

DONNÉES CLÉS du référentiel des

usages

numériques

20

23

- 1** Le déploiement et l'adoption des technologies internet à très haut débit se poursuivent
- 2** Des foyers et individus toujours plus connectés et mieux équipés
- 3** Usages internet : le e-commerce et les services de communication de plus en plus utilisés
- 4** L'empreinte carbone du numérique surtout alimentée par les terminaux
- 5** Consommation audiovisuelle : des usages diversifiés en progression

Le pôle
numérique

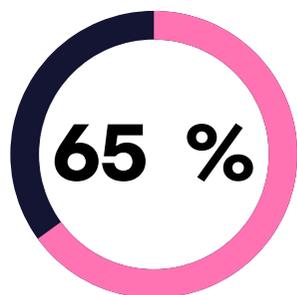


arcep

Arcom

1 Le déploiement et l'adoption des technologies internet à très haut débit se poursuivent

PARMI LES 31,9 MILLIONS D'ABONNEMENTS À HAUT ET TRÈS HAUT DÉBIT ... ⁽¹⁾



des abonnements internet sont à très haut débit (T3 2022)

+ 9 points en un an

LE DÉPLOIEMENT 5G SE POURSUIT ⁽⁴⁾

LES DÉPLOIEMENTS TRÈS HAUT DÉBIT SE POURSUIVENT GRÂCE À LA FIBRE OPTIQUE ⁽²⁾

33,1

millions de locaux raccordables à la fibre (T3 2022)

+4,9 millions en un an

35 500

sites 5G ouverts commercialement (T3 2022)



17,1

millions d'abonnements à la fibre ⁽³⁾ (T3 2022)

+ 3,7 millions en un an

En 2022,

94 Mbit/s

de débit descendant moyen des utilisateurs actifs sur les réseaux 5G contre 63 Mbit/s pour les utilisateurs actifs en 4G

2

Des foyers et individus toujours plus connectés et mieux équipés

LE SMARTPHONE EN FORTE PROGRESSION ⁽¹⁾



des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un **smartphone** (T2 2022)

+6,5 points en 3 ans



de la population dispose d'un équipement pour **écouter la radio** (2022)

LE TÉLÉVISEUR 1^{ER} ÉQUIPEMENT DES FOYERS

90% des foyers sont équipés d'un téléviseur (T2 2022)

82% en 2021



Foyers disposant d'une TV connectée à internet ⁽²⁾ (Smart TV ou TV reliée à un décodeur FAI, une console de jeu, un boîtier tiers et/ou un ordinateur)

84% en 2022



DES OBJETS CONNECTÉS AU QUOTIDIEN ⁽²⁰²²⁾ ⁽³⁾

40%

des 12 ans et plus possèdent au moins un **objet connecté**

24%

des 12 ans et plus en possèdent au moins un **dédié à la santé**

27%

des 12 ans et plus possèdent au moins une **enceinte connectée**

APRÈS LE BOOM DURANT LA CRISE SANITAIRE, L'UTILISATION DE L'ORDINATEUR RESTE IMPORTANT

En 2022,

62%

des 12 ans et plus utilisent quotidiennement un ordinateur (+15 points en 3 ans)

39%

privilégient l'ordinateur pour se connecter à Internet (+9 points en 3 ans)

47%

privilégient le smartphone qui redevient le premier équipement pour se connecter à internet

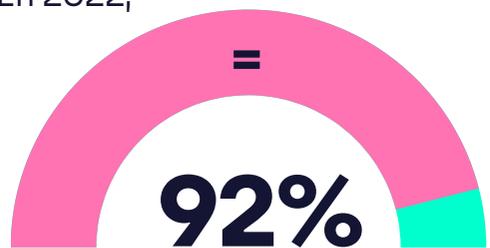


3

Usages internet : le e-commerce et les services de communication de plus en plus utilisés

UNE STABILISATION DU NOMBRE D'INTERNAUTES ⁽¹⁾

En 2022,



des Français de 12 ans et + sont internautes



82%

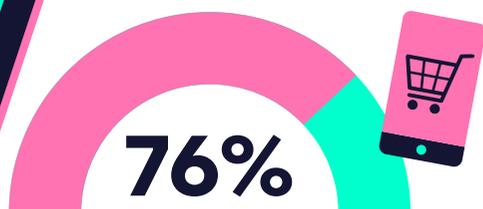
des Français de 12 ans et + se connectent tous les jours

Le trafic entrant vers les principaux fournisseurs d'accès internet continue d'augmenter fortement :
+25 % en un an



DES APPLICATIONS UTILISÉES AU QUOTIDIEN ⁽²⁾

En 2022,



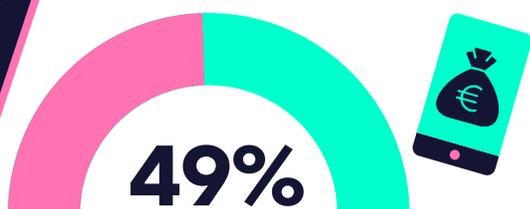
des Français (12 ans et +) déclarent avoir réalisé au moins un achat de biens sur internet au cours des 12 derniers mois

+ 14 points en trois ans

79% des Français (12 ans et +) indiquent utiliser des applications pour échanger des messages

+ 9 pts en 2 ans

FRÉQUENCE D'ACHAT



des Français (12 ans et +) déclarent avoir réalisé au moins un achat en ligne par mois



69%

des Français (12 ans et +) indiquent utiliser des applications pour téléphoner



4

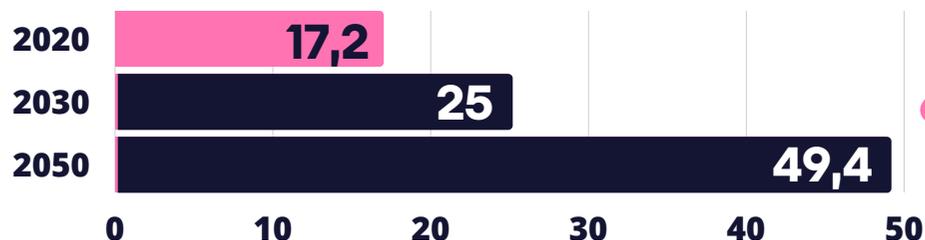
L'empreinte carbone du numérique surtout alimentée par les terminaux

LES TROIS ÉQUIPEMENTS LES PLUS ÉMETTEURS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)⁽⁵⁾

(prise en compte de la phase amont de production et de la phase d'utilisation)

QUELLE EMPREINTE CARBONE DU NUMÉRIQUE ?⁽¹⁾

En millions de tonnes de CO² équ.



x3 en 30 ans

UNE BAISSÉ DES ÉMISSIONS DE GES DES 4 PRINCIPAUX OPÉRATEURS DE TÉLÉCOMMUNICATIONS⁽²⁾

381 000

tonnes de CO² équ. en 2018

-5%

362 000

en 2020

MAIS UNE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES RÉSEAUX FIXES/MOBILES QUI PROGRESSE

3 390

GWh en 2018

+11%

3 803

en 2020

ET UNE DURÉE DE VIE DES TERMINAUX QUI QUESTIONNE

13%

des smartphones vendus en France en 2020 sont des terminaux reconditionnés⁽³⁾

47%

des utilisateurs ont changé de téléviseur principal alors qu'il était encore utilisable⁽⁴⁾



5

Consommation audiovisuelle : des usages diversifiés en progression

LA TÉLÉVISION RETROUVE UN NIVEAU COMPARABLE À CELUI D'AVANT LA CRISE SANITAIRE ⁽¹⁾

En 2022, la durée d'écoute individuelle
moyenne de la TV s'élevait à :



Un niveau presque identique
à celui de 2019

↓ BAISSÉ DE LA DURÉE D'ÉCOUTE POUR TOUTES LES TRANCHES D'ÂGE

LA CONSOMMATION ILLICITE DE CONTENUS AUDIOVISUELS EN BAISSÉ EN 2022 ⁽⁵⁾

SPORT
-8pts

CINÉ
-6pts

SÉRIE
-6pts

LA CONSOMMATION DE VIDÉO À LA DEMANDE PAR ABONNEMENT (VàDA), DE RADIO EN LIGNE ET DE STREAMING AUDIO PROGRESSE ⁽²⁾

Le nombre
d'utilisateurs
quotidiens de VàDA
continue de
progresser



Des utilisateurs plutôt



< 40 ans
CSP +

En décembre 2022, l'écoute
de la radio en ligne a atteint



En 2021, plus de
22 millions de
Français
sont utilisateurs de
streaming audio ⁽⁴⁾

SOURCES

DONNÉES CLÉS du référentiel des usages numériques

20 23

4

(1) Etude sur l'impact environnemental du numérique en France – analyse prospective à 2030 et 2050, ADEME et Arcep (publication)

(2-3) Enquête annuelle « pour un numérique soutenable » - Edition 2022, Arcep (publication, open data)

(4) Baromètre du numérique – Edition 2022 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, l'Arcom, du CGE et de l'ANCT (publication, open data)

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

5

(1) Médiamat - Médiamétrie ; reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE

(2) Médiamétrie- Global Vidéo / 37 500

(3) Classement des radios digitales décembre 2021, ACPM (publication), Classement des radios digitales décembre 2022, ACPM (publication)

(4) Décryptage et performances du marché 2021 de la musique enregistrée, SNEP (publication)

(5) Baromètre 2022 de la consommation des biens culturels dématérialisés, Arcom (publication)

1

(1-2-3) Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T3 2022, Arcep (publication, open data)

(4) Observatoire des déploiements 5G, Arcep (publication) ; Observatoire sur la couverture et la qualité des services mobiles - T3 2022, Arcep (publication, mon réseau mobile)

2

(1-2) Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine, S1 2022, Arcom sur données Médiamétrie (publication)

(3) Baromètre du numérique – Edition 2022 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, l'Arcom du CGE et de l'ANCT (publication, open data)

3

(1-2) Baromètre du numérique – Edition 2022, étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, l'Arcom, du CGE et de l'ANCT (publication, open data)

Le pôle
numérique



anciennes slides

LE RÉFÉRENTIEL COMMUN DU PÔLE NUMÉRIQUE ARCEP-ARCOM SUR LES USAGES NUMÉRIQUES

Le référentiel des usages numériques du Pôle numérique Arcom-Arcep a pour objectif d'agréger des données de multiples sources et de développer ainsi une vision globale sur les différentes pratiques numériques.

La volonté du Pôle numérique est ainsi d'appréhender le continuum des services du numérique, allant du déploiement des réseaux de communications électroniques aux différents usages, en passant par les équipements terminaux (ordinateurs, smartphones, téléviseurs connectés, objets connectés, etc.).

Ainsi, la structure du référentiel suit les différentes couches du numérique :

- la couverture du territoire par les réseaux d'accès (fixe et mobile) et les débits disponibles permettent d'apprécier les possibilités d'accès à internet offertes aux utilisateurs, pour divers usages numériques ;
- les foyers couverts par ces réseaux peuvent s'abonner auprès des fournisseurs d'accès à internet et souscrire à diverses offres gratuites ou payantes d'accès en ligne à des contenus, notamment culturels ;
- plusieurs terminaux et équipements connectés leur permettent ensuite de consommer ces contenus, et, plus largement, d'avoir accès à de nombreux services en ligne (audiovisuels, réseaux sociaux, messageries, e-commerce, etc.) ;
- enfin, les consommateurs se connectent à internet plus ou moins fréquemment pour utiliser des services gratuits ou ceux auxquels ils ont souscrit, de manière différente d'un terminal à l'autre. Ces éléments sont présentés de manière croisée en fonction de l'équipement et du type de contenu.

Les sources des données sont indiquées in extenso à la fin du document, grâce à un système de numérotation.ts connectés, etc.).

Pour plus
d'informations,
rendez-vous sur :



www.arcom.fr
www.arcep.fr

... et amplifié, pour **l'entreprise**, le recours des outils numériques

UNE NUMÉRISATION ACCÉLÉRÉE DES ENTREPRISES^[9]

+ 10 points en un an



78%

des dirigeants de TPE / PME estiment que le numérique représente un **bénéfice réel pour leur entreprise**

Les entreprises sont

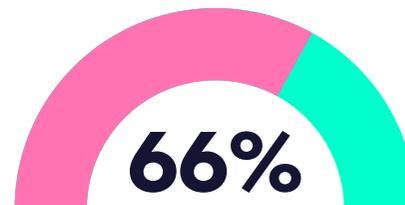
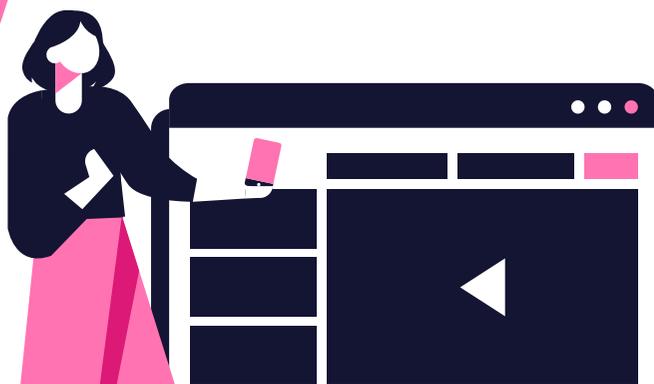


20%

à avoir leur propre **site internet marchand**



+ 11 points par rapport à avant la crise sanitaire



66%

des entreprises ont leur propre site internet pour **présenter leurs activités**, hors réseaux sociaux

Contre seulement

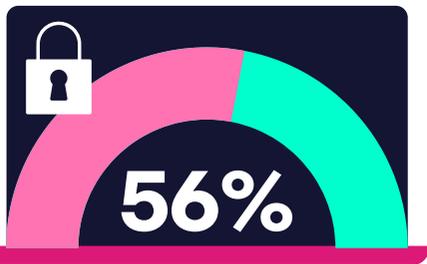
37% en 2020



7

Protection des mineurs : une majorité de parents a recours à un dispositif de **contrôle parental**

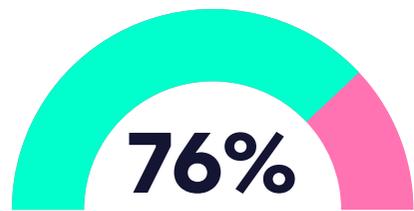
UN DISPOSITIF RÉPANDU DANS LES FAMILLES ^[16]



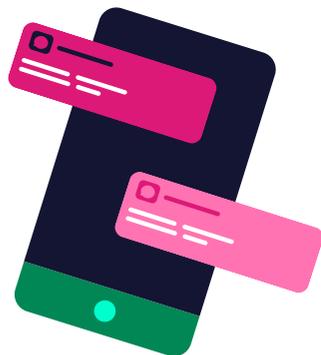
des parents de mineurs âgés de 5 à 17 ans (utilisant un ordinateur, un smartphone ou une tablette) ont recours à un **dispositif de contrôle parental**



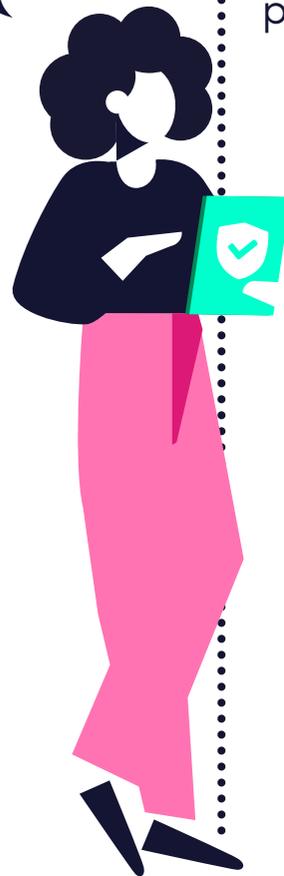
CONTRÔLER POUR PROTÉGER ^[16]



des parents ayant recours à un dispositif de contrôle parental, la 1ère motivation est le **contrôle des contenus**



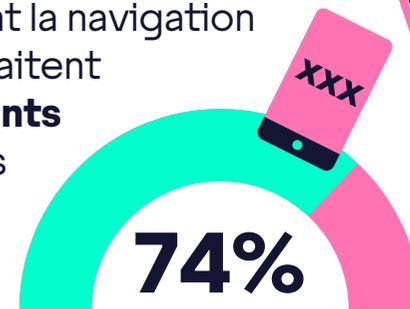
devant le **temps de connexion** et les **échanges de messages**



LES CONTENUS REDOUTÉS PAR LES PARENTS ^[16]

Les parents contrôlant la navigation de leurs enfants souhaitent **préserver leurs enfants** par ordre de priorités

Priorité 1



contenus pornographiques



contenus violents

Priorité 2



contenus haineux

Priorité 3