

Baromètre du numérique 2023 : les principaux résultats

Des nouvelles technologies ancrées dans le quotidien des Français

Selon cette **nouvelle édition du Baromètre du numérique**

[https://labo.societenumerique.gouv.fr/documents/23/Barom%C3%A8tre_du_num%C3%A9rique_2023_-_Rapport.pdf] , pilotée par l'Arcep, l'Arcom, le CGE et l'ANCT, les équipements et les usages numériques sont désormais ancrés dans le quotidien de la population.

Neuf personnes sur dix sont internautes, et 82 % de la population âgée de 12 ans et plus résidant en France métropolitaine se connecte tous les jours à internet. Cette inscription d'internet dans la vie des Français concerne également les plus âgés : désormais 64 % des personnes âgées de 70 ans ou plus sont internautes.

La connexion internet à domicile par la fibre optique poursuit son essor entamé il y a cinq ans, avec une progression de 11 points en un an. En 2023, 67 % des personnes qui disposent d'un accès à internet fixe à domicile le sont par la fibre ou le câble. Lorsque le foyer n'a pas souscrit d'abonnement à la fibre, l'absence de raccordement au réseau est la raison la plus souvent évoquée (39 %), suivie par le fait de ne pas y trouver d'intérêt (26 %).

L'attrait pour une connexion rapide n'est pas cantonné au domicile et concerne également les connexions nomades. 78 % des Français sont équipés d'un *smartphone* permettant

d'accéder au réseau 4G et 31 % au réseau 5G. Sur ce plan, l'âge est un critère déterminant : 41 % des 18-24 ans et 42 % des 25-39 ans sont équipés d'un *smartphone* permettant d'accéder à la 5G, mais seulement 22 % des 60-69 ans et 16 % des 70 ans et plus.

Le *smartphone* est d'ailleurs aujourd'hui l'équipement qui est utilisé le plus fréquemment pour se connecter à internet (48 % des Français) en 2023.

Autre signe de l'engouement de la population pour le numérique, les enceintes connectées pénètrent petit à petit les logements. Près de trois Français sur dix sont désormais équipés en enceinte connectée, soit une forte progression depuis 2019 (+20 points).

Par ailleurs, les Français témoignent aussi d'un certain niveau d'intérêt à l'égard du déploiement de récentes innovations. Sept Français sur dix ont déjà entendu parler des outils d'intelligence artificielle comme ChatGPT, Google Bard, Midjourney ou Dall-E : 38 % savent ce que sont ces outils, et 20 % les ont déjà expérimentés. Une expérimentation qui s'est pour le moment davantage réalisée dans un cadre privé (16 %) que professionnel ou scolaire (12 %). Certains publics se sont approprié très vite ces outils. 43 % des 18-24 ans les ont utilisés dans leur vie privée et 31 % des cadres et professions intellectuelles supérieures dans leur vie professionnelle.

Les usages professionnels et scolaires amorcent d'ailleurs de nouvelles mutations. 28 % des actifs et des étudiants utilisent une plateforme ou suite bureautique collaborative, 10 % des systèmes d'intelligence artificielle, de réalité virtuelle/augmentée ou de blockchain, et 9 % un chat bot.

Les plateformes ou suites bureautiques collaboratives sont citées plus souvent par les 18-24 ans (43 %), les 25-39 ans (36 %),

les diplômés supérieur (42 %), les habitants de l'agglomération parisienne (36 %) actifs occupés ou étudiants, les hauts revenus (37 %).

Les médias éditorialisés poursuivent leur transition numérique

Plus de deux tiers des Français (68 %) disposent désormais d'un téléviseur connecté à internet, un taux qui chute toutefois fortement chez les plus âgés (44 % parmi les plus de 70 ans) et les non-diplômés (37 %). Un peu moins de la moitié des personnes concernées (30 % des Français) n'utilisent qu'un seul mode de connexion – en majorité la box d'un fournisseur d'accès à internet –, tandis que 38 % rapportent plusieurs modes de connexion. Ces derniers se caractérisent par un profil plus masculin, diplômé du supérieur, CSP+ et habitant de grandes agglomérations.

Les profils multi-connectés présentent des usages plus soutenus et diversifiés : ils sont plus nombreux à recourir à des services de vidéo à la demande par abonnement ainsi qu'aux applications des chaînes de télévision ou des services tels que YouTube, en plus du visionnage de la télévision en direct.

Ils rapportent en conséquence une plus grande facilité à accéder aux chaînes et services sur leur téléviseur connecté (pour 90 % d'entre eux contre 85 % en moyenne), alors que certaines catégories de la population, comme les personnes disposant d'un seul mode de connexion et les retraités, montrent moins d'aisance dans leur navigation.

S'agissant des contenus audio, le recours au réseau hertzien est encore prédominant. Parmi les 75 % de consommateurs de

contenus audios (podcast ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement) recensés au sein la population française, une majorité (58 %) est encore prioritairement fidèle à son poste de radio/autoradio. L'écoute par internet est néanmoins désormais largement répandue, avec 42 % d'auditeurs rapportant écouter des contenus audio via internet, que ce soit le plus souvent via le réseau internet (26 %) ou aussi souvent en hertzien qu'en IP (16 %).

S'agissant plus spécifiquement de la radio numérique terrestre en DAB+ qui poursuit son déploiement en France, un tiers (33 %) des consommateurs de contenus audios ont déjà entendu parler de ce mode de réception (dont 13 % se disant à même de décrire précisément de quoi il s'agit), soit 28 % des Français. La notoriété de cette nouvelle technologie – de même que le taux d'équipement – est notablement plus élevée auprès des publics technophiles (hommes, jeunes, franciliens, CSP+).

Santé, engagement associatif, information... huit personnes sur dix considèrent internet important pour être intégré dans la société

L'intérêt des Français pour l'usage des technologies du numérique à des fins de santé se maintient, même passée après le plus fort de la pandémie de Covid-19.

En 2023, 49 % de la population internaute a recherché des informations concernant sa santé ou celle d'un proche sur internet. Ce niveau est proche de celui observé avant la pandémie (50 % en 2018) et d'autres usages ont progressé.

Le contrôle de son état de santé grâce à internet et aux

technologies numériques est ainsi bien plus fréquent qu'avant la pandémie : 24 %, + 16 points par rapport à 2018. Un tiers de la population serait prêt à franchir le pas à l'avenir.

La transmission des informations de santé à son médecin se diffuse également : 32 % des Français l'ont fait en 2023 contre seulement 9 % en 2018. En cinq ans, les réticences sur le sujet se sont estompées. Seule 18 % de la population ne s'estime pas prête à transmettre des informations de santé à son médecin par internet contre 42 % en 2018.

Autre signe du recours aux technologies numériques en matière sanitaire, 38 % de la population assure déjà la gestion de sa santé ou de celle de ses enfants en ligne. 25 % ne le fait pas encore mais serait prêt à le faire à l'avenir. Toutefois les plus de soixante ans se montrent plus réservés sur le recours au numérique pour les questions de santé.

Dans la sphère associative, les outils numériques occupent également une place importante. 55 % des personnes interrogées estiment qu'internet est un bon outil pour contribuer à la vie associative. Et, de fait, 68 % des membres d'une association utilisent des outils numériques dans ce cadre.

Internet est également massivement utilisé pour s'informer dans la presse écrite : 71 % des personnes ont lu des articles de presse numérique au cours des douze derniers mois.

À l'image de la lecture de presse sous format papier, cette pratique est aussi différenciée selon le niveau de diplôme. 46 % des diplômés ont lu des articles de presse sous format numérique au cours des douze derniers mois, contre 83 % des diplômés du supérieur. Si 65 % de la population indique consulter des articles en ligne disponibles gratuitement, 31 % de la population paie un abonnement à un ou plusieurs titres de presse, achète des articles ou des numéros ou a un abonnement

à un kiosque comme Cafeyn ou ePress.

Dans de nombreux cas (40 %), les lecteurs de la version numérique sont aussi acheteurs de la version papier. Les lecteurs de presse numérique sont par ailleurs 44 % à indiquer que le prix est le facteur principal motivant le choix d'une offre numérique plutôt que papier.

63 % des répondants considèrent le numérique comme un outil leur facilitant la vie quotidienne. 22 % estiment que cette technologie n'a pas d'incidence sur leur quotidien et finalement seuls 13 % pensent que le numérique et les nouvelles technologies leur complique la vie de tous les jours.

Au total, la diffusion d'internet et, plus généralement, du numérique dans tous les aspects de la vie des Français en fait un espace incontournable d'intégration sociale. 78 % des Français estiment qu'il est important d'avoir accès à internet pour se sentir intégré à la société (+13 points par rapport à 2016 et +24 points par rapport à 2009).

Un internet plus participatif : un Français sur deux a donné un avis, une évaluation ou un commentaire, un chiffre qui a doublé en huit ans

L'avènement du web dit « 2.0 », nourri par la participation de chacun, est patent. L'usage des réseaux sociaux est particulièrement répandu : 78 % de la population s'y rend, ne serait-ce que rarement, et 38 % des Français s'y connectent même plusieurs fois par jour. Les réseaux sociaux continuent de s'infiltrer dans tous les registres de la vie quotidienne, qu'il s'agisse de loisirs, de communication, d'information, de travail.

54 % des Français les utilisent pour partager des photos ou vidéos avec leurs proches (contre 31 % en 2012). 36 % les utilisent même pour partager des avis, des photos, des vidéos de manière publique, rendant tangible le rôle du web, longtemps annoncé, de place publique renouvelée.

En huit ans, date de la dernière mesure, les réseaux sociaux sont ainsi devenus une forme d'interface dans différents domaines, dont en premier lieu, celui des loisirs numériques. 63 % indiquent ainsi mobiliser Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, TikTok et consorts pour se divertir. Ils exercent aujourd'hui également un rôle majeur dans la circulation des informations : plus d'un Français sur deux s'informe ainsi par leur biais. Ils restent un moyen privilégié pour entretenir des liens avec ses proches (63 % de la population). Les 25-39 ans sont les plus utilisateurs des réseaux en ligne.

Autre signe de cet internet participatif, la moitié de la population (50 %) a donné une note, une évaluation ou laissé un commentaire sur internet à propos d'un produit qu'il a acheté ou d'un service qu'il a utilisé. C'est deux fois plus qu'en 2015, seul un quart (26 %) de la population étant alors concerné. Les 18-59 ans sont particulièrement actifs en la matière.

Parallèlement 60 % ont consulté des évaluations sur internet, +11 points par rapport à 2015.

Le sentiment de non-maîtrise reste le premier frein à l'usage du numérique

Si 55 % des Français estiment qu'ils ne rencontrent pas de frein particulier quand ils utilisent des outils numériques dans leur quotidien (+3 points par rapport à 2022), un certain nombre de

freins demeurent présents, notamment le sentiment de non-maîtrise qui concerne toujours un quart de la population totale (25 % ; +7 points par rapport à 2020), du mal-équipement (13 %) voire du non-équipement (10 %) ou des difficultés de connexion (9 %).

Quand ils sont bel et bien confrontés à des difficultés, les Français arrêtent ou abandonnent moins souvent leur usage des outils numériques qu'auparavant : 5 % en 2023 contre 8 % en 2018. Par ailleurs, les Français en difficultés ont tendance à aller chercher de l'aide auprès de leurs proches. En effet, 26 % sollicitent l'aide de leur entourage en cas de difficulté numérique et 28 % estiment que le recours à leur cercle amical et familial est le plus adapté pour mieux maîtriser le numérique. En outre, depuis la crise sanitaire liée à la Covid-19, on constate le développement d'une certaine forme d'autonomie des Français vis-à-vis du numérique. En cas de difficultés, 39 % de la population cherchent à se débrouiller seuls et 27 % estiment que l'autoformation sur internet leur permettrait d'améliorer leur maîtrise du numérique. Cependant, il convient de noter que cette tendance est avant tout le fait de populations déjà à l'aise avec le numérique et l'instruction, comme les diplômés du supérieur. La rencontre de difficultés reste un facteur limitant l'usage du numérique. Ainsi, la moitié de la population (50 %) limitent leurs usages du numérique. Si le prix des équipements et abonnements est le premier frein cité, par 22 % des Français, il est directement suivi du sentiment de non-maîtrise (18 %). En outre, 13 % de la population française mentionnent leur désintérêt et 11 % leur rejet pour le numérique. Il est d'ailleurs intéressant de rattacher ces deux derniers résultats au fait que plus d'un tiers des Français déclarent que le numérique n'a pas d'effet ou complique leur vie quotidienne (35 %).

La cybermalveillance entrave la numérisation de la société

La « numérisation » croissante de la société ne se fait cependant pas totalement sans heurts. L'essor des usages numériques va aussi de pair avec une progression de l'exposition à des escroqueries, injures et harcèlements en ligne.

12 % des Français ont été victimes de cyber-malveillance au cours des douze derniers mois d'injures, de harcèlement, de diffamation en ligne, 21 % ont été victimes d'escroquerie ou de fraude en ligne.

Parce qu'ils sont davantage présents sur la toile, ou parce qu'ils sont particulièrement sensibles à toute maltraitance (Berhuet et al, 2023), les jeunes déclarent beaucoup plus souvent être la cible de ces malveillances : 39 % des 18-24 ans et 21 % des 25-39 ans ont été victimes au moins une fois d'injures, de harcèlement, de diffamation en ligne. De même, 41 % des 18-24 ans déclarent avoir été victime d'escroquerie, de fraude en ligne et 26 % des 25-39 ans.

Signalons également concernant la vie professionnelle que 36 % des actifs occupés pensent que les outils numériques sont utilisés par leur employeur pour les surveiller. Les jeunes sont, une fois de plus, les plus suspicieux en la matière. Malgré la montée de ces risques, seuls 39 % des Français connaissent un dispositif de signalement mis en place par les pouvoirs publics permettant de signaler du contenu illicite (comme Pharos par exemple).

S'agissant plus spécifiquement des réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéos, plus de 4 de leurs utilisateurs sur 10 (43 %) indiquent avoir déjà eu recours à un dispositif permettant de signaler des comptes ou contenus inappropriés. Ces outils sont particulièrement utilisés par les jeunes adultes (84 % des 18-24 ans).

Plus largement, des enjeux pédagogiques persistent quant à

l'appréhension des règles applicables sur les réseaux sociaux et les plateformes de partage de vidéos : 47 % de leurs utilisateurs ont déjà consulté au moins une fois leurs conditions générales d'utilisation (CGU) et parmi eux, près de la moitié (47 %) les jugent « aisément compréhensibles », avec un effet d'âge assez marqué (56 % de compréhension parmi les 18-24 ans ayant consulté les CGU, contre 37 % chez les 60-69 ans).

Une conscience environnementale encore imprécise

Sur un tout autre registre, la prise de conscience environnementale numérique n'en est qu'à ses balbutiements au sein de la population, les usages les plus efficaces n'étant pas les mieux repérés.

Pour la population disposant d'internet à domicile, le tri et le nettoyage de sa boîte mail (42 %), le fait de ne pas laisser ses équipements numériques (*smartphone*, ordinateur, tablette, etc.) en charge toute la nuit (39 %) et l'accroissement de la durée de vie des appareils numériques (*smartphone*, ordinateur, tablette, téléviseur, etc.) en en prenant soin, en les faisant réparer, etc. (38 %) comptent parmi les usages les plus efficaces pour réduire l'empreinte environnementale du numérique. L'accroissement de la durée de vie des appareils numériques fait bien partie des usages prioritaires identifiés par l'ADEME et l'Arcep, au contraire des deux autres (le tri de ses mails, ne pas laisser ses équipements en charge la nuit), à la portée moindre. Parmi les trois principaux usages cités, seul l'un d'entre eux est ainsi de nature à avoir un impact notable sur l'empreinte environnementale du numérique.

A cet égard, près d'une personne sur deux dotée d'une connexion fixe à internet dispose d'équipements numériques inutilisés au sein de son foyer. Entre 2022 et 2023, le nombre

total d'équipements numériques possédés reste très similaire : 10 équipements (téléphones, téléviseurs, ordinateurs, consoles, tablettes, montres ou bracelets connectés...) sont détenus en moyenne. Les téléphones mobiles ou *smartphones* (3 détenus en moyenne), et les téléviseurs (2 détenus) sont les équipements les plus souvent possédés avec les ordinateurs portables ou fixes (2 détenus). Sur l'ensemble de ces équipements, 2,4 ne sont pas utilisés en moyenne en 2023 (pour 2,6 en 2022). Les téléphones mobiles ou *smartphones* (0,6), les téléviseurs (0,5) se retrouvent en tête des équipements non utilisés.

La part de la population possédant personnellement un *smartphone* acquis d'occasion ou reconditionné augmente cependant sensiblement : 19 % en 2023 contre 17 % un an plus tôt. Toutefois, l'achat d'un *smartphone* reconditionné pour des raisons environnementales est marginal : 10 % de la population a déjà acheté un *smartphone* dans cette optique pour elle-même et tout autant (10 %) pour une autre personne. Le prix est un critère bien plus attractif pour l'achat d'un *smartphone* reconditionné, surtout lorsqu'il s'agit d'un équipement destiné à son propre usage (23 %) plutôt qu'à celui d'un autre (17 %). Les jeunes sont les plus nombreux à choisir un *smartphone* reconditionné dans une optique de préservation de l'environnement : 33 % des 18-24 ans disposent d'un *smartphone* reconditionné, contre 18 % des 40-59 ans.

 Références : [12](#)

Les documents du Baromètre du numérique 2023

Document PDF

Rapport complet Baromètre du numérique 2023

Télécharger le PDF

Document PDF

Infographie du Baromètre du numérique 2023

Télécharger le PDF

Une étude de référence pilotée par l'Arcep, le CGE, l'Arcom et l'ANCT

Initiée en 2000, cette étude a pour objectifs :

- de mesurer l'adoption par les Français des équipements et étudier les pratiques numériques ;
- de détecter les inégalités d'accès et de compétences qu'elles soient volontaires ou subies ;
- de permettre à la puissance publique puisse d'anticiper les grandes tendances et mettre en œuvre une politique favorisant l'appropriation du numérique par tous.

En 2023, L'enquête s'est déroulée en juillet 2023 auprès de 4 267 personnes de 12 ans et plus. Les résultats s'appuient sur différents échantillons et modes de recueil, qui ont été assemblés afin de fournir une représentation de la société française de 12 ans et plus :

- des questions ont été insérées dans l'enquête du CREDOC sur les conditions de vie et les aspirations des Français menée en juillet 2023 en ligne auprès de 3 448 personnes de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine ;
- à cette enquête ont été adjoints deux dispositifs spécifiques : une enquête en ligne auprès de 218 jeunes de 12 à 17 ans ;
- et une enquête par téléphone auprès de 601 personnes de 18 ans et plus qui ne sont pas équipées, à domicile, d'une connexion fixe à internet.

Données ouvertes

L'ensemble des données de l'enquête depuis 2007 est disponible en open data sur le site **data.gouv.fr**

[<https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/barometre-du-numerique/>]

.

Sources

- 1. Baromètre du numérique 2023

[https://labo.societenumerique.gouv.fr/documents/22/CREDOC_-_Barom%C3%A8tre_du_num%C3%A9rique_2023.pdf]

- 2. Toutes les données du Baromètre du numérique 2023

[<https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/barometre-du-numerique/>]