Le pôle numérique

arcep Arcom

Référentiel des usages numériques

16 mars 2022

Edito (1/2)

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

Le Pôle numérique a pour but d'approfondir les analyses techniques, économiques et environnementales des marchés du numérique et d'accompagner les deux régulateurs dans la mise en place de leurs nouvelles missions 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 contribue à la réalisation de ces objectifs. En agrégeant des données issues de différentes sources établies, il fournit des éléments chiffrés et centralisés sur les déploiements des réseaux fixes, la couverture des réseaux mobiles, l'accès à internet, l'équipement des foyers, les usages internet et audiovisuel. Cette deuxième édition du référentiel intègre de nouvelles thématiques, telles que la prise en compte des enjeux environnementaux du numérique au travers de l'équipement en *smartphones*, ou encore l'utilisation des outils de contrôle parental sur internet.

Les indicateurs du référentiel soulignent la progression toujours plus intense des déploiements des boucles locales fixes à très haut débit, portés par ceux des boucles locales en fibre optique. Désormais, une majorité de locaux équipés d'un accès internet actif dispose du très haut débit. Dans le même temps, la couverture des réseaux mobiles de quatrième génération continue de se densifier, permettant ainsi l'accroissement continu des débits moyens.

Edito (2/2)

L'augmentation de la pénétration d'internet, la substitution du haut par le très haut débit, et l'accroissement de la qualité de service ont contribué à l'intensification des usages nécessitant un accès au réseau. Ainsi, le recours aux réseaux sociaux, l'utilisation d'applications de communications interpersonnelles, l'écoute de la radio en ligne, ou bien les achats en ligne, ne cessent de progresser. Cette croissance des usages s'accompagne du développement des moyens de contrôle parental. Pour protéger les mineurs des dangers de l'utilisation d'internet, une majorité des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans ont recours à un moyen pour contrôler leur navigation, avec pour première motivation le contrôle des contenus visionnés.

En termes d'équipement pour accéder à ces différents services, le téléviseur demeure le premier équipement des foyers, et très majoritairement connecté : 82 % des téléviseurs disposent d'une connexion à internet. Concernant les usages audiovisuels, le nombre d'utilisateurs moyen quotidien de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) est partiellement dépendant des mesures sanitaires prises. Par ailleurs, en 2021, et malgré une baisse par rapport à 2020, la durée d'écoute individuelle de la télévision retrouve au 2ème semestre, son niveau de 2019. Le taux d'équipement en *smartphone* continue de progresser chaque année, contribuant ainsi significativement à l'impact environnemental du numérique. Une très large majorité des individus (84 %) conserve leur *smartphone* moins de trois ans et 52 % le conservent lorsqu'ils ne l'utilisent plus. En comparaison, la vente, le don ou le recyclage restent encore des pratiques minoritaires.

Sommaire

1. Déploiements, couverture et accès à internet

2. Équipements des foyers et des individus

3. Usages internet

4. Environnement et numérique : focus sur les *smartphones*

5. Usages audiovisuels

6. Outils de contrôle parental sur internet

7. Méthode, sources et glossaire

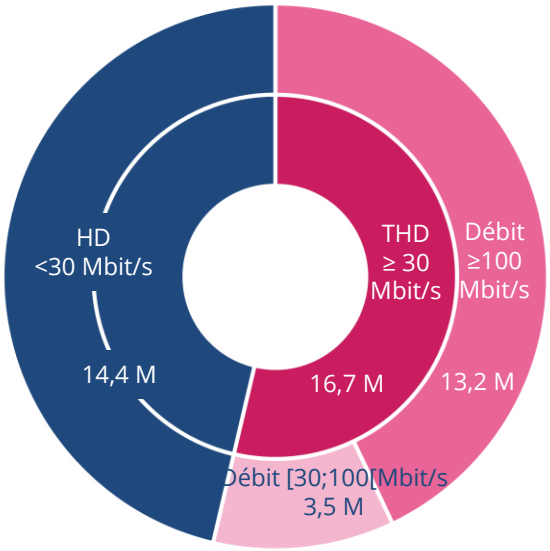
1.

Déploiements, couverture et accès à internet

Au 2ème trimestre 2021, la France compte 31 millions d'abonnements internet fixes actifs à haut et très haut débit

- Le nombre d'abonnements à très haut débit, soit supérieur à 30 Mbit/s (16,7 millions) est désormais majoritaire en France (54 %, +12 points en un an)
- Le nombre d'abonnements internet dont le débit est supérieur à 100 Mbit/s représente 44 % du nombre total d'abonnements à haut et très haut débit
- 22,7 millions d'abonnements au service audiovisuel sont couplés à l'accès internet (73 %)

31 millions d'abonnements internet à haut et très haut débit

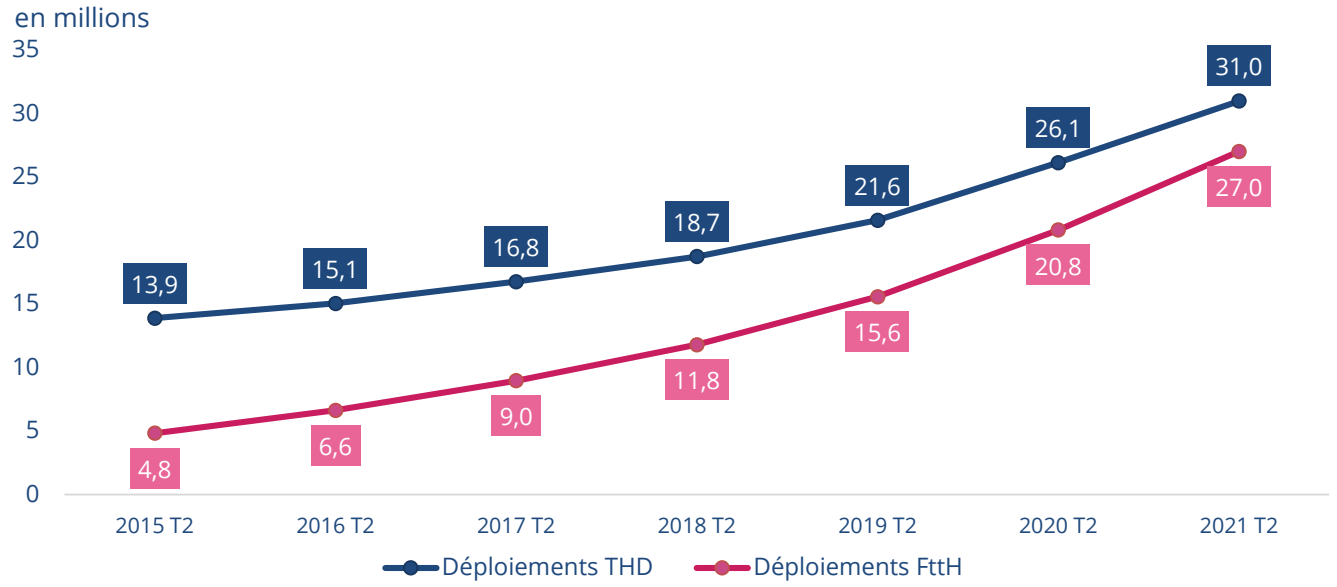


Source : Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T2 2021, Arcep (Publication, open data)

Le déploiement des technologies filaires à très haut débit s'intensifie encore, grâce à celui des réseaux FttH

- Parmi les 41 millions de locaux en France, 31 millions sont éligibles au très haut débit (>30 Mbit/s) dont 24 millions se situent en-dehors des zones très denses. Le très haut débit permet notamment la consommation de plusieurs contenus vidéo en simultané.
- La croissance est portée par les déploiements FttH : fin juin 2021, 27 millions de locaux ont été rendus raccordables, soit 6,2 millions supplémentaires en un an.

Déploiements très haut débit et FttH

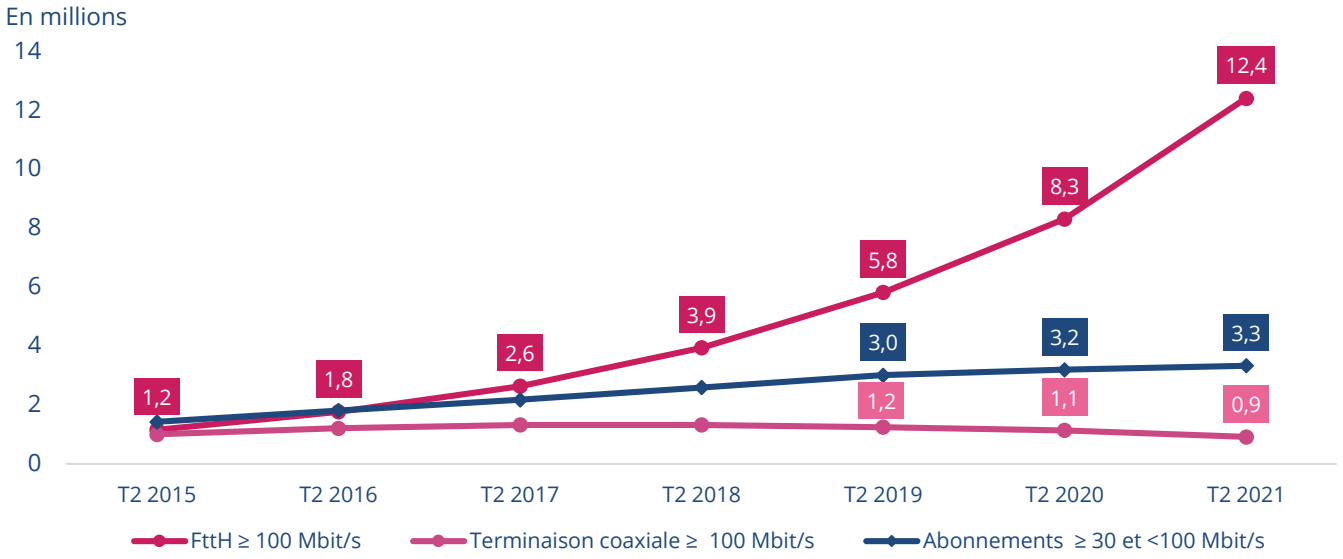


Source : Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T2 2021, Arcep (Publication, open data, Ma connexion internet

En France, l'adoption des technologies fixes à très haut débit est entièrement portée par celle de la fibre

- 12,4 millions de locaux disposent d'un accès actif en fibre optique, soit + 4,1 millions en un an
- Les abonnements en fibre optique représentent 40 % du nombre total d'abonnement à haut et très haut débit (+12 points en un an)

Abonnements à très haut débit selon la technologie et le débit

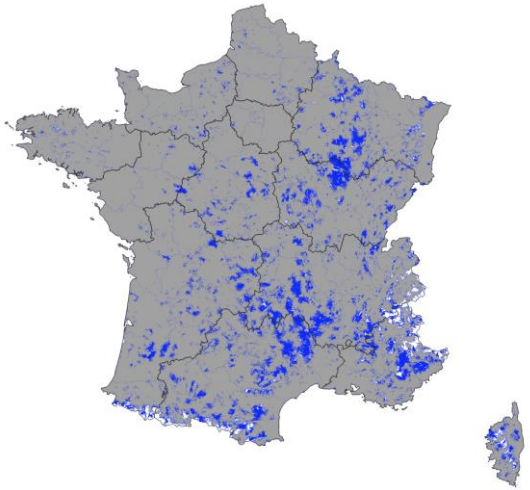


Source : Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T2 2021, Arcep (Publication, open data)

La couverture des réseaux 4G et les débits moyens continuent de progresser quelle que soit la zone

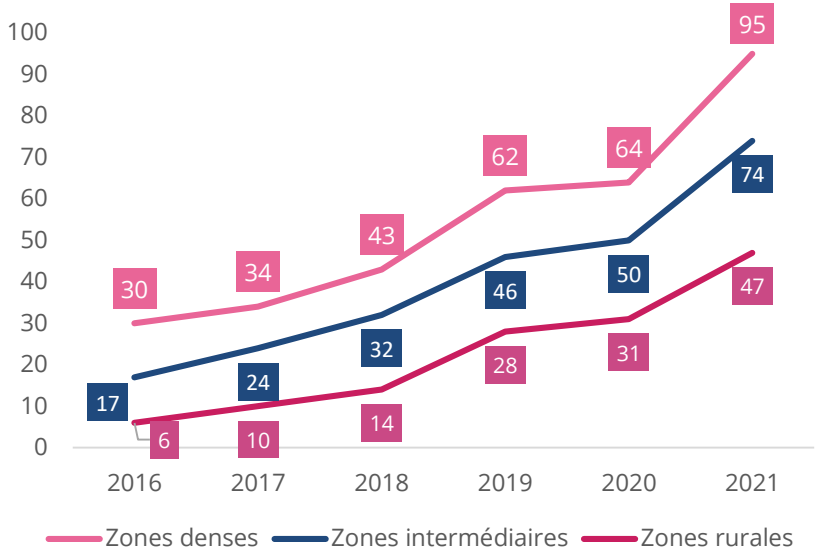
- Les réseaux 4G couvrent plus de 99 % de la population et 94 % du territoire en métropole*
- Sur réseaux mobiles, les débits moyens progressent fortement, quelle que soit la densité de la zone

Couverture 4G



En gris : couverture 4G au 1er janvier 2018
En bleu : couverture 4G supplémentaire au 30 juin 2021

Débits moyens par zone du territoire

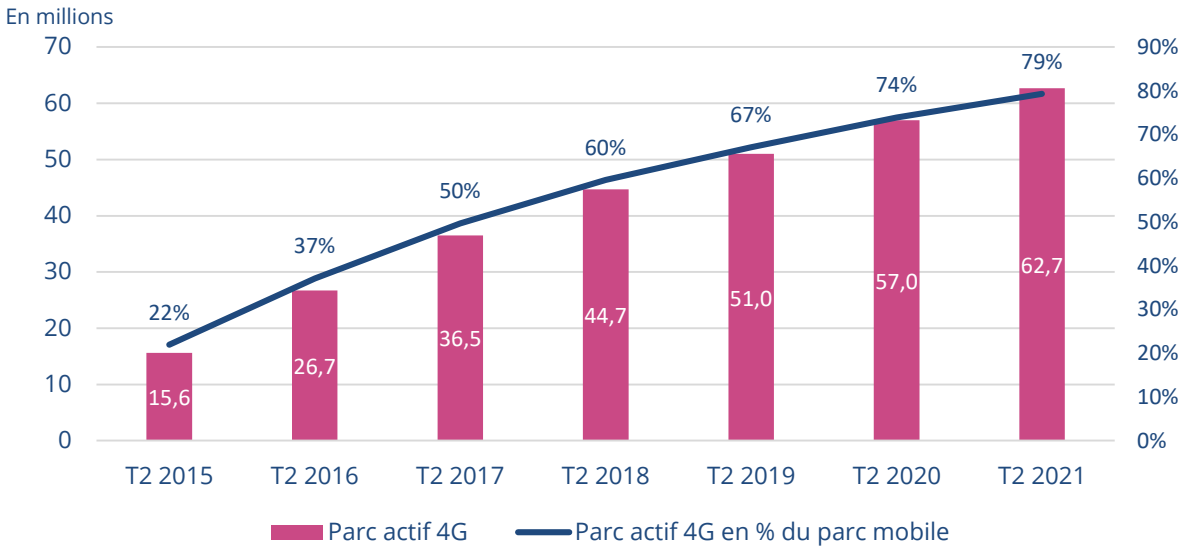


* En extérieur
Source : Observatoire sur la COUVERTURE et la QUALITÉ des services mobiles - T2 2021, Arcep (Publication, Mon Réseau Mobile)

Parmi les 79 millions de cartes mobiles en service au 30 juin 2021, près de 63 millions sont actives sur les réseaux mobiles à très haut débit

Parmi l'ensemble des clients des services mobiles, le taux d'utilisateurs des réseaux 4G atteint près de 80 %

Utilisateurs actifs des réseaux 4G



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.

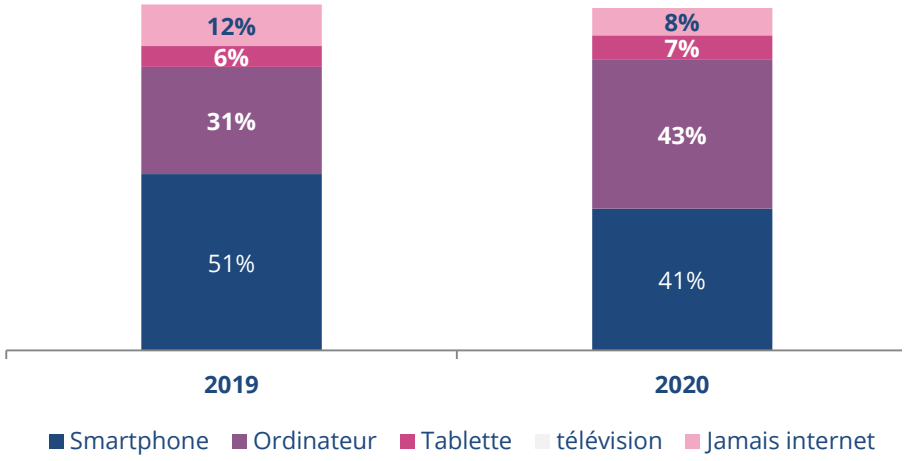
Source : Observatoire trimestriel des services de communications électroniques, T2 2021, Arcep (publication, open data)

Le télétravail a remis l'ordinateur au centre des usages internet

- Avec la crise sanitaire, l'ordinateur est redevenu l'équipement privilégié pour se connecter à internet
- L'utilisation quotidienne de l'ordinateur a progressé de 19 points en un an
- Mais le *smartphone* demeure l'équipement le plus utilisé quotidiennement (78 % des 12 ans et plus)

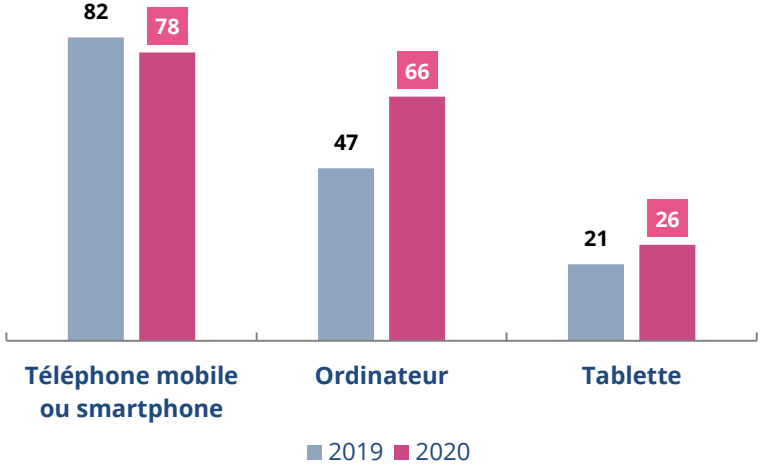
Equipement privilégié des Français pour se connecter à internet

Ensemble de la population de 12 ans et plus



Utilisation quotidienne des équipements

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



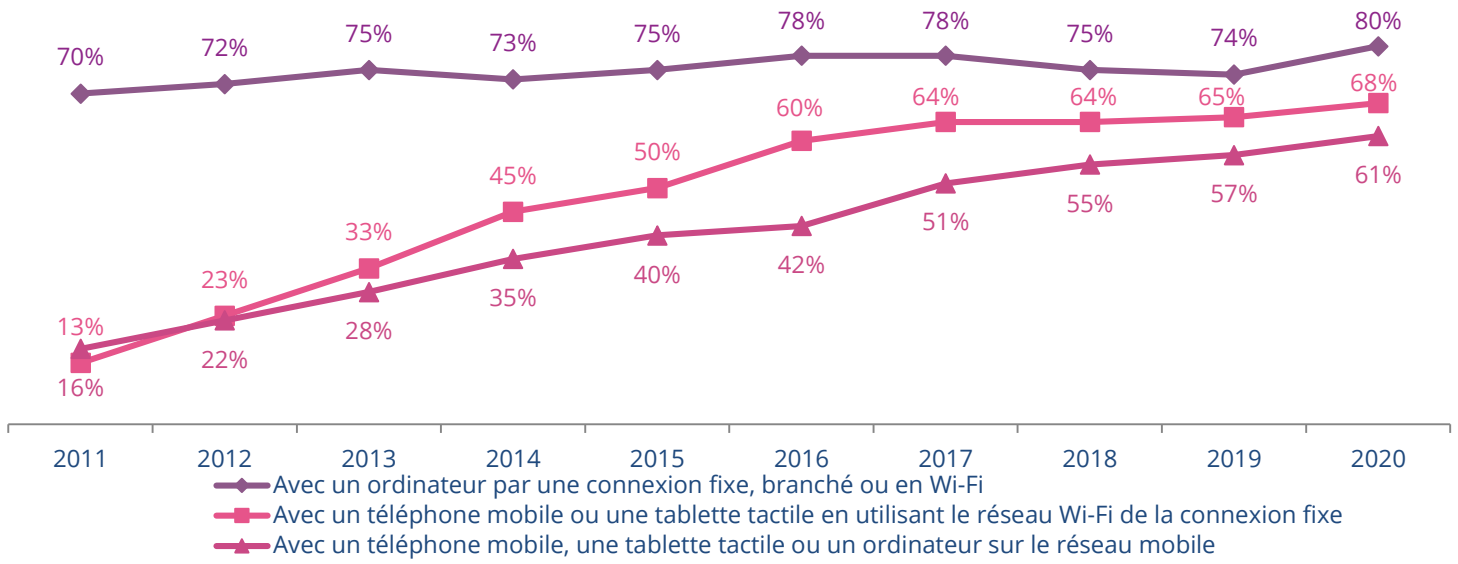
Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Avec la crise sanitaire et les confinements successifs, tous les moyens de se connecter à internet à domicile ont progressé

Parmi les moyens utilisés pour se connecter à internet, l'utilisation de l'ordinateur via une connexion fixe ou en utilisant le réseau Wi-FI progresse, conséquence notamment du recours accru au télétravail

Moyens utilisés pour se connecter à internet à domicile

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



Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

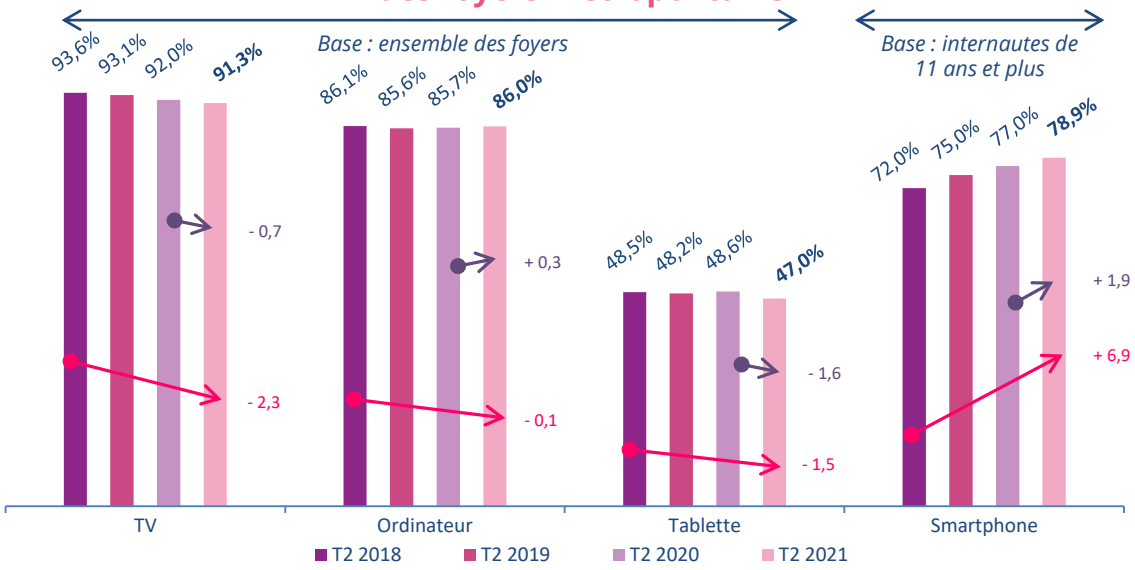
2.

Equipements des foyers et des individus

Le *smartphone* enregistre une forte progression, mais le téléviseur demeure le premier équipement des foyers

- Le téléviseur demeure le premier équipement des foyers, tout en poursuivant sa légère baisse tendancielle
- Le taux de pénétration des *smartphone*s progresse rapidement et gagne 6,9 points en trois ans (79 %)
- Les taux d'équipement en ordinateur est stable sur deux ans, signe d'un certain plafonnement de la pénétration de l'équipement, alors que le taux de pénétration des tablettes continue sa légère baisse

Taux de pénétration des différents équipements au sein des foyers métropolitains



Au T2 2021 :

- 86 % des foyers sont équipés d'au moins un ordinateur
- 47 % des foyers sont équipés d'au moins une tablette
- 79 % des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un *smartphone*

Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2021, CSA sur données Mediametrie (publication)

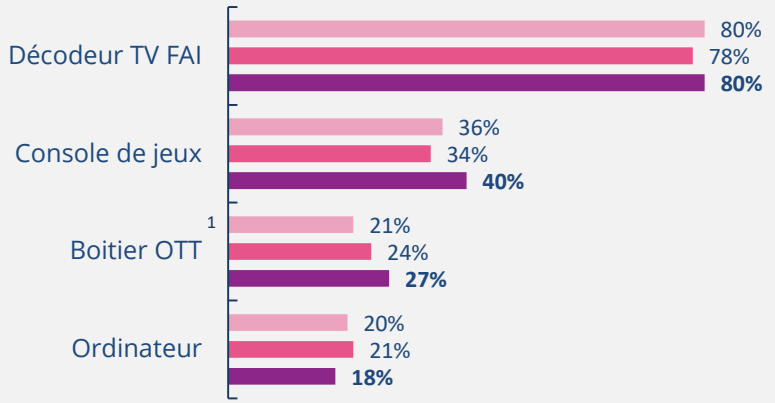
Parmi les foyers équipés d'un téléviseur, 82 % disposent d'une TV connectée à internet

- Le décodeur TV des FAI reste le mode de connexion le plus largement utilisé et concerne 80 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur connecté
- L'équipement en boitiers OTT[1] enregistre une nouvelle fois une forte progression début 2020 (+ 3 points en un an), tout comme les consoles de jeux (portées par la sortie fin 2020 de consoles dernière génération)

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

Base : foyers équipés TV

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



Base : foyers équipés TV connectés

[1] Un boitier 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 boitier tiers et/ou un ordinateur

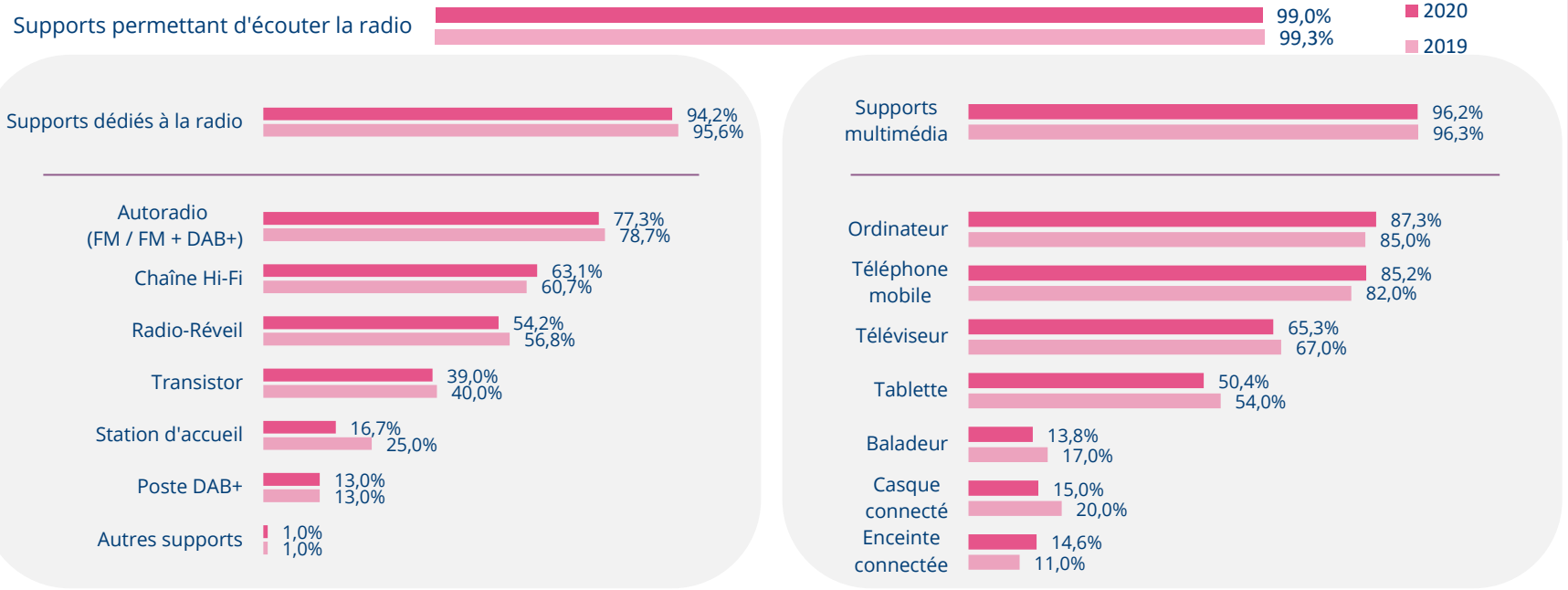
** TV reliée à un décodeur FAI, une console connectée, un boitier tiers et/ou un ordinateur

Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2021, CSA et Mediametrie (publication)

La quasi-totalité de la population dispose d'un équipement lui permettant d'écouter la radio

- 99 % de la population dispose d'un équipement lui permettant d'écouter la radio fin 2020
- 15 % des individus de 13 ans et plus sont équipés d'au moins une enceinte connectée (+3,6 points en un an)
- 13 % des individus de 13 ans et plus sont équipés en poste fixe DAB+, mode de diffusion dont le déploiement a connu une forte progression fin 2021 suite au lancement, le 12 octobre, de deux multiplex DAB, pour un total de 25 radios nationales

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



Base : individus de 13 ans et plus

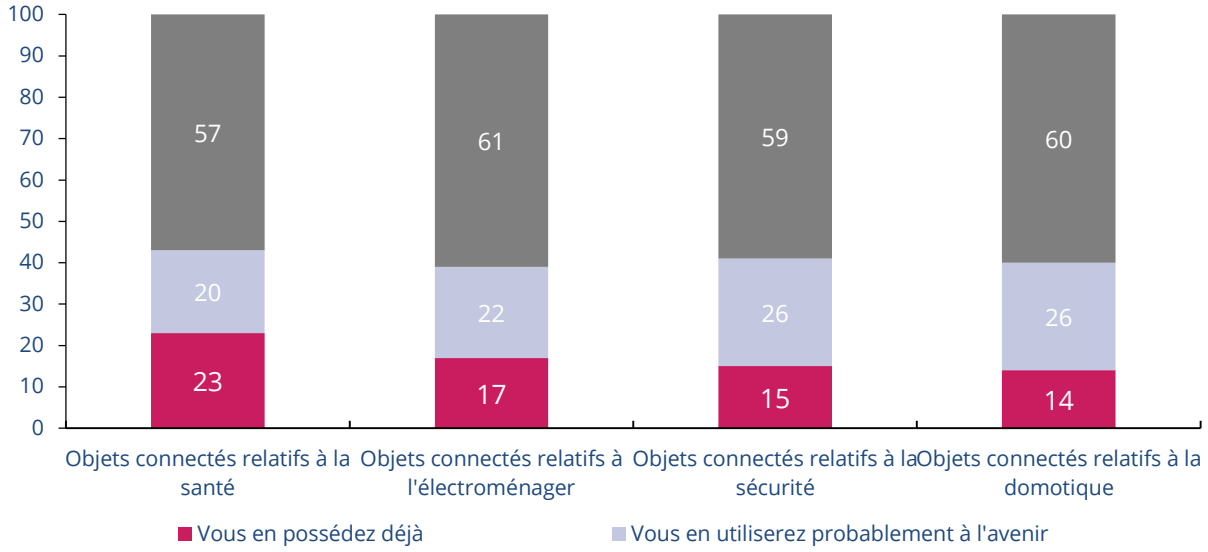
Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, T3 et T4 2020, CSA et Mediametrie (publication)

Internet des objets : 35 % 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
- Près d'un quart des individus interrogés disposent d'au moins un objet connecté relatif à la santé

Répartition de la population en 2019 vis-à-vis des objets connectés, par type d'objet connecté

Ensemble de la population de 12 ans et plus



Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

3.

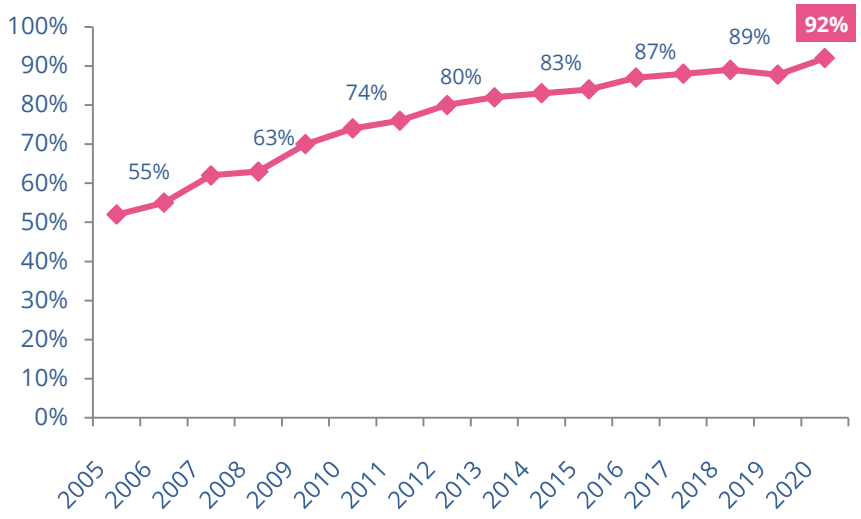
Usages internet

En France, plus de 9 personnes sur 10 sont internautes

- Le taux d'utilisateurs d'internet progresse nettement en 2020, probablement en partie en raison du recours accru au numérique durant la crise sanitaire.
- Parmi ces utilisateurs, 8 sur 10 en ont un usage quotidien.

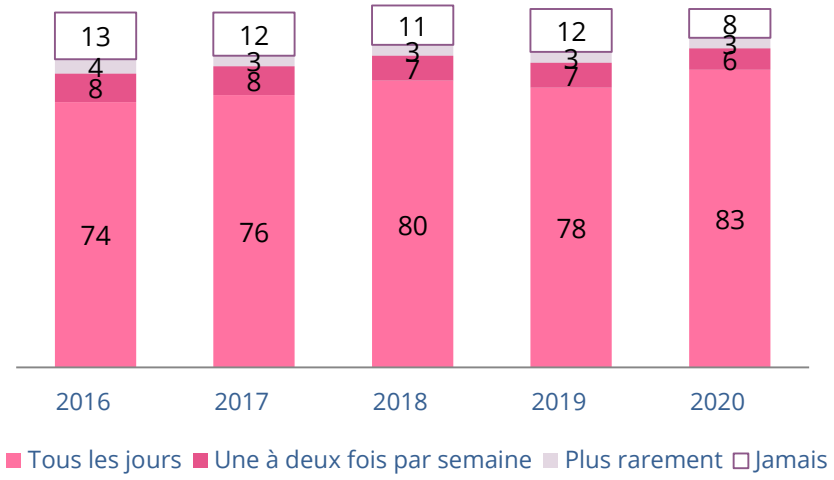
Taux de pénétration d'internet dans la population

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

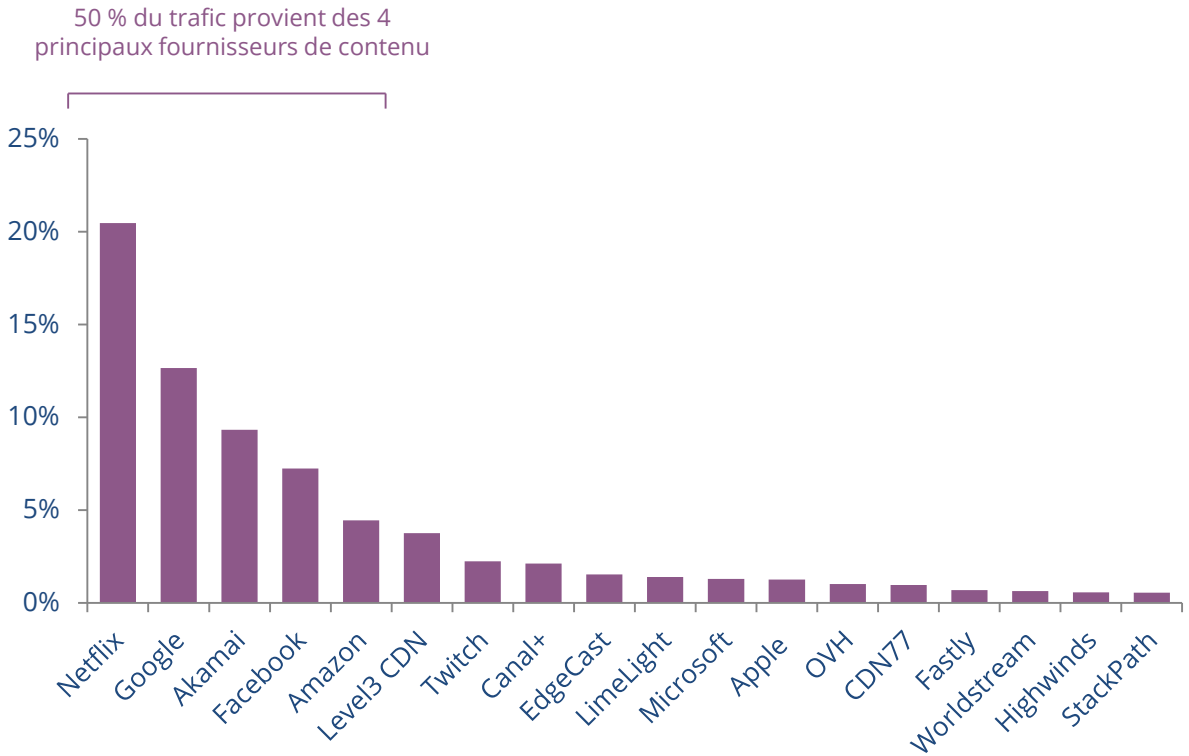
Ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

La moitié du trafic 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 2020)



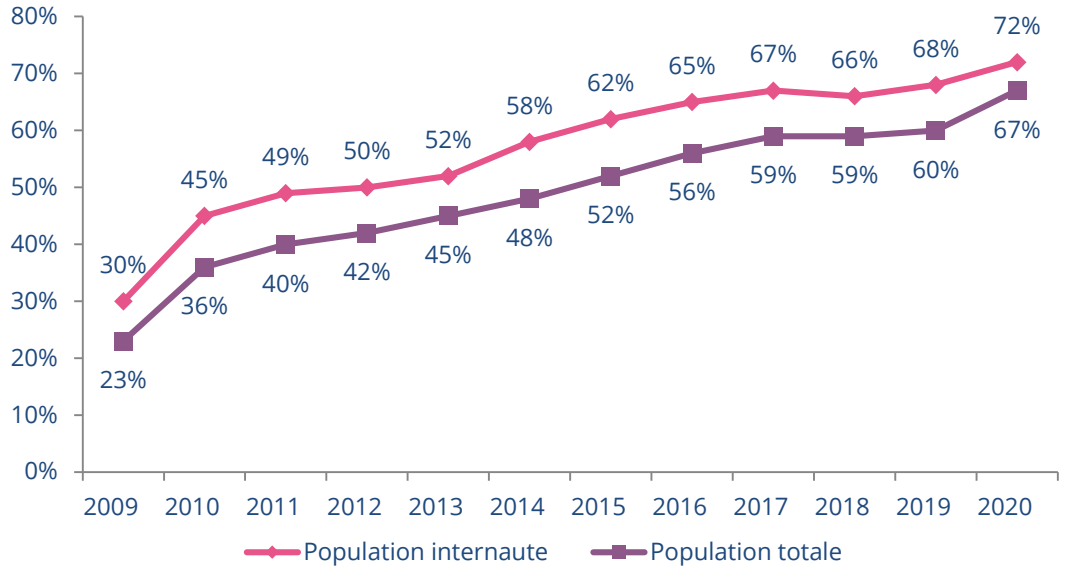
Source : Rapport sur l'État d'Internet - Edition 2021 - Arcep (Publication)

67 % des Français de 12 ans et plus indiquent avoir utilisé les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois

La progression de l'utilisation des réseaux sociaux est particulièrement élevée chez les plus de 40 ans.

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 %



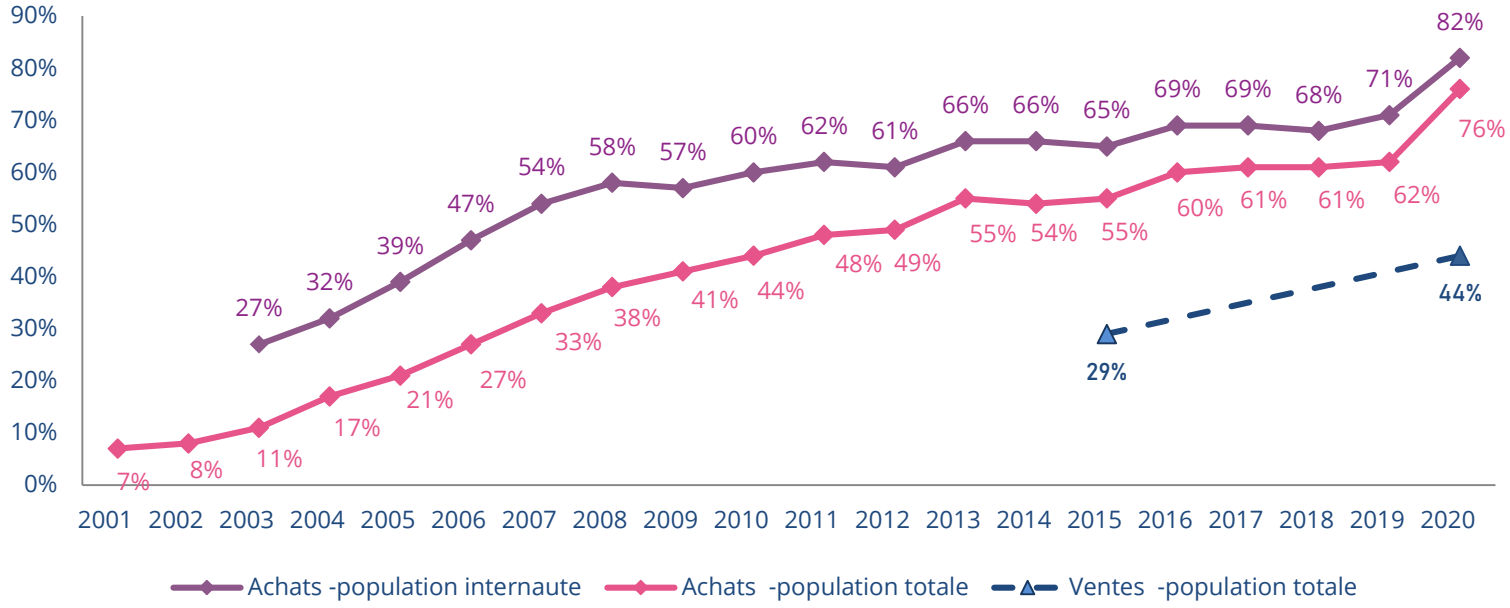
Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

La crise sanitaire a intensifié le recours au commerce en ligne

- En 2020, 76 % des répondants déclarent avoir réalisé au moins un achat de biens sur internet au cours des 12 derniers mois (+14 points en un an)
- Parmi ces utilisateurs, la moitié se fait livrer au moins une fois par mois (+13 points en deux ans)

Proportion de la population ayant utilisé internet pour acheter des biens ou vendre des biens et services en ligne

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



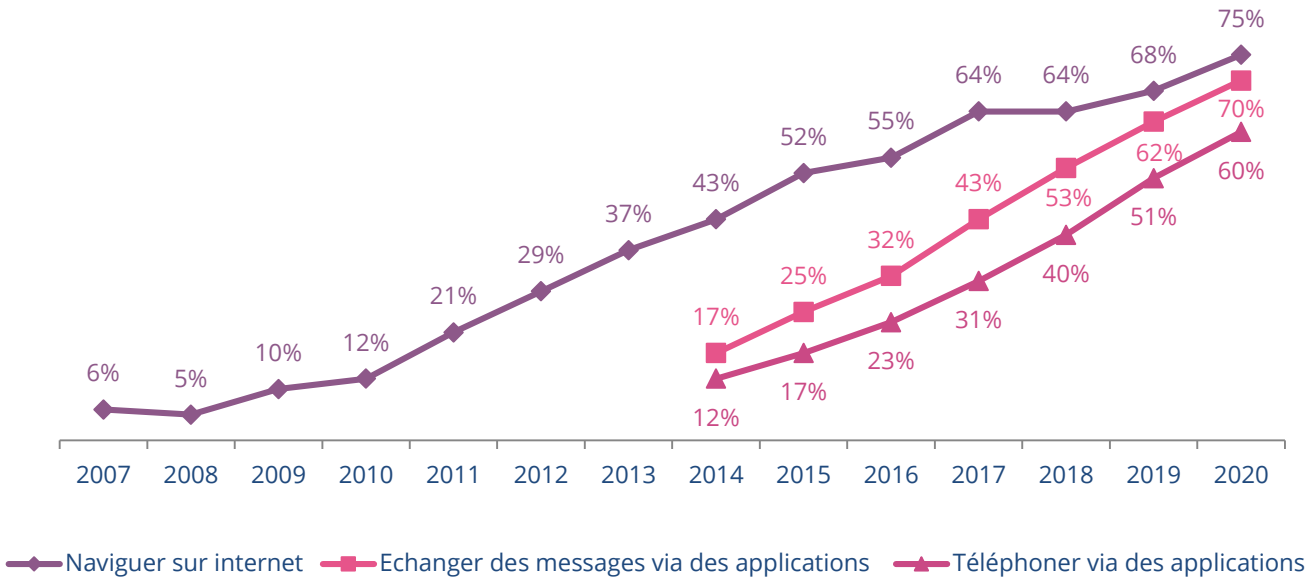
Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

L'usage des services de communication sur applications continue de progresser, notamment chez les plus âgés

- 70 % des individus de 12 ans et plus indiquent utiliser des applications pour échanger des messages, parmi lesquels 48 % sont des retraités (+ 20 points en un an)
- 60 % des individus de 12 ans et plus indiquent utiliser des applications pour téléphoner, parmi lesquels 38 % sont des retraités (+ 19 points en un an)

Proportion de la population utilisant un téléphone mobile pour …

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



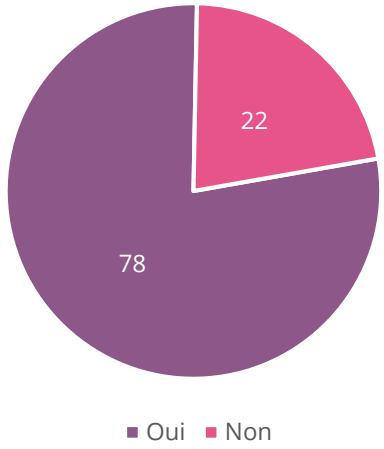
Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Près d'un quart des détenteurs de *smartphones* utilise uniquement les applications préinstallées

- Le choix de l'application téléchargée se fait principalement selon les recommandations de proches ou extérieures (68 %) ou d'utilisateurs (51 %)
- Le rôle des plateformes reste important : le référencement influe sur le choix de 45 % des utilisateurs

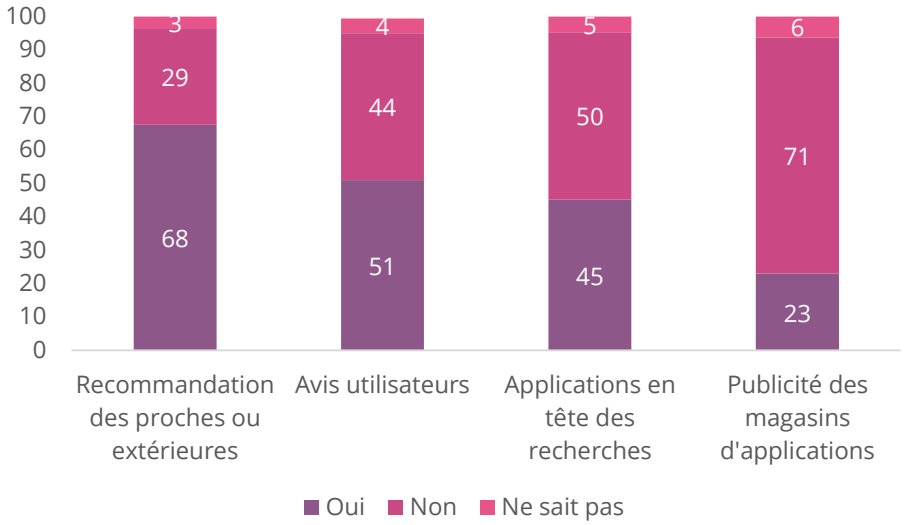
Proportion d'utilisateurs téléchargeant des applications

Ensemble de la population possédant un smartphone, en %



Raisons du choix des applications

Ensemble de la population possédant un smartphone et téléchargeant des applications, en %



Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Avec la crise sanitaire, les outils de visioconférence (2020) et les applications santé (2021) ont été parmi les applications les plus téléchargées

Top des applis les plus téléchargées en France en 2020 et 2021

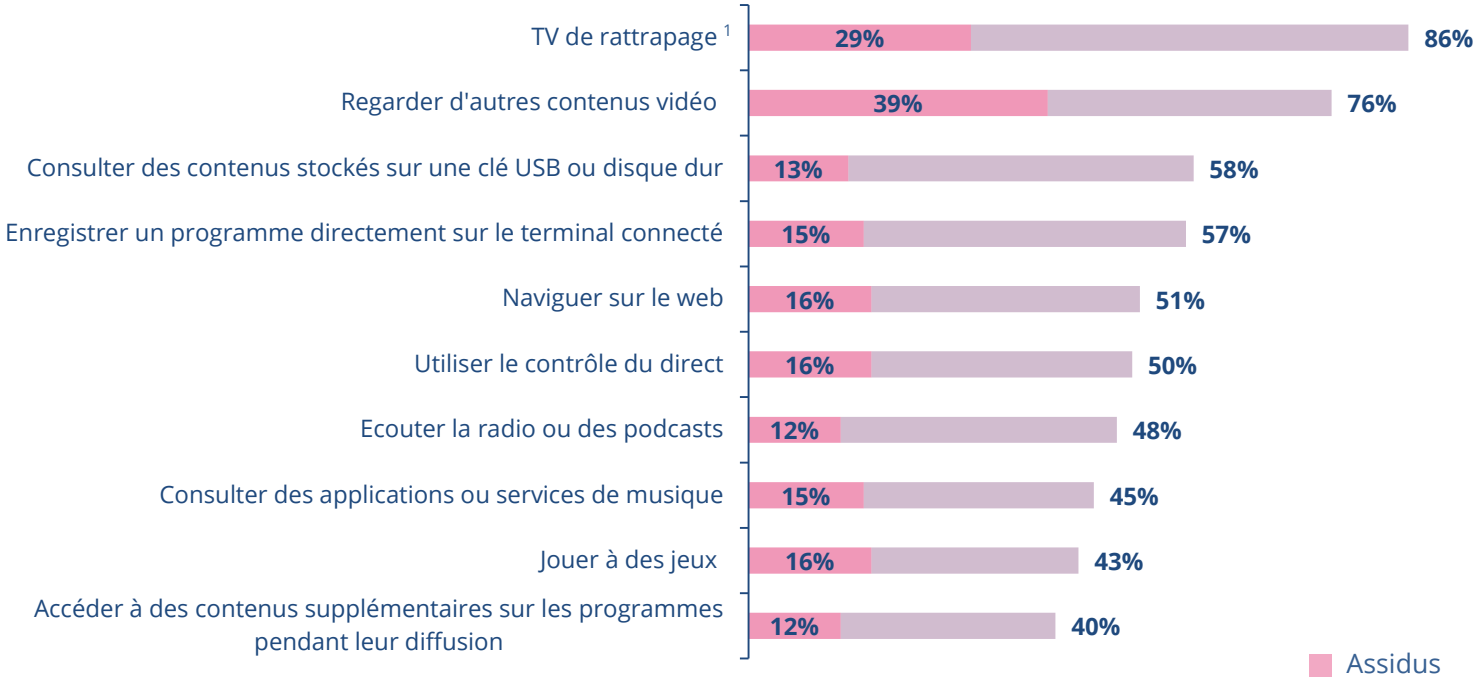
	2020	2021
1.	TikTok	TousAntiCovid
2.	WhatsApp Messenger	WhatsApp Messenger
3.	Instagram	TikTok
4.	Zoom Cloud Meetings	Instagram
5.	Disney+	Doctolib
6.	Facebook Messenger	Shein
7.	Netflix	Facebook
8.	Vinted	Snapchat
9.	Snapchat	Uber Eats
10.	Facebook	Vinted

Source : AppAnnie 2020

En dehors du visionnage de la télévision linéaire, la TV de rattrapage (replay) demeure le 1er usage sur téléviseur connecté

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)



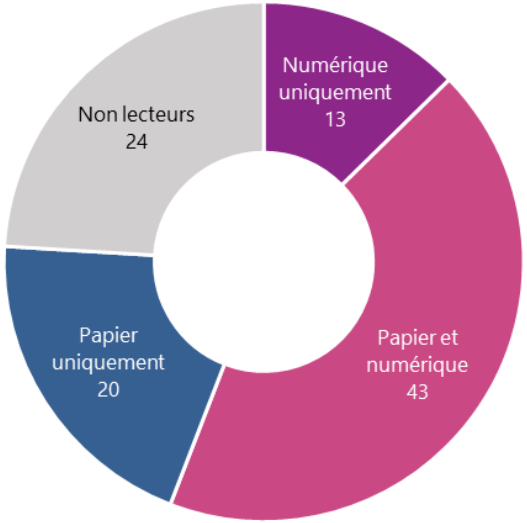
1 La télévision de rattrapage est synonyme de « replay »
Base : Ensemble des foyers accédant internet et équipés TV utilisateurs d'au moins une interface TV connectée
Source : Données Mediametrie pour le CSA – S1 2021

Une majorité de lecteurs de presse s'informe à la fois via la presse papier et via la presse numérique

- 76 % des répondants déclarent avoir lu un ou plusieurs articles de presse, dont plus de la moitié cumulent lecture de presse papier et numérique
- 56 % des répondants lisent la presse sur support numérique

Répartition des individus selon leur usage de la presse[1]

Ensemble de la population de 12 ans et plus



Presse numérique **56%** de lecteurs

Presse papier **63%** de lecteurs

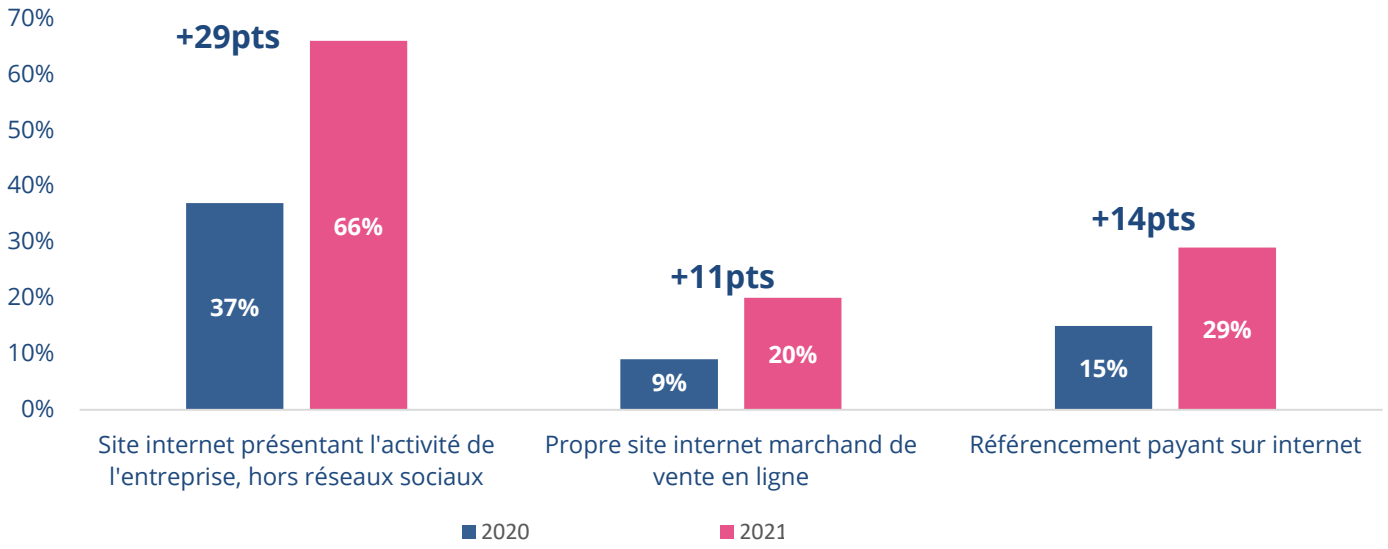
1 L'analyse a été réalisée sur les 12 derniers mois

Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Depuis la crise sanitaire, les entreprises sont davantage équipées en outils numériques

- En 2021, 66 % des entreprises possèdent leur propre site internet pour présenter leurs activités, hors réseaux sociaux, contre seulement 37 % en 2020
- Elles sont 20 % à avoir leur propre site internet marchand (+11 points par rapport à avant la crise sanitaire)
- Le nombre de TPE/PME qui ont recours à du référencement payant a presque doublé entre 2020 et 2021

Taux d'équipement par outil pour les TPE/PME - 2020/2021



Source : France Num – « Baromètre 2021 » - Octobre 2021 - https://www.francenum.gouv.fr/comprendre-le-numerique/barometre-france-num-2021-le-numerique-dans-les-tpe-pme-0-249-salaries. *Echantillon 2796 répondants. Guide de lecture : En 2021, 78% des TPE/PME considèrent que le numérique représente un bénéfice pour leur entreprise, contre 68% en 2020.*

Note :

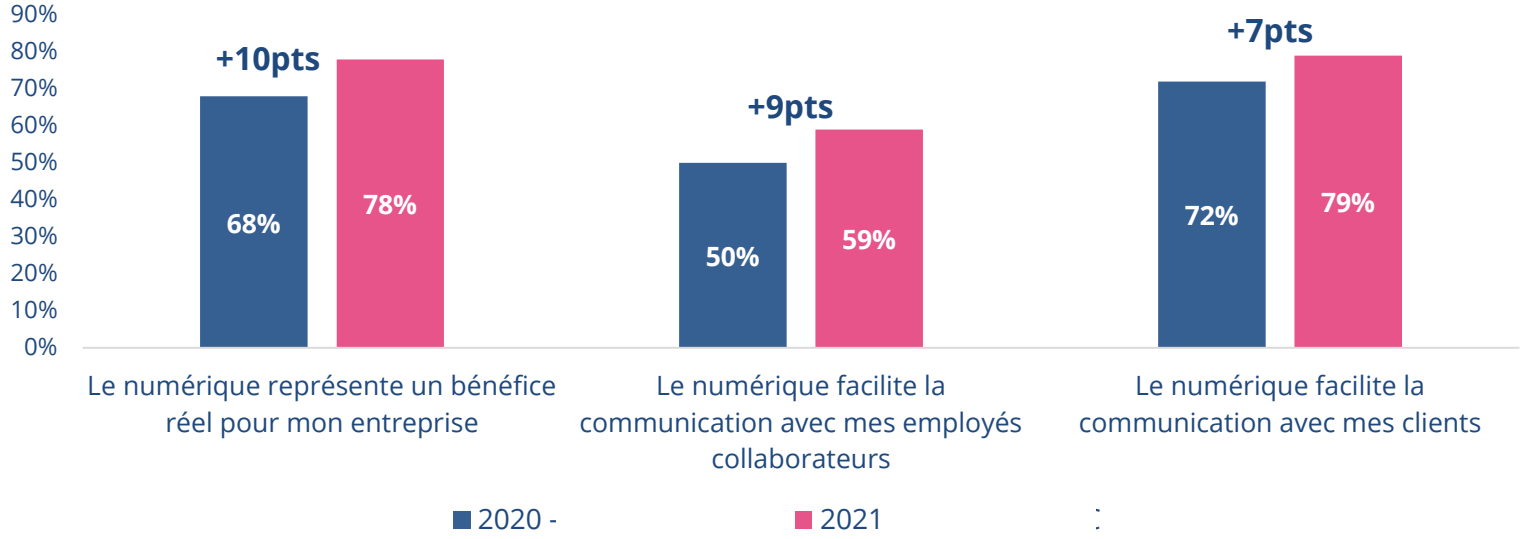
- Les données portant sur l'année 2020 proviennent d'une étude réalisée par BCG-EY pour la DGE

- les données portant sur l'année 2021 proviennent d'une étude réalisée par le Credoc pour la DGE

Les outils numériques toujours plus indispensables pour les entreprises

- Le numérique apparaît de plus en plus utile pour une majorité de dirigeants d'entreprises. La crise sanitaire semble avoir exacerbé cette tendance.
- En 2021, 78% des dirigeants d'entreprise estiment que le numérique représente un bénéfice réel pour leur entreprise (+10 points par rapport à 2020, avant la crise du covid19).

Avantages du numérique pour mon entreprise - 2020/2021



Source : France Num – « Baromètre 2021 » - Octobre 2021 - https://www.francenum.gouv.fr/comprendre-le-numerique/barometre-france-num-2021-le-numerique-dans-les-tpe-pme-0-249-salaries. *Echantillon 2796 répondants. Guide de lecture : En 2021, 78 % des TPE/PME considèrent que le numérique représente un bénéfice pour leur entreprise, contre 68 % en 2020.*

Note :

- Les données portant sur l'année 2020 proviennent d'une étude réalisée par BCG-EY pour la DGE

- les données portant sur l'année 2021 proviennent d'une étude réalisée par le Credoc pour la DGE

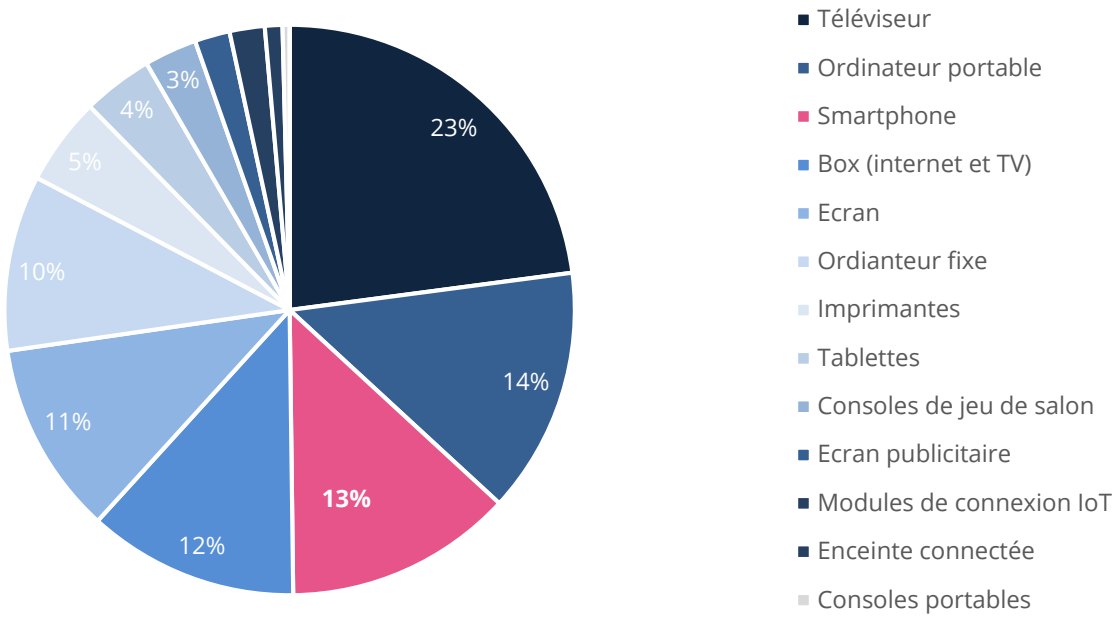
4.

Environnement et numérique : focus sur les *smartphones*

Emissions de gaz à effet de serre associées aux terminaux numériques : le téléviseur arrive en première position, devant l'ordinateur portable et le *smartphone*

- 81 % des émission de gaz à effet de serre du numérique provient des terminaux numériques (comptabilisation de la phase amont de production et de la phase d'utilisation)

Part relative des émissions de gaz à effet de serre de 14 terminaux sur le total des émissions de ces terminaux (prise en compte de la phase amont de production et de la phase d'utilisation) - *En %*



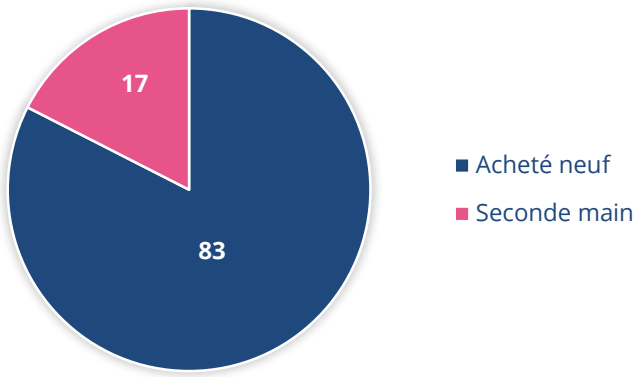
Source : Citizing, *Empreinte carbone du numérique en France : des politiques publiques suffisantes pour faire face à l'accroissement des usages ?*, juin 2020. https://www.citizing-consulting.com/wp-content/uploads/Rapport_Empreinte-carbone-du-num%C3%A9rique-2019-%C3%A0-2040_Citizing-1.pdf

La durée de détention des *smartphones* neufs et de seconde main reste faible

- 84 % des répondants déclarent détenir leur *smartphone* depuis trois ans ou moins
- 17 % des répondants déclarent détenir un *smartphone* de seconde main, d'occasion ou reconditionné
- La durée de détention d'un *smartphone* de seconde main apparaît sensiblement identique à celle d'un *smartphone* neuf

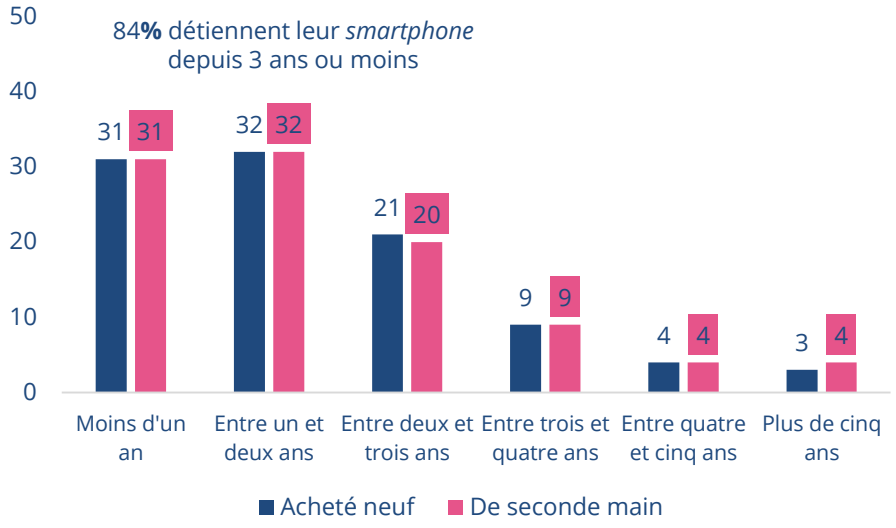
Part de la population disposant d'un *smartphone* acheté neuf ou de seconde main

Ensemble de la population possédant un smartphone, en %



Durée de détention d'un *smartphone* selon le type de *smartphone*

Ensemble de la population possédant un smartphone, en %



Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Des leviers existent pour accroître la durée totale d'utilisation des *smartphones*

- Dans 37 % des cas, les *smartphones* sont renouvelés parce qu'ils ne fonctionnent plus correctement (obsolescence matérielle ou logicielle)
- Dans 25 % des cas, les *smartphones* sont renouvelés alors qu'ils fonctionnent encore

Raisons du renouvellement des *smartphones*

Ensemble de la population possédant un smartphone, en %

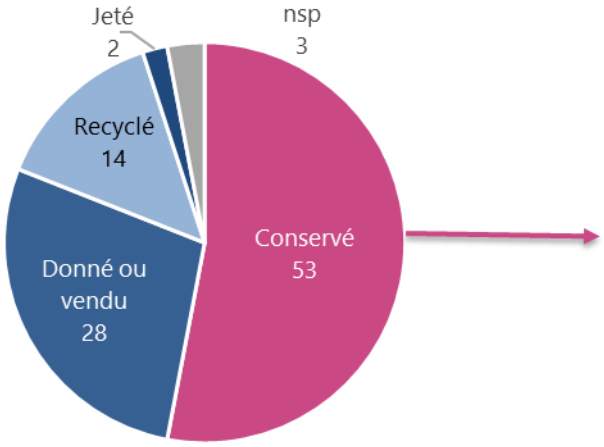
Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Les *smartphones* inutilisés sont majoritairement conservés, mais également largement réemployés ou recyclés

- Plus de la moitié des possesseurs de *smartphone* ont gardé leur ancien *smartphone*
- Parmi eux, 25 % pourraient être recyclés ou réemployés, lorsque les personnes ne savent pas quoi en faire (16 %) ou qu'elles conservent leur *smartphone* pour des questions de sécurité (9 %)
- 42 % ont permis le réemploi ou la réutilisation de certaines pièces en donnant, vendant, ou recyclant leur *smartphone*

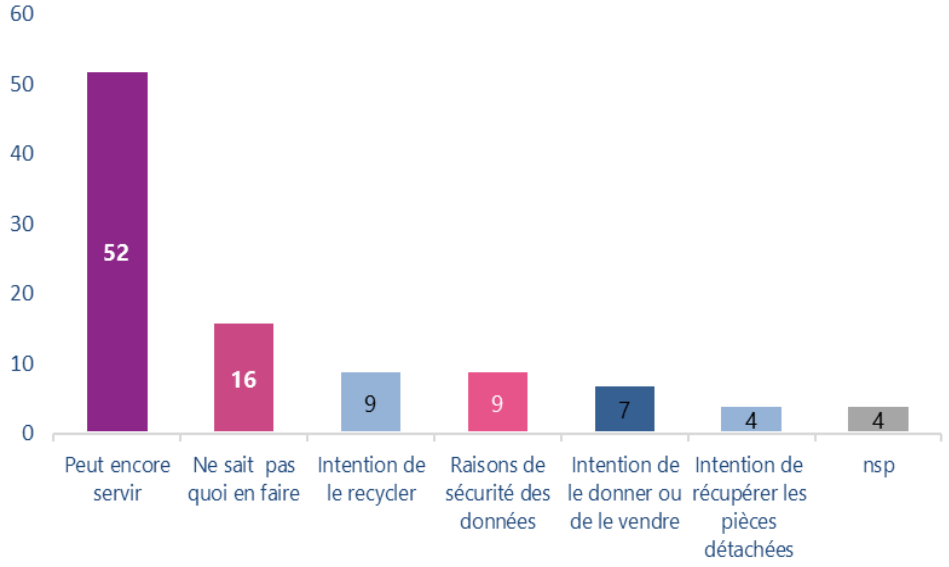
Usage de l'ancien *smartphone*

Ensemble de la population possédant un smartphone et en ayant changé auparavant, en %



Raison de conservation de l'ancien *smartphone*

Ensemble de la population ayant conservé son ancien smartphone, en %



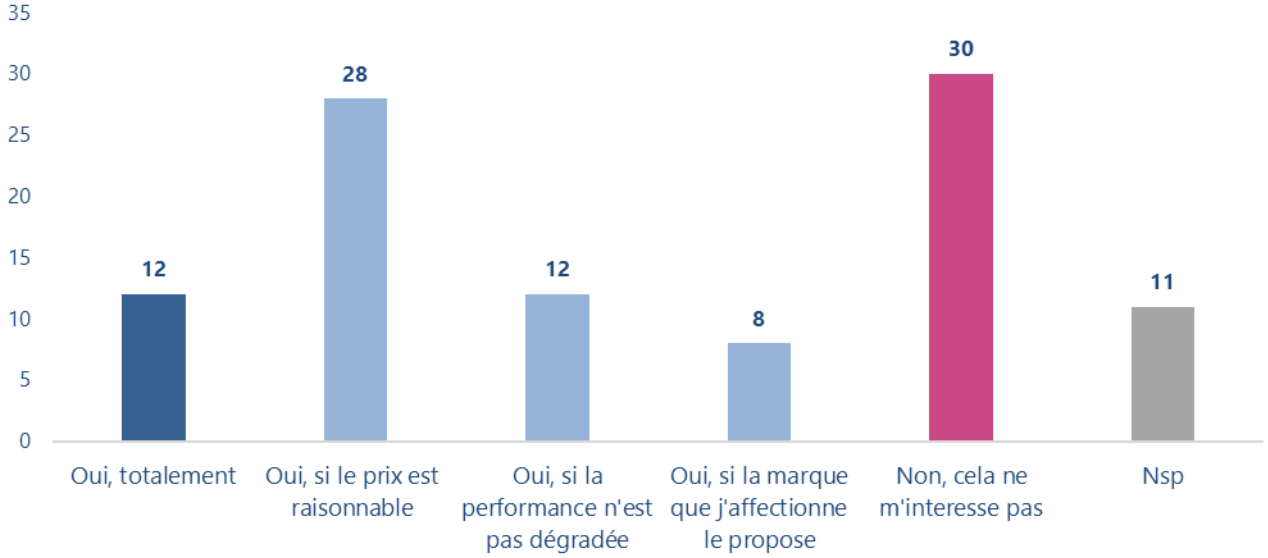
Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Smartphones éco-responsables : parmi les freins à la conversion, une majorité de répondants évoque le prix

- Une majorité (60 %) de répondants déclare être prête à acheter un *smartphone* éco-responsable
- Parmi ces derniers, près de la moitié évoque le prix comme facteur conditionnant cet achat

Répartition des répondants selon leur appétence aux smartphones éco-responsables

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



Source : Baromètre du numérique – Edition 2021 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

5.

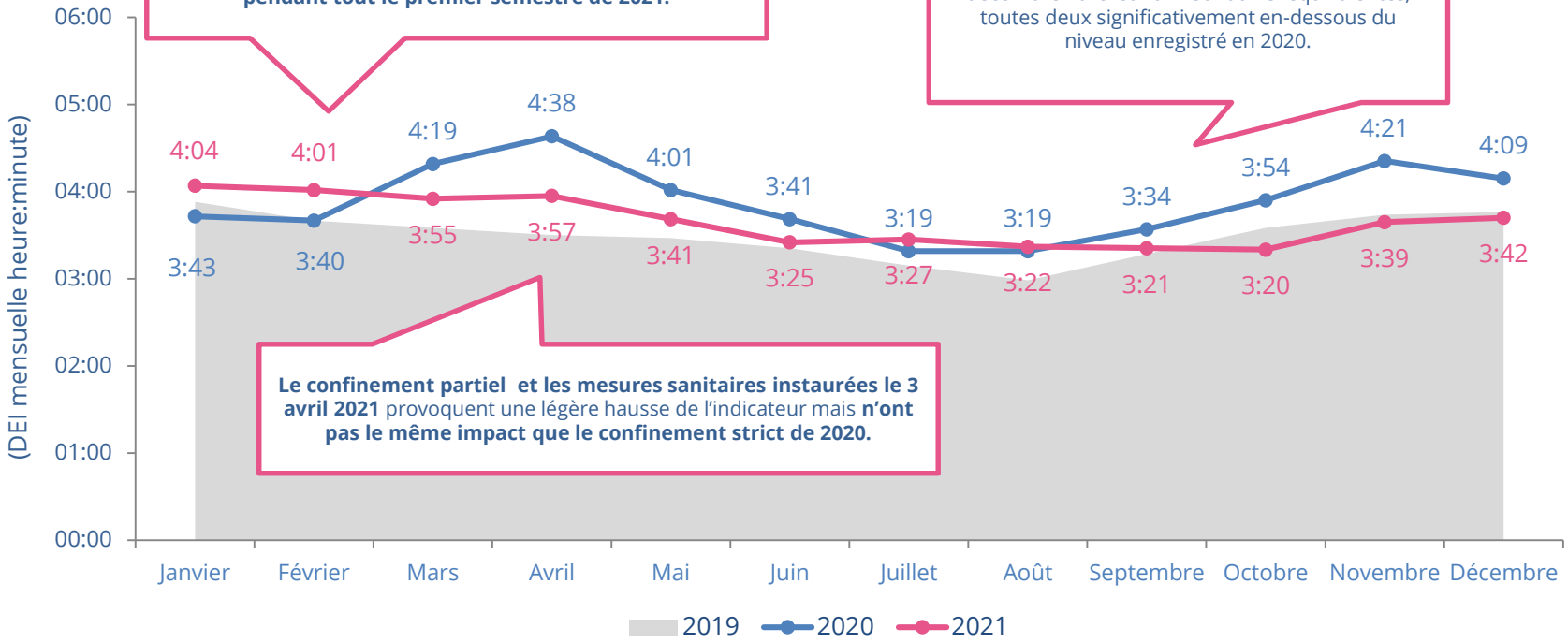
Usages audiovisuels

Une durée d'écoute qui diminue progressivement en 2021 pour retrouver son niveau de 2019

La DEI diminue progressivement en 2021. **Le niveau de 2021 passe en dessous de celui de 2020 dès la mi-mars** qui marque le début du premier confinement. Toutefois, **l'indicateur reste nettement au-dessus du niveau de 2019 pendant tout le premier semestre de 2021.**

La DEI 2021 repasse en-dessous de celle de 2019 en octobre, avant d'entamer une remontée sur les deux derniers mois de l'année. Les DEI de décembre 2019 et 2021 sont ainsi équivalentes, toutes deux significativement en-dessous du niveau enregistré en 2020.

Le confinement partiel et les mesures sanitaires instaurées le 3 avril 2021 provoquent une légère hausse de l'indicateur mais **n'ont pas le même impact que le confinement strict de 2020.**



Source : Médiamat (Individus 4 ans et +) - MEDIAMETRIE ; reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE - Baromètre du 1er semestre de l'année 2021 Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2021, CSA sur données Médiamétrie (publication) et données Médiamétrie pour juillet à décembre 2021

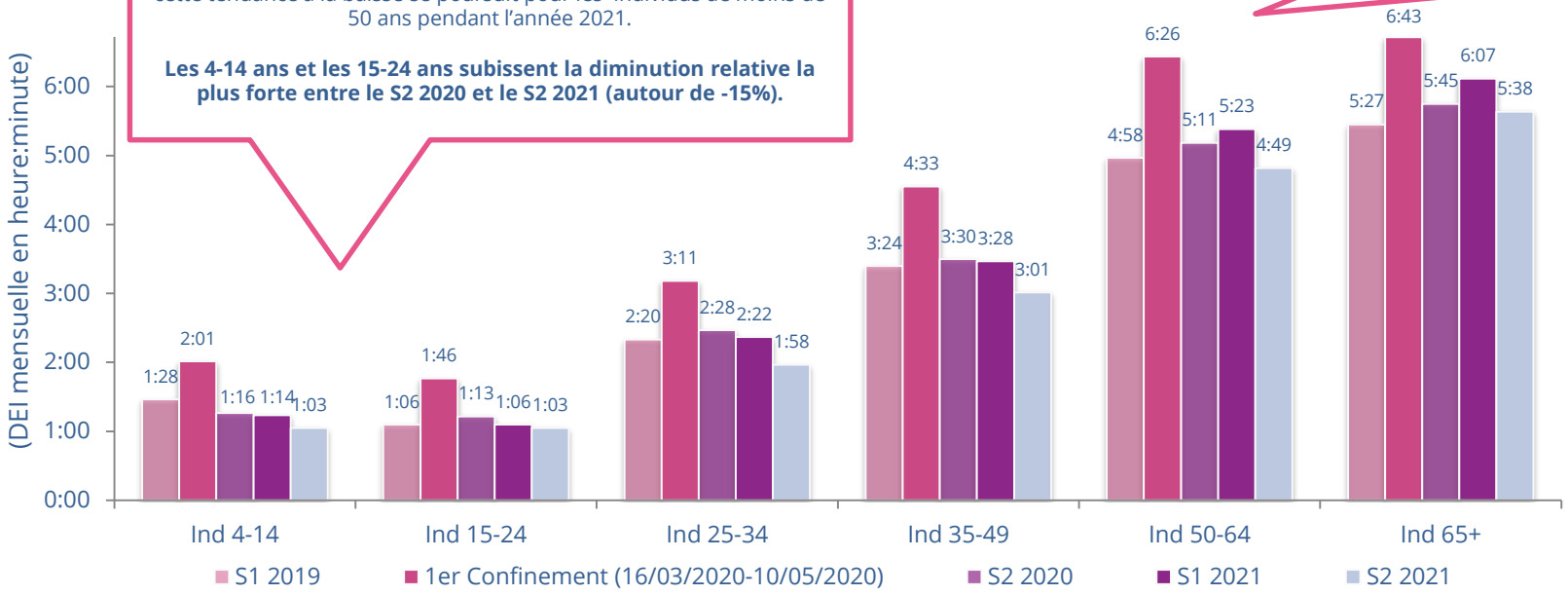
Une baisse marquée de la durée d'écoute auprès des moins de 50 ans entre les premiers semestres 2020 et 2021

Après une forte baisse au S2 2020 suite au déconfinement, la Durée d'Ecoute Individuelle (DEI) de la télévision se stabilise sur le 1er semestre de l'année 2021 globalement pour toutes les tranches d'âges. Au 2ème semestre 2021, la DEI retrouve en moyenne son niveau de 2019.

Toutes les tranches subissent une diminution considérable de leur DEI entre le premier confinement et le S1 2021. Par ailleurs, cette tendance à la baisse se poursuit pour les individus de moins de 50 ans pendant l'année 2021.

Les 4-14 ans et les 15-24 ans subissent la diminution relative la plus forte entre le S2 2020 et le S2 2021 (autour de -15%).

Seuls les plus de 50 ans voient leur durée d'écoute augmenter entre le S2 2020 et le S1 2021.
Leur DEI repart toutefois à la baisse au S2 2021: elle perd 22 minutes en un an chez les 50-64 ans, et 7 minutes chez les plus de 65 ans.



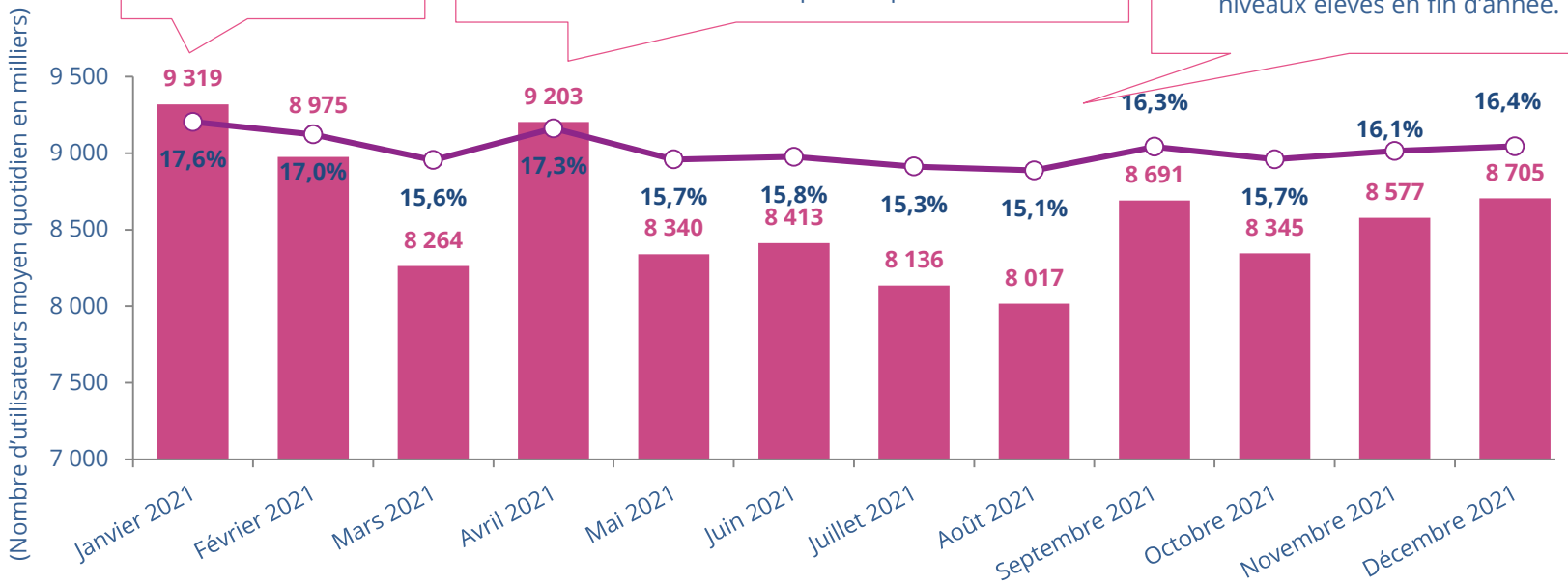
Source : Médiamat - MEDIAMETRIE ; reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE - Baromètre du 1er semestre de l'année 2021 Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2021, CSA sur données Médiamétrie (publication) et données Médiamétrie pour le S2 2021 – DEI non modélisées

Une évolution mensuelle du nombre d'utilisateurs moyen quotidien de vidéo à la demande partiellement dépendante des mesures sanitaires prises

Janvier enregistre un pic en termes de nombres d'utilisateurs, notamment porté par le succès de Lupin sur Netflix

Le mois d'avril connaît également un pic en termes de nombres d'utilisateurs, certainement en lien avec l'instauration d'un 3ème confinement national, couplé à la mise en ligne de contenus particulièrement attractifs sur Netflix (saison finale de *The 100*, saison 10 de *The Walking Dead*), et à l'avancement/extension des vacances de printemps..

Le nombre d'utilisateurs diminue légèrement à partir de mai, avec l'abandon progressif des mesures restrictives et le retour d'une météo plus clémente. Il remonte à la rentrée de septembre, et se maintient à des niveaux élevés en fin d'année.

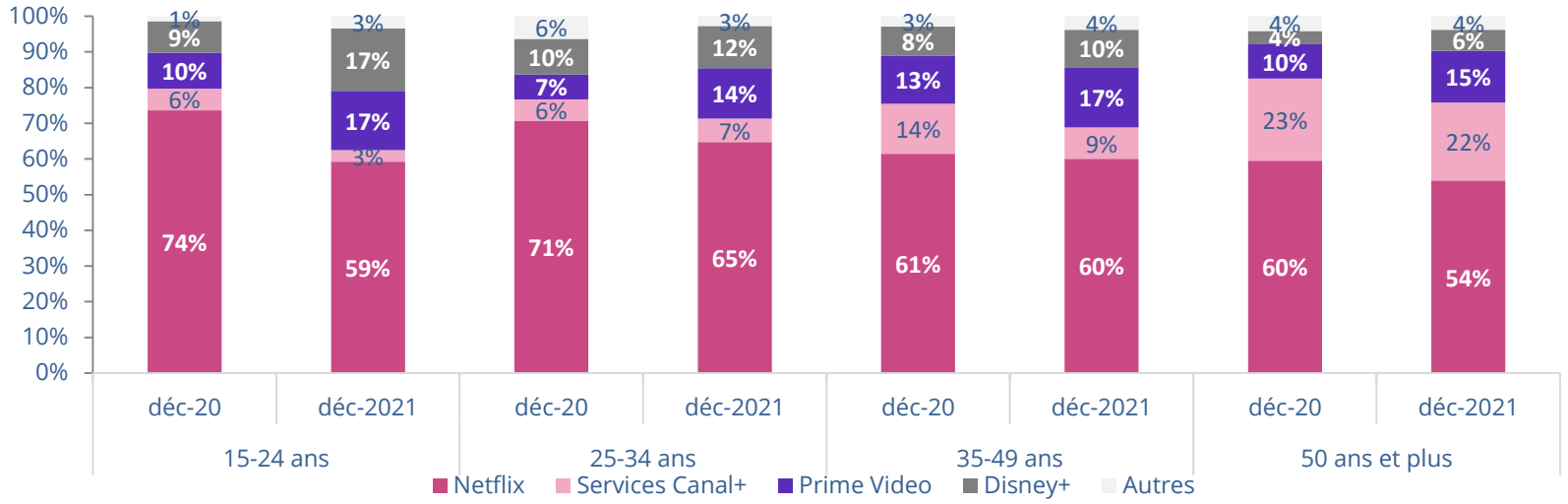


Source : Médiamétrie– Global Vidéo / 37 500 – Population de 15 ans et plus – Mois Mediamat – (hors Juillet Août 2021 : Estimation Baromètre de la Consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive) - Baromètre du 1er semestre de l'année 2021 Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2021, CSA sur données Médiamétrie (publication) et données Médiamétrie pour juillet à décembre 2021

En France, la consommation de VàDA est largement dominée par Netflix, malgré des disparités selon les profils

- Si Netflix possède la part de marché la plus élevée en moyenne, elle diffère significativement selon les cibles étudiées
- Le service Netflix est principalement représenté auprès des moins de 50 ans, mais une inflexion de sa consommation au profit de celle de Prime Video et Disney+ apparait notamment chez les plus jeunes
- Netflix est par ailleurs plus concurrencé chez les plus âgés, environ un quart de leur consommation étant réalisée sur les services du groupe Canal Plus

Evolution de la répartition de la consommation de VàDA en France par service
(en %, décembre 2020 et décembre 2021)

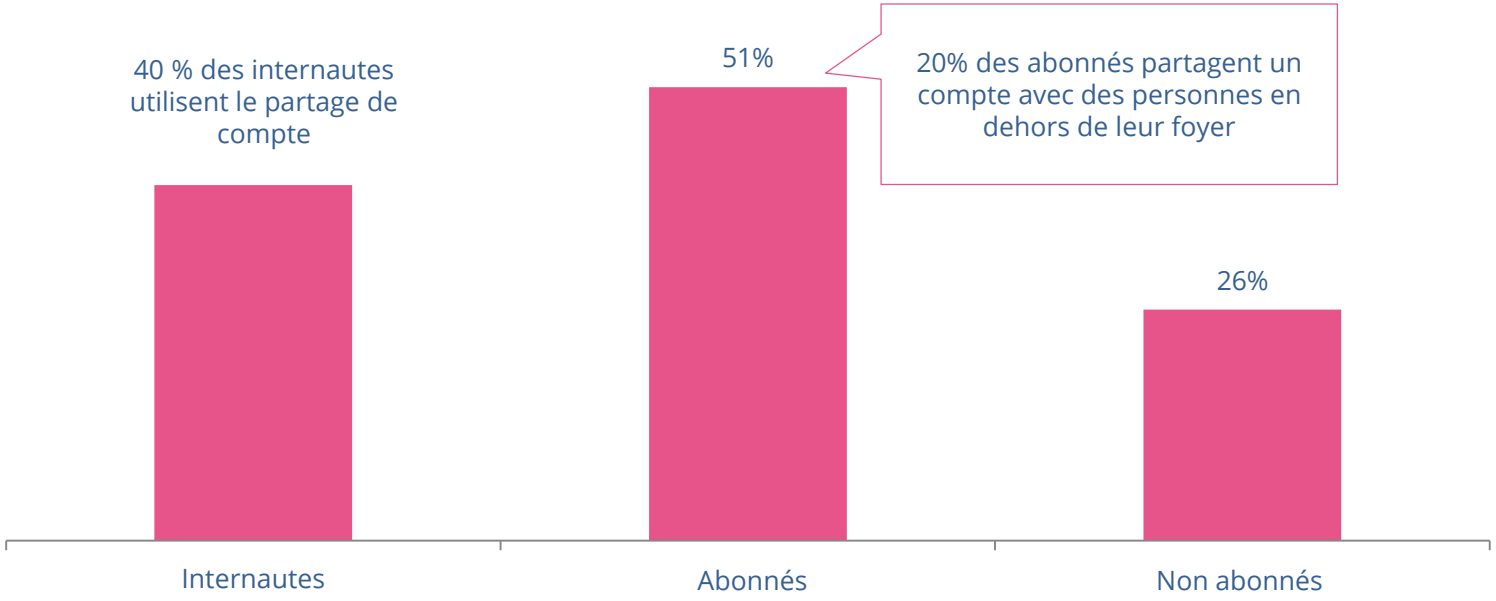


Source : La multiplication des services de video à la demande par abonnement, stratégies de développement et impact sur les usages - Étude conjointe menée par l'Hadopi et le CSA, 9 mars 2021- (publication) - Données Médiamétrie/Harris Interactive

Le partage de compte est une pratique très développée auprès des internautes

Le partage de compte s'inscrit dans un ensemble de stratégies que mettent en place les utilisateurs pour optimiser leur consommation et en limiter les coûts : plus de la moitié des abonnés recourent au partage de compte (51 %), contre un quart (26 %) des non abonnés

Part des internautes utilisant le partage de compte (VàDA ou TV payante)



Base : internautes 15 ans et plus

Source : La multiplication des services de video à la demande par abonnement, stratégies de développement et impact sur les usages - Étude conjointe menée par l'Hadopi et le CSA, 9 mars 2021- d'après analyses EY (à partie d'un terrain d'enquête Médiamétrie) - (publication)

Le nombre d'abonnement varie peu selon l'âge

- En moyenne, les abonnés à un ou plusieurs services de VàDA ou de télévision payante disposent de 1,7 abonnement. Le nombre moyen de services associés est de 2,1[1].
- La dépense mensuelle moyenne par abonné à une ou plusieurs offres de VàDA est de 15,20 euros, un budget qui augmente avec l'âge

Accès aux abonnements VàDA et de télévision payante par tranche d'âge

Nombre d'abonnements et d'accès à des services de VàDA et de télévision payante en moyenne pour les internautes disposant d'au moins un abonnement
Montants mensuels déclarés de dépenses VàDA uniquement excluant les dépenses nulles

	15- 24 ans	25- 34 ans	34- 49 ans	> 50 ans	Moyenne
# abonnements	1,8	1,8	1,6	1,5	1,7
# services	2,0	2,0	2,1	2,1	2,1
Dépenses mensuelles VàDA	14,70€	14,60€	16,10€	19,90€	15,20€

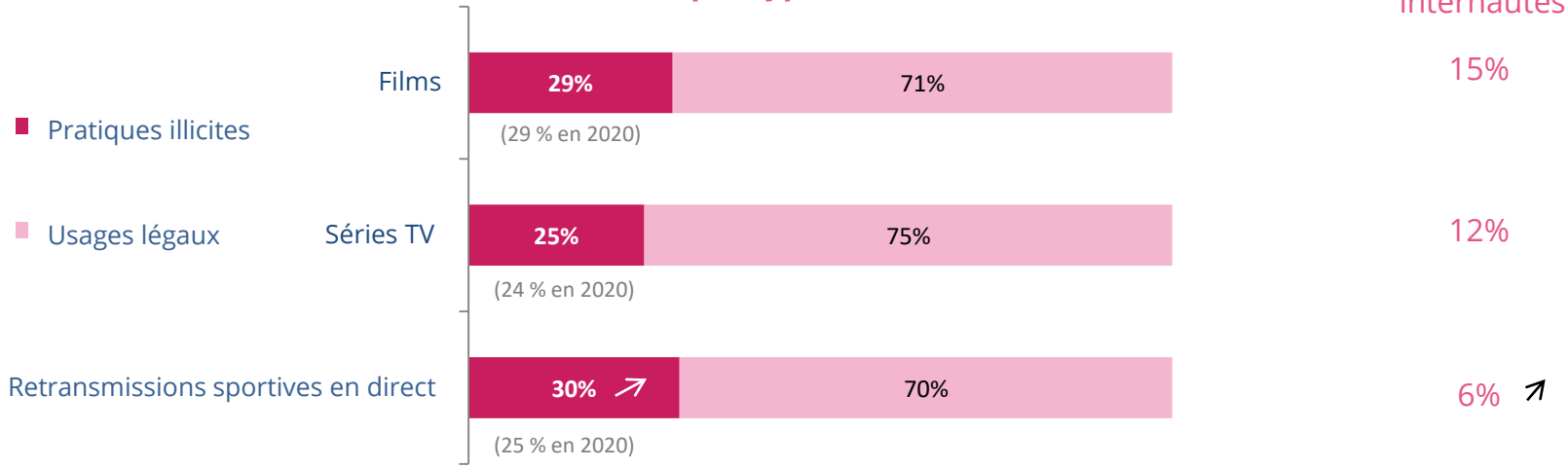
1 : Un abonnement peut donner accès à plusieurs services, dans le cadre de bouquets d'offres en particulier

Source : La multiplication des services de video à la demande par abonnement, stratégies de développement et impact sur les usages - Étude conjointe menée par l'Hadopi et le CSA, 9 mars 2021- d'après analyses EY (à partie d'un terrain d'enquête Médiamétrie) (publication)

La consommation illicite de contenus audiovisuels dépend du bien consommé

- Malgré le développement des services légaux de VàDA, la consommation illicite des contenus audiovisuels demeure élevée
- Un peu moins d'un tiers (29 %) des consommateurs de films en ligne déclarent avoir des usages illicites, soit 15 % des internautes, un chiffre stable par rapport à 2020
- Un tiers des consommateurs de retransmissions sportives en direct déclarent avoir des usages illicites, une part qui augmente de 5 points sur un an (6 % des internautes vs 5 % en 2020)

Taux de consommation illicites par type de contenu audiovisuel en 2021[1]



↗ évolution significative à 95% par rapport à 2020

Base : consommateurs de chaque bien culturel (graphique) et internautes de 15 ans et plus

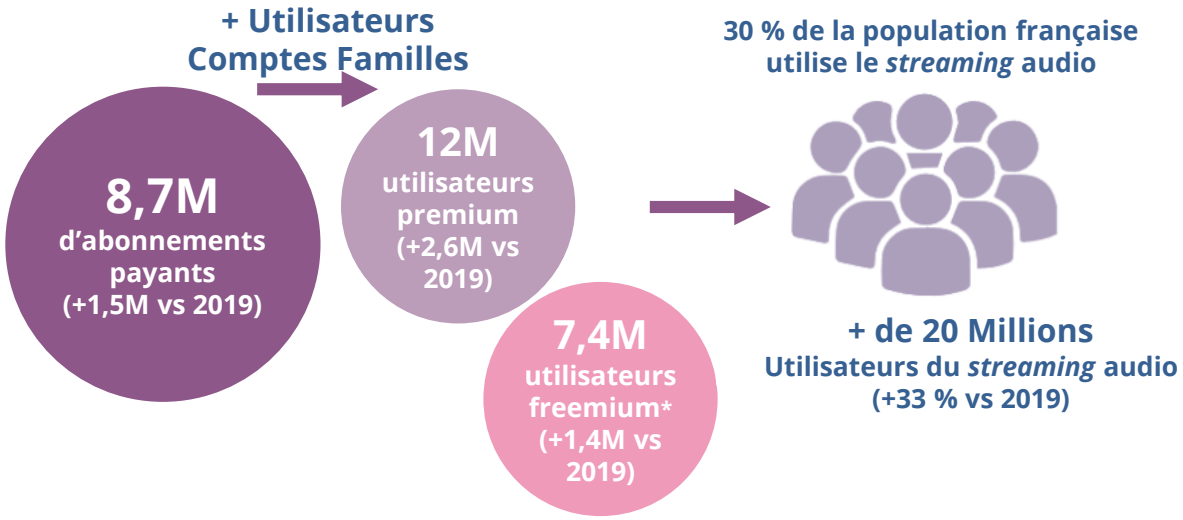
[1] La « consommation illicite » est mesurée de manière déclarative. Pour chacun des produits ou services culturels (dématérialisés), les répondants doivent préciser s'ils consomment de manière « légale « ou « illégale » des services.

Source : Hadopi – Baromètre de la consommation de biens culturels dématérialisés 2021 - baromètre

Streaming audio : l'abonnement génère 53 % du chiffre d'affaires des ventes et écoutes de musique enregistrée

- En 2020, pour la première fois, l'abonnement génère à lui seul 53 % du chiffre d'affaires des ventes et écoutes de musique enregistrée réalisé au cours de la période par ailleurs exceptionnelle (+ 8 points en un an)
- Avec les offres familles, 12 millions de français écoutent de la musique en *streaming* payant
- En progression de 23 %, l'abonnement génère 78 % des revenus du *streaming* auxquels s'ajoutent : 10 % pour le *streaming* vidéo et 12 % pour le *streaming* audio financé par la publicité

Indicateur clé de la mutation des usages et du marché, les abonnements premium affichent une hausse significative à fin 2020

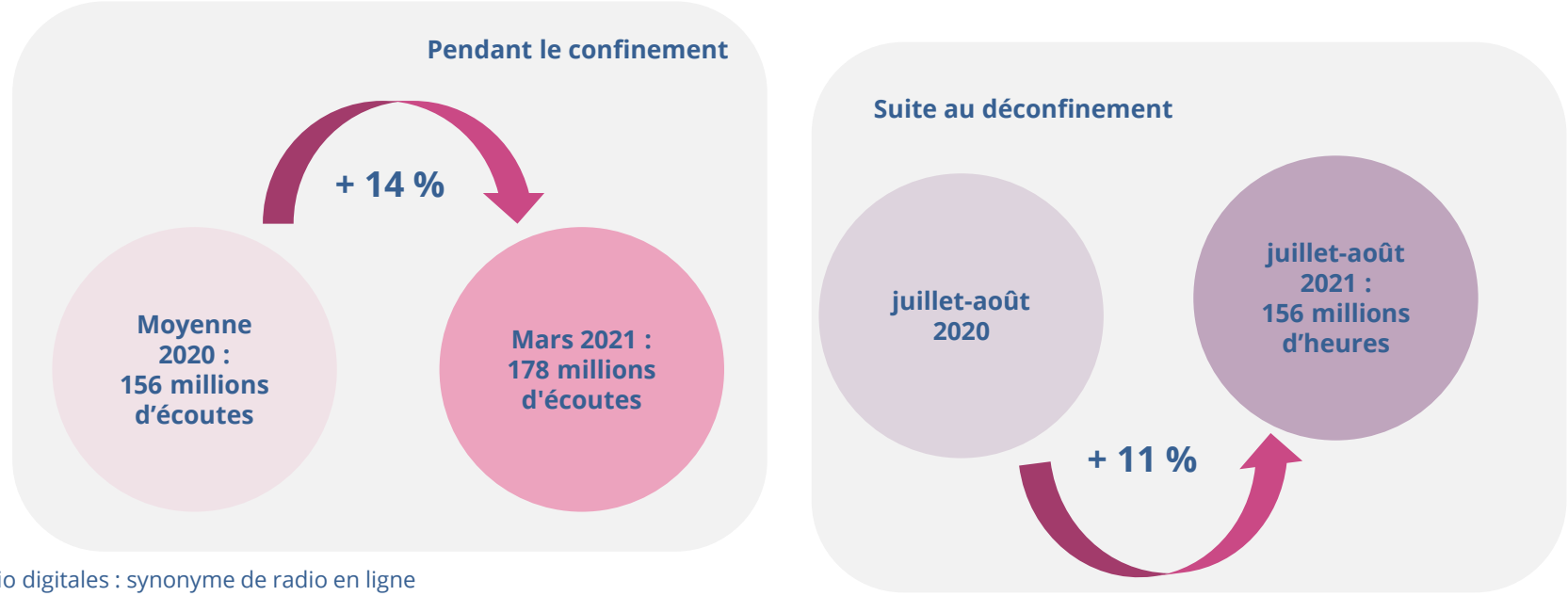


*Freemium : modèle incluant un accès gratuit financé par la publicité, par extension ses utilisateurs sont appelés « utilisateurs freemium »

Source : Décryptage et performances du marché 2020 de la musique enregistrée, SNEP (publication)

Entre 2020 et 2021, une poursuite de la 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 14 % en mars 2021 vs mars 2020, durant le confinement
- Suite au déconfinement, la consommation digitale de la Radio progresse encore fortement et atteint 156 millions d'heures d'écoute, soit une croissance de 11 % par rapport à juillet-août 2020



Radio digitales : synonyme de radio en ligne

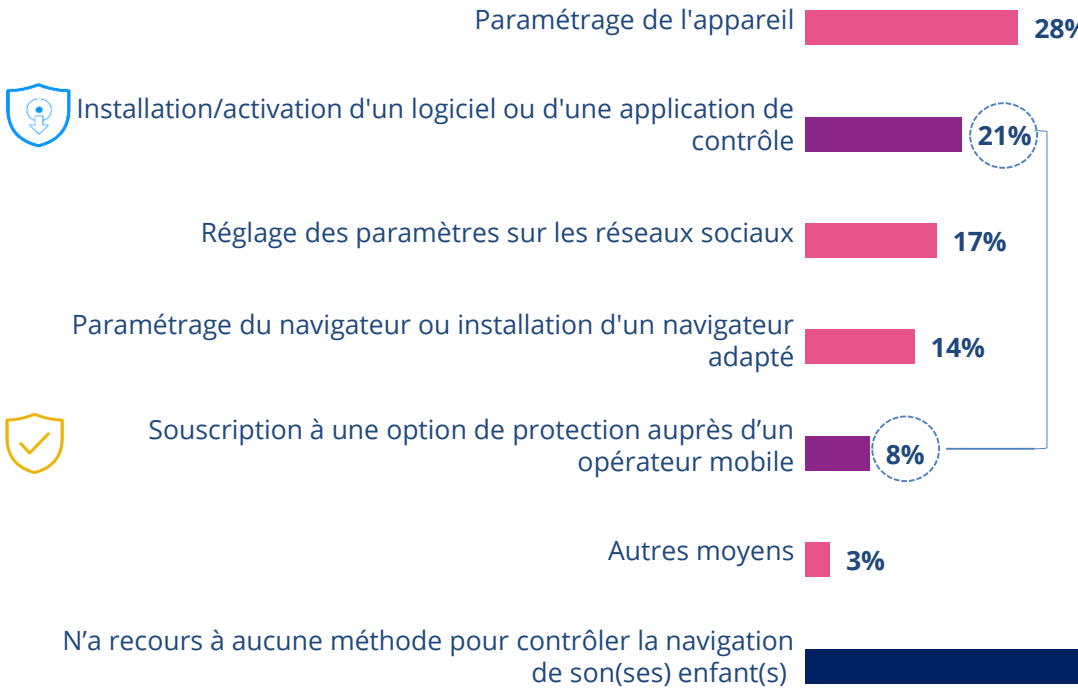
Source : Classement des radios digitales mars 2021, 19/04/2020, ACPM/OJD (publication), Classement des radios digitales juillet – août 2021, 18/10/2020, ACPM/OJD (publication)

6.

Outils de contrôle parental sur internet

La majorité des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans ont recours à un moyen pour contrôler la navigation de ces derniers sur internet

Seulement ¼ ont opté pour un logiciel ou activé une option d'un forfait mobile.



A recours à un outil parental dédié
(installation d'un logiciel, d'une application ou souscription à une option de protection)

27% des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans

*(**28%** des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans utilisant un ordinateur, un smartphone ou une tablette)*

*(**30%** des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans possédant un ordinateur, un smartphone ou une tablette)*

Utilise au moins un moyen pour contrôler la navigation de ses enfants

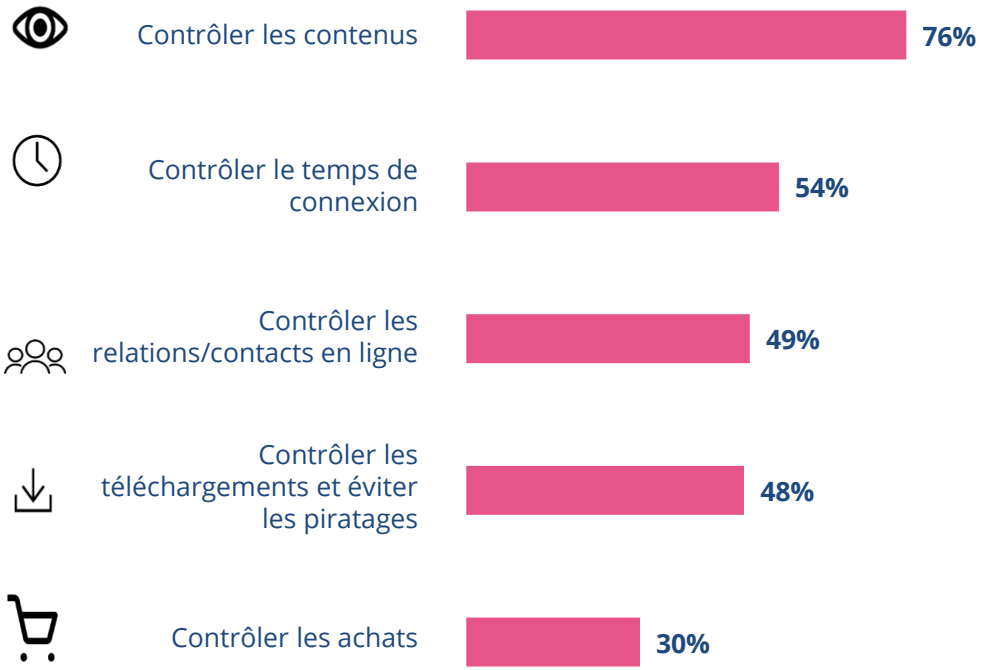
56% des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans

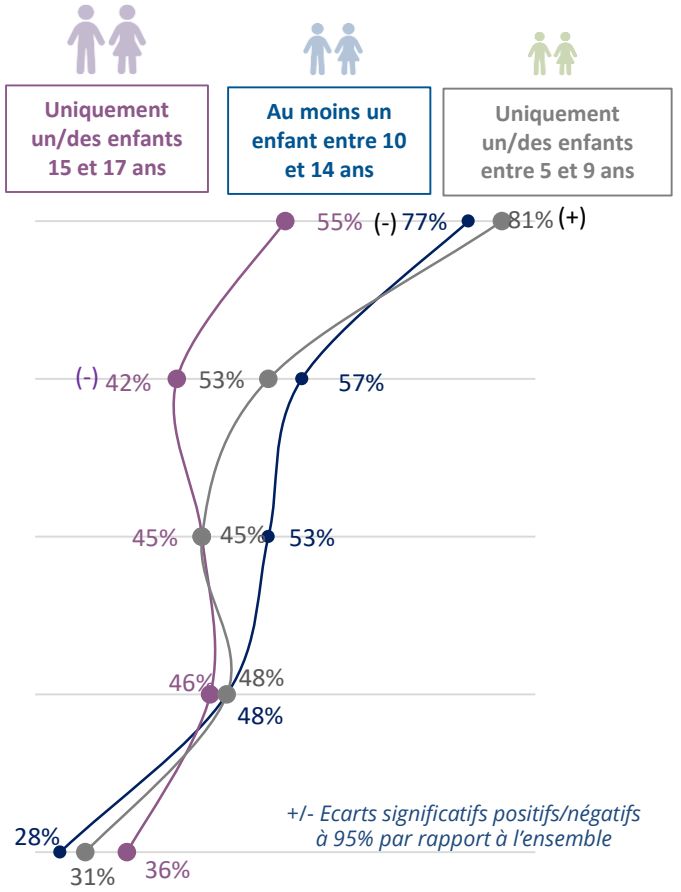
*(**56%** des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans utilisant un ordinateur, un smartphone ou une tablette)*

*(**56%** des parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans possédant un ordinateur, un smartphone ou une tablette)*

Source : Ifop pour le compte du CSA et de l'Arcep, « Sondage – Utilisation des outils de contrôle parental sur internet », 25 juin 2021. *Question : Avez-vous actuellement recours à des moyens pour contrôler la navigation de votre(vos) enfant(s) sur internet ?*

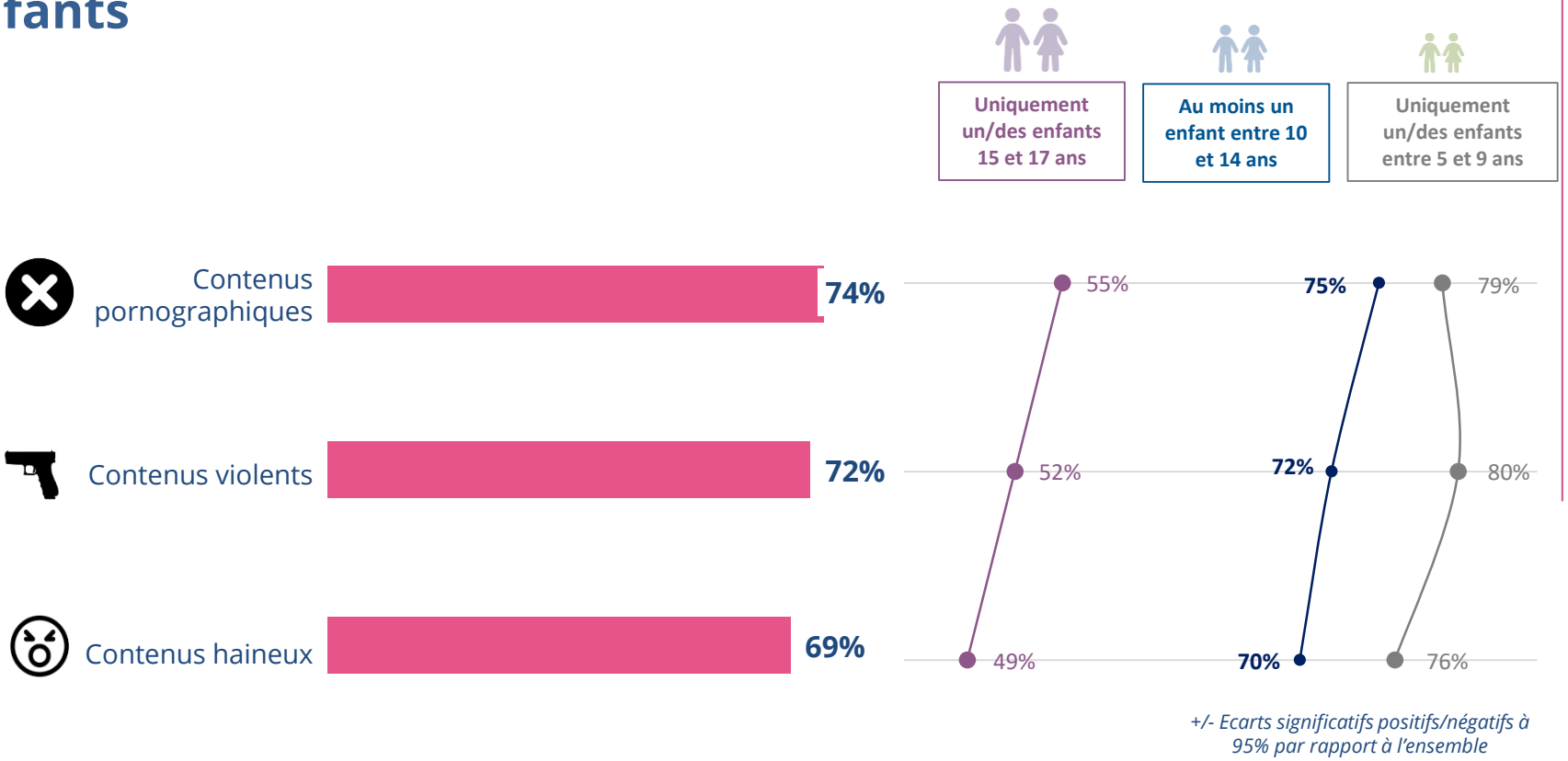
Contrôler les contenus visionnés par l'enfant sur internet est la première motivation à recourir à un moyen de contrôle parental





Source : Ifop pour le compte du CSA et de l'Arcep, « Sondage – Utilisation des outils de contrôle parental sur internet », 25 juin 2021. *Question : Qu'est-ce qui vous a motivé à mettre en place un(des) outil(s) de contrôle parental ? Base : Parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans ayant recours à un moyen pour contrôler la navigation de leurs enfants (1112 ind.)*

Les contenus pornographiques et les contenus violents sont les plus redoutés par les parents contrôlant la navigation de leurs enfants

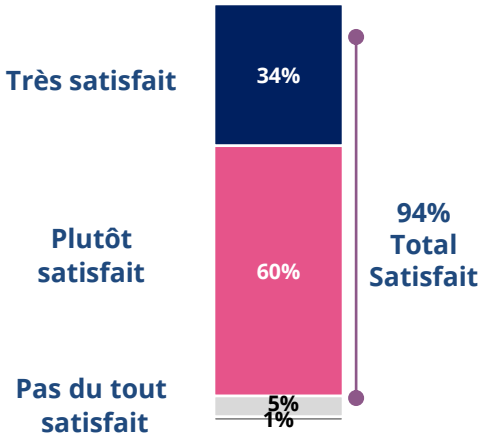


+/- Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble

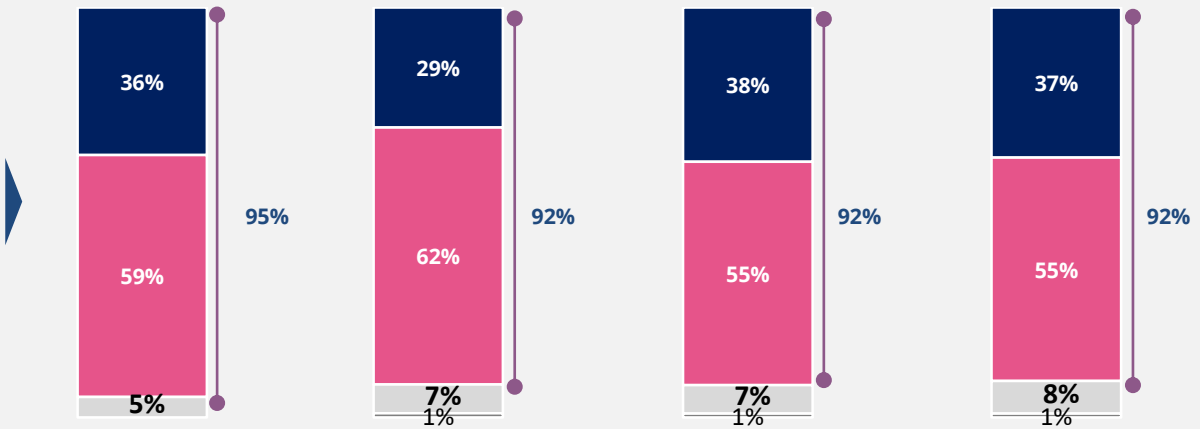
Source : Ifop pour le compte du CSA et de l'Arcep, « Sondage – Utilisation des outils de contrôle parental sur internet », 25 juin 2021. *Question : De quels types de contenus souhaitez-vous préserver votre(vos) enfants* ? *Base : Parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans ayant recours à un moyen pour contrôler la navigation de leurs enfants (1112 ind.)*

Le niveau de satisfaction vis-à-vis des solutions de contrôle parental est très élevé

Satisfaction globale des parents ayant recours à un outil parental dédié



Satisfaction par dimension des parents ayant recours à un outil parental dédié



*Les satisfactions quant à l'efficacité et quant à la fonction de blocage ont été mesurées auprès des utilisateurs de logiciels/applications, ainsi qu'auprès des souscripteurs à une option de protection.
**Les satisfactions quant à l'ergonomie et quant à la facilité d'installation n'ont été mesurées qu'auprès des utilisateurs de logiciels/applications.

Source : Ifop pour le compte du CSA et de l'Arcep, « Sondage – Utilisation des outils de contrôle parental sur internet », 25 juin 2021. *Questions : Pouvez-vous évaluer votre satisfaction globale quant au logiciel, à l'application ou à l'option de protection auquel vous avez recours ? / Voici plusieurs caractéristiques concernant […]. Pour chacun d'entre eux, quel est votre niveau de satisfaction ? / Voici plusieurs caractéristiques concernant […]. Pour chacun d'entre eux, quel est votre niveau de satisfaction ? Base : Parents d'enfants âgés de 5 à 17 ans utilisant un logiciel, une application, une option de contrôle parental (1066 ind.)*

7.

Méthodologie et glossaire

Méthode

Les données et informations de cette édition du référentiel des usages numériques sont datées, selon les sources, du 1er semestre de l'année 2021 ou de la fin de l'année 2020. Par exception, certaines de ces données peuvent être datées de 2019, leur mise à jour n'ayant pas encore été réalisée lors de la publication du présent document.

Le référentiel est remis à jour chaque année afin de faire état des tendances et derniers chiffres. Il est également enrichi chaque année en fonction des thèmes d'actualité.

Les sources de données utilisées pour construire ce référentiel des usages numériques sont diverses et les données mobilisées ont été construites à partir de méthodologies multiples (sondage, collecte, estimation ...). Pour permettre une vérification des méthodologies utilisées, la source de chaque chiffre 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.

Principales sources utilisées

Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T2 2021, Arcep (Publication, open data, Ma connexion internet

Observatoire sur la COUVERTURE et la QUALITÉ des services mobiles - T2 2021, Arcep (Publication, Mon Réseau Mobile)

Observatoire trimestriel des services de communications électroniques, T2 2021, Arcep (publication, open data)

Baromètre du numérique – Edition 2021, étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT (Publication, open data)

Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2021, CSA sur données Mediametrie (publication)

Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, T3 et T4 2020, CSA et Mediametrie (publication)

Rapport sur l'État d'Internet - Edition 2021 - Arcep (Publication)

Site AppAnnie 2020

Observatoire de l'équipement des foyers, S1 2021, Mediametrie (publication)

France Num – « Baromètre 2021 » - Octobre 2021 - Baromètre France num 2021 : le numérique dans les TPE PME

Citizing, *Empreinte carbone du numérique en France : des politiques publiques suffisantes pour faire face à l'accroissement des usages?*, juin 2020. Rapport Sénat

Médiamat (Individus 4 ans et +) - MEDIAMETRIE ; reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE (publication)

Baromètre du 1er semestre de l'année 2021 Effets de la crise sanitaire sur les audiences des groupes audiovisuels et sur le marché publicitaire, juillet 2021, CSA sur données Mediametrie (publication)

Décryptage et performances du marché 2020 de la musique enregistrée, SNEP (publication)

Classement des radios digitales mars 2021, 19/04/2020, ACPM/OJD (publication)

Classement des radios digitales juillet – août 2021, 18/10/2020, ACPM/OJD (publication)

CSA, Baromètre des effets de la crise sanitaire sur le secteur audiovisuel, Données Médiamétrie/Harris (publication)

Hadopi – CSA d'après analyses EY (à partie d'un terrain d'enquête Médiamétrie) (publication)

Baromètre de la consommation de biens culturels dématérialisés 2020 (publication)

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.

Déploiements : le nombre de logements ou locaux à usage professionnels déclarés comme raccordables en aval du point de mutualisation (PM)

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. 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 20ème 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.

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.

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.

***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.

DEI : abréviation de « Durée d'Ecoute 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.

Glossaire (3/3)

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

arcep Arcom