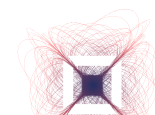


DONNÉES CLÉS du référentiel des usages numériques

2022

- 1 Le déploiement et l'adoption des technologies internet à **TRÈS HAUT DÉBIT** s'accroissent
- 2 Des foyers et individus toujours plus **CONNECTÉS** et mieux **ÉQUIPÉS**
- 3 **ENVIRONNEMENT** : accroître la durée d'utilisation des équipements numériques devient une nécessité
- 4 La **CRISE SANITAIRE** a encouragé les usages internet des individus...
- 5 ... et amplifié, pour l'**ENTREPRISE**, le besoin des outils numériques
- 6 Une diversification des moyens de consommation de **CONTENUS AUDIOVISUELS** qui se poursuit
- 7 Protection des mineurs : une majorité de parents a recours à un dispositif de **CONTRÔLE PARENTAL**

Le pôle
numérique



arcep Arcom

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

Le référentiel des usages numériques du Pôle numérique Arcep-Arcom 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.

Pour plus d'informations,
rendez-vous sur :

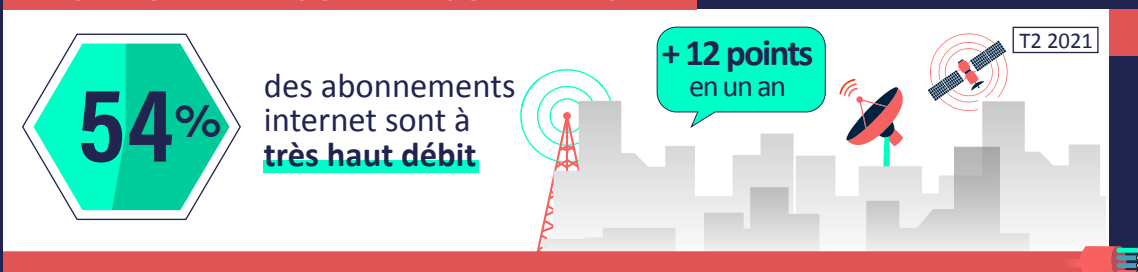
www.arcep.fr
www.arcom.fr



1 Le déploiement et l'adoption des **technologies internet** à très haut débit s'accélèrent

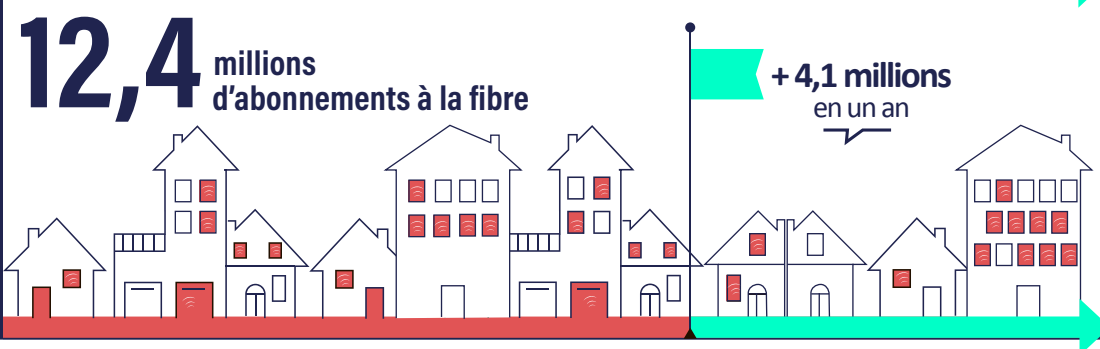
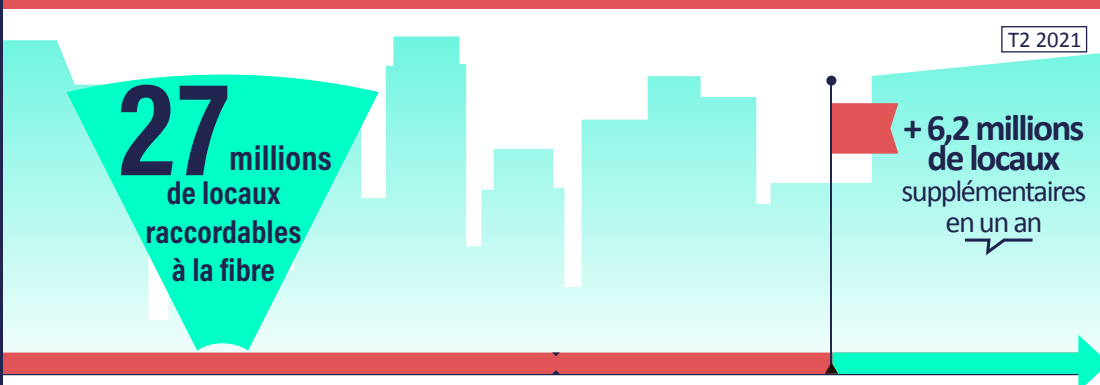
LES ABONNEMENTS

TRÈS HAUT DÉBIT SONT MAJORITAIRES ^[1]



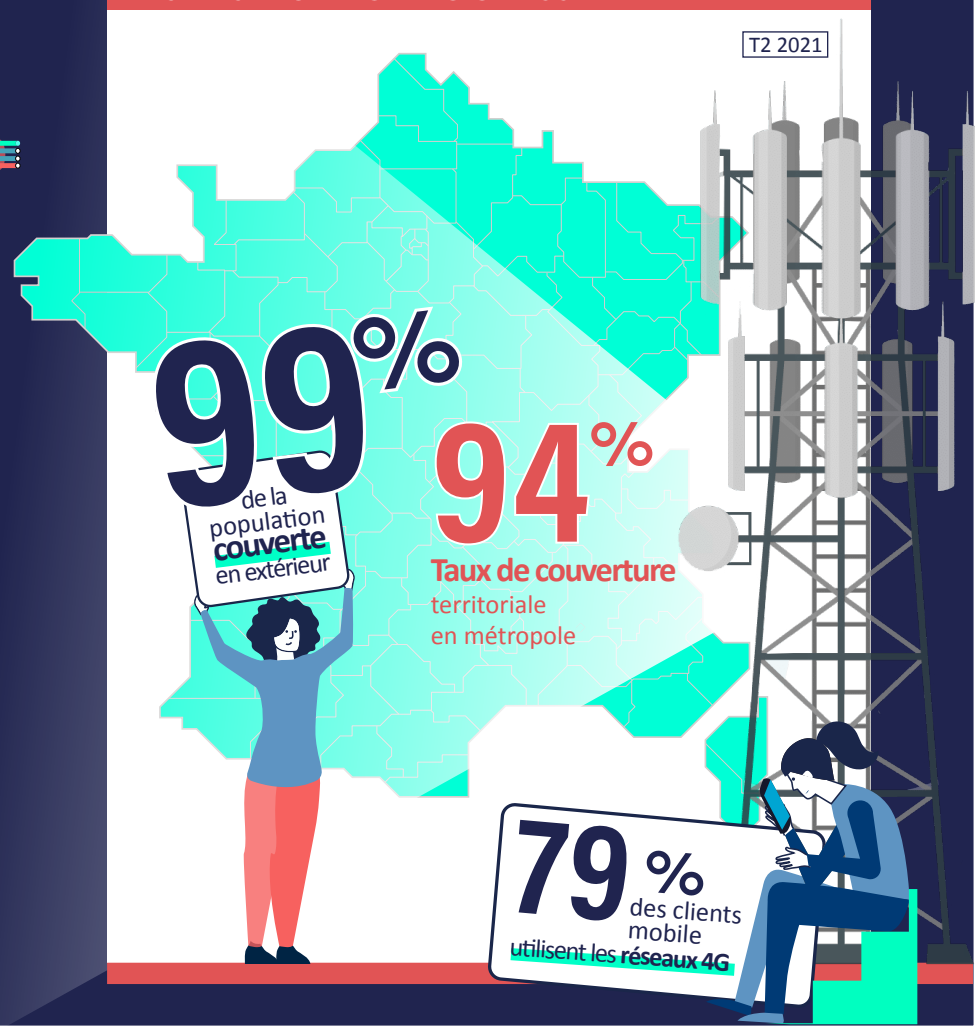
UNE CROISSANCE

PORTÉE PAR LA FIBRE ^[1]



LA COUVERTURE

DES RÉSEAUX 4G PROGRESSED ^{[2] [3]}



2 Des foyers et individus toujours plus connectés et mieux équipés

LE SMARTPHONE EN

FORTE PROGRESSION [4]

T2 2021



des internautes
de 11 ans et plus
sont équipés d'un
smartphone

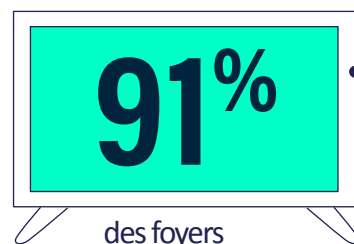


de la population dispose
d'un équipement pour
écouter la **radio**

LE TÉLÉVISEUR

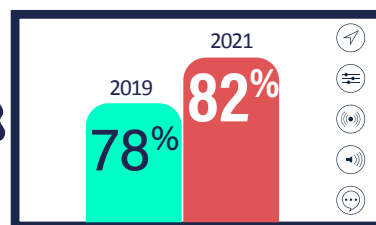
1^{ER} ÉQUIPEMENT DES FOYERS [4]

T2 2021



des foyers
sont équipés d'un **téléviseur**

Foyers disposant d'une TV **connectée** à internet
directement ou, principalement, via le décodeur
d'un fournisseur d'accès à internet.



DES OBJETS

CONNECTÉS

AU QUOTIDIEN [5]

Fin 2020



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



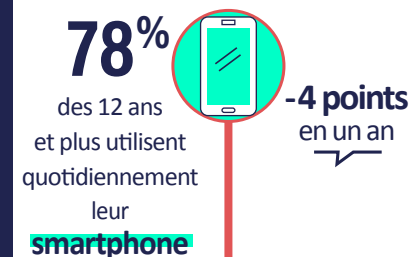
des répondants disposent d'au
moins un **objet connecté
relatif à la santé**

LE TÉLÉTRAVAIL REMET

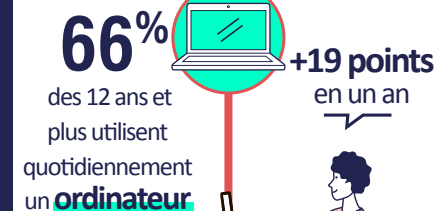
L'ORDINATEUR AU CENTRE

DES USAGES INTERNET [5]

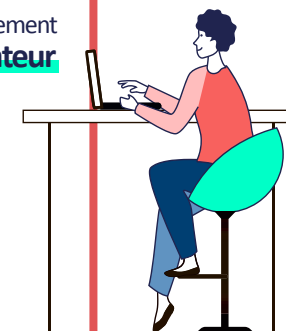
Fin 2020



-4 points
en un an



+19 points
en un an



3 Environnement : accroître la durée d'utilisation des équipements numériques **devient une nécessité**

LES TROIS ÉQUIPEMENTS

LES PLUS ÉMETTEURS DE GAZ

À EFFET DE SERRE [6]

En 2019

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

les **téléviseurs**

23%

les **ordinateurs portables**

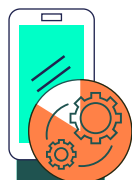
14%

les **smartphones**

13%

LA DURÉE D'UTILISATION

DES SMARTPHONES RESTE FAIBLE [7]



84%

des utilisateurs déclarent détenir leur smartphone depuis **trois ans ou moins**



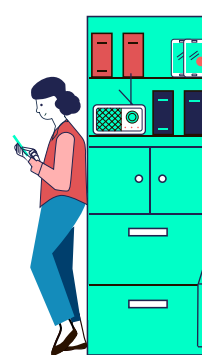
17%

des utilisateurs déclarent détenir un smartphone de **seconde main**



60%

des utilisateurs déclarent être prêts à acheter un smartphone **éco-responsable**

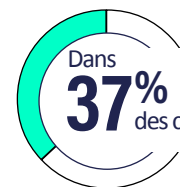
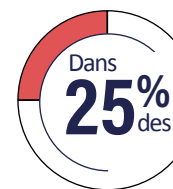


Les smartphones qui ne sont plus utilisés sont **conservés** dans

53% des cas

et **réemployés** ou **recyclés** dans

42% des cas



Fin 2020

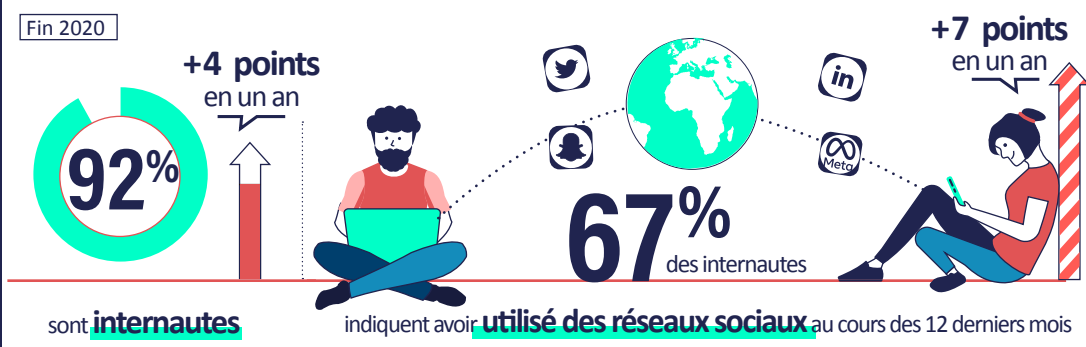


4 La **crise sanitaire** a encouragé les usages internet des individus... et amplifié, pour **l'entreprise**, le recours des outils numériques

5

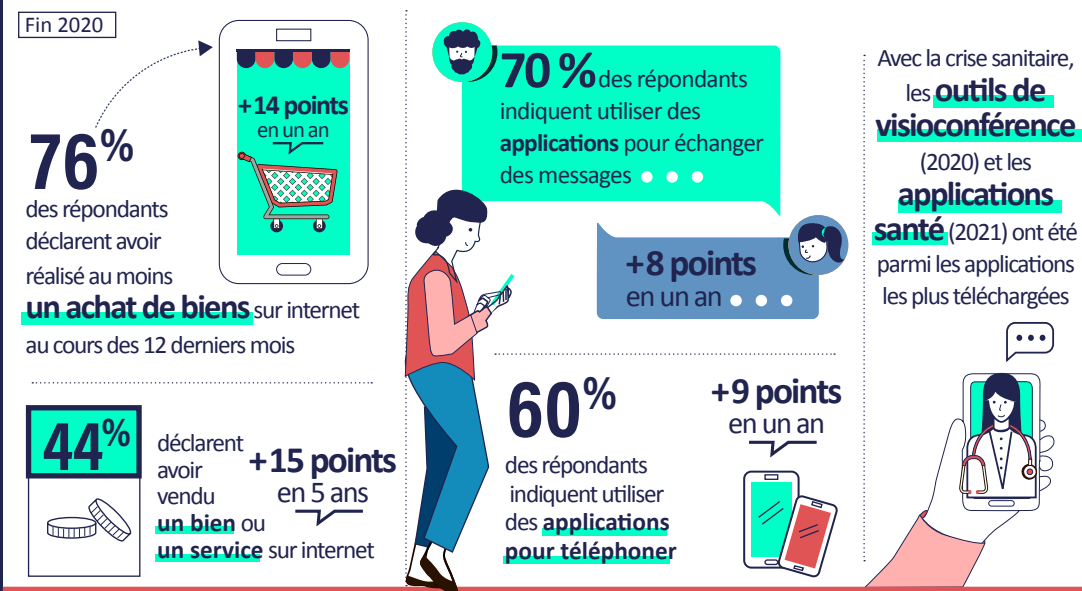
UNE HAUSSE

DU NOMBRE D'INTERNAUTES [8]



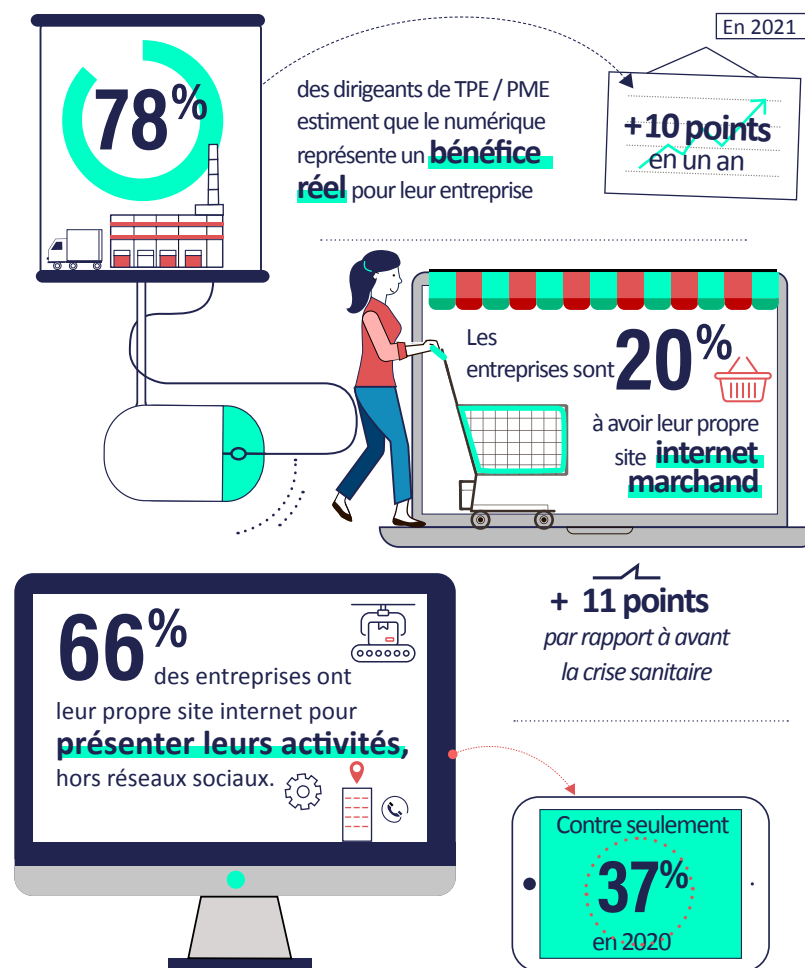
DES APPLICATIONS

UTILISÉES AU QUOTIDIEN [8]



UNE NUMÉRISATION

ACCÉLÉRÉE DES ENTREPRISES [9]



6 Une diversification des moyens de consommation de **contenus audiovisuels** qui se poursuit

LA TÉLÉVISION RETROUVE UN NIVEAU

COMPARABLE À CELUI D'AVANT LA CRISE SANITAIRE

Fin 2021

La **durée de visionnage individuel** s'élève à



un niveau presque identique à celui de décembre 2019

T2 2021

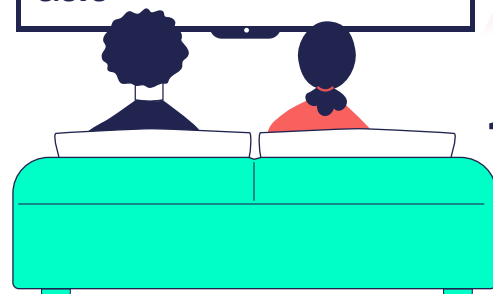
En dehors du visionnage de la télévision linéaire, **les usages les plus pratiqués sur téléviseurs connectés** sont



LA CONSOMMATION DE VIDÉO À LA DEMANDE PAR ABONNEMENT (VàDA),

DE RADIO EN LIGNE ET DE STREAMING AUDIO PROGRESSE

En 2020



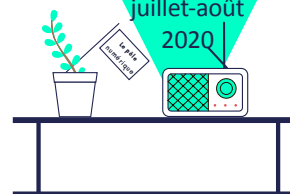
En moyenne, les abonnés à un ou plusieurs services de VàDA ou de télévision payante disposent de **1,7 abonnement** ^[13]

51% des abonnés à un ou plusieurs services de VàDA utilisent le **partage de compte** ^[13]

En 2021, la consommation de la radio sur internet **progress** encore **fortement** et atteint

156 millions d'heures d'écoute ^[14]

soit **une croissance de 11%** par rapport à juillet-août 2020



En 2020, plus de **20 millions** de Français sont utilisateurs de **streaming audio** ^[15]

+33% vs 2019

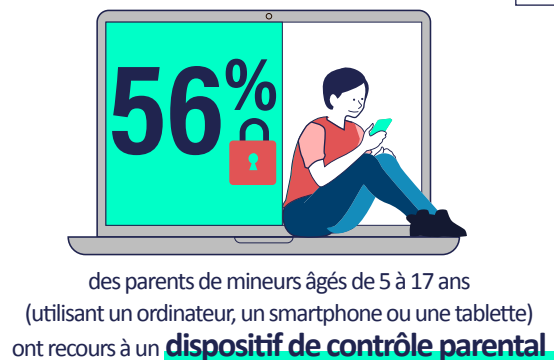


7 Protection des mineurs : une majorité de parents a recours à un dispositif de **contrôle parental**

UN DISPOSITIF

RÉPANDU DANS LES FAMILLES [16]

En 2021



LES CONTENUS

REDOUTÉS PAR LES PARENTS [16]

En 2021

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

Priorité 1
contenus pornographiques

Priorité 2
contenus violents

Priorité 3
contenus haineux

74%

72%

69%

CONTRÔLER

POUR PROTÉGER [16]

En 2021

Pour **76%**

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

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

SOURCES

DONNÉES CLÉS du référentiel des usages numériques



1

- [1] *Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements* (T2 2021), Arcep. [Publication](#), [open data](#).
- [2] *Observatoire sur la COUVERTURE et la QUALITÉ des services mobiles* (T2 2021), Arcep. [Publication](#), [Mon Réseau Mobile](#).
- [3] *Observatoire trimestriel des services de communications électroniques* (T2 2021), Arcep. [Publication](#), [open data](#).

2

- [4] *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine*, (S1 2021), CSA sur données Mediametrie. [Publication](#).
- [5] *Baromètre du numérique* (Edition 2021). Etude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT. [Publication](#), [open data](#).

3

- [6] Citizing, *Empreinte carbone du numérique en France : des politiques publiques suffisantes pour faire face à l'accroissement des usages ?* [Rapport Sénat](#) (juin 2020).
- [7] *Baromètre du numérique* (Edition 2021). Etude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT. [Publication](#), [open data](#).

4

- [8] *Baromètre du numérique* (Edition 2021). Etude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, du CGE et de l'ANCT. [Publication](#), [open data](#).

5

- [9] *France Num – « Baromètre France num 2021 : le numérique dans les TPE PME »* (Octobre 2021).

6

- [10] Médiamat (Individus 4 ans et +) - [MEDIAMETRIE](#). [Reproduction interdite, tous droits réservés par MEDIAMETRIE](#) (Baromètre du 1^{er} 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

- [11] *Données Mediametrie pour le CSA – (S1 2021)*.

- [12] Médiamétrie – Global Vidéo / 37 500 – Population de 15 ans et plus – Mois Mediamat - Baromètre du 1^{er} 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.

- [13] *La multiplication des services de vidéo 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.

7

- [14] *Classement des radios digitales – mars 2021* (19/04/2021), ACPM/OJD. [Publication](#). *Classement des radios digitales juillet – août 2021* (18/10/2021), ACPM/OJD. [Publication](#).
- [15] *Décryptage et performances du marché 2020 de la musique enregistré*. SNEP [Publication](#).
- [16] Ifop pour le compte du CSA et de l'Arcep, « *Sondage – Utilisation des outils de contrôle parental sur internet* » (25 juin 2021).

