

**Le pôle**  
numérique



# Référentiel des usages numériques

4 février 2021

Données au S1 2020

# Edito

La mise en place d'un référentiel des usages numériques constitue l'un des axes de travail du Pôle numérique Arcep – CSA installé le 2 mars 2020.

Le Pôle numérique a pour objectif d'approfondir l'analyse technique et économique des marchés du numérique des deux régulateurs et de les accompagner dans la mise en place de leurs nouvelles missions de régulation dans le domaine du numérique. Il vise également à mettre à disposition du grand public des données de référence communes sur ces sujets.

Le référentiel des usages numériques s'inscrit dans cet objectif. En agrégeant des données issues de différentes sources établies, il fournit des éléments chiffrés et centralisés sur la couverture et l'accès à l'internet, l'équipement des foyers, les usages liés à internet, et ceux liés à l'audiovisuel.

Les données partagées dans cette première édition du référentiel soulignent le développement toujours plus important de l'internet haut et très haut débit en France (30 millions d'abonnement internet fixe actif fin juin 2020), alors que 88% de la population française utilise internet et 78% en fait un usage quotidien. L'augmentation de la pénétration d'internet et l'accroissement de la qualité de service ont contribué à l'intensification des usages nécessitant un accès au réseau. Ainsi, l'utilisation des réseaux sociaux, le suivi de l'actualité, les achats en ligne, la consommation de vidéos ou encore l'écoute de la musique en streaming ne cessent de progresser au sein de la population. En termes d'équipements pour accéder à ces différents services, le taux de pénétration des smartphones poursuit son augmentation (76 % des 11 ans et plus, soit plus 2 points en un an). Le téléviseur, qui demeure le 1<sup>er</sup> équipement des foyers devant l'ordinateur et les tablettes, continue d'aller vers plus de connectivité : 82 % des téléviseurs disposent d'une connexion à internet en 2020 (+ 3,7 points en un an) et leur usage se concentre essentiellement sur la consommation de vidéo.

Cette première publication s'intéresse également plus spécifiquement à la période du confinement de mars à mai 2020, période durant laquelle les usages, notamment audiovisuels, tant en direct que sous forme de vidéo à la demande, ont fortement augmenté. Les usages observés durant cette période exceptionnelle sortent renforcés et perdurent, dans une moindre mesure, à la suite du déconfinement de mai.

La publication de janvier 2021 est la première édition du référentiel. Celle-ci pourra intégrer à l'avenir des données inédites venant éclairer des enjeux spécifiques ou des sujets complémentaires (les usages en termes de jeux vidéo par exemple) et sera mise à jour chaque année.

# Méthode

Les données et informations de cette édition du référentiel des usages numériques sont datées du 1<sup>er</sup> semestre de l'année 2020. Certaines de ces données sont cependant datées de 2019, leur mise à jour n'ayant pas encore été réalisée lors de la publication du présent document.

De manière exceptionnelle, l'usage de la radio en ligne est mesurée à septembre 2020 par souci de comparaison entre 2019 et 2020.

Le référentiel a pour vocation à être remis à jour de manière régulière afin de faire état des tendances et derniers chiffres. Il est par ailleurs amené à être enrichi au cours de la vie du pôle numérique Arcep – CSA.

Les sources de données utilisées pour construire ce référentiel des usages numériques sont diverses et les données mobilisées ont été construites suivant de multiples méthodologies (sondage, collecte, estimation ...). Pour permettre une vérification des méthodologies utilisées, la source de chaque donnée est rappelée en note de bas de page. Lorsque cela est possible un lien renvoie directement vers la publication concernée. Les principales sources de données utilisées sont également rappelées à la fin de ce document.

# Sommaire

1. Couverture et accès internet
2. Équipements des foyers
3. Usages internet
4. Usages audiovisuels
5. Méthode, sources et glossaire



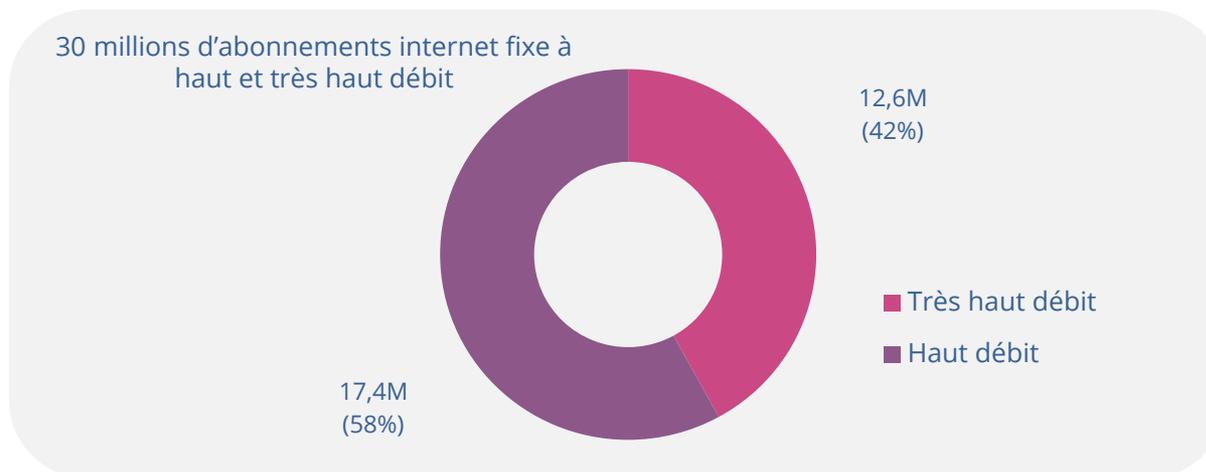
1.

# Couverture et accès à internet

# Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2020, la France compte 30 millions d'abonnements internet fixe à haut et très haut débit actifs

- 12,6 millions d'abonnements internet fixe très haut débit (42 % du nombre total d'abonnements internet fixe), dont 8,3 millions en FttH
- 21,5 millions d'accès à la TV couplés à l'accès internet (71 %)

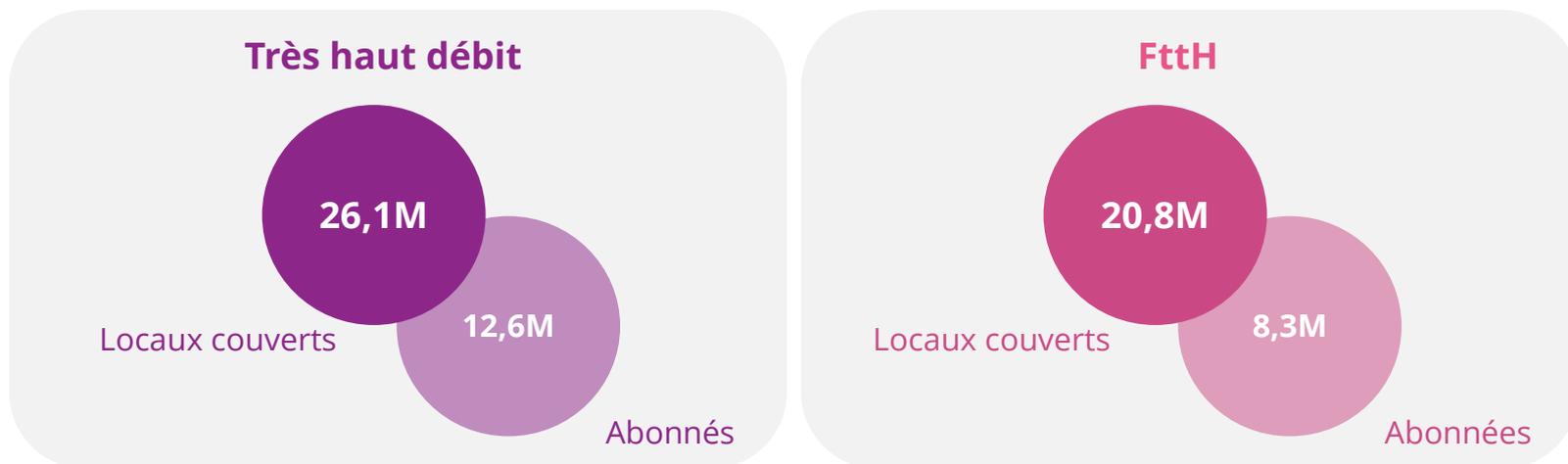
### Abonnements à internet à haut et très haut débit



# Le déploiement et l'adoption des technologies fixes à très haut débit progressent à un rythme soutenu, portés par le FttH

- Plus de 80% des locaux ont un accès filaire à internet (fibre, câble ou ADSL/VDSL) offrant un débit en réception d'au moins 8 Mbit/s <sup>(1)</sup>, débit suffisant pour regarder les services de TV en HD et des contenus audiovisuels en ligne
- 26,1 millions de locaux sont éligibles au très haut débit (>30 Mbit/s), dont 19,4 millions se situent en-dehors des zones très denses. Le très haut débit permet plusieurs usages de contenus vidéo simultanés.

### Couverture et abonnés toutes zones – au T2 2020



(1) Donnée Arcep issues de Ma connexion internet 31/03/2020 ([site](#), [open data](#))

# Parmi les 77 millions de cartes mobiles en service au 30 juin 2020, 57 millions sont actives sur les réseaux mobiles à très haut débit

Le nombre d'utilisateurs des réseaux 4G progresse de 6 à 7 millions par an depuis deux ans

(en millions)	T2 2019	T3 2019	T4 2019	T1 2020	T2 2020	Variation T2 19/T2 20
<b>Parc actif 3G</b>	<b>61,077</b>	<b>62,341</b>	<b>63,17</b>	<b>63,158</b>	<b>62,722</b>	<b>2,7%</b>
<b>Parc actif 4G</b>	51,012	52,883	54,806	55,836	56,748	11,2%

Note : les cartes SIM 4G dédiées uniquement à un usage internet fixe (c'est-à-dire celles qui ne peuvent être utilisées en situation de mobilité) sont exclues. Ces cartes sont comptabilisées avec les accès internet fixes.

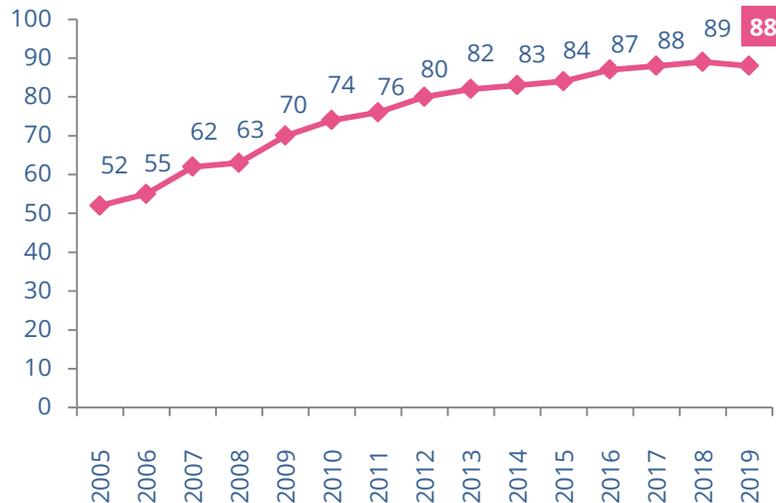
## Référentiel des usages numériques

# En France, près de 9 personnes sur 10 sont connectées à internet

- Le taux d'utilisateurs d'internet se stabilise en 2019, après une croissance constante au cours des deux dernières décennies
- Parmi ces utilisateurs d'internet, 9 sur 10 en ont un usage quotidien

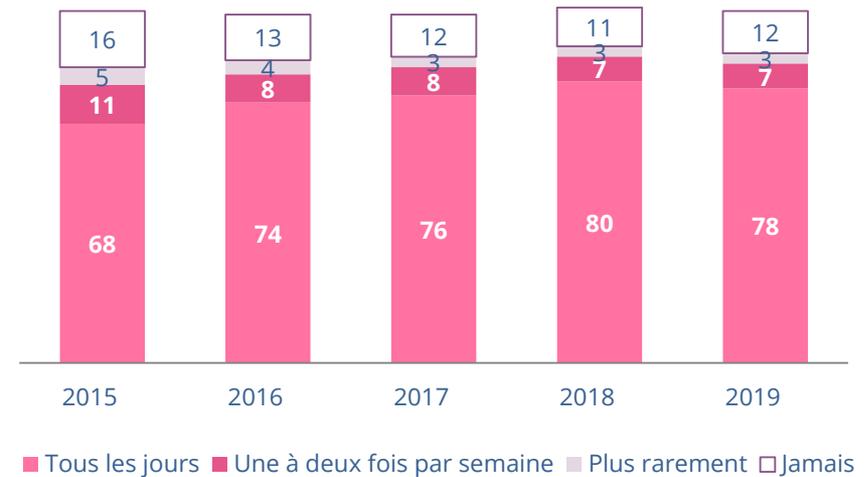
### Taux de pénétration d'internet dans la population

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



### Fréquence de connexion à internet quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

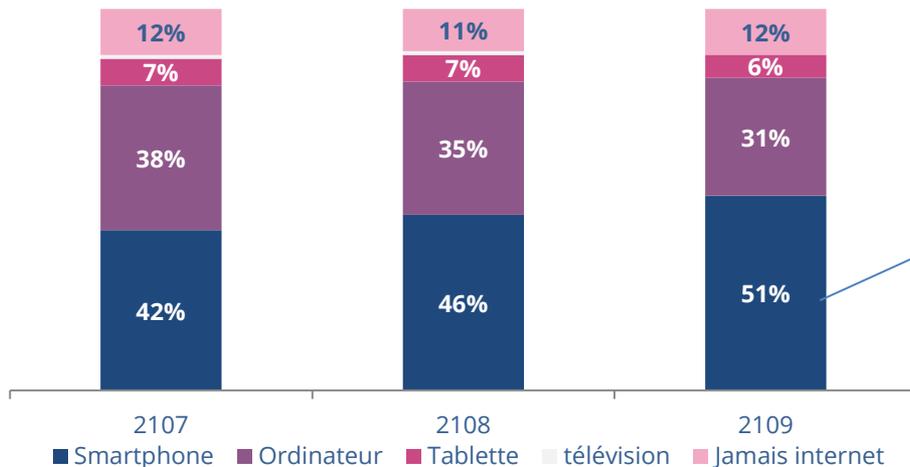


# Le smartphone est l'équipement privilégié pour se connecter à internet

- Les Français de 12 ans et plus passent en moyenne 2h26 par jour à surfer sur internet (tout écran), dont 1h51 sur les écrans mobiles, soit 76 % du temps internet
- Les 15-34 ans passent en moyenne 3h36 par jour à surfer sur internet (tout écran), dont 2h57 sur leur smartphone, soit 82 % du temps internet

### Équipement privilégié des Français pour se connecter à internet

Ensemble de la population de 12 ans et plus



51 % des Français de 12 ans et plus se connectent de manière préférentielle à internet avec un smartphone

82 % des Français de 12 ans et plus utilisent leur smartphone tous les jours

Sources :

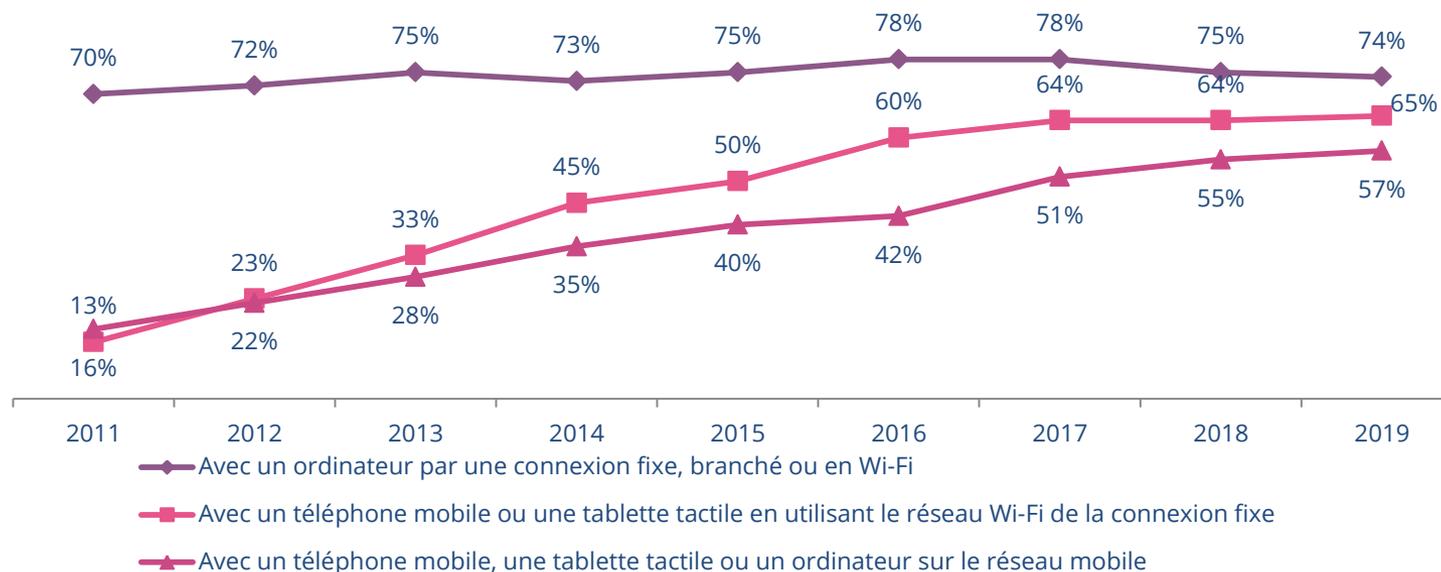
- Communiqué de presse, Audience Internet Global en France en juin 2020, 08/2020, Mediametrie,
- Baromètre du numérique 2019 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'Agence du numérique ([Publication](#), [open data](#))

## À domicile, le réseau fixe est privilégié pour se connecter à internet, mais l'utilisation du réseau mobile ne cesse de progresser

Smartphones et tablettes sont toujours plus utilisés pour se connecter à internet à domicile en Wi-Fi (utilisation qui concerne 65 % de la population) comme sur réseaux mobiles

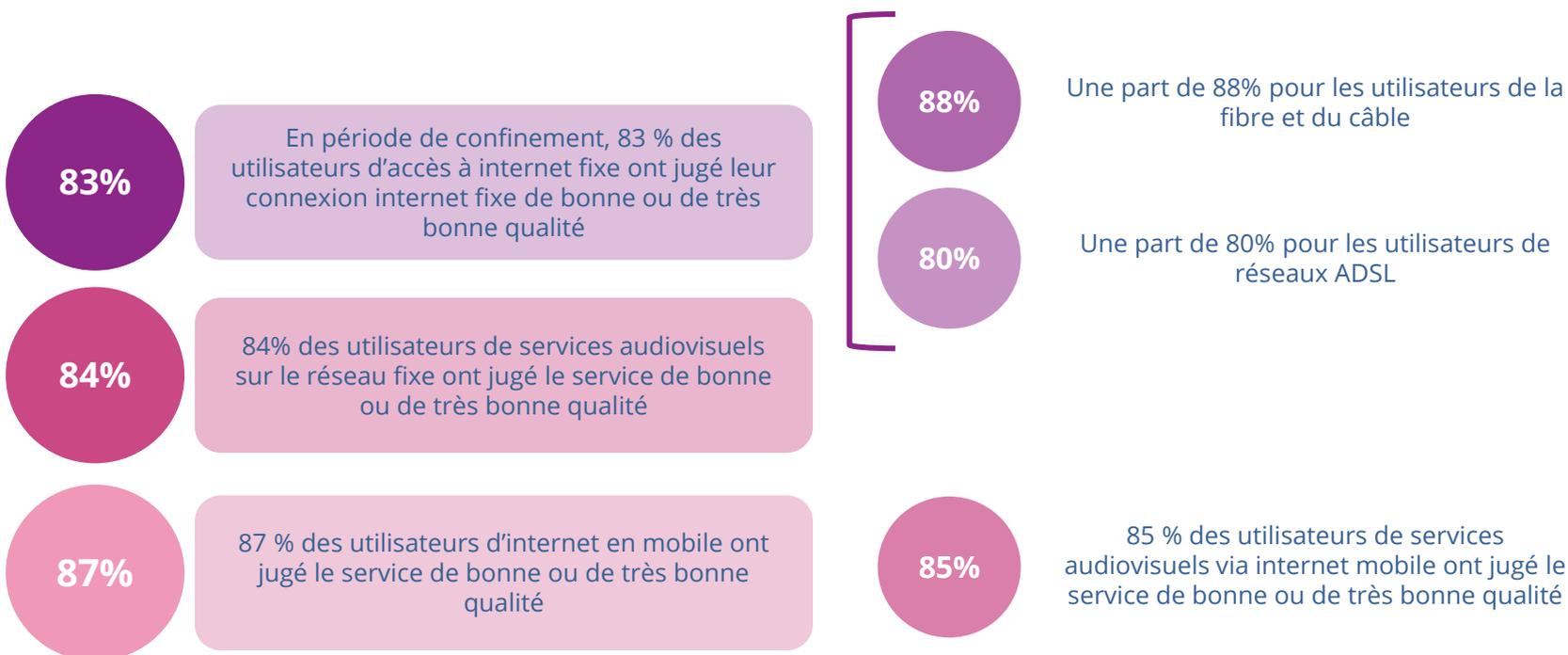
### Moyens utilisés pour se connecter à internet à domicile

Ensemble de la population de 12 ans et plus



# Durant le confinement, la connexion internet a été jugée satisfaisante pour une large majorité des usagers

Plus de 80% des utilisateurs d'internet fixe ou mobile ont jugé leur connexion de bonne ou très bonne qualité durant le confinement.



Note : le niveau de satisfaction sur ces services étant plus important à mesure qu'augmente le nombre d'habitants de la zone dans laquelle l'utilisateur réalise son usage.



2.

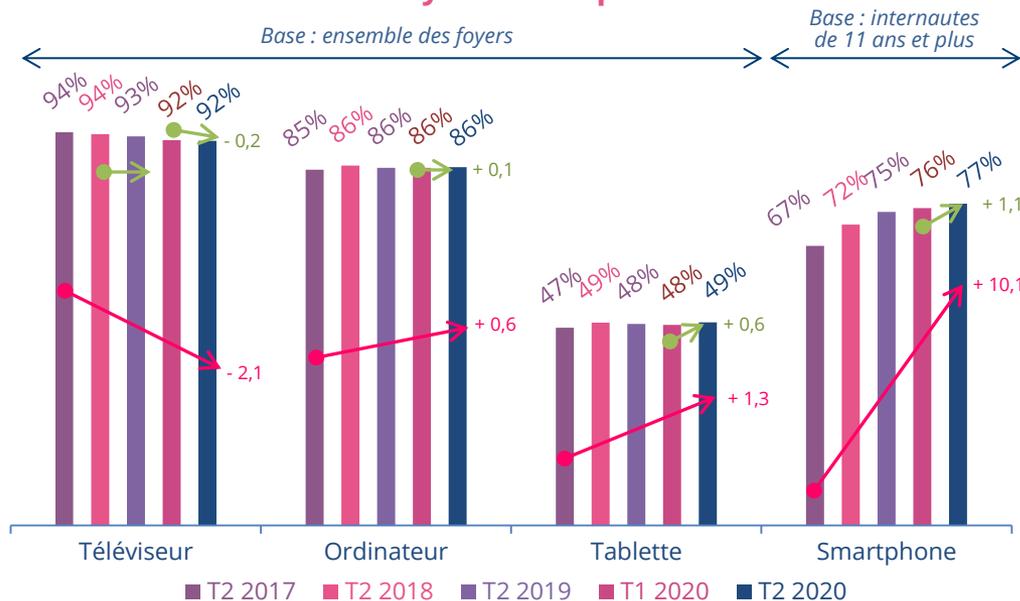
# Equipements des foyers

## Référentiel des usages numériques

# Le téléviseur et l'ordinateur sont toujours les premiers équipements des foyers, devant le smartphone et la tablette

- Le taux de pénétration du téléviseur se stabilise après une légère baisse depuis 2017.
- Les taux d'équipement en ordinateur et en tablette sont stables sur deux ans, signe d'une certaine maturité de la pénétration de ces équipements dans les foyers
- Le smartphone poursuit son augmentation rapide et gagne 2 points en un an pour atteindre 77 % des internautes de 11 ans et plus

### Taux de pénétration des différents équipements au sein des foyers métropolitains



Données arrondies au dixième supérieur

Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2020, CSA sur données Mediametrie ([publication](#))

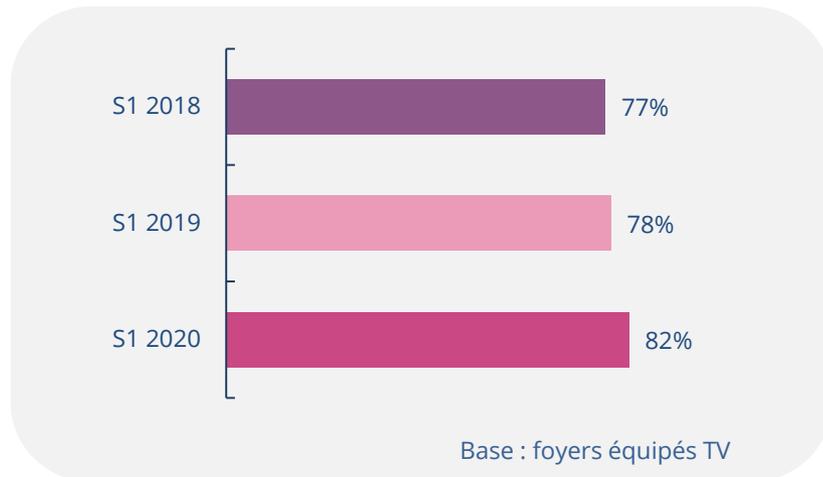
Au T2 2020 :

- 86 % des foyers sont équipés d'au moins un ordinateur
- 49 % des foyers sont équipés d'au moins une tablette
- 77 % des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone

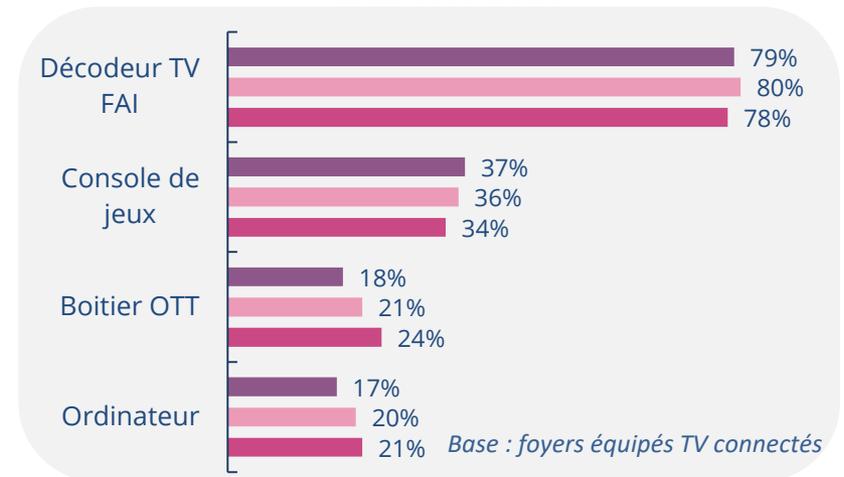
## Sur les foyers équipés d'un téléviseur 82 % disposent d'une TV connectée à internet

- Le décodeur TV des FAI reste le mode de connexion le plus largement utilisé (78 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur connecté) malgré une baisse de deux points sur un an
- L'équipement en boîtiers OTT<sup>1</sup> enregistre encore une forte progression début 2020 (+ 3 points sur un an)

### Foyers équipés en téléviseur(s) connecté(s)\*



### Foyers équipés en téléviseur(s) connecté(s) indirectement\*\*



<sup>1</sup> Un boîtier OTT est un équipement permettant de visualiser dans une interface spécifique et en OTT des programmes audiovisuels (en direct ou à la demande). Ils peuvent également permettre de « basculer » un flux vidéo lancé sur un appareil mobile vers un téléviseur. Exemples : Chromecast, Apple TV, Fire TV Stick.

\*TV de type Smart TV ou reliée à un décodeur FAI, une console connectée, un boîtier tiers et/ou un ordinateur

\*\* TV reliée à un décodeur FAI, une console connectée, un boîtier tiers et/ou un ordinateur

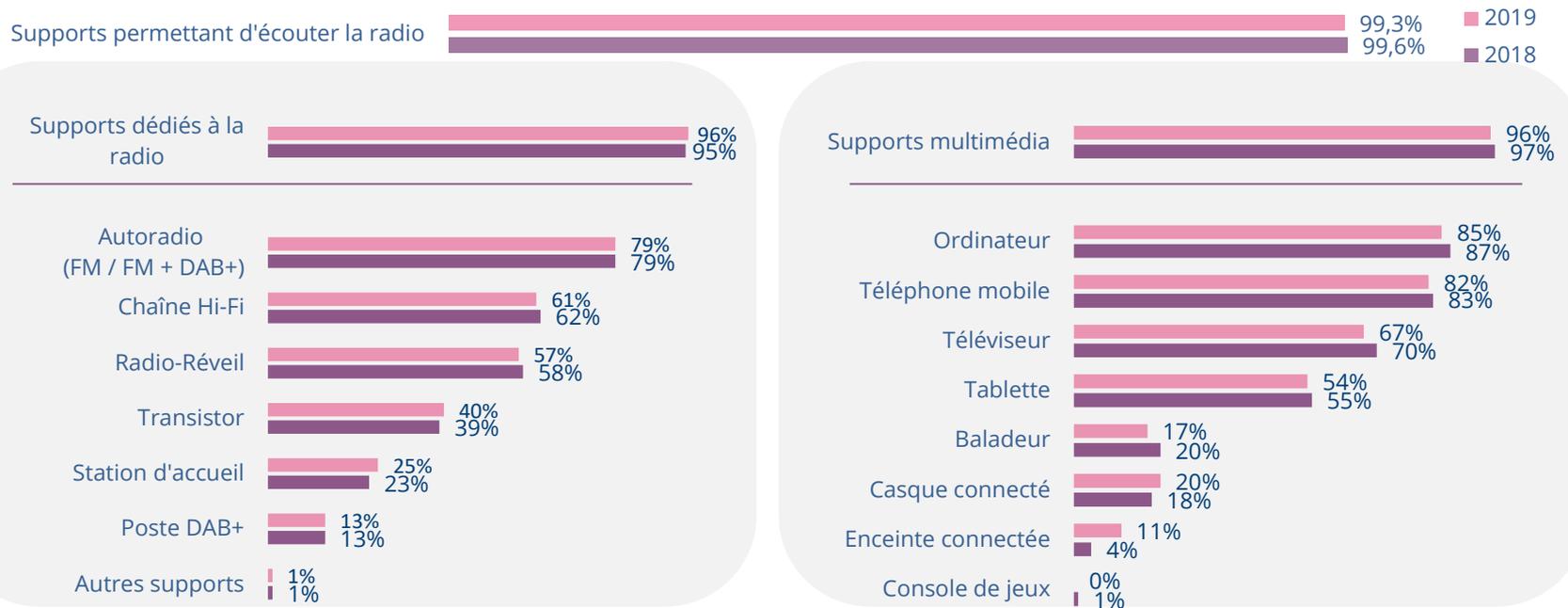
Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2020, CSA et Mediametrie ([publication](#))

## Référentiel des usages numériques

# Plus de 90 % de la population dispose d'un équipement lui permettant d'écouter la radio

- 11 % des individus de 13 et plus sont équipés d'au moins une enceinte connectée
- 13 % des individus sont équipés en poste fixe DAB+, mode de diffusion dont le déploiement métropolitain initié en 2014 s'est accéléré depuis 2018 et qui couvre aujourd'hui 25 % de la population métropolitaine

### Taux de pénétration des différents équipements permettant d'écouter la radio



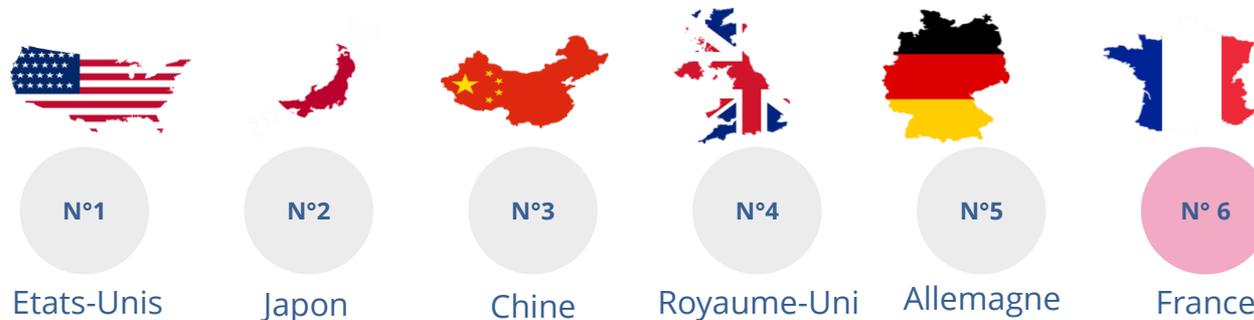
Base : individus de 13 ans et plus.

Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, T3 et T4 2019, CSA et Mediametrie ([publication](#))

## Une adoption limitée des casques de RA/RV, mais en croissance entre 2018 et 2019

- 330 000 casques de Réalité Augmentée et Réalité Virtuelle (RA/RV\*) vendus en France en 2019 (vs 200 000 en 2018)
- 8,5 millions de casques de RA/RV vendus dans le monde en 2019 dont 6,6 millions de casques RV
- Des chiffres de ventes dans le monde qui devraient être multipliés par 5 d'ici cinq ans selon l'estimation Idate DigiWorld
- A la fin 2019, la base installée de casques RA/RV dans le monde s'élèverait à 20,4 millions d'unités, l'Amérique du Nord et l'Europe représentant chacun plus d'un tiers du marché global

### Classement des 6 premiers marchés mondiaux pour les technologies RA/RV en 2019



6<sup>ème</sup> plus grand marché mondial  
(en nombre d'unités vendues)

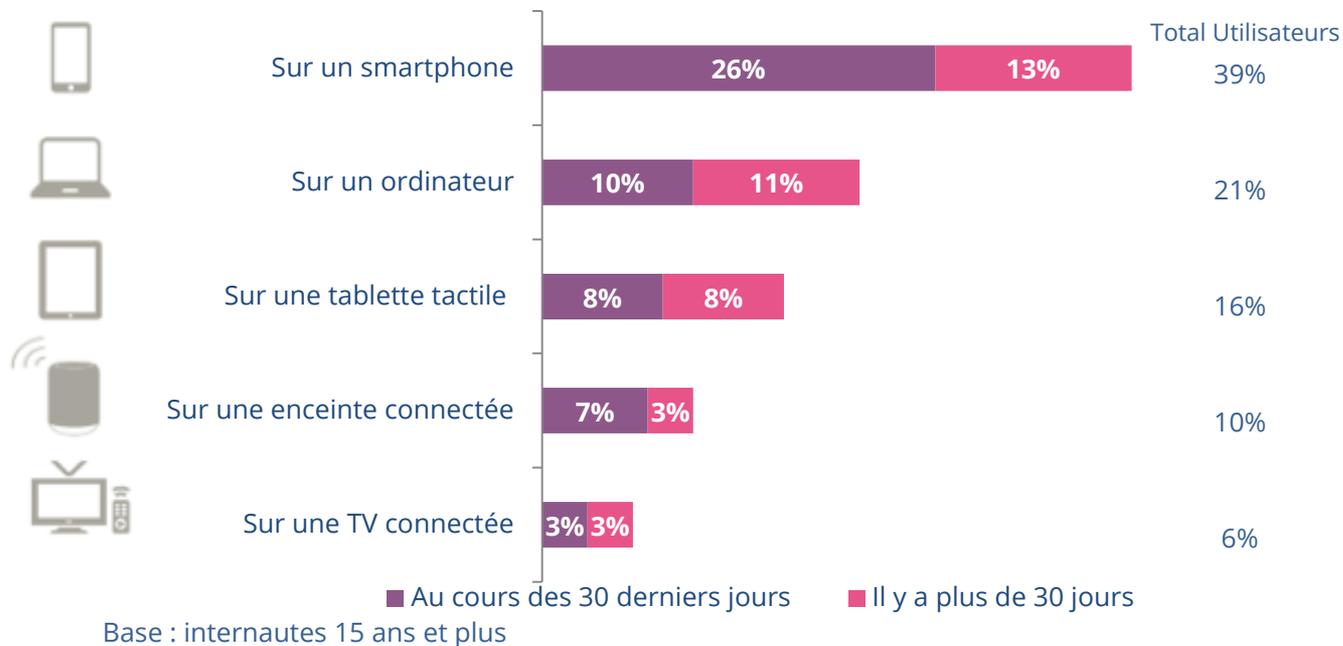
\* Réalité Augmentée et Réalité Virtuelle (RA/RV) : en anglais Augmented Reality/Virtual Reality (AR/VR)

Source : L'Usine Digitale « Le marché des casques AR/VR connaît une croissance de 50% par an », selon une étude « Le marché des technologies immersives (VR/AR/MR) », article du 26/11/2019, Idate DigiWorld ([article](#))

# Près de 46 % des internautes français ont déjà utilisé un assistant vocal

Près de 46 % des internautes français ont déjà utilisé un assistant vocal, que ce soit sur un smartphone, un ordinateur, une tablette, une enceinte ou une smart TV

### Avez-vous déjà utilisé un assistant vocal sur l'un des équipements suivants ?

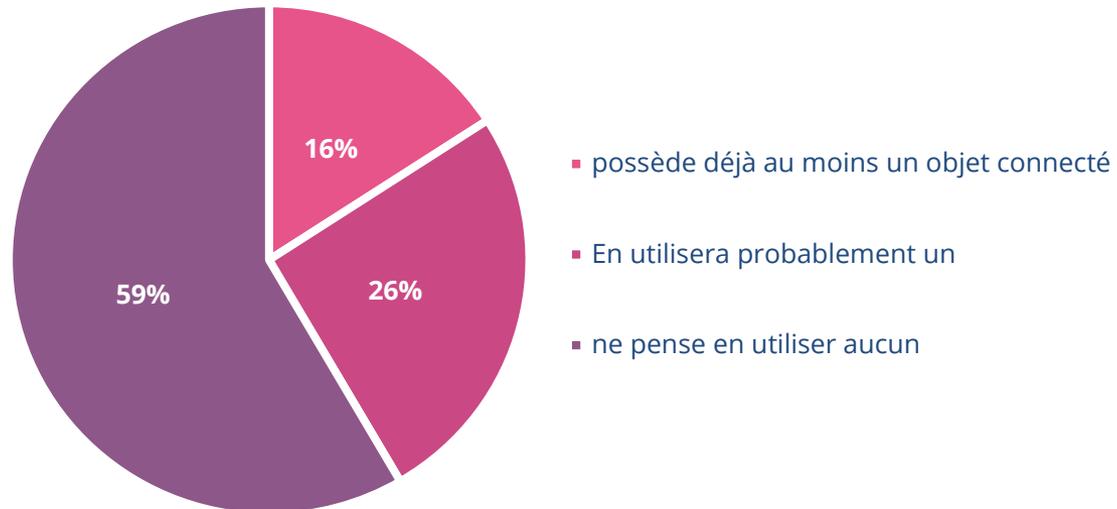


# Internet des objets : 16 % des 12 ans et plus possèdent au moins un objet connecté

- L'équipement en objets connectés permet des usages dédiés à l'électroménager, la santé, la domotique ou la sécurité
- Si 16% des personnes âgées de 12 ans et plus possèdent au moins un objet connecté, un peu plus d'un quart prévoit d'en utiliser à l'avenir

### Répartition de la population en 2019 vis-à-vis des objets connectés, quel que soit le domaine concerné

Ensemble de la population de 12 ans et plus



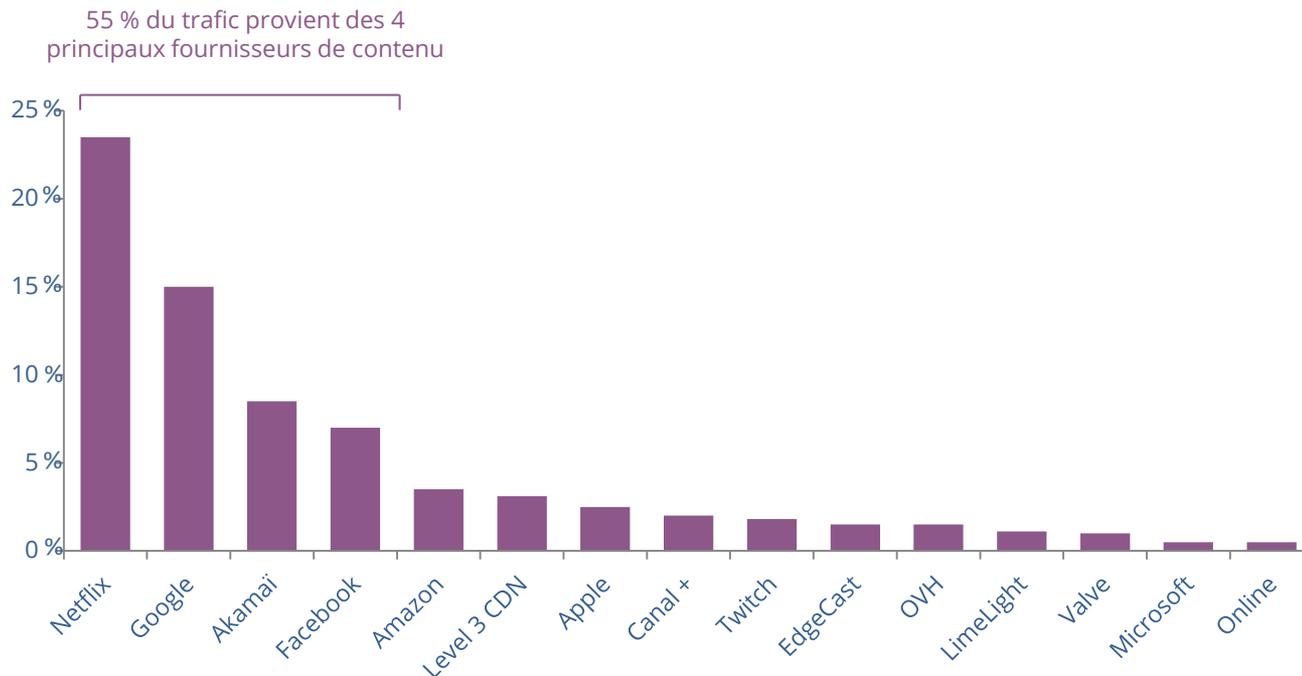


3.

# Usages internet

# Plus de la moitié du trafic (55 %) vers les clients des principaux FAI en France provient de quatre fournisseurs de contenu

## Décomposition selon l'origine du trafic vers les clients des principaux FAI en France (fin 2019)



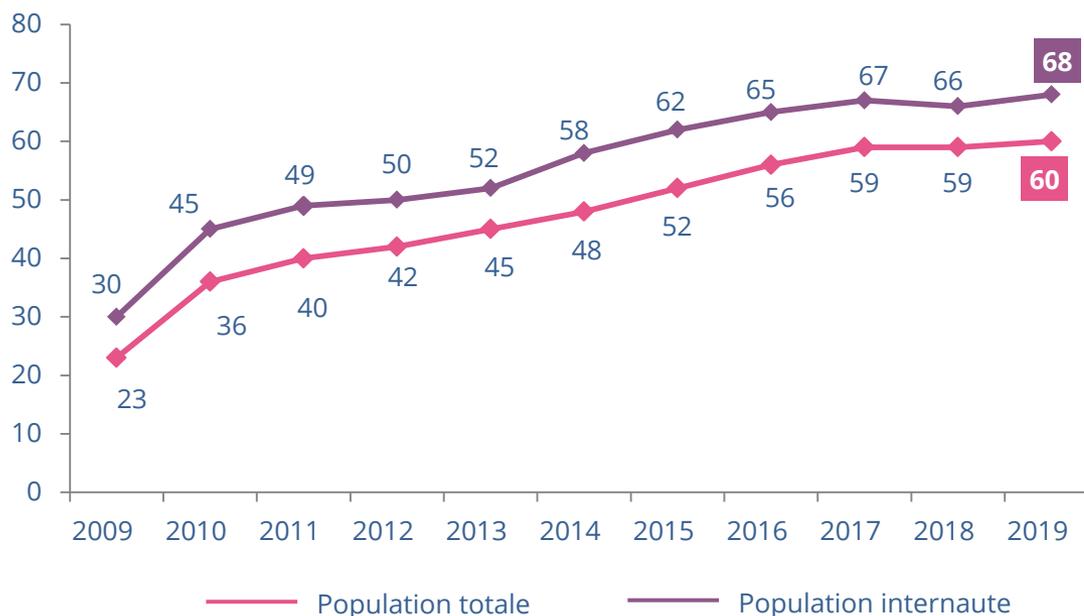
Source : Rapport sur l'État d'Internet, Edition 2020 , Arcep ([Publication](#))

# Près de 60 % des Français de 12 ans et plus indiquent avoir participé à des réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois

La part des Français de 12 ans et plus ayant participé à des réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois est particulièrement significative chez les 18-24 ans, chez qui ce taux monte à 94 %

### Proportion de la population ayant utilisé un réseau social au cours des douze derniers mois

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



# Près de 63 % de Français de 12 ans utilisent internet pour suivre l'actualité

Le suivi de l'actualité via internet progresse, la part de la population utilisant ce moyen progresse de 4 points entre 2016 et 2019

**Proportion de la population qui utilise internet pour suivre l'actualité**  
*Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %*

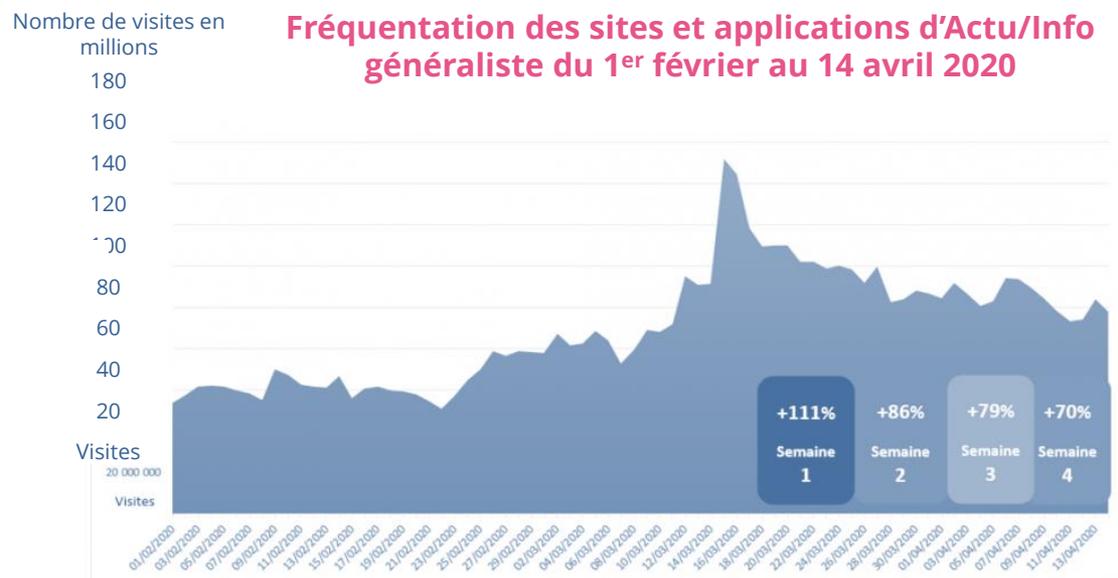




# Durant le confinement, un pic de 111% de la consommation de contenus d'actualités et d'information

Une forte augmentation du nombre de visites enregistrées sur les sites et applications d'actualités et d'Information généraliste (plus de 115 mesurés) durant les 4 premières semaines du confinement. Une conséquence de la crise sanitaire, par rapport à une semaine normée :

- Semaine du 17 mars au 24 mars : + 111 %
- Semaine du 24 mars au 31 mars : + 86 %
- Semaine du 31 mars au 7 avril : + 79 %
- Semaine du 7 avril au 14 avril : + 70 %



Source : « Spécial confinement : une 4<sup>ème</sup> semaine exceptionnelle pour les Sites d'Info », publié le 16/04/2020, ACPM ([article](#))

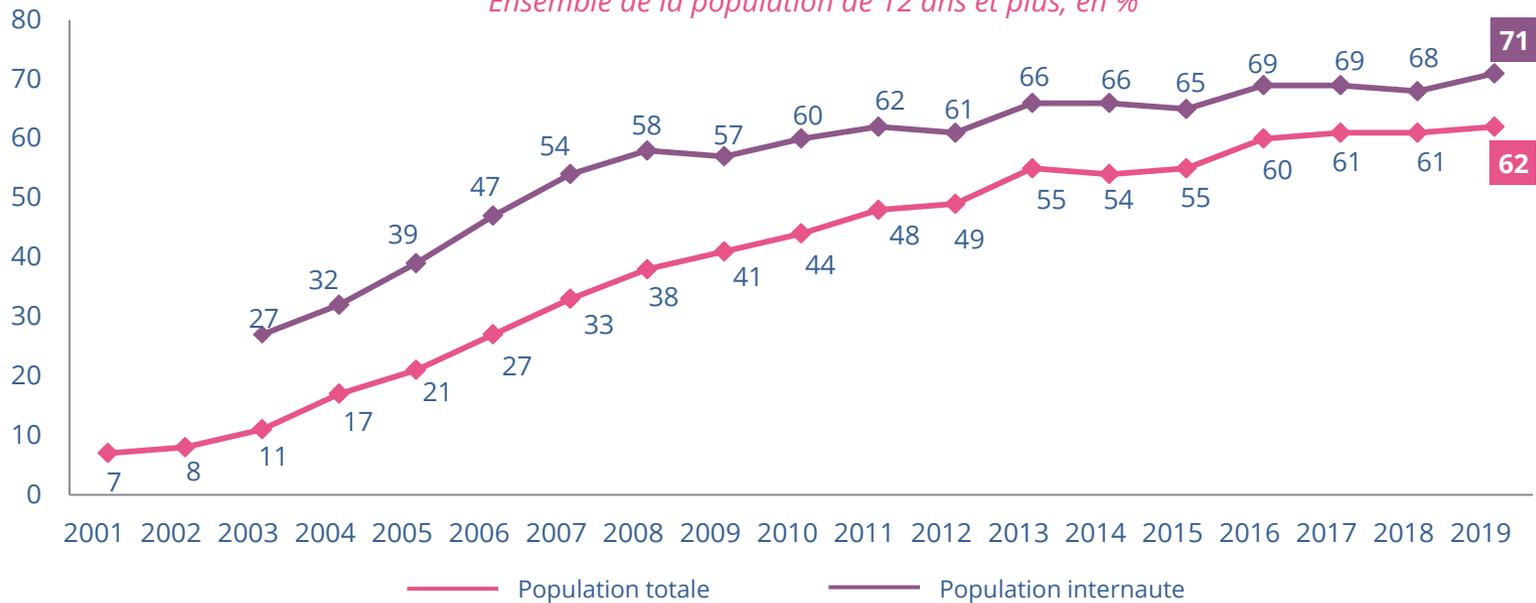
## Référentiel des usages numériques

# Près de 62 % des Français de 12 ans et plus effectuent des achats en ligne

La part des Français de 12 ans et plus effectuant des achats en ligne n'a cessé de croître entre 2001 et 2017 - à l'exception de l'année 2014

### Proportion de la population qui a utilisé internet pour effectuer des achats au cours des douze derniers mois

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %

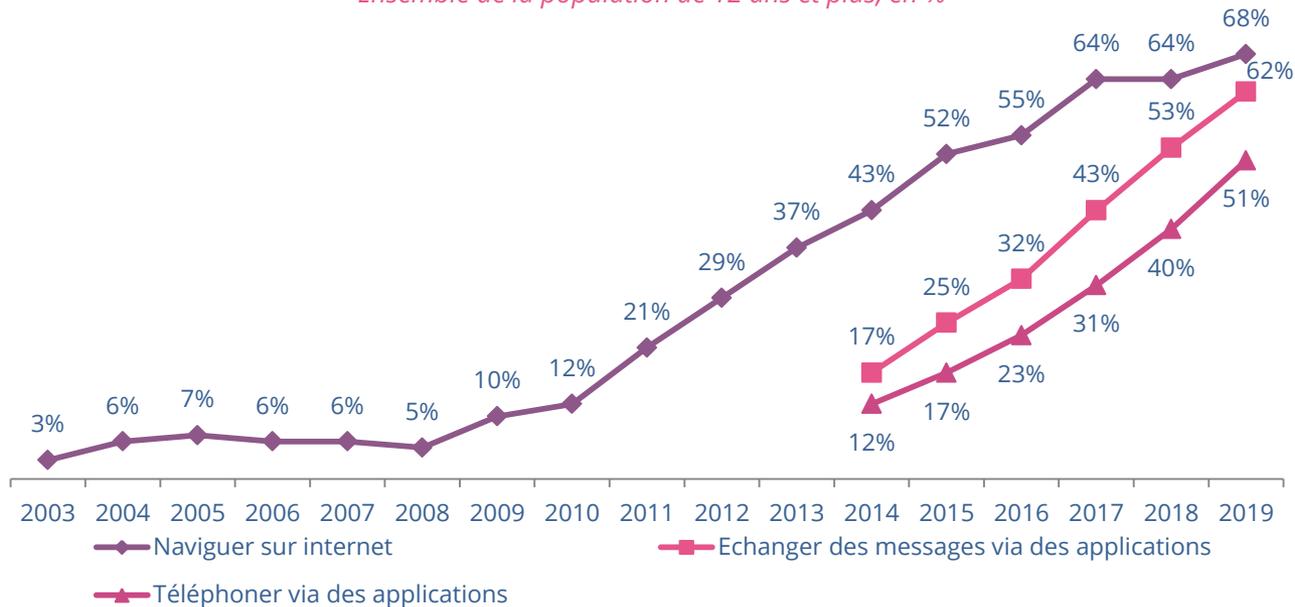


## L'usage de la messagerie instantanée et de la téléphonie via des applications ne cesse de progresser

- 62 % des individus de 12 ans et plus indiquent utiliser des applications pour échanger des messages, et 49 % l'utilisent tous les jours
- 51 % des individus de 12 ans et plus indiquent utiliser des applications pour téléphoner, et 28 % l'utilisent tous les jours

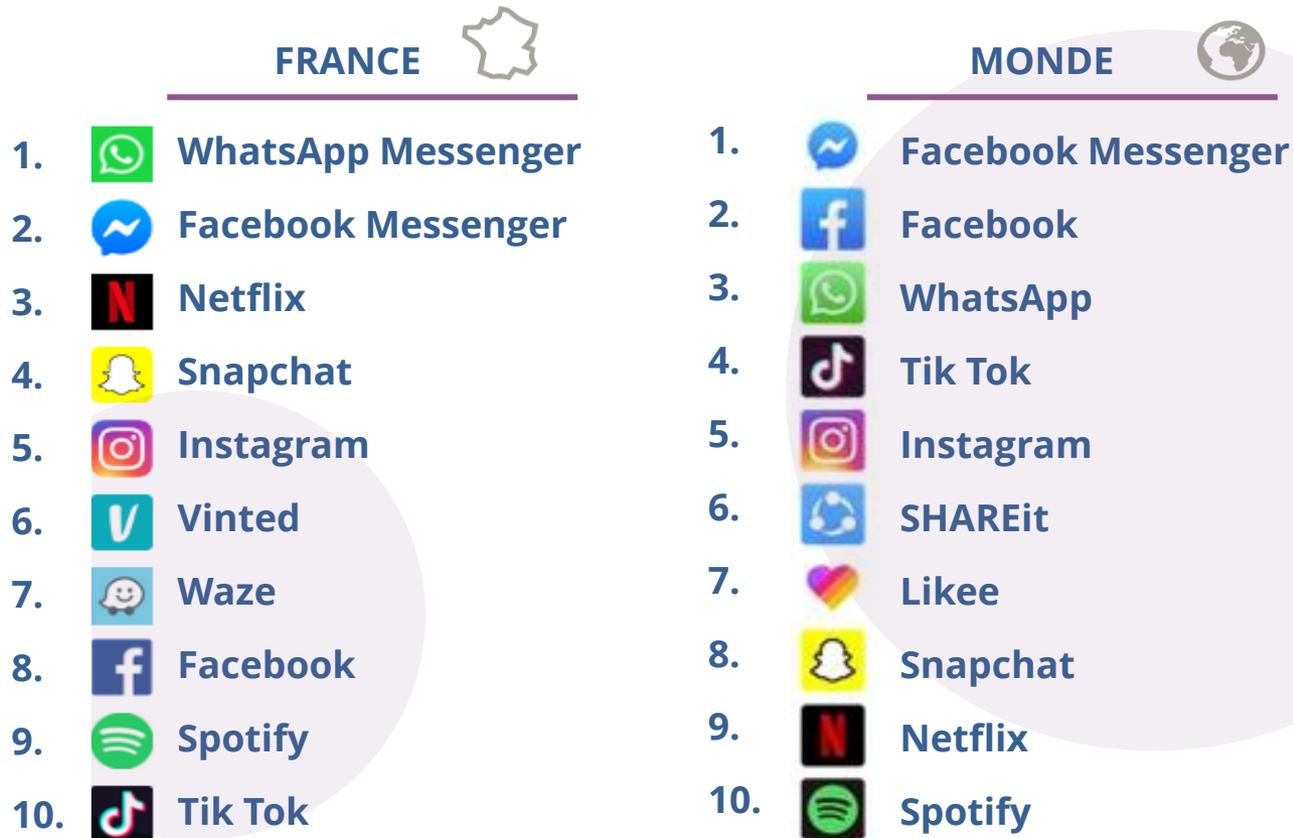
### Proportion de la population qui utilise un téléphone mobile pour ...

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



## Les applications des acteurs à l'empreinte mondiale s'imposent parmi les plus téléchargées

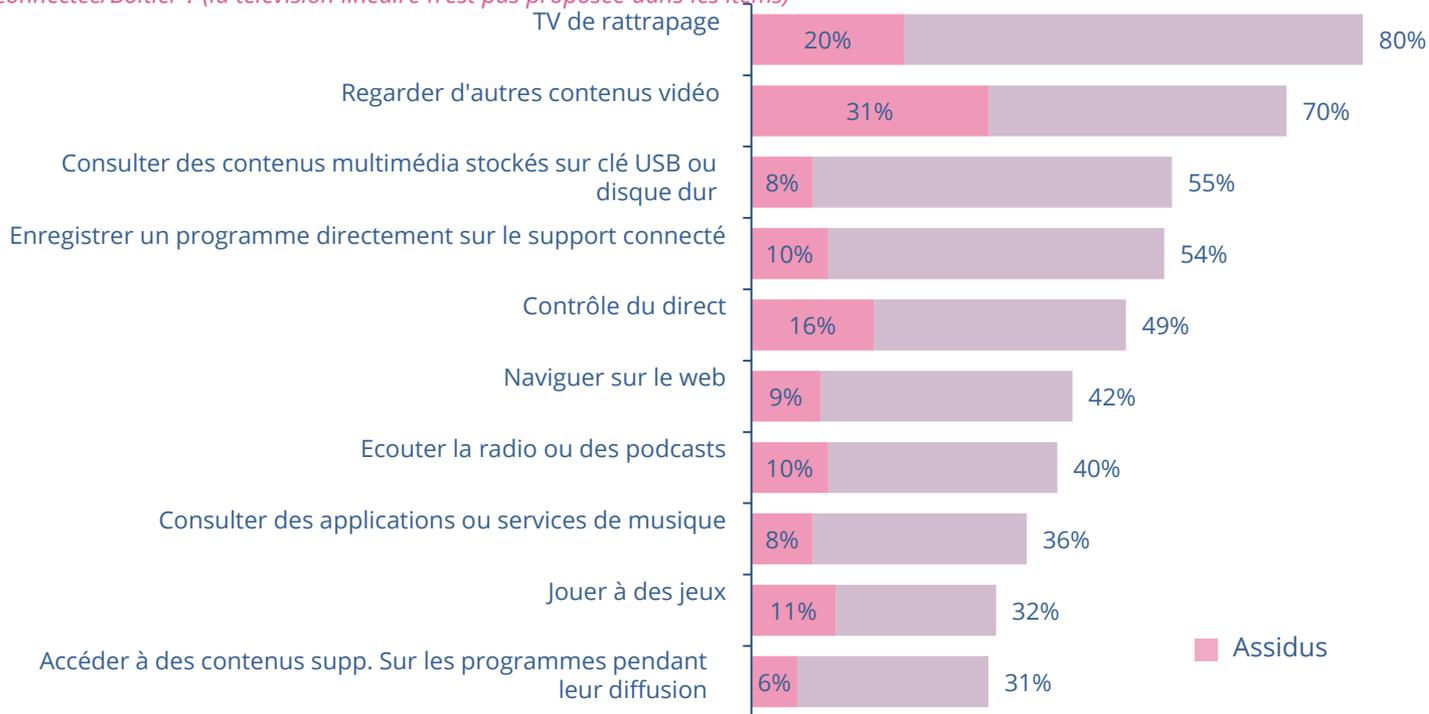
### Top des applis les plus téléchargées en 2019 en France et dans le monde



# La TV de rattrapage est le 1<sup>er</sup> usage sur téléviseur connectée (autre que le visionnage sur la télévision linéaire)

## Top 10 des usages pratiqués à partir d'une interface TV connectée

Question : Parmi les activités suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà pratiquées à partir de l'interface de votre décodeur TV/Smart TV/Console de jeux connectée/Boitier ? (la télévision linéaire n'est pas proposée dans les items)



Base : Ensemble des foyers accédant internet et équipés TV utilisateurs d'au moins une interface TV connectée

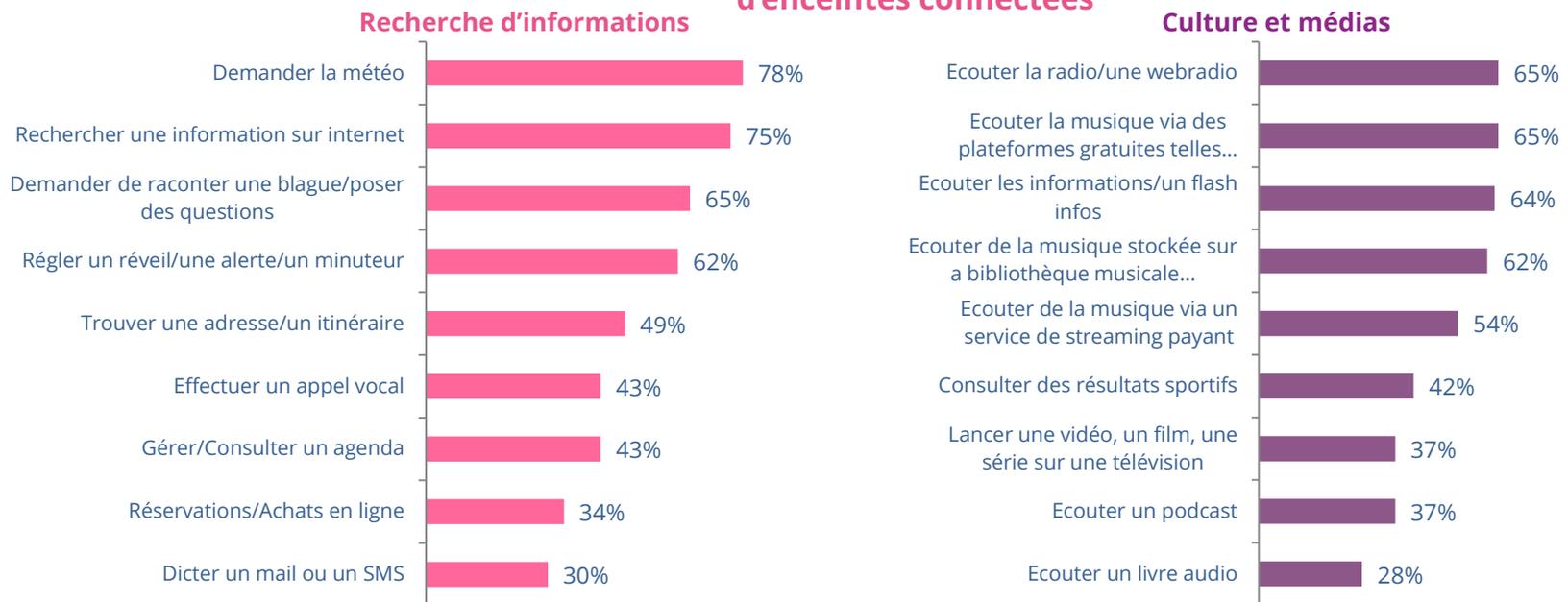
Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel, S1 2020, Mediametrie

## Référentiel des usages numériques

# Les usages des enceintes connectées sont partagés entre recherche d'information et culture/médias

- Des nombreux usages sont associés à l'utilisation des enceintes connectées : plus d'une quinzaine d'usages référencés et pratiqués par les usagers.
- Pour la recherche d'information, la météo apparaît en 1<sup>ère</sup> position, alors que pour la catégorie culture et médias, c'est l'écoute de la webradio qui sort en tête à égalité avec l'écoute de la musique via des plateformes gratuites

### Assistants vocaux et enceintes connectées : Top usages des utilisateurs 30 derniers jours d'enceintes connectées



Base : Utilisateurs d'enceintes connectées au cours des 30 derniers jours (287 individus)

Source : Etude assistants vocaux et enceintes connectées 2019, Harris Interactive pour Hadopi et CSA ([Publication](#))

4.

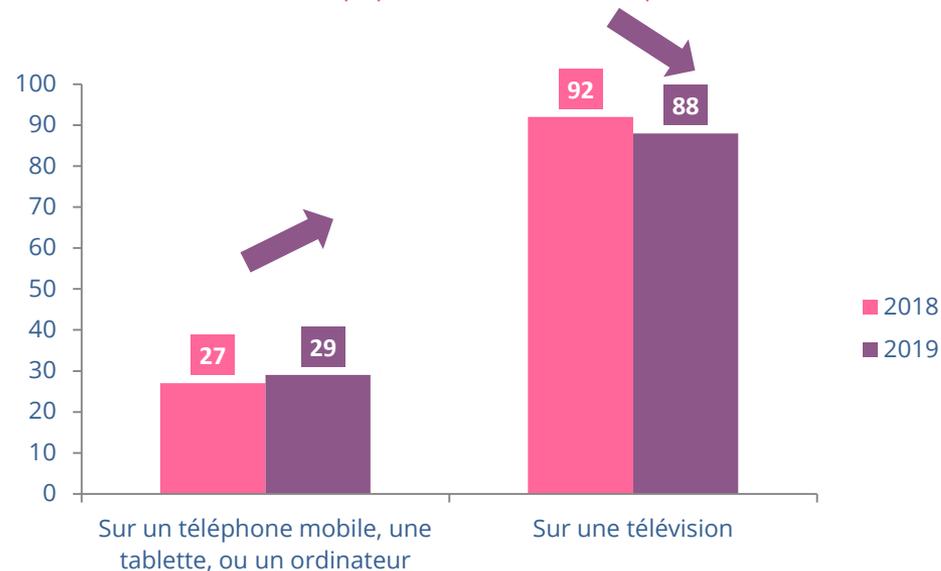
# Usages audiovisuels

# La télévision reste le support privilégié pour regarder la télévision en direct

- Près de 9 personnes de 12 ans et plus sur 10 regardent la télévision en direct sur leur poste de télévision, une proportion qui recule cependant significativement (-4 point en un an)
- La proportion de ceux regardant la télévision en direct sur d'autres supports (ordinateur, smartphone, tablette) reste largement inférieure (29 % des individus de 12 ans) mais progresse

### Proportion de la population qui regarde des émissions de télévisions en direct selon le type de support

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

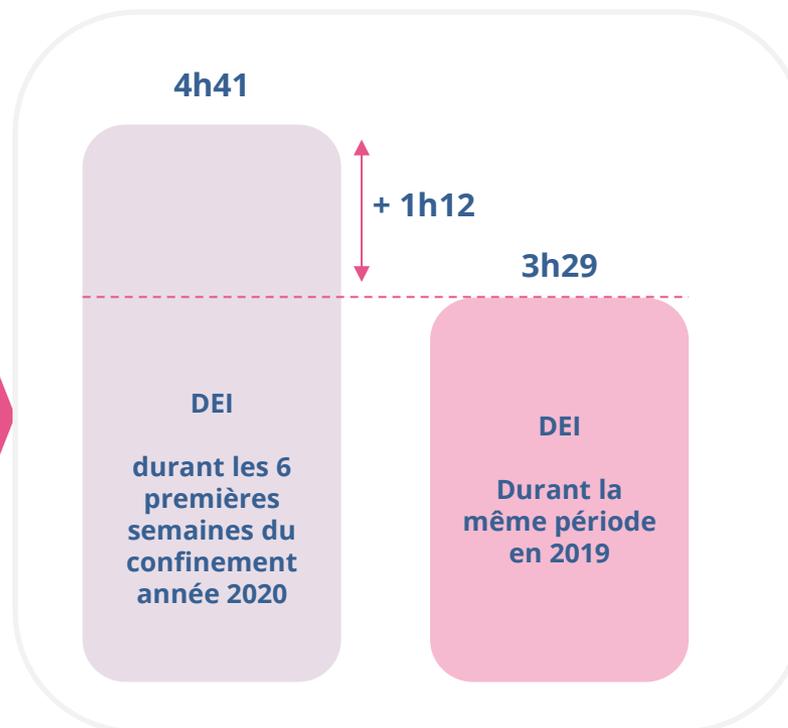




# Durant le confinement, la durée de visionnage de la télévision a été en forte progression (+1h12)

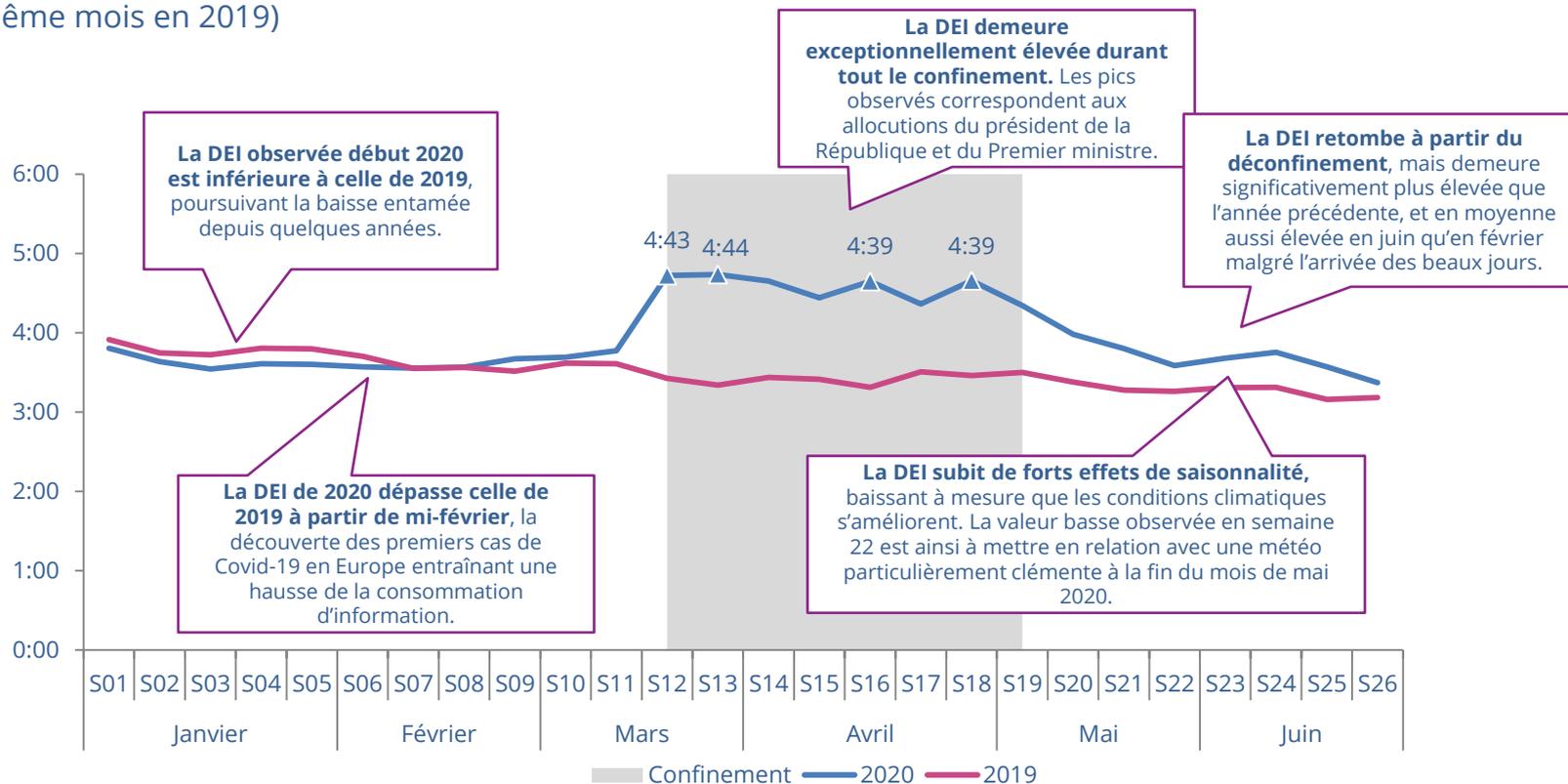
Le confinement a entraîné une très forte hausse de la durée de visionnage de la télévision.

Durant les 6 premières semaines de confinement (du 17 mars au 26 avril 2020), la durée d'écoute individuelle **de la télévision (DEI) s'est élevée en moyenne à 4h41 quotidiennes, contre 3h29 un an auparavant, soit une augmentation de 1h12**



# L'effet du confinement sur la durée d'écoute de la télévision perdue dans le temps

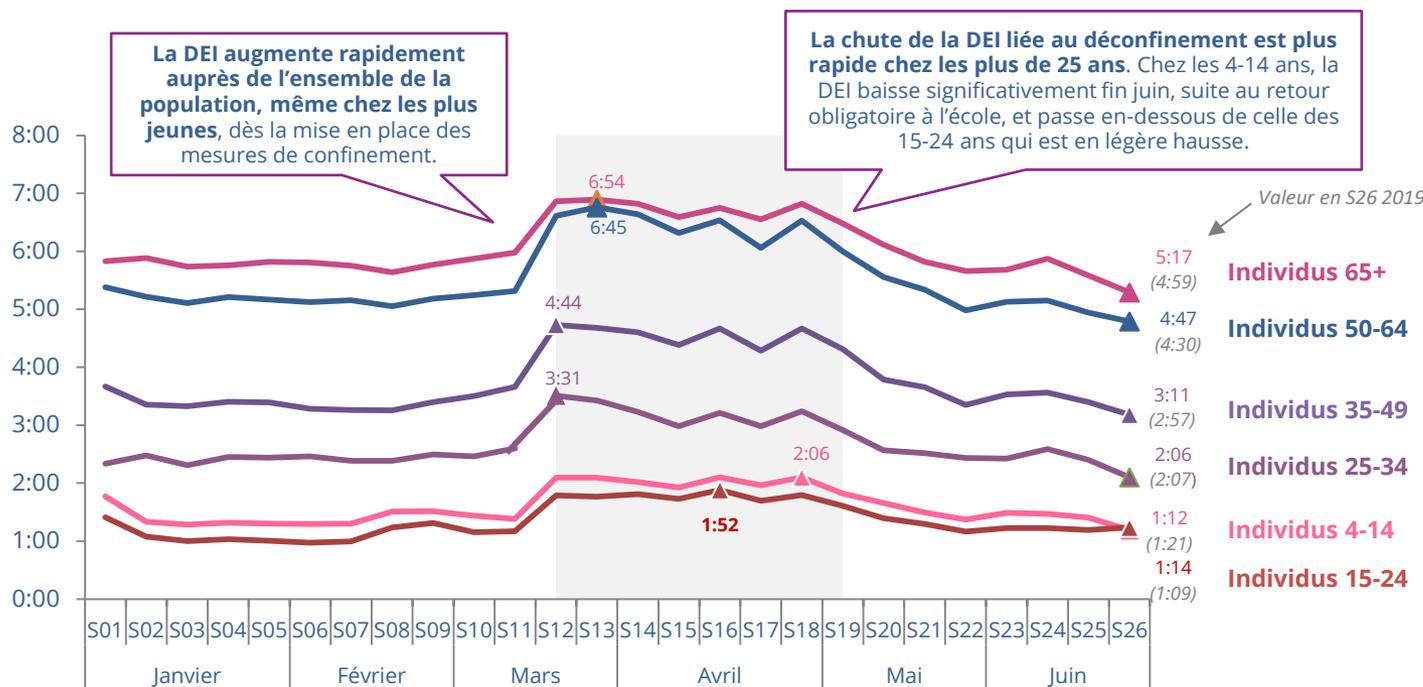
Un effet du confinement qui n'est pas encore totalement dissipé fin juin 2020, malgré une retombée des audiences : la DEI (Durée d'Ecoute Individuelle) quotidienne de juin 2020 s'élève en moyenne à 3h41 (+ 20 min vs le même mois en 2019)



Source : Médiamat - MEDIAMETRIE ; reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE

# Les effets sur l'audience perdurent chez les moins de 25 ans à l'issue du 1<sup>er</sup> confinement

La Durée d'Ecoute Individuelle (DEI) de la télévision reste fortement polarisée, avec un pic à 6h54 par jour chez les plus de 65 ans, contre 2h06 chez les 4-14 ans et 1h52 chez les 15-24 ans.



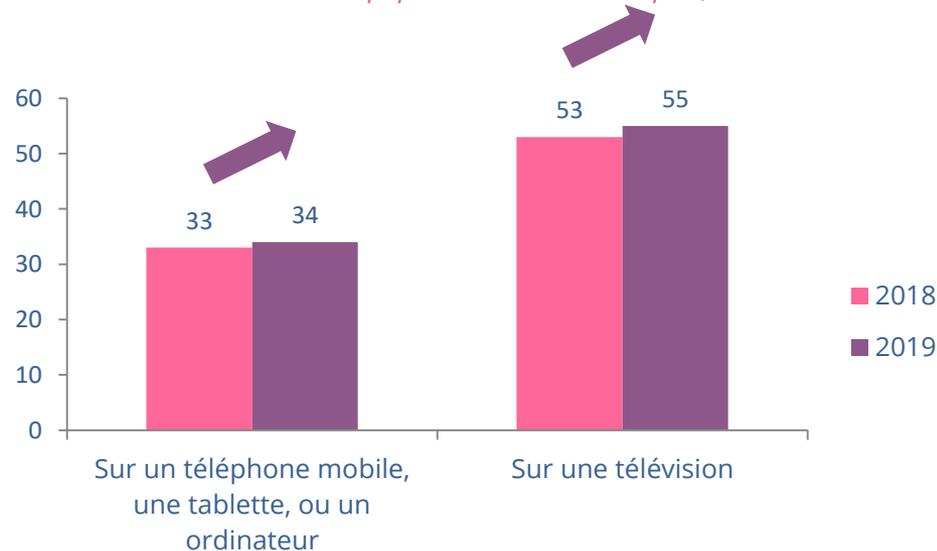
## Référentiel des usages numériques

# Si le téléviseur est privilégié pour la consommation de la télévision à la demande, 34% des individus la regardent sur d'autres supports

- 34 % des individus de 12 ans et plus déclarent regarder la télévision à la demande (dont télévision de rattrapage) depuis un ordinateur, un smartphone ou une tablette
- Cette part est plus élevée sur la télévision avec 55%, et progresse de 2 points vs 2019

### Proportion de la population qui regarde des émissions de télévisions de rattrapage ou de la VAD, téléchargement, streaming selon le type de support

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



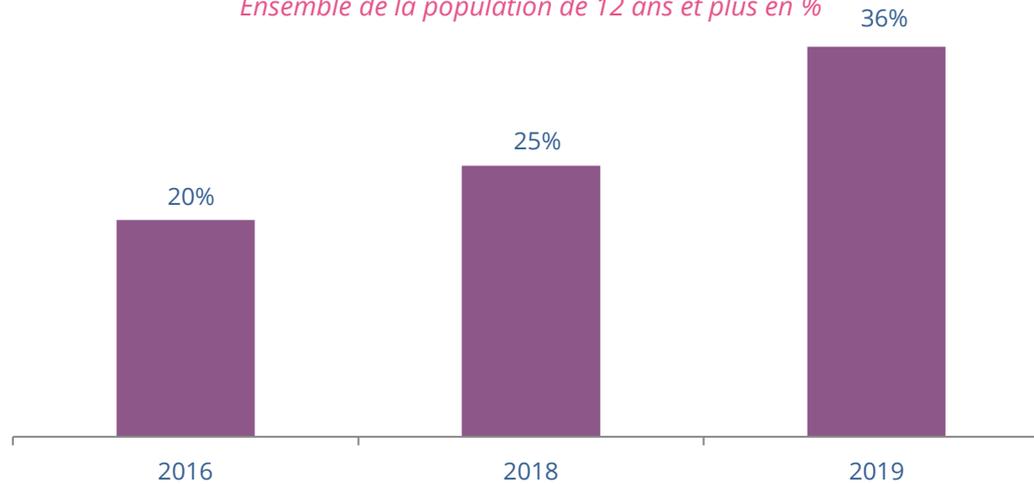
# Près de 36 % des individus de 12 ans et plus sont abonnés à un service de Vidéo à la Demande par Abonnement (VàDA)

Entre 2018 et 2019, la proportion de la population abonnée à un service de VàDA progresse de 11 points :

- Pour les 18-24 ans cette part s'élève à 66%, soit + 22 points en 1 an
- Pour les , 12-17 ans cette part s'élève à 53%, soit + 15 points en 1 an
- Pour les 25-39 ans cette part s'élève à 51%, soit +14 points en 1 an
- Symétriquement, les familles de 4 personnes ou plus sont 53% à disposer d'un abonnement (+18 points)

### 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)

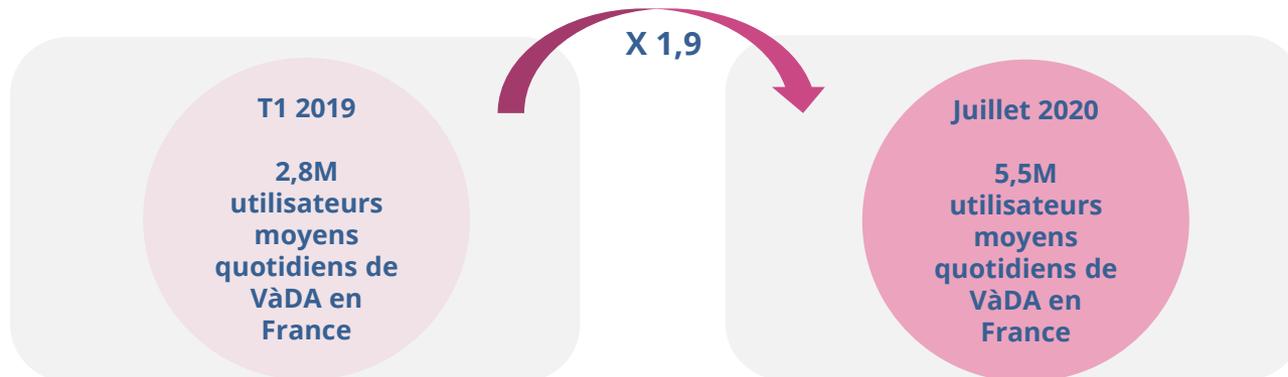
Ensemble de la population de 12 ans et plus en %



# Entre mars et juillet 2020, le nombre d'utilisateurs quotidiens de VàDA a augmenté de 45 %

- 18,8 % des individus de 4 ans et plus ont regardé des contenus de VàDA au cours des 30 derniers jours, soit 11,3 millions d'individus
- Les individus de 4 ans et plus consommateurs de VàDA regardent en moyenne 2h47 de contenus de VàDA par jour, dont 67 % sur le téléviseur

Sous l'effet conjugué de la crise sanitaire et du lancement en France de Disney+ (le 7 avril 2020), une forte **croissance du nombre d'utilisateurs moyens quotidiens de VàDA** entre mars et juillet 2020 : + 45 % (contre une hausse de 35 % entre le T1 2019 et le T1 2020)

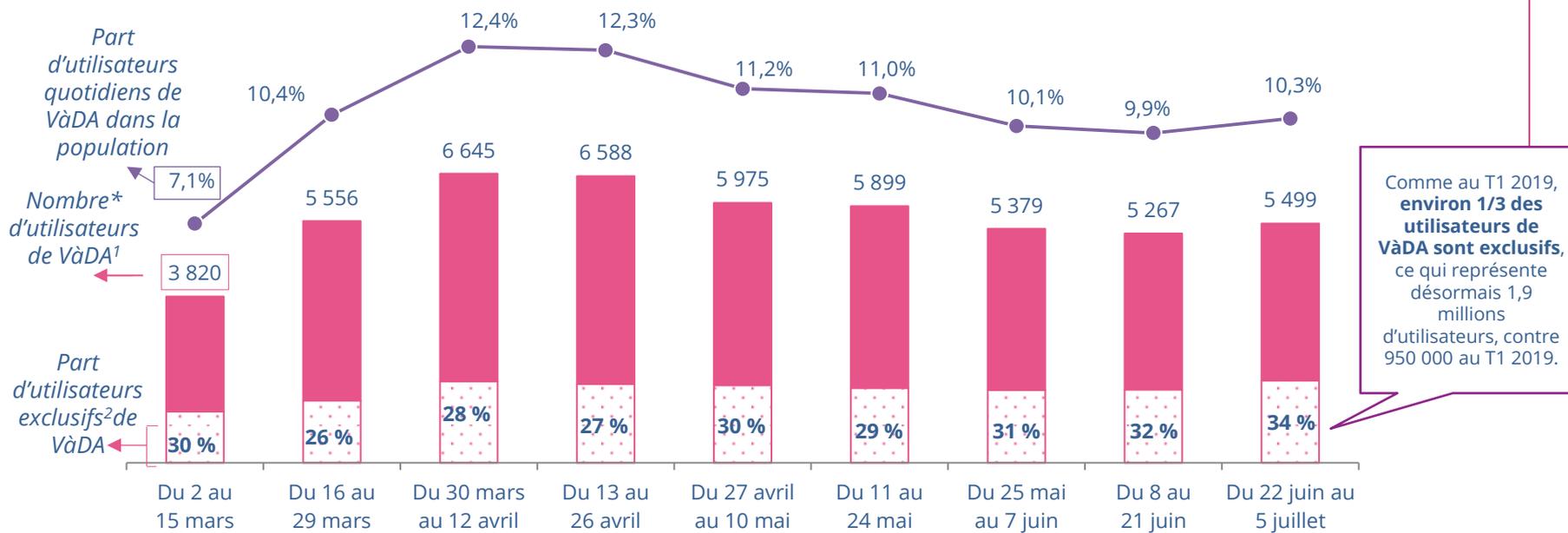


Sources :

- Global SVoD sept-nov 2019, Mediametrie ;
- Baromètre bimensuel – 1er Bilan Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2020, CSA sur données Mediametrie – Harris Interactive ([publication](#))

# L'augmentation de la fréquence de visionnage de contenus de VàDA a été particulièrement marquée durant le confinement

Un nombre d'utilisateurs de VàDA stabilisé autour de 5,4 millions à la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2020, soit une part d'utilisateurs quotidiens de VàDA en hausse de 3 % en 4 mois



vs **2,8 millions d'utilisateurs au T1 2019**, dont 34 % d'utilisateurs exclusifs

(1) Moyenne du nombre quotidien d'utilisateurs de VàDA pendant la période – Un utilisateur est défini par sa consommation effective de contenu en VàDA, et non par sa souscription à un service de VàDA, les données sont en milliers

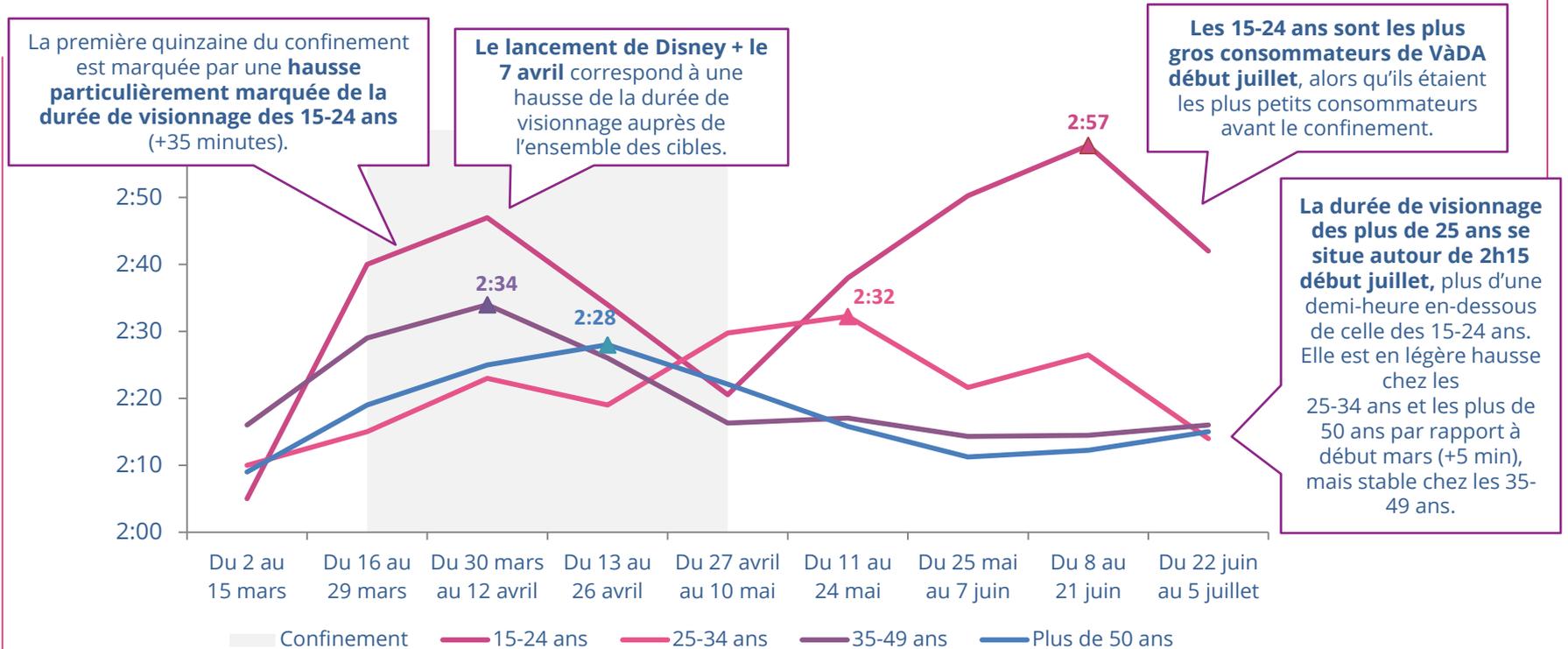
(2) Les utilisateurs exclusifs sont définis comme ayant uniquement visionné des programmes en SVAD, sans avoir eu recours à une autre forme de consommation audiovisuelle (télévision, vidéo à l'acte)

Source : Baromètre bimensuel – 1<sup>er</sup> Bilan Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2020, CSA sur données Mediametrie – Harris Interactive ([publication](#))

# L'intensification de la consommation de VàDA durant le 2<sup>ème</sup> trimestre 2020 a été marquée chez les 15 - 24 ans

**Une hausse durable de la consommation de VàDA auprès des 15-24 ans, entraînant une polarisation de la durée d'écoute selon les âges**

(Durée de visionnage individuelle estimée quotidienne par utilisateur et par quinze en heure : minute)

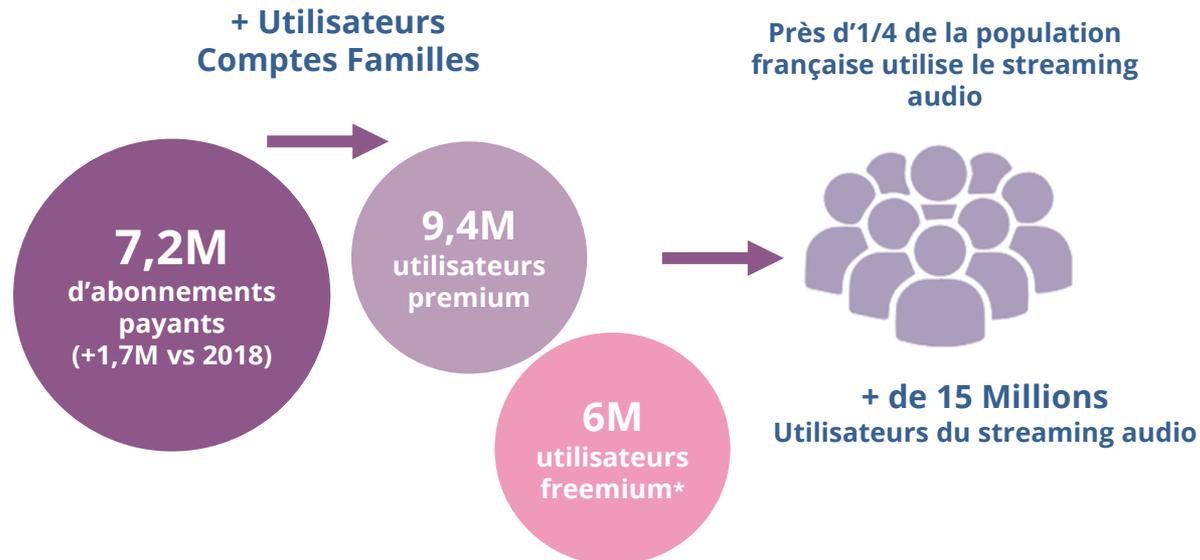


Source : Baromètre bimensuel – 1<sup>er</sup> Bilan Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2020, CSA sur données Mediametrie – Harris Interactive ([publication](#))

## Streaming audio : près de 10% de la population dispose d'un abonnement streaming payant

- Avec les offres familles, 9,4 millions de français écoutent de la musique en streaming payant
- Les abonnements payants génèrent désormais près de 80% des revenus du streaming (auxquels s'ajoutent : 12% pour le streaming vidéo – hors UGC Universal, et 10% pour le streaming audio financé par la publicité)

**Marqueur essentiel de la transformation du marché, le nombre d'abonnements a franchi pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2019 le cap des 10% de la population**



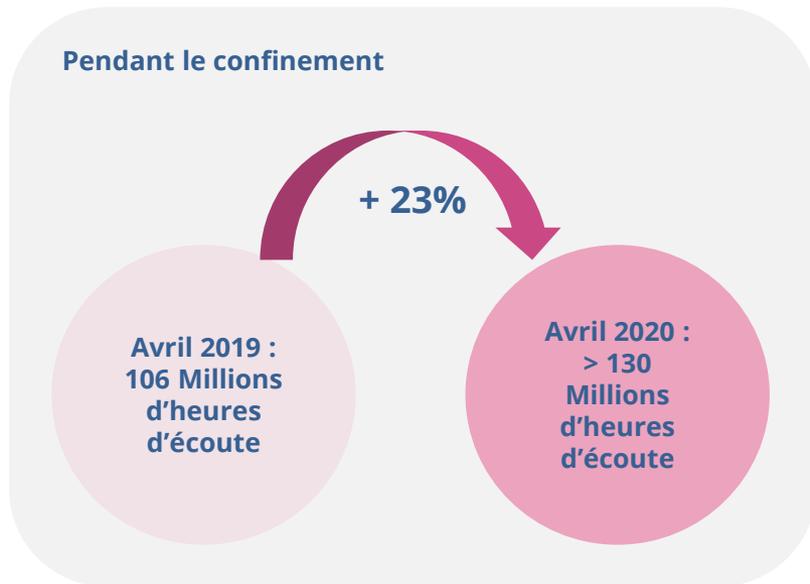
\*Freemium : modèle incluant un accès gratuit financé par la publicité, par extensions ses utilisateurs sont appelés « utilisateurs freemium »

Source : Décryptage et performances du marché 2019 de la musique enregistrée, 25/02/2020, SNEP ([publication](#))

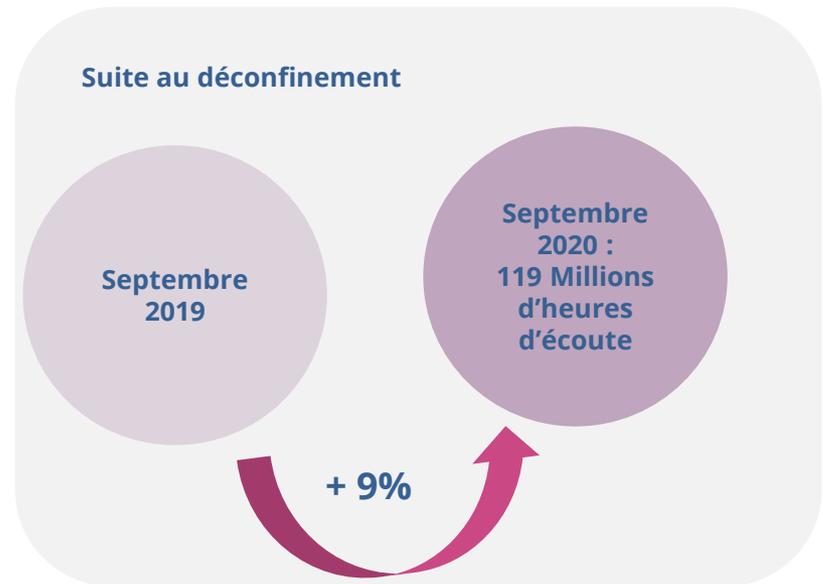
# Entre 2019 et 2020, une nette progression de l'écoute de la radio en ligne, en nombre de sessions et durée d'écoute

- Le nombre de sessions d'écoutes des radios digitales\* progresse de 20% en avril 2020 vs avril 2019, durant le confinement
- La durée quant à elle progresse de 23% sur cette même période, passant de 106 Millions d'heures d'écoute en avril 2019 à plus de 130 Millions d'heures d'écoute en avril 2020
- Suite au déconfinement, la consommation digitale de la Radio progresse encore fortement et atteint 119 millions d'heures d'écoute, soit une croissance de 9% par rapport à septembre 2019

### Pendant le confinement



### Suite au déconfinement



Radio digitales : synonyme de radio en ligne

Source : Classement des radios digitales Avril 2020, 18/05/2020, ACPM/OJD ([publication](#)), Classement des radios digitales Septembre 2020, 15/10/2020, ACPM/OJD ([publication](#))

5.

# Méthodologie et glossaire

# Principales sources utilisées

Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements, T2 2020, Arcep ([Publication](#), [open data](#))

Observatoire trimestriel des services de communications électroniques, T2 2020, Arcep ([publication](#), [open data](#))

Baromètre du numérique 2019, étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'Agence du numérique ([Publication](#), [open data](#))

Communiqué de presse, Audience Internet Global en France en juin 2020, 08/2020, Mediametrie

Sondage Credoc pour le compte de l'Arcep, 04/2020

Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2020, CSA sur données Mediametrie ([publication](#))

Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, T3 et T4 2019, CSA et Mediametrie ([publication](#))

L'Usine Digitale « Le marché des casques AR/VR connaît une croissance de 50% par an », selon l'étude « Le marché des technologies immersives (VR/AR/MR) », article du 26/11/2019, Idate DigiWorld ([article](#))

Etude assistants vocaux et enceintes connectées 2019, Harris Interactive pour Hadopi et CSA ([Publication](#))

Rapport sur l'État d'Internet, Edition 2020, Arcep ([Publication](#))

« Spécial confinement : une 4ème semaine exceptionnelle pour les Sites d'Info », article du 16/04/2020, ACPM ([article](#))

Site AppAnnie 2019

« Le public et les médias, un lien renforcé pendant le confinement », communiqué du 14/05/2020, Mediametrie ([publication](#))

Global SVoD, septembre/novembre 2019, Mediametrie ([publication](#))

Baromètre bimensuel – 1<sup>er</sup> Bilan Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, 07/2020, CSA sur données Mediametrie - Harris Interactive ([publication](#))

« Décryptage et performances du marché 2019 de la musique enregistrée », 25/02/2020, SNEP ([publication](#))

Classement des radios digitales Avril 2020, 18/05/2020, ACPM/OJD ([publication](#))

Classement des radios digitales Septembre 2020, 15/10/2020, ACPM/OJD ([publication](#))

## Référentiel des usages numériques

### Glossaire (1/3)

**FttH / FttO** : abréviation de Fiber to the Home (Fibre jusqu'à l'abonné aussi appelée fibre optique de bout en bout)/Fiber to the office, correspond au déploiement de la fibre optique depuis le nœud de raccordement optique (lieu d'implantation des équipements de transmission de l'opérateur) jusque dans les logements ou les locaux à usage professionnel.

**FAI** : abréviation de « Fournisseur d'Accès à Internet »

**Internet haut débit** : par convention, on désigne à haut débit un accès internet offrant un débit inférieur à 30 Mbits/s et supérieur à 0,512 Mbit/s. Aujourd'hui, la quasi-intégralité du territoire est couverte en haut débit : sur les réseaux en cuivre déployés au cours de la première deuxième moitié du 20<sup>ème</sup> siècle pour le téléphone fixe, un équipement progressif en DSL (digital subscriber line ou ligne d'abonné numérique) a permis la démocratisation d'internet à partir des années 2000.

**Internet très haut débit** : par convention, est désigné à très haut débit un accès internet offrant un débit supérieur à 30 Mbits/s. Le « très haut débit » est atteignable grâce à différentes technologies : le réseau en cuivre (lorsque le domicile de l'abonné est suffisamment proche du central téléphonique), la fibre optique avec terminaison coaxiale, certains réseaux radio, et la fibre optique de bout en bout. La fibre optique de bout est néanmoins le support qui offre le plus de performance et d'évolutivité ainsi que la plus large couverture du territoire ; les réseaux en fibre optique de bout en bout se déploient rapidement, pour constituer le réseau de référence de demain.

**Zones très denses (ZTD)** : communes à forte concentration de population, pour lesquelles, sur une partie significative de leur territoire, il est économiquement viable pour plusieurs opérateurs de déployer leurs réseaux de fibre optique, au plus près des logements.

**Service OTT (abréviation de « Over the top »)** : tout contenu, service ou application accessible par les utilisateurs finaux sur internet, sans passer par un réseau dédié ou sans se voir réserver une partie spécifique de bande passante.

## Référentiel des usages numériques

### Glossaire (2/3)

**Boîtier OTT** : équipement permettant de visualiser des programmes audiovisuels en direct ou à la demande selon des méthodes d'accès de type OTT (à savoir l'accès sur l'internet ouvert). Ces boîtiers peuvent également permettre de « basculer » un flux vidéo lancé sur un appareil mobile vers un téléviseur.

**Récepteur DAB+** : équipement permettant la réception et le traitement des signaux DAB + abréviation de « Digital Audio Broadcasting », le « + » correspondant à une évolution de la norme mondiale de diffusion de la radio numérique terrestre (RNT). Le DAB+ est une technologie de modulation et de transmission numériques de la radio. Tout comme la TNT ou la FM, cette technologie utilise le réseau de diffusion hertzien terrestre.

**RA/RV** : abréviation de « Réalité Augmentée/Réalité Virtuelle », son abréviation anglaise est AR/VR, « pour Augmented Reality/Virtual Reality »

**Smart TV** : téléviseur permettant une connexion à internet intégrée ne nécessitant pas de se raccorder au décodeur du FAI

**TV connectée** : téléviseur possédant une connexion à internet intégrée (on parle alors de « Smart TV ») ou disposant d'un accès internet indirect, via un décodeur FAI, une console connectée, un boîtier tiers et/ou un ordinateur, auquel serait relié l'équipement.

**TV de rattrapage** : ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement.

**Webradio** : une webradio ou netradio permet la diffusion de programmes radiophoniques en direct sur Internet grâce à la technologie de la lecture en continu.

# Glossaire (3/3)

**DEI** : abréviation de « Durée d'Écoute Individuelle par Individu ». La DEI est un indicateur d'audience pour le média TV et représente la durée d'écoute moyenne sur le téléviseur de la télévision (en linéaire et de rattrapage) de l'ensemble des individus. La DEI est généralement exprimée en minutes pour une journée ou en moyenne quotidienne.

**VàDA** : abréviation de « Vidéo à la Demande par Abonnement », la VàDA est un service payant pour l'utilisateur, qui lui permet d'accéder à des contenus de type films, séries, documentaires etc.

**Streaming** : technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct (ou en léger différé).

**Modèle de streaming premium** : modèle de streaming payant pour l'utilisateur via un abonnement. Par extension ses utilisateurs sont appelés « utilisateurs premium »

**Modèle de streaming freemium** : modèle de streaming incluant un accès gratuit financé par la publicité. Par extension, ses utilisateurs sont appelés « utilisateurs freemium ».

# Le pôle numérique

