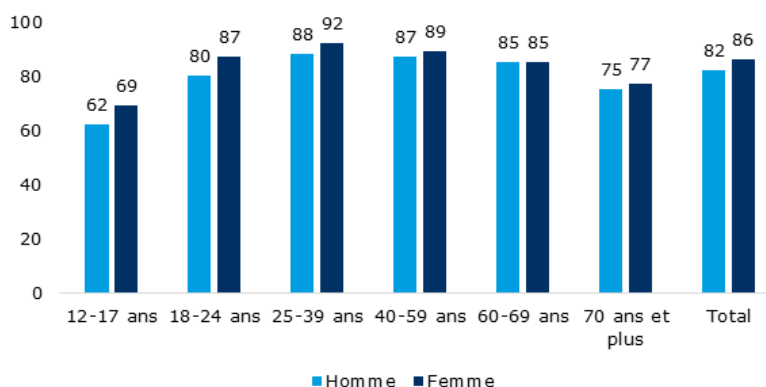
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, % de personnes ayant effectué un achat sur internet au cours de 12 derniers mois -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 91 – Les acheteurs en ligne sont plus souvent des acheteuses

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, % de personne ayant effectué un achat sur internet au cours de 12 derniers mois -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

D'autres caractéristiques sociodémographiques expliquent les comportements d'achat sur internet, y compris lorsque l'on réalise des analyses statistiques pour limiter les effets croisés des différentes variables (âge, nombre de personnes au foyer, diplôme).

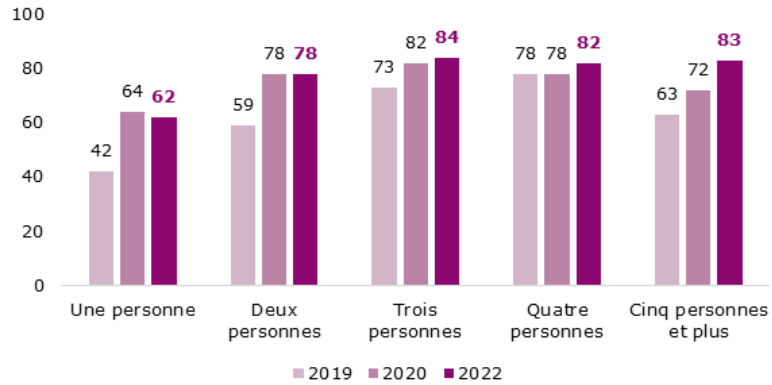
Les personnes vivant seules restent celles qui font le moins d'achat en ligne (62%, - 2 points). Les personnes vivant dans un foyer comptant cinq personnes ou plus, jusque-là moins familières de cette pratique, comptent désormais autant d'acheteurs sur internet (83%, + 11 points) que les personnes vivant en foyer de trois ou quatre personnes (Graphique 92).

Les groupes qui comptent le moins de personnes ayant réalisé des achats en ligne au cours des 12 derniers mois restent les non-diplômés (49%), et, dans une moindre mesure, les personnes aux revenus les plus bas (73%, Tableau 28).

La part d'acheteurs en ligne est également plus faible chez les personnes résidant en commune rurale (66%), mais cela s'explique principalement par la surreprésentation des 70 ans et plus dans ces territoires.

Graphique 92 – Les personnes vivant seules achètent moins en ligne que les autres

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % de personne ayant effectué un achat sur internet au cours de 12 derniers mois -



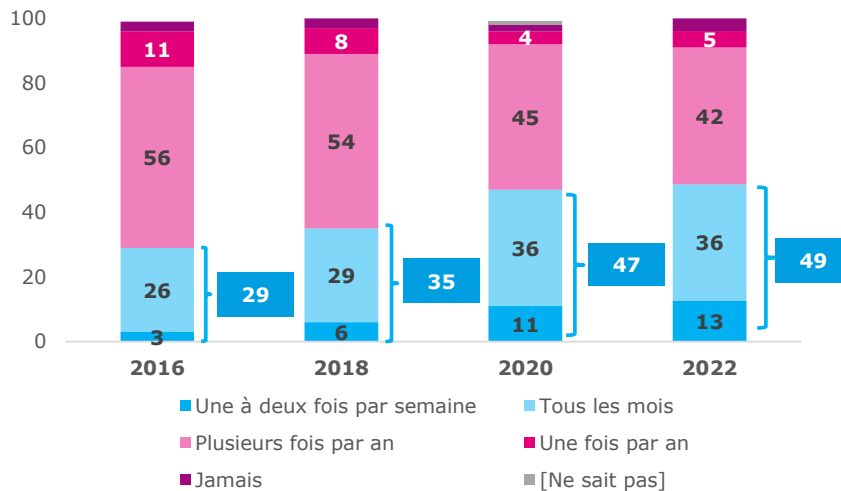
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

b) La fréquence des achats en ligne a légèrement progressé par rapport à 2020 (+ 2 points)

La **fréquence** des achats de biens en ligne a également légèrement augmenté par rapport à 2020 (49% des personnes interrogées achètent des biens sur internet au moins tous les mois, + 2 points, Graphique 93).

Graphique 93 - Pour vos achats de biens uniquement, quelle est la fréquence de vos achats et donc de vos livraisons ? - Evolution depuis 2016

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

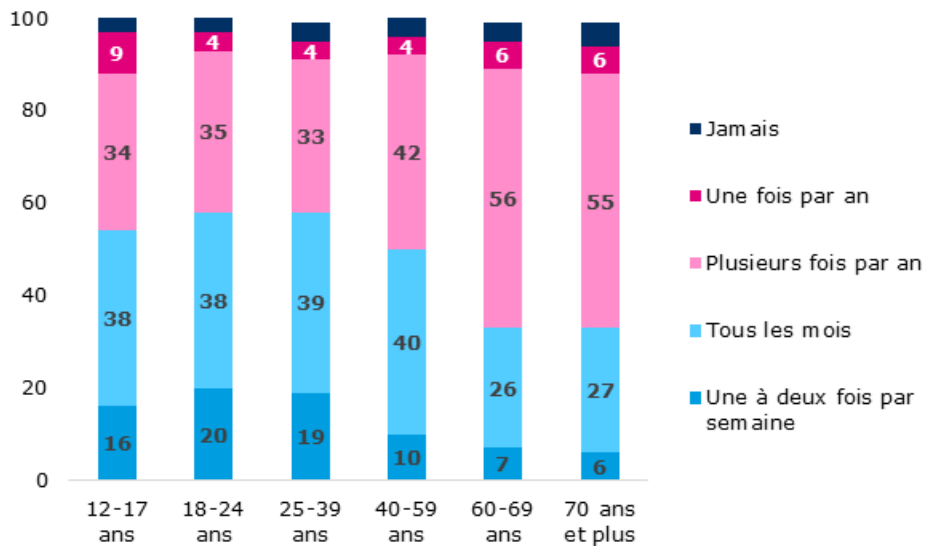
Parmi les personnes effectuant des achats en ligne, ce sont les jeunes adultes qui achètent le plus fréquemment : 20% des 18-24 ans et 19% des 19-25 ans acheteurs sur internet font des commandes une à deux fois par semaine en ligne, contre 13% en moyenne dans la population

d'acheteurs, Graphique 94, Tableau 29). Les 12-17 ans qui, comme nous l'avons vu, comptent de plus en plus d'acheteurs en ligne, déclarent également une fréquence d'achats élevée (16% achètent une à deux fois par semaine, 38% tous les mois). Le succès de « l'ultra fast fashion »⁴¹ qui cible très largement les adolescents, et des sites d'achat et revente de produits d'occasion en ligne y contribuent possiblement.

Si on compte moins d'acheteurs en ligne chez les personnes aux revenus les plus bas, celles qui effectuent des achats de biens sur internet le font plus fréquemment que les autres (15% achètent une ou deux fois par semaine, Tableau 29). On compte également parmi les acheteurs les plus réguliers les personnes résidant dans des foyers de grande taille (17% pour les foyers de quatre personnes, 21% pour les foyers de cinq personnes ou plus), les diplômés du supérieur (15%) et les résidents de l'agglomération parisienne (17%).

Graphique 94 – Fréquence d'achats de biens sur internet selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

⁴¹ L'expression « ultra fast fashion » fait référence à un nouveau mode de consommation de prêt à porter à moindre coût. Avec des ventes essentiellement en ligne, les entreprises de l'ultra fast fashion proposent des collections à un rythme de renouvellement inédit et à des prix encore plus bas que les enseignes concurrentes de « fast fashion ». Chen, Li, Hau L. Lee, and Shiqing Yao. "Ultra-Fresh Fashion: Creating Demand with Freshness and Agility." Available at SSRN 4097779 (2022).

Tableau 28 - Effectuer des achats sur internet
au cours des douze derniers mois, en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

		Oui	Non	Non internaute	Total
Sexe	Homme	77%	17%	6%	100%
	Femme	77%	13%	10%	100%
Âge	12-17 ans	64%	34%	2%	100%
	18-24 ans	82%	16%	1%	100%
	25-39 ans	88%	10%	3%	100%
	40-59 ans	86%	12%	2%	100%
	60-69 ans	81%	14%	4%	100%
	70 ans et plus	48%	15%	37%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	62%	17%	21%	100%
	Deux personnes	78%	13%	9%	100%
	Trois personnes	84%	13%	3%	100%
	Quatre personnes	82%	17%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	83%	15%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	49%	14%	37%	100%
	BEPC	76%	16%	8%	100%
	BAC	86%	11%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	87%	10%	3%	100%
	12-17 ans	64%	34%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	82%	13%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	90%	9%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	88%	11%	1%	100%
	Employé	88%	10%	2%	100%
	Ouvrier	80%	17%	4%	100%
	Personne au foyer	84%	9%	6%	100%
	Retraité	60%	15%	25%	100%
	Autre inactif	73%	24%	2%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	73%	18%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	79%	15%	6%	100%
	Classes moyennes supérieures	84%	14%	2%	100%
	Hauts revenus	85%	12%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	66%	14%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	75%	14%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	78%	17%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	84%	13%	3%	100%
	Agglomération parisienne	81%	17%	3%	100%
Ensemble de la population		77%	15%	8%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 88% des 25-39 ans ont effectué des achats sur internet au cours des douze derniers mois, contre 77% de l'ensemble de la population en moyenne et 48% des 70 ans et plus.

Tableau 29 – Fréquence des achats de biens en ligne au cours des douze derniers mois en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -

		Une à deux fois par semaine	Tous les mois	Plusieurs fois par an	Une fois par an	Jamais	Total
Sexe	Homme	15%	36%	40%	5%	4%	100%
	Femme	11%	36%	45%	5%	4%	100%
Âge	12-17 ans	16%	38%	34%	9%	3%	100%
	18-24 ans	20%	38%	35%	4%	3%	100%
	25-39 ans	19%	39%	33%	4%	4%	100%
	40-59 ans	10%	40%	42%	4%	4%	100%
	60-69 ans	7%	26%	56%	6%	4%	100%
	70 ans et plus	6%	27%	55%	6%	5%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	10%	29%	51%	5%	4%	100%
	Deux personnes	10%	33%	46%	6%	5%	100%
	Trois personnes	13%	44%	36%	4%	4%	100%
	Quatre personnes	17%	40%	37%	4%	2%	100%
	Cinq personnes et plus	21%	35%	37%	5%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	9%	23%	48%	13%	7%	100%
	BEPC	11%	30%	49%	5%	5%	100%
	BAC	11%	36%	43%	6%	4%	100%
	Diplômé du supérieur	15%	43%	37%	2%	2%	100%
	12-17 ans	16%	38%	34%	9%	3%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	20%	42%	29%	4%	4%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	18%	47%	32%	2%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	14%	44%	36%	2%	4%	100%
	Employé	10%	39%	42%	5%	3%	100%
	Ouvrier	13%	31%	47%	5%	4%	100%
	Personne au foyer	11%	30%	43%	8%	7%	100%
	Retraité	7%	26%	56%	7%	5%	100%
	Autre inactif	16%	34%	39%	8%	4%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	15%	31%	40%	8%	5%	100%
	Classes moyennes inférieures	13%	33%	45%	6%	4%	100%
	Classes moyennes supérieures	10%	38%	45%	3%	4%	100%
	Hauts revenus	14%	43%	38%	3%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	9%	36%	46%	5%	4%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	13%	35%	42%	6%	4%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	11%	30%	48%	6%	5%	100%
	Plus de 100 000 hab.	13%	38%	40%	5%	4%	100%
	Agglomération parisienne	17%	37%	39%	4%	3%	100%
Ensemble de la population		13%	36%	42%	5%	4%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 20% des 18-24 ans ayant fait un achat sur internet au cours au cours des douze derniers mois achètent des biens en ligne une à deux fois par semaine, contre 71% de l'ensemble de la population ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois en moyenne.

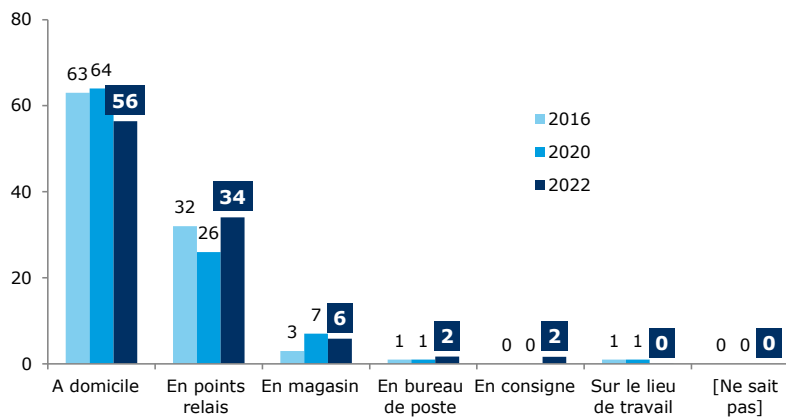
c) La majorité des livraisons se font à domicile, mais les livraisons en points relais sont en hausse

La livraison à domicile reste le mode de livraison privilégié par la majorité des personnes interrogées (56% se sont fait livrer le plus fréquemment à domicile au cours des douze derniers mois, Graphique 95). Elle perd toutefois des adeptes en 2022 (- 8 points), au profit de la livraison en points relais (34%, + 8 points). Possiblement moins coûteuse, et parfois plus pratique pour les actifs par exemple, **la livraison en points relais retrouve son attrait après les différentes périodes de confinement et de réduction des mobilités.**

Graphique 95 -

Toujours pour vos achats de biens uniquement, et toujours hors achats alimentaires, quel est le mode de livraison que vous avez le plus fréquemment utilisé au cours des douze derniers mois ? – Evolution depuis 2016

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % -



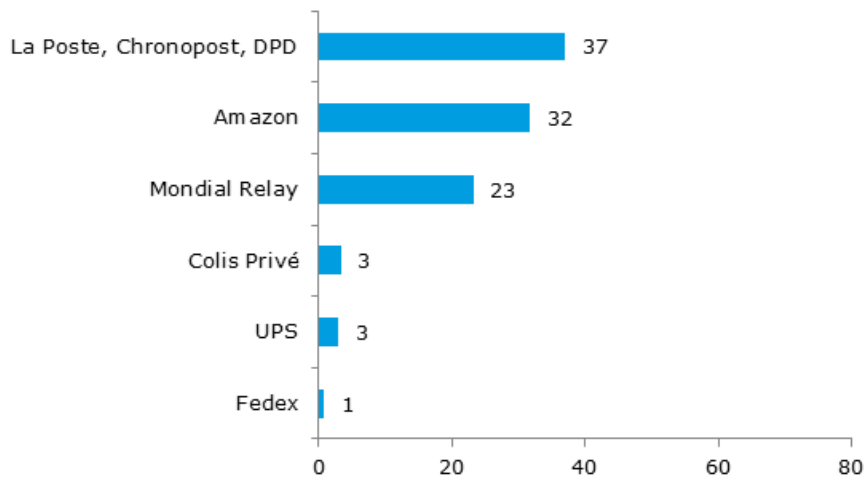
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les modes de livraisons privilégiés varient peu selon les principales caractéristiques sociodémographiques (Tableau 30). Les écarts les plus importants sont liés à l'âge : 61% des 60-69 ans et 63% des plus de 70 ans se font le plus souvent livrer à domicile, contre 52% chez les 25-39 ans. D'éventuelles difficultés à se déplacer peuvent aussi mener les personnes les plus âgées à privilégier ce mode de livraison. En liaison avec la sur-représentation de personnes âgées dans les zones rurales, et également d'un maillage territorial de points relais moins dense, la livraison à domicile est également privilégiée par les personnes vivant en commune rurale (61%, contre par exemple 54% dans l'agglomération parisienne).

Les services de livraison du groupe La Poste sont les plus fréquemment utilisés par les acheteurs (37%, Graphique 96), suivi par Amazon (32%) et Mondial Relay (23%). Ces taux varient peu selon les différents groupes sociaux (en annexe Tableau 76), à l'exception des acheteurs de 70 ans et plus qui ont majoritairement recours aux services de La Poste (52%).

Graphique 96 - Quel opérateur de colis vous livre le plus fréquemment ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois, en % -



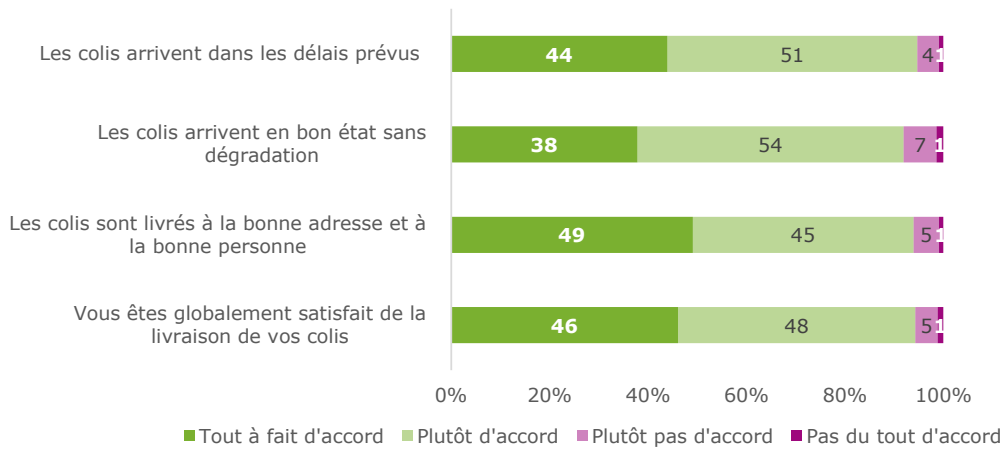
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

d) Les Français sont globalement satisfaits de la qualité des livraisons

Le succès des achats en ligne tient possiblement au **fort niveau de satisfaction exprimée par rapport à la qualité des services de livraisons** : 94% des acheteurs se disent globalement satisfaits de la livraison des colis, 95% déclarent que les colis arrivent dans les délais prévus, 94% que les colis sont livrés à la bonne adresse et à la bonne personne, et 92% que les colis arrivent en bon état et sans dégradation (Graphique 97).

Ces taux de satisfaction sont généralement partagés par les différents groupes (voir en annexe Tableau 77). Les retraités sont un peu plus positifs que la moyenne de la population (98% se déclarent globalement satisfaits, contre 94% dans l'ensemble), tandis que les 18-39 ans sont à peine plus critiques (92% des 18-24 ans et 91% des 25-39 ans se déclarent globalement satisfaits).

**Graphique 97 -
Toujours pour vos achats en ligne de biens uniquement, ces 12 derniers mois, hors achats alimentaires, indiquez-si vous êtes d'accord ou pas avec les différentes affirmations suivantes**
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

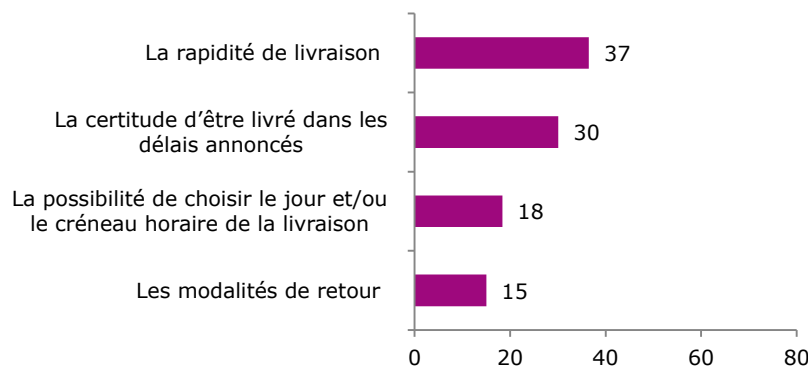
e) *La rapidité est considérée comme le critère le plus important lors d'une livraison*

Mis à part les considérations de prix, **la rapidité de livraison est le critère qui ressort comme le plus important parmi les personnes interrogées** (37%, Graphique 98), suivi de la certitude d'être livré dans les délais annoncés (30%), la possibilité de choisir le jour et/ou l'heure de la livraison (18%) et les modalités de retour (15%).

On distingue peu de divergences dans les réponses des différents groupes sociodémographiques (voir annexe Tableau 78). Les préférences les plus marquées se retrouvent chez les retraités, qui valorisent davantage que la moyenne la certitude d'être livré dans les délais annoncés (35%) et les modalités de retour (19%), et sont relativement moins attachés à la rapidité de livraison (31%) et à la possibilité de choisir le créneau de livraison (15%).

**Graphique 98 -
EN DEHORS DU PRIX de livraison, parmi les critères suivants, lequel est le plus important pour vous dans le cadre de la livraison de vos achats en ligne ?**

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze

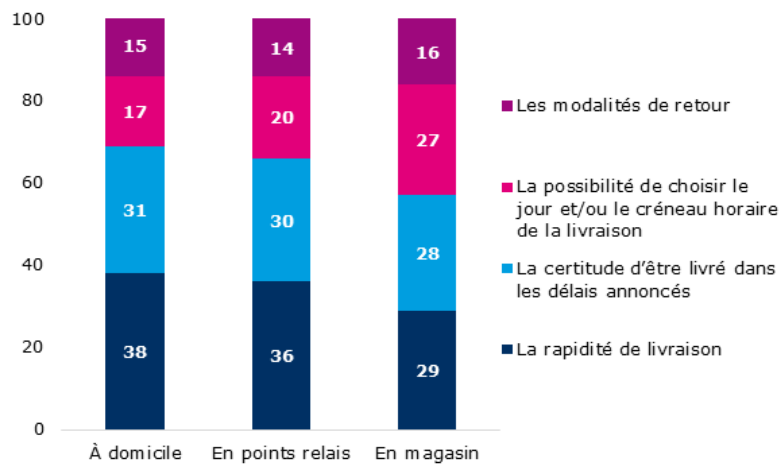


Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les personnes se faisant le plus souvent livrées à domicile ou en points relais accordent davantage d'importance la rapidité de la livraison, tandis que les personnes qui se font surtout livrées en magasin apprécient la possibilité de choisir le jour et/ou l'heure de la livraison (Graphique 99). La rapidité de livraison est également un critère un petit peu plus cité par les personnes ayant principalement recours à Amazon pour la livraison de leurs colis (Graphique 100).

Graphique 99 – Critère le plus important dans le cadre d'une livraison en fonction du mode de livraison le plus utilisé

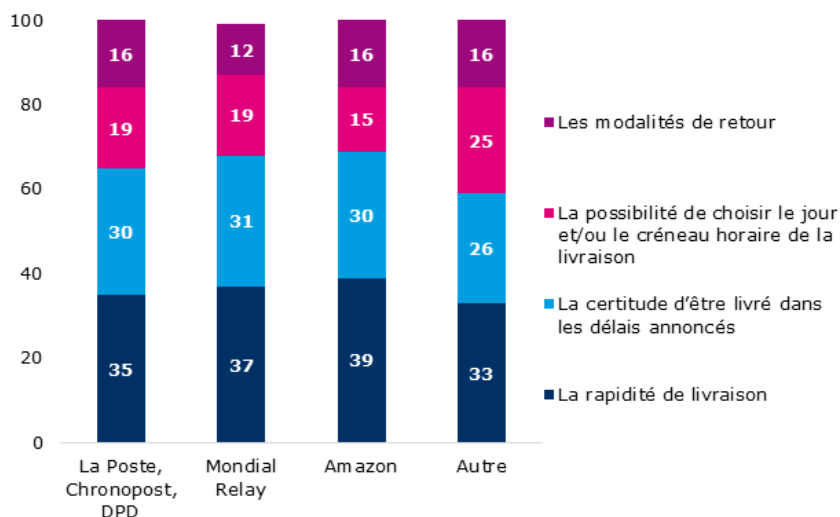
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des 12 derniers mois, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Graphique 100 – Critère le plus important dans le cadre d'une livraison en fonction de l'opérateur de colis le plus fréquemment utilisé

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des 12 derniers mois, en % -



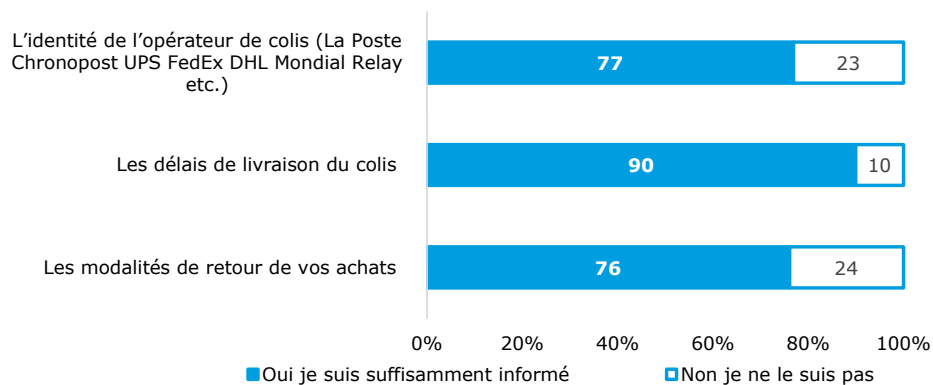
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

f) Les acheteurs en ligne se disent suffisamment informés sur les délais, les conditions de livraison et les modalités de retours

Une grande majorité de personnes déclarent également **disposer de suffisamment d'informations avant de finaliser leurs commandes en ligne**. Toutefois, 24% estiment ne pas être suffisamment informés sur les modalités de retours des achats, 23% sur l'identité de l'opérateur de colis, et 10% sur les délais de livraison (Graphique 101).

Graphique 101 - Toujours pour vos achats en ligne, pensez-vous être suffisamment informé - avant de finaliser votre commande - en ce qui concerne :

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

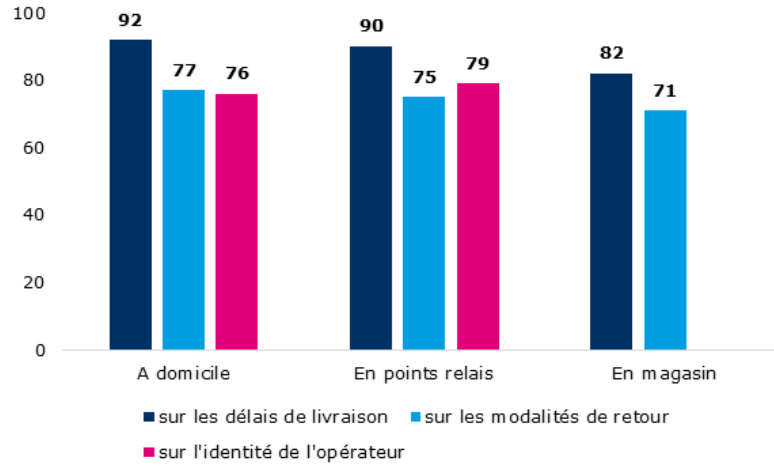
On observe une nouvelle fois peu de variations selon les groupes sociaux (voir en annexe Tableau 79). Les retraités déclarent plus que les autres être suffisamment informés au moment de leurs achats sur internet (80% sont suffisamment informés sur l'identité de l'opérateur contre 77% en moyenne, 93% sur les délais de livraison contre 90% en moyenne, et 81% sur les modalités de retour contre 76% en moyenne).

Ce sont les **12-17 ans** qui se déclarent le moins informés sur les modalités de retour de leurs achats (61%, contre 76% en moyenne). Des avis qui reflètent peut-être de **nouveaux standards** liés à des modes de consommation spécifiques à ces générations qui achètent notamment auprès d'enseignes entièrement dématérialisées, qui proposent par exemple uniquement l'essayage des vêtements à domicile assorti d'une facilité de retour des articles qui ne conviennent pas.

Les personnes retirant le plus souvent leurs colis en magasin sont celles qui se sentent le moins informées sur les délais de livraison (82%), tandis que les personnes qui se font majoritairement livrer à domicile se déclarent plus que les autres suffisamment informées sur les délais de livraison (92%) et sur les modalités de retour (77%, Graphique 102). Le choix d'Amazon pour la livraison des colis s'accompagne d'un regard un peu plus positif sur les délais de livraison (93%) et les modalités de retours (79%). Les personnes ayant surtout recours à Mondial Relay se déclarent pour leur part mieux informées sur l'identité de l'opérateur (83%, Graphique 103).

Graphique 102 - Sentiment d'être suffisamment informé sur la livraison en fonction du mode de livraison le plus utilisé

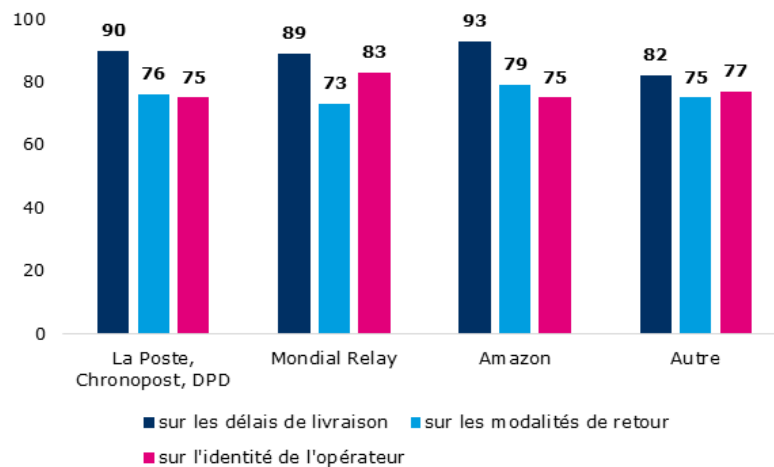
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Graphique 103 – Sentiment d'être suffisamment informé sur la livraison en fonction de l'opérateurs de colis le plus utilisé

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 30 – Mode de livraison le plus fréquemment utilisé au cours de douze derniers mois en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -

		À domicile	En points relais	En magasin	En bureau de poste	En consigne	Sur le lieu de travail	Total
Sexe	Homme	58%	30%	7%	2%	2%	1%	100%
	Femme	55%	38%	5%	1%	1%	0%	100%
Âge	12-17 ans	59%	32%	5%	4%	0%	0%	100%
	18-24 ans	55%	30%	10%	3%	2%	1%	100%
	25-39 ans	52%	34%	10%	2%	2%	0%	100%
	40-59 ans	55%	36%	6%	1%	2%	0%	100%
	60-69 ans	61%	34%	2%	1%	1%	0%	100%
	70 ans et plus	63%	33%	1%	2%	1%	0%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	60%	32%	3%	2%	2%	0%	100%
	Deux personnes	56%	36%	4%	1%	2%	1%	100%
	Trois personnes	54%	34%	9%	2%	2%	0%	100%
	Quatre personnes	54%	35%	7%	2%	1%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	59%	29%	9%	1%	2%	0%	100%
Diplôme	Non diplômé	59%	34%	4%	2%	2%	0%	100%
	BEPC	57%	35%	5%	1%	2%	0%	100%
	BAC	58%	33%	5%	1%	2%	0%	100%
	Diplômé du supérieur	54%	34%	7%	2%	2%	1%	100%
	12-17 ans	59%	32%	5%	4%	0%	0%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	51%	28%	14%	4%	2%	1%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	58%	30%	9%	1%	2%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	50%	38%	7%	2%	2%	1%	100%
	Employé	53%	38%	4%	2%	2%	0%	100%
	Ouvrier	56%	34%	7%	1%	2%	0%	100%
	Personne au foyer	56%	38%	5%	0%	2%	0%	100%
	Retraité	64%	32%	2%	1%	1%	0%	100%
	Autre inactif	58%	32%	6%	3%	1%	0%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	59%	30%	7%	1%	2%	0%	100%
	Classes moyennes inférieures	53%	35%	7%	2%	2%	0%	100%
	Classes moyennes supérieures	57%	36%	5%	2%	1%	0%	100%
	Hauts revenus	56%	35%	4%	1%	2%	1%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	61%	32%	5%	1%	0%	0%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	58%	36%	4%	1%	1%	0%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	51%	38%	7%	2%	2%	1%	100%
	Plus de 100 000 hab.	56%	33%	6%	2%	2%	0%	100%
	Agglomération parisienne	54%	33%	7%	2%	2%	1%	100%
Ensemble de la population		56%	34%	6%	2%	2%	0%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 61% des 60-69 ans ayant fait un achat sur internet au cours au cours des douze derniers mois se font le plus souvent livrer leurs achats réalisés en ligne à domicile, contre 56% de l'ensemble de la population ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois en moyenne.

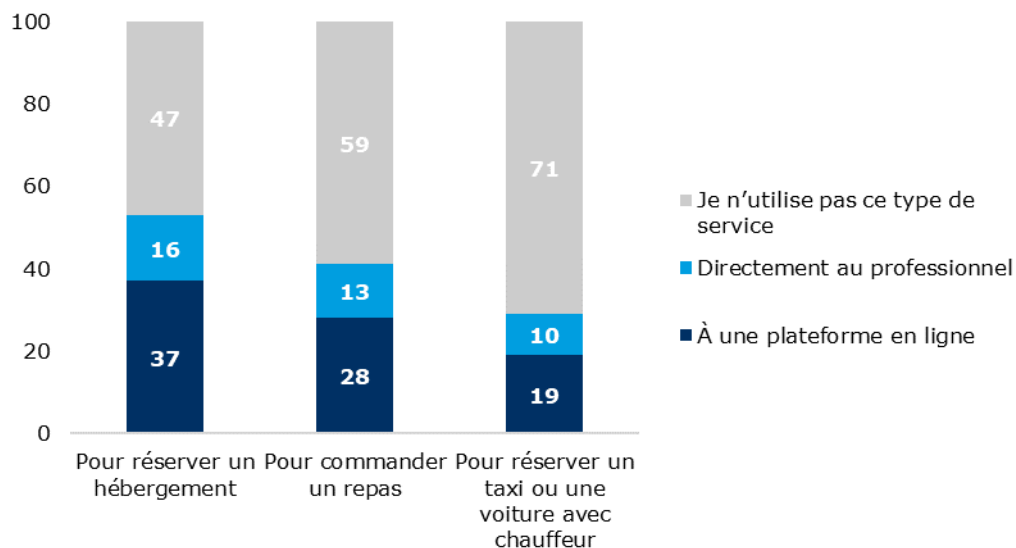
g) Les plateformes de services utilisées le plus souvent pour des réservations d'hébergement

Les internautes qui ont recours à des services tels que la commande de repas, la réservation de taxi ou de voiture avec chauffeur (VTC), ou la réservation d'hébergement, **préfèrent passer par une plateforme en ligne que de s'adresser directement au professionnel qui prend en charge le service** (Graphique 104). Les plateformes de réservation d'hébergement sont les plus utilisées (37% des personnes interrogées y ont recours le plus souvent pour effectuer leurs réservations), suivi des plateformes de commande de repas (28%), et de réservation de taxi ou voiture avec chauffeur (19%).

Graphique 104 -

Il existe, sur internet, de plus en plus de plateformes en ligne (par exemple DELIVEROO, UBER ou AIRBNB) qui permettent à l'utilisateur d'accéder à une offre de biens et de services sans s'adresser directement au professionnel qui va prendre en charge ce service. Vous, personnellement, pour les services suivants, vous recourez le plus souvent ?

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Si le recours aux différents services varie en fonction des catégories sociodémographiques, la préférence pour les plateformes plutôt que le contact direct au professionnel se retrouve dans tous les groupes (voir en annexe Tableau 80, Tableau 81 et Tableau 82).

L'utilisation de ces plateformes est la plus fréquente chez les **jeunes adultes** : 75% des 18-24 ans et 71% des 25-34 ans privilégient les plateformes en ligne pour au moins un des trois types de services, contre 49% parmi l'ensemble des personnes interrogées (Tableau 31).

Les personnes aux **revenus élevés** privilégient plus que les autres les plateformes de réservation d'hébergement (46%) en lien avec leurs pratiques de loisirs plus développées. Si les personnes au niveau de vie élevé utilisent plus que les autres les plateformes de réservation de taxi ou VTC (22%), cela s'explique principalement par le fait qu'elles résident davantage dans les grandes agglomérations, où l'offre est plus dense. Les personnes aux revenus les plus bas utilisent pour leur part davantage les plateformes de commande de repas (36%).

De manière générale, les personnes résidant dans des communes de plus de 10 000 habitants ou dans l'agglomération parisienne sont plus nombreuses à déclarer privilégier les plateformes (respectivement 55% et 67% les privilégient pour au moins un type de service), un résultat qui peut en partie s'expliquer par une offre de services plus abondante dans les espaces les plus urbanisés.

Tableau 31 – Avoir le plus souvent recours à des plateformes en ligne pour l’achat de différents services en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

		Réservation d'un hébergement	Commande de repas	Réservation d'un taxi ou d'une VTC	Au moins un des services
Sexe	Homme	38%	29%	21%	51%
	Femme	36%	27%	16%	48%
Âge	12-17 ans	28%	27%	16%	42%
	18-24 ans	46%	56%	39%	75%
	25-39 ans	53%	48%	32%	71%
	40-59 ans	38%	24%	15%	48%
	60-69 ans	24%	10%	8%	31%
	70 ans et plus	21%	4%	5%	24%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	30%	23%	16%	41%
	Deux personnes	35%	20%	13%	43%
	Trois personnes	43%	35%	22%	59%
	Quatre personnes	40%	35%	24%	55%
	Cinq personnes et plus	38%	38%	26%	56%
Diplôme	Non diplômé	19%	18%	11%	31%
	BEPC	29%	19%	11%	39%
	BAC	41%	32%	20%	53%
	Diplômé du supérieur	49%	37%	28%	63%
	12-17 ans	28%	27%	16%	42%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	52%	41%	35%	69%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	57%	39%	36%	68%
	Profession Intermédiaire	46%	39%	22%	63%
	Employé	37%	34%	19%	52%
	Ouvrier	39%	27%	16%	48%
	Personne au foyer	31%	24%	9%	40%
	Retraité	22%	6%	6%	26%
	Autre inactif	32%	32%	20%	50%
Niveau de vie	Bas revenus	33%	36%	21%	51%
	Classes moyennes inférieures	35%	28%	17%	48%
	Classes moyennes supérieures	36%	23%	16%	46%
	Hauts revenus	46%	26%	22%	55%
Taille d'agglomération	Communes rurales	28%	13%	9%	34%
	2 000 à 20 000 hab.	35%	18%	14%	41%
	20 000 à 100 000 hab.	33%	23%	11%	45%
	Plus de 100 000 hab.	40%	35%	18%	55%
	Agglomération parisienne	45%	45%	39%	67%
Ensemble de la population	37%	28%	19%	49%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 56% des 18-24 ans font le plus souvent appel à une plateforme en ligne pour commander leur repas, contre 28% en moyenne dans l’ensemble de la population.

6. Jeux, télévision, vidéo et temps total passé devant un écran

a) *Les jeux vidéo – 62% des Français jouent aux jeux vidéo – le plus souvent seuls, sur leur smartphone*

Six personnes sur dix (62%) indiquent aujourd’hui jouer à des jeux vidéo, pris au sens large, en intégrant tous les types de jeux, qu’ils soient accessibles sur *smartphone*, ordinateurs ou consoles. La pratique du jeu vidéo n’est plus toute jeune et désormais solidement installée dans le paysage des pratiques de loisirs⁴². Ces données convergent avec la dernière enquête de Médiamétrie (2021) sur les jeux vidéo⁴³.

Au cours des vingt dernières années, les jeux vidéo sont devenus un loisir majeur, impressionnant à la fois par l’ampleur du volume de chiffre d’affaires généré et par celui du nombre des pratiquants. Benghozi et Chantepie avancent le chiffre de 5 milliards d’euros générés par l’industrie du jeu vidéo en France en 2016⁴⁴ et le syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (Sell) fait état de 5,6 milliards d’Euros de chiffre d’affaires de la branche en 2021⁴⁵.

Le **téléphone/smartphone** constitue le principal équipement utilisé pour jouer aux jeux vidéo. **50%** des Français se divertissent au moins de temps en temps par ce biais, et 24% jouent même souvent sur leur *smartphone*. Au cours des dernières années, les *smartphones* ont été spécifiquement ciblés par les producteurs de jeux vidéo avec une grande partie **des jeux spécifiquement conçus** pour *smartphone* et disponibles, **souvent gratuitement**, via les grandes plateformes de distribution, ou adaptés pour être accessibles sur *smartphone*. La toute dernière évolution du secteur du « gaming » cible à nouveau le *smartphone*. Ainsi, on a vu apparaître sur le marché **des smartphones conçus spécifiquement pour jouer** : les « *gaming-smartphones* » – avec une plus grande autonomie, un écran et une carte graphique adaptés et la possibilité de jouer aux jeux conçus pour console ou PC, s’adressant essentiellement à un public de « gamers »⁴⁶.

⁴² Cf. Coavoux, Samuel, Manuel Boutet, et Vinciane Zabban. 2017. « What we know about games. A scientometric approach to game studies in the 2000s ». *Games and Culture* 12 (6) : 563-84. doi :10.1177/1555412016676661.

⁴³ Médiamétrie, Le jeu vidéo, une pratique de plus en plus collective, 2021, <https://www.mediametrie.fr/fr/le-jeu-video-une-pratique-de-plus-en-plus-collective>

Médiamétrie estime que 70% soit 38 millions de personnes en 2021 ont joué au moins une fois dans l’année en 2021, pendant la période pandémique ;

Le baromètre du numérique mesure 62%, soit 34 millions de personnes de 12 ans et plus qui déclarent jouer souvent ou de temps en temps sur l’un ou l’autre des terminaux évoqués (ordinateur, *smartphone*, console portable, console fixe ou avec un casque de réalité virtuelle)

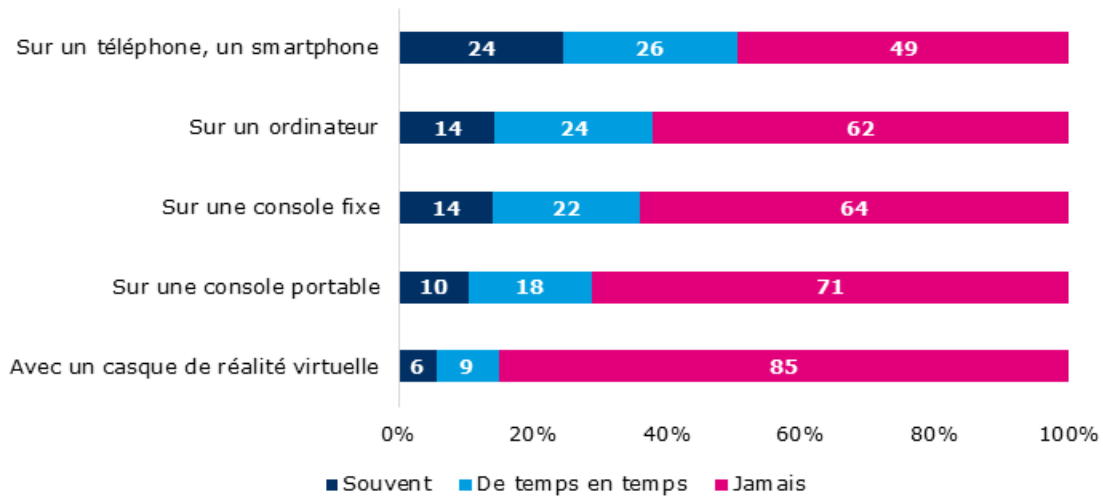
⁴⁴ Benghozi, Pierre-Jean, et Philippe Chantepie. 2017. *Jeux vidéo. L’industrie culturelle du XXIe siècle*. Paris : Presses de Sciences Po

⁴⁵ <https://www.sell.fr/lindustrie>

⁴⁶ S.E.L.L., L’essentiel du jeu vidéo, novembre 2022.

Graphique 105 - A quelle fréquence jouez-vous à des jeux vidéo ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

40% jouent sur ordinateur et 36% ont recours à une console fixe. Le score notable des consoles fixes s'explique probablement par un solide ancrage de quelques grandes marques de producteurs de consoles (Sony Playstation, Nintendo 3DS, XBOX etc.), et par la grande popularité de **certains jeux exclusivement accessibles** via ces consoles (Fifa, GTA, Minecraft, Fortnite) avant qu'ils soient disponibles également en version PC. A distance notable des autres supports, les consoles portables arrivent en quatrième position (28%) devant les casques de réalité virtuelle (15%) séduisant un public de niche plus expert et plus adepte.

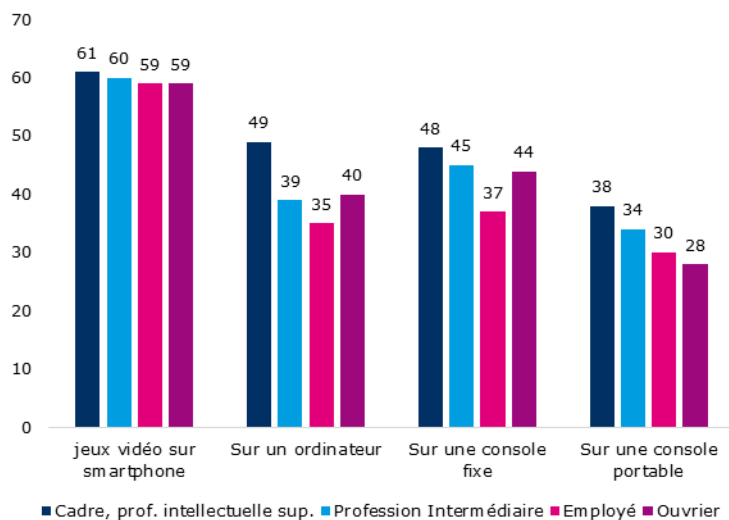
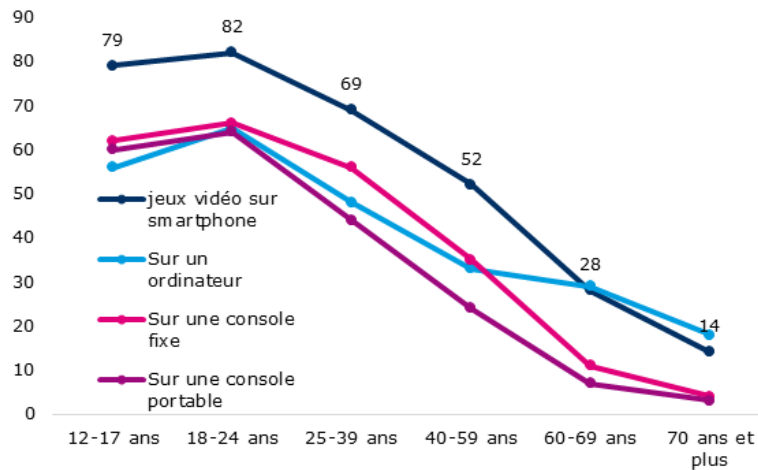
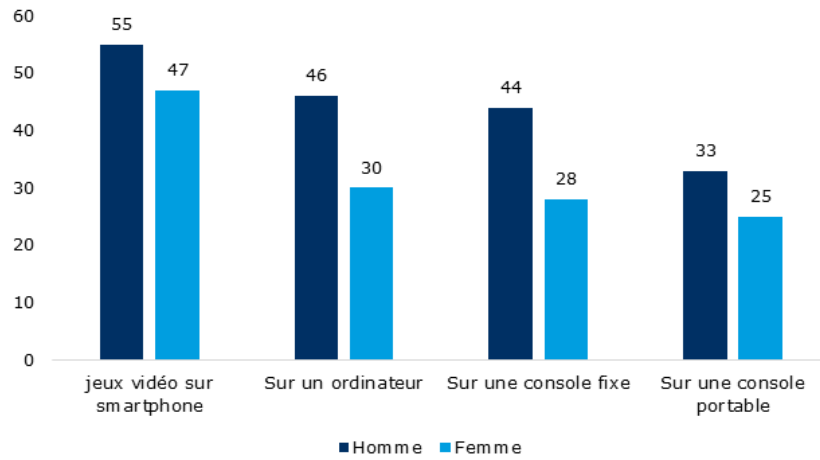
L'analyse sociodémographique révèle des profils de joueurs assez ressemblant pour les différents supports utilisés. **Les hommes, les moins de 40 ans, les personnes vivant dans un foyer composé de 3 ou de plus de personnes, les titulaires du BAC ou d'un diplôme du supérieur et les habitants de l'agglomération parisienne** déclarent plus souvent jouer aux jeux que ce soit sur *smartphone*, console fixe, ordinateur, console portable ou en utilisant un casque de réalité virtuelle.

Le *smartphone* a toutefois élargi le public des joueurs, puisque **47% des femmes** jouent à des jeux sur leur *smartphone* soit un taux quasi équivalent à celui constaté chez les hommes. 58% des 40-59 ans et 28% des 60-69 ans sont également joueurs sur *smartphone*. Alors que de nombreuses pratiques culturelles restent l'apanage de catégories professionnelles supérieures⁴⁷, les jeux vidéo sur *smartphone* concernent dans les mêmes proportions les ouvriers (59%), employés (59%) et les cadres (61%) ou les professions intermédiaires (60%).

⁴⁷ Sandra HOIBIAN, Anne-Laure MESENGE, Solen BERHUET, Charlotte MILLOT, La visite des musées, expositions et monuments, mai 2019, Collection des rapports du CREDOC

Graphique 106 – Sexe, âge et catégorie socioprofessionnelles des joueurs de jeux vidéo selon les différentes plateformes

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

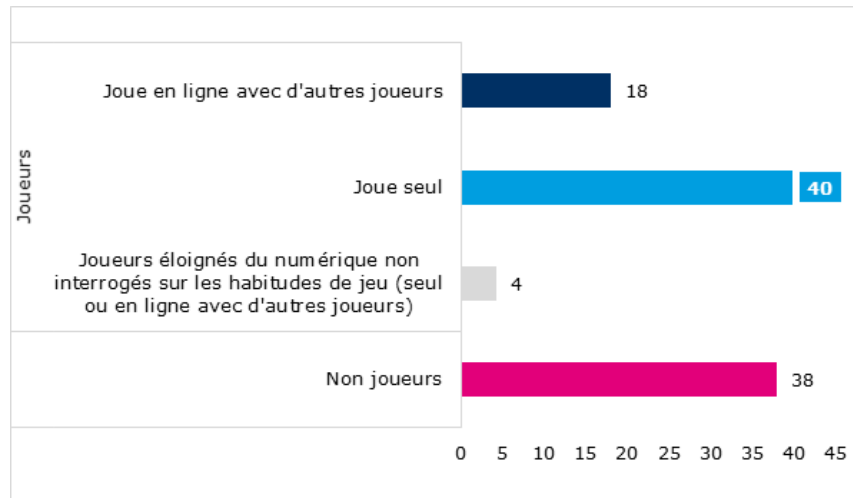


Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

En lien avec la prédominance du *smartphone*, le jeu vidéo se pratique surtout seul (40% des Français) plutôt qu'avec d'autres joueurs en ligne (18%).

Graphique 107 – Le plus souvent ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, - en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

Pour alléger le questionnaire, la question sur le jeu seul ou avec d'autres joueurs en ligne n'a pas été posée aux personnes n'ayant pas une connexion internet fixe à domicile.

Il convient toutefois de préciser que le questionnement de l'enquête focalise sur l'aspect de la **sociabilité en ligne** (jeu avec un ou plusieurs partenaires de jeu virtuels) et ne couvre pas **l'interaction sociale physique** lorsque deux ou plusieurs joueurs jouent « physiquement ensemble » sur une console de jeux lors d'une rencontre entre amis ou en famille par exemple. Rappelons que cette dernière pratique avait connu un essor notable pendant les périodes de confinement, où parents et enfants passaient le temps ensemble en jouant aux jeux vidéo⁴⁸. Selon l'enquête Médiamétrie, en 2021, 21% des joueurs indiquent se retrouver physiquement pour jouer ensemble. Une tendance en hausse de 7 points par rapport à 2020⁴⁹. Détail intéressant, ces **rencontres de gaming ou soirées de jeu rassemblent parfois des personnes à un même endroit ou lieu sans que les participants de cette rencontre jouent nécessairement à un même jeu**. Evoquons également l'émergence de ce type de pratiques en ligne (jeux simultanés d'amis à des jeux vidéo différents, avec des échanges sur messageries de type discord) qui constituent de modalités d'interactions sociales renouvelées autour du jeu vidéo.

Jouer à plusieurs constitue sans doute **une nouvelle forme de sociabilité notamment chez les jeunes**. En se focalisant sur le public des joueurs, 69% indiquent jouer seuls et 31% d'entre eux jouent en ligne avec d'autres. Le profil des joueurs solitaires ressemble à plusieurs égards à celui des non-joueurs. Ainsi, les femmes (77%, contre 69% en moyenne), les 40 ans et plus (77%-90%), les personnes vivant seules (75%) ou dans un ménage composé de deux personnes (78%), les retraités (90%), les classes moyennes supérieures (73%), les ruraux (78%) ou encore les habitants de petites agglomérations entre 2 000 et 20 000 habitants (76%) indiquent plus souvent jouer seuls.

A l'inverse, plus de quatre joueurs sur dix en agglomération parisienne (45%), des moins de 40 ans (40% à 51%), des familles nombreuses (40%) et des indépendants (58%) déclarent jouer en ligne avec d'autres personnes. **Il est notable que les 18-24 ans constituent la seule catégorie où le**

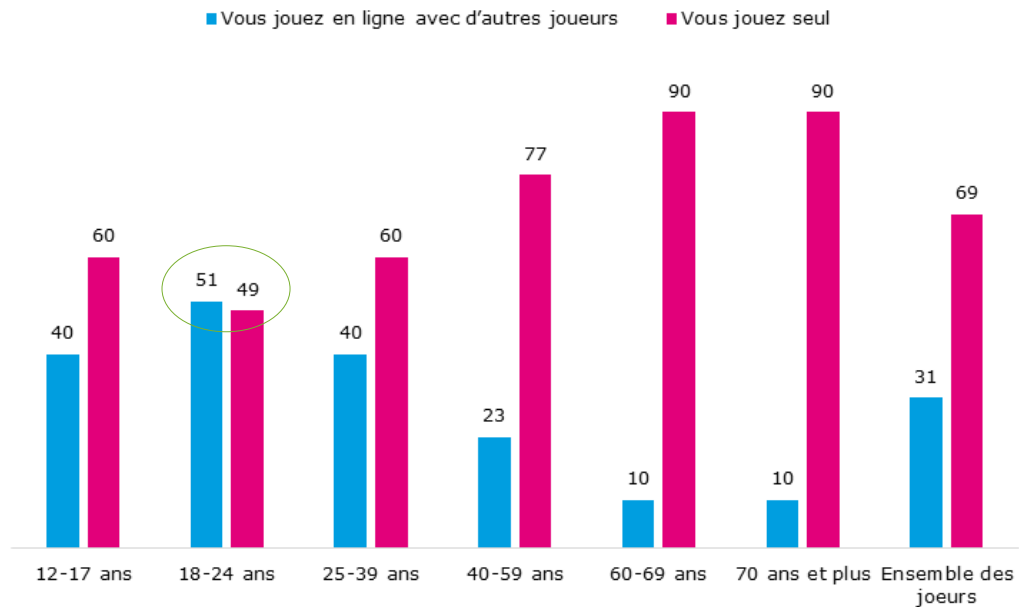
⁴⁸ Cf. Médiamétrie, op. cit., 2021.

⁴⁹ Ibid.

jeu vidéo à plusieurs est prépondérant : 51% jouent en ligne avec d'autres, contre seulement 49% déclarant jouer seul. L'enquête Médiamétrie/CSA souligne que le jeu vidéo est pour la majorité des jeunes une **pratique communautaire qui crée du lien social**. 30% des « gamers » ont le **sentiment d'appartenir à une communauté bien spécifique**. Un sentiment d'appartenance encore plus marqué chez les 10-17 ans (52%). Outre l'aspect de sociabilité, la différenciation selon l'âge tient également **au type de jeux pratiqués**⁵⁰. Chez les enfants et les jeunes adolescents, les jeux de simulation (p. ex. Les Sims), de musique ou de danse (p. ex. Just Dance) ou encore de plateforme (p. ex. Brawlstar, Subway Surfers etc.) sont les plus représentés, alors que les plus de 40 ans privilégient des jeux de cartes ou de chiffres et de lettres ou encore des jeux « passe-temps » comme Candy Crush ou Tetris⁵¹.

Graphique 108 – Les plus de 40 ans jouent plus souvent seuls alors que la majorité des jeunes optent pour les jeux en ligne avec d'autres joueurs

- Champ : ensemble des joueurs (*) -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

(*) à l'exclusion des 4% de Français qui jouent à des jeux vidéo, mais ne sont pas équipés d'une connexion à internet fixe chez eux. Pour alléger le questionnaire la question sur le jeu seul/à plusieurs n'a pas été posée aux personnes n'ayant pas une connexion internet fixe à domicile.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Coavoux, Samuel. 2019b. « Les jeux vidéo chez les adolescents. Une approche quantitative ». In *Jeu vidéo et adolescence*, édité par Vincent Berry et Leticia Andlauer, 15-30. Québec : Presses de l'Université Laval.

Tableau 32 - Le plus souvent...
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Vous jouez en ligne avec d'autres joueurs	Vous jouez seul	N'a pas internet fixe à domicile	Non joueur	Total
Sexe	Homme	24%	40%	5%	31%	100%
	Femme	12%	40%	4%	44%	100%
Âge	12-17 ans	35%	48%	4%	12%	100%
	18-24 ans	43%	41%	9%	7%	100%
	25-39 ans	30%	44%	6%	20%	100%
	40-59 ans	14%	47%	4%	35%	100%
	60-69 ans	4%	36%	2%	58%	100%
	70 ans et plus	2%	18%	3%	77%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	9%	29%	6%	56%	100%
	Deux personnes	10%	35%	4%	50%	100%
	Trois personnes	23%	49%	3%	24%	100%
	Quatre personnes	31%	48%	3%	18%	100%
	Cinq personnes et plus	32%	47%	5%	16%	100%
Diplôme	Non diplômé	9%	25%	6%	61%	100%
	BEPC	14%	37%	4%	45%	100%
	BAC	16%	49%	5%	30%	100%
	Diplômé du supérieur	22%	41%	4%	33%	100%
	12-17 ans	35%	48%	4%	12%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	40%	28%	7%	25%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	26%	44%	3%	28%	100%
	Profession Intermédiaire	20%	48%	5%	27%	100%
	Employé	17%	46%	5%	32%	100%
	Ouvrier	22%	45%	4%	28%	100%
	Personne au foyer	12%	41%	5%	42%	100%
	Retraité	3%	25%	3%	69%	100%
	Autre inactif	29%	47%	5%	19%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	23%	40%	6%	31%	100%
	Classes moyennes inférieures	19%	41%	4%	36%	100%
	Classes moyennes supérieures	16%	43%	4%	37%	100%
	Hauts revenus	17%	41%	3%	38%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	10%	35%	4%	50%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	13%	41%	4%	42%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	17%	44%	6%	33%	100%
	Plus de 100 000 hab.	21%	42%	4%	33%	100%
	Agglomération parisienne	30%	36%	4%	30%	100%
Ensemble de la population	18%	40%	4%	38%	100%	

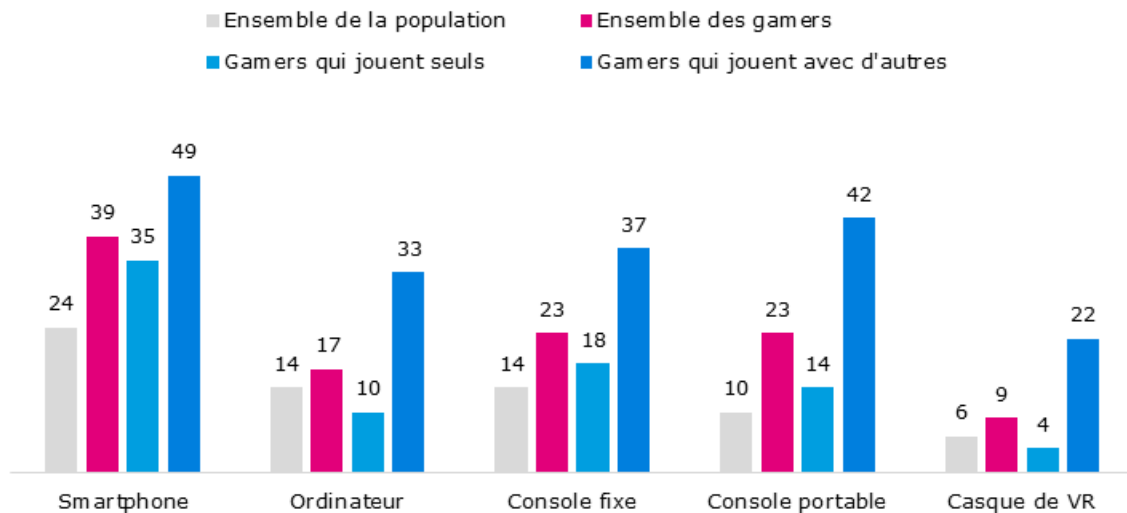
Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

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.

Les **joueurs à des jeux multi-joueurs en ligne sont les plus assidus** à la pratique de jeux vidéo, auxquels ils jouent « souvent » sur tous les terminaux proposés. 49% jouent souvent sur un *smartphone*, 42% souvent sur une console mobile, 37% souvent sur une console fixe et 33% souvent sur un ordinateur. Notamment pour les consoles (fixes et mobiles) ainsi que pour le PC les proportions sont deux à quatre fois plus élevées qu'en population générale, ou que chez les joueurs qui préfèrent des jeux solitaires.

Graphique 109 – Les gamers utilisent davantage l'ensemble des supports, notamment ceux qui jouent avec d'autres en ligne

- Support utilisé souvent pour jouer aux jeux vidéo -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

Le nombre d'heures moyen passé à jouer à des jeux vidéo sur un équipement numérique dans l'ensemble de la population est de six heures par semaine et le nombre d'heures au sein de la population **des joueurs est de dix heures par semaine**. Ainsi, nos concitoyens **passent deux à trois fois moins de temps à jouer des jeux vidéo que devant la télévision**.

Près de trois Français sur dix (29%) passent jusqu'à une heure par jour sur les jeux vidéo et 10% y passent entre 1 et 2 heures quotidiennement. Les très grands joueurs (en termes de temps passé à jouer aux jeux vidéo) restent relativement minoritaires : 2% passent 5 heures par jour ou plus sur les jeux vidéo alors que 3% indiquent un volume horaire quotidien entre 3 et 5 heures.

Tableau 33 - Au total, combien d'heures par semaine jouez-vous à des jeux vidéo sur un équipement numérique (téléphone, console fixe ou mobile, ordinateur ...) ?
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

(Heures par semaine)	2022
. Aucune	39
. De 1 à 7 heures (1h par jour ou moins)	29
. De 8 à 14 heures	10
. De 15 à 21 heures	7
. De 22 à 35 heures	3
. Plus de 35 heures par semaine (5 h / jour)	2
. Ne sait pas	11
Total (y compris ne sait pas/non renseigné)	100

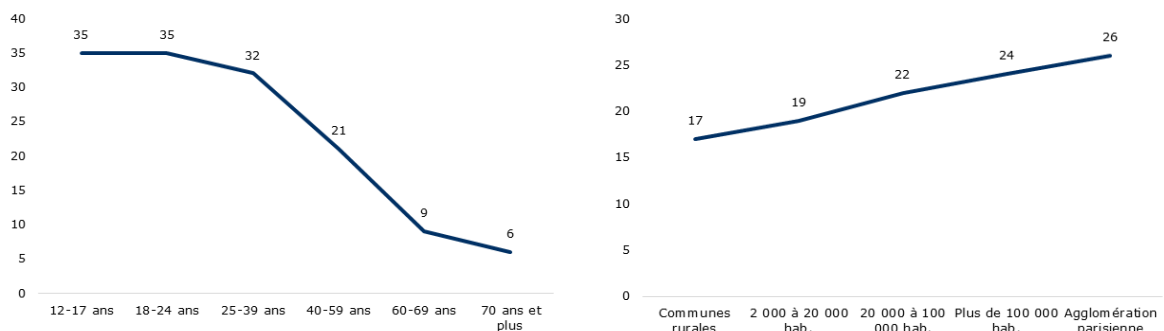
Nombre moyen d'heures (population concernée des joueurs de jeux vidéo)	10
Nombre moyen d'heures (population totale)	6

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

En termes de ventilation socio-démographique, **c'est l'âge qui impacte le plus nettement le temps passé à jouer aux jeux vidéo**. 35% des 12-17 ans, 35% des 18-24 ans et 32% des 25-39 ans passent au moins une heure par jour en moyenne à jouer à des jeux vidéo. Ce groupe de joueurs assidus est complété par les étudiants (31%) et les personnes qui vivent dans des foyers de 4 personnes (33%) ou 5 personnes et plus (27%). La pratique fréquente est également liée, dans une moindre mesure, à l'espace de vie : plus assidue en zone urbaine et moins chronophage en zone rurale. Et au genre : 28% des hommes déclarent jouer plus d'une heure par jour contre 15% des femmes.

Graphique 110 – Proportion de personnes jouant à des jeux vidéo plus d'une heure par jour en moyenne (8 heures ou plus par semaine)

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, baromètre du numérique, édition 2022.

Tableau 34 - Au total, combien d'heures par semaine jouez-vous à des jeux vidéo sur un équipement numérique (téléphone, console fixe ou mobile, ordinateur ...) ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Aucune	7 heures ou moins	8 à 14 heures	15 à 21 heures	22 à 35 heures	Plus de 35 heures	Ne sait pas	Total
Sexe	Homme	32%	30%	12%	9%	5%	2%	10%	100%
	Femme	46%	28%	7%	5%	2%	1%	11%	100%
Âge	12-17 ans	12%	33%	16%	10%	6%	3%	19%	100%
	18-24 ans	9%	38%	11%	11%	7%	6%	17%	100%
	25-39 ans	21%	39%	16%	9%	5%	2%	7%	100%
	40-59 ans	37%	33%	10%	7%	3%	1%	11%	100%
	60-69 ans	58%	20%	4%	3%	2%	0%	12%	100%
	70 ans et plus	78%	10%	2%	3%	1%	0%	6%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	57%	22%	6%	4%	2%	1%	8%	100%
	Deux personnes	51%	25%	7%	5%	3%	1%	9%	100%
	Trois personnes	25%	34%	13%	10%	3%	3%	13%	100%
	Quatre personnes	19%	35%	14%	10%	6%	3%	13%	100%
	Cinq personnes et plus	17%	41%	13%	9%	4%	1%	15%	100%
Diplôme	Non diplômé	62%	20%	3%	6%	1%	2%	7%	100%
	BEPC	46%	25%	7%	6%	4%	1%	12%	100%
	BAC	31%	34%	12%	7%	3%	1%	12%	100%
	Diplômé du supérieur	34%	33%	12%	7%	3%	2%	8%	100%
	12-17 ans	12%	33%	16%	10%	6%	3%	19%	100%
Profession catégorisée sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	25%	34%	12%	6%	11%	3%	8%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	29%	35%	13%	9%	4%	2%	8%	100%
	Profession Intermédiaire	29%	39%	14%	8%	1%	1%	10%	100%
	Employé	34%	33%	10%	7%	4%	2%	10%	100%
	Ouvrier	29%	35%	7%	11%	5%	1%	12%	100%
	Personne au foyer	43%	22%	12%	4%	3%	3%	14%	100%
	Retraité	70%	14%	3%	3%	1%	0%	8%	100%
	Autre inactif	20%	33%	14%	9%	5%	3%	16%	100%
	Niveau de vie	Bas revenus	33%	29%	11%	7%	5%	2%	13%
Classes moyennes inférieures		37%	30%	9%	7%	3%	2%	13%	100%
Classes moyennes supérieures		38%	31%	10%	7%	3%	1%	9%	100%
Hauts revenus		40%	30%	10%	8%	3%	1%	9%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	51%	23%	9%	5%	2%	1%	9%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	43%	27%	7%	7%	3%	2%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	34%	33%	9%	8%	4%	1%	12%	100%
	Plus de 100 000 hab.	34%	32%	11%	8%	4%	1%	11%	100%
	Agglomération parisienne	32%	31%	12%	6%	6%	2%	11%	100%
Ensemble de la population	39%	29%	10%	7%	3%	2%	11%	100%	

Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

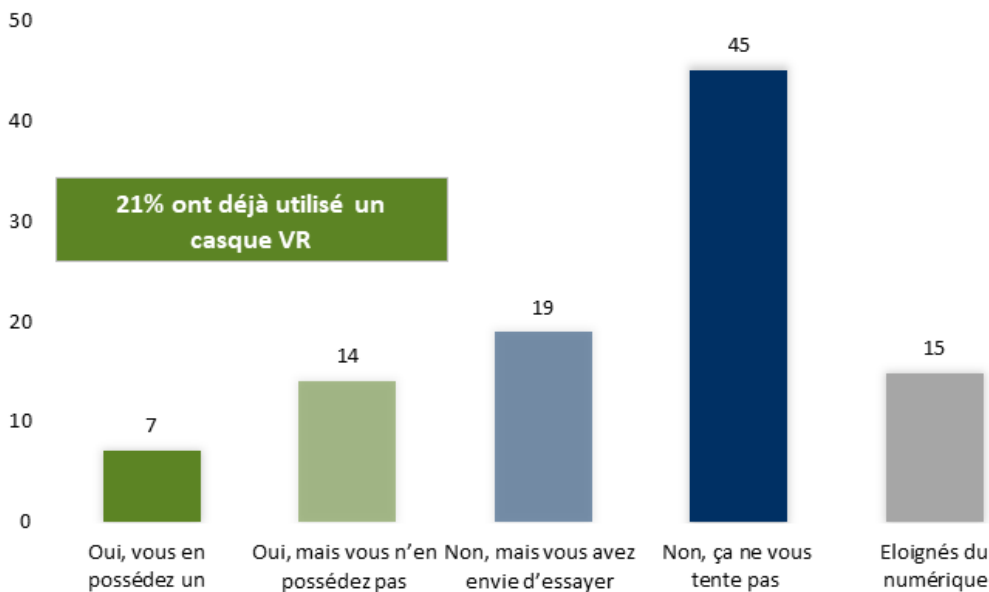
Les pourcentages en bleu et en gras indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

b) Un Français sur 5 a déjà testé un casque réalité virtuelle et une proportion quasiment identique souhaiterait le faire

Bien que le moins souvent utilisé pour jouer aux jeux vidéo, les casques de réalité virtuelle constituent toutefois un nouveau support pour explorer et expérimenter l'univers digital. En 2022, **un peu plus d'un répondant sur cinq (21%) a déjà testé un casque de réalité virtuelle** et 19% aimeraient le faire. 7% des internautes possèdent même un tel équipement. Au total, le potentiel de cet objet connecté est remarquable, avec 40% des internautes qui en ont déjà fait l'expérience ou souhaiteraient la faire.

Graphique 111 - Avez-vous déjà utilisé un casque de réalité virtuelle ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Pour alléger le questionnaire, la question n'a pas été posée aux personnes n'ayant pas une connexion internet fixe à domicile (personnes dites « éloignées du numérique »).

L'intérêt pour les casques virtuels varie fortement selon le profil socio-démographique. Ainsi, **les hommes sont plus nombreux à avoir déjà essayé un casque de réalité virtuelle** ou à en posséder un que les femmes, et ils montrent également une plus grande appétence à essayer un. 21% des hommes disent vouloir essayer, alors que seulement 17% des femmes se disent séduites par cette idée. **L'âge** est également clivant. Les moins de 40 ans sont plus nombreux à avoir déjà essayé un tel objet ou se disent tentés de le faire, alors que les plus de 40-69 ans déclarent davantage ne pas vouloir essayer (52% à 67% contre 45% en moyenne). Dans une moindre mesure la taille du foyer joue également. Les personnes vivant seules ou à deux sont moins familières avec l'objet et manifestent également un moindre intérêt pour tenter l'expérience. La situation est inversée dans les grands foyers. Les personnes vivant dans des foyers de 3 ou 4 personnes sont plus nombreuses à avoir testé ce type d'objet connecté.

Tableau 35 - Avez-vous déjà utilisé un casque de réalité virtuelle ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Oui, vous en possédez un	Oui, mais vous n'en possédez pas	Non, mais vous avez envie d'essayer	Non, ça ne vous tente pas	N'a pas internet fixe à domicile	Total
Sexe	Homme	9%	17%	21%	40%	13%	100%
	Femme	5%	11%	17%	50%	17%	100%
Âge	12-17 ans	13%	24%	26%	31%	6%	100%
	18-24 ans	14%	33%	20%	22%	11%	100%
	25-39 ans	13%	22%	22%	34%	9%	100%
	40-59 ans	6%	12%	22%	52%	8%	100%
	60-69 ans	1%	6%	15%	67%	10%	100%
	70 ans et plus	0%	1%	8%	46%	45%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	4%	9%	13%	43%	31%	100%
	Deux personnes	3%	11%	16%	54%	16%	100%
	Trois personnes	11%	18%	23%	41%	8%	100%
	Quatre personnes	14%	21%	22%	39%	4%	100%
	Cinq personnes et plus	11%	17%	27%	36%	8%	100%
Diplôme	Non diplômé	2%	8%	12%	34%	44%	100%
	BEPC	5%	9%	17%	54%	16%	100%
	BAC	6%	17%	21%	47%	9%	100%
	Diplômé du supérieur	10%	18%	20%	43%	9%	100%
	12-17 ans	13%	24%	26%	31%	6%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	17%	25%	15%	31%	13%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	12%	20%	23%	39%	5%	100%
	Profession Intermédiaire	9%	19%	20%	45%	8%	100%
	Employé	7%	14%	20%	51%	9%	100%
	Ouvrier	9%	15%	22%	45%	10%	100%
	Personne au foyer	5%	12%	17%	53%	13%	100%
	Retraité	1%	3%	11%	53%	32%	100%
	Autre inactif	10%	22%	25%	33%	10%	100%
	Niveau de vie	Bas revenus	9%	16%	18%	39%	18%
Classes moyennes inférieures		6%	15%	21%	45%	12%	100%
Classes moyennes supérieures		7%	12%	21%	51%	8%	100%
Hauts revenus		7%	15%	19%	52%	7%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	6%	10%	15%	42%	28%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	6%	10%	18%	48%	18%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	5%	15%	20%	50%	11%	100%
	Plus de 100 000 hab.	8%	15%	22%	46%	9%	100%
	Agglomération parisienne	10%	21%	18%	41%	10%	100%
Ensemble de la population		7%	14%	19%	45%	15%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique., 2022

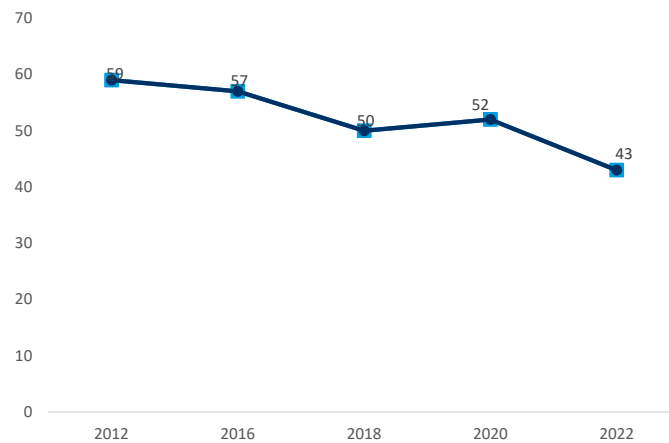
Les pourcentages en bleu et en gras indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

c) *Le temps passé devant les téléviseurs tend à diminuer, celui à regarder des vidéos en ligne à augmenter*

Les données recueillies en 2022 sur le temps passé par semaine à regarder la télévision sur un poste de télévision, montrent la reprise de la tendance à la baisse avant la survenue de l'épidémie de Covid-19. Le nombre d'heures moyen **passé à regarder la télévision sur un poste de télévision** passe de 19 à 17 heures par semaine dans l'ensemble de la population. Et la proportion des téléphiles (qui y passent plus de 2 heures par jour en moyenne par semaine) recule nettement après le sursaut observé en 2020, lorsque les journaux télévisés et annonces gouvernementales retransmises en direct sur les chaînes de télévision rythmaient la vie du pays.

Graphique 112 – Une baisse de la proportion de Français regardant la télévision plus de 2 heures par jour en moyenne

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 36

Combien d'heures par semaine regardez-vous la télévision sur un poste de télévision ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

(Heures par semaine)	2012	2016	2018	2020	2022
. Aucune	3	5	6	5	5
. De 1 à 7 heures (1h par jour ou moins)	17	17	21	20	22
. De 8 à 14 heures	20	20	21	18	15
. De 15 à 21 heures	29	26	26	22	20
. De 22 à 35 heures	19	21	15	20	16
. Plus de 35 heures par semaine (5 h / jour)	11	10	9	10	7
. Ne sait pas	1	0	1	6	15
Total	100	100	100	100	100
Nombre moyen d'heures (Population concernée)	21	21	19	20	18
Nombre moyen d'heures (Population totale)	20	20	18	19	17

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

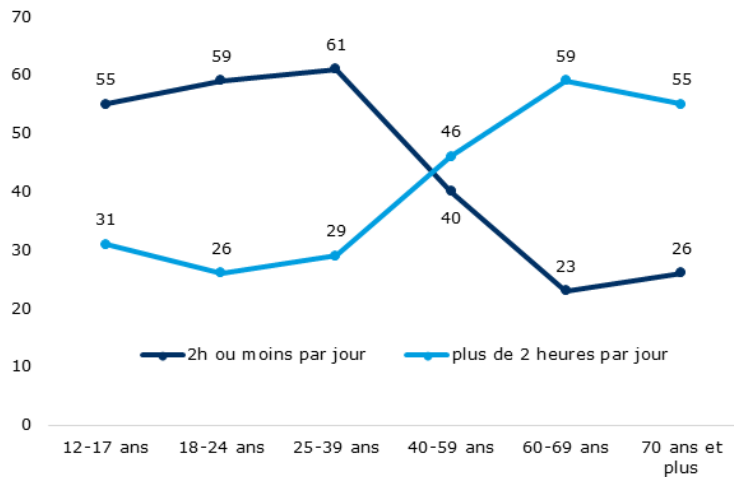
C'est **l'âge** qui a l'impact le plus net sur le temps passé à regarder la télévision. Avant 40 ans, une majorité de la population passe, en moyenne, 2 heures par jour ou moins devant un poste de télévision. Après 40 ans, majoritairement, plus de 2 heures y sont passées. 41% des sexagénaires y passent plus de 3 heures par jour et 14% y passent même plus de 5 heures quotidiennement. Cette proportion est comparable chez les 70 ans et plus (13%).

L'asymétrie dans le temps passé devant la télévision est également marquée selon **le diplôme**. Les moins diplômés sont 11% à rester 5 heures au moins devant la télévision chaque jour, cette proportion n'étant que de 4% chez les diplômés de l'enseignement supérieur.

Les personnes qui vivent seules ou à deux y consacrent davantage de temps que celles qui vivent dans des foyers de grande taille : 11% des personnes qui vivent seules y consacrent plus de 5 heures par jour, contre 4% de celles qui vivent dans des foyers de quatre personnes.

Graphique 113 – Les plus âgés passent le plus de temps devant leur poste de télévision

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Tableau 37 – Nombre d’heures passées par semaine à regarder la télévision sur un poste de télévision, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

		Aucune	7 heures ou moins	8 à 14 heures	15 à 21 heures	22 à 35 heures	Plus de 35 heures	Ne sait p
Sexe	Homme	4%	23%	15%	21%	17%	7%	13%
	Femme	5%	21%	16%	18%	15%	7%	17%
Âge	12-17 ans	5%	34%	16%	20%	9%	2%	14%
	18-24 ans	8%	38%	13%	14%	7%	5%	16%
	25-39 ans	6%	34%	21%	18%	8%	3%	10%
	40-59 ans	5%	18%	17%	24%	16%	6%	15%
	60-69 ans	3%	10%	10%	18%	27%	14%	18%
	70 ans et plus	2%	13%	11%	18%	24%	13%	20%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	7%	18%	13%	19%	16%	11%	17%
	Deux personnes	4%	17%	13%	21%	21%	10%	14%
	Trois personnes	5%	27%	17%	17%	15%	4%	16%
	Quatre personnes	3%	28%	18%	22%	10%	4%	15%
	Cinq personnes et plus	6%	29%	18%	18%	10%	4%	15%
Diplôme	Non diplômé	3%	21%	12%	15%	17%	11%	20%
	BEPC	3%	17%	13%	18%	20%	11%	17%
	BAC	5%	20%	16%	18%	17%	7%	16%
	Diplômé du supérieur	7%	25%	18%	24%	11%	4%	10%
	12-17 ans	5%	34%	16%	20%	9%	2%	14%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	6%	33%	19%	13%	13%	4%	13%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	7%	25%	21%	28%	8%	4%	8%
	Profession Intermédiaire	7%	26%	20%	22%	12%	1%	12%
	Employé	5%	22%	18%	21%	14%	5%	15%
	Ouvrier	3%	23%	14%	21%	19%	6%	14%
	Personne au foyer	5%	19%	14%	19%	15%	9%	18%
	Retraité	2%	12%	10%	18%	25%	15%	19%
	Autre inactif	6%	31%	14%	16%	10%	7%	16%
Niveau de vie	Bas revenus	5%	29%	15%	14%	11%	7%	19%
	Classes moyennes inférieures	4%	20%	16%	19%	17%	7%	16%
	Classes moyennes supérieures	4%	19%	15%	21%	19%	9%	12%
	Hauts revenus	5%	20%	16%	25%	16%	6%	11%
Taille d'agglomération	Communes rurales	4%	21%	16%	19%	14%	9%	17%
	2 000 à 20 000 hab.	3%	23%	15%	18%	19%	8%	15%
	20 000 à 100 000 hab.	3%	21%	13%	21%	16%	9%	16%
	Plus de 100 000 hab.	6%	22%	15%	20%	17%	6%	14%
	Agglomération parisienne	7%	24%	17%	20%	13%	6%	13%
Ensemble de la population	5%	22%	15%	20%	16%	7%	15%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

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.

Le désamour pour les programmes de télévision regardés sur une petite lucarne est compensé par la **hausse du visionnage des vidéos en ligne**. Celui-ci s’inscrit dans un contexte faisant suite à deux années marquées par la pandémie de coronavirus, pendant lequel la consommation notamment de films et séries en vidéo à la demande via des plateformes avec abonnement a nettement progressée, et semble s’être maintenue après la crise⁵². Au-delà du contexte de restriction des déplacements et sortie du domicile, la multiplication de l’**offre** disponible vient également nourrir la demande. Depuis la publication de la première étude sur les plateformes audio-visuelles et les contenus audio-visuels du CNC /CSA en 2018⁵³, **le nombre de services disponibles en France a continué de croître**. Le lancement d’Apple TV+ en novembre 2019 et de Disney+ en avril 2020 ne constituent que les exemples les plus emblématiques. Pendant le premier confinement, en avril 2020, 78 services actifs étaient recensés en France (contre 63 fin 2017).

Le temps passé à regarder, sur internet, des vidéos, des films ou des programmes audiovisuels, est, à l’inverse des évolutions observées pour la télévision, **à la hausse**. Les Français dans leur ensemble y passent 8 heures en moyenne par semaine (+2 heures par rapport à 2020 et +3 heures par rapport à 2018). Une hausse qui s’explique à la fois par un élargissement du public regardant des contenus audiovisuels sur Internet (58% en 2022 contre 53% en 2020) et du nombre d’heures de visionnage par ceux-ci (11 heures, soit +1 heure par rapport à 2020).

Tableau 38
Combien d’heures par semaine regardez-vous, sur internet, des vidéos, des films ou d’autres programmes audiovisuels ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

(heures par semaine)	2018	2020	2022
Regarde sur internet, des vidéos, des films ou d’autres programmes audiovisuels	46	53	58
. dont Une heure ou deux	13	14	12
. dont Trois heures et plus	33	39	46
. Internaute ne regardant pas ce type de programme ..	39	20	17
. Non internaute (n’utilise jamais internet)	11	8	8
. Non renseigné.....	4	19	17
Total (y compris ne sait pas/non renseigné)	100	100	100
Nombre moyen d’heures (Population concernée)	10	10	11
Nombre moyen d’heures (Population totale)	5	6	8

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

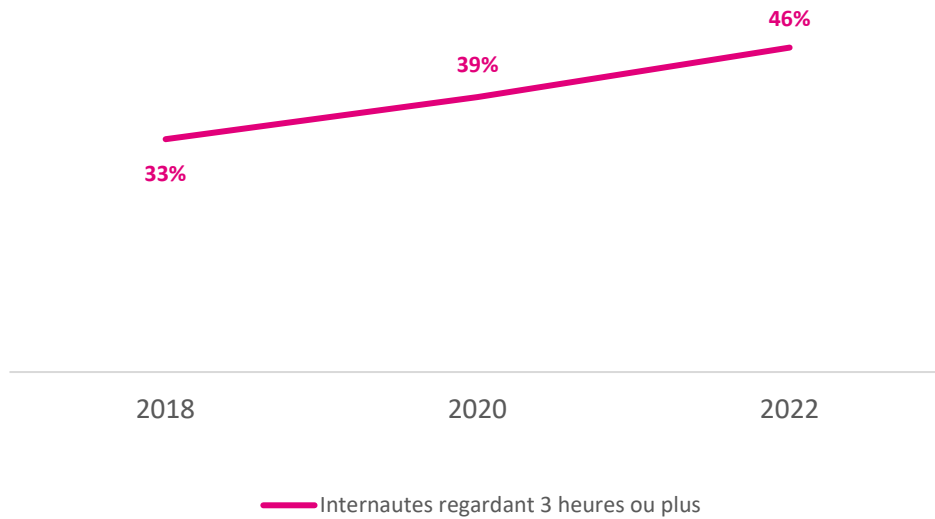
La proportion des consommateurs assidus de contenus audiovisuels sur Internet (3 heures et plus) a particulièrement progressé au cours des deux dernières éditions. En 2022, 46% des internautes indiquent passer trois heures et plus à visionner sur internet des vidéos, des

⁵² HADOPI, CSA, La multiplication des services de vidéo à la demande par abonnement stratégies de développement et impact sur les usages, 2021, <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-corealisees-avec-le-CSA/Etude-Hadopi-CSA-La-multiplication-des-services-de-video-a-la-demande-par-abonnement>

⁵³ CNC, CSA, La vidéo à la demande par abonnement en France : marché et stratégies des acteurs, Mai 2018.

films ou d'autres programmes audiovisuels, soit une augmentation de 7 points par rapport à 2020 et de 13 points par rapport à 2018

Graphique 114 – Les internautes qui n'utilisent jamais internet pour regarder des contenus audiovisuels sont nettement minoritaires en 2022



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

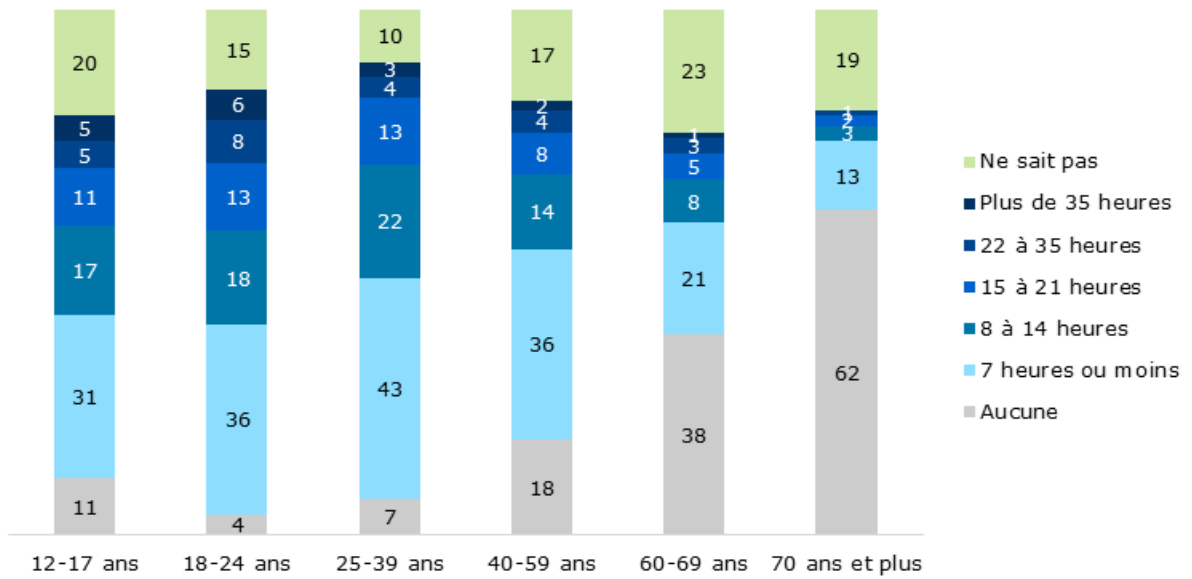
Le temps consacré à regarder sur internet des films, des vidéos ou des programmes audiovisuels est très lié à l'âge de la personne et à son niveau de diplôme et les corrélations sont même plus nettes encore pour cet usage spécifique.

Entre les 12-17 ans et leurs grands-parents (70 ans et plus), la situation est quasiment l'inverse l'une de l'autre : 62% des plus âgés ne regardent jamais de vidéos sur internet tandis que 3% en sont de gros consommateurs (au moins deux heures par jour en moyenne). Pour **les 12-17 ans**, c'est le contraire : 11% de cette tranche d'âge n'y consacrent aucun moment de leur semaine et 21% de « gros » consommateurs. Les 12-17 ans adoptent à cet égard le même comportement que les 15-24 ans et les 25-39 ans : 4% à 7% de non-consommateurs et 27%/20% de « gros » consommateurs.

Les non-diplômés comptent, en leur sein, 48% d'individus qui ne déclarent aucune heure passée devant des films ou des vidéos sur internet alors que cette proportion n'est que de 18% chez les diplômés du bac ou 16% chez les diplômés du supérieur.

La taille d'agglomération, qui cristallise probablement un effet âge et diplôme, s'avère également déterminante. La proportion de personnes qui ne visionnent jamais ce type de contenu est deux à deux fois et demie plus élevée dans les zones rurales (39%-29%) qu'en agglomération parisienne (15%).

Graphique 115 – L'âge est également très corrélé avec le temps passé à regarder des vidéos sur internet
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

**Tableau 39 - Combien d'heures par semaine regardez-vous, sur internet, des vidéos, des films ou d'autres programmes audiovisuels ?
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -**

		Aucune	7 heures ou moins	8 à 14 heures	15 à 21 heures	22 à 35 heures	Plus de 35 heures	Ne sait pas
Sexe	Homme	19%	33%	15%	10%	5%	3%	16%
	Femme	28%	29%	12%	7%	3%	2%	18%
Âge	12-17 ans	11%	31%	17%	11%	5%	5%	20%
	18-24 ans	4%	36%	18%	13%	8%	6%	15%
	25-39 ans	7%	43%	22%	13%	4%	3%	10%
	40-59 ans	18%	36%	14%	8%	4%	2%	17%
	60-69 ans	38%	21%	8%	5%	3%	1%	23%
	70 ans et plus	62%	13%	3%	2%	1%	0%	19%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	38%	25%	10%	7%	3%	2%	17%
	Deux personnes	34%	26%	12%	7%	4%	1%	17%
	Trois personnes	14%	34%	17%	12%	3%	3%	17%
	Quatre personnes	8%	39%	17%	9%	5%	4%	18%
	Cinq personnes et plus	7%	43%	16%	11%	4%	2%	16%
Diplôme	Non diplômé	48%	17%	6%	3%	4%	3%	19%
	BEPC	30%	26%	12%	7%	4%	2%	20%
	BAC	18%	32%	14%	11%	4%	3%	19%
	Diplômé du supérieur	16%	41%	17%	10%	3%	1%	12%
	12-17 ans	11%	31%	17%	11%	5%	5%	20%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	10%	36%	17%	11%	6%	7%	13%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	8%	44%	22%	13%	2%	1%	9%
	Profession Intermédiaire	13%	43%	17%	10%	4%	1%	13%
	Employé	17%	34%	18%	9%	3%	2%	17%
	Ouvrier	17%	34%	12%	11%	6%	2%	18%
	Personne au foyer	26%	28%	11%	7%	3%	2%	24%
	Retraité	54%	15%	5%	3%	2%	1%	20%
	Autre inactif	11%	33%	16%	10%	5%	5%	20%
Niveau de vie	Bas revenus	20%	30%	14%	7%	5%	4%	20%
	Classes moyennes inférieures	21%	31%	13%	9%	4%	3%	19%
	Classes moyennes supérieures	22%	32%	15%	9%	4%	2%	17%
	Hauts revenus	23%	36%	14%	9%	2%	1%	14%
Taille d'agglomération	Communes rurales	39%	24%	10%	5%	3%	3%	16%
	2 000 à 20 000 hab.	29%	28%	13%	9%	3%	1%	17%
	20 000 à 100 000 hab.	19%	35%	14%	6%	3%	2%	20%
	Plus de 100 000 hab.	18%	33%	14%	11%	4%	2%	18%
	Agglomération parisienne	15%	37%	17%	9%	5%	3%	14%
Ensemble de la population	24%	31%	14%	8%	4%	2%	17%	

Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

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.

d) *Un tiers du temps éveillé est passé sur un écran*

Au total, en 2022, en moyenne, les Français passent **32 heures par semaine devant un écran**. C'est donc un cinquième du temps total disponible d'une personne (168 heures par semaine) qui est dédié à un écran, et un peu moins d'un tiers (29% exactement) environ du temps disponible hors sommeil⁵⁴.

Plus en détail, les amplitudes des volumes horaire varient fortement. 30% passent au moins 5 heures par jour devant les écrans et 23% entre 3 et 5 heures par jour. Un peu plus d'un quart 26% passent entre 1 et 3 heures par jour devant les écrans et 9% se limitent à moins d'une heure par jour. 2%, enfin, ne regardent jamais un écran.

Tableau 40
Au total, que ce soit pour un usage personnel ou un usage professionnel, et quel que soit le lieu (domicile, études, travail, déplacements ...), combien d'heures par semaine passez-vous devant un écran (un écran de télévision, un ordinateur, une tablette, un smartphone, une console de jeux ...) ?
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

(Heures par semaine)	2022
. Aucune	2
. 7 heures ou moins (1h par jour ou moins)	9
. De 8 à 14 heures	11
. De 15 à 21 heures	15
. De 22 à 35 heures	23
. Plus de 35 heures par semaine (5 h / jour)	30
. Ne sait pas	10
Total (y compris ne sait pas/non renseigné)	100
Nombre moyen d'heures (Population concernée)	33
Nombre moyen d'heures (Population totale)	32

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Les écarts entre les différents groupes sont plutôt **moins marqués** concernant le temps d'écran global, que pour les activités en détail. Les constats essentiels restent, cependant, les mêmes, à savoir que **le genre, l'âge** et, dans une moindre mesure, **la PCS et le niveau de vie** sont les descripteurs les plus corrélés avec le temps global passé sur écran.

Les femmes sont moins consommatrices d'écrans que les hommes. 34% des hommes passent au moins cinq heures par jour devant les écrans, alors que cette proportion n'est que de 26% chez les femmes.

Le temps passé devant les écrans augmente avec l'âge, tiré par les heures passées devant le petit écran des seniors. Avant 40 ans, le temps passé sur les écrans est légèrement inférieur à la tranche d'âge des sexagénaires où 35% passent 5 heures ou plus devant les écrans. Chez les seniors il s'agit davantage de temps devant le petit écran que sur la toile.

⁵⁴ En 2012, 8 heures 30 étaient consacrées en moyenne au sommeil par les personnes de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine, INSEE, Enquête emploi du temps, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281050?sommaire=2118074>

Les cadres comptent également parmi les très gros consommateurs. 38% d'entre eux passent au moins 5 heures par jour devant les écrans. Cette forte consommation d'écrans s'explique probablement pour partie par leur usage plus fréquent d'ordinateur dans un cadre professionnel. Il en va de même pour les hauts revenus (35%), alors que 27% des bas revenus déclarent passer 5 heures ou plus par jour devant les écrans.

Tableau 41 - Au total, que ce soit pour un usage personnel ou un usage professionnel, et quel que soit le lieu (domicile, études, travail, déplacements ...), combien d'heures par semaine passez-vous devant un écran (un écran de télévision, un ordinateur, une tablette, un smartphone, une console de jeux ...) ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Aucune	7 heures ou moins	8 à 14 heures	15 à 21 heures	22 à 35 heures	Plus de 35 heures	Ne sait pas
Sexe	Homme	1%	8%	10%	16%	24%	34%	8%
	Femme	2%	10%	12%	15%	22%	26%	12%
Âge	12-17 ans	2%	8%	14%	14%	25%	30%	7%
	18-24 ans	1%	12%	10%	12%	23%	33%	10%
	25-39 ans	1%	10%	16%	18%	20%	29%	6%
	40-59 ans	1%	8%	10%	16%	25%	30%	9%
	60-69 ans	3%	6%	8%	14%	22%	35%	11%
	70 ans et plus	2%	10%	10%	16%	23%	24%	16%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	4%	11%	9%	17%	19%	29%	12%
	Deux personnes	1%	8%	11%	15%	25%	30%	9%
	Trois personnes	1%	9%	12%	15%	24%	29%	10%
	Quatre personnes	1%	8%	12%	15%	24%	31%	10%
	Cinq personnes et plus	2%	10%	15%	17%	19%	30%	8%
Diplôme	Non diplômé	3%	15%	12%	14%	17%	24%	15%
	BEPC	2%	8%	10%	15%	23%	30%	11%
	BAC	1%	7%	10%	16%	24%	30%	12%
	Diplômé du supérieur	1%	9%	12%	17%	23%	32%	6%
	12-17 ans	2%	8%	14%	14%	25%	30%	7%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	1%	13%	13%	19%	20%	28%	7%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	0%	6%	11%	18%	22%	38%	5%
	Profession Intermédiaire	1%	9%	13%	17%	26%	26%	8%
	Employé	2%	9%	12%	17%	21%	29%	10%
	Ouvrier	1%	10%	12%	14%	26%	28%	8%
	Personne au foyer	2%	12%	10%	13%	21%	28%	15%
	Retraité	3%	9%	8%	15%	23%	29%	13%
	Autre inactif	2%	9%	12%	12%	22%	32%	9%
Niveau de vie	Bas revenus	3%	12%	13%	13%	20%	27%	11%
	Classes moyennes inférieures	1%	8%	13%	17%	22%	28%	11%
	Classes moyennes supérieures	1%	7%	10%	17%	25%	32%	7%
	Hauts revenus	1%	6%	9%	16%	26%	35%	7%
Taille d'agglomération	Communes rurales	2%	11%	12%	19%	21%	25%	10%
	2 000 à 20 000 hab.	1%	10%	10%	13%	27%	29%	10%
	20 000 à 100 000 hab.	1%	9%	11%	15%	21%	31%	11%
	Plus de 100 000 hab.	2%	7%	11%	14%	24%	32%	10%
	Agglomération parisienne	2%	8%	12%	16%	21%	33%	8%
Ensemble de la population		2%	9%	11%	15%	23%	30%	10%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

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.

7. Le mode de réception de la télévision

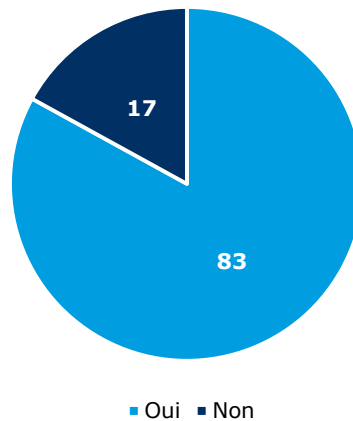
a) Les deux tiers des Français reçoivent la télévision via une box internet

67% des Français déclarent détenir une box d'un fournisseur d'internet qui est utilisée pour recevoir la télévision.

Lorsqu'on restreint le champ aux personnes disposant à la fois d'une connexion internet et d'un téléviseur, 83% utilisent la box pour regarder la télévision et 17% regardent la télévision autrement ou ne la regardent pas.

Graphique 116 - Disposez-vous, sur au moins un de vos postes de télévision, d'une réception via la box d'un fournisseur d'accès à internet ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à internet et possédant au moins un téléviseur, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les écarts catégoriels de la réception de la télévision via une box sont tenus. **Les 25-39 ans** sont les plus nombreux à regarder la télévision via la box (86%), contre seulement 77% des 70 ans et plus. 9 points séparent ces deux catégories d'âge.

L'écart est du même ordre s'agissant de la taille du foyer puisque les personnes seules ne sont que 76% à utiliser une box pour regarder la télévision (contre **86% de ceux qui vivent dans de plus grands foyers**).

Enfin, **les personnes habitant dans les zones rurales** sont sous-représentées parmi les équipés d'une réception de la télévision avec une box (74% et 79%) par rapport aux grandes agglomérations ou à Paris, où le taux dépasse 87%.

Tableau 42 - Disposez-vous, sur au moins un de vos postes de télévision, d'une réception via la box d'un fournisseur d'accès à internet ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à internet et possédant au moins un téléviseur -

		Oui	Non	Total
Sexe	Homme	83%	17%	100%
	Femme	82%	18%	100%
Âge	12-17 ans	84%	16%	100%
	18-24 ans	79%	21%	100%
	25-39 ans	86%	14%	100%
	40-59 ans	84%	16%	100%
	60-69 ans	81%	19%	100%
	70 ans et plus	77%	23%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	76%	24%	100%
	Deux personnes	81%	19%	100%
	Trois personnes	86%	14%	100%
	Quatre personnes	86%	14%	100%
	Cinq personnes et plus	84%	16%	100%
Diplôme	Non diplômé	83%	17%	100%
	BEPC	81%	19%	100%
	BAC	84%	16%	100%
	Diplômé du supérieur	83%	17%	100%
	12-17 ans	84%	16%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	86%	14%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	85%	15%	100%
	Profession Intermédiaire	82%	18%	100%
	Employé	85%	15%	100%
	Ouvrier	83%	17%	100%
	Personne au foyer	82%	18%	100%
	Retraité	78%	22%	100%
	Autre inactif	84%	16%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	81%	19%	100%
	Classes moyennes inférieures	82%	18%	100%
	Classes moyennes supérieures	82%	18%	100%
	Hauts revenus	86%	14%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	74%	26%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	79%	21%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	81%	19%	100%
	Plus de 100 000 hab.	88%	12%	100%
	Agglomération parisienne	87%	13%	100%
Ensemble de la population		83%	17%	100%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

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.

b) La satisfaction de l'offre TNT et le prix des box comme principaux freins pour y avoir recours

17% de la population ont accès à internet et disposent d'un téléviseur mais n'utilisent pas la box. Quelles sont leurs raisons pour ne pas recourir à ce service ?

Parmi les six motivations proposées, deux se démarquent : 66% déclarent qu'ils n'y voient tout simplement pas l'utilité, dans la mesure où ils sont **très satisfaits de l'offre de chaînes et de services de la TNT**. Une proportion quasiment équivalente (63%) n'est **pas prête à payer pour regarder la télévision**. Sans que l'on constate de différences marquées dans les catégories sociales étudiées.

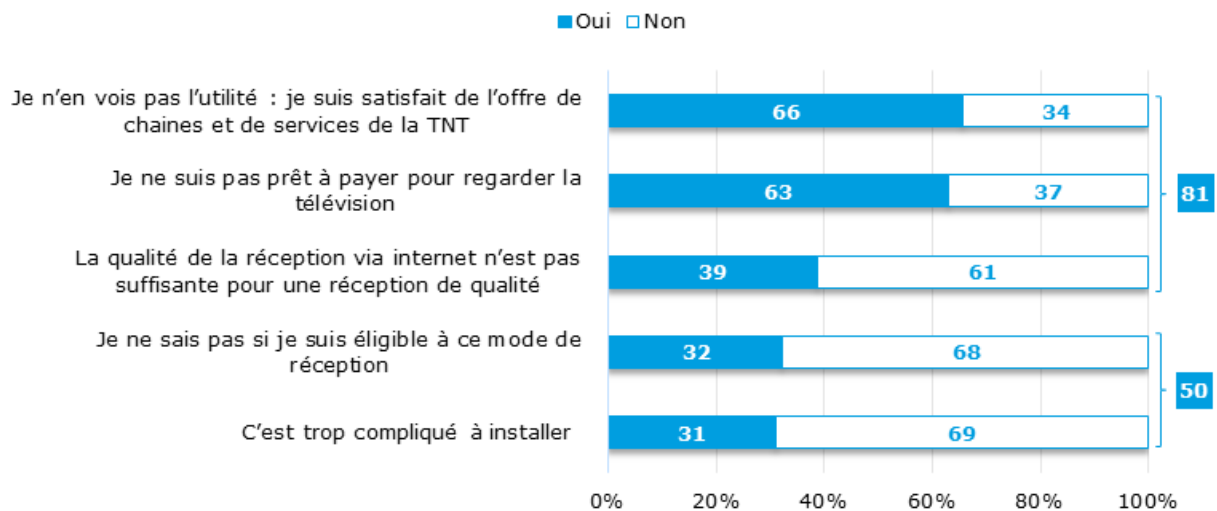
39% évoquent des problèmes de réception via internet et d'une qualité de réseau insuffisante pour regarder la télé via la box.

32% expriment des doutes sur leur éligibilité à ce mode de réception. L'analyse socio-démographique ne révèle pas de différence notable. Enfin, **31% trouvent l'installation de la box trop compliquée et se heurtent ainsi à des difficultés techniques**. L'âge du répondant s'avère particulièrement impactant. Les 70 ans et plus (45%) et les retraités (41%) évoquent davantage ce type de frein qu'en moyenne. Une hiérarchie des motivations convergente avec celle mise en avant au deuxième semestre 2021 dans le cadre de l'Observatoire de l'équipement audiovisuels des foyers de l'ARCOM⁵⁵.

Graphique 117

Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous n'avez pas accès à la télévision via une box internet : ...

- Champ : ensemble des individus de 12 ans et plus ayant internet et au moins un téléviseur mais pas d'accès à la télévision avec une box internet, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

⁵⁵ Arcom, PANORAMA Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine Résultats des 3e et 4e trimestres 2021 pour la télévision et de l'année 2021 pour la radio, juin 2022, <https://www.arcom.fr/mediatheque/observatoire-de-lequipement-audiovisuel-des-foyers-de-france-metropolitaine-resultats-des-3e-et-4e-trimestres-2021-pour-la-television-et-de-lannee-2021-pour-la-radio>

Tableau 43 - Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous n'avez pas accès à la télévision via une box internet : ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à internet et possédant au moins un téléviseur mais pas d'accès à la télévision avec une box internet -

		N'en voit pas l'utilité	N'est pas prêt à payer	Ne sait pas si est éligible	Trop compliqué à installer	Qualité de réception internet insuffisante
Sexe	Homme	64%	61%	31%	29%	36%
	Femme	67%	64%	34%	33%	41%
Âge	12-17 ans	87%	79%	41%	51%	48%
	18-24 ans	57%	66%	42%	37%	44%
	25-39 ans	57%	53%	25%	25%	38%
	40-59 ans	64%	60%	28%	19%	32%
	60-69 ans	67%	63%	34%	33%	41%
	70 ans et plus	71%	68%	36%	45%	41%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	64%	56%	34%	29%	36%
	Deux personnes	71%	72%	36%	37%	41%
	Trois personnes	61%	55%	24%	23%	29%
	Quatre personnes	65%	60%	30%	26%	39%
	Cinq personnes et plus	56%	61%	31%	34%	51%
Diplôme	Non diplômé	64%	57%	39%	27%	57%
	BEPC	66%	64%	36%	36%	39%
	BAC	68%	66%	24%	26%	37%
	Diplômé du supérieur	59%	57%	28%	23%	32%
	12-17 ans	87%	79%	41%	51%	48%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	46%	68%	61%	21%	41%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	63%	53%	34%	15%	38%
	Profession Intermédiaire	58%	55%	30%	29%	41%
	Employé	72%	55%	27%	23%	31%
	Ouvrier	51%	64%	24%	24%	40%
	Personne au foyer	67%	68%	25%	31%	31%
	Retraité	71%	68%	35%	41%	40%
	Autre inactif	74%	70%	36%	39%	41%
Niveau de vie	Bas revenus	61%	64%	35%	35%	36%
	Classes moyennes inférieures	63%	67%	29%	31%	40%
	Classes moyennes supérieures	69%	57%	34%	27%	41%
	Hauts revenus	70%	65%	29%	31%	35%
Taille d'agglomération	Communes rurales	59%	61%	33%	33%	44%
	2 000 à 20 000 hab.	65%	67%	33%	33%	37%
	20 000 à 100 000 hab.	73%	65%	34%	25%	43%
	Plus de 100 000 hab.	74%	66%	31%	37%	36%
	Agglomération parisienne	58%	52%	30%	21%	29%
Ensemble de la population		66%	63%	32%	31%	39%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, édition 2022.

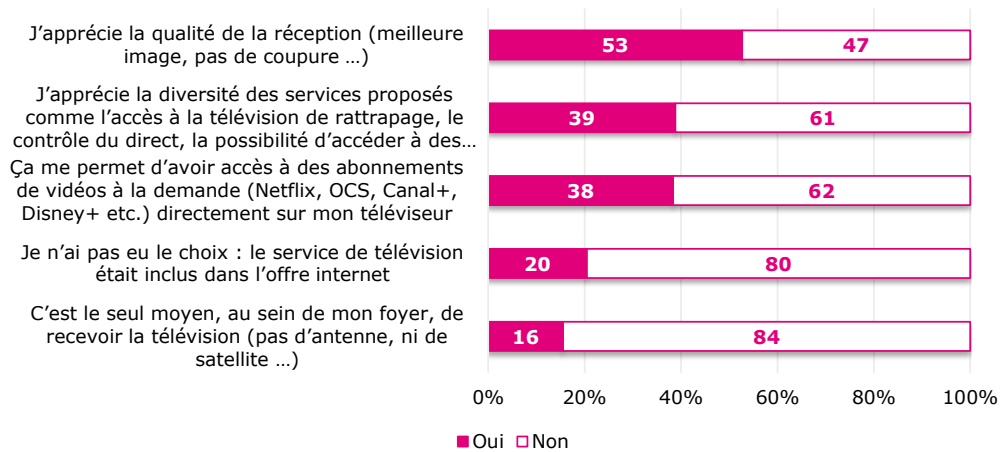
Les pourcentages en bleu et en gras indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

c) La qualité de réception comme principal critère de choix pour connecter un téléviseur à une box

Parmi les raisons qui expliquent le choix de recevoir la télévision via une box internet, **la qualité de réception (meilleure image, pas de coupure etc.) figure en tête de liste**. 53% des personnes recevant les programmes de télévision via une box évoquent ce motif. Outre la qualité de réception, **la diversité des services proposés** comme pouvoir regarder la télévision **en décalé ou encore d'accéder à des services additionnels** est un critère de choix pour 39%. Pour une proportion quasiment équivalente (38%), la possibilité d'accéder à **des abonnements de VÂD** (Netflix, OCS, Canal+, Disney+ etc.) explique le choix d'accéder à la télé via une box. 20% n'avaient pas le choix ou ne se sont pas posés la question, puisque **le service télévision était inclus dans leur offre internet**. Une autre forme de contrainte est évoquée par 16% des répondants qui indiquent que la **box est le seul moyen** d'accéder à la télévision au sein de leur foyer, faute de présence d'autres équipements tels qu'une antenne satellite par exemple ou un raccordement à un réseau câble⁵⁶.

Graphique 118 -
Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous avez choisi de connecter au moins l'un de vos téléviseurs à internet via une box : ...

- Champ : ensemble des individus de 12 ans et plus ayant internet, au moins un téléviseur et box internet, en% -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les **hommes** apprécient plus souvent la **qualité de réception** (56% contre 49% des femmes). Les 12-17 ans parent ce mode de réception de tous les avantages proposés plus souvent qu'en moyenne. La qualité de réception, la diversité des services et la possibilité d'accéder aux services de plateformes VÂD sont particulièrement cités par les **hauts revenus** et en ce qui concerne la diversité des services aussi par les **cadres**. Outre les hauts revenus, l'accès aux contenus VÂD attire particulièrement les **professions intermédiaires**, les 12-17 et les 25-39 ans, les diplômés du supérieur et les personnes vivant dans des foyers de 3 personnes ou plus.

Plus de trois répondants sur dix déclarent ne pas avoir eu le choix chez les plus jeunes (35%) – assez logiquement car c'est rarement les 12-17 ans qui prennent ces décisions au sein du ménage –, mais aussi chez les seniors (30%-31%) et les retraités (30%). Le fait qu'il s'agisse de la seule voie d'accès disponible est particulièrement cité par les habitants d'agglomérations de taille moyenne entre 20 000 et 100 000 habitants (20% contre 16% en moyenne).

⁵⁶ La comparaison de ces résultats avec ceux de l'Observatoire Arcom S2 2021, op.cit peut apporter un niveau de finesse d'analyse supplémentaire. L'observatoire montre que **l'abandon de la TNT** est pour 41% des répondants une conséquence de la souscription à un abonnement internet incluant une offre TV, devant le souhait d'une meilleure qualité de réception (30%) ou l'accès à des services à la demande (21%), ou encore l'envie pour 20% d'avoir plus de chaînes et de fonctionnalités. La notion de « non-choix » liée à une offre imposée intégrant internet et tv est donc déterminante dans l'arrêt complet de la TNT. En revanche, il n'est pas le facteur déterminant dans la multiplication des canaux de réception.

Tableau 44 - Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous avez choisi de connecter au moins l'un de vos téléviseurs à internet via une box : ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à internet et possédant au moins un téléviseur et une box internet -

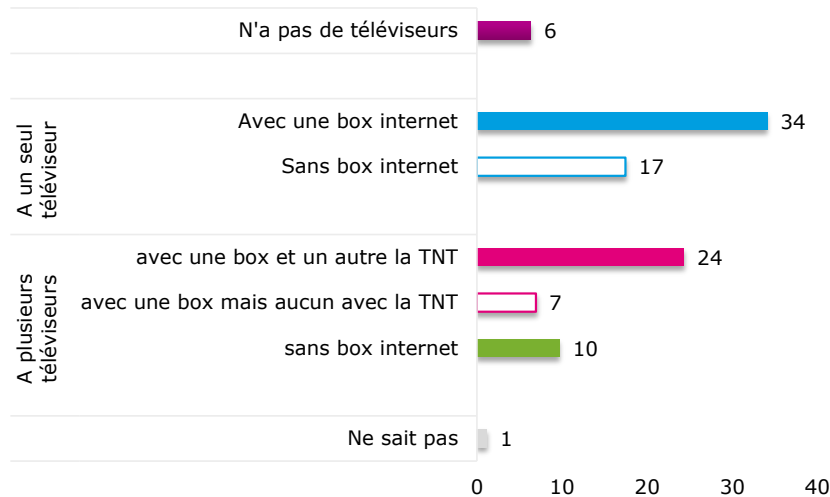
		Apprécie la qualité de la réception	Apprécie la diversité des services	Permet l'accès à des abonnements de VOD	N'a pas eu le choix	Seul moyen au sein du foyer	Autre
Sexe	Homme	56%	40%	38%	19%	13%	2%
	Femme	49%	38%	39%	21%	18%	1%
Âge	12-17 ans	74%	59%	58%	35%	39%	8%
	18-24 ans	57%	41%	40%	13%	12%	0%
	25-39 ans	48%	36%	43%	14%	12%	0%
	40-59 ans	50%	37%	38%	15%	12%	1%
	60-69 ans	47%	32%	30%	30%	16%	2%
	70 ans et plus	56%	40%	22%	31%	13%	1%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	50%	33%	29%	24%	17%	1%
	Deux personnes	49%	38%	32%	22%	14%	2%
	Trois personnes	55%	41%	43%	18%	14%	1%
	Quatre personnes	57%	40%	46%	19%	18%	2%
	Cinq personnes et plus	55%	43%	48%	19%	18%	2%
Diplôme	Non diplômé	62%	26%	25%	17%	17%	0%
	BEPC	50%	35%	31%	21%	15%	1%
	BAC	50%	37%	40%	17%	9%	1%
	Diplômé du supérieur	49%	41%	42%	18%	12%	1%
	12-17 ans	74%	59%	58%	35%	39%	8%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	55%	36%	31%	15%	10%	0%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	51%	46%	42%	16%	13%	1%
	Profession Intermédiaire	54%	37%	44%	14%	13%	1%
	Employé	47%	33%	38%	16%	14%	0%
	Ouvrier	49%	34%	36%	17%	10%	1%
	Personne au foyer	52%	31%	40%	21%	17%	1%
	Retraité	52%	36%	25%	30%	13%	1%
	Autre inactif	60%	50%	50%	25%	28%	5%
Niveau de vie	Bas revenus	53%	34%	36%	19%	18%	1%
	Classes moyennes inférieures	50%	37%	35%	23%	17%	2%
	Classes moyennes supérieures	50%	39%	39%	19%	14%	1%
	Hauts revenus	58%	44%	44%	21%	13%	2%
Taille d'agglomération	Communes rurales	52%	36%	38%	19%	14%	2%
	2 000 à 20 000 hab.	57%	32%	37%	21%	17%	2%
	20 000 à 100 000 hab.	52%	40%	41%	19%	20%	1%
	Plus de 100 000 hab.	52%	40%	39%	21%	14%	1%
	Agglomération parisienne	52%	45%	37%	21%	15%	2%
Ensemble de la population	53%	39%	38%	20%	16%	2%	

Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

Un quart des personnes ont à la fois un téléviseur équipé d'une box et au moins un autre téléviseur avec une réception TNT

Un peu plus d'une personne sur deux dispose d'un seul téléviseur, dont 34% se connectent via une box internet et 17% optent pour une connexion sans box. 41% des ménages sont multi-équipés et disposent de plusieurs téléviseurs. Un quart des personnes disposent de plusieurs téléviseurs qui se connectent soit par une box et par la TNT. 7% n'utilisent que la box mais pas la TNT et 10% se branchent sans box internet. Enfin, 6% des ménages ne disposent pas d'un téléviseur, un chiffre qui a doublé en 10 ans.

Graphique 119 – Taux d'équipement en box internet et TNT ...
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Lorsqu'on restreint l'analyse et que l'on prend comme **champ de référence les répondants ayant au moins deux téléviseurs et une box internet à domicile** (soit 31% de l'ensemble des répondants), les proportions sont ramenées à 75% déclarant recevoir sur ces appareils la télévision à la fois via la box et la TNT et 21% qui ne disposent pas de cette forme de réception hybride. En termes de profils d'usagers, **les 40 ans et plus** (79% à 87%) et **les retraités** (84%) **se détachent en étant nettement plus nombreux à avoir plusieurs téléviseurs** avec des modes de réception différents. Les foyers avec deux personnes (82%), les titulaires d'un BEPC (80%), les classes moyennes supérieures et les habitants de petites communes de 2 000 à 20 000 habitants (80% respectivement) sont également surreprésentés.

Tableau 45 - En plus du poste de télévision avec une réception internet, disposez-vous d'au moins un autre poste de télévision disposant d'un accès à la TNT ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant au moins deux téléviseurs et une box internet -

		Oui	Non	Je ne sais pas	Total
Sexe	Homme	76%	21%	2%	100%
	Femme	74%	21%	5%	100%
Âge	12-17 ans	65%	30%	5%	100%
	18-24 ans	67%	27%	6%	100%
	25-39 ans	66%	30%	4%	100%
	40-59 ans	79%	19%	2%	100%
	60-69 ans	81%	15%	4%	100%
	70 ans et plus	87%	12%	1%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	82%	16%	3%	100%
	Deux personnes	82%	17%	2%	100%
	Trois personnes	75%	20%	5%	100%
	Quatre personnes	72%	25%	3%	100%
	Cinq personnes et plus	60%	31%	9%	100%
Diplôme	Non diplômé	74%	17%	8%	100%
	BEPC	80%	17%	3%	100%
	BAC	73%	23%	4%	100%
	Diplômé du supérieur	75%	23%	2%	100%
	12-17 ans	65%	30%	5%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	64%	36%	0%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	74%	26%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	78%	17%	5%	100%
	Employé	72%	22%	6%	100%
	Ouvrier	79%	19%	2%	100%
	Personne au foyer	74%	16%	10%	100%
	Retraité	84%	14%	2%	100%
	Autre inactif	66%	30%	4%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	72%	26%	3%	100%
	Classes moyennes inférieures	68%	26%	7%	100%
	Classes moyennes supérieures	80%	17%	3%	100%
	Hauts revenus	79%	19%	2%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	79%	19%	2%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	80%	18%	2%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	73%	23%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	73%	22%	5%	100%
	Agglomération parisienne	70%	26%	4%	100%
Ensemble de la population	75%	21%	4%	100%	

Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

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.

Aux multi-équipés en téléviseurs avec plusieurs connexions a été soumis une question afin de mieux comprendre les raisons pour lesquelles ils ont au moins un poste connecté à la TNT alors qu'ils disposent d'un accès à la télévision via la box par ailleurs et sur un autre appareil.

Plus de la moitié, **57%**, déclarent que **l'offre de service** des chaînes à laquelle permet d'accéder la connexion internet **suffit pour un seul poste**. Il n'est pas nécessaire d'avoir la même offre sur l'ensemble des appareils du ménage. On observe peu de différences socio-démographiques. Il est toutefois notable que les foyers de quatre personnes et les hauts revenus évoquent légèrement moins souvent ce point.

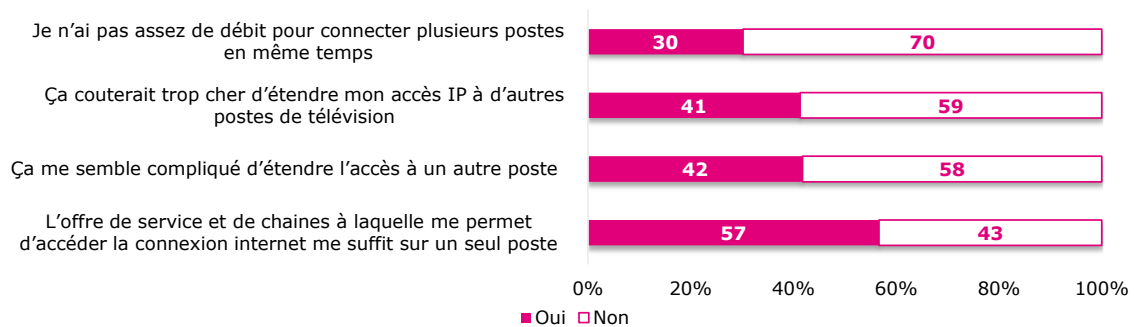
42% évoquent des **difficultés techniques de manipulation et d'installation** de la connexion sur un autre appareil. Ils estiment **trop compliqué** d'étendre l'accès à un autre poste. Ces difficultés d'installation touchent à la fois les jeunes et les 70 ans et plus. Ainsi, 54% des 12-17 et 55% des 18-24 ans mais aussi 51% des 70 ans et plus déclarent ce type de frein.

Une proportion quasiment équivalente (**41%**) estime que cela coûterait **trop cher**, possiblement parce que leur téléviseur TNT ne dispose pas des branchements/interfaces nécessaires (Wifi compatibilité etc.) et un renouvellement de l'équipement reviendrait trop cher. Femmes, personnes âgées et catégories modestes évoquent particulièrement souvent ce sujet : 45% des femmes, 52% des 70 ans et plus, 52% des bas revenus et 55% des non-diplômés.

Enfin, **30% déclarent qu'ils n'ont pas assez de débit** pour connecter plusieurs postes en même temps. Les moins de 25 ans mais également les ruraux citent davantage cet inconvénient. Ainsi, 41% des 12-17 et 45% des 18-24 ans imputent leur double mode de réception par le faible débit internet. Chez les habitants de communes rurales cette proportion est de 37%.

Graphique 120 - Indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous avez un poste de télévision avec un accès à la TNT plutôt qu'un accès par internet : ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une box internet, plusieurs téléviseurs et un poste de télévision équipé de TNT, - en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 46 - Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous avez un poste de télévision avec un accès à la TNT : ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant au moins deux téléviseurs, une box internet et un poste de télévision équipé de la TNT -

		Pas assez de débit	Coûterait trop cher	Semble compliqué	Le poste avec connexion internet suffit
Sexe	Homme	29%	38%	40%	57%
	Femme	32%	45%	44%	56%
Âge	12-17 ans	41%	46%	54%	50%
	18-24 ans	45%	43%	55%	60%
	25-39 ans	34%	38%	41%	55%
	40-59 ans	25%	38%	34%	55%
	60-69 ans	27%	38%	38%	59%
	70 ans et plus	25%	52%	51%	64%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	26%	42%	52%	68%
	Deux personnes	24%	42%	40%	59%
	Trois personnes	37%	43%	41%	60%
	Quatre personnes	30%	41%	45%	48%
	Cinq personnes et plus	42%	37%	38%	55%
Diplôme	Non diplômé	41%	55%	54%	56%
	BEPC	31%	45%	42%	60%
	BAC	28%	38%	37%	57%
	Diplômé du supérieur	24%	34%	36%	55%
	12-17 ans	41%	46%	54%	50%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	41%	42%	44%	70%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	28%	29%	33%	57%
	Profession Intermédiaire	19%	30%	32%	49%
	Employé	33%	47%	42%	57%
	Ouvrier	38%	48%	39%	61%
	Personne au foyer	42%	41%	40%	53%
	Retraité	25%	47%	46%	62%
	Autre inactif	35%	40%	50%	50%
Niveau de vie	Bas revenus	44%	52%	49%	61%
	Classes moyennes inférieures	31%	44%	41%	59%
	Classes moyennes supérieures	28%	43%	45%	58%
	Hauts revenus	21%	29%	32%	50%
Taille d'agglomération	Communes rurales	37%	47%	41%	58%
	2 000 à 20 000 hab.	33%	40%	42%	59%
	20 000 à 100 000 hab.	26%	42%	40%	59%
	Plus de 100 000 hab.	27%	37%	43%	55%
	Agglomération parisienne	27%	43%	40%	53%
Ensemble de la population	30%	41%	42%	57%	

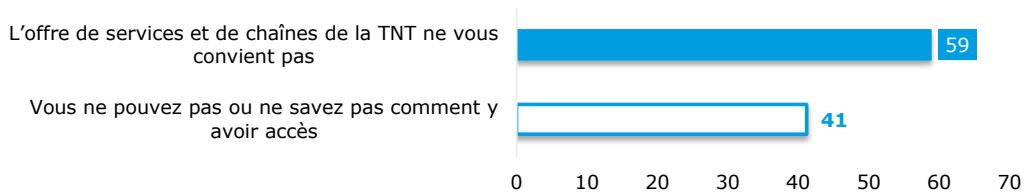
Source : CREDOC, baromètre du numérique, 2022.

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.

Les personnes disposant de plusieurs téléviseurs mais qui **ne reçoivent la TNT sur aucun poste** déclarent comme principale raison pour cela que **l'offre de services et de chaînes de la TNT ne leur convient pas (59%)**. Les 41% restants déclarent qu'ils reçoivent la télévision via une box par absence de choix parce qu'elles **ne savent pas comment accéder à la TNT**. Les indicateurs socio-démographiques révèlent très peu de différences. Aussi, au regard du champ limité (7% de l'échantillon, soit n=289), l'analyse se limite aux catégories regroupant suffisamment d'effectifs. Néanmoins, on peut constater que les hommes 66% et les habitants de l'agglomération parisienne (74%) ainsi que les personnes vivant dans un ménage composé de 3 personnes (72%) sont davantage sélectifs dans leur perception de la TNT jugeant l'offre des chaînes TNT insuffisante. Les femmes ignorent plus souvent que les hommes (48% contre 34%) la procédure à suivre pour se raccorder à la TNT.

Graphique 121 - Si aucun de vos postes de télévision ne dispose d'un accès à la TNT, c'est plutôt parce que : ...

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une box internet, plusieurs téléviseurs dont aucun poste de télévision équipé de TNT, - en % -



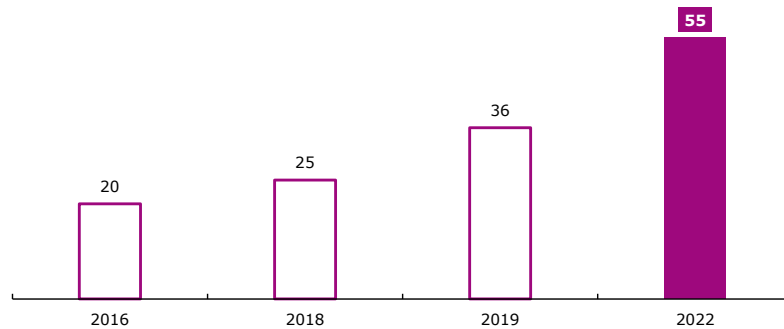
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les services de vidéos à la demande comptent de plus en plus d'adeptes.

La part des personnes interrogées disposant d'au moins un abonnement à ce type de services a ainsi fortement augmenté depuis 2019 (55%, + 19 points). En six ans, la proportion de personnes disposant d'un abonnement VAD a pratiquement triplé.

Graphique 122 - Avez-vous un abonnement qui vous permet de regarder des VAD, des séries ou des films en illimité : Netflix, Amazon Prime Vidéo, Disney+, Apple TV, MyCanal, OCS, Salto, etc. ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

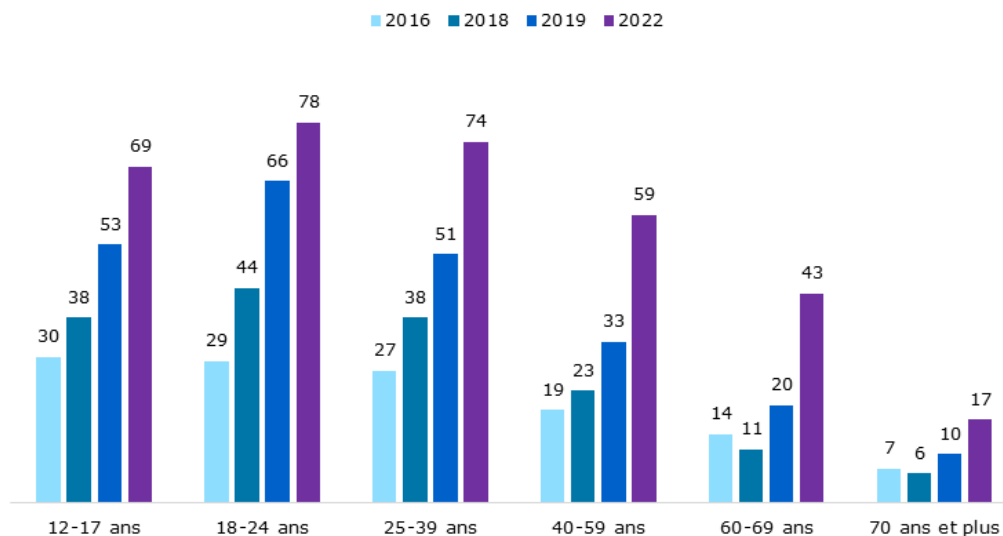
De nombreux éléments concourent à la diffusion rapide de la vidéo à la demande : diversification des offres, amélioration de la qualité de la connexion internet avec la forte progression de la fibre ou du câble en deux ans (+ 17 points dans le taux d'équipement en internet très haut débit par rapport à 2020). De manière plus générale, la tendance à la connexion permanente peut jouer un rôle puisque de facto le contenu SVAD devient disponible en tout lieu. Il est également possible que, de manière ponctuelle, le lancement de certains contenus inédits, comme des films disponibles sur plateforme et non plus en première intention au cinéma, aient pu induire une hausse des abonnements. Enfin, la pandémie et le confinement ont très probablement joué un rôle d'accélérateur pour la démocratisation des services VAD. Parmi les évolutions sociétales liées à la crise sanitaire, le télétravail a profondément changé la vie des cadres et des professions intellectuelles supérieures, particulièrement au regard de leurs pratiques culturelles. En effet, en janvier 2022, 49% des télétravailleurs⁵⁷ confirment que le télétravail à domicile restreint leurs occasions de fréquenter des lieux culturels et qu'ils ont tendance à compenser cette limitation des pratiques culturelles par une consommation accrue de loisirs numériques. En janvier 2022, 44% des personnes interrogées confirment qu'elles ont pris l'habitude d'utiliser des moyens numériques pour accéder aux contenus culturels. Les jeunes (59% des 15-24 ans et 53% des 25-39 ans) et les couples avec enfants (54%) se sont plus que les autres tournés vers ces supports culturels numériques, manifestant ainsi un intérêt accru pour ces nouvelles pratiques⁵⁸.

Sur longue période, la forte croissance des abonnements VAD est **tirée dans un premier temps par l'engouement des plus jeunes**. Entre 2019 et 2022, ces offres progressent davantage chez les tranches d'âges plus âgées : 40-59 ans, 60-69 ans.

⁵⁷ En janvier 2022, 68% des cadres et professions intellectuelles supérieures interrogés se disent en télétravail, 33% des professions intermédiaires, 14% des employés et 5% des ouvriers, 49% des hauts revenus, 28% des classes moyennes supérieures, 21% des classes moyennes inférieures, 16% des bas revenus (classification Crédoc).

⁵⁸ Cf. Jörg Müller, Amandine Schreiber, Culture Etudes – Les sorties culturelles des Français après deux années de Covid-19, 2022-6, <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2022/Les-sorties-culturelles-des-Francais-apres-deux-annees-de-Covid-19-CE-2022-6>

Graphique 123 - Proportion de la population qui dispose d'un abonnement qui permet de regarder des VAD, des séries ou des films en illimité (Netflix, OCS Go, Zive, CanalPlay, Amazon) selon l'âge
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Tableau 47 - Evolutions de la part de la population disposant d'un abonnement qui permet de regarder des VAD, des séries ou des films en illimité (Netflix, OCS Go, Zive, CanalPlay, Amazon) selon l'âge (en points de pourcentage)

	Evolutions 2016-2019	Evolutions 2019-2022
12-17 ans	+ 23	+ 16
18-24 ans	+ 37	+ 12
25-39 ans	+ 24	+ 23
40-59 ans	+ 14	+ 26
60-69 ans	+ 6	+ 23
70 ans et plus	+ 3	+ 7

Source : CREDOC, Baromètre du numérique

Sur les indicateurs de diplôme et de niveau de revenus, la tendance observée les années précédentes perdure, à savoir que plus les niveaux de diplôme et de revenus sont élevés, plus la probabilité de disposer d'un abonnement VAD est élevée. Cependant, la différence entre le taux d'abonnement des bas revenus (57%) et des hauts revenus (64%) en 2022, de même que les évolutions enregistrées (respectivement +25 points et +22 points par rapport à 2019) montrent que le revenu des personnes a une influence inférieure par rapport à l'âge ou à la taille du foyer.

Tableau 48 - 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, Salto, etc. ?
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Oui	Non	Total
Sexe	Homme	58%	42%	100%
	Femme	53%	47%	100%
Âge	12-17 ans	69%	31%	100%
	18-24 ans	78%	22%	100%
	25-39 ans	74%	26%	100%
	40-59 ans	59%	41%	100%
	60-69 ans	43%	57%	100%
	70 ans et plus	17%	83%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	35%	65%	100%
	Deux personnes	45%	55%	100%
	Trois personnes	70%	30%	100%
	Quatre personnes	74%	26%	100%
	Cinq personnes et plus	76%	24%	100%
Diplôme	Non diplômé	31%	69%	100%
	BEPC	46%	54%	100%
	BAC	65%	35%	100%
	Diplômé du supérieur	65%	35%	100%
	12-17 ans	69%	31%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	71%	29%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	72%	28%	100%
	Profession Intermédiaire	69%	31%	100%
	Employé	64%	36%	100%
	Ouvrier	60%	40%	100%
	Personne au foyer	56%	44%	100%
	Retraité	25%	75%	100%
	Autre inactif	67%	33%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	57%	43%	100%
	Classes moyennes inférieures	54%	46%	100%
	Classes moyennes supérieures	57%	43%	100%
	Hauts revenus	64%	36%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	44%	56%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	53%	47%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	57%	43%	100%
	Plus de 100 000 hab.	60%	40%	100%
	Agglomération parisienne	64%	36%	100%
Ensemble de la population		55%	45%	100%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, édition 2022.

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.

8. L'écoute de la radio

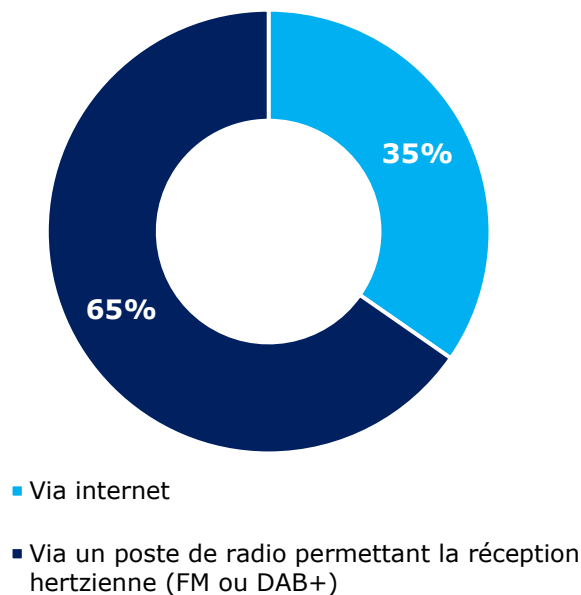
a) *Près de la moitié des Français écoutent la radio via le réseau hertzien*

Alors que les offres de contenu audio se multiplient en ligne – possibilité d'écouter la radio en direct via une connexion internet, accès à de nombreux programmes à la demande grâce aux podcasts, plateformes de streaming de musique – la radio en général et l'écoute de la radio hertzienne en particulier comptent encore beaucoup d'adeptes.

Au total, **75% des Français de 12 ans et plus écoutent la radio ou des contenus audio** comme des podcasts ou de la musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, que ce soit avec ou sans abonnement. Parmi eux, l'écoute via les **ondes hertziennes** est prédominante : deux tiers des auditeurs écoutent la radio via un poste permettant la réception hertzienne FM ou DAB+⁵⁹ (65%, soit 49 % de l'ensemble de la population de 12 ans et plus), le tiers restant se tournant vers une écoute via internet (35%, soit 26 % de l'ensemble de la population).

Graphique 124 - 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 ou des contenus audio, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

S'agissant du mode de réception de la radio, **l'effet âge est assez marquant**. Les moins de 40 ans écoutent plus souvent la radio par internet que les plus de 40 ans qui citent nettement plus souvent le réseau hertzien (FM ou DAB+), pour des niveaux d'écoute de la radio comparables entre ces deux tranches d'âge. Ainsi, si l'on considère l'ensemble de la population française de 12 ans et plus, l'écoute via le réseau hertzien varie entre 53% pour les 40-59 ans, 56% pour les sexagénaires et 57% pour les 70 ans et plus où elle est la plus répandue et 37% chez les 12-17 ans où elle est la plus faible. Fait notable concernant les deux tranches d'âges aux extrémités de l'échelle, plus de

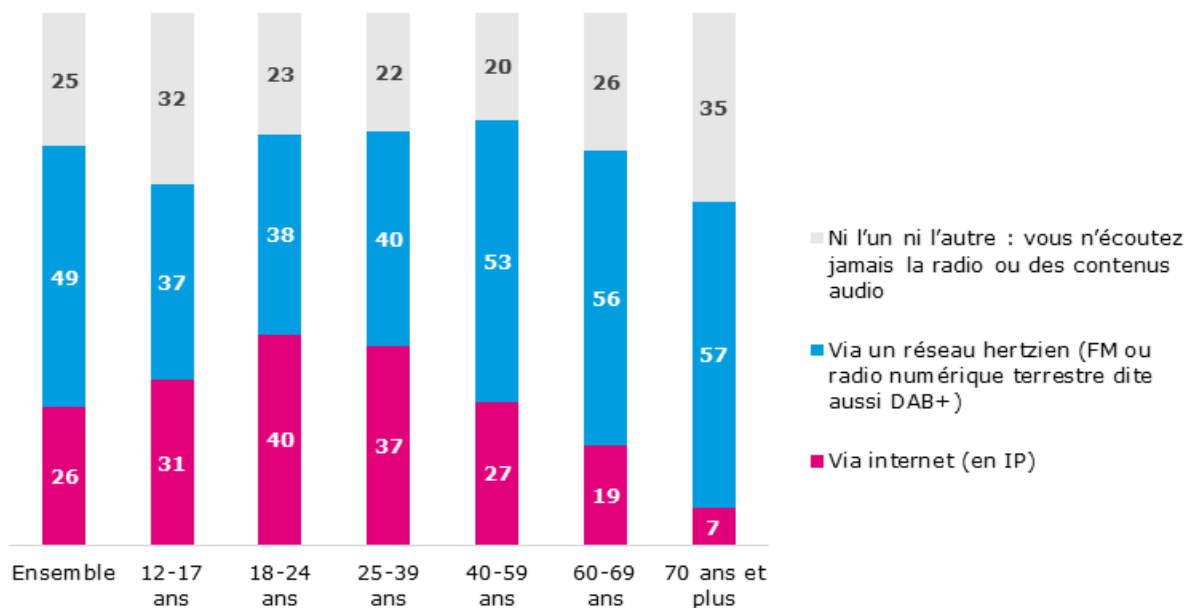
⁵⁹ Cela inclut tous types de postes permettant la réception hertzienne.

trois répondants sur dix chez les très jeunes (32%) comme chez les 70 ans et plus (35%) déclarent ne jamais écouter la radio ou des contenus audio quel que soit le mode de réception.

La distance des jeunes générations vis-à-vis de la radio peut s'expliquer par un effet de socialisation. La consommation de média est en effet largement liée à des habitudes générationnelles : chaque génération se socialisant autour d'un média central, et la radio souffre ainsi de l'éloignement très net des nouvelles générations⁶⁰. En revanche, la distance des 70 ans et plus s'explique plutôt par la prépondérance de la télévision au sein de cette tranche d'âge qui privilégie le télévisuel vis-à-vis du radiophonique.

Graphique 125 - 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) ?
Selon l'âge

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

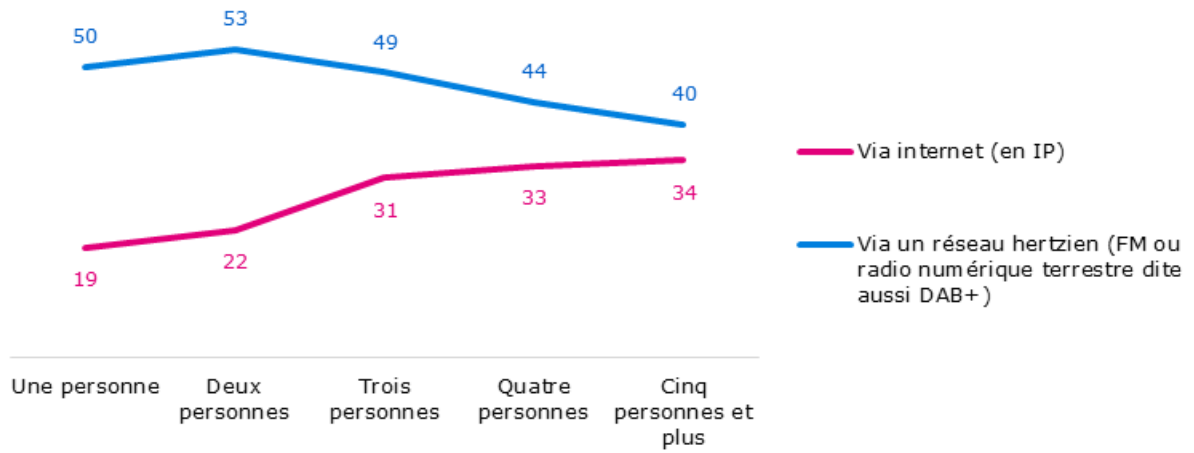
La taille du foyer joue également. L'écoute de la radio et des contenus audio via internet (IP) augmente en fonction de la taille du foyer, probablement tirée par les usages imposés par les plus jeunes. Ainsi, 34% des personnes vivant dans un foyer de 5 personnes ou plus écoutent la radio via internet, contre seulement 19% ou 22% des personnes vivant dans des petits foyers (1 ou 2 personnes).

La taille d'agglomération joue dans les mêmes proportions. Les habitants de communes rurales (54%) écoutent davantage la radio via le réseau hertzien (contre 46% des habitants de l'agglomération parisienne), alors que les Parisiens sont nettement surreprésentés parmi les auditeurs ayant recours à internet : 34%, contre 19% des ruraux.

⁶⁰ Philippe Lombardo, Loup Wolff, Cinquante ans de pratiques culturelles en France, Ministère de la culture, 2020

Graphique 126 - 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) ?
Selon la taille du foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 49 - 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 -

		Via internet (en IP)	Via un réseau hertzien (FM ou radio numérique terrestre dite aussi DAB+)	Ni l'un ni l'autre : vous n'écoutez jamais la radio ou des contenus audio	Total
Sexe	Homme	30%	51%	19%	100%
	Femme	22%	48%	30%	100%
Âge	12-17 ans	31%	37%	32%	100%
	18-24 ans	40%	38%	23%	100%
	25-39 ans	37%	40%	22%	100%
	40-59 ans	27%	53%	20%	100%
	60-69 ans	19%	56%	26%	100%
	70 ans et plus	7%	57%	35%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	19%	50%	30%	100%
	Deux personnes	22%	53%	25%	100%
	Trois personnes	31%	49%	20%	100%
	Quatre personnes	33%	44%	23%	100%
	Cinq personnes et plus	34%	40%	26%	100%
Diplôme	Non diplômé	15%	44%	40%	100%
	BEPC	21%	53%	26%	100%
	BAC	28%	49%	23%	100%
	Diplômé du supérieur	33%	50%	17%	100%
	12-17 ans	31%	37%	32%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	33%	46%	21%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	41%	44%	15%	100%
	Profession Intermédiaire	32%	53%	15%	100%
	Employé	26%	49%	25%	100%
	Ouvrier	31%	53%	17%	100%
	Personne au foyer	27%	36%	38%	100%
	Retraité	11%	57%	31%	100%
Autre inactif	31%	37%	32%	100%	
Niveau de vie	Bas revenus	31%	37%	32%	100%
	Classes moyennes inférieures	24%	48%	27%	100%
	Classes moyennes supérieures	25%	57%	18%	100%
	Hauts revenus	27%	56%	17%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	19%	54%	27%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	22%	50%	27%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	26%	49%	25%	100%
	Plus de 100 000 hab.	29%	47%	24%	100%
	Agglomération parisienne	34%	46%	20%	100%
Ensemble de la population		26%	49%	25%	100%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, édition 2022.

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.

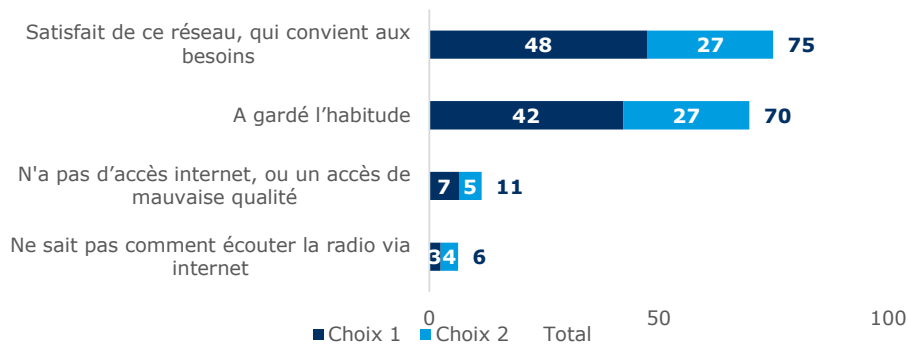
b) Les trois quarts des auditeurs radio sur le réseau hertzien sont satisfaits de ce réseau

Quelles sont les raisons qui incitent à écouter la radio via le réseau hertzien ? Seule une minorité explique ce choix par une absence d'accès à internet ou à un accès de mauvaise qualité (11% la citent comme l'une des deux raisons les plus déterminantes), ou encore par une méconnaissance des outils pour écouter la radio via internet (6%). Les raisons les plus citées correspondent plutôt à **un sentiment de satisfaction par rapport au réseau hertzien**, qui convient aux besoins (75%), et à l'habitude d'écouter la radio par ce biais (70%).

Graphique 127 -

Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt via un réseau hertzien (FM ou radio numérique terrestre dite aussi DAB+) ?

- Champ : ensemble des auditeurs radio via le réseau hertzien de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les 40-69 ans, les hauts revenus et les retraités se disent plus souvent satisfaits du réseau hertzien qui correspond à leurs besoins, alors que les **jeunes constituent davantage un public contraint** : 35% des 18-24 ans expliquent le choix du réseau hertzien par une mauvaise qualité de leur connexion internet (contre 11% en moyenne).

Tableau 50 - Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt via un réseau hertzien (FM ou radio numérique terrestre dite aussi DAB+) ? Cumul des premiers et deuxièmes choix

- Champ : ensemble des auditeurs radio via le réseau hertzien de 12 ans et plus -

		Je suis satisfait de ce réseau, qui convient à mes besoins	J'ai gardé l'habitude	Je n'ai pas vraiment le choix : je n'ai pas d'accès internet, ou un accès de mauvaise qualité	Je n'ai pas vraiment le choix : je ne sais pas comment écouter la radio via internet
Sexe	Homme	27%	27%	6%	4%
	Femme	27%	28%	4%	4%
Âge	12-17 ans	29%	23%	7%	4%
	18-24 ans	17%	20%	14%	8%
	25-39 ans	22%	26%	7%	5%
	40-59 ans	29%	25%	5%	2%
	60-69 ans	31%	32%	1%	3%
	70 ans et plus	28%	33%	2%	5%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	26%	30%	4%	4%
	Deux personnes	28%	30%	4%	4%
	Trois personnes	26%	23%	9%	4%
	Quatre personnes	30%	27%	4%	3%
	Cinq personnes et plus	23%	22%	4%	4%
Diplôme	Non diplômé	24%	31%	4%	4%
	BEPC	28%	29%	4%	5%
	BAC	28%	28%	6%	3%
	Diplômé du supérieur	26%	26%	5%	3%
	12-17 ans	29%	23%	7%	4%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	25%	21%	12%	0%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	29%	20%	8%	4%
	Profession Intermédiaire	25%	29%	5%	4%
	Employé	26%	23%	4%	5%
	Ouvrier	27%	26%	6%	2%
	Personne au foyer	27%	29%	3%	4%
	Retraité	31%	33%	2%	4%
	Autre inactif	23%	24%	8%	4%
Niveau de vie	Bas revenus	27%	23%	6%	5%
	Classes moyennes inférieures	29%	24%	6%	5%
	Classes moyennes supérieures	28%	28%	4%	3%
	Hauts revenus	26%	31%	5%	3%
Taille d'agglomération	Communes rurales	28%	25%	3%	3%
	2 000 à 20 000 hab.	25%	32%	5%	3%
	20 000 à 100 000 hab.	25%	26%	5%	4%
	Plus de 100 000 hab.	29%	26%	5%	4%
	Agglomération parisienne	27%	29%	8%	4%
Ensemble de la population		27%	27%	5%	4%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, édition 2022.

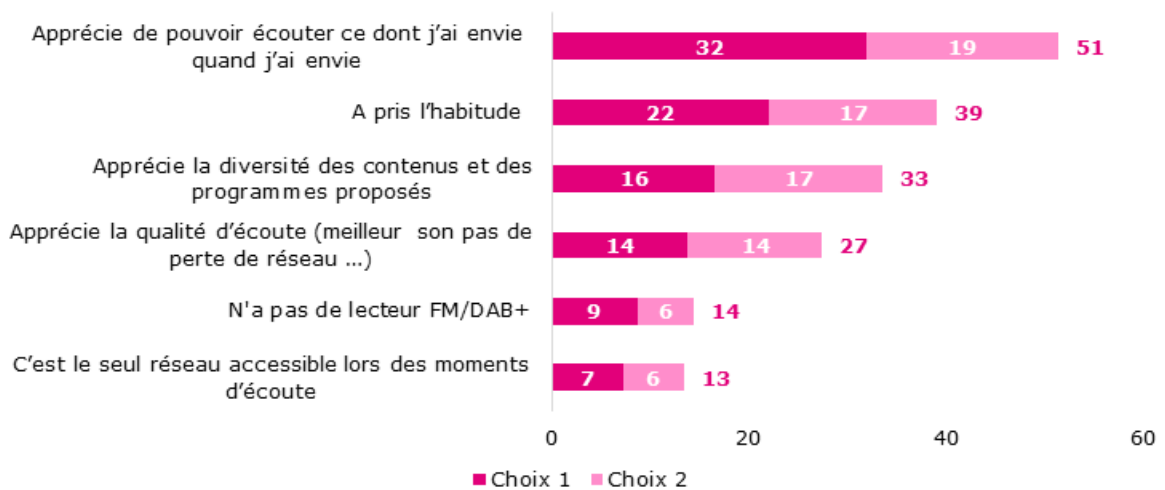
Les pourcentages en bleu et en gras indiquent des taux significativement supérieurs à la moyenne, les pourcentages en rose des taux significativement inférieurs ; les taux en gris concernent des effectifs faibles et ne sont pas significatifs.

c) *La liberté de choix des contenus et moments d'écoute, première explication de l'écoute des radios par internet*

Les personnes privilégiant une **écoute par internet** expliquent avant tout leur préférence par la **liberté** de choisir les programmes et **le moment** de leur écoute selon leur envie (51%). La **diversité des contenus** proposés est également un argument courant en faveur des services audios en ligne (33%). Une part importante des internautes évoquent également l'habitude pour justifier leur choix (39%), dans une mesure toutefois bien moindre que pour les habitués du réseau hertzien. 27% apprécient la **qualité d'écoute** qui peut se traduire par un meilleur son. 14% indiquent ne pas avoir ou ne plus avoir de poste FM/DAB+ et une proportion équivalente déclarent qu'il s'agit du seul réseau accessible lors des moments d'écoute.

Graphique 128 -
Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt par internet ?

- Champ : ensemble des auditeurs radio via internet la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Femmes (56%), sexagénaires (64%), retraités (66%) et ruraux (60%) apprécient particulièrement la liberté d'écoute que leur offre l'accès par internet alors que les différences catégorielles sont peu marquées sur les autres items. À l'inverse, les utilisateurs d'enceintes connectées évoquent moins souvent l'aspect « liberté » qu'offre l'écoute via internet (46% contre 51% en moyenne).

Tableau 51 - Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt par internet ? Cumul des premiers et deuxièmes choix

- Champ : ensemble des auditeurs radio via internet la population de 12 ans et plus -

		J'apprécie de pouvoir écouter ce dont j'ai envie, quand j'ai envie	J'apprécie la diversité des contenus et des programmes proposés	J'apprécie la qualité d'écoute (meilleur son, pas de perte de réseau ...)	J'ai pris l'habitude	Je n'ai pas de lecteur FM/DAB+ ou je n'en ai plus	C'est le seul réseau auquel mon terminal me donne accès
Sexe	Homme	47%	32%	30%	37%	14%	15%
	Femme	56%	35%	24%	41%	15%	11%
Age	12-17 ans	49%	24%	33%	39%	17%	18%
	18-24 ans	45%	35%	34%	37%	18%	16%
	25-39 ans	45%	36%	24%	36%	14%	19%
	40-59 ans	54%	35%	28%	41%	13%	9%
	60-69 ans	64%	31%	23%	45%	9%	9%
	70 ans et plus	66%	29%	24%	35%	16%	10%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	46%	36%	24%	40%	18%	16%
	Deux personnes	53%	32%	23%	39%	15%	11%
	Trois personnes	54%	32%	27%	37%	15%	15%
	Quatre personnes	48%	36%	35%	37%	12%	11%
	Cinq personnes et plus	54%	31%	29%	45%	11%	18%
Diplôme	Non diplômé	42%	28%	21%	31%	18%	21%
	BEPC	53%	30%	27%	45%	13%	9%
	BAC	51%	41%	29%	33%	16%	12%
	Diplômé du supérieur	52%	36%	27%	39%	14%	15%
	12-17 ans	49%	24%	33%	39%	17%	18%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	38%	37%	27%	39%	13%	16%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	50%	40%	27%	43%	12%	11%
	Profession Intermédiaire	54%	30%	27%	37%	16%	15%
	Employé	47%	39%	30%	38%	13%	13%
	Ouvrier	47%	35%	25%	37%	13%	14%
	Personne au foyer	57%	23%	17%	56%	12%	15%
	Retraité	66%	32%	23%	41%	14%	8%
	Autre inactif	50%	27%	31%	36%	17%	15%
Niveau de vie	Bas revenus	49%	32%	26%	34%	18%	13%
	Classes moyennes inférieures	53%	30%	28%	44%	12%	12%
	Classes moyennes supérieures	52%	37%	26%	39%	14%	13%
	Hauts revenus	52%	34%	30%	41%	12%	15%
	Taille d'agglomération	Communes rurales	60%	31%	26%	39%	14%
2 000 à 20 000 hab.		49%	35%	27%	39%	16%	14%
20 000 à 100 000 hab.		43%	32%	27%	44%	14%	17%
Plus de 100 000 hab.		55%	34%	26%	35%	12%	14%
Agglomération parisienne		46%	34%	30%	42%	17%	9%

Source : CREDOC, baromètre du numérique, édition 2022.

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.

Partie 3. Opinions et représentations du numérique

1. Ressenti sur la qualité des différents réseaux

Parmi les nombreux freins ou leviers à l'usage du numérique (équipement, appropriation des usages, capacité à sécuriser ceux-ci, capacité à s'auto-former en cas de difficulté⁶¹, etc.) figure évidemment la qualité des réseaux, essentielle aux usages.

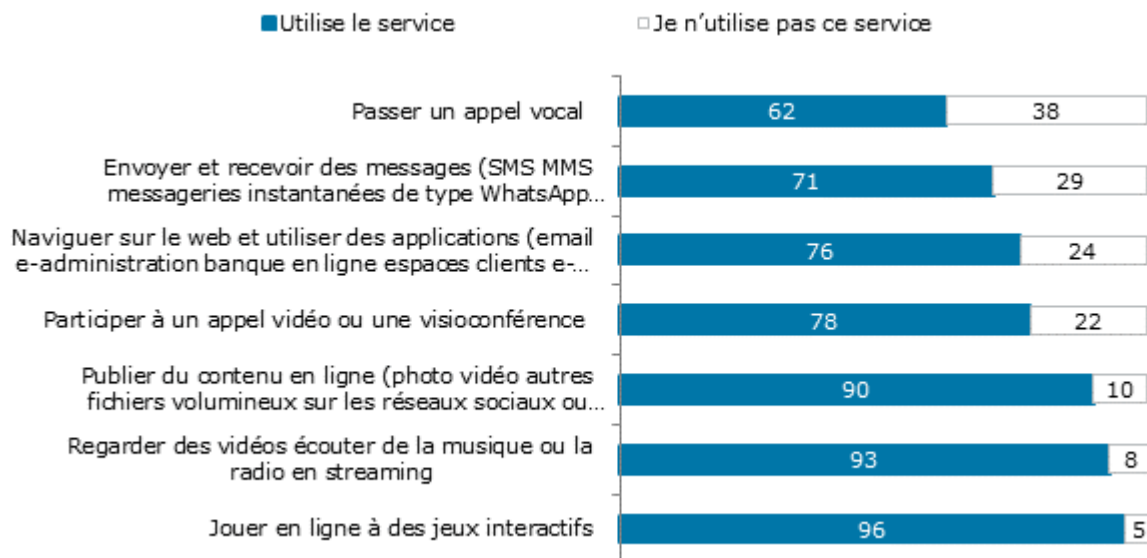
a) Les Français sont globalement satisfaits de la qualité des réseaux mobiles

Pour mémoire, trois usages sont très plus fréquents chez les possesseurs de téléphone mobile : l'envoi et la réception de messages (96%), les appels vocaux (93%) et la navigation sur internet (90%).

Les autres usages, ne concernent que ceux qui se connectent à internet via leur téléphone, et concernent donc un peu moins de personnes, de 78% pour le visionnage de vidéos ou l'écoute de musique en streaming à 62% pour les jeux en ligne.

Graphique 129 - Taux de recours aux différents usages du réseau mobile sur téléphone mobile

- Champ : ensemble des possesseurs de téléphone mobile et usagers d'internet mobile de 12 ans et plus (sauf pour l'appel vocal qui concerne l'ensemble des possesseurs de téléphone portable), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

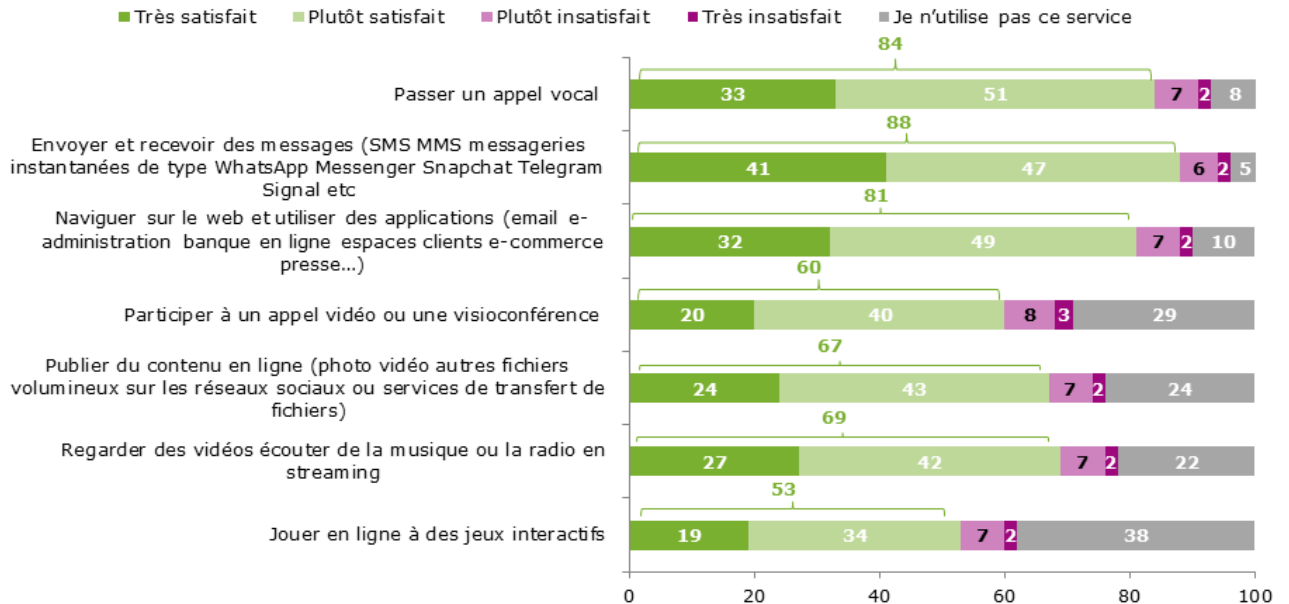
La qualité des réseaux mobiles est jugée satisfaisante par les utilisateurs des différents services et varie finalement peu selon les usages. Le taux de satisfaction concernant la qualité du réseau mobile culmine pour l'envoi et la réception de messages de type SMS (92% des personnes concernées). La qualité du réseau mobile permet de satisfaire 91% des personnes qui passent des appels vocaux et 90% de celles qui naviguent sur internet.

⁶¹ GRADOZ Julien, HOIBIAN Sandra, « La fracture numérique française au travers d'une approche par les « capacités » : l'enjeu d'apprendre à apprendre », Annales des Mines - Gérer et comprendre, 2019/2 (N° 136), p. 37-51. DOI : 10.3917/geco1.136.0037. URL : <https://www.cairn.info/revue-gerer-et-comprendre-2019-2-page-37.htm>

La satisfaction est légèrement inférieure bien qu'elle reste élevée pour les appels vidéo (85% des usagers) et la pratique des jeux en ligne (85% de satisfaction parmi les usagers).

Graphique 130
Lorsque vous utilisez LES RESEAUX MOBILES (2G/3G/4G/5G) sur votre téléphone mobile, s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction concernant les usages suivants ?

- Champ : ensemble des possesseurs de téléphone mobile de 12 ans et plus ayant eu recours à l'usage concerné, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Le graphique complet, comprenant les non-recourants aux usages se trouve en annexe 1

Le niveau de satisfaction varie peu selon les caractéristiques socio-démographiques.

A l'inverse, le **territoire** influence le niveau de satisfaction concernant la qualité du réseau mobile. Ainsi les personnes vivant dans les **communes rurales** ont, sur plusieurs des usages, des niveaux de satisfaction inférieurs à la moyenne nationale :

- 84% pour les appels vocaux (-6 points par rapport à la moyenne)
- 88% pour l'envoi et la réception de messages (-4 points par rapport à la moyenne)
- 79% pour les appels vidéo ou les visioconférences (-6 points par rapport à la moyenne)
- 85% pour la publication de contenus en ligne (-3 points par rapport à la moyenne)
- 83% pour le visionnage de vidéo ou l'écoute de contenus audio en streaming (-5 points par rapport à la moyenne)
- 82% pour les jeux en ligne (-3 points par rapport à la moyenne).

Concernant la navigation sur internet, le territoire ne semble pas avoir d'impact significatif.

Tableau 52 - Niveau de satisfaction concernant le réseau mobile pour les différents usages, selon la taille d'unité urbaine

- Champ : ensemble des possesseurs de téléphone mobile de 12 ans et plus ayant eu recours à l'usage concerné, en % -

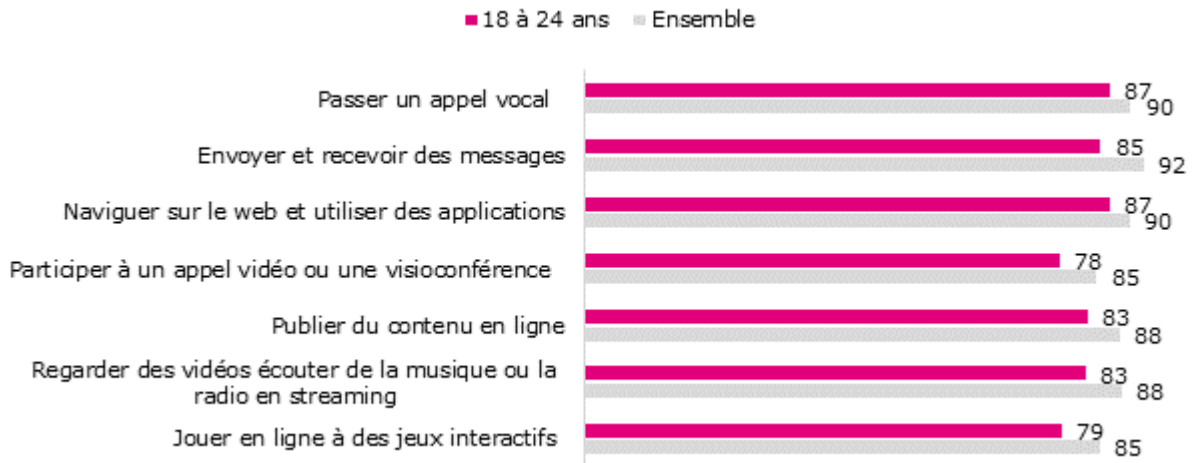
	Communes rurales	2 000 à 20 000 hab.	20 000 à 100 000 hab.	Plus de 100 000 hab.	Agglomération parisienne	Ensemble
Passer un appel vocal	84	92	93	92	91	90
Envoyer et recevoir des messages	88	95	93	94	91	92
Naviguer sur le web et utiliser des applications	88	92	90	90	89	90
Participer à un appel vidéo ou une visioconférence	79	89	84	85	85	85
Publier du contenu en ligne	85	90	89	87	90	88
Regarder des vidéos écouter de la musique ou la radio en streaming	83	91	89	89	87	88
Jouer en ligne à des jeux interactifs	82	88	84	87	87	85

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

L'âge est un facteur ayant peu d'influence sur la qualité du réseau mobile ressentie. Notons cependant que les jeunes âgés de 18 à 24 ans sont ceux qui présentent systématiquement le taux de satisfaction le plus faible quel que soit l'usage observé.

Graphique 131
Niveau de satisfaction concernant le réseau mobile pour les différents usages chez les 18 – 24 ans

- Champ : ensemble des possesseurs de téléphone mobile de 12 ans et plus ayant eu recours à l'usage concerné, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

b) La qualité des appels via réseaux mobiles est jugée satisfaisante dans la résidence principale bien que plus limitée en zone rurale

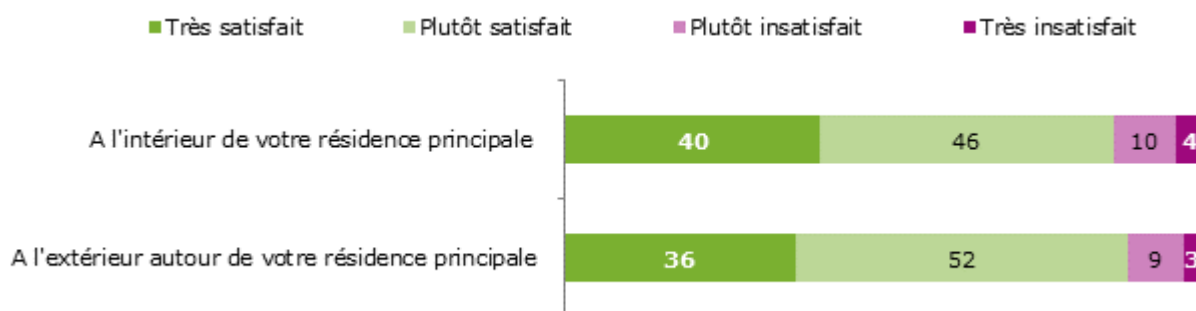
Remarque : Cette question n'a pas été posée aux personnes éloignées du numérique c'est-à-dire celles qui n'ont pas accès à internet fixe à domicile.

Concernant plus précisément les appels téléphoniques via le téléphone mobile, leur qualité est jugée satisfaisante par plus de huit utilisateurs sur dix quand ces appels ont lieu à l'intérieur du domicile (86%) ou à l'extérieur de celui-ci mais à proximité (88%).

Graphique 132

Lorsque vous passez des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles (2G/3G/4G/5G), s'agissant de la qualité de service, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? – Dans et à proximité de la résidence principale -

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

A nouveau sur cette question, l'impact du territoire est significatif. Dans les communes rurales, 80% des personnes passant des appels vocaux à l'intérieur de leur domicile avec leur téléphone portable, sont satisfaites de la qualité de ces appels soit 6 points de moins que la moyenne. De même 84% des individus vivant en zone rurale sont satisfaits de la qualité des appels passés à proximité de leur résidence soit 4 points de moins que la moyenne.

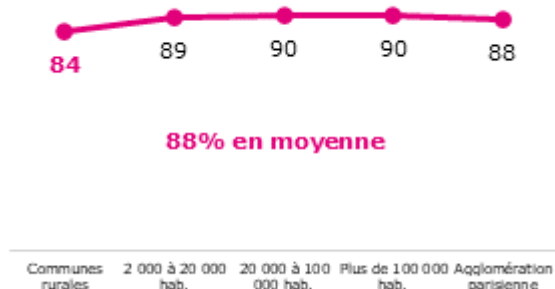
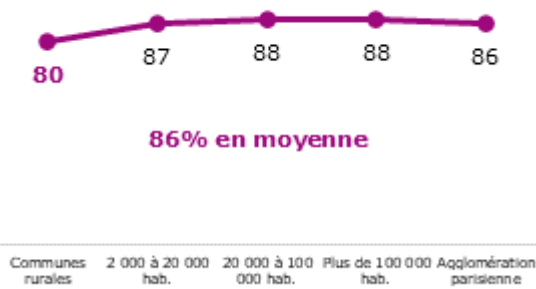
Graphique 133

Taux de satisfaction concernant les appels mobiles dans la résidence principale ou à proximité de la résidence principale selon le lieu de résidence du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus passant des appels vocaux (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

A l'intérieur de votre résidence principale

A l'extérieur autour de votre résidence principale



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

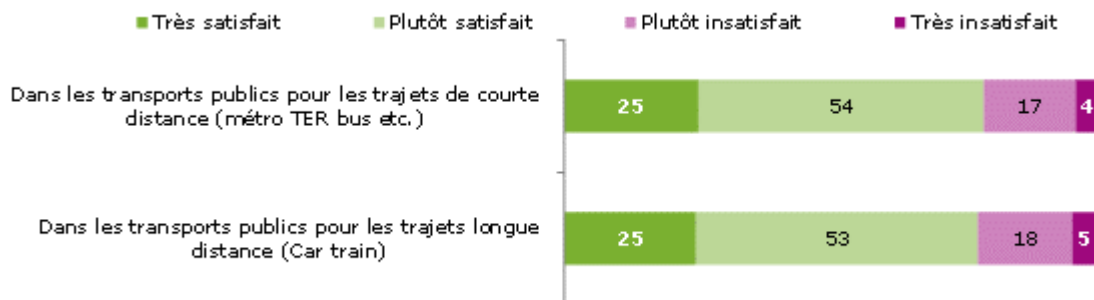
Notons à nouveau ici, une forme d'exigence plus élevée de la population des 18 à 24 ans qui se déclarent moins satisfaits que les autres catégories d'âge. 80% d'entre eux sont satisfaits de la qualité des appels mobiles passés dans la résidence principale (- 6 points par rapport à la moyenne) et 84% le sont pour les appels téléphoniques passés à proximité du domicile (- 4 points par rapport à la moyenne).

Une qualité plus modérée du réseau dans les transports publics en particulier dans l'agglomération parisienne

Les appels passés dans les transports en commun, que ce soit sur courte ou longue distance, ne concernent qu'environ six individus sur dix.

Parmi les usagers des transports, 79% (50% de l'ensemble) d'entre eux se déclarent satisfaits de la qualité du réseau quand ils passent des appels téléphoniques dans les transports lors de courts trajets et 77% (48% de l'ensemble) lors de trajets longue distance.

Graphique 134
Lorsque vous passez des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles (2G/3G/4G/5G), s'agissant de la qualité de service, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? - Dans les transports publics -
- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Pour les trajets sur de courtes distances, c'est dans **l'agglomération parisienne** que les usagers sont les moins satisfaits de la qualité du réseau probablement en raison de la spécificité du réseau de transports en commun qui est, en grande partie, sous-terrain. Ainsi, 72% des usagers des transports vivant dans l'agglomération parisienne se déclarent satisfaits de la qualité du réseau dans les transports sur de courtes distances, soit 7 points de moins par rapport à la moyenne. On observe le même type de résultat pour les trajets sur de longue distance : 70% des usagers des transports en agglomération parisienne sont satisfaits du réseau dans ce cadre soit 7 points de moins par rapport à la moyenne.

Graphique 135

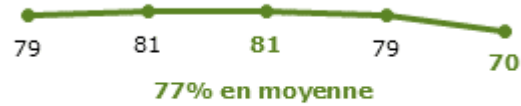
Taux de satisfaction concernant les appels mobiles réalisés dans les transports publics selon le lieu de résidence du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

Dans les transports publics pour les trajets de courte distance (métro TER bus etc.)



Dans les transports publics pour les trajets longue distance (Car train)



Communes rurales 2 000 à 20 000 hab. 20 000 à 100 000 hab. Plus de 100 000 hab. Agglomération parisienne

Communes rurales 2 000 à 20 000 hab. 20 000 à 100 000 hab. Plus de 100 000 hab. Agglomération parisienne

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Une couverture réseau globalement satisfaisante lors des trajets en voiture

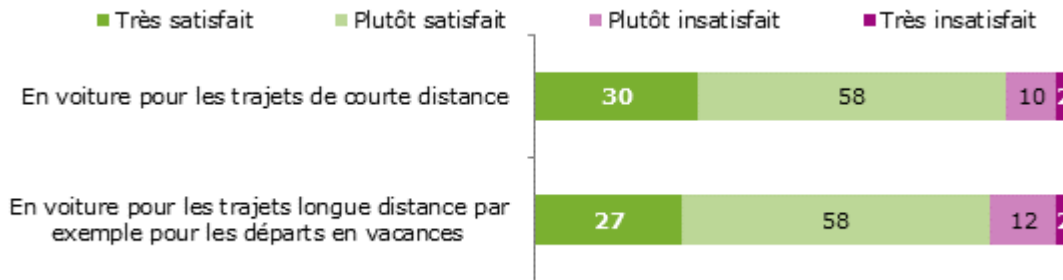
Un peu plus de huit personnes sur dix passant des appels vocaux mobiles, le font parfois en voiture que ce soit pour des trajets sur de courtes distances ou des longues distances.

Parmi ces derniers, 88% sont satisfaits de la qualité des appels mobiles lors des trajets de courte distance et 85% sur longue distance.

Graphique 136

Lorsque vous passez des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles (2G/3G/4G/5G), s'agissant de la qualité de service, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? –En voiture -

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Sur cette question, **l'impact du territoire est limité**. Les résidents dans les petites unités urbaines se déclarent plus souvent satisfaits de la qualité du réseau lors de trajets courts en voiture (91% soit 3 points de plus que la moyenne).

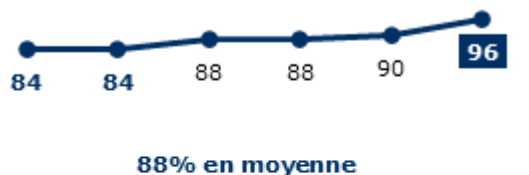
L'opinion semble **dépendre davantage de l'âge des répondants**. Les jeunes mentionnent une satisfaction moindre par rapport à leurs aînés : 84% des 12-17 ans et des 18 – 24 ans sont satisfaits de la qualité des appels téléphoniques passés en voiture lors de courts trajets. C'est 12 points de moins que leurs aînés de 70 ans et plus et 4 points de moins que la moyenne.

Graphique 137

Taux de satisfaction concernant les appels mobiles réalisés en voiture selon l'âge de répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

En voiture pour les trajets de courte distance



En voiture pour les trajets longue distance par exemple pour les départs en vacances



12-17 ans 18-24 ans 25-39 ans 40-59 ans 60-69 ans 70 ans et plus

12-17 ans 18-24 ans 25-39 ans 40-59 ans 60-69 ans 70 ans et plus

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Une qualité d'appel satisfaisante sur le lieu de travail

La quasi-totalité des actifs en emploi (95%) passent des appels avec leur téléphone mobile sur leur lieu de travail.

Parmi les usagers, 83% se déclarent satisfaits de la qualité de leurs appels à l'intérieur de leur lieu de travail et 89% de leurs appels à l'extérieur de celui-ci.

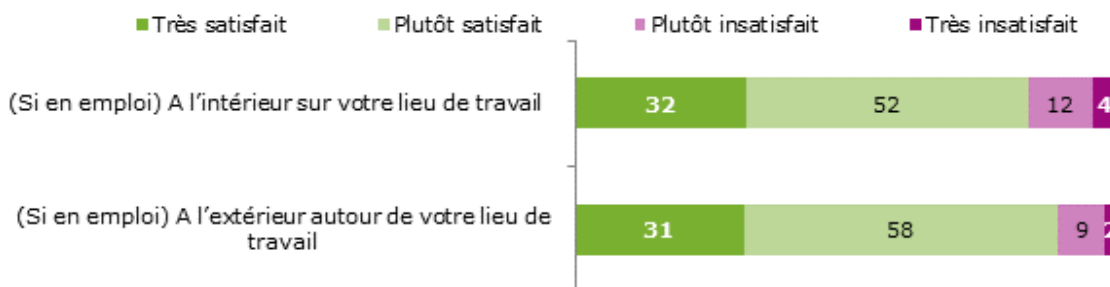
Les individus vivant dans la région parisienne⁶² sont un peu moins élogieux par rapport à la qualité des appels passés à l'extérieur de leur lieu de travail (86% soit 3 points de moins que la moyenne).

Concernant les appels passés à l'intérieur du lieu de travail, la localisation du lieu de résidence n'a pas d'impact.

Graphique 138

Lorsque vous passez des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles (2G/3G/4G/5G), s'agissant de la qualité de service, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? – Sur le lieu de travail -

- Champ : ensemble des utilisateurs en emploi passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

⁶² L'information du lieu de travail n'est pas recueillie, il n'est donc pas possible de réaliser l'analyse sur cette donnée.

c) La qualité du réseau des données mobiles satisfaisante à proximité du domicile, à nouveau plus faible en zone rurale

Remarque : Cette question n'a pas été posée aux personnes éloignées du numérique c'est-à-dire celles qui n'ont pas accès à internet fixe à domicile.

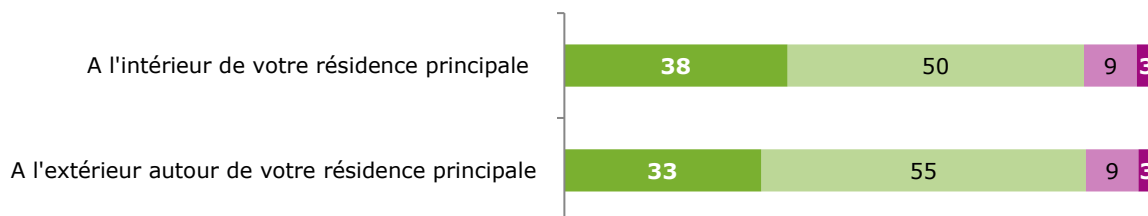
La satisfaction des Français concernant la qualité du réseau de données mobiles à proximité de leur domicile est élevée : 88% des usagers (84% de l'ensemble) sont satisfaits de la qualité du réseau de données mobiles à l'intérieur de leur résidence et 88% (82% de l'ensemble) en sont satisfaits pour une utilisation à proximité de la résidence principale.

Graphique 139

Lorsque vous utilisez internet depuis les réseaux mobiles (Naviguer sur le web, utiliser des applications, participer à un appel vidéo ou visio-conférence, publier du contenu en ligne, regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming, jouer en ligne à des jeux interactifs), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? – Dans et à proximité de la résidence principale -

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

■ Très satisfait ■ Plutôt satisfait ■ Plutôt insatisfait ■ Très insatisfait



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les habitants de zones rurales sont moins satisfaits que les autres (- 6 points par rapport à la moyenne pour les données mobiles à l'intérieur du logement et - 8 points pour les données mobiles à l'extérieur du logement). A l'inverse, ceux vivant dans les grandes agglomérations hors agglomération parisienne sont plus satisfaits que la moyenne.

Graphique 140

Taux de satisfaction concernant la qualité du réseau de données mobiles dans la résidence principale ou à proximité de la résidence principale selon le lieu de résidence du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus utilisant le réseau de données mobiles (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

A l'intérieur de votre résidence principale



A l'extérieur autour de votre résidence principale



Communes rurales 2 000 à 20 000 hab. 20 000 à 100 000 hab. Plus de 100 000 hab. Agglomération parisienne

Communes rurales 2 000 à 20 000 hab. 20 000 à 100 000 hab. Plus de 100 000 hab. Agglomération parisienne

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

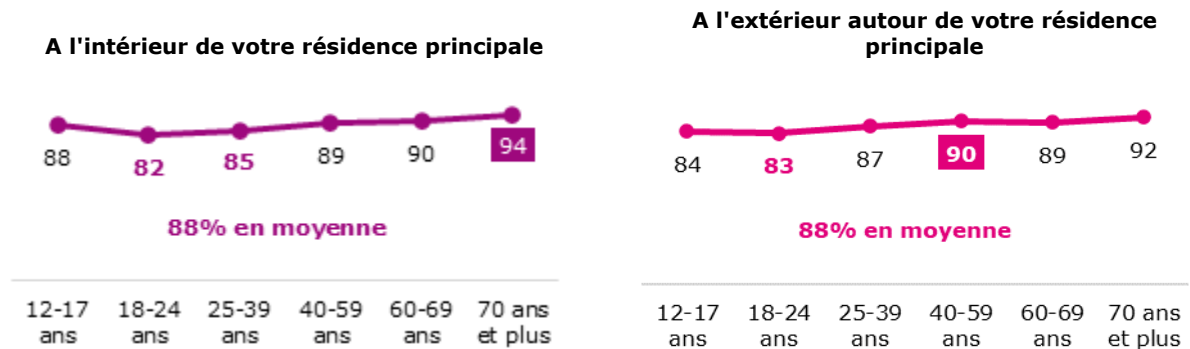
L'opinion est par ailleurs influencée par l'âge. Comme pour la qualité des appels dans ou à proximité du lieu de vie, les jeunes de 18 à 24 ans évaluent un peu moins positivement la qualité du réseau de données mobiles dans ou à proximité de leur résidence principale que la moyenne :

- 6 points de moins par rapport à la moyenne pour les données mobiles dans la résidence
- 5 points de moins par rapport à la moyenne pour les données mobiles à l'extérieur à proximité de la résidence

Graphique 141

Taux de satisfaction concernant la qualité du réseau de données mobiles dans la résidence principale ou à proximité de la résidence principale selon l'âge du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus utilisant le réseau de données mobiles (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

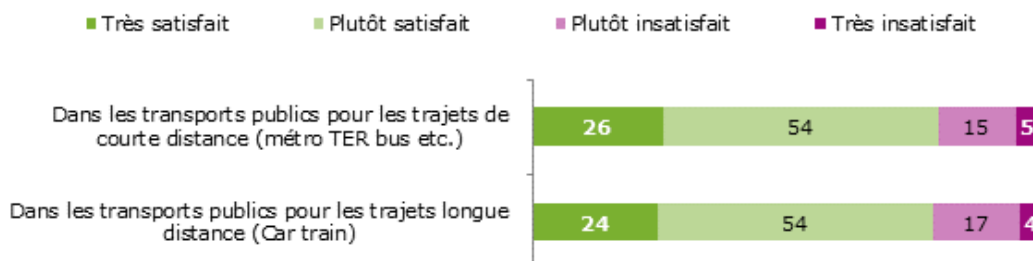
Comme pour le réseau mobile en cas d'appel, le réseau de données mobiles est jugé modérément satisfaisant en agglomération parisienne

Près de quatre individus de 12 ans ou plus sur dix ne prennent pas les transports publics ou n'utilisent pas leur réseau de données mobiles dans ce cadre. Parmi ceux qui sont concernés, 80% (50% de l'ensemble) sont satisfaits de la qualité du réseau de données mobiles dans les transports lorsqu'ils effectuent des trajets courts et 79% (49% de l'ensemble) le sont dans le cas de trajets longs. Ces niveaux sont comparables quoique légèrement supérieurs à ceux observés pour la qualité du réseau lors des appels mobiles.

Graphique 142

Lorsque vous utilisez internet depuis les réseaux mobiles (Naviguer sur le web, utiliser des applications, participer à un appel vidéo ou visio-conférence, publier du contenu en ligne, regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming, jouer en ligne à des jeux interactifs), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? - Dans les transports publics -

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

A nouveau, la qualité ressentie sur les réseaux de données mobile est inférieure en agglomération parisienne par rapport aux autres territoires probablement en raison de la spécificité des transports publics en Ile-de-France. Les trois-quarts des usagers des transports publics utilisant les données mobiles lors de leurs parcours courts (74%) sont satisfaits de la qualité du réseau soit 6 points de moins que la moyenne et environ 7 sur 10 le sont lors de trajets longs soit 7 points de moins que la moyenne.

Graphique 143

Taux de satisfaction concernant la qualité du réseau de données mobiles dans les transports publics selon le lieu de résidence du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus utilisant le réseau de données mobiles (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

Dans les transports publics pour les trajets de courte distance (métro TER bus etc.)



Dans les transports publics pour les trajets longue distance (Car train)



Communes rurales 2 000 à 20 000 hab. 20 000 à 100 000 hab. Plus de 100 000 hab. Agglomération parisienne

Communes rurales 2 000 à 20 000 hab. 20 000 à 100 000 hab. Plus de 100 000 hab. Agglomération parisienne

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Une bonne qualité du réseau de données mobiles lors des trajets en voiture

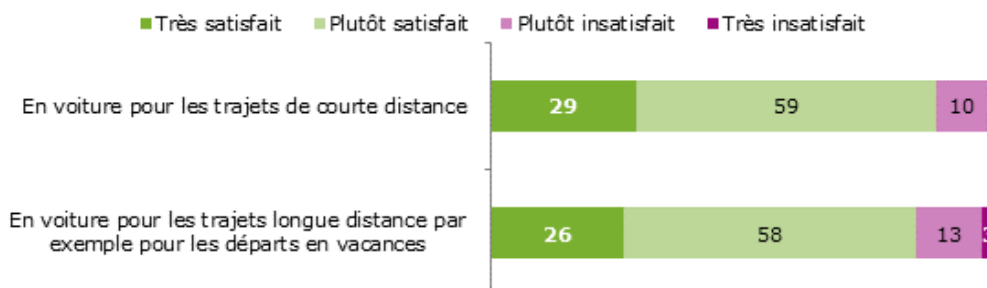
Huit personnes sur dix utilisent le réseau de données mobiles lors de trajets en voiture sur de courtes ou de longues distances.

Le taux de satisfaction concernant la qualité du réseau lors de trajets en voiture de courte distance est de 88% (71% sur l'ensemble). Ce même taux est de 84% (67% sur l'ensemble) s'agissant des trajets sur de longue distance.

Graphique 144

Lorsque vous utilisez internet depuis les réseaux mobiles (Naviguer sur le web, utiliser des applications, participer à un appel vidéo ou visio-conférence, publier du contenu en ligne, regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming, jouer en ligne à des jeux interactifs), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? – En voiture –

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

A nouveau, les individus âgés de 18 à 24 ans sont les plus critiques que ce soit pour les trajets courts (82% de satisfaction, 6 points de moins par rapport à la moyenne) ou les trajets longs (5 points de moins par rapport à la moyenne).

Graphique 145

Taux de satisfaction concernant la qualité du réseau de données mobiles en voiture selon l'âge du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus utilisant le réseau de données mobiles (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

En voiture pour les trajets de courte distance



88% en moyenne

En voiture pour les trajets longue distance par exemple pour les départs en vacances



84% en moyenne

12-17 ans 18-24 ans 25-39 ans 40-59 ans 60-69 ans 70 ans et plus

12-17 ans 18-24 ans 25-39 ans 40-59 ans 60-69 ans 70 ans et plus

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

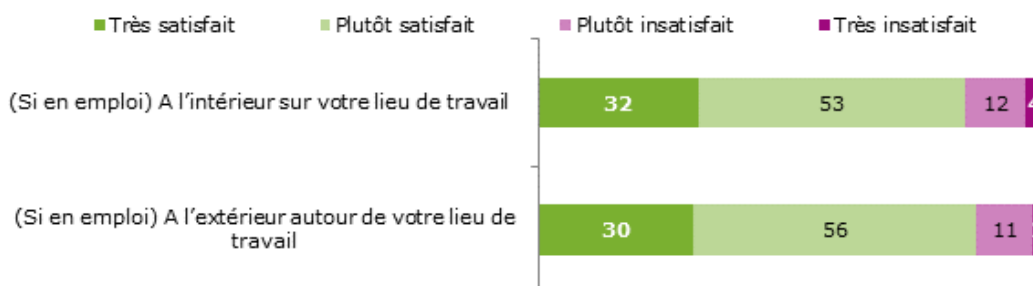
La qualité du réseau des données mobiles satisfaisante à l'intérieur mais surtout à l'extérieur à proximité du lieu de travail

Environ neuf personnes sur dix en emploi utilisent leur réseau de données mobiles sur leur lieu de travail. Le taux de satisfaction de cet usage est de 84% (77% sur l'ensemble) pour une utilisation à l'intérieur de lieu de travail et de 87% (80% sur l'ensemble) pour une utilisation à l'extérieur du lieu de travail.

Graphique 146

Lorsque vous utilisez internet depuis les réseaux mobiles (Naviguer sur le web, utiliser des applications, participer à un appel vidéo ou visio-conférence, publier du contenu en ligne, regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming, jouer en ligne à des jeux interactifs), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ? – Sur le lieu de travail -

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

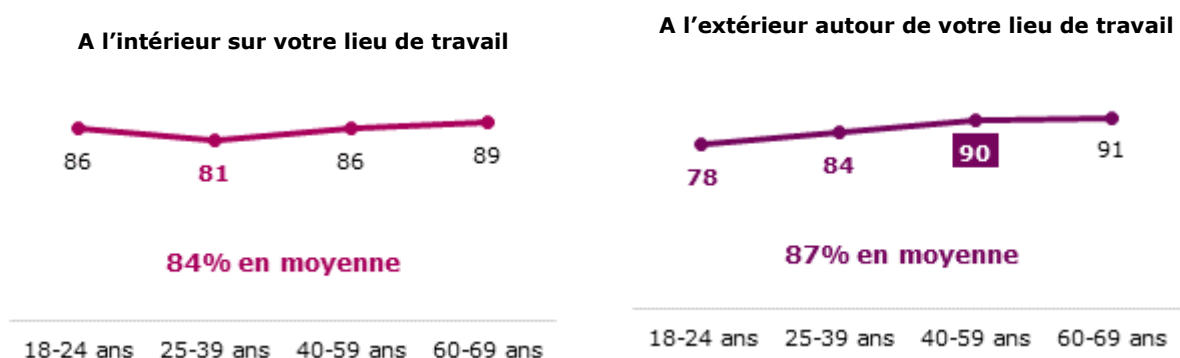
La taille d'unité urbaine du lieu de résidence n'a ici pas d'impact contrairement à ce qui était observé pour la qualité du réseau de téléphonie mobile.

Les actifs en emploi de 25 à 39 ans présentent des taux de satisfaction très légèrement plus faibles : 81% d'entre eux sont satisfaits de la qualité du réseau de données mobiles à l'intérieur de leur lieu de travail (3 points de moins par rapport à la moyenne) et 84% le sont pour le réseau des données mobiles à l'extérieur de leur lieu de travail (3 points de moins par rapport à la moyenne). Sur ce dernier point, les 18 à 24 ans se montrent moins enthousiastes puisque 78% d'entre eux se déclarent satisfaits de la qualité du réseau (9 points de moins par rapport à la moyenne).

Graphique 147

Taux de satisfaction concernant la qualité du réseau de données mobiles sur le lieu de travail selon l'âge du répondant

- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus utilisant le réseau de données mobiles (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -

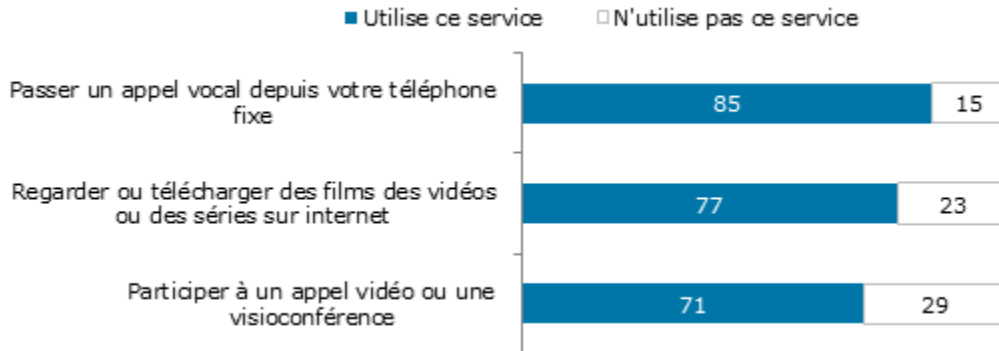


Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

d) Une qualité de service ressentie globalement satisfaisante pour l'utilisation des services sur réseaux fixes

Parmi les Français équipés d'une connexion internet fixe à domicile, près de neuf sur dix utilisent leur téléphone fixe pour passer des appels vocaux, les trois quarts regardent ou téléchargent des vidéos sur internet et sept sur dix participent à des appels en visioconférence.

Graphique 148
Taux d'utilisation des différents usages d'internet fixe à domicile
- Champ : ensemble des 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -

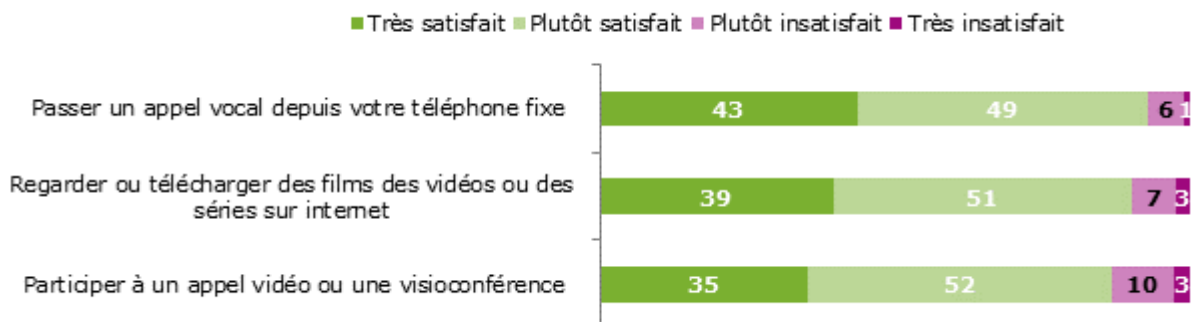


Source :

CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Parmi les utilisateurs de la téléphonie fixe, 93% (78% sur l'ensemble des personnes équipées en internet fixe) sont satisfaits de la qualité des appels vocaux passés depuis la ligne fixe.

Graphique 149
Lorsque vous utilisez les réseaux fixes à domicile, quel est votre niveau de satisfaction concernant les usages suivants ?
- Champ : ensemble des utilisateurs de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

L'appréciation tend à croître avec l'âge de la personne interrogée. Elle est de 88% pour les individus de 12 à 17 ans et de 86% pour les 18 à 24 ans pour atteindre près de 100% pour les 60 ans et plus. Ce résultat est sans nul doute corrélé à l'usage de la téléphonie fixe, plus répandue parmi les plus âgés qui y sont historiquement plus attachés, et beaucoup moins parmi les plus jeunes. Toutefois, le taux de satisfaction tend aussi à décroître lorsque l'usage du téléphone fixe est moins fréquent.

Graphique 150 - Taux de satisfaction concernant les appels vocaux depuis le téléphone fixe

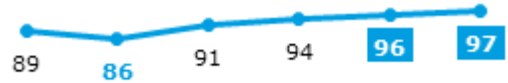
- Champ : ensemble des 12 ans et plus équipés en internet fixe à domicile et ayant recours aux appels vocaux depuis le téléphone fixe – en %

Selon la fréquence d'usage du téléphone fixe



93% en moyenne

Selon l'âge de la personne interrogée



93% en moyenne

Tous les jours Une à deux fois par semaine Plus rarement Jamais

12-17 ans 18-24 ans 25-39 ans 40-59 ans 60-69 ans 70 ans et plus

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

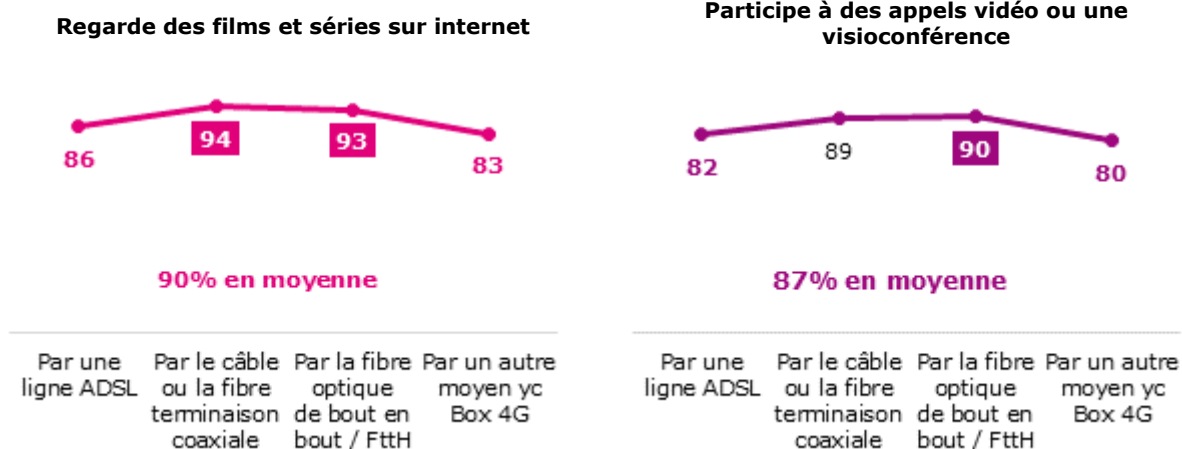
Les trois quarts des Français équipés en connexion internet fixe à domicile **regardent ou téléchargent des films ou des séries** sur internet. Parmi eux 90% (70% de l'ensemble) sont satisfaits de la qualité du réseau fixe lors du visionnage de vidéos en ligne.

Environ 7 Français équipés en connexion internet fixe à domicile sur 10 ont déjà passé des **appels vidéo** ou réalisés des visio-conférences. 87% d'entre eux sont satisfaits de la qualité du réseau fixe lors de ces appels.

Le type de connexion internet à domicile a un impact plus marqué sur le niveau de satisfaction. Les Français **dont la connexion à internet fixe se fait par la technologie DSL ont un niveau de satisfaction plus faible** que la moyenne : 86% d'entre eux sont satisfaits de la qualité du visionnage des films et séries sur internet (soit 4 points de moins que la moyenne) et 82% sont satisfaits de leur réseau lors de l'utilisation d'internet pour des visioconférences (5 points de moins).

Les **taux de satisfaction sont plus élevés pour des connexions à très haut débit** comme le câble ou la fibre optique.

Graphique 151 - Taux de satisfaction concernant le visionnage de films et séries sur internet
 - Champ : ensemble des 12 ans et plus équipés en internet fixe à domicile et ayant recours aux usages concernés – en %



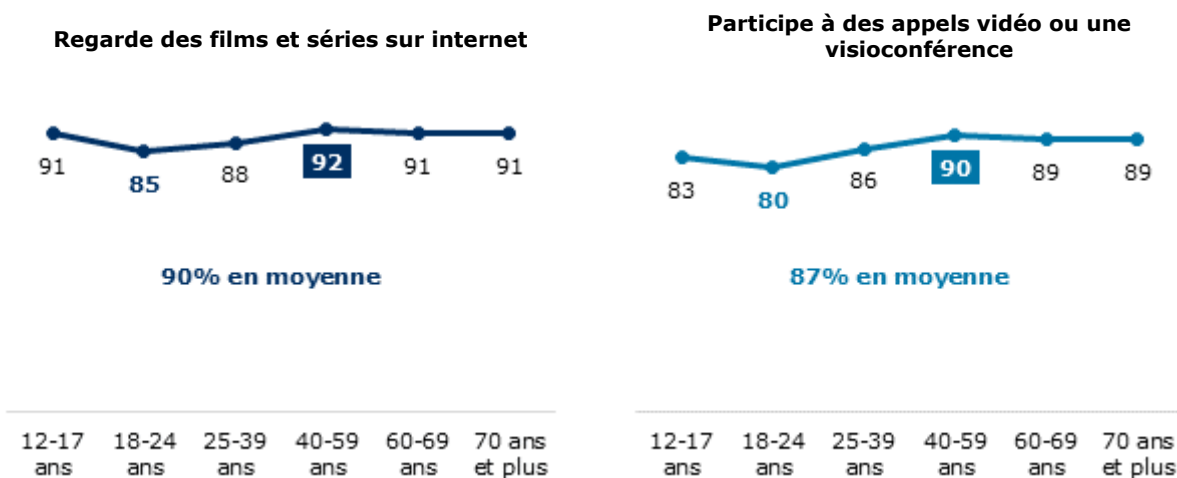
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

On repère peu de différences d’appréciation dans les groupes sociaux. Les taux de satisfaction concernant la qualité du réseau internet fixe pour ces deux usages sont un peu **plus faibles pour les 18 à 24 ans** :

- 85% d’entre eux sont satisfaits de la qualité du réseau lorsqu’ils regardent des films ou séries sur internet soit 5 points de moins que la moyenne
- 80% jugent la qualité de leur réseau fixe suffisante lorsqu’ils sont en visioconférence soit 7 points de moins par rapport à la moyenne.

Au contraire, les 40 – 59 ans ont les taux de satisfaction un peu plus élevés sur ces questions : 92% d’entre eux sont satisfaits de la qualité du réseau quand ils regardent des films et séries sur internet (2 points de plus par rapport à la moyenne) et 90% jugent leur réseau fixe suffisant lorsqu’ils font des appels vidéo.

Graphique 152 - Taux de satisfaction concernant les usages vidéo avec le réseau internet fixe
 - Champ : ensemble des 12 ans et plus équipés en internet fixe à domicile et ayant recours aux usages concernés – en %



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

2. La sécurisation des données et de la navigation internet

a) *56% des internautes pensent avoir déjà été victimes d'un accès indésirable à leurs données personnelles*

Avec la numérisation de la société se développent mécaniquement les **escroqueries et autres formes de criminalité en ligne**. Par exemple, les attaques au phishing⁶³ et de logiciels malveillants se multiplient pour récupérer les données bancaires des victimes⁶⁴. Toutefois ces dernières années, avec la **progression des mesures d'authentification forte**, la Banque de France⁶⁵ constate un **rythme de progression des fraudes au paiement très inférieur à celui des flux de paiement**. Au-delà des escroqueries et phishing bancaires, les **données personnelles**⁶⁶ peuvent être mobilisées à des fins **commerciales**, d'impact sur la **e-réputation**, ou d'autres usages indésirables.

Les internautes ont été interrogés **sur l'accès indésirable** à leurs données personnelles depuis Internet, tous supports confondus (ordinateur, tablette, *smartphone*). **Plus d'un internaute sur deux estime avoir été victime de ce type de mésaventure (56%)**, que ce soit de manière directe ou indirecte (par le biais d'entreprises disposant de leurs données personnelles) : 18% en sont persuadés et 38% estiment cette éventualité probable.

Les opinions des internautes ont évolué entre 2014 et 2022 sur ce point (Graphique 153). Les internautes **se montrent plus souvent concernés** par ces malveillances aujourd'hui qu'en 2014 (49% en 2014, soit +7 points). Mais, dans le détail, ils sont moins souvent *certain*s d'en avoir été victimes (-7 points) et déclarent plus souvent que cela est « probable » (+14 points).

⁶³ Le *phishing* ou *hameçonnage* est une forme d'escroquerie sur internet qui consiste à récupérer les données personnelles des consommateurs par la tromperie, puis à les utiliser de manière malveillante, par exemple pour faire des achats.

⁶⁴ D'après l'enquête CVS 500 000 ménages déclaraient avoir été victimes d'un débit frauduleux (sur et en dehors d'Internet) en 2010, contre 1,3 million en 2018. Leur nombre a plus que doublé en huit années. L'augmentation n'est pas seulement visible en volume mais également en proportion de ménages puisque c'est 4,4% des ménages qui ont été victimes de débits frauduleux en 2019 contre 1,8% en 2010.

⁶⁵ Banque de France, Observatoire de la sécurité des moyens de paiement, 2021, https://www.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/rapport_osmp_2021.pdf

⁶⁶ Selon la CNIL, une « donnée personnelle » est « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ».

- Une personne peut être identifiée : directement (exemple : nom, prénom)
- ou indirectement (exemple : par un identifiant (n° client), un numéro (de téléphone), une donnée biométrique, plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image).

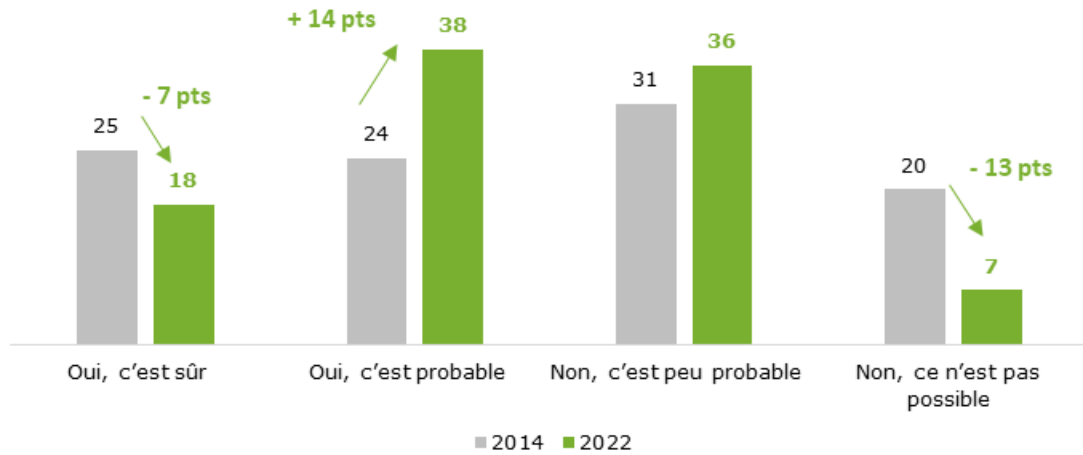
L'identification d'une personne physique peut être réalisée :

- à partir d'une seule donnée (exemple : numéro de sécurité sociale, ADN)
- à partir du croisement d'un ensemble de données (exemple : une femme vivant à telle adresse, née tel jour, abonnée à tel magazine et militant dans telle association)

Graphique 153

Pensez-vous avoir déjà été victime d'un accès indésirable par internet à vos données personnelles, que ce soit par intrusion directe via internet de votre ordinateur, votre tablette ou votre *smartphone* ou indirectement auprès d'entreprises qui disposent de données sur vous (votre opérateur internet, un site internet marchand, etc.) ?

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -

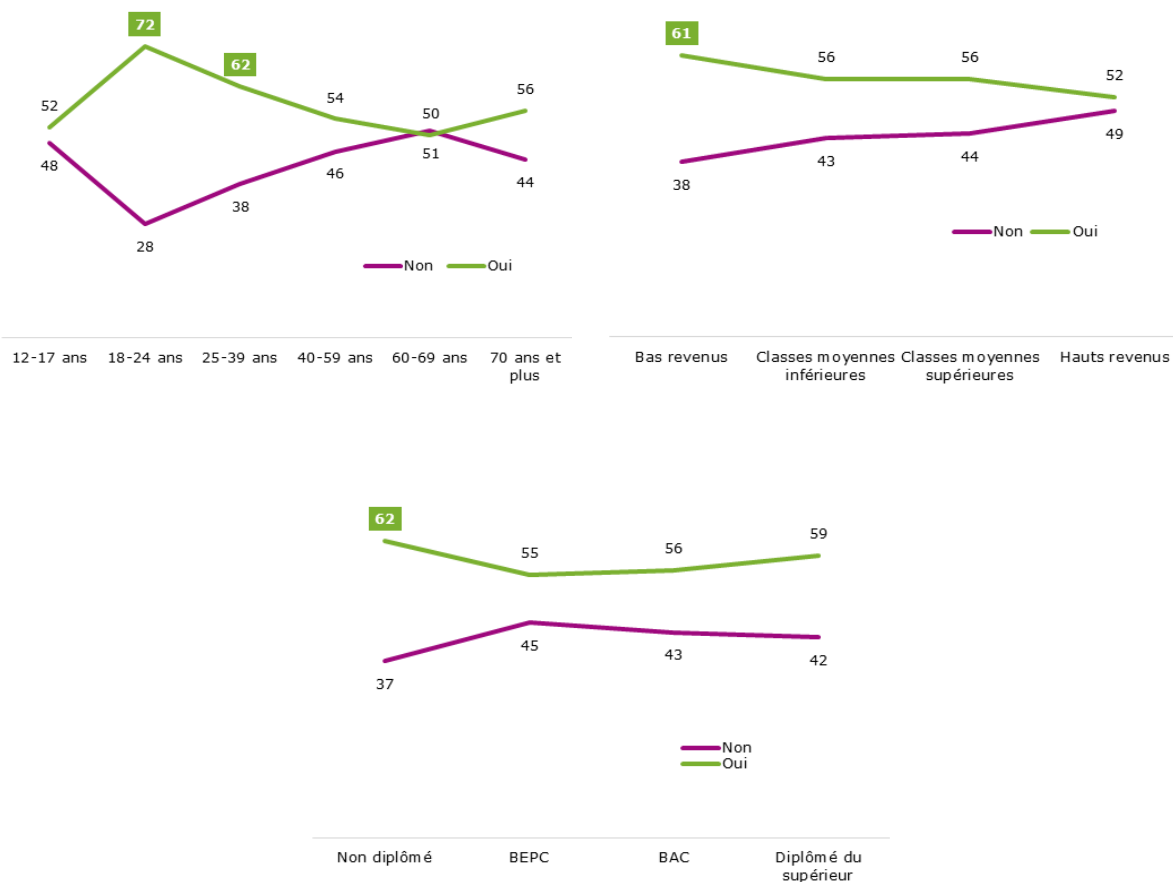


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les écarts d'opinion sont conséquents entre les différents groupes (Tableau 89). **Les 18-24 ans se montrent particulièrement sensibles** à ces questions : 46% présument avoir déjà été victime d'une mésaventure de ce type, et 26% en sont certains. Les **25-39 ans** pensent également plus souvent avoir été concernés que la moyenne (Graphique 154). À âge égal, les personnes aux revenus les plus faibles et les non-diplômés pensent également davantage que la moyenne avoir été victime d'un accès indésirable à leurs données personnelles.

Graphique 154
Influence de l'âge, du niveau de vie et du niveau de diplôme sur le sentiment d'avoir été victime d'un accès indésirable à ses données personnelles

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



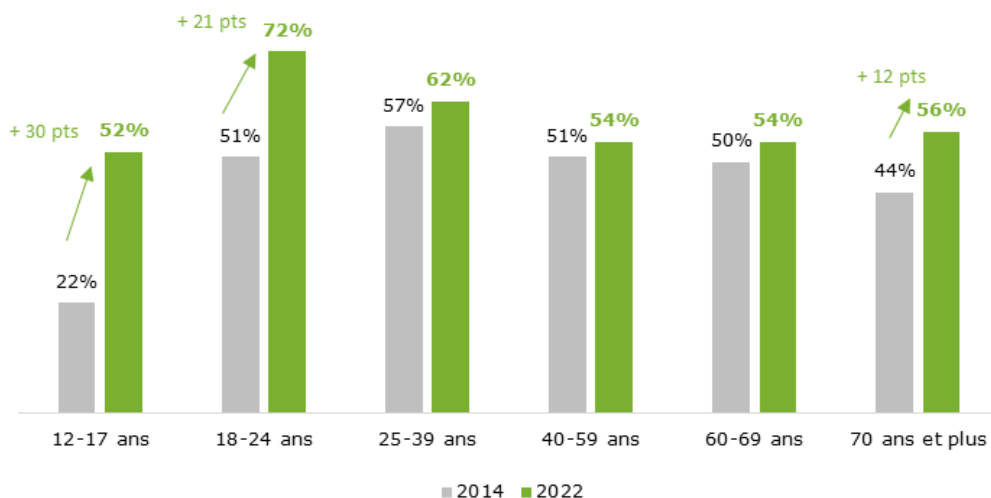
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Entre 2014 et 2022, la proportion des 12-24 ans et des 70 ans et plus qui déclarent avoir été victimes d'un accès indésirable à leurs données personnelles **a fortement progressé** (Graphique 155). Plusieurs hypothèses d'explication peuvent être avancées pour comprendre cette hausse. Il peut s'agir d'une plus grande **sensibilisation** de ces populations aux pratiques malveillantes sur le net notamment via les actions menées dans le cadre scolaire⁶⁷. L'entrée en vigueur du règlement général sur la protection des données (**RGPD**), en date de 2018, a certainement contribué à attirer l'attention de la population sur ces enjeux de sécurité. Enfin, la **progression des usages** entraîne mécaniquement une progression des risques d'accès frauduleux aux données personnelles.

⁶⁷ Voir par exemple <https://eduscol.education.fr/3481/ressources-pour-des-usages-responsables-sur-internet>

Graphique 155
Entre 2014 et 2022, les internautes de moins de 25 ans et de 70 ans et plus estiment plus souvent avoir été victimes d'un accès indésirable à leurs données personnelles

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % de réponses « Oui c'est sûr » et « Oui c'est probable » -

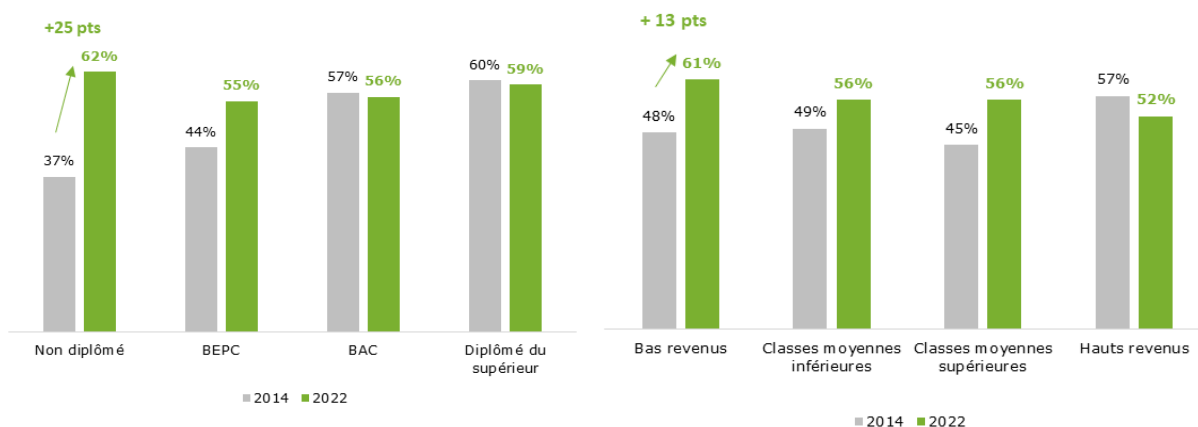


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Entre 2014 et 2022, la proportion de non-diplômés et de bas revenus évoquant le fait d'avoir été victimes d'un accès frauduleux à leurs données personnelles a progressé plus vite que dans les autres catégories de la population. Ils regrettent désormais plus souvent que les hauts revenus ces faits de malveillance (Graphique 156).

Graphique 156
Evolution de la proportion d'internautes jugeant avoir été victimes d'un accès indésirable à leurs données personnelles selon le diplôme et le niveau de vie

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % de réponses « Oui c'est sûr » et « Oui c'est probable » -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

b) 56% des internautes disent être vigilants quant à la protection de leurs données personnelles numériques

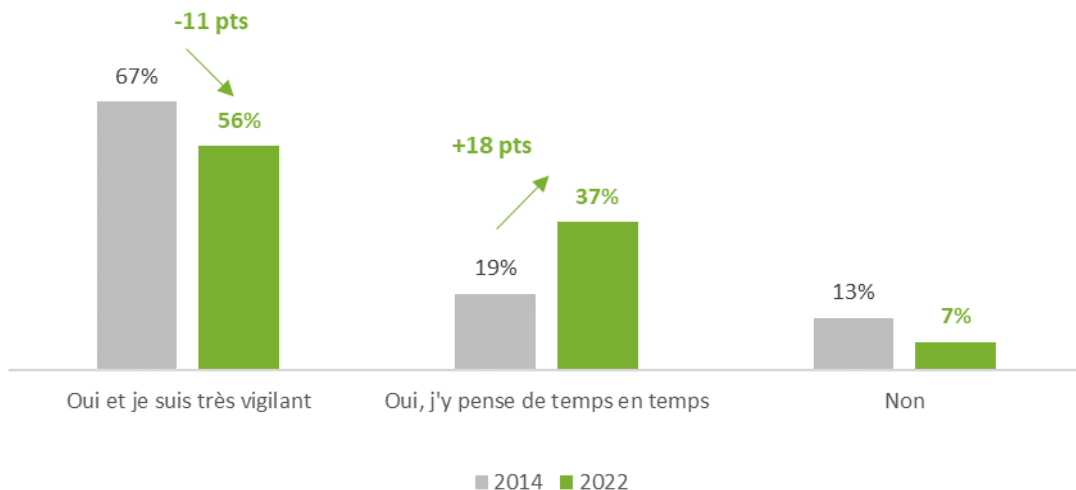
En 2022, **une très large majorité d'internautes déclarent être attentifs à la protection de leurs données** personnelles numériques, par exemple en installant un pare-feu, un logiciel de sécurité, en mettant des mots de passe ou en stockant les données en dehors de toute connexion à internet. Un peu plus de neuf internautes sur dix indiquent ainsi se préoccuper du sujet (93%), dont 56% disent être « très vigilants » et 37% y penser « de temps en temps ».

Entre 2014 et 2022, la proportion des internautes attentifs à la protection de leurs données a grimpé de 7 points, en passant de 86% à 93%. Mais c'est la part d'internautes qui pensent « de temps en temps » à la sécurité de leurs informations personnelles qui tire à la hausse le niveau de vigilance générale (+ 18 points), car ceux qui se montrent très vigilants sur le sujet sont moins nombreux qu'en 2014 (- 11 points). La part de ceux qui ne se soucient pas de la question a diminué de près de moitié sur la période pour s'établir à 7% en 2022 (Graphique 157).

Graphique 157

Faites-vous attention à protéger vos données personnelles numériques, par exemple avec un mot de passe, en les rangeant en dehors de toute connexion à internet, en installant un pare-feu ou un logiciel de sécurité, etc. ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

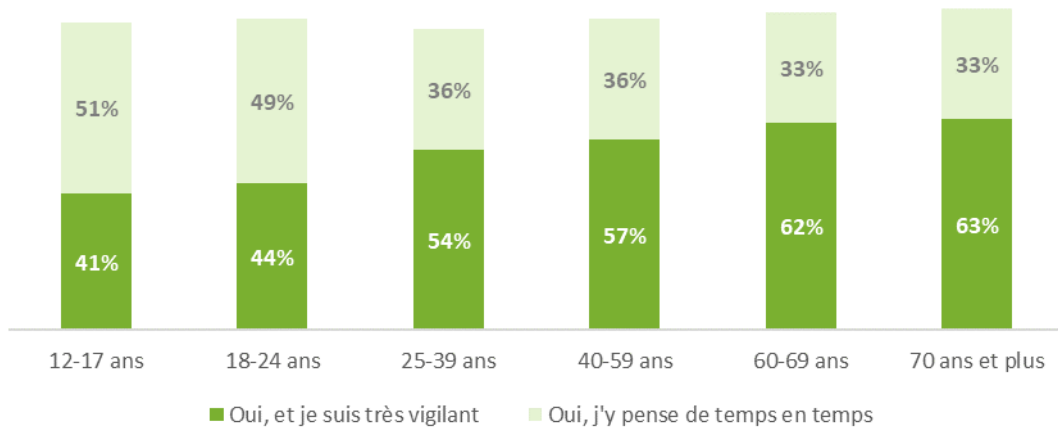
Le niveau de préoccupation au sein de la population n'est pas identique, notamment au regard de l'âge (Graphique 158). **Le niveau de vigilance est le plus faible chez les jeunes** et progresse ensuite avec l'âge.

Si l'on s'intéresse aux internautes qui se disent « très vigilants » sur le sujet, les 12-24 ans se montrent plus en retrait que la moyenne. Seuls 41% d'entre eux indiquent être particulièrement attentifs à la question (- 15 points par rapport à la moyenne) contre 63% des 70 ans et plus (+ 7 points).

Graphique 158

Les 70 ans et plus sont les plus vigilants sur la protection des données personnelles numériques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



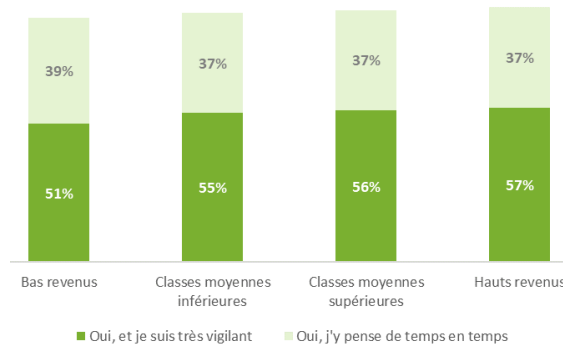
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Le niveau de vigilance progresse avec les revenus des internautes. 57% des **hauts revenus** prennent des précautions particulières et se disent très vigilants sur le sujet. (Graphique 159).

Graphique 159

Influence du niveau de vie et du diplôme sur les pratiques de protection des données personnelles

- Ensemble de la population de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



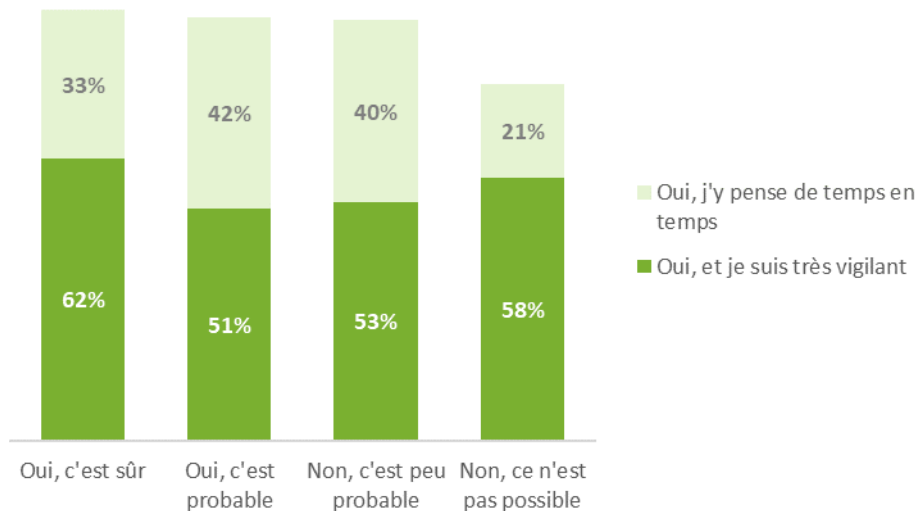
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

62% des internautes victimes d'actes frauduleux ont mis en place des systèmes de protection de leurs données (mot de passe, installation de pare-feu, etc.). Sans qu'on puisse déterminer s'il s'agit là d'une conséquence : avoir déjà été victime d'un accès indésirable à ses données personnelles inciterait à une vigilance accrue. Ou d'une sensibilité particulière : les plus vigilants au quotidien sont aussi possiblement ceux qui sont les plus de nature à repérer ce type d'attaques.

En effet une forme d'efficacité des pratiques pour se protéger semble apparaître dans les données : 58% des internautes qui disent n'avoir jamais subi de telles tentatives indiquent avoir pris des mesures de sécurité pour protéger leurs données (Graphique 160). Dans ce cas, les mesures prises sont considérées comme suffisamment efficaces pour contrer les accès indésirables aux données personnelles.

Graphique 160
Degré de vigilance sur la protection des données personnelles en fonction du sentiment d'avoir été victime d'un accès indésirable à ses données personnelles

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

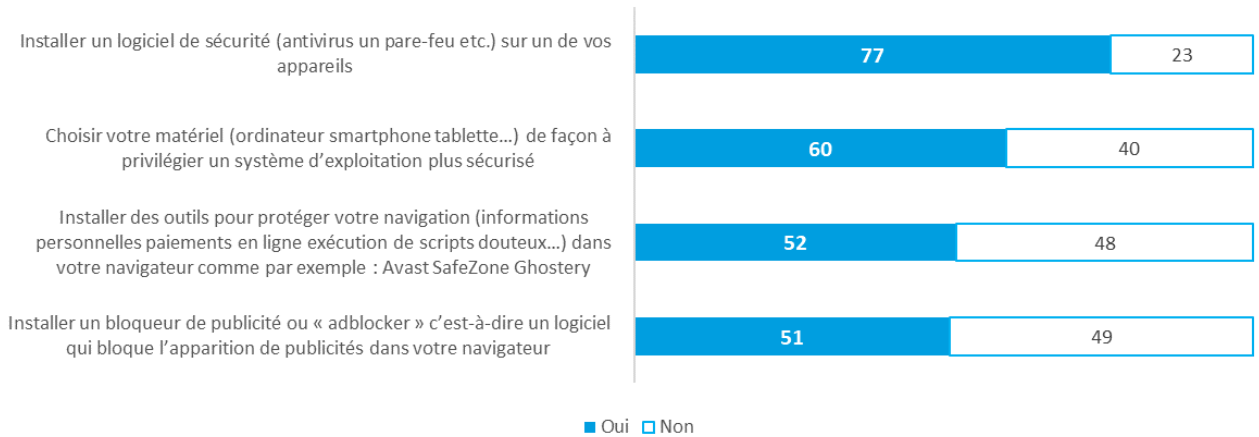
*Lecture : 62% des personnes certaines d'avoir déjà été victime d'un accès indésirable à leurs données personnelles déclarent être très vigilantes sur la protection de leurs données.

c) *Le logiciel de sécurité, principal moyen mis en œuvre pour se protéger*

Différentes solutions existent pour sécuriser les navigations en ligne. Parmi les différentes solutions testées, **l'installation d'un logiciel de sécurité** est celle qui est la plus plébiscitée par les internautes, loin devant l'installation de système de blocage des publicités (Graphique 161).

Graphique 161
Avez-vous réalisé les actions suivantes pour protéger votre navigation sur internet ou améliorer votre expérience de navigation ?

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

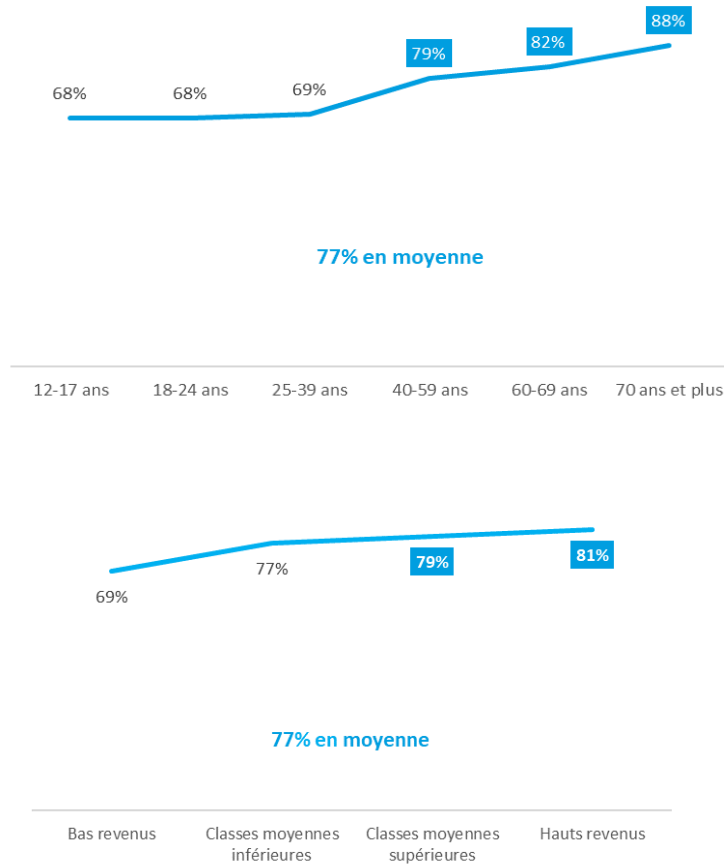
Cette question n'a pas été posée aux éloignés du numérique.

Remarque : Cette question n'a pas été posée aux personnes éloignées du numérique c'est-à-dire celles qui n'ont pas accès à internet fixe à domicile.

L'installation d'un logiciel de sécurité (antivirus ou pare-feu)

En 2022, 77% des internautes ont installé un logiciel de sécurité de type antivirus ou pare-feu sur un de leurs appareils. Cette pratique est plus souvent observée chez les internautes **après 40 ans**, ainsi que chez les **diplômés du supérieur**. On l'observe également plus souvent chez les **hauts revenus et les classes moyennes supérieures** (Graphique 162). Les **cadres et les retraités** sont également plus souvent adeptes de cette solution (respectivement 82% et 86% d'entre eux).

Graphique 162 - Installation d'un logiciel de sécurité selon l'âge, les revenus et le niveau de diplôme
- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % de réponses « Oui » -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Le choix d'un système d'exploitation plus sécurisé

Le choix d'un matériel visant à privilégier des **systèmes d'exploitation** plus sécurisés est opéré par 60% des internautes. Les **18-24 ans** (67%) et les 25-39 ans (65%) font plus souvent qu'en moyenne ce choix pour protéger leurs navigations sur le net, tout comme les **diplômés du supérieur** (63%) **ou les habitants des grandes agglomérations** (64%). 65% des **cadres** indiquent également avoir adopté ce type de stratégie.

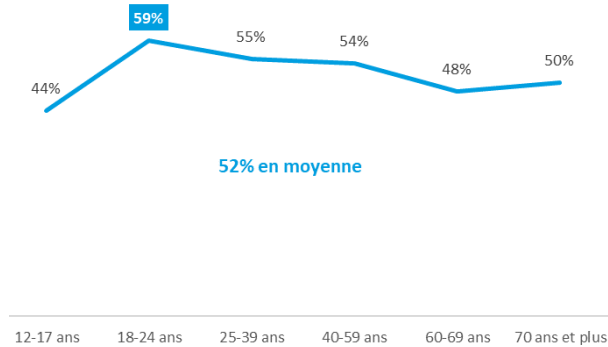
L'installation d'outils dédiés pour protéger la navigation

L'installation d'outils dédiés dans le navigateur (Avast, Safe Zone, etc.) pour protéger la navigation est la troisième option privilégiée parmi les quatre testées. 52% des internautes utilisent cette solution. Les 18-24 ans (59%) et les diplômés du supérieur (56%) partagent plus souvent cette pratique, au même titre que les cadres (62%) et les ouvriers (59%) (Graphique 163). Les 12-17 ans et les femmes (47% d'entre elles) recourent moins souvent à ce système pour sécuriser leurs navigations. Le niveau de vie n'a pas d'impact sur cette option de sécurisation, adoptée dans des proportions relativement identiques quel que soit le niveau de vie.

Graphique 163

Incidence de l'âge sur l'installation d'outils dédiés pour protéger la navigation

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % de réponses « Oui » -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



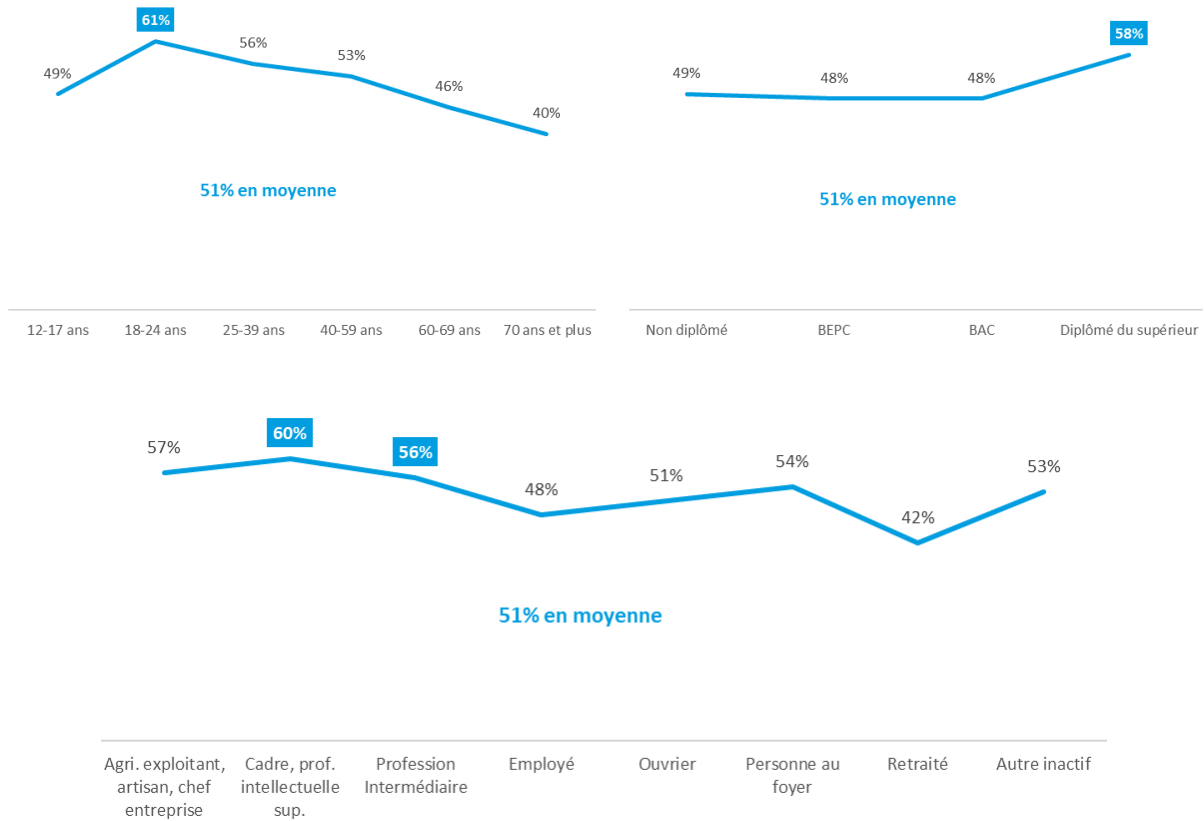
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

L'installation de logiciel bloquant l'apparition des publicités

51% des internautes ont recours à l'installation de **logiciels permettant de bloquer l'apparition des publicités**. Cette pratique est plus souvent choisie par **les 18-39 ans et les diplômés du supérieur**. Les femmes mobilisent moins ce moyen de protection (47% d'entre elles), comme les plus de 60 ans. Les cadres, les professions intermédiaires ont plus souvent recours à cette solution que les retraités (Graphique 164). Elle n'apparaît pas fonction du niveau de vie puisque les internautes, quels que soient leurs revenus, mobilisent cette solution dans des proportions identiques.

Graphique 164
Incidence de l'âge, du diplôme et de la catégorie socioprofessionnelle sur l'installation de logiciel bloquant l'apparition des publicités lors des navigations sur Internet

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % de réponses « Oui » -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Plus d'un quart des internautes accepte systématiquement les cookies sur les sites

La CNIL a renforcé les règles de diffusion des cookies, ou traceurs pour permettre aux internautes de mieux contrôler l'utilisation de leurs données personnelles. Ces traceurs sont enregistrés par les sites dans des fichiers informatiques pour des besoins fonctionnels ou commerciaux. Certains de ces cookies sont indispensables, par exemple pour mémoriser le contenu d'un panier d'achats, d'autres sont collectés pour adresser des publicités personnalisées aux internautes. Depuis le 1^{er} avril 2021, les sites internet doivent **informer clairement leurs visiteurs sur l'objectif de ces cookies** et leur permettre de les accepter ou de les refuser en quelques clics.

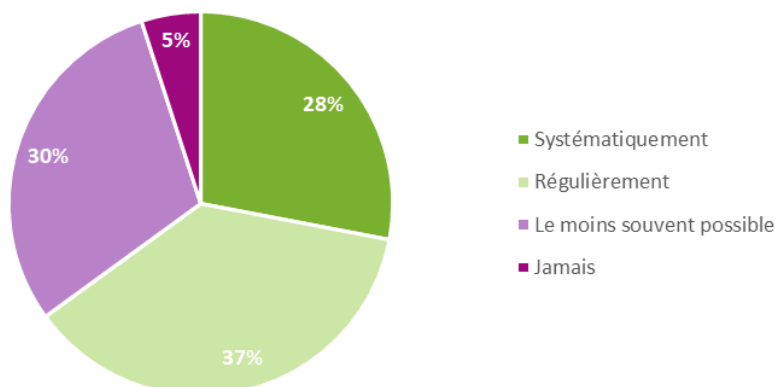
Selon une enquête de la CNIL réalisée en 2019, 95% des Français connaissent les cookies. Parmi eux, 67% savent précisément à quoi ils servent, 28% en ont entendu parler sans en connaître précisément leurs visées et 5% ne savent pas ce dont il s'agit⁶⁸.

En 2022, **65% des personnes ayant une connexion internet fixe à domicile déclarent accepter les cookies** : dont **28% systématiquement** et 37% régulièrement (Graphique 165).

⁶⁸ CNIL, décembre 2019, Les Français et la réglementation en matière de cookies

Graphique 165
Régulièrement, les sites internet demandent à leurs usagers de paramétrer les cookies. Vous, personnellement, vous acceptez les cookies ...

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -

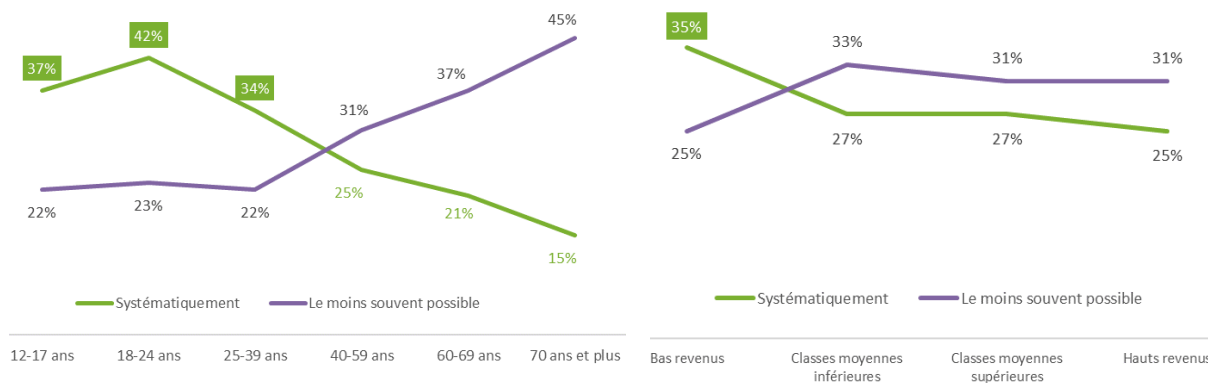


Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les profils des internautes ayant pour habitude d'accepter les cookies diffèrent clairement de ceux qui les refusent. L'âge constitue un marqueur de distinction majeur dans les comportements des internautes sur le sujet (Graphique 166). Les bas revenus, en partie en liaison avec la sur-représentation des jeunes dans cette catégorie⁶⁹, sont également plus enclins à cliquer sur « oui » lorsqu'ils sont confrontés au pop-up leur demandant leur accord.

Graphique 166
Les plus jeunes et les bas revenus acceptent plus souvent les cookies de manière systématique

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



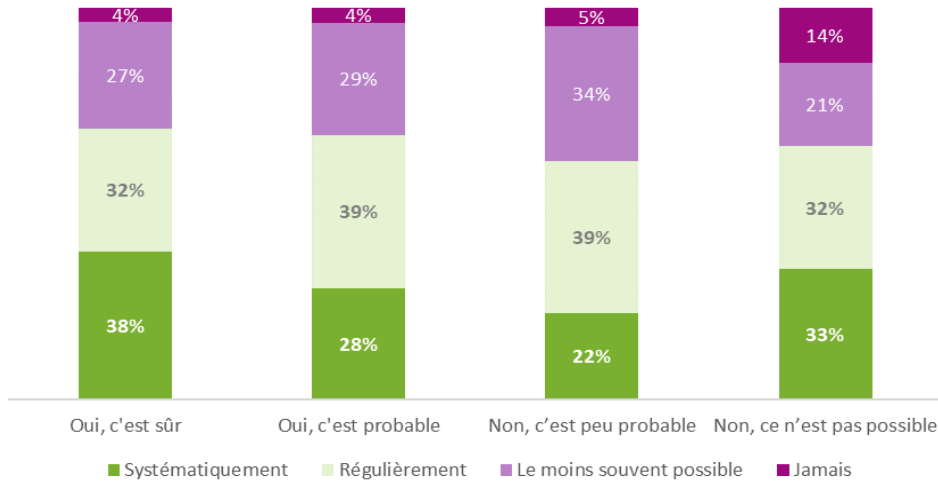
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les internautes qui déclarent qu'ils ont **été victimes d'un accès malveillant à leurs données personnelles sont également ceux qui acceptent plus souvent de manière systématique les cookies** (Graphique 167).

⁶⁹ Selon l'INSEE, les jeunes adultes de 18 à 29 ans sont les plus exposés à la pauvreté. En 2018, 12,5% d'entre eux sont en situation de pauvreté monétaire (contre 3% chez les 75 ans et plus)

Graphique 167
Choix d'accepter ou non les cookies selon le sentiment d'avoir été victime d'un accès indésirable à ses données personnelles

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



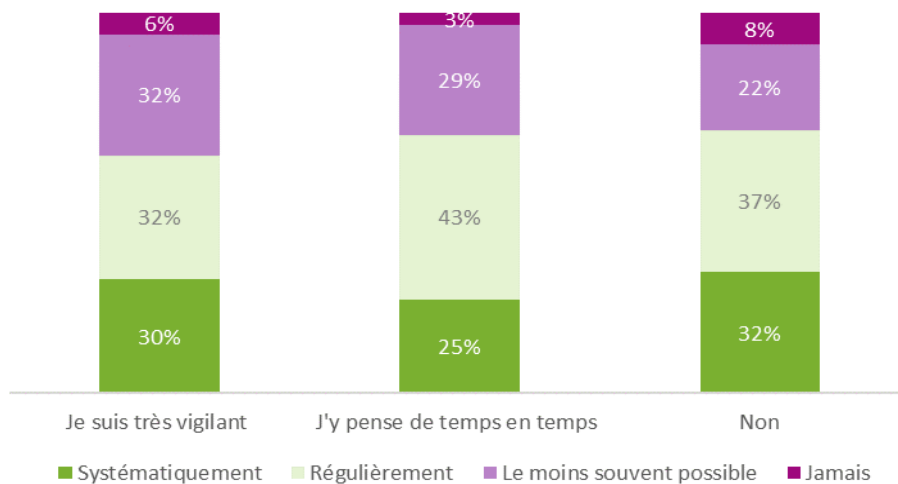
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

*Lecture : 38% des personnes certaines d'avoir déjà été victime d'un accès indésirable à leurs données personnelles acceptent systématiquement les cookies

Les internautes se définissant comme « très vigilants » quant à la protection de leurs données sont ceux qui acceptent « le moins souvent possible » les traceurs. Mais 30% d'entre eux les acceptent tout de même de manière systématique (Graphique 168). La gestion des cookies n'apparaît donc probablement pas encore comme une pratique permettant d'assurer la protection des données personnelles, y compris chez les internautes attentifs au sujet.

Graphique 168
30% des internautes attentifs à la protection de leurs données acceptent systématiquement les cookies

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

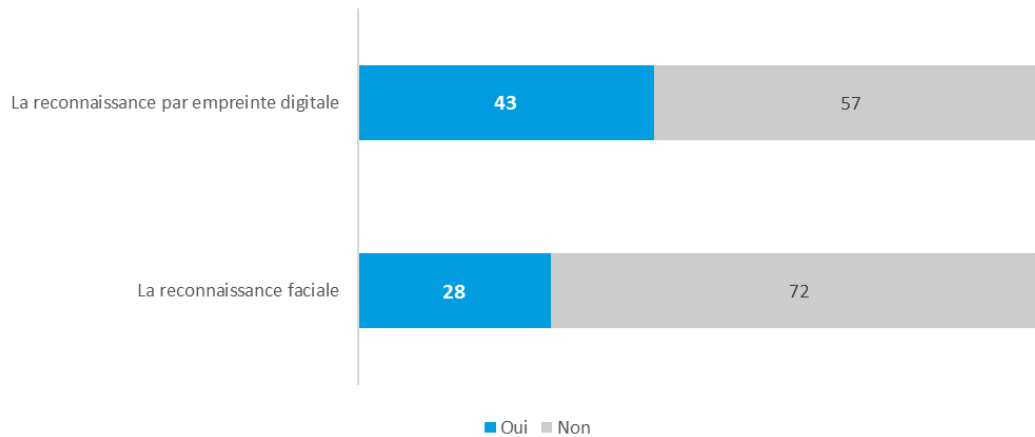
L'enquête de la CNIL réalisée en décembre 2019 révélait à ce titre que 65% des Français jugent que les demandes d'autorisation des cookies **ne sont pas efficaces** pour assurer la protection de leurs

données. Ceci explique probablement la raison pour laquelle autant d'internautes, y compris ceux qui sont attentifs au sujet, les acceptent.

La reconnaissance faciale peu utilisée par les détenteurs de smartphone

Graphique 169 - Pour déverrouiller votre téléphone ou accéder à certains services, utilisez-vous ...

- Champ : ensemble des internautes ayant une connexion internet fixe à domicile, et détenteurs de *smartphone* de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

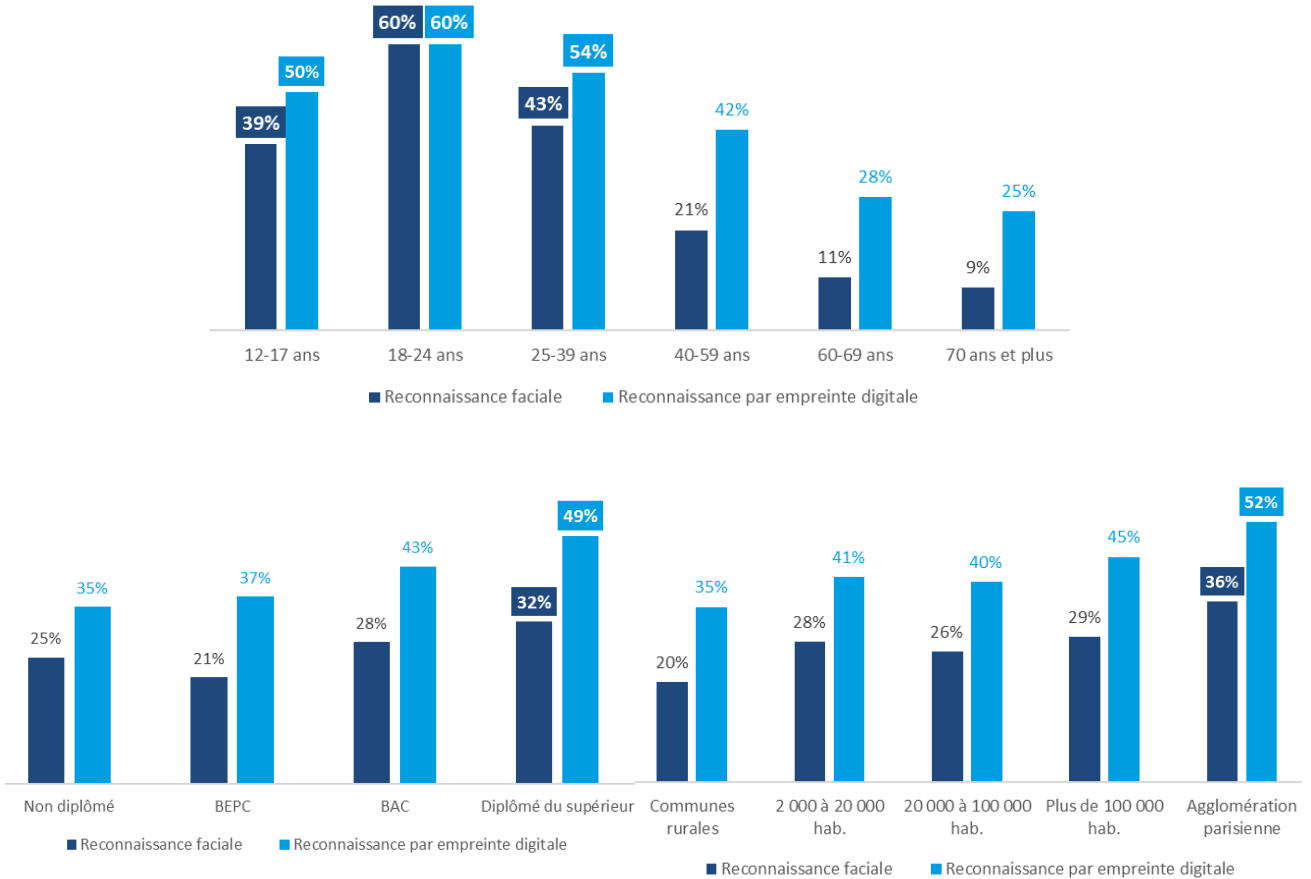
La reconnaissance par **empreinte digitale pour déverrouiller le téléphone est utilisée par 43% des détenteurs de *smartphone***, ayant une connexion internet fixe à domicile. La reconnaissance faciale quant à elle est moins ancrée dans les pratiques quotidiennes et 28% indiquent avoir recours à cette option pour déverrouiller leur téléphone ou accéder à certains services. Outre la possibilité de déverrouiller son *smartphone*, la reconnaissance faciale peut permettre d'authentifier les passagers dans les aéroports. Mais les usages peuvent être multiples et des expérimentations se font jour dans différents domaines : se rendre à un événement culturel sans billet, ouvrir un compte bancaire, accéder à des services publics en ligne, etc. Il y a quasiment une décennie, et avant leur déploiement dans leurs quotidiens, les Français se montraient réservés sur ces usages⁷⁰ qu'ils estimaient légitimes surtout dans un cadre institutionnel ou sécuritaire. Les opinions ont probablement évolué avec l'entrée dans le quotidien de ces possibilités techniques.

Les utilisateurs de ces modalités de reconnaissance sont plus souvent âgés de moins de 40 ans, plus souvent diplômés du supérieur et habitants de l'agglomération parisienne (Graphique 170). Les cadres se montrent également plus souvent adeptes de la reconnaissance par empreinte digitale (54% d'entre eux, soit 11 points de plus que la moyenne) et les indépendants de la reconnaissance faciale (52% d'entre eux, soit 24 points de plus que la moyenne).

⁷⁰ Sandra Hoibian, Les Français se montrent réservés sur l'usage de la biométrie dans la vie quotidienne, Collection des rapports n°291, 2013, <https://www.credoc.fr/download/pdf/Rapp/R291.pdf>

Graphique 170
La reconnaissance digitale et faciale plus souvent utilisée par les moins de 40 ans, les diplômés et les habitants des grandes agglomérations

- Champ : ensemble des internautes ayant une connexion internet fixe à domicile, et détenteurs de *smartphone* de 12 ans et plus, en % -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



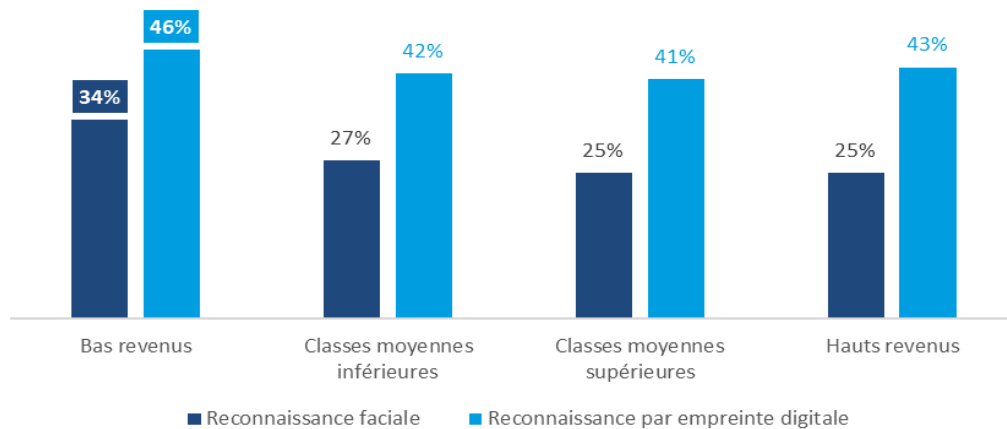
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Des écarts dans les pratiques s'observent selon les revenus. Les bas revenus (en moyenne plus jeunes que les autres catégories sociales) mobilisent les deux formes de reconnaissance (faciale et digitale) (Graphique 171).

Graphique 171

Les hauts revenus et les classes moyennes supérieures, moins adeptes de la reconnaissance faciale

- Champ : ensemble des internautes ayant une connexion internet fixe à domicile, et détenteurs de *smartphone* de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

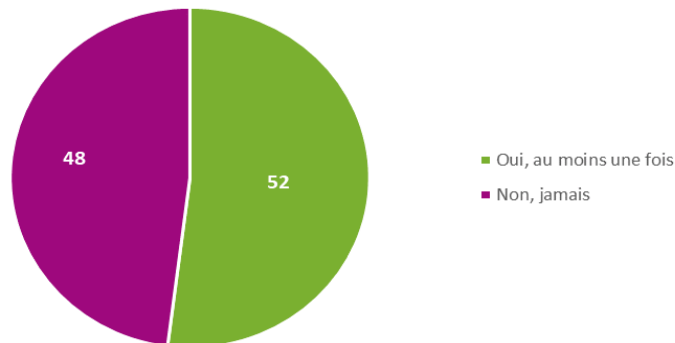
d) *La moitié des internautes a déjà consulté les CGU et les a généralement trouvées accessibles mais peu compréhensibles*

Les conditions générales d'utilisation (CGU) d'un réseau social ou d'une plateforme de partage de vidéos n'ont été consultées que par une petite majorité d'internautes.

Graphique 172

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 des internautes de 12 ans et plus, en % -

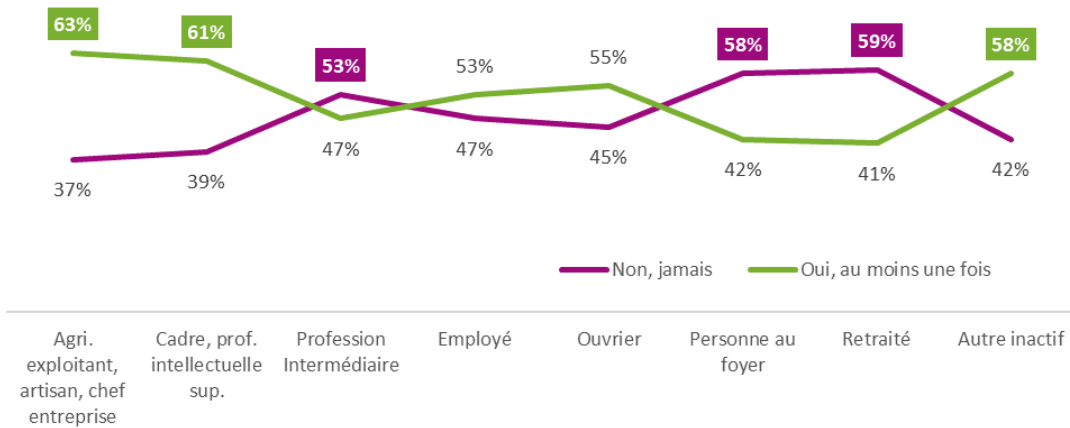
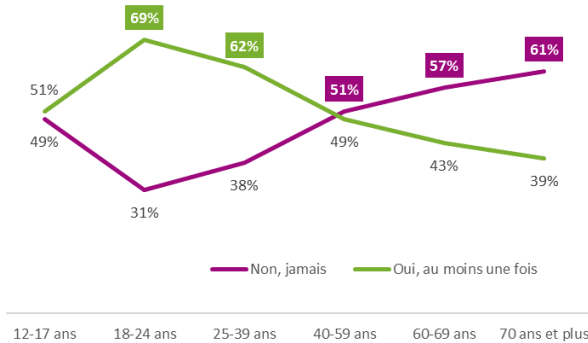


Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

La consultation des conditions générales d'utilisation (CGU) est plus souvent observée chez les 18-24 ans (69% d'entre eux) et les 24-39 ans (62%), populations qui sont par ailleurs les plus grandes consommatrices des réseaux sociaux (Partie 2 du présent rapport). La consultation diminue ensuite avec l'âge des internautes. Les diplômés du supérieur sont également plus souvent enclins à consulter ces CGU, ainsi que les indépendants et les cadres.

Les personnes au foyer sont, avec les retraités, les internautes qui consultent le moins les CGU de ces sites internet (Graphique 173).

Graphique 173
Influence de l'âge, et des catégories socio-professionnelles sur la consultation des conditions générales d'utilisation des réseaux sociaux ou des plateformes de partage des vidéos
 - Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, en % -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)

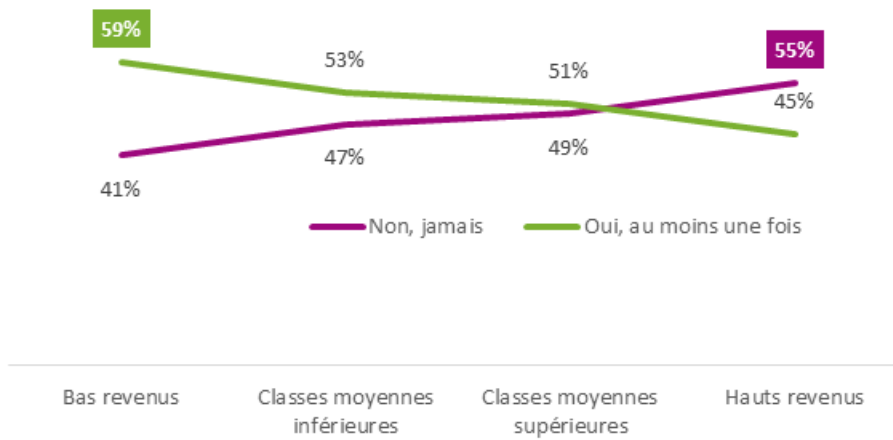


Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

En lien en partie avec leur jeune âge, les internautes qui consultent le plus les CGU sont les bas revenus. Les liens entre revenus et âge n'expliquent probablement pas à eux seuls les différences sensibles entre les bas et les hauts revenus. 45% seulement de ces derniers consultent les conditions d'utilisation, soit 14 points d'écart par rapport aux premiers cités (cf. graphique 175). Cette prudence s'inscrit dans des attitudes plus générales de méfiance : par exemple l'enquête Conditions de vie et aspirations du Crédoc montre que le niveau de confiance en autrui est, en règle générale, plus important en haut de l'échelle sociale que chez les plus modestes⁷¹.

⁷¹ A l'été 2022, les données du Crédoc montrent que 48% des hauts revenus estiment qu'« il est possible de faire confiance aux autres », versus 37% des bas revenus.

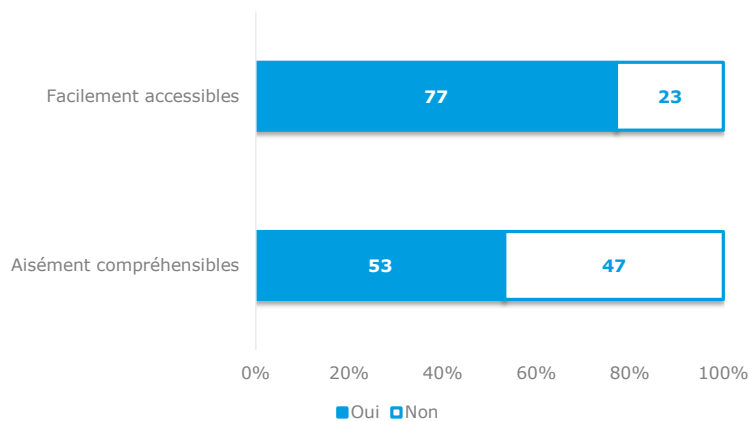
Graphique 174
Les bas revenus consultent plus souvent qu'en moyenne les conditions générales d'utilisation des réseaux sociaux ou des plateformes de partage de vidéos
- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Parmi les internautes ayant pris connaissance au moins une fois des conditions générales d'utilisation, 77% indiquent que ces informations sont **facilement accessibles sur** les différents sites internet. **La facilité de compréhension semble en revanche moins au rendez-vous** et 53% estiment qu'elles sont aisément compréhensibles (Graphique 175).

Graphique 175 - Avez-vous trouvé ces conditions générales d'utilisation (CGU) ?
- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant consulté les CGU, en % -



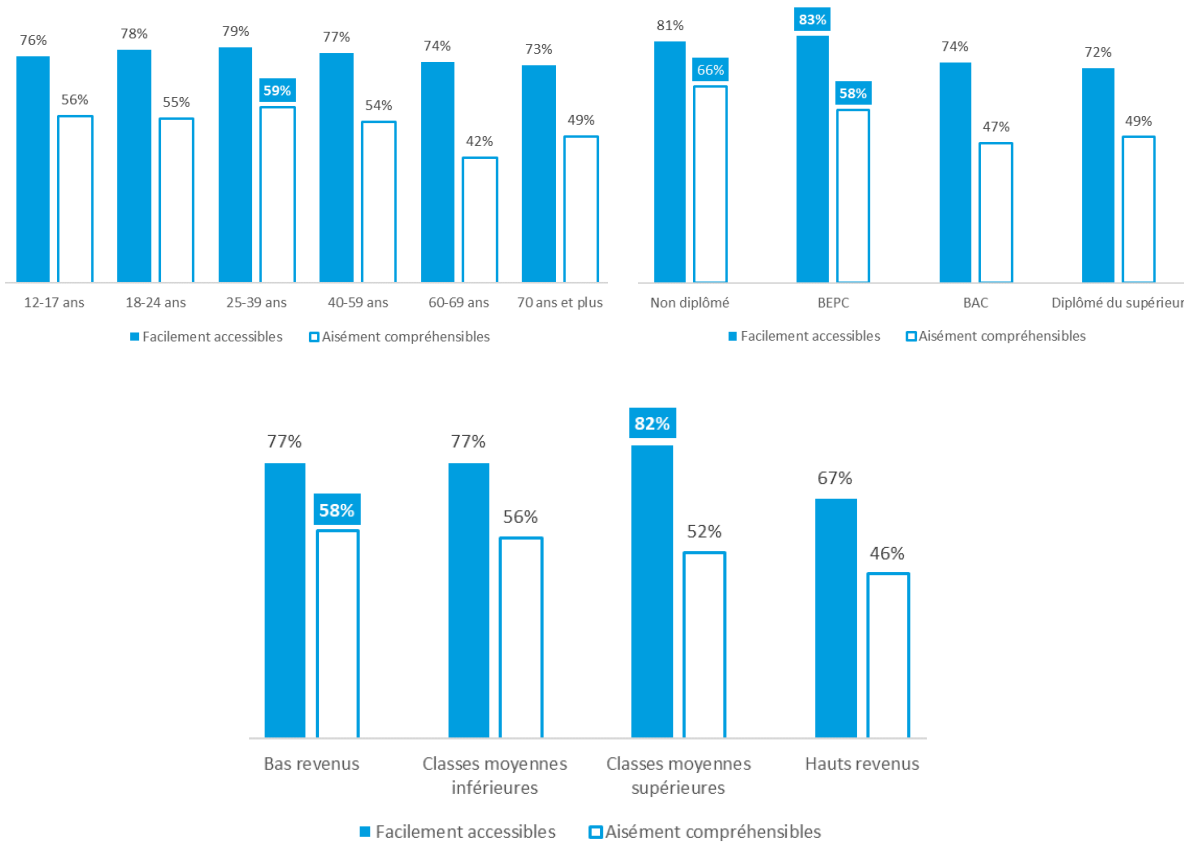
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Si les écarts d'opinion n'apparaissent pas significatifs selon l'âge des internautes ayant consulté les CGU, le niveau de compréhension diffère. Les 25-39 ans indiquent plus souvent qu'en moyenne que les explications sont faciles à comprendre, tandis que **les 60-69 ans en revanche déclarent moins souvent les comprendre.**

Les titulaires d'un BEPC indiquent plus souvent qu'en moyenne que les informations sont facilement accessibles et aisément compréhensibles. Les diplômés du supérieur, au même titre que les hauts revenus se montrent quant à eux moins satisfaits sur ces deux points (Graphique 176).

Graphique 176
Facilité d'accès et de compréhension des CGU selon l'âge, le diplôme et le niveau de vie des internautes ayant consulté les CGU

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant consulté les CGU, en % -
(les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)

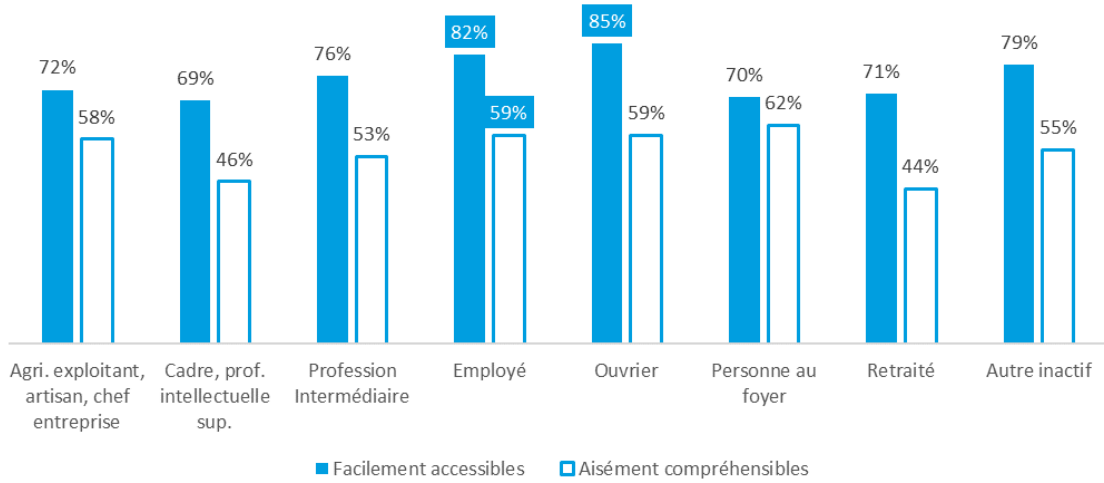


Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Concernant les catégories socio-professionnelles, les employés se démarquent des autres catégories de la population par un accès considéré plus facile aux CGU et leur compréhension. Les cadres à l'inverse estiment moins souvent que ces informations sont faciles à trouver et à comprendre (Graphique 177).

Graphique 177
Facilité d'accès et de compréhension des CGU selon catégories socio-professionnelles des internautes ayant consulté les CGU

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant consulté les CGU, en % -



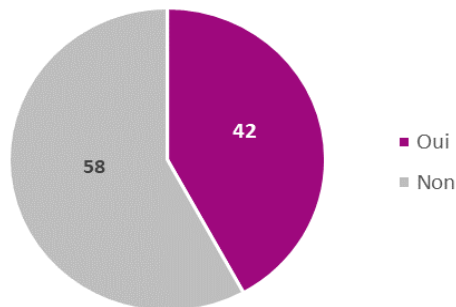
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

e) 4 internautes sur 10 ont déjà eu recours à un dispositif de signalement en ligne

Les internautes peuvent signaler des comptes ou des contenus inappropriés **via des canaux dédiés sur les plateformes de partage de vidéos ou les réseaux sociaux**. En 2022, **42% des internautes ont eu recours à un dispositif de signalement en ligne par ce biais** (Graphique 178).

Graphique 178
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 des internautes de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

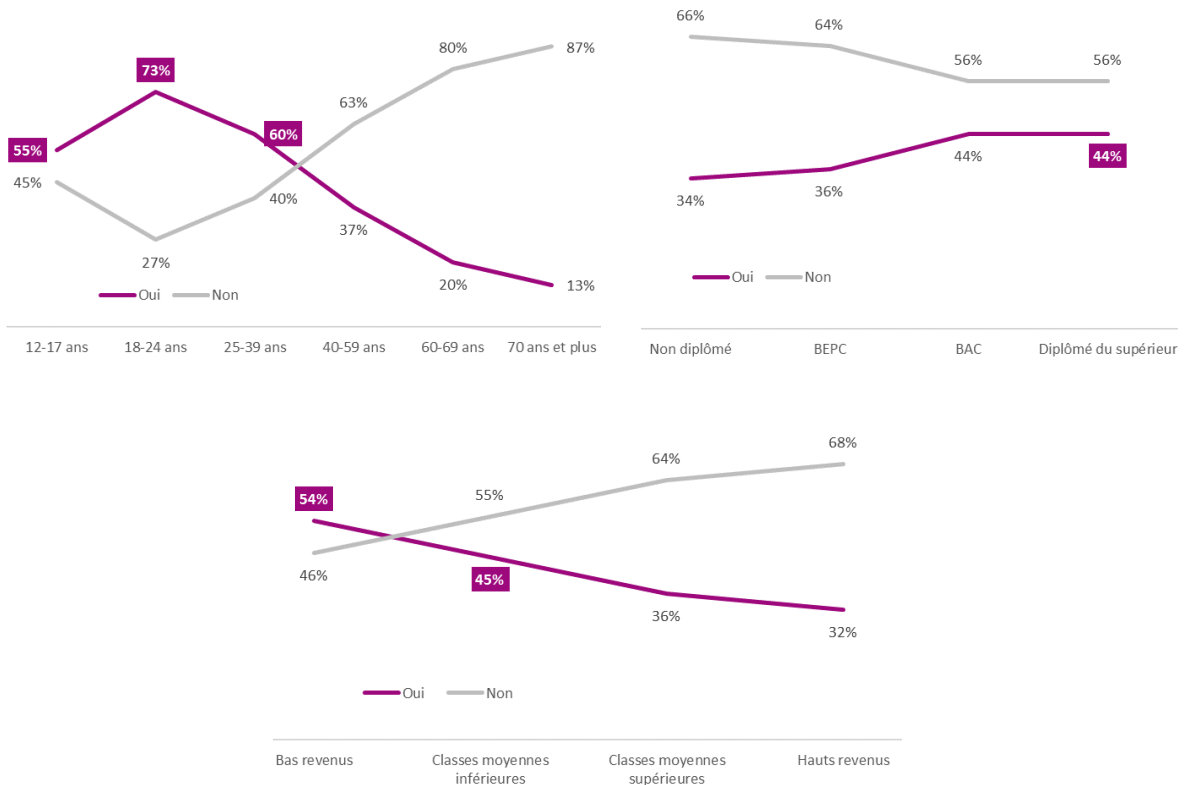
Comme pour toute statistique concernant les plaintes et délits, il n'est pas toujours aisé de décrypter les caractéristiques des catégories de population qui signalent le plus les débordements. Ces

catégories sont-elles plus souvent **exposées** à des comptes ou des contenus inappropriés, ou sont-elles plus **vigilantes** à ce que les contenus inappropriés soient retirés et les auteurs **sanctionnés** ?

Quoi qu'il en soit, les internautes ayant signalé des comptes ou des contenus inappropriés ont plutôt **moins de 40 ans**, sont plutôt **diplômés du supérieur** et **disposant de faibles ressources** (Graphique 179).

Graphique 179
Incidence de l'âge, du diplôme et des revenus sur les pratiques de signalement de comptes et de contenus inappropriés en ligne

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus, en % -
 (les 12-17 ans ne sont pas pris en compte dans les croisements avec le diplôme)



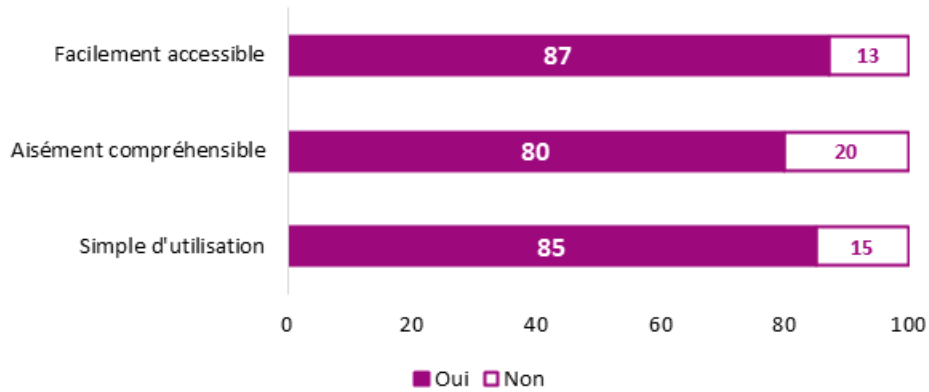
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

On note également un recours plus important aux dispositifs de signalements chez les indépendants (63%), alors qu'il est beaucoup plus rare chez les retraités internautes (14%, Tableau 53).

Les auteurs de signalements considèrent assez largement que les dispositifs mis en place sont facilement accessibles, aisément compréhensibles et simples d'utilisation (Graphique 180).

Graphique 180 - Jugement des auteurs de signalement sur les dispositifs

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant déjà eu recours aux dispositifs de signalement, en % -



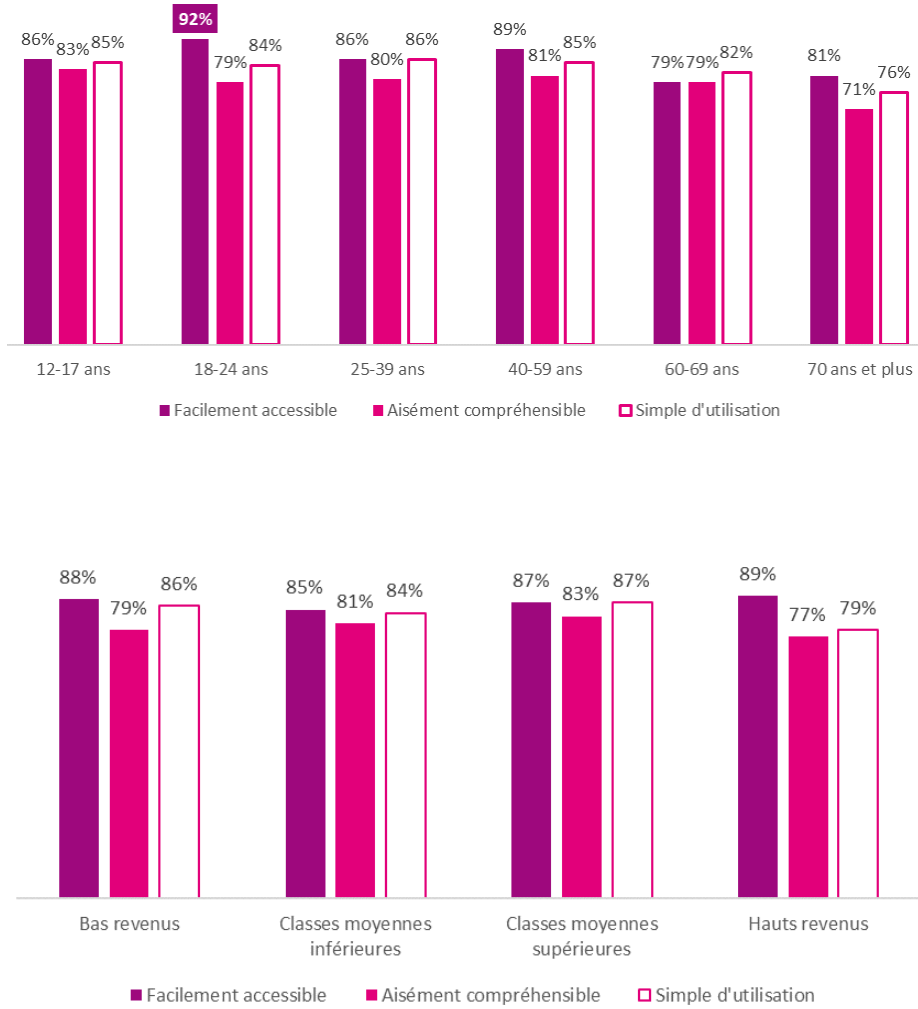
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Les 18-24 ans et les habitants des grandes agglomérations sont particulièrement de cet avis. Les hauts revenus jugent moins souvent qu'en moyenne, que les dispositifs de signalement sont simples d'utilisation (Graphique 181).

Par ailleurs, il convient de noter que d'autres moyens de recours existent en dehors des dispositifs de signalement proposés par les opérateurs de réseaux sociaux et de plateformes de partage de vidéos eux-mêmes. En 2017, un dispositif national de sensibilisation, prévention et d'assistance aux victimes d'actes de cybermalveillance a été mis en place. Il s'agit d'assister les victimes d'actes de cybermalveillance, de prévenir les risques et de sensibiliser le public à la cybersécurité.

Graphique 181
Incidence du sexe, de l'âge et des revenus sur les jugements émis par les auteurs de signalement sur les dispositifs d'alerte

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant déjà eu recours aux dispositifs de signalement, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 53 – Recours à un dispositifs de signalement sur les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos selon les principaux descripteurs sociodémographiques
 - Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus -

		Oui	Non	Total
Sexe	Homme	41%	59%	100%
	Femme	42%	58%	100%
Âge	12-17 ans	55%	45%	100%
	18-24 ans	73%	27%	100%
	25-39 ans	60%	40%	100%
	40-59 ans	37%	63%	100%
	60-69 ans	20%	80%	100%
	70 ans et plus	13%	87%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	33%	67%	100%
	Deux personnes	31%	69%	100%
	Trois personnes	51%	49%	100%
	Quatre personnes	52%	48%	100%
	Cinq personnes et plus	56%	44%	100%
Diplôme	Non diplômé	34%	66%	100%
	BEPC	36%	64%	100%
	BAC	44%	56%	100%
	Diplômé du supérieur	44%	56%	100%
	12-17 ans	55%	45%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	63%	37%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	48%	52%	100%
	Profession Intermédiaire	48%	52%	100%
	Employé	46%	54%	100%
	Ouvrier	43%	57%	100%
	Personne au foyer	43%	57%	100%
	Retraité	14%	86%	100%
	Autre inactif	55%	45%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	54%	46%	100%
	Classes moyennes inférieures	45%	55%	100%
	Classes moyennes supérieures	36%	64%	100%
	Hauts revenus	32%	68%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	36%	64%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	37%	63%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	41%	59%	100%
	Plus de 100 000 hab.	44%	56%	100%
	Agglomération parisienne	48%	52%	100%
Ensemble de la population		42%	58%	100%

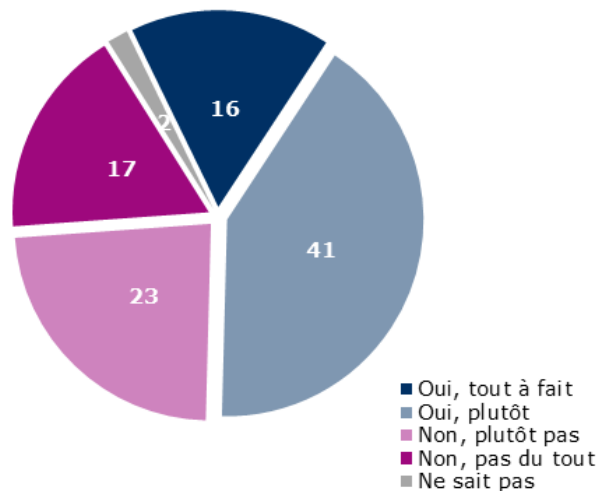
3. Les freins rencontrés à la pleine utilisation d'internet

a) *Un sentiment de montée en compétence depuis deux ans, qui ne résorbe pas pour autant les écarts*

Les périodes de confinements qui se sont succédées depuis 2020 et le début de la crise de la Covid-19 ont rendu les outils numériques indispensables dans de nombreuses démarches et activités du quotidien. Maintien des liens avec les proches, télétravail, cours en ligne, démarches administratives dématérialisées : l'ensemble de la population a été amenée à prendre main des outils parfois peu familiers. Deux ans après le début de la crise sanitaire, plus d'un Français majeur sur deux estime mieux maîtriser ces outils (57%, Graphique 182).

Graphique 182 - Depuis deux ans et les différentes périodes de confinement, avez-vous l'impression de mieux maîtriser les outils numériques pour les différentes démarches et activités de votre vie quotidienne (échange avec des proches, suivi de la scolarité des enfants, démarches administratives en ligne, télétravail...)?

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

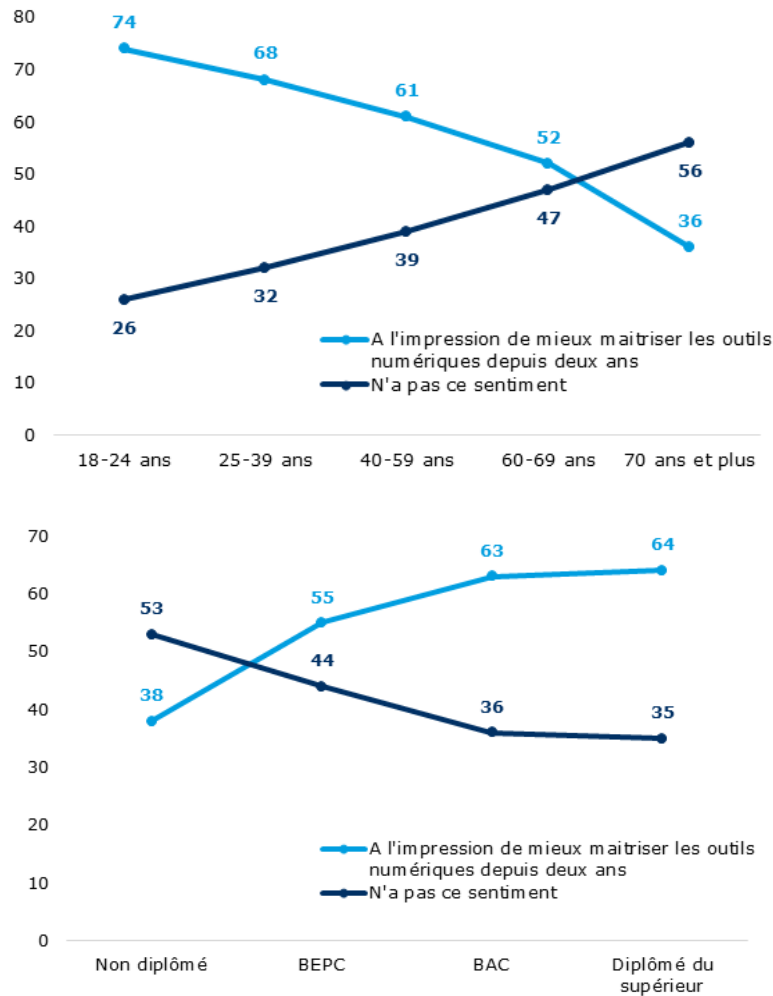
Ce sentiment de montée en compétence n'est toutefois pas partagé de manière homogène dans la population (**Tableau 54**). Il est **davantage exprimé dans les groupes qui étaient déjà les plus compétents avant le début de la pandémie** (Graphique 183) : **les plus jeunes** (74% des 18-24 ans, 68% des 25-39 ans, et 61% des 40-59 ans), et **les plus diplômés** (63% des personnes diplômées du Bac ou équivalent, et 64% des diplômés du supérieur).

Le sentiment de s'être mieux approprié les outils numériques avec la pandémie est marqué chez les **cadres et professions intellectuelles supérieures** (71%), la catégorie socioprofessionnelle la plus concernée par le télétravail⁷².

⁷² Insee Focus n°263, Mars 2022, [En 2021, en moyenne chaque semaine, un salarié sur cinq a télétravaillé - Insee Focus - 263](#)

Graphique 183 – L'impression de mieux maîtriser les outils numériques depuis deux ans est plus faible chez les 60 ans et plus et les moins diplômés

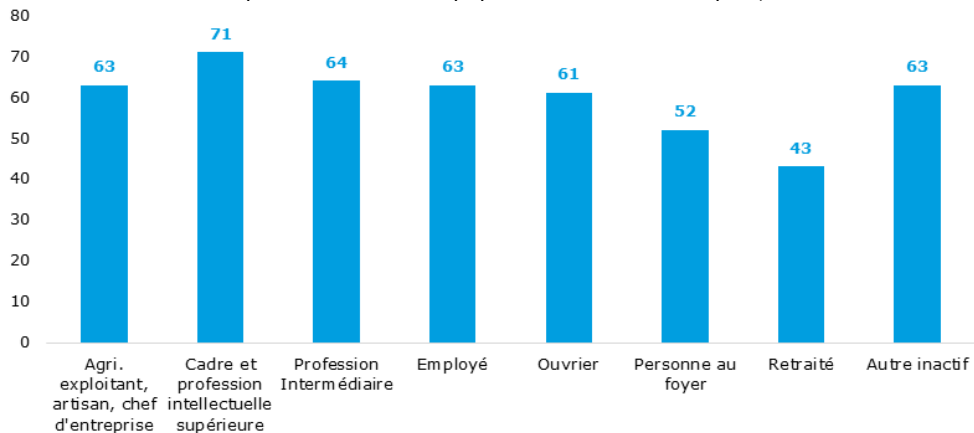
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 184 – L'impression de mieux maîtriser les outils du numérique est plus forte chez les cadres et professions intellectuelles supérieures

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 54 – Sentiment de mieux maîtriser les outils numériques depuis deux ans et les différentes périodes de confinement, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

		Oui	Non	Ne sait pas	Total
Sexe	Homme	60%	38%	1%	100%
	Femme	55%	43%	2%	100%
Âge	18-24 ans	74%	26%	0%	100%
	25-39 ans	68%	32%	0%	100%
	40-59 ans	61%	39%	0%	100%
	60-69 ans	52%	47%	1%	100%
	70 ans et plus	36%	56%	8%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	46%	50%	4%	100%
	Deux personnes	54%	44%	2%	100%
	Trois personnes	64%	35%	0%	100%
	Quatre personnes	68%	32%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	73%	26%	0%	100%
Diplôme	Non diplômé	38%	53%	9%	100%
	BEPC	55%	44%	1%	100%
	BAC	63%	36%	0%	100%
	Diplômé du supérieur	64%	35%	1%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	63%	36%	1%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	71%	29%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	64%	36%	0%	100%
	Employé	63%	36%	0%	100%
	Ouvrier	61%	39%	0%	100%
	Personne au foyer	52%	47%	1%	100%
	Retraité	43%	52%	5%	100%
Autre inactif	63%	36%	1%	100%	
Niveau de vie	Bas revenus	57%	41%	2%	100%
	Classes moyennes inférieures	59%	40%	0%	100%
	Classes moyennes supérieures	60%	39%	0%	100%
	Hauts revenus	63%	36%	0%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	44%	51%	5%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	53%	44%	3%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	57%	42%	1%	100%
	Plus de 100 000 hab.	65%	34%	0%	100%
	Agglomération parisienne	66%	34%	1%	100%
Ensemble de la population		58%	41%	2%	100%

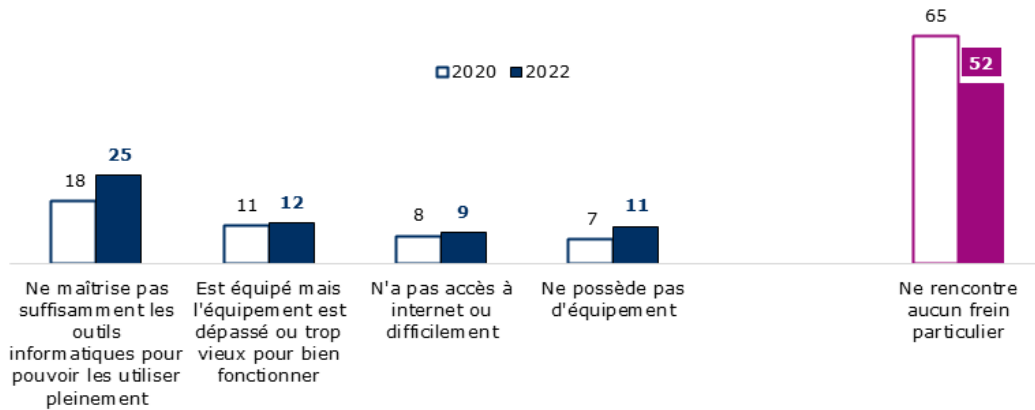
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

b) À mesure que les usages se multiplient, davantage de personnes rencontrent des freins dans l'utilisation des outils numériques

On constate, en parallèle, une augmentation des **freins perçus** à la pleine utilisation des outils (48%, + 13 points) (Graphique 185). Celle-ci est plus marquée chez les personnes qui n'ont pas l'impression d'avoir gagné en fluidité dans l'utilisation des outils numériques à la faveur de la pandémie (54%), mais aussi chez ceux qui estiment avoir gagné des compétences sont également nombreux à rencontrer des freins (44%). La progression des freins perçus témoigne, s'il le fallait, de l'immensité des enjeux en termes d'inclusion numérique, dont les limites sont sans cesse repoussées, à mesure que la société se numérise, que les usages se multiplient et s'installent comme la norme. Le frein le plus cité, et dont la progression est la plus forte depuis 2020, est en effet **le manque de maîtrise des outils informatiques pour pouvoir les utiliser pleinement (25%, + 7 points)**.

Graphique 185 – Citez, dans la liste, tous les freins qui vous empêchent, vous personnellement, d'utiliser pleinement les outils numériques dans votre quotidien, que ce soit sur smartphone, tablette ou ordinateur

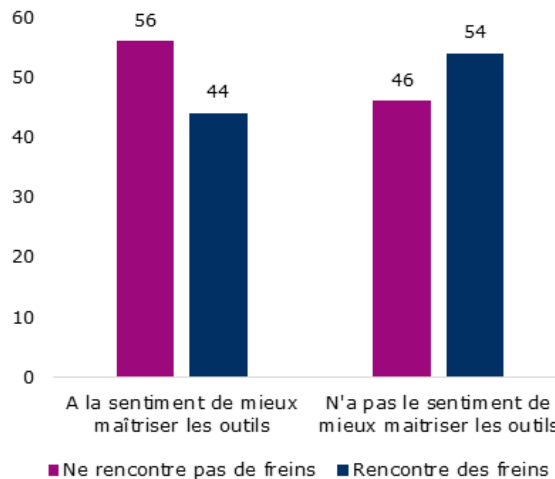
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 186 – Fait de rencontrer des freins à l'utilisation des outils numériques en fonction du sentiment de mieux maîtriser ces outils depuis deux ans

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -

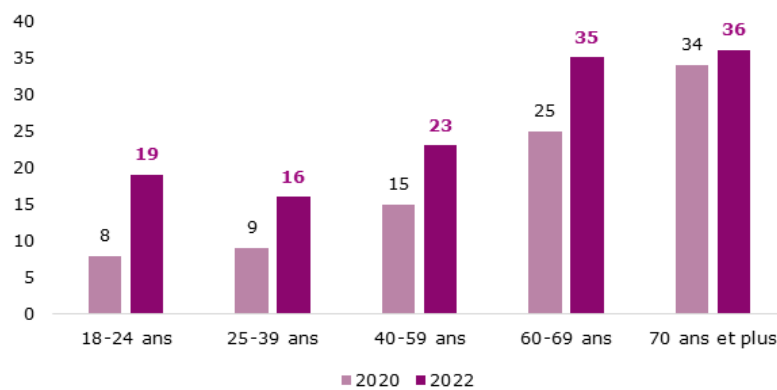


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Si le sentiment de ne pas maîtriser suffisamment les outils pour les utiliser pleinement est toujours davantage cité par les 70 ans et plus (36%), leurs réponses sont restées stables depuis 2020 (+ 2 points), au contraire de l'ensemble des autres classes d'âges (Graphique 187). **Les 18-24 ans** sont, par exemple, 19% à déclarer ce type de frein (+ 11 points), alors qu'ils sont, sur de nombreux usages, plus à l'aise que leurs aînés, et qu'ils expriment également avoir appris de nouveaux usages pendant la période Covid-19. Mieux connaître les outils, c'est aussi être capable d'en identifier toutes les possibilités et d'anticiper une marge de progression dans leur maîtrise.

Graphique 187 – Le sentiment de ne pas maîtriser suffisamment les outils pour les utiliser pleinement est en forte hausse, sauf chez les 70 ans et plus

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les 18-24 ans rencontrent par ailleurs le plus de freins liés **à un accès difficile à internet (17%) et à un équipement dépassé (18%)**. Ces deux freins peuvent également être ressentis de manière plus aigüe chez ces générations technophiles, dont les usages sont susceptibles d'être davantage entravés par une mauvaise connexion internet ou un équipement qui ne correspond plus aux usages du moment.

Les freins liés à l'équipement sont plus présents chez les personnes **aux faibles revenus** : 17% sont gênés par leur **manque d'équipement**, 11% par leur **accès difficile à internet**, et 14% par leur **équipement dépassé**.

Le **niveau de diplôme** est également lié à des variations importantes dans les freins rencontrés : tandis que les non diplômés sont particulièrement concernés par la maîtrise insuffisante des outils (32%), le manque d'équipement (26%), et l'accès difficile à internet (16%), les **diplômés du supérieur sont les plus nombreux à ne rencontrer aucun frein particulier** dans leur usage des outils au quotidien (59%).

Tableau 55 – Freins empêchant la pleine utilisation des outils numériques au quotidien selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

		Ne possède pas d'équipement	N'a pas d'accès à internet, ou difficilement	Équipement dépassé	Maîtrise insuffisante des outils	Ne rencontre aucun frein particulier
Sexe	Homme	11%	9%	13%	23%	51%
	Femme	11%	9%	10%	27%	52%
Âge	18-24 ans	13%	17%	18%	19%	42%
	25-39 ans	11%	12%	13%	16%	53%
	40-59 ans	7%	5%	13%	23%	57%
	60-69 ans	6%	4%	10%	35%	52%
	70 ans et plus	20%	14%	6%	36%	45%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	16%	12%	9%	27%	51%
	Deux personnes	9%	7%	10%	30%	52%
	Trois personnes	9%	9%	14%	21%	53%
	Quatre personnes	11%	11%	16%	22%	48%
	Cinq personnes et plus	8%	8%	14%	19%	56%
Diplôme	Non diplômé	26%	16%	8%	32%	38%
	BEPC	9%	8%	12%	32%	48%
	BAC	9%	8%	13%	21%	55%
	Diplômé du supérieur	8%	8%	12%	19%	59%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	19%	19%	9%	11%	49%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	8%	9%	16%	11%	61%
	Profession Intermédiaire	7%	7%	12%	22%	55%
	Employé	9%	6%	12%	24%	54%
	Ouvrier	11%	9%	17%	26%	45%
	Personne au foyer	9%	8%	13%	24%	56%
	Retraité	14%	10%	7%	36%	48%
	Autre inactif	9%	10%	12%	26%	52%
Niveau de vie	Bas revenus	17%	11%	14%	24%	44%
	Classes moyennes inférieures	9%	8%	13%	27%	51%
	Classes moyennes supérieures	7%	7%	12%	27%	54%
	Hauts revenus	5%	5%	8%	23%	63%
Taille d'agglomération	Communes rurales	16%	12%	11%	26%	48%
	2 000 à 20 000 hab.	11%	10%	9%	29%	51%
	20 000 à 100 000 hab.	9%	8%	11%	29%	49%
	Plus de 100 000 hab.	8%	6%	12%	24%	55%
	Agglomération parisienne	9%	10%	15%	21%	53%
Ensemble de la population		11%	9%	12%	25%	52%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

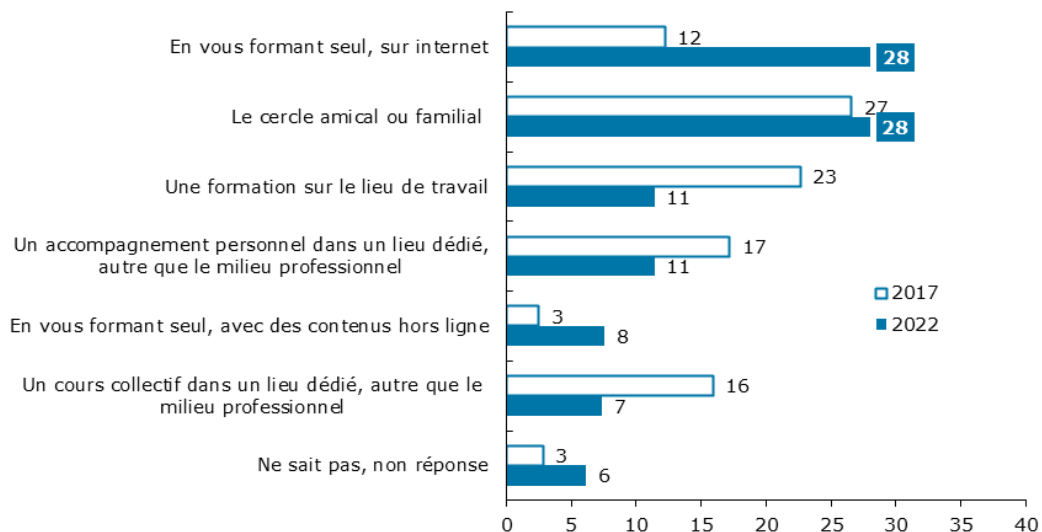
c) Pour mieux maîtriser les outils, les adultes plébiscitent la formation individuelle en ligne et l'aide du cercle familial

Les dispositifs considérés comme les plus adaptés pour mieux maîtriser les outils

Les situations d'isolement créées par les différentes périodes de confinement ont mené de nombreuses personnes à devoir se familiariser rapidement et en autonomie avec de nouveaux outils numériques. Dans ce contexte, on constate une forte augmentation des personnes interrogées considérant **le fait de se former seul sur internet comme le dispositif le plus adapté** pour mieux maîtriser les outils numériques depuis 2017 (28%, 16 points, Graphique 188). Ce mode de formation est désormais autant plébiscité que l'aide à son cercle amical ou familial (28%, + 1 point). Restant relativement confidentielle, le fait de se former seul avec des contenus hors ligne gagne également des adeptes (8%, +5 points). Après deux ans de distanciation sociale, les dispositifs impliquant un **échange en présentiel sont moins bien perçus cette année**, qu'il s'agisse d'une formation sur le lieu de travail (11%, - 12 points), ou d'un accompagnement dans un lieu dédié en dehors du milieu professionnel, qu'il soit personnel (11%, - 6 points) ou collectif (16%, - 9 points).

Graphique 188 – Quel dispositif vous semble le plus adapté pour vous permettre de mieux maîtriser les outils numériques ?

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tandis que la **formation autonome sur internet** était en 2017 surtout l'apanage des jeunes adultes, les écarts se sont résorbés en 2020, avec un fort engouement des 40-59 ans (31%, + 20 points) et des 60-69 ans (30%, + 20 points). La formation seule sur internet est également très appréciée par les plus diplômés (32% des diplômés du Bac ou équivalent, 31% des diplômés du supérieur) : le niveau de formation semble faciliter l'apprentissage autonome en matière numérique, les plus diplômés étant par ailleurs un des groupes ayant le plus l'impression de mieux maîtriser les outils du numériques depuis 2020.

Les **70 ans et plus** citent toujours moins que la moyenne ce mode d'apprentissage (19%), mais ils le font bien davantage qu'en 2017 (+ 14 points). Ces générations plus âgées s'en remettent avant tout à leur **entourage** (31%). Probablement car certains publics âgés sont vraiment en distance des usages numériques, une part importante des septuagénaires (**30%**) **n'est pas en mesure d'identifier les dispositifs ou moyens d'aide** qui lui seraient le plus adaptés (30%).

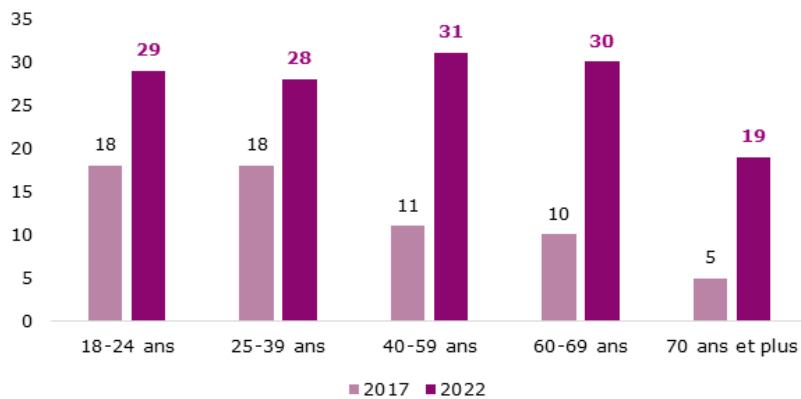
Les jeunes générations se montrent, cette année, un peu plus ouvertes à se former hors du milieu professionnel, dans le cadre d'un **accompagnement personnel sur un lieu dédié** (18% des 18-24 ans, + 6 points), tandis que ce mode d'accompagnement est moins plébiscité dans tous les autres groupes sociaux.

Les **cours collectifs dans un lieu dédié** (hors milieu professionnel) sont également moins bien perçus qu'en 2017, avec en particulier une baisse conséquente de la part des 60 ans et plus citant ce dispositif comme le plus adapté (22% des 60-69 ans, - 15 points ; 19% des 70 ans et plus, - 13 points). Ce sont désormais les 18-24 ans qui se montrent les plus favorables à ce dispositif (12%), ainsi que les cadres et professions intellectuelles supérieures (11%) et les résidents de l'agglomération parisienne (10%).

La **formation sur le lieu de travail** apparaît enfin pertinente aux yeux des groupes socioprofessionnels les plus concernés : les cadres et professions intellectuelles supérieures (18%), les professions intermédiaires (22%) et les employés (14%). Les personnes au foyer vont pour, leur part, davantage s'adresser à leur cercle amical ou familial (40%).

Graphique 189 – Dans toutes les classes d'âge, un fort engouement pour la formation seule sur internet pour mieux maîtriser les outils numériques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 56 – Dispositif jugé le plus adapté pour mieux maîtriser les outils numériques selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

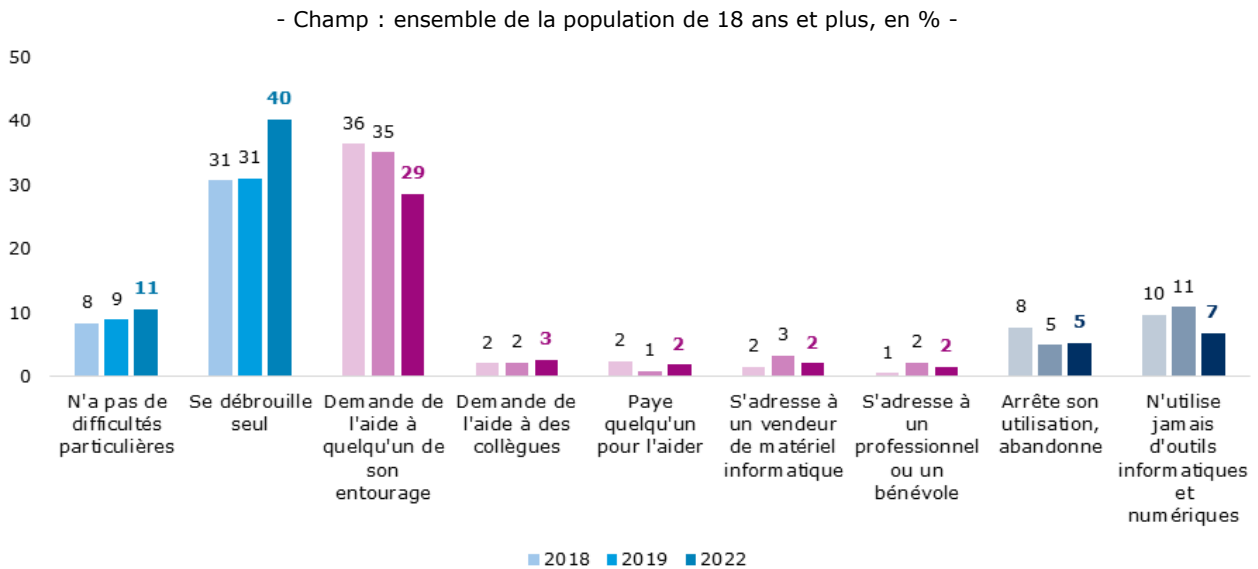
		Une formation sur le lieu de travail	Un accompagnement personnel dans un lieu dédié, autre que le milieu professionnel	Un cours collectif dans un lieu dédié, autre que le milieu professionnel	Le cercle amical ou familial	En vous formant seul, sur internet	En vous formant seul, avec des contenus hors ligne	[Nsp]	Total
Sexe	Homme	13%	13%	8%	22%	33%	7%	4%	100%
	Femme	10%	10%	7%	33%	24%	8%	8%	100%
Âge	18-24 ans	18%	18%	12%	20%	29%	3%	0%	100%
	25-39 ans	19%	14%	9%	20%	28%	9%	0%	100%
	40-59 ans	13%	12%	6%	28%	31%	9%	1%	100%
	60-69 ans	5%	8%	7%	39%	30%	7%	3%	100%
	70 ans et plus	1%	7%	6%	31%	19%	6%	30%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	10%	12%	6%	24%	25%	8%	15%	100%
	Deux personnes	7%	10%	7%	33%	29%	8%	7%	100%
	Trois personnes	16%	13%	7%	27%	28%	8%	1%	100%
	Quatre personnes	16%	13%	11%	24%	28%	8%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	19%	11%	8%	27%	29%	7%	0%	100%
Diplôme	Non diplômé	6%	9%	6%	24%	18%	7%	30%	100%
	BEPC	7%	11%	6%	36%	27%	8%	5%	100%
	BAC	13%	12%	8%	27%	32%	7%	1%	100%
	Diplômé du supérieur	17%	13%	9%	22%	31%	8%	1%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	16%	17%	9%	24%	26%	5%	2%	100%
	Cadre, intellectuelle sup. prof.	18%	12%	11%	18%	34%	7%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	22%	13%	8%	20%	29%	7%	0%	100%
	Employé	16%	14%	8%	28%	26%	7%	1%	100%
	Ouvrier	14%	14%	6%	28%	28%	11%	1%	100%
	Personne au foyer	3%	8%	4%	40%	30%	8%	6%	100%
	Retraité	1%	7%	7%	34%	25%	6%	19%	100%
	Autre inactif	9%	11%	7%	30%	32%	10%	1%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	12%	13%	8%	24%	27%	9%	7%	100%
	Classes moyennes inférieures	9%	11%	9%	30%	30%	7%	4%	100%
	Classes moyennes supérieures	14%	12%	6%	32%	30%	5%	2%	100%
	Hauts revenus	13%	11%	7%	28%	31%	9%	1%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	8%	9%	6%	29%	24%	7%	18%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	10%	9%	5%	32%	28%	8%	9%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	12%	11%	8%	28%	29%	11%	2%	100%
	Plus de 100 000 hab.	13%	12%	8%	26%	31%	8%	1%	100%
	Agglomération parisienne	14%	17%	10%	26%	27%	6%	1%	100%
Ensemble de la population		11%	11%	7%	28%	28%	8%	6%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les dispositifs effectivement mobilisés lorsqu'une difficulté est rencontrée

Les types de recours les plus fréquents face à une difficulté d'utilisation des outils numériques correspondent aux dispositifs d'apprentissage considérés comme les plus adaptés (Graphique 190) : **40% des personnes interrogées se débrouillent seules** (+ 9 points par rapport à 2019), et 29% demandent de l'aide à quelqu'un de leur entourage (- 6 points). La formation autonome apparaît désormais comme la solution privilégiée.

Graphique 190 – On peut rencontrer des difficultés quand on utilise des outils informatiques et numériques : ordinateur, internet, smartphone, tablette. Quand vous rencontrez une difficulté de ce type, que faites-vous ?



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Note : pour 2019 et 2020, les modalités « Demande de l'aide à quelqu'un de son entourage » et « Demande de l'aide à quelqu'un de son foyer » sont cumulées pour permettre la comparaison avec l'enquête de 2018 où seule la modalité « Demande de l'aide à quelqu'un de son entourage » était posée.

La modalité « S'adresse à un professionnel ou un bénévole » a été formulée différemment selon les vagues d'enquête : « S'adresse à des structures qui accompagnent les personnes sur le numérique (EPN, cyberbase, Maison de services au public, etc. ...) » en 2018, « S'adresse à un professionnel ou un bénévole présent dans un lieu public d'accès à internet (espace public numérique ou multimédia, médiathèque...) » en 2019, « S'adresse à un professionnel ou un bénévole présent dans un lieu public d'accès à internet (conseiller numérique France Services, espace public numérique ou multimédia, médiathèque, Espace France Services ...) » en 2022.

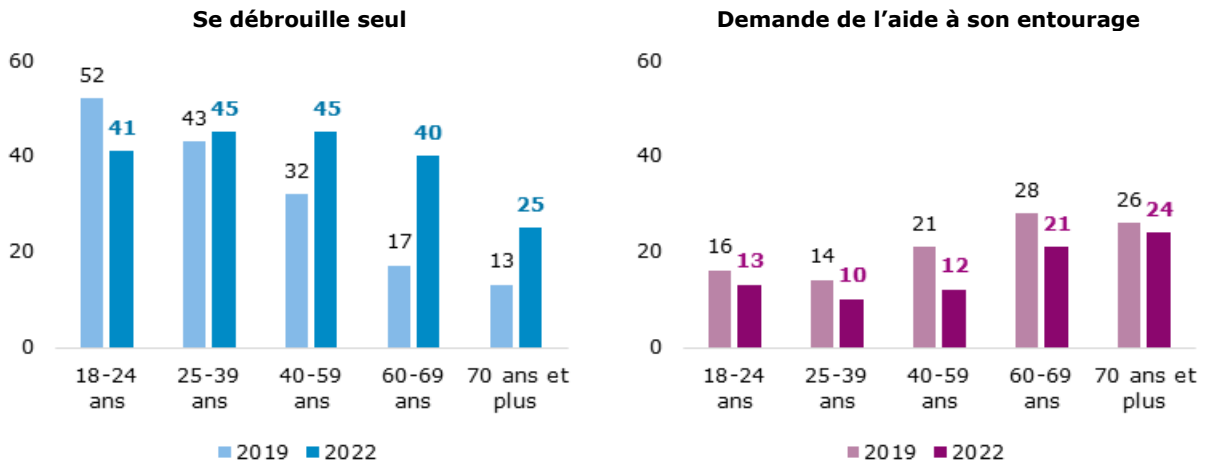
Les **25-59 ans** sont les plus nombreux à se débrouiller seuls face à ce type de difficultés (45%, + 2 points, Graphique 191), tandis que les 18-24 ans le font nettement moins qu'en 2019 (41%, - 11 points). Les 60 ans et plus, qui déclarent par ailleurs préférer l'aide de leur cercle familial ou amical, sont les plus nombreux à effectivement demander de l'aide à leur entourage, mais moins qu'en 2019 (21% des 60-69 ans, - 7 points, et 24% des 70 ans et plus, - 2 points). Ils arrivent plus que par le passé à se débrouiller seuls (40% des 60-69 ans se débrouillent seuls, + 23 points, et 25% des 70 ans et plus, + 12 points).

Les personnes les plus diplômées restent les plus autonomes face aux difficultés (44% des diplômés du Bac ou équivalent, + 6 points, 45% des diplômés du supérieur, + 6 points, Graphique 192), mais **les écarts se résorbent en partie avec les personnes peu ou pas diplômées** (16% des non-diplômés, + 12 points, 39% des diplômés de niveau BEPC, + 12 points).

Enfin, les personnes appartenant aux catégories socioprofessionnelles les plus usagères des outils numériques ont également plus tendance à se débrouiller seules (48% des cadres, 47% des professions intermédiaires, et 44% des employés). Les personnes au foyer demandent pour leur part davantage d'aide à leurs proches (26%, contre 13% en moyenne dans la population).

Graphique 191 – Type de recours lorsqu’une difficulté est rencontrée dans l’utilisation d’outils numériques en fonction de l’âge

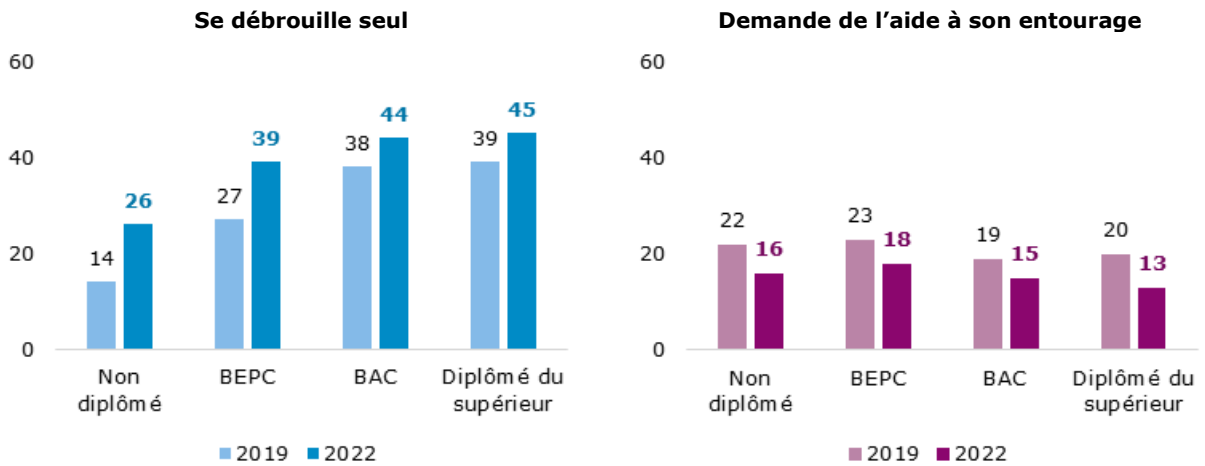
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 192 – Type de recours lorsqu’une difficulté est rencontrée dans l’utilisation d’outils numériques en fonction du niveau de diplôme

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 57 – Recours employé lorsqu’une difficulté est rencontrée dans l’utilisation des outils numériques en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

		Vous arrêtez votre utilisation, vous abandonnez	Vous vous débrouillez seul	Vous demandez de l'aide à quelqu'un au sein de votre foyer	Vous demandez de l'aide à quelqu'un de votre entourage	Vous n'avez pas de difficultés particulières	Vous n'utilisez jamais d'outils informatiques et numériques
Sexe	Homme	5%	45%	9%	13%	11%	5%
	Femme	5%	36%	17%	18%	10%	8%
Âge	18-24 ans	8%	41%	11%	13%	10%	0%
	25-39 ans	8%	45%	12%	10%	12%	3%
	40-59 ans	4%	45%	15%	12%	12%	3%
	60-69 ans	4%	40%	17%	21%	9%	4%
	70 ans et plus	4%	25%	7%	24%	7%	24%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	5%	37%	0%	22%	11%	15%
	Deux personnes	5%	39%	15%	18%	10%	7%
	Trois personnes	5%	44%	20%	9%	9%	2%
	Quatre personnes	4%	43%	18%	9%	10%	3%
	Cinq personnes et plus	8%	41%	15%	9%	13%	3%
Diplôme	Non diplômé	7%	26%	10%	16%	6%	27%
	BEPC	6%	39%	15%	18%	9%	7%
	BAC	3%	44%	14%	15%	12%	3%
	Diplômé du supérieur	5%	45%	12%	13%	13%	2%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	11%	38%	16%	9%	10%	3%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	4%	48%	11%	10%	14%	1%
	Profession Intermédiaire	4%	47%	14%	12%	12%	2%
	Employé	6%	44%	15%	13%	10%	3%
	Ouvrier	7%	43%	13%	14%	10%	5%
	Personne au foyer	5%	38%	26%	11%	9%	8%
	Retraité	4%	31%	10%	23%	8%	17%
	Autre inactif	7%	38%	13%	14%	13%	3%
Niveau de vie	Bas revenus	7%	40%	13%	12%	9%	9%
	Classes moyennes inférieures	5%	39%	14%	16%	11%	5%
	Classes moyennes supérieures	5%	44%	14%	17%	10%	2%
	Hauts revenus	3%	44%	13%	16%	13%	3%
Taille d'agglomération	Communes rurales	5%	32%	15%	16%	10%	17%
	2 000 à 20 000 hab.	5%	40%	13%	16%	11%	9%
	20 000 à 100 000 hab.	6%	41%	16%	15%	8%	4%
	Plus de 100 000 hab.	5%	44%	12%	15%	12%	2%
	Agglomération parisienne	6%	43%	12%	15%	11%	3%
Ensemble de la population		5%	40%	13%	15%	11%	7%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

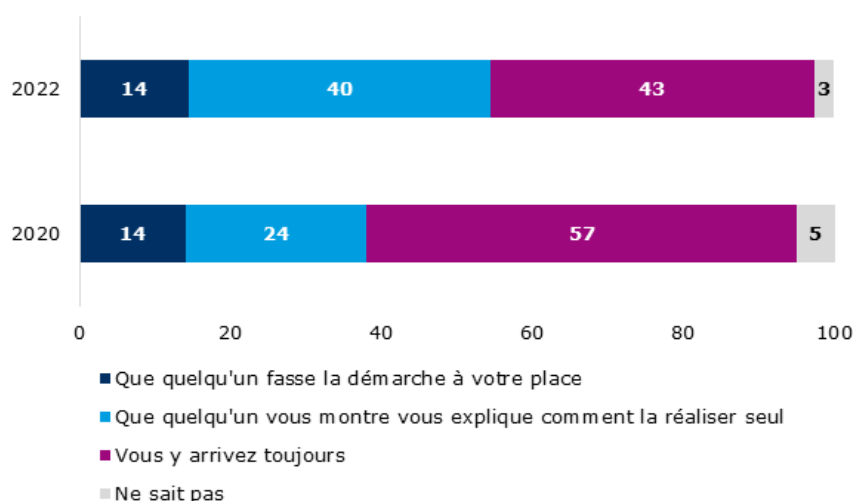
*Par souci de lisibilité, les modalités ayant reçu très peu de réponses ne sont pas présentées dans le tableau.

d) *Davantage de personnes requièrent de l'aide pour réaliser leurs démarches en ligne*

La dématérialisation des services publics se déploie depuis deux décennies avec, récemment, une forte accélération, notamment la digitalisation des 250 démarches les plus courantes⁷³ effectuées par les Français, impulsée dans le programme Action publique 2022. La multiplication des démarches dématérialisées, et la progression cette année du nombre de personnes utilisant la voie digitale pour leurs démarches administratives accroît mécaniquement la part de personnes en prise avec des **difficultés**. On constate en effet **une augmentation** de la part de personnes ayant au moins parfois des difficultés à effectuer des démarches en ligne (54%, + 16 points). Cette progression converge avec la hausse constatée en termes des **réclamations reçues** par les délégués et les juristes du Défenseur des droits⁷⁴. Face à ces difficultés, la solution la plus plébiscitée est de demander des explications pour réussir à réaliser la démarche seul (40%, + 16 points), peu de personnes s'en remettant entièrement à une autre personne pour faire la démarche à leur place (14%). Il faut dire que les démarches mobilisent souvent des données personnelles sensibles et ont, le plus souvent, des effets importants sur la vie quotidienne (impôts, prestations sociales, autorisations, etc.).

Graphique 193 – Lorsque vous ne parvenez pas à réaliser une démarche en ligne, vous préférez ... ?

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

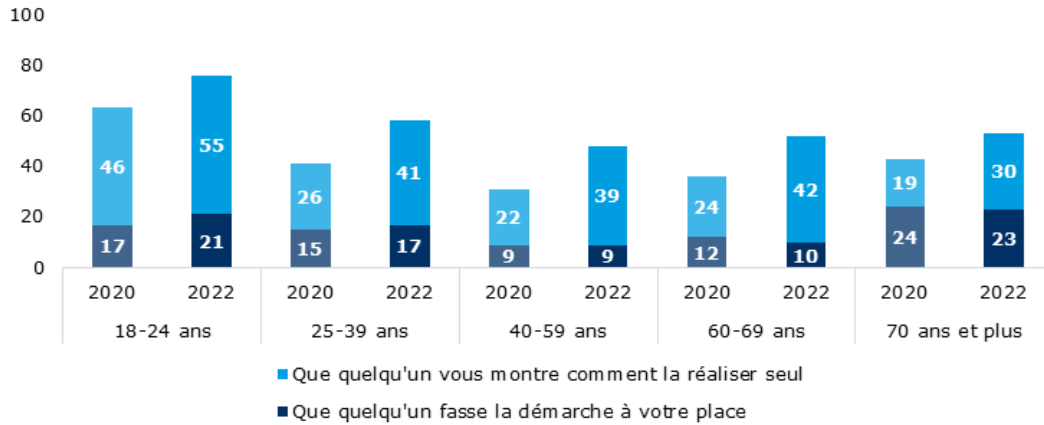
Les difficultés à réaliser des démarches ne concernent pas que les groupes les plus éloignés du numérique. En particulier les jeunes adultes, très à l'aise sur les usages liés aux loisirs, à l'information ou à la communication sont plus en peine concernant les démarches. Ainsi **76% des 18-24 ans affirment ne pas toujours arriver à effectuer leurs démarches en ligne** (+ 13 points), contre 53% des 70 ans et plus (+ 10 points), et 48% des 40-59 ans (+ 17 points). Les personnes préférant laisser quelqu'un d'autre réaliser la démarche sont plus nombreuses à la fois chez les 18-24 ans (21%) et chez les 70 ans et plus (23%).

⁷³ <https://www.vie-publique.fr/eclairage/18925-e-administration-du-pagsi-au-programme-action-publique-2022>

⁷⁴ Défenseur des droits, Dématérialisation des services publics : defenseurdesdroits.fr trois ans après, où en est-on ? février 2022

Graphique 194 – Recours le plus utilisé en cas de difficulté à réaliser une démarche en ligne en fonction de l'âge

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 58 – Recours privilégié lorsque la personne interrogée ne parvient pas à réaliser une démarche en ligne, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

		Que quelqu'un fasse la démarche à votre place	Que quelqu'un vous montre, vous explique comment la réaliser tout seul	Vous y arrivez toujours	[Nsp]	Total
Sexe	Homme	14%	39%	44%	2%	100%
	Femme	15%	41%	42%	3%	100%
Âge	18-24 ans	21%	55%	24%	0%	100%
	25-39 ans	17%	41%	42%	0%	100%
	40-59 ans	9%	39%	52%	0%	100%
	60-69 ans	10%	42%	47%	2%	100%
	70 ans et plus	23%	30%	34%	12%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	16%	35%	42%	7%	100%
	Deux personnes	12%	39%	45%	3%	100%
	Trois personnes	15%	43%	41%	0%	100%
	Quatre personnes	16%	44%	40%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	16%	39%	45%	1%	100%
Diplôme	Non diplômé	26%	31%	32%	11%	100%
	BEPC	14%	41%	43%	3%	100%
	BAC	13%	43%	43%	1%	100%
	Diplômé du supérieur	12%	41%	46%	1%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	24%	41%	34%	0%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	11%	36%	52%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	11%	45%	44%	0%	100%
	Employé	14%	41%	45%	1%	100%
	Ouvrier	13%	44%	43%	0%	100%
	Personne au foyer	13%	39%	46%	2%	100%
	Retraité	18%	35%	39%	8%	100%
Autre inactif	12%	46%	41%	1%	100%	
Niveau de vie	Bas revenus	19%	39%	40%	3%	100%
	Classes moyennes inférieures	15%	42%	42%	2%	100%
	Classes moyennes supérieures	13%	41%	46%	1%	100%
	Hauts revenus	7%	42%	51%	0%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	20%	32%	41%	7%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	15%	39%	42%	4%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	14%	43%	42%	1%	100%
	Plus de 100 000 hab.	11%	43%	46%	0%	100%
	Agglomération parisienne	14%	43%	42%	1%	100%
Ensemble de la population		14%	40%	43%	3%	100%

4. Les enjeux liés au recours massif à internet

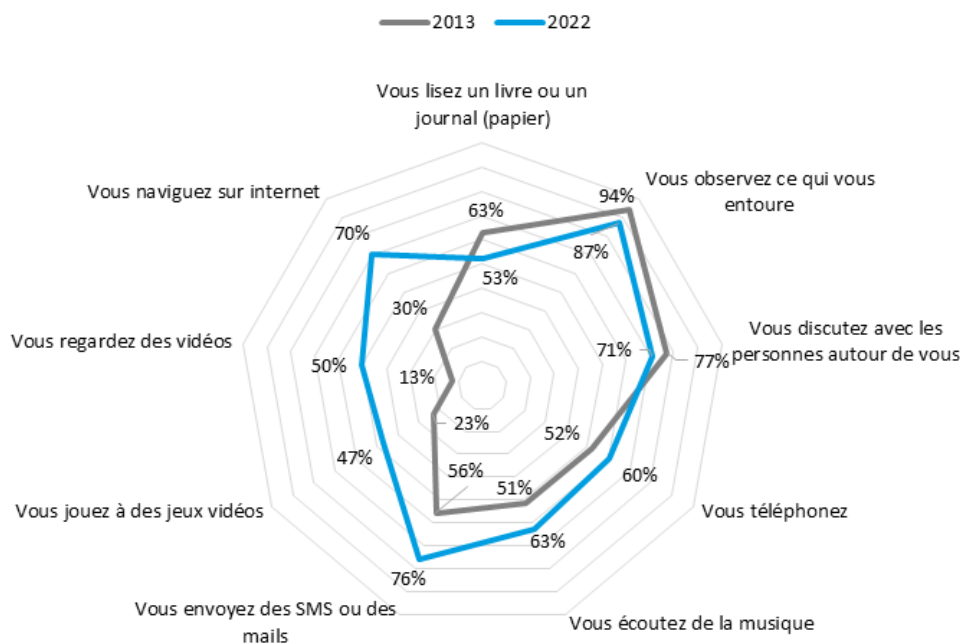
a) Le numérique de plus en plus présent pendant les « temps morts »

Avec la très large diffusion de terminaux portables permettant de se connecter en ligne, le numérique fait de plus en plus incursion dans les « temps morts » qui jalonnent le quotidien. Si l'activité privilégiée par les personnes interrogées lorsqu'elles sont dans les transports ou dans une file d'attente reste d'observer ce qui les entoure (87%), cette activité est moins citée qu'en 2013 (- 7 points, Graphique 195). Discuter avec les personnes autour de soi (71%, - 6 points) ou lire un livre ou un journal au format papier (53%, - 10 points) dans les interstices du quotidien sont moins fréquents également.

En revanche, toutes les pratiques digitales se sont installées. La part de personnes **naviguant sur internet pendant leurs temps morts a notamment fait un bond de 40 points depuis 2013 (70%)**, portée notamment par la diffusion massive du *smartphone* et d'autres terminaux comme la tablette tactile ou la montre connectée. **Regarder des vidéos (50%, + 37 points), jouer à des jeux vidéo (47%, + 24 points), écouter de la musique (63%, + 12 points)**, envoyer des SMS ou des mails (76%, + 20 points) et téléphoner (60%, + 8 points) sont devenus le lot commun de très nombreux français pour meubler les temps d'attente ou de transport.

Graphique 195 – Lorsque vous êtes dans les transports en commun, que vous êtes passager dans une voiture, que vous attendez quelqu'un, que vous patientez à un rendez-vous ou que vous êtes dans une file d'attente, comment occupez-vous ces temps morts ?

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à domicile, en %
Cumul des réponses « souvent » et « de temps en temps »



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Profiter des temps morts de la journée pour s'absorber dans le visionnage d'un film, dans un jeu vidéo ou autre activité numérique est plus fréquent chez les jeunes adultes que chez les personnes âgées de 40 ans et plus (Tableau 59). Les jeunes ne délaissent pas pour autant les activités « non numériques » (Tableau 60) : **la lecture d'un livre ou d'un journal papier est par exemple plus**

fréquente chez les 18-24 ans (62%) et les 25-39 ans (58%) que dans l'ensemble de la population (53%).

Discuter avec les personnes autour de soi est une activité pratiquée à parts égales dans toutes les classes d'âge, tout comme l'observation de ce qui entoure. La lecture de livres ou journaux papier en mobilité ou dans les temps d'attente, est également plus fréquente chez les cadres et professions intellectuelles supérieures, les diplômés du supérieur et les hauts revenus.

Les **hommes** sont plus friands que les femmes de visionnage de vidéo (54% vs 47%) et de jeux vidéo (51% vs 43%). Et les habitants de **l'agglomération parisienne** qui ont, en moyenne des temps de transports plus longs que dans le reste du pays (1h39 en moyenne en Ile de France vs 1h19 en dehors)⁷⁵, multiplient tous les types d'activité pour tenter de rentabiliser ceux-ci.

⁷⁵ ANCT, Observatoire des territoires, Se déplacer au quotidien : enjeux spatiaux, enjeux sociaux, Fiche d'analyse de l'Observatoire des territoires 2019 <https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/kiosque/2019-fiche-mobilites-se-deplacer-au-quotidien-enjeux-spatiaux-enjeux-sociaux>

Tableau 59 – Activités liées au numérique pratiquées dans les « temps morts » selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à domicile, en % -

		Téléphoner	Envoyer des SMS ou des mails	Naviguer sur internet	Écouter de la musique	Regarder des vidéos	Jouer à des jeux vidéo
Sexe	Homme	61%	74%	71%	64%	54%	51%
	Femme	60%	78%	70%	62%	47%	43%
Âge	12-17 ans	62%	82%	83%	73%	67%	66%
	18-24 ans	72%	90%	89%	87%	82%	76%
	25-39 ans	67%	87%	83%	77%	72%	64%
	40-59 ans	61%	77%	71%	59%	46%	44%
	60-69 ans	51%	62%	53%	46%	22%	23%
	70 ans et plus	49%	54%	40%	40%	18%	15%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	54%	71%	64%	55%	42%	34%
	Deux personnes	55%	69%	61%	55%	36%	34%
	Trois personnes	66%	82%	78%	68%	60%	56%
	Quatre personnes	67%	83%	80%	72%	65%	64%
	Cinq personnes et plus	67%	83%	80%	73%	67%	60%
Diplôme	Non diplômé	58%	62%	56%	53%	39%	38%
	BEPC	56%	70%	61%	53%	40%	36%
	BAC	63%	78%	72%	65%	53%	50%
	Diplômé du supérieur	64%	82%	78%	70%	58%	52%
	12-17 ans	62%	82%	83%	73%	67%	66%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	67%	80%	76%	72%	65%	59%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	71%	88%	85%	76%	64%	55%
	Profession Intermédiaire	65%	83%	78%	70%	60%	56%
	Employé	66%	83%	78%	65%	54%	52%
	Ouvrier	58%	74%	69%	63%	52%	47%
	Personne au foyer	59%	76%	67%	58%	41%	36%
	Retraité	49%	56%	45%	42%	19%	18%
	Autre inactif	59%	80%	78%	71%	65%	61%
Niveau de vie	Bas revenus	63%	78%	72%	68%	58%	53%
	Classes moyennes inférieures	60%	73%	67%	60%	51%	45%
	Classes moyennes supérieures	59%	74%	68%	61%	47%	44%
	Hauts revenus	61%	79%	74%	64%	47%	46%
Taille d'agglomération	Communes rurales	52%	68%	62%	55%	40%	40%
	2 000 à 20 000 hab.	58%	75%	68%	63%	47%	44%
	20 000 à 100 000 hab.	59%	75%	66%	62%	48%	47%
	Plus de 100 000 hab.	63%	77%	72%	63%	53%	47%
	Agglomération parisienne	68%	85%	81%	71%	62%	57%
Ensemble de la population		61%	76%	70%	63%	50%	47%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 60 – Activités non liées au numérique pratiquées pendant les « temps morts » selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion fixe à domicile, en % -

		Discuter avec les personnes qui sont autour	Lire un livre ou un journal papier	Observer ce qui entoure
Sexe	Homme	72%	53%	87%
	Femme	70%	52%	88%
Âge	12-17 ans	72%	49%	91%
	18-24 ans	73%	62%	90%
	25-39 ans	70%	58%	90%
	40-59 ans	71%	51%	86%
	60-69 ans	71%	48%	86%
	70 ans et plus	71%	49%	84%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	67%	49%	86%
	Deux personnes	71%	50%	86%
	Trois personnes	71%	54%	89%
	Quatre personnes	74%	57%	89%
	Cinq personnes et plus	71%	54%	88%
Diplôme	Non diplômé	70%	42%	82%
	BEPC	70%	48%	84%
	BAC	72%	50%	88%
	Diplômé du supérieur	72%	62%	91%
	12-17 ans	72%	49%	91%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	76%	71%	91%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	72%	65%	93%
	Profession Intermédiaire	71%	59%	89%
	Employé	69%	50%	88%
	Ouvrier	71%	47%	84%
	Personne au foyer	77%	46%	84%
	Retraité	71%	47%	84%
	Autre inactif	70%	50%	88%
Niveau de vie	Bas revenus	71%	51%	87%
	Classes moyennes inférieures	68%	50%	86%
	Classes moyennes supérieures	72%	52%	88%
	Hauts revenus	72%	57%	89%
Taille d'agglomération	Communes rurales	67%	47%	79%
	2 000 à 20 000 hab.	72%	49%	86%
	20 000 à 100 000 hab.	73%	52%	87%
	Plus de 100 000 hab.	71%	51%	90%
	Agglomération parisienne	73%	65%	93%
Ensemble de la population		71%	53%	87%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

b) *Plus d'une personne sur deux ne pourrait pas se passer d'internet plus d'une journée sans que cela lui manque*

Addiction à internet⁷⁶, scrolling sur *smartphone* jusqu'à épuisement⁷⁷, « syndrome du FOMO⁷⁸ » (« Fear of missing out », en Français la « peur de rater quelque chose »), les angles et néologismes fleurissent régulièrement pour pointer les dangers de la dépendance aux écrans à mesure que ceux-ci prennent une place plus importante dans nos vies et qu'ils sont adoptés par des usagers. Ces débats ont une généalogie très ancienne et ils renvoient aux questionnements philosophiques mettant en garde contre **l'asservissement de l'homme à la technique**⁷⁹. On pense notamment à la critique de Heidegger dénonçant une société où la technique devient sa propre fin et met en péril l'homme lui-même⁸⁰. Habermas également *alerte sur « la puissance libératrice de la technologie – l'instrumentalisation des choses – (qui) se convertit en obstacle à la libération, (et) tourne à l'instrumentalisation de l'homme »*⁸¹. Autrement dit, la peur de l'addiction au numérique est-elle une nouvelle forme de « panique morale » à l'instar de celles qui ont entouré la plupart des évolutions des technologies de l'information, comme le rappelle Dominique Cardon⁸². L'invention du téléphone, de la télévision, de la radio, mais aussi les révolutions techniques de l'automobile, du rail etc. ont bouleversé les modes de vie et ainsi été souvent associées à un déclin de la civilisation et une mise en péril de la stabilité morale de la société.

A ce titre, la rapidité de la pénétration de la toile dans le quotidien et la vie de nos concitoyens est impressionnante. **Huit personnes interrogées sur dix estiment ainsi ne pas pouvoir se passer d'internet plus de quelques jours sans que cela leur manque** (82%), quand elles n'étaient que cinq sur dix en 2016 (48%, Graphique 196). 31% des personnes déclarant ne pas pouvoir passer plus de **quelques heures** sans qu'internet ne leur manque (+ 16 points). Toutefois, derrière cette dépendance massive, ce sont essentiellement **les mails qui sont en réalité incontournables** au quotidien des Français (65%). Loin derrière, les réseaux sociaux (26%) ont même perdu de leur aura entre 2016 et 2022 au profit des **démarches administratives** (22%, + 7 points) et des échanges instantanés sur des **applications telles que WhatsApp ou Snapchat** (20%, + 7 points). On retrouve ensuite les films et vidéos sur internet (15%), les sites d'information d'actualité qui ont perdu de nombreux adeptes depuis 2016 (15%, - 11 points), les jeux vidéo (14%, - 2 points) et les achats (13%, + 2 points).

⁷⁶ <https://sante.lefigaro.fr/mieux-etre/tabac-alcool-drogues/addiction-internet/quest-ce-que-cest-https://www.santemagazine.fr/sante/addictions/comment-laddiction-digitale-influence-notre-vie-333052>

⁷⁷ <https://www.francesoir.fr/societe-sante/scroller-sur-son-smartphone-jusqua-epuisement-une-pratique-nocive-et-addictive>

⁷⁸ « Fear of missing out », en Français la « peur de rater quelque chose », de ne pas assister à un événement ou de passer à côté d'une information. Ce sentiment rend d'autant plus difficile la déconnexion aux différentes plateformes numériques et réseaux sociaux. Voir https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/11/03/fomo-ou-la-peur-de-rater-quelque-chose_6100722_3232.html

⁷⁹ Sur ce sujet, l'opinion publique elle-même est partagée. Voir Régis Bigot et Sandra Hoibian, *Les technosciences, amélioration ou perversion de l'humanité ?*, Collection des rapports du CREDOC, n°313, octobre 2014, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R313.pdf>

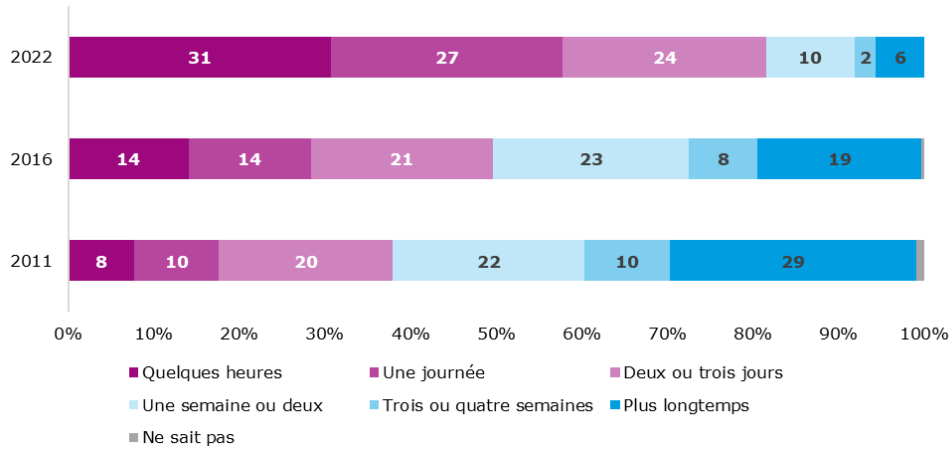
⁸⁰ « Gestell » est traduit par l'arraisonement. Voir HEIDEGGER Martin, *Sein und Zeit*, Tübingen, 1967.

⁸¹ HABERMAS, *La technique et la science comme idéologie*, 1968

⁸² CARDON Dominique, « Réseaux sociaux de l'Internet » in *Communications*, n° 88, Paris, 2011/1, p.141-148.

Graphique 196 - Combien de temps pouvez-vous vous passer d'internet sans que ça vous manque ?

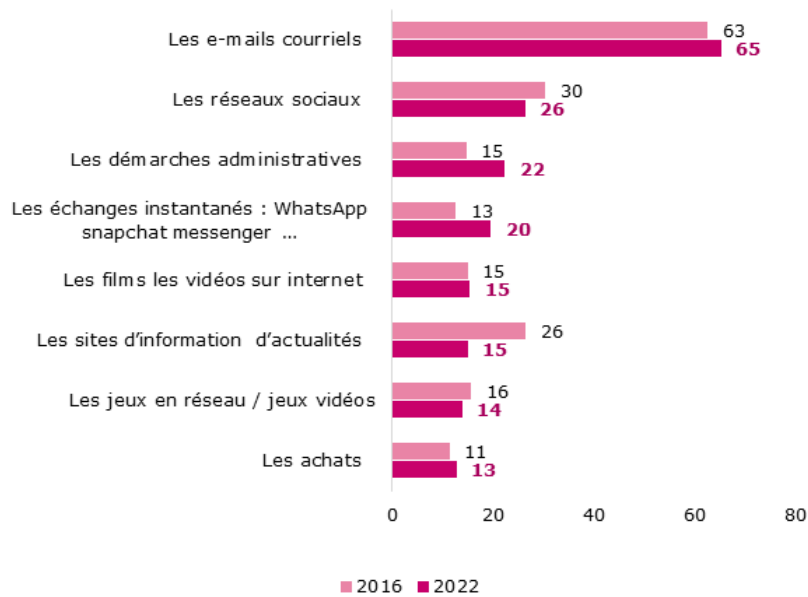
- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

**Graphique 197 - Quels sont les deux services dont vous auriez le plus de mal à vous passer ?
Évolution depuis 2016**

- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



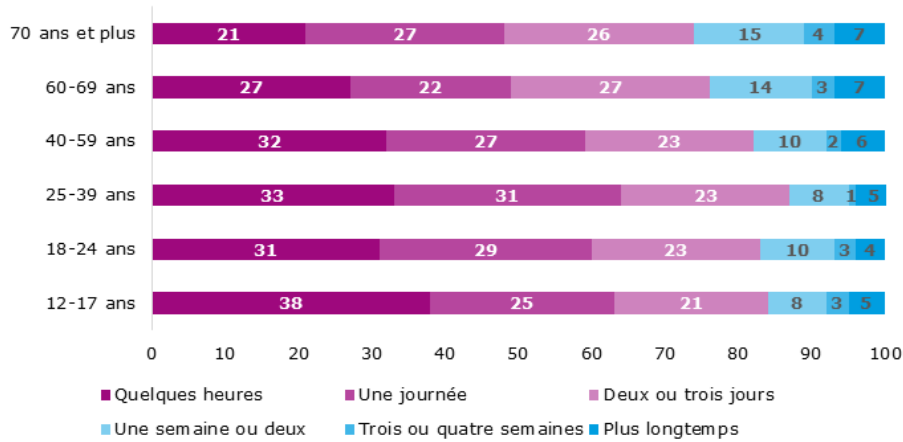
Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Il existe peu de différences significatives entre les groupes sociaux sur cette question (Tableau 61). On peut toutefois relever que **les 12-17 ans** sont les plus nombreux à ne pas pouvoir se passer d'internet plus de quelques heures sans que cela leur manque (38%, Graphique 198), tandis que les 60 ans et plus ont plus de facilité que la moyenne à se passer d'internet pendant plus de quelques

jours (24% des 60-69 ans et 26% des 70 ans et plus). Différents programmes de **santé publique**⁸³ ont à ce sujet été lancés pour informer, éduquer à un usage raisonné du numérique chez les plus jeunes.

Graphique 198 – Les 12-17 ans sont les plus nombreux à ne pas pouvoir se passer d'internet plus de quelques heures sans que cela leur manque

- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Les 12-17 ans disent **davantage qu'en 2016** ne pas pouvoir se passer de services à **vocation « utilitaire »** (e-mails, démarches administratives, sites d'information et d'actualités, achats), et **semblent moins accros aux activités plutôt liées aux loisirs** (réseaux sociaux, échanges instantanés, films et vidéos sur internet, jeux vidéo). Si les 12-17 ans sont encore relativement peu à citer les e-mails comme un service indispensable, ils le font beaucoup plus qu'en 2016 (**+ 30 points**). Avec la tenue des cours à distance pendant les différentes périodes de confinement et la dématérialisation de nombreuses démarches, les e-mails ont pu prendre davantage d'importance pour ces générations qui en étaient jusque-là peut dépendantes. Il est également notable que la part de **12-17 ans qui citent les démarches administratives** comme l'un des deux services dont ils auraient le plus de mal à se passer a connu une hausse de 16 points depuis 2016, passant de 1% à 17%, possiblement en liaison avec l'essor de **Parcoursup**, la plateforme d'inscription aux études supérieures dont différentes étapes passent par le numérique.

Les réseaux sociaux sont, dans l'ensemble, moins cités qu'en 2016 comme un des services dont il serait le plus difficile de se passer (26%, - 4 points). Cette **baisse est avant tout portée par les plus jeunes générations**, qui restent par ailleurs les plus attachées à ces services : 41% des 12-17 ans (- 12 points), 39% des 18-24 ans (- 10 points) et 35% des 40-59 ans (- 7 points) citent les réseaux sociaux comme l'un des deux services dont ils auraient le plus de mal à se passer. Chez les 18-24 ans, on observe une hausse notable des personnes pour qui se passer des jeux vidéo serait particulièrement difficile (29%, + 5 points) devenant le groupe le plus attaché à cette pratique devant les 12-17 ans (26%, - 13 points). La pratique des jeux vidéo étant en grande partie multijoueur dans cette tranche d'âge (voir Partie 2), elle a pu remplacer en partie les espaces communautaires que représentent les réseaux sociaux. Chez les 25-39 ans, les échanges instantanés sont nettement plus cités qu'en 2016 (25%, + 14 points), et viennent peut-être se

⁸³ On pourra citer en 2022, le Plan d'actions « Pour un usage raisonné des écrans par les jeunes et les enfants » et extension du site [jeprotectemonenfant.gouv.fr](https://solidarites-sante.gouv.fr/affaires-sociales/familles-enfance/protection-de-l-enfance-10740/protéger-les-enfants-face-aux-dangers-du-numérique/article/plan-d-actions-pour-un-usage-raisonné-des-écrans-par-les-jeunes-et-les-enfants) , <https://solidarites-sante.gouv.fr/affaires-sociales/familles-enfance/protection-de-l-enfance-10740/protéger-les-enfants-face-aux-dangers-du-numérique/article/plan-d-actions-pour-un-usage-raisonné-des-écrans-par-les-jeunes-et-les-enfants>

substituer aux réseaux sociaux, ou encore aux e-mails qui connaissent une forte diminution dans les choix de cette tranche d'âge (47%, - 16 points).

Les sites d'information sont moins cités qu'en 2016 comme un des deux services dont il est difficile de se passer (26%, - 15 points). Les baisses sont les plus importantes chez les 40 ans et plus, qui restent par ailleurs les plus attachés à ce service : 24% des 70 ans et plus (- 14 points), 19% des 60-69 ans (- 19 points) et 13% des 40-59 ans (- 7 points) les citent désormais comme un des deux services dont ils auraient du mal à se passer. Au-delà de l'âge, les personnes qui déclarent ne pas pouvoir se passer de ces sites d'actualité ont un profil social bien particulier : ce sont davantage des hommes (18%), des personnes diplômées du supérieur (19%) et des personnes appartenant à la catégorie des cadres et professions intellectuelles supérieures (24%).

89% des personnes âgées de 60 ans et plus citent **les e-mails** comme l'un des deux services dont ils auraient du mal à se passer, contre 33% des 18-24 ans et 39% des 12-17 ans. Pour les 60 ans et plus, qui expriment par ailleurs une forte préférence pour l'ordinateur et utilisent encore peu les applications de messageries instantanées, les e-mails apparaissent comme un moyen de communication écrite essentiel (Graphique 199).

Graphique 199 – Service dont il serait le plus difficile de se passer selon l'âge

- Champ : internautes de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 61 – Durée que peuvent passer les personnes sans qu'internet leur manque selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : internautes de 12 ans et plus -

		Quelques heures	Quelques jours	Plus longtemps	Total
Sexe	Homme	29%	50%	22%	100%
	Femme	33%	52%	16%	100%
Âge	12-17 ans	38%	46%	16%	100%
	18-24 ans	31%	52%	16%	100%
	25-39 ans	33%	54%	13%	100%
	40-59 ans	32%	50%	18%	100%
	60-69 ans	27%	49%	24%	100%
	70 ans et plus	22%	53%	26%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	30%	51%	19%	100%
	Deux personnes	28%	52%	20%	100%
	Trois personnes	30%	52%	18%	100%
	Quatre personnes	35%	50%	15%	100%
	Cinq personnes et plus	35%	47%	18%	100%
Diplôme	Non diplômé	30%	51%	19%	100%
	BEPC	29%	50%	20%	100%
	BAC	33%	49%	18%	100%
	Diplômé du supérieur	29%	53%	18%	100%
	12-17 ans	38%	46%	16%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	33%	48%	19%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	31%	54%	15%	100%
	Profession Intermédiaire	29%	53%	17%	100%
	Employé	36%	50%	14%	100%
	Ouvrier	30%	51%	20%	100%
	Personne au foyer	32%	50%	18%	100%
	Retraité	23%	52%	24%	100%
	Autre inactif	35%	47%	18%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	37%	45%	18%	100%
	Classes moyennes inférieures	30%	52%	19%	100%
	Classes moyennes supérieures	27%	54%	19%	100%
	Hauts revenus	30%	53%	17%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	29%	49%	21%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	29%	52%	19%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	29%	53%	18%	100%
	Plus de 100 000 hab.	33%	49%	19%	100%
	Agglomération parisienne	31%	54%	15%	100%
Ensemble de la population		31%	51%	19%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 62 – Service dont les personnes interrogées auraient le plus de mal à se passer selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à internet -

		Les e-mails, courriels	Les démarches administratives	Les réseaux sociaux	Les échanges instantanés : WhatsApp, Snapchat, Messenger, ...
Sexe	Homme	63%	22%	23%	14%
	Femme	67%	22%	30%	25%
Âge	12-17 ans	39%	17%	41%	22%
	18-24 ans	33%	13%	39%	24%
	25-39 ans	47%	19%	35%	25%
	40-59 ans	73%	25%	24%	17%
	60-69 ans	89%	23%	14%	17%
	70 ans et plus	89%	30%	10%	14%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	71%	24%	19%	21%
	Deux personnes	75%	25%	20%	19%
	Trois personnes	59%	22%	29%	20%
	Quatre personnes	53%	17%	34%	19%
	Cinq personnes et plus	53%	19%	40%	21%
Diplôme	Non diplômé	76%	27%	20%	14%
	BEPC	75%	26%	22%	16%
	BAC	61%	21%	29%	22%
	Diplômé du supérieur	62%	20%	26%	23%
	12-17 ans	39%	17%	41%	22%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	55%	22%	22%	18%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	63%	17%	26%	19%
	Profession Intermédiaire	61%	19%	28%	23%
	Employé	63%	23%	33%	22%
	Ouvrier	67%	28%	27%	14%
	Personne au foyer	67%	18%	30%	23%
	Retraité	89%	28%	12%	15%
	Autre inactif	45%	19%	35%	23%
Niveau de vie	Bas revenus	58%	25%	31%	18%
	Classes moyennes inférieures	64%	25%	27%	19%
	Classes moyennes supérieures	69%	20%	26%	20%
	Hauts revenus	71%	18%	22%	22%
Taille d'agglomération	Communes rurales	69%	22%	23%	16%
	2 000 à 20 000 hab.	70%	22%	26%	19%
	20 000 à 100 000 hab.	66%	23%	26%	20%
	Plus de 100 000 hab.	64%	22%	28%	21%
	Agglomération parisienne	58%	21%	28%	21%
Ensemble de la population		65%	22%	26%	20%

Tableau 63 - Service dont les personnes interrogées auraient le plus de mal à se passer selon les principaux descripteurs sociodémographiques (suite)

- Champ : internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à internet -

		Les jeux vidéo	Les films, les vidéos sur internet	Les sites d'information, d'actualités	Les achats
Sexe	Homme	19%	18%	18%	12%
	Femme	9%	13%	12%	13%
Âge	12-17 ans	26%	27%	11%	8%
	18-24 ans	29%	34%	9%	8%
	25-39 ans	18%	23%	13%	11%
	40-59 ans	10%	11%	14%	15%
	60-69 ans	7%	6%	19%	16%
	70 ans et plus	4%	2%	24%	13%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	11%	14%	14%	14%
	Deux personnes	9%	10%	18%	13%
	Trois personnes	15%	18%	15%	14%
	Quatre personnes	23%	21%	13%	11%
	Cinq personnes et plus	18%	21%	9%	11%
Diplôme	Non diplômé	12%	12%	9%	15%
	BEPC	11%	11%	14%	15%
	BAC	14%	18%	15%	12%
	Diplômé du supérieur	14%	16%	19%	12%
	12-17 ans	26%	27%	11%	8%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	18%	24%	11%	15%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	16%	18%	24%	9%
	Profession Intermédiaire	14%	18%	14%	13%
	Employé	12%	15%	12%	13%
	Ouvrier	15%	15%	11%	13%
	Personne au foyer	11%	14%	9%	19%
	Retraité	6%	3%	22%	14%
	Autre inactif	22%	24%	10%	11%
Niveau de vie	Bas revenus	18%	20%	10%	10%
	Classes moyennes inférieures	14%	15%	13%	14%
	Classes moyennes supérieures	11%	15%	16%	13%
	Hauts revenus	13%	12%	22%	13%
Taille d'agglomération	Communes rurales	13%	15%	15%	15%
	2 000 à 20 000 hab.	13%	13%	13%	14%
	20 000 à 100 000 hab.	13%	14%	15%	14%
	Plus de 100 000 hab.	13%	16%	16%	12%
	Agglomération parisienne	19%	19%	14%	9%
Ensemble de la population		14%	15%	15%	13%

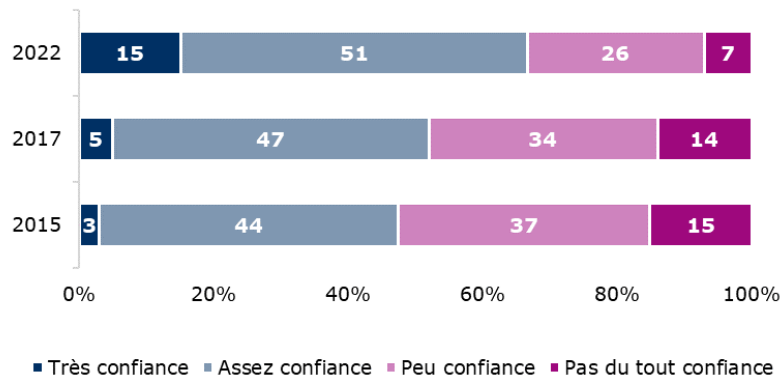
c) Une confiance en hausse dans les informations rencontrées sur internet

Remarque : Ces questions n'ont pas été posées aux personnes éloignées du numérique, c'est-à-dire celles qui n'ont pas accès à internet fixe à domicile. Elles sont ici exclues de l'analyse y compris des années précédentes.

La confiance vis-à-vis d'internet comme source d'information s'est renforcée au cours des dernières années. **66%** des personnes interrogées déclarent avoir confiance dans les **notes et avis laissés sur internet** (+ 14 points par rapport à 2017, Graphique 200), La transparence des algorithmes de recommandation⁸⁴ représente également un enjeu important dans l'accès à l'information. **57%** des personnes interrogées ont confiance dans la manière dont les **moteurs de recherche et plateformes en ligne** sélectionnent les informations présentées (Graphique 202). Une certaine réserve est davantage de mise quant aux **informations relayées sur les réseaux sociaux** puisque seule une minorité (41%) déclare avoir confiance dans ces informations, mais la crédibilité des réseaux sociaux en matière d'information est toutefois **en nette augmentation** (+ 15 points, Graphique 201).

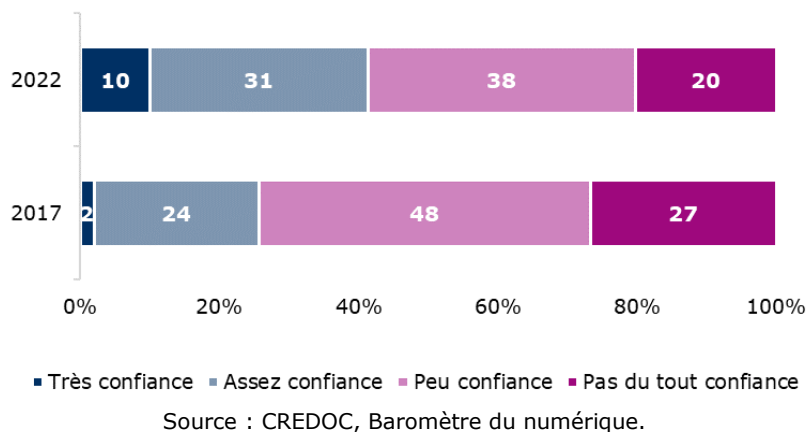
Graphique 200 - On trouve, sur internet, une grande quantité d'informations diffusées par des particuliers. Avez-vous confiance dans les notes, les évaluations ou les commentaires sur les hôtels, les restaurants, les produits qu'on peut prêter, acheter ou louer en ligne ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Graphique 201 - On trouve, sur internet, une grande quantité d'informations diffusées par des particuliers. Avez-vous confiance dans les informations relayées sur les réseaux sociaux ?

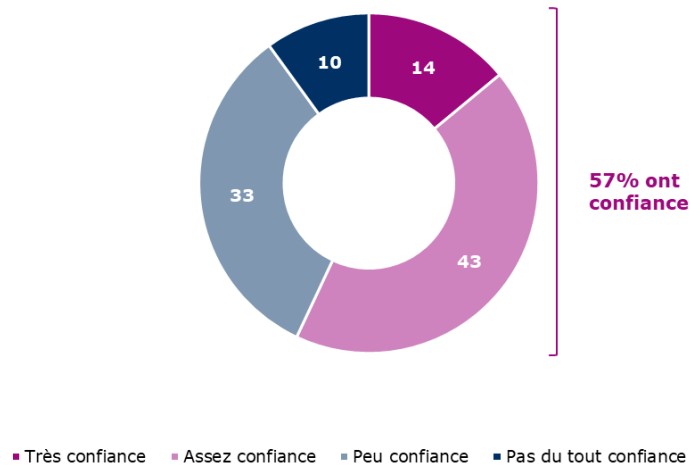
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



⁸⁴ Dominique Cardon, A quoi rêvent les algorithmes, La république des idées, Seuil, 2015

Graphique 202 - On trouve, sur internet, une grande quantité d'informations diffusées par des particuliers. Avez-vous confiance dans la façon dont les moteurs de recherche et les plateformes en ligne sélectionnent les informations qu'ils vous présentent ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

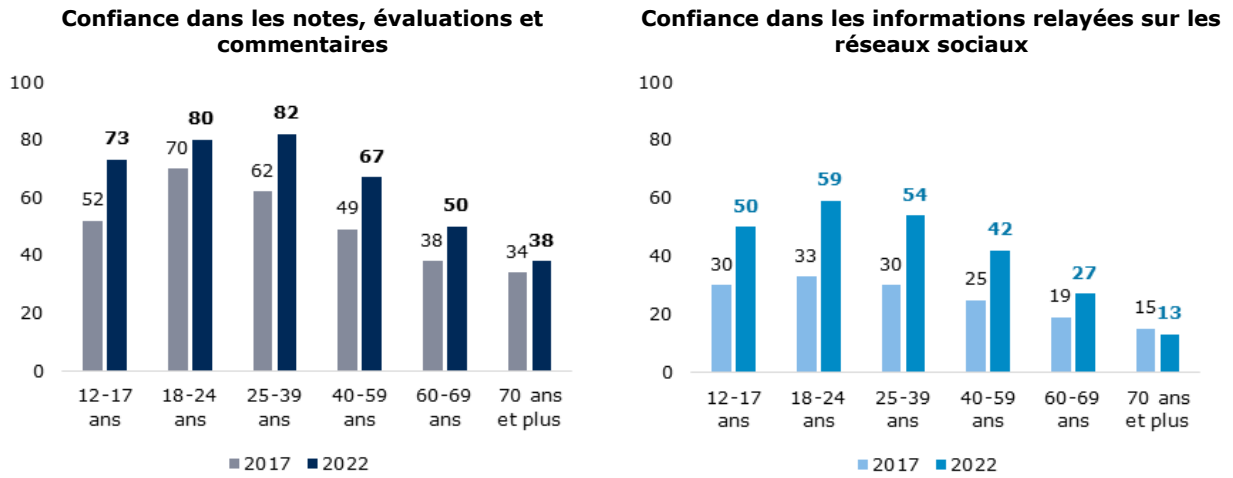
Quel que soit le type d'information considéré, le niveau de **méfiance croît avec l'âge**, les 60 ans et plus étant en particulier plus méfiants que la moyenne quant aux informations rencontrées en ligne (Tableau 64). **Les 12-17 ans font exception** à cette tendance, en montrant des taux de confiance un peu moins élevés que leurs aînés : 50% ont par exemple confiance dans les informations relayées sur les réseaux sociaux, contre 59% des 18-24 ans. Il est possible que les efforts de **sensibilisation** auprès des enfants et des adolescents sur les risques d'internet et les contenus potentiellement inexacts ou dangereux qu'on y trouve influent sur ce niveau de méfiance relativement plus élevé.

Plus méfiants que la moyenne, les personnes âgées de plus de 60 ans sont également celles dont les avis ont le moins évolué depuis 2017 (Graphique 203). La confiance des 60 ans et plus dans les **informations relayées sur les réseaux sociaux** augmente de 8 points par rapport à 2017 (27%), quand celle des **18-24 ans fait un bond** de 26 points, avec le plus haut niveau de confiance, **59% des jeunes déclarent accorder crédit aux informations diffusées sur les réseaux sociaux**. Chez les 70 ans et plus, le niveau de confiance dans les réseaux connaît même une légère baisse (13%, - 2 points).

La confiance dans les informations rencontrées en ligne a également fortement augmenté chez les **non-diplômés** (56% ont désormais confiance dans les avis laissés sur internet, + 20 points, et 39% dans les informations relayées sur les réseaux sociaux, + 21 points), contribuant à réduire les écarts avec les plus diplômés qui demeurent les plus confiants (Graphique 204).

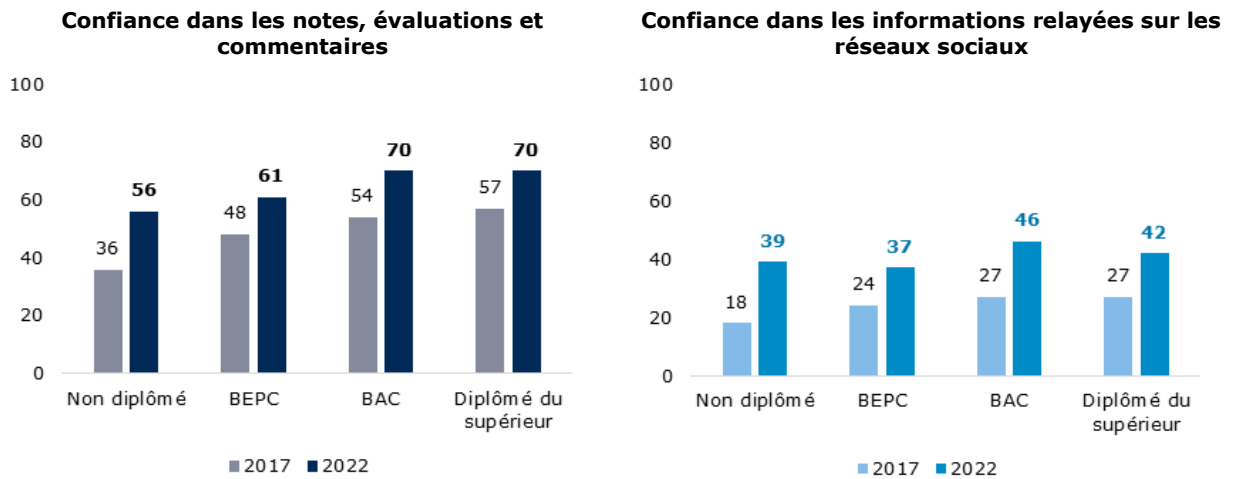
L'impact des **algorithmes** sur la hiérarchisation des informations présentées culmine chez les 25-39 ans (70%) et les 18-24 ans (65%). Tandis que les cadres (58%) et hauts revenus (54%) sont un peu plus réservés.

Graphique 203 – Confiance dans les informations rencontrées sur internet en fonction de l'âge
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Graphique 204 – Confiance dans les informations rencontrées sur internet en fonction du diplôme
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 64 - Confiance dans différents types d'informations rencontrés sur internet selon les principaux descripteurs socio-démographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

		Dans les notes et commentaires laissés par les internautes	Dans les informations relayées sur les réseaux sociaux	Dans la manière dont les moteurs et plateformes sélectionnent les informations présentées
Sexe	Homme	65%	43%	57%
	Femme	68%	40%	57%
Âge	12-17 ans	73%	50%	62%
	18-24 ans	80%	59%	65%
	25-39 ans	82%	54%	70%
	40-59 ans	67%	42%	58%
	60-69 ans	50%	27%	46%
	70 ans et plus	38%	13%	33%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	58%	36%	49%
	Deux personnes	58%	31%	51%
	Trois personnes	74%	48%	63%
	Quatre personnes	77%	53%	63%
	Cinq personnes et plus	74%	52%	66%
Diplôme	Non diplômé	56%	39%	53%
	BEPC	61%	37%	57%
	BAC	70%	46%	59%
	Diplômé du supérieur	70%	42%	56%
	12-17 ans	73%	50%	62%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	78%	57%	68%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	74%	47%	58%
	Profession Intermédiaire	74%	45%	61%
	Employé	74%	48%	64%
	Ouvrier	71%	48%	63%
	Personne au foyer	65%	43%	62%
	Retraité	43%	18%	38%
	Autre inactif	70%	47%	61%
Niveau de vie	Bas revenus	67%	48%	59%
	Classes moyennes inférieures	66%	42%	59%
	Classes moyennes supérieures	67%	40%	56%
	Hauts revenus	66%	37%	54%
Taille d'agglomération	Communes rurales	64%	38%	57%
	2 000 à 20 000 hab.	67%	43%	58%
	20 000 à 100 000 hab.	61%	38%	54%
	Plus de 100 000 hab.	68%	40%	57%
	Agglomération parisienne	70%	48%	59%
Ensemble de la population		66%	41%	57%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

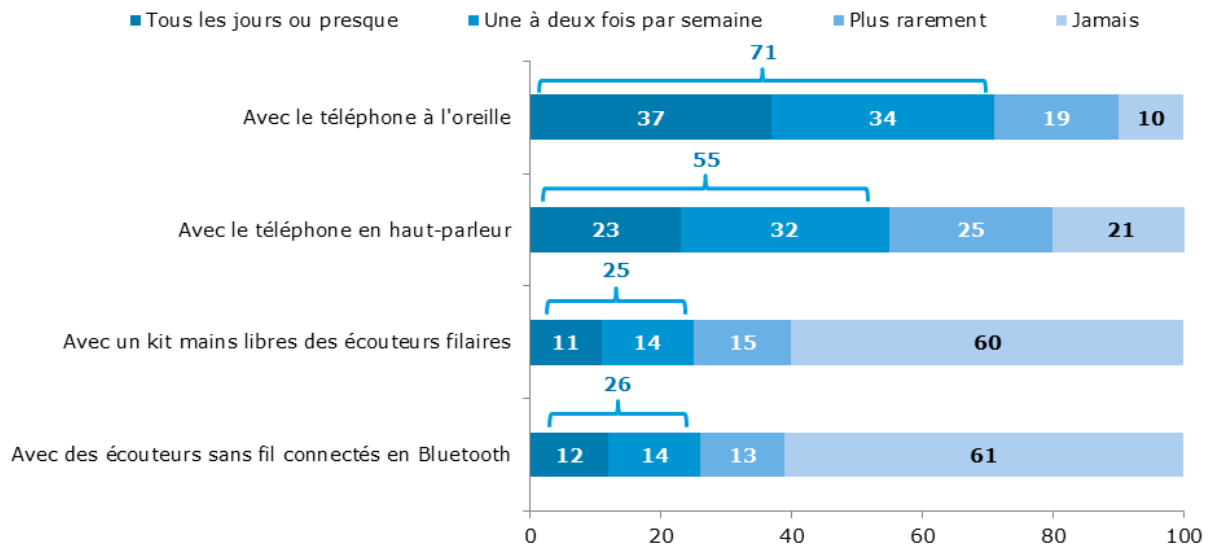
d) *Le téléphone mobile est en premier lieu utilisé à l'oreille*

Aujourd'hui, les appels téléphoniques se font majoritairement **avec le téléphone à l'oreille** : 37% des personnes interrogées téléphonent de cette manière tous les jours ou presque, et 34% une à deux fois par semaine (Graphique 205). Selon l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES)⁸⁵, les effets sanitaires liés aux ondes émises par les téléphones mobiles lorsqu'ils sont utilisés près du corps ne sont pas exclus au-delà de certains seuils. Dans une approche de précaution, les ministres de la Transition écologique et solidaire, des Solidarités et de la Santé et de l'Economie et des Finances ont décidé d'engager différentes actions⁸⁶ et recommandent des usages limitant l'exposition aux radiofréquences comme par exemple l'utilisation d'un kit main libre. Celle-ci est peu répandue : l'usage d'écouteurs, filaires ou sans fils au quotidien concerne seuls 11% des utilisateurs de *smartphone* et 14% évoquent des appels épisodiques (une à deux fois par semaine) avec un kit main libre, les écouteurs connectés en Bluetooth sont utilisés par 12% au quotidien et 14% une à deux fois par semaine.

L'utilisation du téléphone en haut-parleur, possiblement en voiture en liaison avec son interdiction au volant, est davantage passée dans les mœurs, puisque 23% effectuent tous les jours des appels au quotidien en haut-parleur et 32% une à deux fois par semaine.

Graphique 205 – Fréquence des modes d'utilisation du téléphone mobile

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant un téléphone mobile, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Les variations d'usages selon les groupes sociaux sont principalement liées à **l'âge** (Tableau 65). Quel que soit le mode d'utilisation, les appels sont moins fréquents chez les personnes âgées de 60 ans ou plus. **Les modes d'utilisation alternatifs à l'usage classique du téléphone à l'oreille sont davantage présents chez les jeunes générations**, et notamment chez les 18-24 ans : **69% téléphonent au moins une fois par semaine avec le téléphone en haut-parleur, 46% avec un kit main libre filaire, et 52% avec des écouteurs sans fil**. Alors qu'ils téléphonent plus que la moyenne au moins une fois par semaine avec le téléphone à l'oreille (73%), les 40-59 ans sont moins attirés par ses modes d'utilisation alternatifs.

⁸⁵ expositions aux téléphones mobiles portés près du corps <https://www.anses.fr/fr/content/expositions-aux-t%C3%A9l%C3%A9phones-mobiles-port%C3%A9s-pr%C3%A8s-du-corps>

⁸⁶ <https://solidarites-sante.gouv.fr/archives/archives-presse/archives-communiqu%C3%A9s-de-presse/article/le-gouvernement-agit-pour-limiter-l-exposition-aux-emissions-de-certains>

Tableau 65 – Mode d'utilisation du téléphone mobile au moins une fois par semaine selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant un téléphone mobile, en % -

		Avec le téléphone à l'oreille	Avec le téléphone en haut-parleur	Avec un kit mains libres filaire	Avec des écouteurs connectés en Bluetooth
Sexe	Homme	71%	54%	29%	30%
	Femme	70%	54%	22%	21%
Âge	12-17 ans	70%	67%	31%	45%
	18-24 ans	71%	69%	46%	52%
	25-39 ans	74%	64%	36%	39%
	40-59 ans	73%	51%	26%	21%
	60-69 ans	65%	43%	11%	7%
	70 ans et plus	67%	43%	6%	5%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	62%	45%	18%	17%
	Deux personnes	69%	50%	19%	17%
	Trois personnes	76%	59%	32%	31%
	Quatre personnes	75%	62%	31%	37%
	Cinq personnes et plus	75%	65%	37%	41%
Diplôme	Non diplômé	61%	46%	19%	20%
	BEPC	68%	50%	19%	16%
	BAC	71%	53%	25%	25%
	Diplômé du supérieur	76%	59%	32%	31%
	12-17 ans	70%	67%	31%	45%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	77%	69%	50%	50%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	77%	63%	43%	37%
	Profession Intermédiaire	74%	53%	29%	29%
	Employé	75%	59%	29%	25%
	Ouvrier	67%	51%	27%	28%
	Personne au foyer	65%	53%	12%	14%
	Retraité	67%	43%	8%	6%
	Autre inactif	68%	62%	28%	38%
Niveau de vie	Bas revenus	67%	59%	31%	30%
	Classes moyennes inférieures	71%	53%	24%	23%
	Classes moyennes supérieures	71%	53%	24%	25%
	Hauts revenus	77%	53%	24%	25%
Taille d'agglomération	Communes rurales	65%	52%	18%	18%
	2 000 à 20 000 hab.	68%	50%	21%	21%
	20 000 à 100 000 hab.	73%	53%	21%	22%
	Plus de 100 000 hab.	74%	55%	26%	28%
	Agglomération parisienne	75%	63%	38%	37%
Ensemble de la population	71%	54%	25%	25%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

5. Numérique et développement durable : sobriété, obsolescence et recyclage

a) 90% des possesseurs de téléviseurs ont opté pour un produit neuf

Les enjeux du **changement climatique**⁸⁷ appellent une limitation de l'exploitation des ressources. Impératif de long terme, renforcé dans la période actuelle par les tensions sur le marché de l'énergie liées à la guerre en Ukraine, comme en témoignent les appels à la sobriété du chef de l'Etat⁸⁸, et du gestionnaire du Réseau de Transport d'Electricité français⁸⁹.

L'impact du numérique sur la mobilisation de ressources est multiple : selon l'Ademe et l'Arcep⁹⁰, les services numériques sont responsables de **10% de la consommation électrique française, et de 2,5% de l'empreinte carbone de la France**. Les premiers responsables des impacts du numérique sont les **terminaux des utilisateurs**, c'est-à-dire les appareils électroniques (entre 64% et 92% des impacts du numérique selon l'indicateur environnemental considéré) avec en premier lieu les **écrans de télévision**. La phase de **fabrication** des terminaux représente une large majorité de l'impact environnemental, bien davantage que sa distribution, son utilisation, ou la gestion de sa fin de vie. « La fabrication, l'utilisation et la fin de vie d'un objet ont un impact lourd sur l'environnement. Plus on consomme d'équipement, plus on consomme de matières premières. A cela s'ajoute un impact fort sur le changement climatique : un téléviseur représente près de 300 kilos de CO2. Doubler la diagonale de l'écran double son poids carbone. Cela pèse aussi sur la biodiversité. » (ADEME, INC⁹¹). Parmi les leviers pour limiter la production et la consommation de matière, l'Ademe met en avant la règle des 5 R : refuser d'acheter toujours plus, réparer ses appareils, réemployer en donnant ou en vendant, recycler les appareils les plus polluants, réutiliser en favorisant la vente ou le don.

Le baromètre du numérique établit qu'en 2022, 90% des personnes ayant un poste de télévision l'ont acheté **neuf**, et dans 45% des cas, le poste a été acquis il y a moins de quatre ans.

L'analyse de l'ancienneté des postes de télévision doit être assortie de précaution, puisque mécaniquement, l'âge et le cycle de vie ont une influence directe sur les réponses : les plus jeunes ont des postes plus récents sans qu'il s'agisse pour autant d'un signe de renouvellement effréné.

⁸⁷ Voir les différents rapports du GIEC, Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat

⁸⁸ Déclaration de M. Emmanuel Macron, président de la République, sur la situation énergétique et économique de la France et de l'Union européenne, à Paris le 5 septembre 2022, <https://www.vie-publique.fr/discours/286225-emmanuel-macron-05092022-energie>

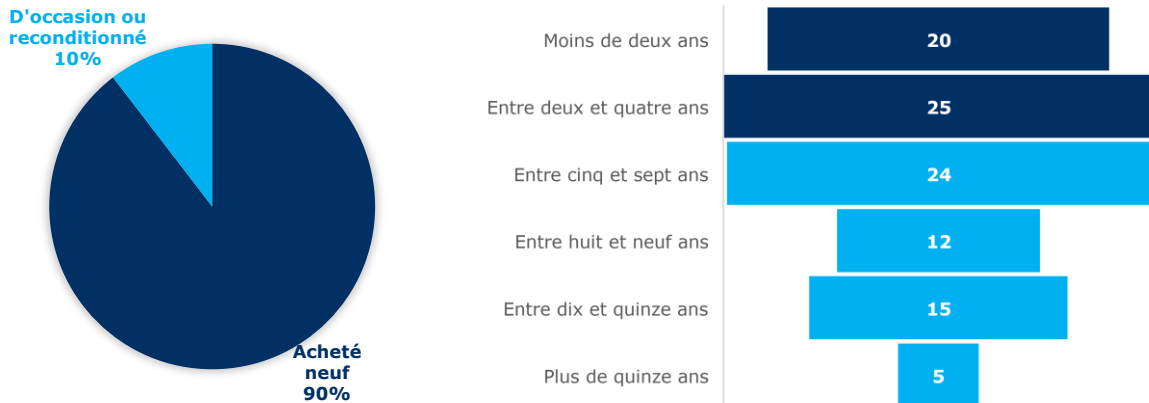
⁸⁹ RTE, Hiver 2022-2023 : risque de tension accru sur le système électrique mais maîtrisable avec une forte baisse de consommation, 14.09.2022

⁹⁰ Etude Ademe / Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique, [Environnement | Arcep](#)

⁹¹ <https://www.inc-conso.fr/content/comment-agir-contre-l-obsolescence-culturelle-avec-lademe>

Graphique 206 - Votre poste de télévision a-t-il été acquis ? et Depuis combien de temps détenez-vous ce poste de télévision

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant au moins un poste de télévision, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Le rapport des **jeunes** aux enjeux climatiques a fait couler beaucoup d'encre et n'est pas univoque, ni homogène au sein de la jeunesse⁹². En un mot, on pourra le résumer à grands traits par de fortes préoccupations autour des enjeux du dérèglement à venir, et un engagement citoyen sur ce plan. Leurs préoccupations se traduisent concrètement au quotidien par le recours à une mobilité douce et moins ancrée dans l'auto-solisme : ils recourent en effet plus volontiers à l'auto-partage, au co-voiturage, ou à l'usage du vélo ou de la marche. En revanche, sur le plan de la consommation, ou de la gestion des déchets par exemple, les jeunes ne sont pas toujours aux avant-postes de la sobriété. Mais force est de constater que cette classe d'âge **a davantage recours à l'achat de téléviseurs reconditionnés ou d'occasion**. À âge égal, la pratique est également plus répandue chez les **catégories modestes** qui sont, pour beaucoup, dans des contraintes sur leurs dépenses⁹³.

⁹² Solen BERHUET, Lucie BRICE MANSENCAL, Sandra HOIBIAN, Charlotte MILLOT, Jörg MÜLLER, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2021 – CREDOC, avril 2022, <https://www.credoc.fr/publications/barometre-djepva-sur-la-jeunesse-2021-credoc>

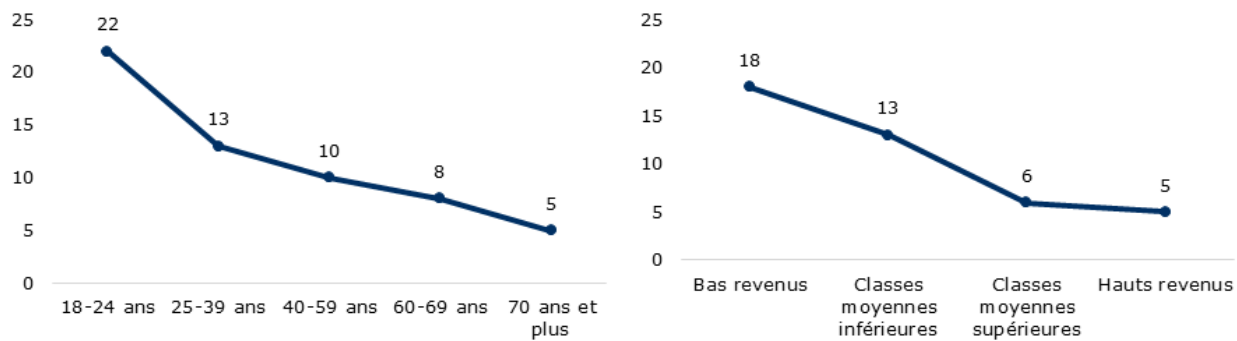
Charlotte MILLOT et Marianne BLÉHAUT, Pour agir pour l'environnement et protéger la nature, les jeunes privilégient l'action collective aux gestes individuels, in Ministère de la Transition écologique, Théma Analyse, Société, nature et biodiversité, Regards croisés sur les relations entre les Français et la nature, décembre 2021, https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-12/thema_analyse_10_societe_nature_biodiversite_decembre2021.pdf

Alina Koschmieder, Lucie Brice-Mansencal, Sandra Hoibian, Environnement : les jeunes ont de fortes inquiétudes mais leurs comportements restent consommateurs, Consommation et modes de vie N° 308, décembre 2019 <https://www.credoc.fr/publications/environnement-les-jeunes-ont-de-fortes-inquietudes-mais-leurs-comportements-restent-consumeristes>

⁹³Sandra Hoibian, Crise énergétique: une sobriété surtout contrainte, difficilement pérenne, Cahier de recherche de la Caisse des Dépôts - Institut pour la recherche, octobre 2022 <https://www.credoc.fr/publications/crise-energetique-une-sobriete-surtout-contrainte-difficilement-perenne>

Graphique 207 – Achat de poste de télévision principal reconditionné ou d’occasion selon l’âge et le niveau de vie

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant au moins un poste de télévision, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 66 – État du poste de télévision principal au moment de l’acquisition selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant au moins un poste de télévision -

		Neuf	D’occasion ou reconditionné	Total
Sexe	Homme	90%	10%	100%
	Femme	88%	11%	100%
Âge	12-17 ans	88%	12%	100%
	18-24 ans	78%	22%	100%
	25-39 ans	87%	13%	100%
	40-59 ans	90%	10%	100%
	60-69 ans	92%	8%	100%
	70 ans et plus	94%	5%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	88%	11%	100%
	Deux personnes	90%	10%	100%
	Trois personnes	88%	12%	100%
	Quatre personnes	92%	8%	100%
	Cinq personnes et plus	86%	14%	100%
Diplôme	Non diplômé	87%	11%	100%
	BEPC	89%	11%	100%
	BAC	89%	11%	100%
	Diplômé du supérieur	91%	9%	100%
	12-17 ans	88%	12%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	89%	11%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	90%	10%	100%
	Profession Intermédiaire	89%	11%	100%
	Employé	88%	12%	100%
	Ouvrier	86%	14%	100%
	Personne au foyer	85%	13%	100%
	Retraité	94%	5%	100%
	Autre inactif	84%	16%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	82%	18%	100%
	Classes moyennes inférieures	87%	13%	100%
	Classes moyennes supérieures	94%	6%	100%
	Hauts revenus	94%	5%	100%
Taille d’agglomération	Communes rurales	89%	10%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	90%	10%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	87%	13%	100%
	Plus de 100 000 hab.	89%	11%	100%
	Agglomération parisienne	91%	9%	100%
Ensemble de la population		89%	10%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 67 – Ancienneté de possession du poste de télévision principal selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant au moins un poste de télévision -

		Moins deux ans	Entre deux et quatre ans	Entre cinq et sept ans	Plus de sept ans	Total
Sexe	Homme	22%	26%	24%	28%	100%
	Femme	18%	24%	24%	34%	100%
Âge	12-17 ans	22%	29%	23%	27%	100%
	18-24 ans	33%	27%	24%	16%	100%
	25-39 ans	28%	27%	22%	22%	100%
	40-59 ans	18%	26%	24%	32%	100%
	60-69 ans	15%	20%	28%	36%	100%
	70 ans et plus	10%	20%	25%	44%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	17%	21%	22%	38%	100%
	Deux personnes	18%	23%	25%	34%	100%
	Trois personnes	21%	26%	26%	27%	100%
	Quatre personnes	23%	27%	23%	27%	100%
	Cinq personnes et plus	22%	30%	24%	24%	100%
Diplôme	Non diplômé	14%	21%	22%	39%	100%
	BEPC	19%	25%	23%	33%	100%
	BAC	21%	26%	24%	29%	100%
	Diplômé du supérieur	20%	24%	27%	29%	100%
	12-17 ans	22%	29%	23%	27%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	39%	22%	19%	19%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	22%	26%	27%	25%	100%
	Profession Intermédiaire	22%	26%	24%	28%	100%
	Employé	19%	25%	26%	30%	100%
	Ouvrier	23%	29%	19%	28%	100%
	Personne au foyer	18%	26%	26%	29%	100%
	Retraité	11%	21%	26%	41%	100%
	Autre inactif	24%	26%	23%	27%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	23%	25%	23%	29%	100%
	Classes moyennes inférieures	21%	25%	22%	32%	100%
	Classes moyennes supérieures	18%	23%	27%	32%	100%
	Hauts revenus	19%	27%	26%	28%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	19%	23%	22%	35%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	18%	24%	24%	33%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	18%	27%	25%	30%	100%
	Plus de 100 000 hab.	23%	25%	26%	27%	100%
	Agglomération parisienne	18%	25%	24%	32%	100%
Ensemble de la population		20%	25%	24%	31%	100%

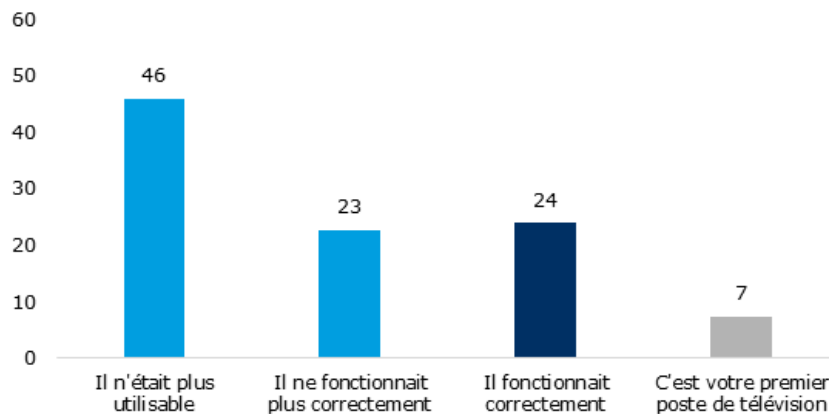
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Dans près de sept cas sur dix, **le réachat a été contraint**, soit que le poste n'était plus du tout utilisable (46%), soit qu'il ne fonctionnait plus correctement (23%).

En revanche, on peut clairement mesurer que dans un quart des cas (24% exactement) le ré-achat s'inscrivait dans ce que l'on peut dénommer **l'obsolescence culturelle** ou obsolescence marketing qui amène à « accélérer notre consommation de produits neufs et à renouveler des équipements pour répondre à des besoins de changement, à des phénomènes de mode ou d'accélération de l'innovation »⁹⁴, ou pour le dire autrement où l'offre crée et suscite la demande. A l'opposé du paradigme de la sobriété⁹⁵ qui pense l'organisation de l'économie d'une société autour des « besoins » des ménages (se déplacer, se divertir, etc.).

Graphique 208 - La dernière fois que vous avez renouvelé votre téléviseur, l'ancien téléviseur

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant au moins un poste de télévision, en %



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

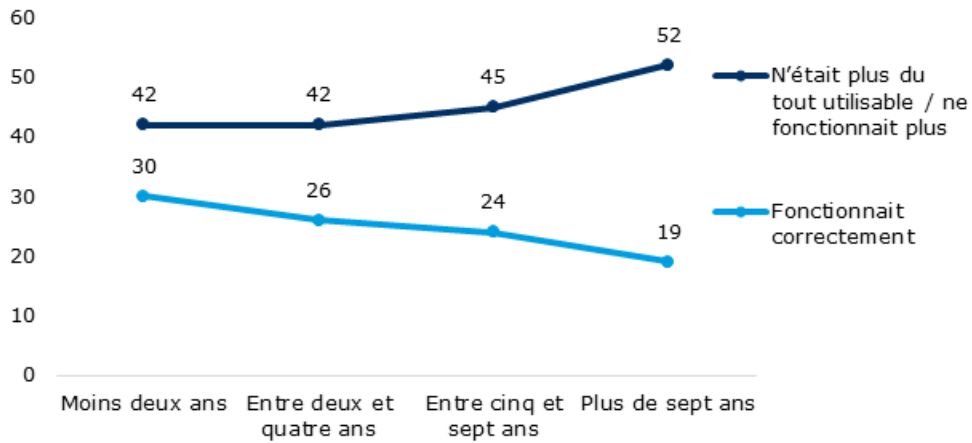
La question de l'obsolescence culturelle est d'autant plus prégnante **qu'elle semble s'accélérer**. Seuls 19% des postes de télévision principaux achetés il y a plus de sept ans avaient été renouvelés alors que l'ancien fonctionnait parfaitement. La proportion est de 30% pour les postes plus récents. L'effet des techniques de vente est également patent dans les **motivations** avancées par ces acheteurs. Le **renouvellement de l'offre** crée chez certains l'envie d'acheter. 35% indiquent avoir acheté un poste alors que le précédent fonctionnait pour bénéficier des téléviseurs dernier cri (télévision connectée, meilleure qualité d'image écran plus grand). 31% expliquent avoir été incités par une offre **promotionnelle**.

Si une partie de la **jeunesse** (22%) fait le choix de téléviseurs reconditionnés ou d'occasion, une autre (28%) indique avoir acquis un nouveau téléviseur alors que l'ancien fonctionnait bien.

⁹⁴ Ademe, op.cit.

⁹⁵ Panorama sur la notion de sobriété, Définitions, mises en œuvre, enjeux <https://librairie.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/489-panorama-sur-la-notion-de-sobriete.html>

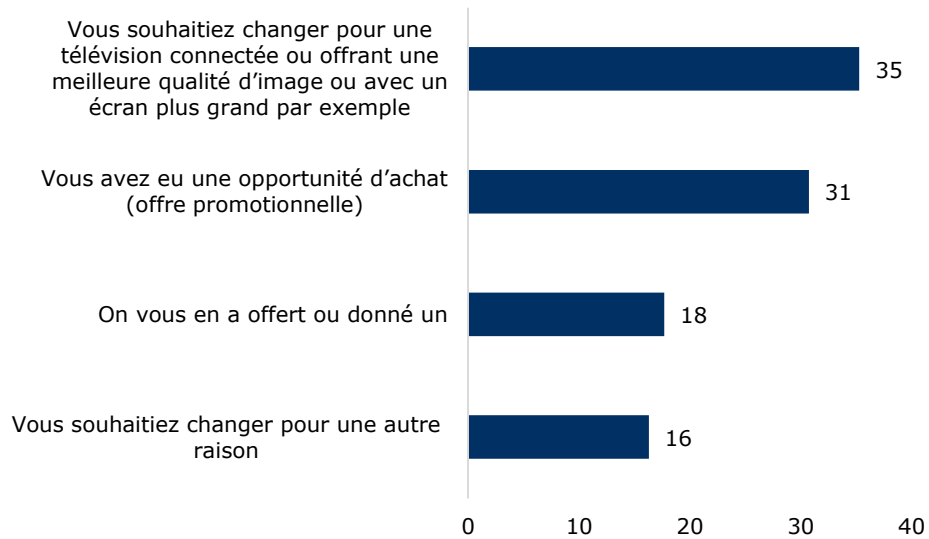
Graphique 209 – Etat de l’ancien poste de télévision selon l’ancienneté du poste actuel
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant au moins un poste de télévision, en %



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Graphique 210 - La dernière fois que vous avez renouvelé votre téléviseur, vous l’avez fait parce que

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant changé leur poste de télévision alors qu’il fonctionnait encore, en %



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 68 – Situation de l'ancien téléviseur au moment du renouvellement selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus possédant au moins un poste de télévision -

		N'était plus du tout utilisable, ne fonctionnait plus	Ne fonctionnait plus correctement (écran rayé, écran cassé, etc.)	Fonctionnait correctement	C'est mon premier poste de télévision	Total
Sexe	Homme	42%	24%	26%	7%	100%
	Femme	49%	21%	22%	8%	100%
Âge	12-17 ans	36%	24%	35%	5%	100%
	18-24 ans	28%	34%	22%	17%	100%
	25-39 ans	33%	27%	24%	16%	100%
	40-59 ans	49%	23%	22%	6%	100%
	60-69 ans	60%	15%	25%	1%	100%
	70 ans et plus	55%	19%	22%	4%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	47%	20%	22%	11%	100%
	Deux personnes	50%	21%	23%	6%	100%
	Trois personnes	43%	24%	25%	9%	100%
	Quatre personnes	43%	27%	24%	6%	100%
	Cinq personnes et plus	40%	27%	28%	5%	100%
Diplôme	Non diplômé	54%	16%	22%	8%	100%
	BEPC	52%	20%	23%	5%	100%
	BAC	44%	29%	21%	7%	100%
	Diplômé du supérieur	40%	24%	25%	11%	100%
	12-17 ans	36%	24%	35%	5%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	40%	28%	25%	7%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	40%	26%	26%	9%	100%
	Profession Intermédiaire	40%	25%	24%	10%	100%
	Employé	46%	25%	18%	11%	100%
	Ouvrier	44%	24%	26%	6%	100%
	Personne au foyer	49%	25%	20%	6%	100%
	Retraité	57%	17%	23%	3%	100%
	Autre inactif	38%	23%	29%	9%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	47%	24%	20%	9%	100%
	Classes moyennes inférieures	47%	23%	22%	8%	100%
	Classes moyennes supérieures	46%	23%	24%	7%	100%
	Hauts revenus	42%	22%	31%	5%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	52%	20%	23%	6%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	46%	22%	26%	5%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	48%	23%	22%	7%	100%
	Plus de 100 000 hab.	43%	24%	24%	9%	100%
	Agglomération parisienne	41%	26%	25%	9%	100%
Ensemble de la population		46%	23%	24%	7%	100%

Tableau 69 – Raison du renouvellement du poste de télévision principal selon les principaux descripteurs sociodémographiques

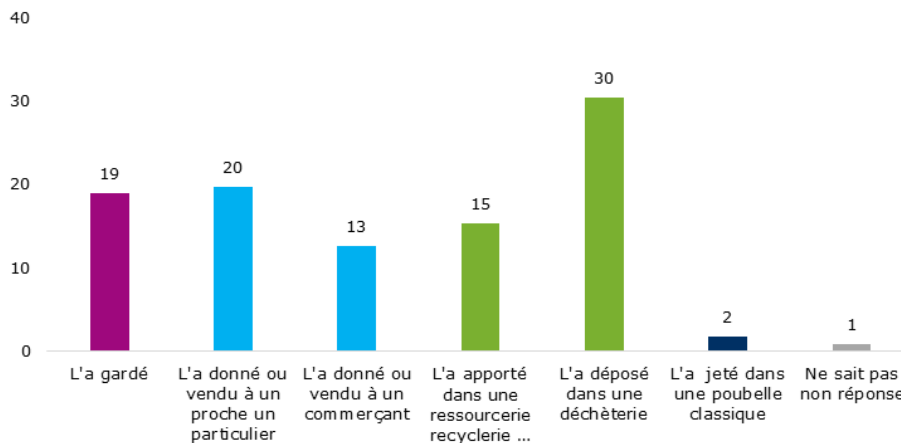
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant changé leur poste de télévision alors qu'il fonctionnait encore -

		Vous avez eu une opportunité d'achat (offre promotionnelle)	On vous en a offert ou donné un	Vous souhaitez changer pour une télévision connectée (Smart TV) ou offrant une meilleure qualité d'image (UHD 4K ou 8k)	Vous souhaitez changer pour une autre raison	Total
Sexe	Homme	31%	17%	38%	14%	100%
	Femme	30%	18%	32%	19%	100%
Âge	12-17 ans	34%	14%	36%	16%	100%
	18-24 ans	34%	27%	30%	9%	100%
	25-39 ans	33%	19%	37%	11%	100%
	40-59 ans	33%	17%	34%	16%	100%
	60-69 ans	34%	10%	37%	19%	100%
	70 ans et plus	17%	20%	37%	26%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	24%	23%	32%	22%	100%
	Deux personnes	29%	16%	37%	17%	100%
	Trois personnes	32%	20%	37%	12%	100%
	Quatre personnes	33%	17%	34%	16%	100%
	Cinq personnes et plus	40%	13%	32%	14%	100%
Diplôme	Non diplômé	25%	20%	37%	18%	100%
	BEPC	29%	20%	34%	17%	100%
	BAC	33%	17%	31%	19%	100%
	Diplômé du supérieur	32%	17%	38%	14%	100%
	12-17 ans	34%	14%	36%	16%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	37%	16%	37%	10%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	29%	19%	39%	13%	100%
	Profession Intermédiaire	35%	16%	32%	18%	100%
	Employé	37%	19%	31%	13%	100%
	Ouvrier	34%	18%	36%	12%	100%
	Personne au foyer	32%	26%	27%	16%	100%
	Retraité	22%	18%	36%	24%	100%
	Autre inactif	31%	16%	38%	14%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	32%	22%	27%	19%	100%
	Classes moyennes inférieures	31%	20%	33%	16%	100%
	Classes moyennes supérieures	33%	17%	38%	12%	100%
	Hauts revenus	30%	11%	42%	17%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	30%	17%	33%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	29%	19%	35%	16%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	35%	14%	34%	16%	100%
	Plus de 100 000 hab.	31%	18%	37%	13%	100%
	Agglomération parisienne	29%	19%	35%	17%	100%
Ensemble de la population		31%	18%	35%	16%	100%

L'impact de la consommation sur la planète doit être pensé **du « berceau à la tombe »**⁹⁶ (autrement appelé approche du cycle de vie) c'est-à-dire en prenant en compte toute la vie du produit de sa fabrication, jusqu'à la déchèterie, en passant par son usage. En particulier, sa « deuxième vie » après utilisation a également un impact différencié sur la planète selon les choix qui sont opérés par les ménages. 30% des ménages ayant changé de poste de téléviseur indiquent qu'ils l'ont déposé dans une déchetterie, ce qui peut permettre une valorisation de ces déchets, 15% qu'ils l'ont apporté dans une ressourcerie ou recyclerie, où le téléviseur sera possiblement réparé et remis en circuit d'utilisation. Un tiers l'a remis en circulation directement : 20% l'ont donné ou vendu à un proche, et 13% l'ont vendu ou donné à un commerçant.

Graphique 211 - Qu'avez-vous fait de votre précédent téléviseur ?

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant changé leur poste de télévision, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

19% des ménages ont gardé l'ancien poste. Ce dernier cas de figure est plus courant (40% des cas) lorsque ce poste fonctionnait correctement, venant alors **multiplier les équipements** dans les ménages. Ce phénomène pose, sur le plan écologique, la question de l'individualisation d'équipements auparavant collectifs.

Le temps disponible, et le recours à la voiture comme mode de déplacement principal (vs transports en commun, etc.), participent probablement du recours plus fréquent à la déchèterie par les 40-70 ans et moins fréquent par les résidents de l'agglomération parisienne. Dans la même veine, la vente ou le dépôt en recyclerie de l'ancienne télévision sont plus fréquents chez les retraités.

La correspondance entre l'état de marche de l'ancien appareil et l'action de son possesseur n'est, en outre, pas mécanique.

Certaines marges de progrès dans la gestion des ressources peuvent être soulignées :

- 21% des postes qui ne fonctionnaient plus correctement ont été gardés par les ménages « au cas où ». Cette attitude de garder des anciens équipements en panne ou autres objets a pour ressort des raisons variées (instrumentale, sociale, économique et sentimentale)⁹⁷.
- 26% des postes qui « ne fonctionnaient plus correctement » ont été apportés à la déchetterie. Soit bien davantage que les postes apportés dans des structures pouvant réaliser de la réparation ou ré-utilisant les ressources à d'autres fins (recycleries,

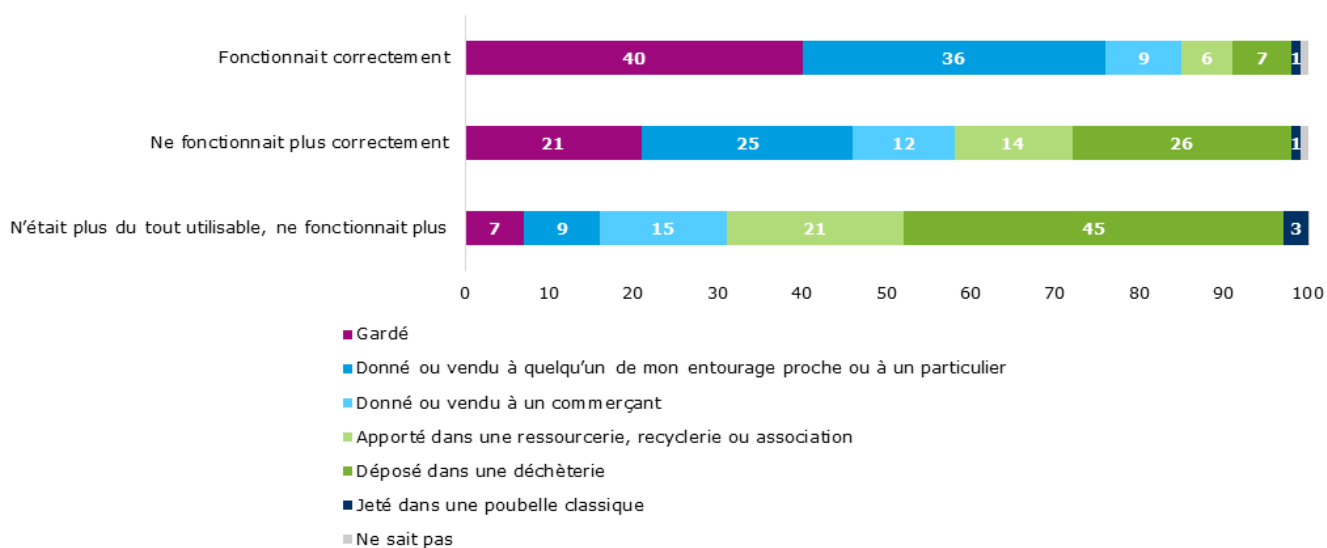
⁹⁶ Jolliet, O., Saadé, M., & Crettaz, P. (2010). Analyse du cycle de vie : comprendre et réaliser un écobilan (Vol. 23). PPUR Presses polytechniques.

⁹⁷ Guillard, Valérie, and Christian Pinson. "Comprendre et identifier les consommateurs qui ont tendance à «tout» garder." Recherche et Applications en Marketing (French Edition) 27.3 (2012): 57-79.

ressourceries, associations) L'économie de la réparation est en effet aujourd'hui très peu répandue.

A l'inverse, certains ménages cherchent à favoriser la circulation des objets, puisque 45% des postes qui étaient considérés comme inutilisables, ou plus du tout en état de marché ont été donné, vendu, ou déposé en recyclerie, avec possiblement l'idée que ces différents repreneurs pourraient les réparer ou les valoriser d'une autre façon (récupération de composants électroniques par exemple).

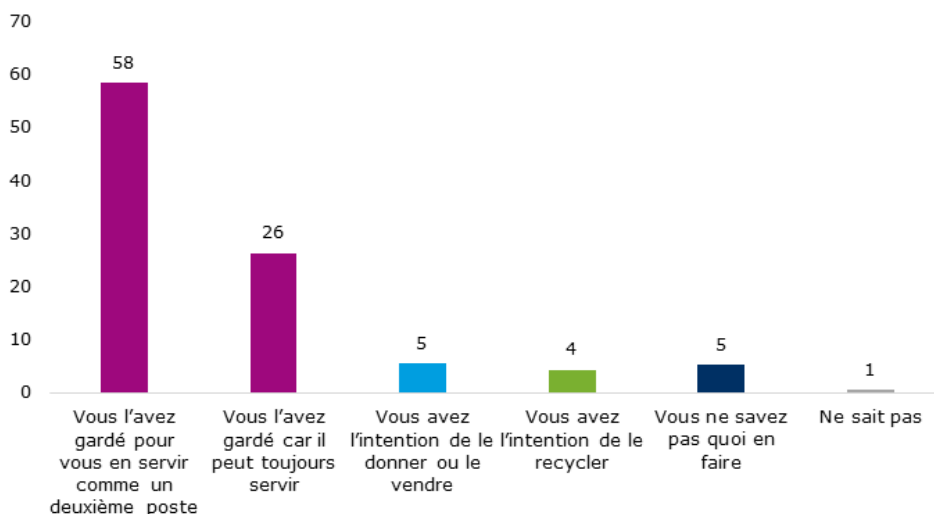
Graphique 212 – Ce qui a été fait de l'ancien poste de télévision en fonction de son état
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant changé leur poste de télévision, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Graphique 213 - Pourquoi avez-vous gardé votre précédent poste de télévision ?

Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant conservé leur ancien poste de télévision, en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 70 – Ce qui a été fait du précédent téléviseur selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant changé leur poste de télévision -

		Je l'ai gardé	Je l'ai donné ou vendu à quelqu'un de mon entourage proche ou à un particulier	Je l'ai donné ou vendu à un commerçant	Je l'ai apporté dans une ressourcerie, recyclerie ou association	Je l'ai déposé dans une déchèterie	Je l'ai jeté dans une poubelle classique	[Nsp]	Total
Sexe	Homme	20%	20%	12%	16%	29%	2%	0%	100%
	Femme	18%	19%	13%	15%	32%	2%	1%	100%
Âge	12-17 ans	30%	17%	10%	12%	28%	3%	0%	100%
	18-24 ans	23%	26%	14%	16%	19%	2%	0%	100%
	25-39 ans	25%	29%	9%	12%	24%	2%	0%	100%
	40-59 ans	18%	18%	10%	15%	38%	2%	0%	100%
	60-69 ans	16%	19%	11%	18%	34%	1%	0%	100%
	70 ans et plus	11%	14%	24%	19%	26%	1%	4%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	15%	19%	16%	13%	32%	2%	3%	100%
	Deux personnes	16%	19%	15%	18%	30%	1%	1%	100%
	Trois personnes	23%	20%	10%	15%	29%	3%	0%	100%
	Quatre personnes	21%	24%	9%	15%	30%	2%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	28%	16%	10%	11%	33%	2%	0%	100%
Diplôme	Non diplômé	15%	20%	21%	12%	24%	4%	5%	100%
	BEPC	17%	18%	13%	17%	33%	1%	1%	100%
	BAC	17%	19%	11%	17%	33%	2%	0%	100%
	Diplômé du supérieur	20%	23%	11%	16%	29%	1%	0%	100%
	12-17 ans	30%	17%	10%	12%	28%	3%	0%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	24%	27%	9%	15%	23%	2%	1%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	19%	26%	10%	13%	31%	1%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	19%	27%	9%	13%	31%	1%	0%	100%
	Employé	20%	19%	11%	13%	35%	3%	0%	100%
	Ouvrier	22%	20%	8%	16%	31%	2%	0%	100%
	Personne au foyer	21%	17%	10%	11%	40%	1%	1%	100%
	Retraité	12%	15%	20%	20%	29%	1%	3%	100%
	Autre inactif	27%	18%	11%	14%	28%	2%	0%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	21%	20%	12%	14%	29%	3%	1%	100%
	Classes moyennes inférieures	17%	20%	12%	16%	32%	2%	1%	100%
	Classes moyennes supérieures	18%	20%	12%	17%	31%	1%	0%	100%
	Hauts revenus	22%	20%	12%	15%	30%	1%	0%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	20%	15%	15%	14%	33%	1%	2%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	22%	17%	12%	15%	32%	1%	2%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	16%	20%	11%	19%	34%	1%	0%	100%
	Plus de 100 000 hab.	19%	22%	12%	16%	29%	2%	0%	100%
	Agglomération parisienne	17%	26%	14%	13%	25%	5%	0%	100%
Ensemble de la population	19%	20%	13%	15%	30%	2%	1%	100%	

Tableau 71 – Raison pour laquelle l’ancien téléviseur a été conservé selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant conservé leur ancien poste de télévision -

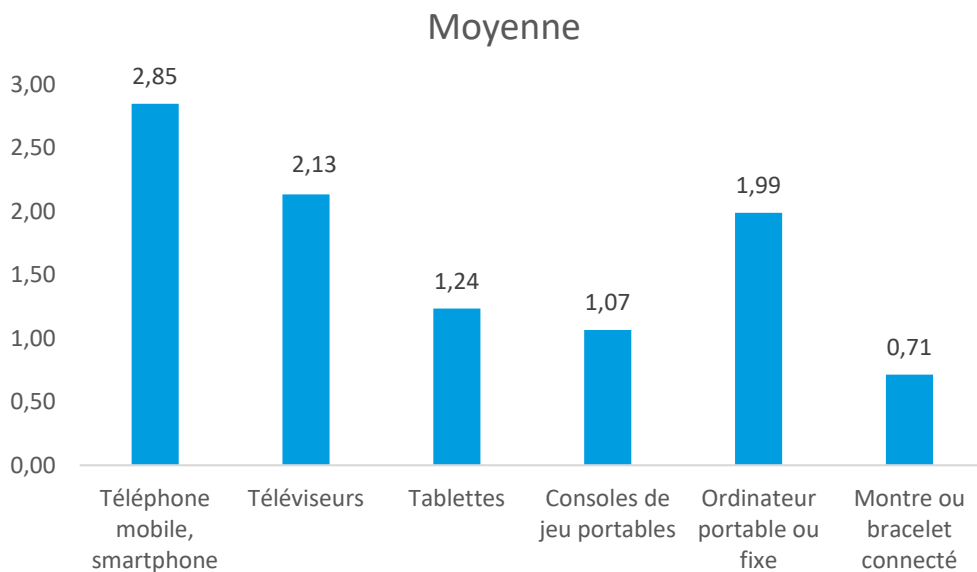
		Vous l’avez gardé pour vous en servir comme un deuxième poste	Vous l’avez gardé car il peut toujours servir	Vous avez l’intention de le donner ou le vendre	Vous avez l’intention de le recycler	Vous ne savez pas quoi en faire	[Nsp]	Total
Sexe	Homme	58%	27%	6%	4%	5%	1%	100%
	Femme	58%	26%	5%	5%	6%	1%	100%
Âge	12-17 ans	68%	20%	12%	0%	0%	0%	100%
	18-24 ans	46%	36%	7%	7%	4%	0%	100%
	25-39 ans	55%	27%	5%	6%	6%	0%	100%
	40-59 ans	59%	29%	5%	3%	4%	0%	100%
	60-69 ans	67%	23%	2%	4%	4%	0%	100%
	70 ans et plus	50%	20%	2%	7%	17%	5%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	43%	34%	6%	8%	7%	3%	100%
	Deux personnes	61%	24%	4%	4%	7%	0%	100%
	Trois personnes	61%	27%	4%	4%	3%	0%	100%
	Quatre personnes	54%	32%	7%	3%	4%	0%	100%
	Cinq personnes et plus	69%	15%	8%	3%	4%	0%	100%
Diplôme	Non diplômé	48%	27%	4%	3%	14%	3%	100%
	BEPC	65%	23%	2%	4%	5%	0%	100%
	BAC	50%	34%	6%	6%	5%	0%	100%
	Diplômé du supérieur	54%	28%	6%	5%	6%	1%	100%
	12-17 ans	68%	20%	12%	0%	0%	0%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	60%	30%	5%	0%	6%	0%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	55%	23%	8%	8%	5%	0%	100%
	Profession Intermédiaire	57%	35%	4%	3%	2%	0%	100%
	Employé	52%	32%	8%	5%	3%	1%	100%
	Ouvrier	64%	26%	2%	3%	4%	0%	100%
	Personne au foyer	54%	32%	8%	6%	0%	0%	100%
	Retraité	55%	21%	3%	6%	12%	3%	100%
	Autre inactif	64%	21%	8%	2%	4%	0%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	55%	28%	7%	4%	6%	0%	100%
	Classes moyennes inférieures	51%	34%	6%	5%	3%	1%	100%
	Classes moyennes supérieures	61%	23%	6%	6%	3%	0%	100%
	Hauts revenus	67%	21%	3%	2%	7%	0%	100%
Taille d’agglomération	Communes rurales	61%	23%	4%	3%	6%	2%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	56%	23%	8%	5%	8%	0%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	62%	27%	5%	2%	4%	0%	100%
	Plus de 100 000 hab.	58%	27%	5%	5%	5%	0%	100%
	Agglomération parisienne	54%	33%	7%	4%	2%	0%	100%
Ensemble de la population		58%	26%	5%	4%	5%	1%	100%

b) Dix écrans par foyer, dont 2,6 non utilisés

Les équipements numériques ne s'arrêtent pas aux téléviseurs. En moyenne, si l'on intègre les tablettes, *smartphones*, téléviseurs, ordinateurs, consoles et autres montres et bracelets connectés, un foyer français avec une connexion internet à domicile détient **10 écrans**. La moitié des personnes interrogées ont dans leur foyer plus de huit équipements numériques, un quart plus de douze. Les téléphones portables (2,85 en moyenne par foyer), les téléviseurs (2,13) et ordinateurs (1,99) tiennent le haut du pavé⁹⁸.

Graphique 214 – Distribution du nombre d'appareils numériques avec écran possédés au sein du foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

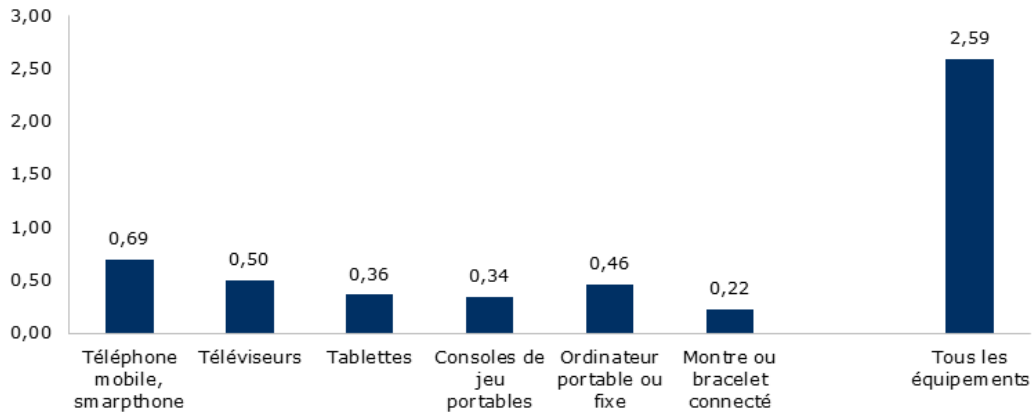
Exemple de lecture : en moyenne les Français possèdent 9,99 équipements numériques avec écran dans leur foyer, 2,85 téléphones mobiles

Un certain nombre de ces équipements **restent inutilisés**, soient qu'ils ne soient plus complètement en état de marche, qu'ils aient été remplacés par des modèles plus récents et performants, ou que finalement leur achat se soit révélé inutile. Ainsi sur les 9,99 écrans détenus, **en moyenne 2,6 sont inutilisés**.

⁹⁸ Les moyennes observées dans le baromètre du numérique sont supérieures à celles mesurées par l'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers (S2 2021) qui comptabilise quant à lui : 1,5 téléviseurs/foyer ; 1,6 ordinateurs/foyer ; 2 téléphones mobiles/foyer (1,6 dont smartphones) ; 0,6 tablettes tactiles/foyer. par L'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers se centre en effet sur les terminaux **permettant de voir des vidéos**. Alors que le Baromètre du numérique interroge **sur tous les terminaux possédés**, y compris ceux qui ne sont pas utilisés et conservés « au cas où », et ceux qui ne permettent pas de regarder des vidéos (anciens modèles de téléphones par exemple).

Graphique 215 - Nombre moyen d'appareils numériques avec écran non utilisés au sein du foyer

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -



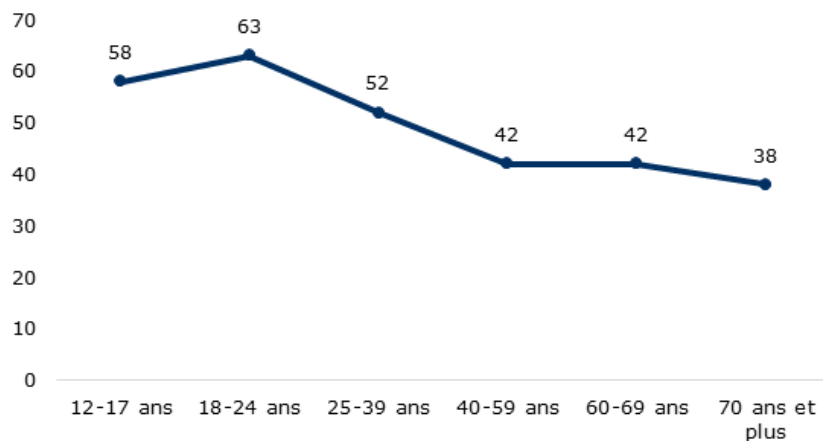
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Un foyer sur deux avec un accès internet à domicile (47% exactement) a chez lui au moins un appareil qui n'est pas utilisé. **Une personne sur quatre indique que plus de 40% des écrans du foyer, restent en permanence inutilisés.**

Les hommes sont plus nombreux que les femmes à accumuler des appareils dont ils n'ont pas l'usage (27% ont plus de 40% d'appareils inutilisés). Les **indépendants, les habitants de l'agglomération parisienne** sont aussi plus nombreux que la moyenne à se sur-équiper (respectivement 44% et 29% ont plus de 40% d'appareils inutilisés). L'appétit pour les innovations technologiques abandonnées culmine chez **les 18-24 ans** (63%), mais il est également présent chez les générations les plus âgées.

Graphique 216 – Proportion de personnes avec au moins 40% des écrans du foyer inutilisés

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 72 – Part d’appareils avec écran non utilisés parmi les appareils possédés dans le foyer selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus n’ayant pas de connexion internet fixe à domicile -

		Aucun appareil	Entre 1% et 40% des appareils	Plus de 40% des appareils	Total
Sexe	Homme	51%	22%	27%	100%
	Femme	55%	22%	23%	100%
Âge	12-17 ans	42%	31%	27%	100%
	18-24 ans	37%	33%	30%	100%
	25-39 ans	48%	22%	30%	100%
	40-59 ans	58%	19%	23%	100%
	60-69 ans	58%	19%	23%	100%
	70 ans et plus	62%	19%	19%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	60%	16%	25%	100%
	Deux personnes	58%	20%	22%	100%
	Trois personnes	48%	26%	26%	100%
	Quatre personnes	45%	27%	28%	100%
	Cinq personnes et plus	49%	21%	29%	100%
Diplôme	Non diplômé	48%	12%	40%	100%
	BEPC	53%	19%	27%	100%
	BAC	54%	22%	23%	100%
	Diplômé du supérieur	56%	24%	20%	100%
	12-17 ans	42%	31%	27%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	39%	17%	44%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	56%	23%	21%	100%
	Profession Intermédiaire	56%	23%	21%	100%
	Employé	54%	21%	25%	100%
	Ouvrier	49%	20%	31%	100%
	Personne au foyer	57%	24%	19%	100%
	Retraité	61%	18%	21%	100%
	Autre inactif	44%	28%	28%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	43%	22%	35%	100%
	Classes moyennes inférieures	54%	21%	25%	100%
	Classes moyennes supérieures	57%	21%	22%	100%
	Hauts revenus	57%	24%	18%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	51%	25%	24%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	55%	20%	25%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	57%	21%	22%	100%
	Plus de 100 000 hab.	53%	22%	25%	100%
	Agglomération parisienne	50%	21%	29%	100%
Ensemble de la population		53%	22%	25%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 73 – Nombre d’appareils utilisés dans le foyer selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus n’ayant pas de connexion internet fixe à domicile -

		Aucun	Entre 1 et 5	Entre 6 et 10	Plus de 10	Total
Sexe	Homme	2%	34%	43%	21%	100%
	Femme	2%	39%	44%	16%	100%
Âge	12-17 ans	2%	9%	44%	44%	100%
	18-24 ans	4%	22%	39%	35%	100%
	25-39 ans	3%	34%	50%	13%	100%
	40-59 ans	1%	36%	44%	19%	100%
	60-69 ans	1%	53%	41%	6%	100%
	70 ans et plus	2%	56%	37%	5%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	1%	81%	16%	2%	100%
	Deux personnes	1%	44%	49%	5%	100%
	Trois personnes	3%	21%	57%	18%	100%
	Quatre personnes	2%	14%	45%	39%	100%
	Cinq personnes et plus	2%	12%	37%	49%	100%
Diplôme	Non diplômé	2%	52%	34%	12%	100%
	BEPC	2%	45%	42%	11%	100%
	BAC	2%	36%	45%	17%	100%
	Diplômé du supérieur	2%	33%	46%	20%	100%
	12-17 ans	2%	9%	44%	44%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	7%	32%	45%	16%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	2%	27%	46%	25%	100%
	Profession Intermédiaire	2%	35%	42%	20%	100%
	Employé	2%	36%	48%	14%	100%
	Ouvrier	3%	37%	47%	14%	100%
	Personne au foyer	1%	32%	52%	14%	100%
	Retraité	1%	55%	39%	4%	100%
Autre inactif	2%	22%	40%	36%	100%	
Niveau de vie	Bas revenus	3%	38%	40%	20%	100%
	Classes moyennes inférieures	2%	44%	38%	16%	100%
	Classes moyennes supérieures	2%	35%	46%	17%	100%
	Hauts revenus	1%	28%	49%	21%	100%
Taille d’agglomération	Communes rurales	2%	34%	44%	21%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	1%	36%	45%	18%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	2%	39%	44%	15%	100%
	Plus de 100 000 hab.	2%	39%	43%	17%	100%
	Agglomération parisienne	2%	34%	42%	22%	100%
Ensemble de la population	2%	36%	43%	18%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 74 – Nombre d’appareils possédés (utilisés ou non utilisés) dans le foyer selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus n’ayant pas de connexion internet fixe à domicile -

		Aucun	Entre 1 et 5	Entre 6 et 10	Plus de 10	Total
Sexe	Homme	1%	24%	38%	37%	100%
	Femme	1%	27%	42%	29%	100%
Âge	12-17 ans	1%	8%	27%	65%	100%
	18-24 ans	2%	15%	28%	55%	100%
	25-39 ans	2%	22%	42%	33%	100%
	40-59 ans	1%	25%	41%	33%	100%
	60-69 ans	1%	36%	47%	16%	100%
	70 ans et plus	1%	44%	41%	14%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	1%	61%	31%	7%	100%
	Deux personnes	1%	31%	50%	18%	100%
	Trois personnes	2%	14%	43%	41%	100%
	Quatre personnes	2%	9%	30%	60%	100%
	Cinq personnes et plus	1%	8%	29%	62%	100%
Diplôme	Non diplômé	1%	33%	36%	30%	100%
	BEPC	1%	30%	44%	25%	100%
	BAC	2%	25%	41%	31%	100%
	Diplômé du supérieur	1%	25%	39%	35%	100%
	12-17 ans	1%	8%	27%	65%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	5%	20%	29%	46%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	2%	19%	39%	40%	100%
	Profession Intermédiaire	2%	26%	38%	35%	100%
	Employé	1%	25%	44%	30%	100%
	Ouvrier	2%	23%	44%	31%	100%
	Personne au foyer	1%	23%	48%	27%	100%
	Retraité	1%	40%	45%	14%	100%
	Autre inactif	1%	17%	28%	54%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	2%	24%	37%	37%	100%
	Classes moyennes inférieures	1%	30%	41%	29%	100%
	Classes moyennes supérieures	1%	28%	39%	32%	100%
	Hauts revenus	1%	20%	42%	37%	100%
Taille d’agglomération	Communes rurales	1%	25%	39%	35%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	1%	24%	41%	34%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	2%	29%	41%	28%	100%
	Plus de 100 000 hab.	1%	27%	40%	31%	100%
	Agglomération parisienne	2%	23%	35%	40%	100%
Ensemble de la population	1%	26%	40%	33%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Annexe 1 : graphiques et tableaux complémentaires

Tableau 75 - Participation à une consultation citoyenne en ligne lancée par un élu local en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

		Oui	Non	Peu ou pas prêt à participer	Total
Sexe	Homme	7%	18%	76%	100%
	Femme	4%	15%	82%	100%
Âge	18-24 ans	10%	12%	78%	100%
	25-39 ans	9%	15%	76%	100%
	40-59 ans	5%	19%	76%	100%
	60-69 ans	3%	23%	74%	100%
	70 ans et plus	2%	16%	82%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	4%	14%	82%	100%
	Deux personnes	4%	20%	76%	100%
	Trois personnes	7%	15%	78%	100%
	Quatre personnes	7%	12%	81%	100%
	Cinq personnes et plus	5%	14%	80%	100%
Diplôme	Non diplômé	4%	11%	85%	100%
	BEPC	3%	18%	79%	100%
	BAC	6%	16%	78%	100%
	Diplômé du supérieur	8%	20%	71%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	16%	16%	69%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	11%	21%	68%	100%
	Profession Intermédiaire	7%	17%	76%	100%
	Employé	6%	18%	77%	100%
	Ouvrier	5%	16%	79%	100%
	Personne au foyer	6%	13%	81%	100%
	Retraité	1%	19%	79%	100%
	Autre inactif	2%	7%	90%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	5%	13%	81%	100%
	Classes moyennes inférieures	5%	16%	79%	100%
	Classes moyennes supérieures	4%	18%	78%	100%
	Hauts revenus	6%	20%	74%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	3%	17%	80%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	3%	17%	80%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	4%	15%	81%	100%
	Plus de 100 000 hab.	6%	17%	77%	100%
	Agglomération parisienne	8%	14%	78%	100%
Ensemble de la population		5%	16%	79%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 10% des 18-24 ans ont déjà participé à une consultation en ligne.

* La question n'a été posée qu'aux personnes se déclarant « tout à fait » prêtes à participer à une consultation.

Tableau 76 – Opérateur de colis le plus fréquemment utilisé pour les livraisons selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -

		La Poste, Chronopost, DPD	Amazon	Mondial Relay	Autre	Total
Sexe	Homme	37%	35%	18%	9%	100%
	Femme	37%	28%	28%	7%	100%
Âge	12-17 ans	34%	28%	27%	11%	100%
	18-24 ans	37%	28%	22%	12%	100%
	25-39 ans	31%	34%	24%	12%	100%
	40-59 ans	35%	33%	25%	6%	100%
	60-69 ans	41%	33%	20%	6%	100%
	70 ans et plus	52%	26%	18%	4%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	40%	31%	21%	8%	100%
	Deux personnes	40%	29%	23%	8%	100%
	Trois personnes	32%	36%	22%	10%	100%
	Quatre personnes	34%	31%	26%	9%	100%
	Cinq personnes et plus	37%	34%	22%	6%	100%
Diplôme	Non diplômé	37%	38%	15%	9%	100%
	BEPC	37%	33%	22%	8%	100%
	BAC	39%	29%	25%	7%	100%
	Diplômé du supérieur	36%	31%	24%	8%	100%
	12-17 ans	34%	28%	27%	11%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	22%	37%	18%	24%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	38%	34%	19%	9%	100%
	Profession Intermédiaire	31%	31%	31%	7%	100%
	Employé	34%	35%	25%	6%	100%
	Ouvrier	40%	34%	18%	9%	100%
	Personne au foyer	40%	24%	28%	8%	100%
	Retraité	49%	28%	19%	5%	100%
	Autre inactif	32%	31%	27%	11%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	37%	31%	22%	10%	100%
	Classes moyennes inférieures	34%	33%	24%	9%	100%
	Classes moyennes supérieures	38%	31%	23%	7%	100%
	Hauts revenus	38%	31%	24%	7%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	46%	25%	23%	7%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	33%	35%	26%	7%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	38%	29%	24%	9%	100%
	Plus de 100 000 hab.	38%	32%	22%	8%	100%
	Agglomération parisienne	30%	37%	22%	11%	100%
Ensemble de la population		37%	32%	23%	8%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Tableau 77 – Satisfaction par rapport à la qualité de livraison des colis selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -

		Les colis arrivent dans les délais	Les colis arrivent en bon état	Les colis sont livrés à la bonne adresse	Globalement satisfait des livraisons
Sexe	Homme	94%	91%	93%	93%
	Femme	96%	93%	94%	96%
Âge	12-17 ans	95%	95%	94%	94%
	18-24 ans	91%	88%	87%	92%
	25-39 ans	93%	89%	92%	91%
	40-59 ans	95%	92%	95%	95%
	60-69 ans	96%	96%	98%	97%
	70 ans et plus	97%	96%	96%	98%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	94%	92%	93%	94%
	Deux personnes	96%	93%	95%	95%
	Trois personnes	93%	90%	93%	94%
	Quatre personnes	95%	92%	94%	95%
	Cinq personnes et plus	93%	91%	92%	94%
Diplôme	Non diplômé	92%	92%	90%	90%
	BEPC	96%	92%	94%	96%
	BAC	96%	91%	94%	94%
	Diplômé du supérieur	94%	92%	94%	94%
	12-17 ans	95%	95%	94%	94%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	91%	87%	90%	90%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	93%	92%	95%	93%
	Profession Intermédiaire	94%	90%	93%	93%
	Employé	95%	91%	95%	95%
	Ouvrier	94%	91%	91%	93%
	Personne au foyer	93%	92%	95%	95%
	Retraité	97%	96%	97%	98%
	Autre inactif	94%	92%	92%	93%
Niveau de vie	Bas revenus	93%	91%	93%	95%
	Classes moyennes inférieures	94%	90%	93%	93%
	Classes moyennes supérieures	96%	94%	95%	94%
	Hauts revenus	96%	93%	95%	95%
Taille d'agglomération	Communes rurales	96%	93%	95%	95%
	2 000 à 20 000 hab.	95%	93%	95%	95%
	20 000 à 100 000 hab.	94%	93%	95%	94%
	Plus de 100 000 hab.	95%	91%	93%	94%
	Agglomération parisienne	94%	91%	93%	94%
Ensemble de la population	95%	92%	94%	94%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 91% des 18-24 ans ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois estiment que les colis leurs sont livrés dans les délais, contre 95% en moyenne dans l'ensemble de la population ayant réalisé un achat sur internet au cours des douze derniers mois.

Tableau 78 – Critère le plus important dans le cadre d’une livraison (en dehors du prix) selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -

		La rapidité de livraison	La certitude d’être livré dans les délais annoncés	La possibilité de choisir le jour et/ou le créneau horaire de la livraison	Les modalités de retour	Total
Sexe	Homme	35%	32%	19%	14%	100%
	Femme	38%	28%	18%	16%	100%
Âge	12-17 ans	42%	27%	18%	14%	100%
	18-24 ans	38%	23%	23%	16%	100%
	25-39 ans	38%	28%	20%	14%	100%
	40-59 ans	37%	30%	19%	14%	100%
	60-69 ans	35%	36%	15%	14%	100%
	70 ans et plus	31%	34%	14%	21%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	35%	32%	21%	12%	100%
	Deux personnes	33%	31%	18%	17%	100%
	Trois personnes	38%	32%	17%	13%	100%
	Quatre personnes	42%	25%	19%	14%	100%
	Cinq personnes et plus	39%	30%	16%	15%	100%
Diplôme	Non diplômé	35%	27%	19%	19%	100%
	BEPC	41%	31%	17%	12%	100%
	BAC	38%	31%	16%	15%	100%
	Diplômé du supérieur	31%	30%	21%	17%	100%
	12-17 ans	42%	27%	18%	14%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	31%	32%	24%	13%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	34%	31%	23%	13%	100%
	Profession Intermédiaire	31%	33%	20%	16%	100%
	Employé	40%	26%	19%	16%	100%
	Ouvrier	44%	29%	17%	11%	100%
	Personne au foyer	46%	30%	12%	12%	100%
	Retraité	31%	35%	15%	19%	100%
	Autre inactif	41%	26%	18%	14%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	41%	29%	18%	12%	100%
	Classes moyennes inférieures	35%	31%	17%	17%	100%
	Classes moyennes supérieures	35%	31%	18%	16%	100%
	Hauts revenus	36%	29%	20%	15%	100%
Taille d’agglomération	Communes rurales	39%	28%	16%	16%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	41%	32%	14%	14%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	32%	34%	20%	14%	100%
	Plus de 100 000 hab.	38%	29%	18%	15%	100%
	Agglomération parisienne	30%	29%	24%	17%	100%
Ensemble de la population	36%	30%	18%	15%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 31% des retraités ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois estiment que la rapidité est le critère le plus important dans le cadre d’une livraison.

Tableau 79 – Sentiment d’être suffisamment informé au moment de finaliser une commande en ligne selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois -

		L'identité de l'opérateur de colis	Les délais de livraison du colis	Les modalités de retour de vos achats
Sexe	Homme	76%	88%	75%
	Femme	78%	91%	77%
Âge	12-17 ans	74%	90%	61%
	18-24 ans	78%	87%	75%
	25-39 ans	77%	88%	76%
	40-59 ans	75%	89%	76%
	60-69 ans	79%	93%	81%
	70 ans et plus	79%	93%	79%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	76%	91%	74%
	Deux personnes	78%	91%	78%
	Trois personnes	75%	90%	75%
	Quatre personnes	78%	88%	75%
	Cinq personnes et plus	77%	90%	76%
Diplôme	Non diplômé	80%	90%	80%
	BEPC	79%	92%	81%
	BAC	78%	92%	76%
	Diplômé du supérieur	75%	87%	74%
	12-17 ans	74%	90%	61%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	77%	86%	81%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	70%	88%	75%
	Profession Intermédiaire	74%	88%	75%
	Employé	79%	91%	76%
	Ouvrier	78%	91%	78%
	Personne au foyer	76%	91%	69%
	Retraité	80%	93%	81%
Autre inactif	77%	89%	71%	
Niveau de vie	Bas revenus	80%	90%	79%
	Classes moyennes inférieures	76%	88%	75%
	Classes moyennes supérieures	75%	91%	75%
	Hauts revenus	76%	91%	76%
Taille d'agglomération	Communes rurales	76%	89%	74%
	2 000 à 20 000 hab.	80%	93%	76%
	20 000 à 100 000 hab.	80%	90%	79%
	Plus de 100 000 hab.	75%	90%	76%
	Agglomération parisienne	76%	87%	75%
Ensemble de la population		77%	90%	76%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 80% des retraités ayant fait un achat sur internet au cours des douze derniers mois se déclarent suffisamment informés sur l'identité de l'opérateur de colis avant de finaliser leur commande, contre 77% de l'ensemble de la population ayant fait un achat sur internet.

Tableau 80 – Moyen utilisé le plus souvent pour commander un repas en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

		À une plateforme en ligne	Directement au professionnel	Je n'utilise pas ce type de service	Total
Sexe	Homme	29%	15%	56%	100%
	Femme	27%	12%	62%	100%
Âge	12-17 ans	27%	18%	54%	100%
	18-24 ans	56%	19%	25%	100%
	25-39 ans	48%	20%	32%	100%
	40-59 ans	24%	13%	63%	100%
	60-69 ans	10%	7%	83%	100%
	70 ans et plus	4%	3%	93%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	23%	10%	68%	100%
	Deux personnes	20%	10%	70%	100%
	Trois personnes	35%	15%	50%	100%
	Quatre personnes	35%	18%	48%	100%
	Cinq personnes et plus	38%	18%	44%	100%
Diplôme	Non diplômé	18%	14%	68%	100%
	BEPC	19%	10%	72%	100%
	BAC	32%	14%	53%	100%
	Diplômé du supérieur	37%	15%	48%	100%
	12-17 ans	27%	18%	54%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	41%	25%	34%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	39%	17%	43%	100%
	Profession Intermédiaire	39%	15%	46%	100%
	Employé	34%	13%	53%	100%
	Ouvrier	27%	16%	57%	100%
	Personne au foyer	24%	11%	66%	100%
	Retraité	6%	4%	91%	100%
	Autre inactif	32%	16%	52%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	36%	16%	49%	100%
	Classes moyennes inférieures	28%	12%	59%	100%
	Classes moyennes supérieures	23%	13%	64%	100%
	Hauts revenus	26%	12%	62%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	13%	12%	75%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	18%	12%	69%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	23%	14%	63%	100%
	Plus de 100 000 hab.	35%	13%	52%	100%
	Agglomération parisienne	45%	15%	40%	100%
Ensemble de la population		28%	13%	59%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 56% des 18-24 ans font le plus souvent appel à une plateforme en ligne pour commander un repas, contre 28% en moyenne dans l'ensemble de la population.

Tableau 81 – Moyen utilisé le plus souvent pour réserver un taxi ou une voiture avec chauffeur (VTC) en fonction des principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

		A une plateforme en ligne	Directement au professionnel	Je n'utilise pas ce type de service	Total
Sexe	Homme	21%	12%	67%	100%
	Femme	16%	8%	75%	100%
Âge	12-17 ans	16%	14%	71%	100%
	18-24 ans	39%	17%	44%	100%
	25-39 ans	32%	13%	54%	100%
	40-59 ans	15%	9%	77%	100%
	60-69 ans	8%	6%	86%	100%
	70 ans et plus	5%	5%	90%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	16%	9%	75%	100%
	Deux personnes	13%	8%	79%	100%
	Trois personnes	22%	12%	65%	100%
	Quatre personnes	24%	11%	65%	100%
	Cinq personnes et plus	26%	11%	63%	100%
Diplôme	Non diplômé	11%	8%	80%	100%
	BEPC	11%	7%	82%	100%
	BAC	20%	10%	70%	100%
	Diplômé du supérieur	28%	12%	60%	100%
	12-17 ans	16%	14%	71%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	35%	17%	48%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	36%	16%	48%	100%
	Profession Intermédiaire	22%	10%	68%	100%
	Employé	19%	9%	73%	100%
	Ouvrier	16%	9%	75%	100%
	Personne au foyer	9%	11%	80%	100%
	Retraité	6%	5%	89%	100%
	Autre inactif	20%	13%	68%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	21%	12%	67%	100%
	Classes moyennes inférieures	17%	11%	73%	100%
	Classes moyennes supérieures	16%	8%	76%	100%
	Hauts revenus	22%	9%	69%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	9%	7%	83%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	14%	8%	78%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	11%	9%	80%	100%
	Plus de 100 000 hab.	18%	12%	70%	100%
	Agglomération parisienne	39%	14%	47%	100%
Ensemble de la population		19%	10%	71%	100%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 39% des 18-24 ans font le plus souvent appel à une plateforme en ligne pour réserver un taxi ou un véhicule avec chauffeur, contre 19% en moyenne dans l'ensemble de la population.

Tableau 82 – Moyen utilisé le plus souvent pour réserver un hébergement, un hôtel en fonction des principaux descripteurs sociaux démographiques

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile -

		A une plateforme en ligne	Directement au professionnel	Je n'utilise pas ce type de service	Total
Sexe	Homme	38%	17%	45%	100%
	Femme	36%	14%	50%	100%
Âge	12-17 ans	28%	14%	58%	100%
	18-24 ans	46%	25%	29%	100%
	25-39 ans	53%	16%	31%	100%
	40-59 ans	38%	13%	49%	100%
	60-69 ans	24%	17%	60%	100%
	70 ans et plus	21%	14%	65%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	30%	12%	58%	100%
	Deux personnes	35%	14%	51%	100%
	Trois personnes	43%	19%	38%	100%
	Quatre personnes	40%	16%	44%	100%
	Cinq personnes et plus	38%	18%	44%	100%
Diplôme	Non diplômé	19%	17%	63%	100%
	BEPC	29%	13%	58%	100%
	BAC	41%	17%	42%	100%
	Diplômé du supérieur	49%	18%	33%	100%
	12-17 ans	28%	14%	58%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	52%	20%	27%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	57%	20%	23%	100%
	Profession Intermédiaire	46%	16%	38%	100%
	Employé	37%	15%	48%	100%
	Ouvrier	39%	15%	47%	100%
	Personne au foyer	31%	9%	60%	100%
	Retraité	22%	14%	64%	100%
	Autre inactif	32%	16%	53%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	33%	16%	51%	100%
	Classes moyennes inférieures	35%	15%	50%	100%
	Classes moyennes supérieures	36%	14%	50%	100%
	Hauts revenus	46%	18%	37%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	28%	14%	58%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	35%	17%	49%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	33%	14%	53%	100%
	Plus de 100 000 hab.	40%	15%	45%	100%
	Agglomération parisienne	45%	19%	36%	100%
Ensemble de la population		37%	16%	47%	100%

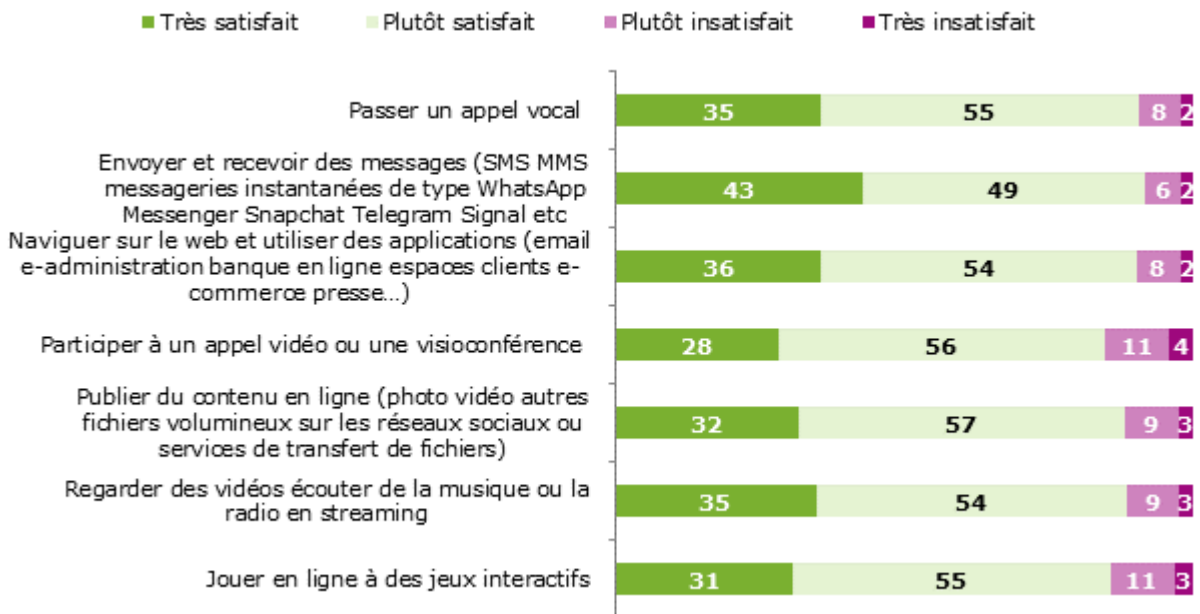
Source : CREDOC, Baromètre du numérique, édition 2022.

Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 46% des 18-24 ans font le plus souvent appel à une plateforme en ligne pour réserver un hébergement, contre 37% en moyenne dans l'ensemble de la population.

Graphique 217
Lorsque vous utilisez LES RESEAUX MOBILES (2G/3G/4G/5G) sur votre téléphone mobile, s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction concernant les usages suivants ?

- Champ : ensemble des possesseurs de téléphone mobile et usagers d'internet mobile de 12 ans et plus (sauf pour l'appel vocal qui concerne l'ensemble des possesseurs de téléphone portable), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 83 – Satisfaction par rapport à différents usages des réseaux mobiles sur téléphone mobile selon les principaux descripteurs sociodémographiques

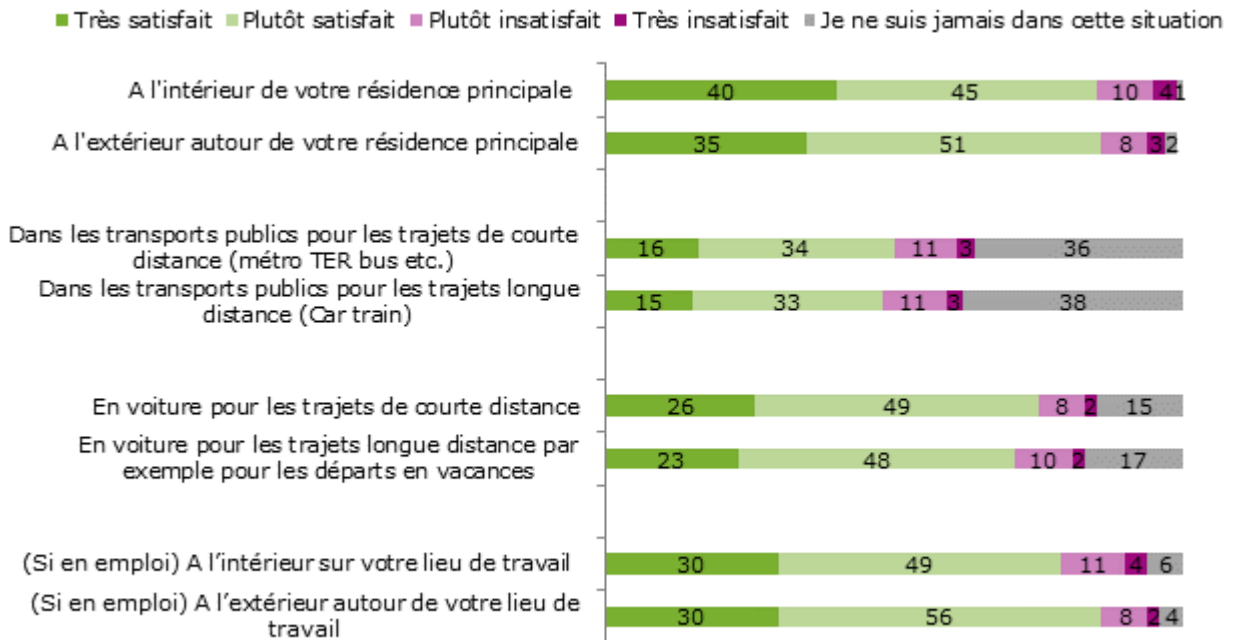
- Champ : ensemble des possesseurs de téléphone mobile et usagers d'internet mobile de 12 ans et plus (sauf pour l'appel vocal qui concerne l'ensemble des possesseurs de téléphone portable) -

		Passer un appel vocal	Envoyer ou recevoir des messages	Naviguer sur le web et utiliser des applications	Participer à un appel vidéo ou à une visioconférence	Publier du contenu en ligne	Regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming	Jouer en ligne à des jeux interactifs
Sexe	Homme	90%	90%	89%	83%	85%	87%	86%
	Femme	91%	93%	90%	85%	90%	89%	85%
Âge	12-17 ans	88%	92%	88%	82%	86%	88%	86%
	18-24 ans	87%	85%	87%	78%	84%	83%	79%
	25-39 ans	91%	92%	89%	84%	89%	87%	85%
	40-59 ans	91%	93%	90%	87%	88%	89%	88%
	60-69 ans	90%	92%	92%	84%	89%	89%	89%
	70 ans et plus	93%	94%	89%	82%	87%	87%	86%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	91%	93%	91%	84%	88%	87%	84%
	Deux personnes	91%	93%	90%	86%	88%	88%	86%
	Trois personnes	91%	91%	90%	84%	87%	87%	87%
	Quatre personnes	92%	90%	88%	84%	87%	87%	83%
	Cinq personnes et plus	86%	93%	90%	80%	87%	91%	88%
Diplôme	Non diplômé	89%	87%	84%	79%	85%	81%	80%
	BEPC	91%	93%	91%	84%	89%	88%	86%
	BAC	93%	92%	91%	85%	88%	90%	86%
	Diplômé du supérieur	90%	91%	89%	85%	88%	87%	86%
	12-17 ans	88%	92%	88%	82%	86%	88%	86%
Profession catégorique sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	84%	82%	87%	79%	80%	77%	75%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	92%	93%	89%	86%	89%	88%	87%
	Profession Intermédiaire	90%	93%	89%	87%	87%	86%	83%
	Employé	93%	96%	92%	86%	91%	92%	91%
	Ouvrier	91%	90%	91%	86%	89%	89%	88%
	Personne au foyer	89%	91%	92%	87%	89%	87%	85%
	Retraité	92%	93%	91%	83%	88%	88%	87%
	Autre inactif	87%	90%	86%	80%	86%	86%	83%
	Niveau de vie	Bas revenus	89%	89%	86%	80%	84%	86%
Classes moyennes inférieures		89%	92%	89%	83%	87%	87%	84%
Classes moyennes supérieures		91%	93%	92%	86%	89%	88%	89%
Hauts revenus		93%	94%	92%	89%	92%	90%	90%
Taille d'agglomération	Communes rurales	84%	88%	88%	79%	84%	83%	81%
	2 000 à 20 000 hab.	92%	94%	91%	88%	89%	90%	87%
	20 000 à 100 000 hab.	93%	93%	90%	84%	89%	89%	84%
	Plus de 100 000 hab.	92%	94%	90%	85%	87%	89%	87%
	Agglomération parisienne	91%	90%	89%	85%	89%	87%	87%
Ensemble de la population		91%	92%	90%	84%	88%	88%	86%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Graphique 218
Lorsque vous passez des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles (2G/3G/4G/5G), s'agissant de la qualité de service, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ?

- Champ : ensemble des 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 84 – Satisfaction par rapport à la qualité des services au moment de passer des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble des 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile) -

		À l'intérieur de votre résidence principale	À l'extérieur, autour de votre résidence principale	Dans les transports publics pour les trajets de courte distance	Dans les transports publics pour les trajets longue distance
Sexe	Homme	85%	88%	80%	78%
	Femme	87%	89%	77%	76%
Âge	12-17 ans	88%	87%	84%	82%
	18-24 ans	80%	84%	74%	74%
	25-39 ans	84%	87%	78%	76%
	40-59 ans	86%	90%	79%	78%
	60-69 ans	88%	88%	78%	78%
	70 ans et plus	92%	93%	81%	81%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	86%	89%	76%	77%
	Deux personnes	87%	89%	79%	79%
	Trois personnes	86%	87%	78%	78%
	Quatre personnes	86%	88%	81%	75%
	Cinq personnes et plus	84%	88%	78%	78%
Diplôme	Non diplômé	89%	89%	82%	82%
	BEPC	86%	89%	79%	80%
	BAC	87%	89%	76%	77%
	Diplômé du supérieur	84%	88%	77%	75%
	12-17 ans	88%	87%	84%	82%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	74%	76%	81%	70%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	84%	89%	76%	72%
	Profession Intermédiaire	84%	87%	73%	74%
	Employé	89%	90%	80%	80%
	Ouvrier	87%	90%	83%	81%
	Personne au foyer	85%	89%	82%	85%
	Retraité	91%	92%	81%	80%
	Autre inactif	85%	86%	80%	79%
Niveau de vie	Bas revenus	84%	85%	77%	77%
	Classes moyennes inférieures	85%	86%	77%	79%
	Classes moyennes supérieures	87%	90%	79%	78%
	Hauts revenus	88%	92%	82%	77%
Taille d'agglomération	Communes rurales	80%	84%	78%	79%
	2 000 à 20 000 hab.	87%	89%	82%	81%
	20 000 à 100 000 hab.	88%	90%	79%	81%
	Plus de 100 000 hab.	88%	90%	82%	79%
	Agglomération parisienne	86%	88%	72%	70%
Ensemble de la population		86%	88%	79%	77%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 85 - Satisfaction par rapport à la qualité des services au moment de passer des appels téléphoniques depuis les réseaux mobiles selon les principaux descripteurs sociodémographiques (suite)

- Champ : ensemble des 12 ans et plus passant des appels vocaux sur mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile) -

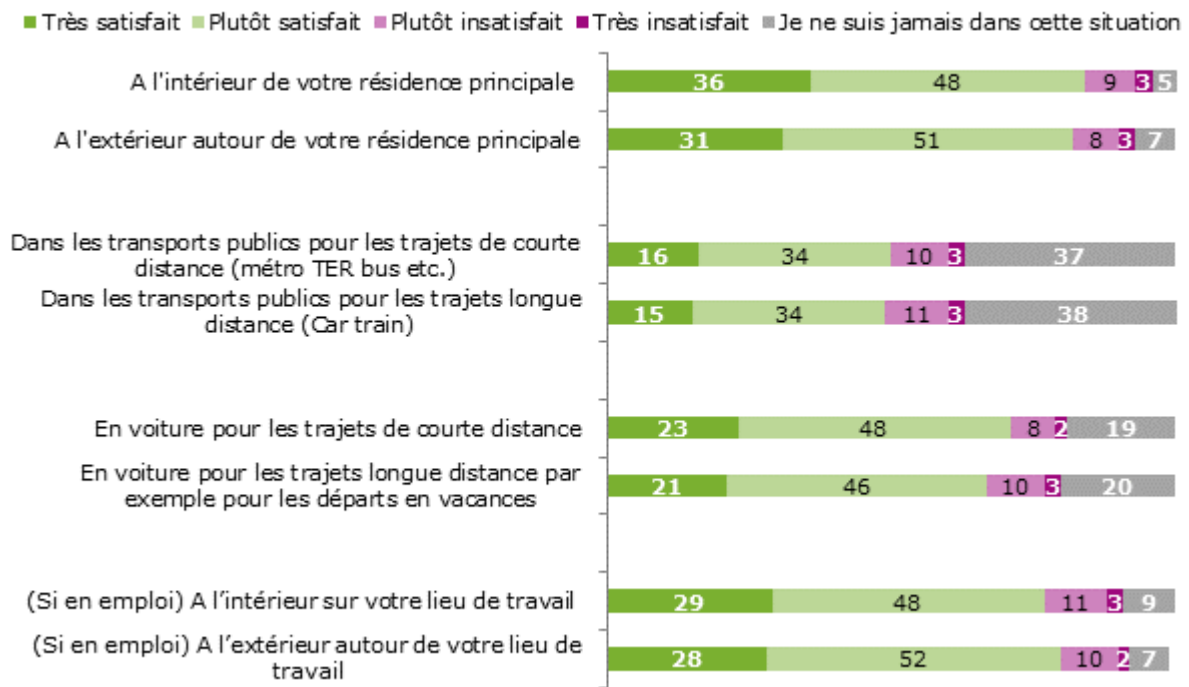
		En voiture, pour les trajets de courte distance	En voiture, pour les trajets longue distance	À l'intérieur, sur votre lieu de travail	À l'extérieur, autour de votre lieu de travail
Sexe	Homme	87%	83%	82%	87%
	Femme	89%	87%	85%	92%
Âge	12-17 ans	84%	82%		
	18-24 ans	84%	79%	81%	82%
	25-39 ans	88%	82%	78%	86%
	40-59 ans	88%	87%	87%	92%
	60-69 ans	90%	89%	90%	93%
	70 ans et plus	96%	94%	0%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	87%	85%	83%	89%
	Deux personnes	90%	87%	83%	90%
	Trois personnes	88%	87%	84%	91%
	Quatre personnes	87%	82%	84%	88%
	Cinq personnes et plus	89%	83%	85%	86%
Diplôme	Non diplômé	83%	88%	69%	81%
	BEPC	89%	87%	83%	88%
	BAC	89%	82%	87%	91%
	Diplômé du supérieur	90%	86%	83%	89%
	12-17 ans	84%	82%		
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	84%	78%	76%	86%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	91%	84%	85%	88%
	Profession Intermédiaire	87%	83%	83%	90%
	Employé	91%	88%	86%	90%
	Ouvrier	86%	87%	81%	88%
	Personne au foyer	88%	86%		
	Retraité	93%	92%		
	Autre inactif	83%	80%		
Niveau de vie	Bas revenus	84%	82%	79%	84%
	Classes moyennes inférieures	87%	83%	81%	87%
	Classes moyennes supérieures	90%	86%	86%	92%
	Hauts revenus	92%	90%	85%	91%
Taille d'agglomération	Communes rurales	86%	87%	84%	87%
	2 000 à 20 000 hab.	91%	90%	83%	91%
	20 000 à 100 000 hab.	86%	83%	84%	91%
	Plus de 100 000 hab.	89%	85%	84%	90%
	Agglomération parisienne	89%	81%	83%	86%
Ensemble de la population		88%	85%	83%	89%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Graphique 219

Lorsque vous utilisez internet depuis les réseaux mobiles (Naviguer sur le web, utiliser des applications, participer à un appel vidéo ou visio-conférence, publier du contenu en ligne, regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming, jouer en ligne à des jeux interactifs), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ?

- Champ : ensemble des 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile), en % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022

Tableau 86 – Satisfaction par rapport à la qualité de service lors de l'utilisation d'internet depuis les réseaux mobiles selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble des 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile) -

		À l'intérieur de votre résidence principale	À l'extérieur, autour de votre résidence principale	Dans les transports publics pour les trajets de courte distance	Dans les transports publics pour les trajets longue distance
Sexe	Homme	86%	87%	80%	77%
	Femme	89%	89%	80%	80%
Âge	12-17 ans	88%	84%	76%	75%
	18-24 ans	82%	83%	76%	74%
	25-39 ans	85%	87%	79%	79%
	40-59 ans	89%	90%	84%	81%
	60-69 ans	90%	89%	77%	79%
	70 ans et plus	94%	92%	78%	78%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	89%	90%	78%	74%
	Deux personnes	90%	89%	80%	79%
	Trois personnes	85%	88%	79%	81%
	Quatre personnes	87%	87%	80%	78%
	Cinq personnes et plus	86%	86%	81%	79%
Diplôme	Non diplômé	85%	87%	83%	71%
	BEPC	89%	90%	83%	82%
	BAC	88%	87%	81%	82%
	Diplômé du supérieur	87%	88%	78%	77%
	12-17 ans	88%	84%	76%	75%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	75%	78%	76%	78%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	89%	89%	80%	77%
	Profession Intermédiaire	86%	89%	77%	75%
	Employé	91%	91%	82%	83%
	Ouvrier	86%	87%	84%	85%
	Personne au foyer	87%	87%	86%	89%
	Retraité	94%	91%	80%	79%
	Autre inactif	84%	85%	78%	74%
Niveau de vie	Bas revenus	84%	86%	78%	76%
	Classes moyennes inférieures	88%	87%	79%	80%
	Classes moyennes supérieures	88%	88%	80%	78%
	Hauts revenus	91%	92%	81%	80%
Taille d'agglomération	Communes rurales	82%	80%	78%	79%
	2 000 à 20 000 hab.	88%	89%	85%	82%
	20 000 à 100 000 hab.	88%	90%	80%	81%
	Plus de 100 000 hab.	91%	90%	82%	81%
	Agglomération parisienne	88%	89%	74%	72%
Ensemble de la population	88%	88%	80%	79%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 87 - Satisfaction par rapport à la qualité de service lors de l'utilisation d'internet depuis les réseaux mobiles selon les principaux descripteurs sociodémographiques (suite)

- Champ : ensemble des 12 ans et plus satisfaits de la qualité des services utilisant le réseau mobile (hors éloignés du numérique, individus n'ayant pas de connexion internet fixe à domicile) -

		En voiture, pour les trajets de courte distance	En voiture, pour les trajets longue distance	À l'intérieur, sur votre lieu de travail	À l'extérieur, autour de votre lieu de travail
Sexe	Homme	87%	82%	83%	83%
	Femme	89%	86%	85%	90%
Âge	12-17 ans	86%	81%		
	18-24 ans	82%	79%	86%	78%
	25-39 ans	85%	82%	81%	84%
	40-59 ans	90%	86%	86%	90%
	60-69 ans	91%	88%	89%	91%
	70 ans et plus	89%	84%	0%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	87%	83%	85%	85%
	Deux personnes	89%	85%	82%	87%
	Trois personnes	89%	84%	84%	88%
	Quatre personnes	86%	82%	86%	85%
	Cinq personnes et plus	88%	84%	84%	89%
Diplôme	Non diplômé	88%	82%	80%	83%
	BEPC	89%	86%	82%	87%
	BAC	88%	82%	88%	89%
	Diplômé du supérieur	87%	84%	84%	86%
	12-17 ans	86%	81%		
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	80%	74%	80%	80%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	86%	84%	85%	87%
	Profession Intermédiaire	85%	83%	84%	86%
	Employé	92%	88%	86%	89%
	Ouvrier	89%	86%	83%	87%
	Personne au foyer	87%	85%		
	Retraité	90%	86%		
	Autre inactif	86%	80%		
Niveau de vie	Bas revenus	86%	82%	81%	82%
	Classes moyennes inférieures	88%	84%	82%	86%
	Classes moyennes supérieures	87%	84%	85%	87%
	Hauts revenus	90%	87%	87%	90%
Taille d'agglomération	Communes rurales	87%	83%	84%	83%
	2 000 à 20 000 hab.	89%	86%	82%	89%
	20 000 à 100 000 hab.	90%	86%	81%	89%
	Plus de 100 000 hab.	88%	83%	87%	87%
	Agglomération parisienne	84%	82%	83%	87%
Ensemble de la population	88%	84%	84%	87%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 88 – Satisfaction par rapport à l'utilisation des réseaux fixes à domicile selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble des 12 ans et plus ayant une connexion internet fixe à domicile, en % -

		Passer un appel vocal depuis un téléphone fixe	Regarder ou télécharger des films, des vidéos ou des séries sur internet	Participer à un appel vidéo ou une visioconférence
Sexe	Homme	92%	90%	86%
	Femme	93%	90%	87%
Âge	12-17 ans	89%	91%	83%
	18-24 ans	85%	85%	80%
	25-39 ans	91%	88%	86%
	40-59 ans	94%	92%	90%
	60-69 ans	96%	91%	89%
	70 ans et plus	97%	91%	89%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	93%	93%	91%
	Deux personnes	94%	90%	88%
	Trois personnes	93%	90%	86%
	Quatre personnes	91%	88%	85%
	Cinq personnes et plus	92%	89%	81%
Diplôme	Non diplômé	90%	87%	84%
	BEPC	94%	90%	88%
	BAC	93%	91%	85%
	Diplômé du supérieur	92%	89%	87%
	12-17 ans	89%	91%	83%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	86%	85%	85%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	93%	90%	87%
	Profession Intermédiaire	92%	90%	86%
	Employé	94%	90%	90%
	Ouvrier	94%	92%	89%
	Personne au foyer	93%	87%	87%
	Retraité	96%	91%	88%
	Autre inactif	89%	89%	82%
Niveau de vie	Bas revenus	89%	89%	83%
	Classes moyennes inférieures	92%	89%	85%
	Classes moyennes supérieures	94%	91%	89%
	Hauts revenus	95%	92%	91%
Taille d'agglomération	Communes rurales	92%	85%	85%
	2 000 à 20 000 hab.	91%	88%	83%
	20 000 à 100 000 hab.	95%	91%	90%
	Plus de 100 000 hab.	94%	92%	88%
	Agglomération parisienne	90%	92%	87%
Ensemble de la population	93%	90%	87%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Tableau 89 -
Pensez-vous avoir déjà été victime d'un accès indésirable par internet à vos données personnelles, que ce soit par intrusion directe via internet de votre ordinateur, votre tablette ou votre smartphone ou indirectement auprès d'entreprises qui disposent de données sur vous (votre opérateur internet, un site internet marchand, etc.) ?

- Champ : ensemble des internautes de 12 ans et plus -

		Non, c'est peu probable	Non, ce n'est pas possible	Oui, c'est probable	Oui, c'est sûr	Total
Sexe	Homme	34%	7%	39%	20%	100%
	Femme	38%	7%	37%	17%	100%
Âge	12-17 ans	38%	10%	32%	20%	100%
	18-24 ans	20%	8%	46%	26%	100%
	25-39 ans	30%	8%	39%	23%	100%
	40-59 ans	38%	8%	37%	17%	100%
	60-69 ans	45%	6%	39%	11%	100%
	70 ans et plus	39%	5%	39%	17%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	39%	6%	38%	17%	100%
	Deux personnes	40%	5%	38%	17%	100%
	Trois personnes	33%	8%	40%	19%	100%
	Quatre personnes	31%	10%	38%	20%	100%
	Cinq personnes et plus	34%	9%	38%	20%	100%
Diplôme	Non diplômé	29%	8%	42%	20%	100%
	BEPC	37%	8%	38%	17%	100%
	BAC	35%	8%	38%	18%	100%
	Diplômé du supérieur	37%	5%	40%	19%	100%
	12-17 ans	38%	10%	32%	20%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	23%	9%	42%	27%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	34%	6%	37%	23%	100%
	Profession Intermédiaire	36%	4%	42%	17%	100%
	Employé	35%	9%	41%	15%	100%
	Ouvrier	35%	8%	37%	21%	100%
	Personne au foyer	39%	14%	28%	19%	100%
	Retraité	42%	5%	39%	14%	100%
	Autre inactif	34%	10%	35%	21%	100%
Niveau de vie	Bas revenus	28%	10%	38%	23%	100%
	Classes moyennes inférieures	36%	7%	39%	17%	100%
	Classes moyennes supérieures	38%	6%	40%	16%	100%
	Hauts revenus	42%	7%	35%	17%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	35%	8%	40%	17%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	37%	7%	39%	18%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	38%	8%	36%	18%	100%
	Plus de 100 000 hab.	36%	7%	37%	19%	100%
	Agglomération parisienne	35%	6%	40%	18%	100%
Ensemble de la population	36%	7%	38%	18%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2022.

Annexe 2 : méthodologie

L'enquête 2022 a été, pour partie, insérée dans le dispositif d'enquête du CREDOC sur les Conditions de vie et les aspirations, réalisée en ligne. Deux enquêtes complémentaires ont été mises en place, afin d'interroger la population de 12 ans et plus et les éloignés du numérique (dont la fréquence en population générale a été estimée par une enquête téléphonique préalable en population générale).

L'enquête s'est déroulée auprès de **trois populations cibles** distinctes (12 à 14 ans, 15 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** :

3 448 personnes de **15 ans et plus** ont été interrogées **online dans l'enquête CDV** (au sein de chaque région, quota sur : l'âge, le sexe, la PCS, le niveau de diplôme, la taille d'agglomération, le type de logement).

573 personnes de **18 ans et plus éloignées du numériques** (ne disposant pas, à leur domicile, d'une ligne de connexion fixe à internet) ont été interrogées par **téléphone**, avec des quotas issus d'une enquête flash auprès de 1 000 personnes de 18 ans et plus (sexe, âge, PCS, région, taille d'agglomération)

163 personnes âgées de **12 à 14 ans** ont été interrogées online, après recueil de l'accord préalable de l'un des parents, avec les quotas suivants : âge, sexe, taille d'agglomération et PCS de la personne de référence

1ère 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=3 957)

Dans cet échantillon, on recense 831 personnes non équipées en internet à domicile (573 contactées par téléphone et 258 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 ont donc été ajoutés deux nouveaux 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 le niveau d'équipement en numérique (en prenant en compte la proportion mesurée en population générale de personnes éloignées du numérique).

2ème phase de redressement

Un échantillon représentatif des 12-17 ans a été constitué. Cette année, pour l'échantillon des 15-17 ans provenant de l'enquête CDV, la question de la CSP du chef de famille n'a pas été posée. Cette information n'a donc pu être utilisée pour le redressement des 15-17 ans. Pour pallier le manque d'information sur la CSP du chef de famille pour les 15-17 ans, une nouvelle variable de redressement a été ajoutée : le type de logement. En effet, suite à un premier redressement avec les variables classiques (âge x sexe, PCS de la personne de référence pour les 12-14 ans et taille d'agglomération), nous nous sommes aperçus de la sous-représentation des personnes vivant en logement individuel. In fine, l'échantillon a donc été redressé grâce aux critères suivants : âge x sexe, PCS de la personne de référence pour les 12-14 ans, taille d'agglomération et type de logement (n=227)

3ème phase de redressement

Les deux échantillons ont été fusionnés (à due proportion de leurs poids respectifs) pour fournir un échantillon représentatif de la population de 12 ans et plus résidant en France métropolitaine (n=4 184)

Des changements dans les indicateurs recueillis concernant l'usage quotidien d'internet : un probable effet du changement de mode de recueil

Chaque démarche scientifique se doit de porter un regard critique sur ses résultats obtenus. Chaque protocole d'études, en sciences sociales, comme dans les autres disciplines a des effets sur les mesures que le chercheur cherche à repérer, notamment par diverses analyses et comparaisons⁹⁹. Parmi les différents effets largement documentés concernant les enquêtes par sondage, on pourra évoquer les répercussions de la possibilité de recourir ou non à une base de sondage exhaustive, des choix d'échantillonnage, du questionnaire (ordonnancement des questions, formulation, etc.). Parmi ces différentes dimensions figure le mode de recueil. Aucun mode de recueil n'est exempt de défauts¹⁰⁰, citons par exemple pour le face à face, la présence de plus en plus fréquente de digicodes limitant l'accès des enquêteurs aux domiciles, la mauvaise représentation des personnes résidant dans le rural profond en liaison avec les coûts de déplacement des enquêteurs, ou l'attitude plus confiante en autrui des personnes interrogées en face à face qui « prennent le risque » d'ouvrir leurs portes à des enquêtés¹⁰¹.

Une partie importante du baromètre du numérique est, depuis 2020, en liaison avec la contrainte du contexte pandémique, réalisée en ligne. Ce mode de recueil présente la caractéristique **d'être auto-administré. L'enquêteur est absent**, il ne peut pas jouer un rôle dans le processus d'enquête, que celui-ci soit positif ou négatif. Il n'est pas là pour motiver les personnes interrogées, pour éventuellement clarifier certaines questions ou **relancer si une réponse lui paraît mal comprise, au regard des autres réponses données dans le questionnaire.**

Nous interrogeons depuis de nombreuses années la population sur sa fréquence de connexion à internet avec la question suivante :

*A quelle fréquence **vous connectez-vous**, vous-même, à internet, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile ?*

(Enumérez - Une seule réponse)

. Tous les jours	1
. Une à deux fois par semaine	2
. Plus rarement	3
. Jamais	4
. Ne sait pas	5

En 2020, toujours avec cette formulation de question, nous observions **une baisse de la fréquence de connexion quotidienne chez les 18-24 ans, étonnante** au regard du contexte pandémique, et des autres indicateurs de l'enquête convergeant vers une **amplification des pratiques numériques**. Nous avons alors posé l'hypothèse d'un problème de compréhension/interprétation de la formulation de la question, n'ayant pas pu être clarifiée par l'aide de l'enquêteur. « *Comment expliquer cette baisse chez les 18-24 ans (presque 20 points de moins) et, dans une moindre mesure, chez les 25-39 ans ? Est-ce que dorénavant ils n'éteignent jamais leur ordinateur ou leur tablette et considèrent donc qu'ils sont connectés en permanence, sans avoir besoin de se connecter chaque jour ?* »

⁹⁹ « VI / Produire une analyse comparée des données », dans : Cécile Vigour éd., *La comparaison dans les sciences sociales. Pratiques et méthodes*. Paris, La Découverte, « Repères », 2005, p. 223-298. URL : <https://www.cairn.info/la-comparaison-dans-les-sciences-sociales--9782707143044-page-223.htm>

¹⁰⁰ Voir par exemple Séminaire Sciences po, Les sciences sociales en question : grandes controverses épistémologiques et méthodologiques, Sandra Hoibian, Compte-rendu de la 56e séance Peut-on se fier aux enquêtes en ligne ?, 4 octobre 2021, <https://www.sciencespo.fr/cei/fr/content/les-sciences-sociales-en-question-grandes-controverses-epistemologiques-et-methodologiques-1.html>

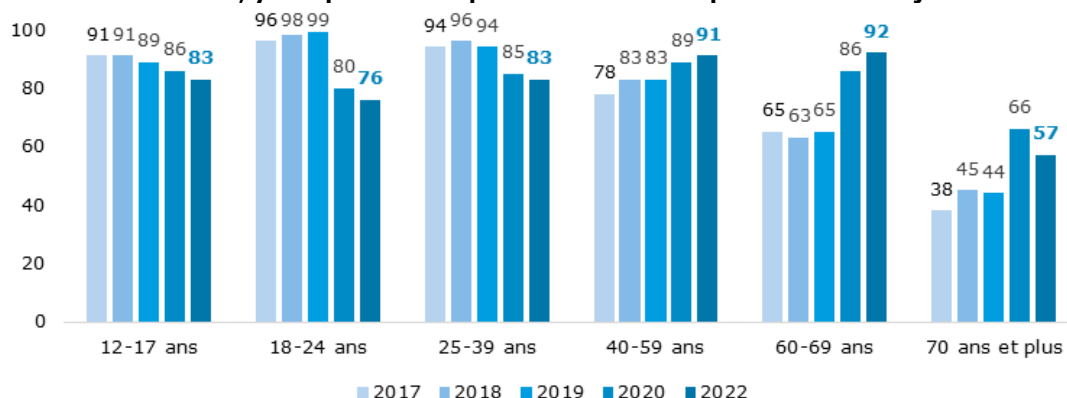
¹⁰¹ Nonna Mayer, Guy Michelat, Vincent Tiberj, Tommaso Vitale. Évolution et structures des préjugés : Le regard des chercheurs - Chapitre II.I. Questions de méthode. La lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie. Année 2019, La Documentation française, pp.33-45, 2020. fahal02978125f

Aussi, cette année, la formulation de la question a été modifiée pour faire disparaître cette notion de « connexion » et pour devenir « *A quelle fréquence **utilisez-vous** internet, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile ?* »

L'édition 2022 comptabilise à nouveau moins de huit personnes sur dix chez les 18-24 ans qui indiquent utiliser internet tous les jours, quand la proportion est de 92% chez les 60-69 ans, et ceci malgré le changement de formulation. La rupture de la série semble donc imputable au changement de mode de recueil en 2020. Le résultat est d'autant plus étonnant, que la méthode de recueil en ligne aurait pu, logiquement, plutôt amplifier la proportion de personnes se connectant tous les jours... L'absence de relance de l'enquêteur influe, probablement, sur cet indicateur chez les jeunes.

L'usage « d'internet » est-il compris désormais par les jeunes générations comme la consultation de sites internet, sans penser par exemple aux usages via des applications ? La conscience de l'usage d'internet s'affadit-elle tant le web est désormais au cœur de quasi tous les usages ?

Graphique 220 – « A quelle fréquence utilisez-vous internet, quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile ? » réponse « tous les jours »

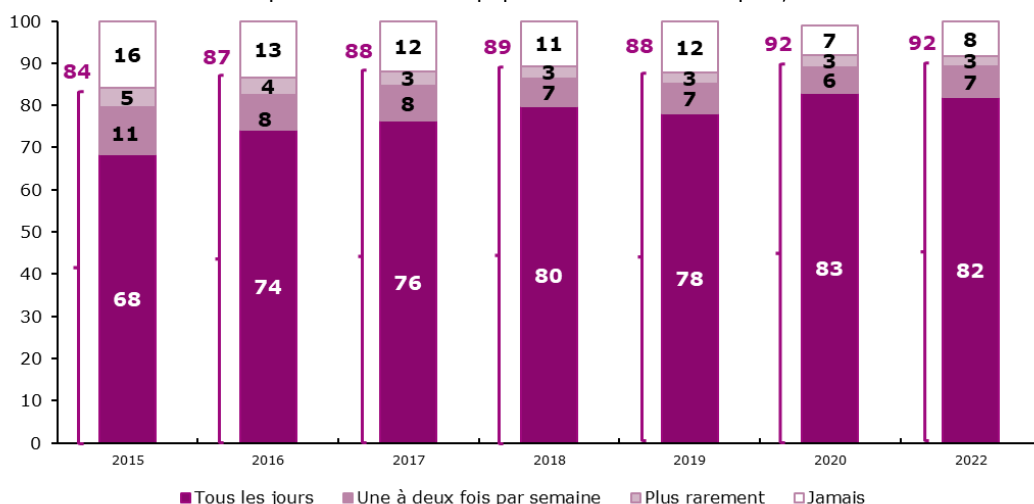


Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

L'indicateur semblant donc sujet à caution, nous nous bornerons à délivrer les résultats sans les commenter (Graphique 221).

Graphique 221 – À quelle fréquence vous connectez-vous à 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 % -



Source : CREDOC, Baromètre du numérique.

Tableau 90 – Fréquence de connexion à internet, selon les principaux descripteurs sociodémographiques

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus -

		Internaute	Tous les jours	Une à deux fois par semaine	Plus rarement	Jamais	Total
Sexe	Homme	94%	82%	9%	3%	6%	100%
	Femme	90%	82%	6%	2%	10%	100%
Âge	12-17 ans	98%	83%	13%	2%	2%	100%
	18-24 ans	99%	76%	16%	6%	1%	100%
	25-39 ans	97%	83%	12%	3%	3%	100%
	40-59 ans	98%	91%	5%	3%	2%	100%
	60-69 ans	96%	92%	3%	1%	4%	100%
	70 ans et plus	63%	57%	4%	2%	36%	100%
Nombre de personnes dans le logement	Une personne	79%	71%	5%	3%	21%	100%
	Deux personnes	91%	83%	6%	3%	9%	100%
	Trois personnes	97%	87%	10%	1%	3%	100%
	Quatre personnes	99%	85%	11%	3%	1%	100%
	Cinq personnes et plus	98%	87%	7%	4%	2%	100%
Diplôme	Non diplômé	63%	50%	9%	4%	37%	100%
	BEPC	92%	84%	5%	3%	8%	100%
	BAC	97%	88%	7%	2%	3%	100%
	Diplômé du supérieur	97%	87%	8%	2%	2%	100%
	12-17 ans	98%	83%	13%	2%	2%	100%
Profession catégorie sociale	Agri. exploitant, artisan, chef entreprise	95%	70%	19%	6%	5%	100%
	Cadre, prof. intellectuelle sup.	99%	86%	10%	2%	1%	100%
	Profession Intermédiaire	99%	89%	6%	3%	1%	100%
	Employé	98%	89%	7%	2%	2%	100%
	Ouvrier	96%	87%	7%	3%	4%	100%
	Personne au foyer	94%	86%	6%	2%	6%	100%
	Retraité	75%	70%	4%	1%	24%	100%
	Autre inactif	98%	83%	11%	3%	2%	100%
	Niveau de vie	Bas revenus	90%	78%	9%	3%	10%
Classes moyennes inférieures		94%	83%	8%	3%	6%	100%
Classes moyennes supérieures		98%	89%	7%	2%	2%	100%
Hauts revenus		97%	90%	6%	2%	3%	100%
Taille d'agglomération	Communes rurales	80%	71%	6%	3%	20%	100%
	2 000 à 20 000 hab.	89%	83%	5%	1%	11%	100%
	20 000 à 100 000 hab.	96%	86%	7%	3%	4%	100%
	Plus de 100 000 hab.	97%	88%	7%	2%	3%	100%
	Agglomération parisienne	97%	81%	13%	4%	3%	100%
Ensemble de la population	92%	82%	7%	3%	8%	100%	

Source : CREDOC, Baromètre du numérique.


Les pourcentages en bleu 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.

Exemple de lecture : 98% des 40-59 ans sont des internautes et 91% sont des internautes quotidiens, contre respectivement 92% et 82% de l'ensemble de la population en moyenne.

**Annexe 3 : libellé des questions insérées dans l'enquête
Conditions de vie et aspirations des Français, juin 2022**

Enquête sur la diffusion du numérique 2022 :

Questionnaire CAWI 15 ANS ET PLUS

Les questions non posées aux éloignés du numérique sont signalées par un logo 

[Si SITUEMP = 1 ou 2] * CGE * TELETRA3 (TELETRA2 à reconstituer)
NEW

A quelle fréquence, en moyenne, télétravaillez-vous ?

(Une seule réponse)

- . Tout le temps ou presque 1
- . Trois jours par semaine 2
- . Deux jours par semaine 3
- . Un jour par semaine 4
- . Moins souvent 5
- . Jamais 6

[Si SITUEMP = 1 ou 2] * CGE * TELTRA3
NEW

Et, dans l'idéal, vous souhaiteriez être en télétravail ...

(Une seule réponse)

- . Tout le temps ou presque 1
- . Trois jours par semaine 2
- . Deux jours par semaine 3
- . Un jour par semaine 4
- . Moins souvent 5
- . Jamais 6

[A tous] * CGE * TTPERSO - T
NEW

Diriez-vous que le télétravail a plutôt un impact positif ou négatif sur ...

(Une réponse par ligne)

- . [Si TELETRA3 = 1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5] Sur votre vie personnelle ? [Si TELETRA3 = 1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5] Sur votre vie professionnelle ? [Si TELETRA3 = 1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5] Sur votre vie personnelle ? [Si TELETRA3 = 1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5] Sur votre vie professionnelle ?

	Un impact positif	Un impact négatif	Ne sait pas
[Si TELETRA3 = 1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5] Sur votre vie personnelle ?	1	2	3
[Si TELETRA3 = 1 ou 2 ou 3 ou 4 ou 5] Sur votre vie professionnelle ?	1	2	3

[Si SITUEMP = 1 ou 2] * CGE * TIC
PRIN2013 (seuls salariés)

Vous arrive-t-il, pour des raisons professionnelles, d'utiliser les outils numériques, en dehors de vos horaires et lieux de travail habituels, c'est-à-dire le soir, le week-end, en vacances, dans les transports, à domicile, etc. ?

- . Oui régulièrement 1
- . Oui, de temps en temps 2
- . Non, jamais 3
- . Ne sait pas 4



c) [A tous] * AR
d) BARONUM21

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

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3

e) [A tous] * AR
f) BARONUM21 NEW TABLET2

Disposez-vous à votre domicile d'au moins ?

(Une réponse par ligne)

	Un	Plusieurs	Aucun	Nsp
. Un ordinateur personnel ou 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 MICRO = 1 OU 2 ALORS MICRO2 = 1 SINON MICRO2 = 2]

g) [A tous] * AR
h) NEW

Disposez-vous personnellement...

(Une réponse par ligne)

	Acheté neuf	Acquis d'occasion ou reconditionné	Non, je n'en possède pas
. D'un smartphone	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]
 [créer SMARTPHO et SMARTDET]

[Si MICRO = 1 ou 2 OU TABLETTE = 1 OU PTSMART2= 1 ou 2] * Arcom * ACCESS1 à AC

Avez-vous déjà utilisé les fonctionnalités suivantes sur votre ordinateur, smartphone ou tablette ?

(Rotation des items)

	Tous les jours ou presque	Une à deux fois par semaine	Plus rarement	Jamais	Ne sait pas
L'audiodescription ou l'énonciation du contenu	1	2	3	4	5
La fonction de zoom permettant d'agrandir l'écran	1	2	3	4	5
Le réglage de la taille de la police	1	2	3	4	5
L'inversion des couleurs de l'écran	1	2	3	4	5
L'augmentation du contraste	1	2	3	4	5
Le réglage de la luminosité de l'écran	1	2	3	4	5
Les commandes vocales (les assistants vocaux comme Siri, Alexa, ou OK Google par exemple)	1	2	3	4	5



i) [Si TELMOB=1] * AR
 j) BARONUM21

Quel est votre opérateur de téléphonie mobile à titre personnel ?

- . SFR, RED 1
- . Orange, Sosh 2
- . Bouygues Télécom, B&you 3
- . Free Mobile 4
- . Un autre opérateur de téléphonie mobile, précisez : _____ 5
- . Ne sait pas 6

k) [Si TELMOB = 1] * AR
 l) NEW

A quelle fréquence téléphonez-vous depuis votre téléphone mobile ...

(Une réponse par ligne – Rotation aléatoire)

	Tous les jours ou presque	Plusieurs fois par semaine	Moins d'une fois par semaine	Jamais	Ne sait pas
. Avec le téléphone à l'oreille ?	1	2	3	4	5
. Avec le téléphone en haut-parleur ?.....	1	2	3	4	5
. Avec un kit mains libres, des écouteurs filaires ?	1	2	3	4	5
. Avec des écouteurs sans fil connectés en Bluetooth ?	1	2	3	4	5

m) [Si TELMOB=1] * AR
 n) NEW

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. (cela ne consomme pas le forfait SMS de votre abonnement mobile mais passe par internet) ?.....	1	2	3	4	5
. Pour téléphoner via des applications de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc. (cela ne consomme pas le forfait téléphone de votre abonnement mobile mais passe par internet) ?.....	1	2	3	4	5
. Pour télécharger des applications gratuites ou payantes sur votre smartphone	1	2	3	4	5

o) [Si TELMOB = 1] pour SATIS1 * AR
 p) [Si TELMOB=1 et si FRQINTER <4] pour les
 suivantes]
 q) NEW

Lorsque vous utilisez LES RESEAUX MOBILES (2G/3G/4G/5G) sur votre téléphone mobile, s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction concernant les usages suivants ?

(Une réponse par ligne – aléa SAUF ligne 1 toujours en tête)

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	Je n'utilise pas ce service
. Passer un appel vocal	1	2	3	4	5
. Envoyer et recevoir des messages (SMS, MMS, messageries instantanées de type WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc.	1	2	3	4	5
. Naviguer sur le web et utiliser des applications (email, e-administration, banque en ligne, espaces clients, e-commerce, presse...)	1	2	3	4	5
. Participer à un appel vidéo ou une visioconférence	1	2	3	4	5
. Publier du contenu en ligne (photo, vidéo, autres fichiers volumineux, sur les réseaux sociaux ou services de transfert de fichiers).....	1	2	3	4	5
. Regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming	1	2	3	4	5
. Jouer en ligne à des jeux interactifs	1	2	3	4	5

r) [Si SATIS1 = 1 ou 2 ou 3 ou 4] * AR
 s) NEW

Lorsque vous passez des appels téléphoniques DEPUIS LES RESEAUX MOBILES (2G/3G/4G/5G), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ?

(Une réponse par ligne – aléa des 4 blocs)

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	Je ne suis jamais dans cette situation
. A l'intérieur de votre résidence principale	1	2	3	4	5
. A l'extérieur, autour de votre résidence principale.....	1	2	3	4	5
. Dans les transports publics pour les trajets de courte distance (métro, TER, bus, etc.)	1	2	3	4	5
. Dans les transports publics pour les trajets longue distance (Car, train)	1	2	3	4	5
. En voiture, pour les trajets de courte distance.....	1	2	3	4	5
. En voiture, pour les trajets longue distance par exemple pour les départs en vacances	1	2	3	4	5
. [Si SITUEMP = 1 ou 2] A l'intérieur, sur votre lieu de travail ..	1	2	3	4	5
. [Si SITUEMP = 1 ou 2] A l'extérieur, autour de votre lieu de travail	1	2	3	4	5





**t)
u)** [Si au moins un usage de SATIS2 à SATIS7] * AR
NEW

Lorsque vous utilisez internet DEPUIS LES RESEAUX MOBILES (Naviguer sur le web, utiliser des applications, participer à un appel vidéo ou visio conférence, publier du contenu en ligne, regarder des vidéos, écouter de la musique ou la radio en streaming, jouer en ligne à des jeux interactifs), s'agissant de la QUALITE DE SERVICE, quel est votre niveau de satisfaction dans les situations suivantes ?

(Une réponse par ligne – conserver l'aléa)

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	Je ne suis jamais dans cette situation
. A l'intérieur de votre résidence principale	1	2	3	4	5
. A l'extérieur, autour de votre résidence principale	1	2	3	4	5
. Dans les transports publics pour les trajets de courte distance (métro, TER, bus, etc.)	1	2	3	4	5
. Dans les transports publics pour les trajets longue distance (Car, train)	1	2	3	4	5
. En voiture, pour les trajets de courte distance.....	1	2	3	4	5
. En voiture, pour les trajets longue distance par exemple pour les départs en vacances	1	2	3	4	5
. [Si SITUEMP = 1 ou 2] A l'intérieur, sur votre lieu de travail ..	1	2	3	4	5
. [Si SITUEMP = 1 ou 2] A l'extérieur, autour de votre lieu de travail	1	2	3	4	5

**v)
w)** [A tous] * AR
BARONUM21

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

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3



**x)
y)** [Si INTERNET=1] * AR
BARONUM21

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



**z)
aa)
bb)** [Si INTERNET=1] * AR
[Si OPEWEB2 = 1 ou 2, filtrer modalité 2]
BARONUM21

Est-ce une connexion ...

(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 4
- . Ne sait pas 5

cc) [Voir détail ci-dessous] * AR
dd) NEW ORDIETHE – PRIN2014 ORDIWIFI

Vous connectez-vous à internet à votre domicile par les moyens suivants ?

(Une réponse par ligne)



[Si INTERNET = 1]

. Avec un ordinateur par une connexion fixe, branché avec un câble Ethernet ?

	Oui	Non	Nsp
. Avec un ordinateur par une connexion fixe, branché avec un câble Ethernet ?	1	2	2
. Avec un ordinateur en utilisant le réseau Wi-Fi de la connexion fixe ?	1	2	2
. Avec un téléphone mobile ou une tablette tactile en utilisant le réseau Wi-Fi de la connexion fixe ?	1	2	2
. Avec un ordinateur, un téléphone mobile ou une tablette tactile sur un réseau mobile (2G/3G/4G/5G) ?	1	2	2



[Si INTERNET = 1]

. Avec un ordinateur en utilisant le réseau Wi-Fi de la connexion fixe ?



[Si TELMOB = 1 or TABLETTE = 1]

. Avec un téléphone mobile ou une tablette tactile en utilisant le réseau Wi-Fi de la connexion fixe ?

[Si TELMOB = 1 or TABLETTE = 1 or MICRO = 1 ou 2]

. Avec un ordinateur, un téléphone mobile ou une tablette tactile sur un réseau mobile (2G/3G/4G/5G) ?

ee) [Si INTERNET =1] * AR
ff) NEW

Lorsque vous utilisez LES RESEAUX FIXES à domicile, quel est votre niveau de satisfaction concernant les usages suivants ?

(Une réponse par ligne)

- . Passer un appel vocal depuis votre téléphone fixe ..
- . Regarder ou télécharger des films, des vidéos ou des séries sur internet
- . Participer à un appel vidéo ou une visioconférence ..

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	Je n'utilise pas ce service
. Passer un appel vocal depuis votre téléphone fixe ..	1	2	3	4	5
. Regarder ou télécharger des films, des vidéos ou des séries sur internet	1	2	3	4	5
. Participer à un appel vidéo ou une visioconférence ..	1	2	3	4	5

gg) [A tous] * AR
hh) BARONUM21

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, Salto, etc. ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3

ii) [A tous] * AR
jj) BARONUM21

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

- . Oui, une seule 1
- . Oui, plusieurs 2
- . Non 3
- . Ne sait pas 4

kk) [A tous] * AR
ll) BARONUM21

En dehors des téléphones, enceintes, télévisions et consoles de jeux, avez-vous à votre 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

mm) [A tous] * AR
BARONUM21 **FREQFIXE -FREQMOB - FREQ**

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 smartphone	1	2	3	4	5
. Une enceinte connectée avec assistant vocal de type Google Home, Amazon Echo/Alexa, Apple homepod	1	2	3	4	5

[A tous] * CGE * FRB
BARONUM21

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
- . *Ne sait pas* 5

nn) [Si FREQTOT < 4] * AR
oo) BARONUM21

Quel équipement utilisez-vous le plus souvent pour vous connecter à internet ?

(Une seule réponse)

- . Un smartphone 1
- . Un ordinateur 2
- . Une tablette 3
- . Une télévision 4
- . *Ne sait pas* 5



[Si FREQTOT < 4] * CGE * CC
NEW

Régulièrement, les sites internet demandent à leurs usagers de paramétrer les cookies. Vous, personnellement, vous acceptez les cookies ...

- . Systématiquement 1
- . Régulièrement 2
- . Le moins souvent possible 3
- . Jamais 4
- . Ne sait pas 5



[Si FREQTOT < 4 ou si SMARTPHO=1] * CGE * RECOFACE - RECO
NEW

Pour déverrouiller votre téléphone ou accéder à certains services, utilisez-vous ...

	Oui	Non	Nsp
. La reconnaissance faciale ?	1	2	3
. La reconnaissance par empreinte digitale ?	1	2	3

[Si FREQTOT < 4] * CGE * US_JOB - US_ADMI - US_ACHAT - US_F
BARONUM21

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

	Oui	Non
. Rechercher des offres d'emploi	1	2
. Accomplir une démarche administrative	1	2
. Effectuer des achats	1	2
. Participer à des sites de réseaux sociaux	1	2
. Passer un appel vidéo ou participer à une visio-conférence	1	2

[Si FREQTOT < 4] * Arcom * CGU
NEW

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.) ?

- . Oui, au moins une fois..... 1
- . Non, jamais 2
- . Ne sait pas / Ne répond pas 3

[Si CGUFACEB = Oui] * Arcom * OPICGU1 - OP
NEW

Avez-vous trouvé ces conditions générales d'utilisation (CGU) :

(Une réponse par ligne)

	Oui	Non	Nsp
Facilement accessibles	1	2	3
Aisément compréhensibles	1	2	3



[Si FREQTOT < 4] * Arcom * **SI**
NEW

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 ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas / Ne répond pas 3

[Si SIGNAL = 1] * Arcom * **OPISIGN1 à OPIS**
NEW

Avez-vous trouvé ce dispositif de signalement ...

(Une réponse par ligne) – Rotation aléatoire des items

	Oui	Non	Nsp
Facilement accessible	1	2	3
Aisément compréhensible	1	2	3
Simple d'utilisation	1	2	3

[Si FREQTOT<4] * CGE * **PLATFO1 – PLATFO2 – PL**
NEW

Il existe, sur internet, de plus en plus de plateformes en ligne (par exemple DELIVEROO, UBER ou AIRBNB) qui permettent à l'utilisateur d'accéder à une offre de biens et de services sans s'adresser directement au professionnel qui va prendre en charge ce service. Vous, personnellement, pour les services suivants, vous recourez le plus souvent ?

(Une réponse par ligne)

	A une plateforme en ligne	Directement au professionnel	Je n'utilise pas ce type de service	Nsp
. Pour commander un repas	1	2	3	4
. Pour réserver un taxi ou une voiture avec chauffeur (VTC)	1	2	3	4
. Pour réserver un hébergement, un hôtel	1	2	3	4

pp) **[Si US_ACHAT = 1]** * AR
qq) **BARONUM21**

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



rr) [Si FREQACHA < 5] * AR
 ss) BARONUM21

Quel mode de livraison avez-vous le plus fréquemment utilisé au cours des 12 derniers mois ?

*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)*

- . A domicile 1
- . En points relais 2
- . En magasin 3
- . En bureau de poste 4
- . En consigne à colis automatique (lockers) 5
- . Sur le lieu de travail 6
- . Ne sait pas 7

tt) [Si FREQACHA < 5] * AR
 uu) NEW

Quel opérateur de colis vous livre le plus fréquemment ?

(Une seule réponse – Rotation aléatoire des items)

- . La Poste, Chronopost, DPD 1
- . Fedex 2
- . Mondial Relay 3
- . Colis Privé 4
- . Amazon 5
- . UPS 6
- . Autre : précisez..... 7
- . Ne sait pas 8

vv) [Si FREQACHA < 5] * AR
 ww) NEW

Toujours pour vos achats en ligne de biens uniquement, ces 12 derniers mois, hors achats alimentaires, indiquez-si vous êtes d'accord ou pas avec les différentes affirmations suivantes :

Nous parlons toujours 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 réponse par ligne – rotation aléatoire sauf dernière ligne)

	Tout-à-fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
. Les colis arrivent dans les délais prévus	1	2	3	4
. Les colis arrivent en bon état, sans dégradation	1	2	3	4
. Les colis sont livrés à la bonne adresse et à la bonne personne	1	2	3	4
. Vous êtes globalement satisfait de la livraison de vos colis	1	2	3	4

xx) [Si FREQACHA < 5] * AR
 yy) NEW

EN DEHORS DU PRIX de livraison, parmi les critères suivants, lequel est le plus important pour vous dans le cadre de la livraison de vos achats en ligne ?

Nous parlons toujours 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 – rotation des items)

- . La rapidité de livraison 1
- . La certitude d'être livré dans les délais annoncés 2
- . La possibilité de choisir le jour et/ou le créneau horaire de la livraison 3
- . Les modalités de retour 4
- . Ne sait pas 5

zz) [Si FREQACHA < 5] * AR
 aaa) NEW

Toujours pour vos achats en ligne, pensez-vous être suffisamment informé - avant de finaliser votre commande - en ce qui concerne :

Nous parlons toujours 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 réponse par ligne – Rotation des items)

	Oui, je suis suffisamment informé	Non, je ne le suis pas	Ne sait pas
. L'identité de l'opérateur de colis (La Poste, Chronopost, UPS, FedEx, DHL, Mondial Relay, etc.)	1	2	3
. Les délais de livraison du colis	1	2	3
. Les modalités de retour de vos achats	1	2	3



[A tous] * CGE * CONFWEB – CONFFACE - CONF
 PRIN2017

On trouve, sur internet, une grande quantité d'informations. Avez-vous confiance dans ... ?

(Une réponse par ligne)

	Très confiance	Assez confiance	Peu confiance	Pas du tout confiance	Ne sait pas
. Les notes, les évaluations ou les commentaires laissés par des particuliers sur les hôtels, les restaurants, les produits qu'on peut prêter, acheter ou louer en ligne	1	2	3	4	5
. Les informations relayées sur les réseaux sociaux	1	2	3	4	5
. La façon dont les moteurs de recherche et les plateformes en ligne sélectionnent les informations qu'ils vous présentent	1	2	3	4	5



bbb) [A tous] * AR
 ccc) PRIN2019

Certains équipements peuvent s'avérer plus ou moins utiles. Vous, personnellement, comment qualifieriez-vous les équipements et modalités d'accès à internet suivants :

(Une réponse par ligne)

	Très utile	Assez utile	Peu utile	Pas du tout utile	Ne sait pas
. Ordinateur, qu'il soit personnel.....	1	2	3	4	5
. Smartphone	1	2	3	4	5
. Tablette	1	2	3	4	5
. Téléphone fixe	1	2	3	4	5
. Accès à internet fixe	1	2	3	4	5
. Accès à internet mobile	1	2	3	4	5

[Si FREQTOT < 4] * CGE * MIS
PRIN2016

Combien de temps pouvez-vous vous passer d'internet sans que ça vous manque ?

(Une seule réponse)

- . 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 FREQTOT < 4] * CGE * MISSWEB1-MISS
PRIN2016

Quels sont les deux services d'internet dont vous auriez le plus de mal à vous passer ? En premier, et en second ?

(Classez les deux réponses)

- | | 1er choix | 2nd choix |
|--|-----------|-----------|
| . Les e-mails, courriels | 1 | 1 |
| . Les démarches administratives | 2 | 2 |
| . Les jeux vidéo | 3 | 3 |
| . Les films, les vidéos sur internet | 4 | 4 |
| . Les réseaux sociaux | 5 | 5 |
| . Les sites d'information, d'actualités | 6 | 6 |
| . Les achats | 7 | 7 |
| . Les échanges instantanés : WhatsApp, Snapchat, Messenger, | 8 | 8 |
| . Ne sait pas | 9 | 9 |

[A tous] * CGE * WEBA
PRIN2014

Pensez-vous avoir été victime d'un accès indésirable par internet à vos données personnelles, que ce soit par une intrusion directe via internet sur votre ordinateur, votre tablette ou votre smartphone, ou indirectement auprès d'entreprises qui disposent de données sur vous (votre opérateur internet, un site internet marchand, etc.) ?

- . Oui, c'est sûr 1
- . Oui, c'est probable 2
- . Non, c'est peu probable 3
- . Non, ce n'est pas possible 4
- . Ne sait pas 5

[A tous] * CGE * PRO
PRIN2014

Faites-vous attention à protéger vos données personnelles, par exemple avec un mot de passe, en les rangeant en dehors de toute connexion à internet, en installant un pare-feu ou un logiciel de sécurité, etc.

- . Oui et je suis très vigilant 1
- . Oui, j'y pense de temps en temps 2
- . Non 3
- . Ne sait pas 4



[Si FREQTOT<4] * Arcom * PROTEC1 à PRO
NEW

Avez-vous réalisé les actions suivantes pour protéger votre navigation sur internet ou améliorer votre expérience de navigation ?

(Une réponse par ligne - Rotation des items)

	Oui	Non
Installer un logiciel de sécurité (antivirus, un pare-feu etc.) sur un de vos appareils	1	2
Installer un bloqueur de publicité ou « adblocker », c'est-à-dire un logiciel qui bloque l'apparition de publicités dans votre navigateur	1	2
Installer des outils pour protéger votre navigation (informations personnelles, paiements en ligne, exécution de scripts douteux...) dans votre navigateur comme par exemple : Avast SafeZone, Ghostery	1	2
Choisir votre matériel (ordinateur, smartphone, tablette...) de façon à privilégier un système d'exploitation plus sécurisé	1	2

[A tous] * Arcom * TYP
NEW

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) ?

. Via internet (en IP)	1
. Via un réseau hertzien (FM ou radio numérique terrestre dite aussi DAB+)	2
. Ni l'un ni l'autre : vous n'écoutez jamais la radio ou des contenus audio	3
. <i>Ne sait pas</i>	4

[Si consommation en IP (TYPRADIO = 1)] * Arcom * RADIOIP1 - RAD
NEW

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 ?

(Rotation aléatoire des items)

	En 1er	En 2ème
. J'apprécie de pouvoir écouter ce dont j'ai envie, quand j'ai envie	1	1
. J'apprécie la diversité des contenus et des programmes proposés.....	2	2
. J'apprécie la qualité d'écoute (meilleur son, pas de perte de réseau ...).....	3	3
. J'ai pris l'habitude	4	4
. Je n'ai pas vraiment le choix : je n'ai pas de lecteur FM/DAB+ ou je n'en ai plus	5	5
. Je n'ai pas vraiment le choix : c'est le seul réseau auquel mon terminal me donne accès lors de mes moments d'écoute	6	6

[Si consommation en FM (TYPRADIO = 2)] * Arcom * RADIOFM1 - RAD
NEW

Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux que vous écoutiez la radio et des contenus audio plutôt via un réseau hertzien (FM ou radio numérique terrestre dite aussi DAB+) ? En premier ? En deuxième ?

	En 1er	En 2ème
. Je suis satisfait de ce réseau, qui convient à mes besoins	1	1
. J'ai gardé l'habitude	2	2
. Je n'ai pas vraiment le choix : je n'ai pas d'accès internet, ou un accès de mauvaise qualité	3	3
. Je n'ai pas vraiment le choix : je ne sais pas comment écouter la radio via internet	4	4
. <i>Ne sait pas, non réponse</i>	5	5

Disposez-vous d'un lecteur de contenus audios via internet (lecteur IP) ?

- . Oui 1
- . Non, je n'ai pas de lecteur radio via internet, et cela me convient 2
- . Non, je n'ai pas de lecteur radio via internet, mais j'aimerais bien essayer 3
- . Je ne sais pas si j'ai un tel lecteur 4

ddd) [A tous] * AR
 eee) Baronum21 + NEW NBTIC6 et NBTIC7

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/smartphones
- . Téléviseurs
- . Tablettes
- . Consoles de jeu portables
- . Ordinateur portable / moniteur d'ordinateur fixe
- . Montre ou bracelet connecté

fff) [A tous] * AR
 ggg) Baronum21 + NEW NBOLD6 et NBOLD7

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/smartphones
- . Téléviseurs
- . Tablettes
- . Consoles de jeu portables
- . Ordinateur portable / moniteur d'ordinateur fixe
- . Montre ou bracelet connecté

hhh) [Si NBTIC2 >0] * AR
 iii) NEW

Votre poste de télévision PRINCIPAL [si NBTIC2>1] a-t-il été acquis ?

(Une seule réponse)

- . Neuf 1
- . D'occasion ou reconditionné 2
- . Ne sait pas 3

jjj) [Si NBTIC2 >0] * AR
 kkk) NEW

Depuis combien de temps détenez-vous ce poste de télévision PRINCIPAL [si NBTIC2>1] ?

(Une seule réponse)

- . Moins deux ans 1
- . Entre deux et quatre ans 2
- . Entre cinq et sept ans 3
- . Entre huit et neuf ans 4
- . Entre dix et quinze ans 5
- . Plus de quinze ans 6
- . Ne sait pas 7



III) [Si NBTIC2 >0] * AR
mmm) NEW

La dernière fois que vous avez renouvelé votre téléviseur, l'ancien téléviseur ...

(Une seule réponse)

- . N'était plus du tout utilisable / ne fonctionnait plus 1
- . Ne fonctionnait plus correctement (écran rayé, écran cassé, etc.) 2
- . Fonctionnait correctement 3
- . Je n'ai jamais renouvelé ma télévision, c'est le PREMIER POSTE DE TELEVISION que je possède 4
- . Ne sait pas, non réponse 5

nnn) [Si ETATTV = 2 ou 3] * AR
ooo) NEW

La dernière fois que vous avez renouvelé votre téléviseur, vous l'avez fait parce que ...

(Une seule réponse)

- . Vous avez eu une opportunité d'achat (offre promotionnelle) 1
- . On vous en a offert ou donné un 2
- . Vous souhaitez changer pour une télévision connectée (Smart TV) ou offrant une meilleure qualité d'image (UHD 4K ou 8k, Dolby Vision, HDR) ou avec un écran plus grand par exemple 3
- . Vous souhaitez changer pour une autre raison 4
- . Ne sait pas, non réponse 5

ppp) [Si ETATTV = 1 ou 2 ou 3] * AR
qqq) NEW

Qu'avez-vous fait de votre précédent téléviseur ?

- . Je l'ai gardé 1
- . Je l'ai donné ou vendu à quelqu'un de mon entourage proche ou 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 une déchèterie 5
- . Je l'ai jeté dans une poubelle classique 6
- . Ne sait pas 7

rrr) [Si TVDET=1] * AR
sss) NEW

Pourquoi avez-vous gardé votre précédent poste de télévision ?

- . Vous l'avez gardé pour vous en servir comme un deuxième poste 1
- . Vous l'avez gardé car il peut toujours servir 2
- . Vous avez l'intention de le donner ou le vendre 3
- . Vous avez l'intention de le recycler 4
- . Vous ne savez pas quoi en faire 5
- . Ne sait pas 6

[Si NBTIC2 >0 et si INTERNET = 1] * Arcom * T
NEW

Disposez-vous, sur au moins un de vos postes de télévision, d'une réception via la box d'un fournisseur d'accès à internet ?

- . Oui 1
- . Non 2
- . Ne sait pas 3



[Si TVBOX=2] * Arcom * TVNOBOX1 à TVNOBOX2]
NEW

Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous n'avez pas accès à la télévision via une box internet :

(Une réponse par ligne)

- . Je n'en vois pas l'utilité : je suis satisfait de l'offre de chaînes et de services de la TNT
- . Je ne suis pas prêt à payer pour regarder la télévision
- . Je ne sais pas si je suis éligible à ce mode de réception
- . C'est trop compliqué à installer
- . La qualité de la réception via internet n'est pas suffisante pour une réception de qualité
- . Je n'ai pas d'accès à internet au sein de mon foyer

Oui	Non	Nsp
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3



[Si TVBOX=1] * Arcom * TVBOX1 à TVNOBOX1]
NEW

Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous avez choisi de connecter au moins l'un de vos téléviseurs à internet via une box :

(Une réponse par ligne)

- . J'apprécie la qualité de la réception (meilleure image, pas de coupure ...)
- . J'apprécie la diversité des services proposés comme l'accès à la télévision de rattrapage, le contrôle du direct, la possibilité d'accéder à des services additionnels
- . Ça me permet d'avoir accès à des abonnements de vidéos à la demande (Netflix, OCS, Canal+, Disney+ etc.) directement sur mon téléviseur
- . Je n'ai pas eu le choix : le service de télévision était inclus dans l'offre internet
- . C'est le seul moyen, au sein de mon foyer, de recevoir la télévision (pas d'antenne, ni de satellite ...)
- . Autre, préciser : _____

Oui	Non	Nsp
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3



[Si au moins deux postes et si TVBOX=1] * Arcom *
NEW

En plus du poste de télévision avec une réception internet, disposez-vous d'au moins un autre poste de télévision disposant d'un accès à la TNT ?

- . Oui
- . Non
- . Ne sait pas

1
2
3



[Si TVTNT=1] * Arcom *
NEW

Dans la liste suivante, indiquez toutes les raisons pour lesquelles vous avez un poste de télévision avec un accès à la TNT :

(Une réponse par ligne)

- . Je n'ai pas assez de débit pour connecter plusieurs postes en même temps
- . Ça coûterait trop cher d'étendre mon accès IP à d'autres postes de télévision
- . Ça me semble compliqué d'étendre l'accès à un autre poste
- . L'offre de service et de chaînes à laquelle me permet d'accéder la connexion internet me suffit sur un seul poste

Oui	Non	Nsp
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3



[Si TVTNT=2] * Arcom * TVN
NEW

Si aucun de vos postes de télévision ne dispose d'un accès à la TNT, c'est plutôt parce que :

- . L'offre de services et de chaînes de la TNT ne vous convient pas 1
- . Vous ne pouvez pas ou ne savez pas comment y avoir accès 2
- . Ne sait pas 3



[A tous] * CGE * CASQ
NEW

Avez-vous déjà utilisé un casque de réalité virtuelle ?

(Une seule réponse)

- . Oui, vous en possédez un 1
- . Oui, mais vous n'en possédez pas 2
- . Non, mais vous avez envie d'essayer 3
- . Non, ça ne vous tente pas 4
- . Ne sait pas 5

[A tous] * CGE * JEUTEL – JEUCONS1 – JEUCONS2 – JEUORDI – JEUCASK
NEW

A quelle fréquence jouez-vous à des jeux vidéo ?

(Une réponse par ligne – rotation aléatoire)

	Souvent	De temps en temps	Jamais	Ne sait pas
. Sur un téléphone, un smartphone	1	2	3	4
. Sur un ordinateur	1	2	3	4
. Sur une console fixe	1	2	3	4
. Sur une console portable	1	2	3	4
. Avec un casque de réalité virtuelle	1	2	3	4



[Si JEUTEL = 1 ou 2 OU JEUORDI = 1 ou 2 OU JEUCONS1=1 ou 2 OU JEUCONS2= 1 ou 2 OU JEUCASK = 1 ou 2] * CGE * T
NEW

Le plus souvent ... ?

(Une seule réponse)

- . Vous jouez en ligne avec d'autres joueurs 1
- . Vous jouez seul 2
- . Ne sait pas 3

[Si JEUTEL = 1 ou 2 OU JEUORDI = 1 ou 2 OU JEUCONS1=1 ou 2 OU JEUCONS2= 1 ou 2 OU JEUCASK = 1 ou 2] * CGE * H
NEW

Au total, combien d'heures par semaine jouez-vous à des jeux vidéo sur un équipement numérique (téléphone, console fixe ou mobile, ordinateur ...) ?

			Heures par semaine
--	--	--	--------------------

Coder 0 si ne joue jamais et 999 999 si ne sait pas – maximum : 168 heures

[A tous] * CGE * HR

BARONUM21

Combien d'heures par semaine regardez-vous la télévision sur un poste de télévision ?

								Heures par semaine
--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------------

Coder 0 si ne joue jamais et 999 999 si ne sait pas – maximum : 168 heures

[A tous] * CGE * HR

Changeement de filtre – BARONUM21

Combien d'heures par semaine regardez-vous, sur internet, des vidéos, des films, des séries ou d'autres programmes audiovisuels ?

								Heures par semaine
--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------------

Coder 0 si ne joue jamais et 999 999 si ne sait pas – maximum : 168 heures

[A tous] * CGE * HR

NEW

Au total, que ce soit pour un usage personnel ou un usage professionnel, et quel que soit le lieu (domicile, études, travail, déplacements ...), combien d'heures par semaine passez-vous devant un écran (un écran de télévision, un ordinateur, une tablette, un smartphone, une console de jeux ...) ?

								Heures par semaine
--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------------

Coder 999 999 si ne sait pas - maximum : 168 heures – cohérence à vérifier



[A tous] * CGE * TM_TEL TM_SMS TM_WEB TM_M PRIN2013 TM_VIDEO TM_TALK TM_BOOK TM_GAME TM_LOOK

Lorsque vous êtes dans les transports en commun (train, bus, métro), quand vous êtes passager dans une voiture, quand vous attendez quelqu'un ou pour un rendez-vous, lorsque vous êtes dans une file d'attente, comment occupez-vous ces temps morts ?

(Rotation aléatoire)

	Souvent	De temps en temps	Jamais	Ne sait pas
Vous téléphonez	1	2	3	4
Vous envoyez des SMS ou des mails	1	2	3	4
Vous naviguez sur internet	1	2	3	4
Vous écoutez de la musique	1	2	3	4
Vous regardez des vidéos sur un téléphone mobile, une tablette, un ordinateur	1	2	3	4
Vous discutez avec les personnes qui sont autour de vous	1	2	3	4
Vous lisez un livre ou le journal au format papier	1	2	3	4
Vous jouez à des jeux vidéo sur un téléphone mobile, une tablette, une console	1	2	3	4
Vous observez ce qui vous entoure, le paysage, les gens	1	2	3	4

Parlons maintenant des difficultés qu'on peut rencontrer avec les outils informatiques et numériques

[A tous] * ANCT * DIF
PRIN2019
[Si NBPERS = 1, filtrer la modalité 3]

On peut rencontrer des difficultés quand on utilise des outils informatiques et numériques : ordinateur, internet, smartphone, tablette. Quand vous rencontrez une difficulté de ce type, que faites-vous ?

Une seule réponse - une personne au sein du foyer est une personne qui vit avec l'enquêté. Les espaces publics numériques sont des lieux ouverts à tous qui proposent un accès libre et gratuit à Internet et un accompagnement pour favoriser l'appropriation des technologies et des usages d'internet.

- . Vous arrêtez votre utilisation, vous abandonnez 1
- . Vous vous débrouillez seul 2
- . Vous demandez de l'aide à quelqu'un au sein de votre foyer 3
- . Vous demandez de l'aide à quelqu'un de votre entourage (famille, amis, voisins...) 4
- . Vous demandez de l'aide à des collègues 5
- . Vous payez quelqu'un pour vous aider 6
- . Vous vous adressez à un vendeur de matériel informatique 7
- . Vous vous adressez à un professionnel ou un bénévole présent dans un lieu public d'accès à internet (conseiller numérique France Services, espace public numérique ou multimédia, médiathèque, Espace France Services ...) 8
- . Vous n'avez pas de difficultés particulières 9
- . Vous n'utilisez jamais d'outils informatiques et numériques 10
- . Ne sait pas 11

[A tous] * ANCT * DISP
PRIN2017

Quel dispositif vous semble le plus adapté pour vous permettre de mieux maîtriser les outils numériques ?

(Énumérez - Une seule réponse)

- Une formation sur le lieu de travail 1
- Un accompagnement personnel dans un lieu dédié, autre que le milieu professionnel 2
- Un cours collectif dans un lieu dédié, autre que le milieu professionnel 3
- Le cercle amical ou familial 4
- En vous formant seul, sur internet 5
- En vous formant seul, avec des contenus hors ligne 6
- Ne sait pas, non réponse 7

[A tous] * ANCT * P
BARONUM21

Lorsque vous ne parvenez pas à réaliser une démarche en ligne, vous préférez

- Que quelqu'un fasse la démarche à votre place 1
- Que quelqu'un vous montre, vous explique comment la réaliser tout seul 2
- Vous y arrivez toujours 3
- Ne sait pas 4

[A tous] * ANCT * FREINWEB1 à FREIN
BARONUM21

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 * MAIT
NEW

Depuis deux ans et les différentes périodes de confinement, avez-vous l'impression de mieux maîtriser les outils numériques pour les différentes démarches et activités de votre vie quotidienne (échange avec des proches, suivi de la scolarité des enfants, démarches administratives en ligne, télétravail...)?

- Oui, tout à fait 1
- Oui, plutôt 2
- Non, plutôt pas 3
- Non, pas du tout 4
- Ne sait pas* 5

[A tous] * ANCT * CONS
NEW

Certains élus locaux organisent des consultations citoyennes : ils demandent leur avis à leurs administrés sur un sujet précis, afin de connaître leurs opinions et leurs attentes. Seriez-vous prêt(e) à donner votre avis sur la vie publique locale lors d'une consultation citoyenne via un dispositif numérique (comme une plateforme en ligne) ?

- Oui, tout à fait 1
- Oui, plutôt 2
- Non, plutôt pas 3
- Non, pas du tout 4
- Ne sait pas* 5

[Si CONSULT1 = 1] * ANCT * CONS
NEW

Avez-vous déjà contribué en ligne à une consultation citoyenne lancée par un élu local ?

- Oui 1
- Non 2
- Ne sait pas* 3