

HORS DOSSIER

Le baromètre 2018 du numérique

Par Gérard LALLEMENT
et Matthias de JOUVENEL
Conseil général de l'Économie

« Le baromètre du numérique est un rendez-vous annuel référent qui éclaire sur l'équipement et les usages numériques des citoyens. Il prend le pouls de notre société face aux évolutions technologiques. Il renseigne sur les comportements des Français, les pratiques nouvelles qui rentrent dans leur quotidien, il donne des orientations sur les attentes et sur ce que soulèvent les appréhensions. Il nourrit l'action que nous devons mener. »

Mounir Mahjoubi, Secrétaire d'État chargé du numérique

Le baromètre, la référence en matière de diffusion du numérique

Depuis l'an 2000, le Conseil général de l'Économie (CGE) commande chaque année un sondage sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, en liaison avec l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, depuis 2003, et avec l'Agence du numérique, depuis 2016. Les accès, les équipements et les usages les plus importants sont suivis avec régularité sans que les phénomènes émergents soient négligés.

La fiabilité de cette enquête repose sur des entretiens en face-à-face⁽¹⁾ avec un large échantillon de personnes âgées de plus de douze ans⁽²⁾ (2 214 personnes en 2018) sélectionnées selon la méthode des quotas. Les résultats sont redressés pour être représentatifs de la population française. Le mode de collecte et la taille de l'échantillon permettent de construire des analyses détaillées en fonction du sexe, de l'âge, du nombre de personnes dans le logement, du niveau de diplôme, de la profession, des revenus ou de la dimension de l'agglomération de résidence.

Le sérieux et l'ancienneté de cette enquête annuelle en font le baromètre de référence. L'ensemble des données postérieures à 2007 sont disponibles en *open data* sur le site : data.gouv.fr. Les rapports sont, quant à eux, disponibles sur le site du CGE⁽³⁾.

La France compte une écrasante majorité d'internautes

En 2018, 89 % de la population de plus de 12 ans sont des internautes⁽⁴⁾. Cette proportion s'élève à 100 % chez les 18-24 ans et à 97 % chez les 12-59 ans. La part des internautes dans la population progresse désormais plus lentement (+1 point en 2018, comme en 2017). Les personnes de plus de 70 ans constituent la catégorie d'âge la moins connectée mais aussi celle qui accomplit

(1) CROUTTE P., DAUDEY E., HOIBIAN S., LEGLEYE S. & CHARRANCE G. (2015), « Une approche de l'effet du passage sur Internet d'une enquête en population générale », Cahier de recherche, CREDOC.

(2) Ainsi, sauf précision contraire, les résultats présentés ici concernent la population âgée de 12 ans et plus.

(3) Édition 2018, <https://www.economie.gouv.fr/cge/barometre-numerique-edition-2018>

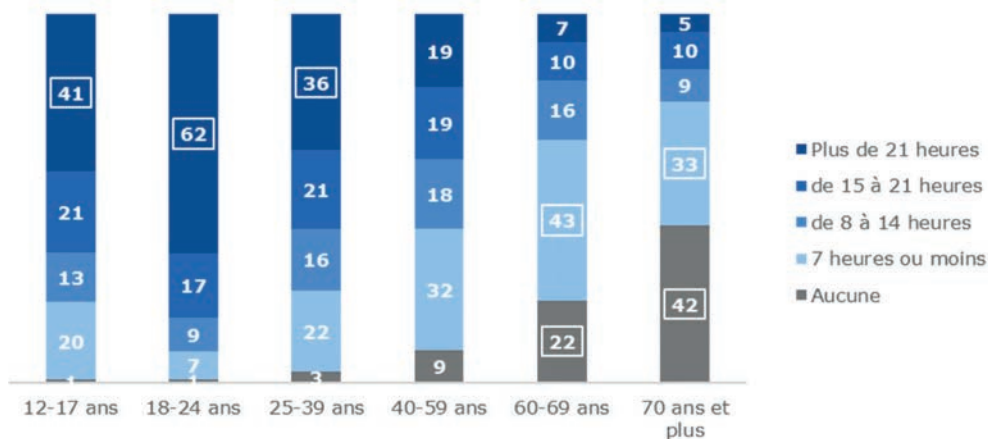
(4) Les personnes qui se connectent à Internet, quel que soit le lieu, le mode ou la fréquence de connexion, sont considérées comme des internautes.

régulièrement les progrès les plus importants : la part d'internautes chez les plus de 70 ans a progressé de 7 points en 2018, de 5 points en 2017 et de 10 points en 2016, passant de 38 à 60 % entre 2015 et 2018.



À quelle fréquence vous connectez-vous à Internet, et ce quel que soit le lieu ou le mode de connexion ?
 Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (en %).

89 % des internautes (correspondant à 80 % de la population de plus de 12 ans) se connectent à Internet tous les jours, contre 81 % en 2015. La croissance de l'usage quotidien ne s'est pas accompagnée d'une augmentation importante du temps passé sur Internet : celui-ci représente en moyenne 18,1 heures par semaine en 2018 (environ autant que le temps passé devant la télévision) contre 17,5 heures en 2016. Ces durées varient cependant beaucoup en fonction de l'âge : 79 % des 18-24 ans se connectent plus de deux heures par jour contre 15 % des plus de 70 ans (42 % de la population utilise Internet plus de deux heures par jour).

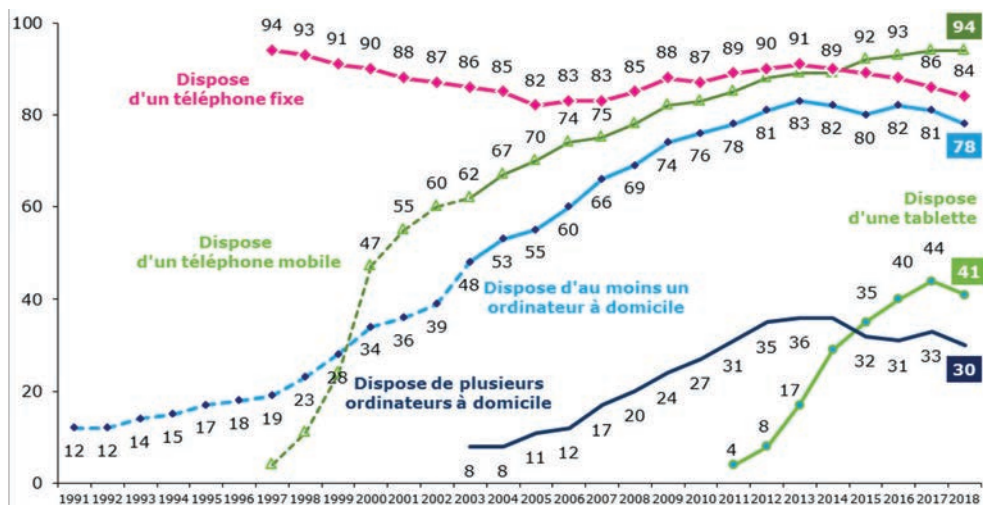


Temps passé sur Internet en fonction de l'âge.
 Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (en %).

En 2018, les Français disposent d'une large palette de terminaux d'accès à Internet : 93 % d'entre eux possèdent au moins un ordinateur, un *smartphone* ou une tablette, 33 % disposent de ces trois équipements et 42 % en possèdent deux sur les trois.

Certains taux d'équipement régressent

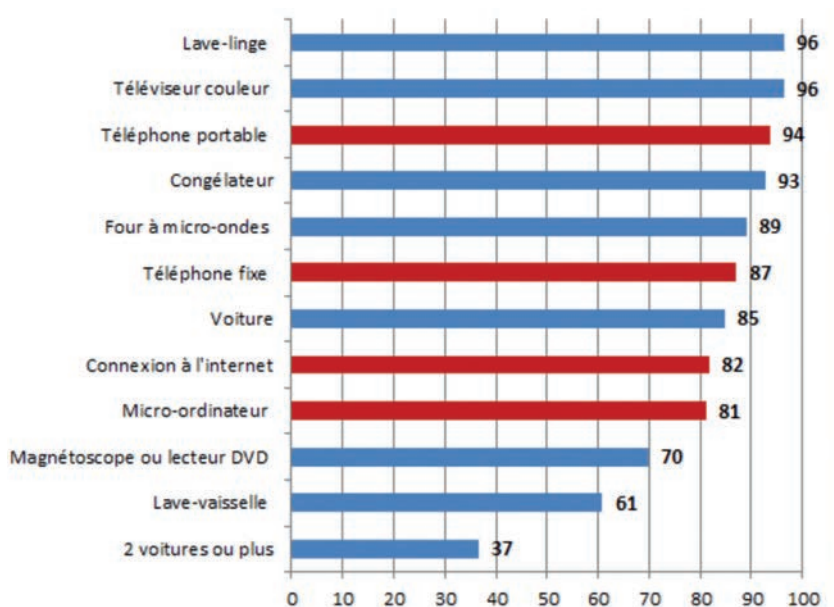
À l'exception du *smartphone* et du mobile, les taux d'équipement ont régressé : celui en ordinateurs est passé de 81 à 78 % ; le multi-équipement en ordinateurs a baissé, passant de 33 à 30 % ; et les tablettes sont tombées à 41 %, après avoir explosé de 4 à 44 % entre 2011 et 2017.



Les taux d'équipement.

Champ : population de 12 ans et plus (en %).

Depuis l'éclatement de la bulle Internet en 2000, les « nouvelles technologies » sont devenues des biens et des services de consommation de masse. En 1997, le téléphone fixe était au plus haut (94 %) et le mobile insignifiant (4 %). Puis le mobile a fortement progressé, dépassant le fixe en 2014. Aujourd'hui le mobile atteint 94 % (contre 84 % pour le fixe).

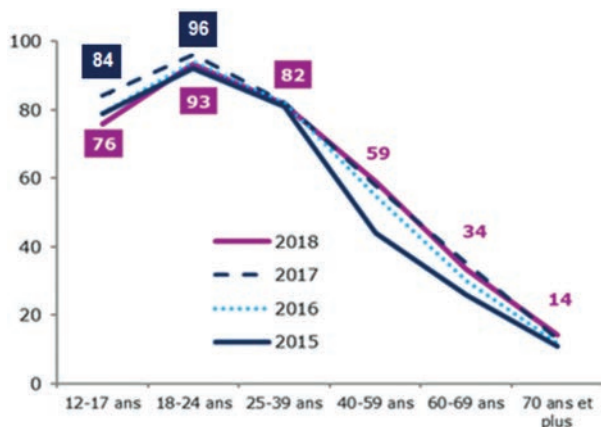


Source : INSEE/SRCV Silc – Équipement des ménages en biens durables en 2016.

Champ : ensemble des ménages dont la personne de référence est âgée de 16 ans ou plus.

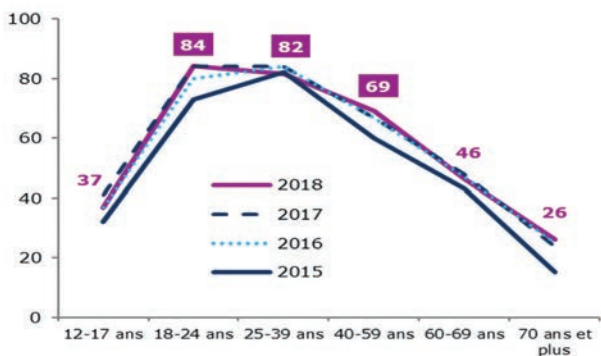
Beaucoup d'équipements numériques se sont répandus et banalisés dans la population, ils sont aujourd'hui complètement entrés dans les mœurs. Le niveau d'équipement des ménages en téléphone portable se situe entre le lave-linge et le congélateur, la connexion à Internet se positionne entre la voiture et le lave-vaisselle.

Les usages installés plafonnent



Proportion d'individus ayant participé, au cours des 12 derniers mois, à des réseaux sociaux.

Champ : population de 12 ans et plus (en %).



Proportion d'individus ayant effectué, dans les 12 derniers mois, des achats sur Internet.

Champ : population de 12 ans et plus (en %).

Les usages établis marquent le pas. Si le taux d'adhésion aux réseaux sociaux reste stable à 59 %, ceux-ci perdent les plus jeunes de leurs membres : la participation baisse de 8 points chez les 12-17 ans (de 84 à 76 %) et de 3 points chez les 18-24 ans (de 96 à 93 %). Comme les jeunes sont précurseurs et prescripteurs, les géants du numérique investissent massivement pour les retenir avec des services qui ne sont pas nécessairement perçus comme des réseaux sociaux.

La part des acheteurs en ligne reste stable à 61 % en 2018, au même niveau que 2017. Les 18-39 ans sont toutefois plus de 80 % à acheter en ligne. En termes de marché, le nombre des transactions croît : la part de ceux qui achètent au moins une fois par semaine est passée de 29 à 35 %, entre 2016 et 2018. Les freins à l'achat évoluent : les craintes relatives à la sécurité des paiements en ligne diminuent, passant de 38 à 29 % en un an, tandis que la critique liée à l'impossibilité de voir ou de toucher les produits augmente de 24 à 28 % sur la même période.

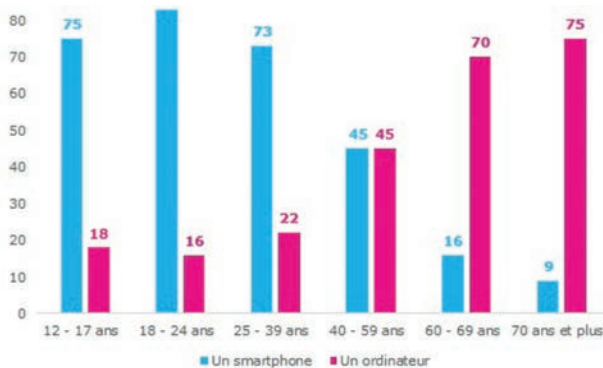
La dynamique numérique est portée par le smartphone...

Le chemin parcouru depuis le début du siècle est immense. En 2001, à l'époque oubliée du WAP (*Wireless Application Protocol*), 13 % des Français pensaient qu'ils utiliseraient un téléphone mobile pour naviguer sur Internet dans les deux ans à venir, moins de 5 % pensaient que le téléphone mobile était dans l'absolu le meilleur moyen pour se connecter à Internet. En 2009, l'Internet mobile a véritablement décollé, passant de 7 à 13 % des personnes disposant d'un mobile ; mais, à l'époque, 45 % des possesseurs de mobiles ne ressentaient toujours pas le besoin de se connecter à Internet.



Taux d'équipement en téléphones mobiles et smartphones.
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (en %).

domicile, 55 % de la population se connecte à Internet *via* le réseau mobile (+4 points par rapport à 2017).



Par quel moyen vous connectez-vous le plus souvent à Internet ? (en %).
Champ : ensemble de la population qui se connecte à Internet.

à Internet : avec 46 % de la population (+4 points), il devance l'ordinateur (35 %, -3 points) et la tablette (7 %, taux inchangé). Les avis diffèrent beaucoup avec l'âge : les plus âgés préfèrent encore l'ordinateur, mais les 40-59 ans, qui, l'année dernière encore, utilisaient davantage l'ordinateur que le *smartphone* (52 % contre 37 %), utilisent désormais autant l'un que l'autre pour se connecter à Internet (45 %).

En 2017, les avis dépendaient également de l'usage : l'ordinateur était ainsi plus utilisé pour le travail ou les achats en ligne.

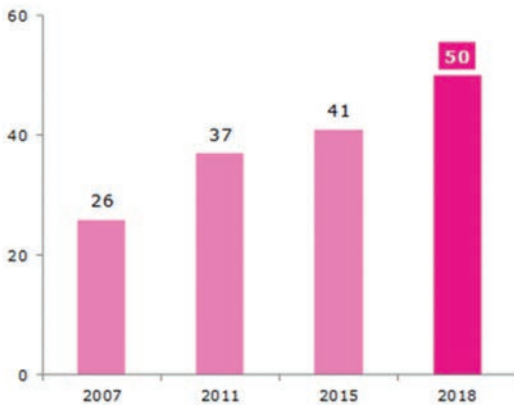
... ainsi que par les nouveaux usages

En 2018, 25 % de la population française est abonnée à un service de vidéo à la demande (+5 points par rapport à 2016), 27 % de la population regarde la télévision sur un terminal mobile, une tablette ou un ordinateur et 33 % regarde des contenus audiovisuels sur ces mêmes supports. Le temps passé à regarder des vidéos sur Internet atteint 5 heures par semaine en moyenne (10 heures pour la population concernée).

La situation a profondément changé depuis : en 2017, le *smartphone* était jugé utile ou très utile par 78 % de la population, de même, l'Internet mobile était jugé utile ou très utile par 76 % de la population. En 2018, 64 % de la population utilise son téléphone mobile pour naviguer sur Internet ; 61 % des utilisateurs de téléphones mobiles profitent de la 4G pour se connecter à Internet et 42 % des Français considèrent que leur connexion mobile à Internet est plus rapide que leur connexion fixe. Même à

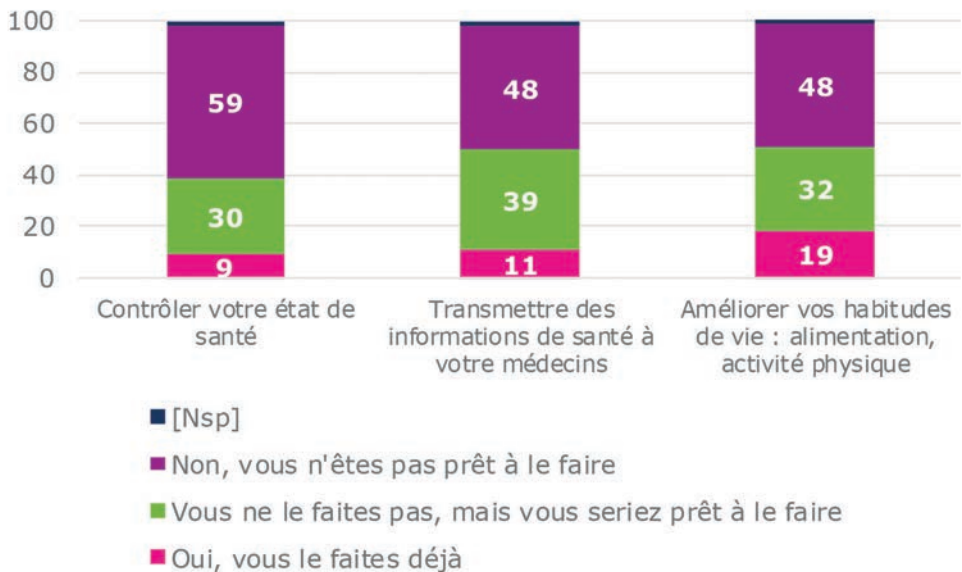
Contrairement aux équipements désormais classiques, le *smartphone* progresse encore cette année (75 %, soit +2 points), se substituant progressivement au « simple » mobile. Les tranches d'âge les moins équipées en *smartphone* connaissent les hausses d'équipement les plus importantes, ainsi l'équipement des personnes de plus de 70 ans a augmenté de 4 points.

En 2018, le *smartphone* est devenu le moyen le plus utilisé pour accéder



Proportion d'individus utilisant Internet à propos de leur santé ou de celle d'un proche.
 Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (en %).

Avec Internet et les technologies numériques, la population contrôle son état de santé (9 %), transmet des informations de santé à son médecin (11 %) et améliore ses habitudes de vie en matière d'alimentation ou d'activité physique (19 %). Globalement, 26 % des Français ont adopté l'un ou l'autre de ces usages, dont le potentiel de développement est par ailleurs important : 37 % de la population sont en effet disposés à en adopter au moins un, les 18-24 ans étant les plus enclins à le faire (46 % y sont disposés). Mais, dans le même temps, 36 % de la population ne sont pas prêts à adopter ces technologies, un pourcentage qui tombe à 20 % chez les 18-24 ans,.

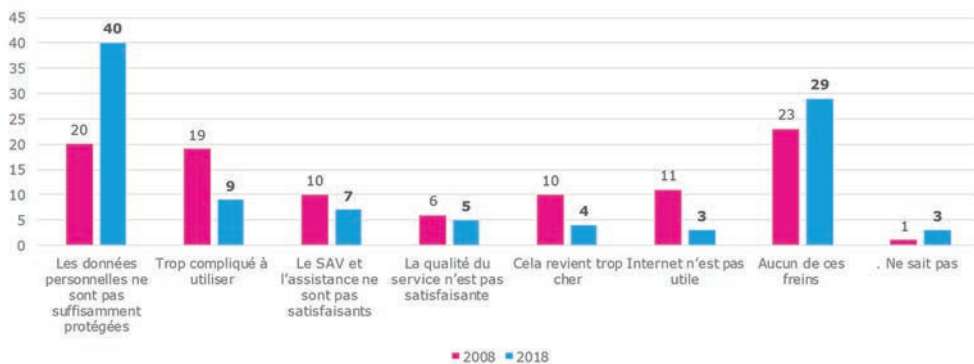


Vous, personnellement, seriez-vous prêt à utiliser Internet et les technologies numériques pour...
 Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (en %).

Le paradoxe de la protection des données personnelles

Depuis des années, l'insuffisante protection des données personnelles est identifiée comme le principal frein à l'utilisation d'Internet. En 2018, année de l'entrée en vigueur du Règlement général sur la protection des données (RGPD) et de l'affaire Cambridge Analytica, cette crainte s'est accrue de 6 points pour atteindre 40 % dans la population et 43 % chez les internautes. La complexité d'Internet est ressentie comme un frein essentiellement par les non-internautes, même si la perception de ce frein a fortement diminué (-14 points depuis 2017).

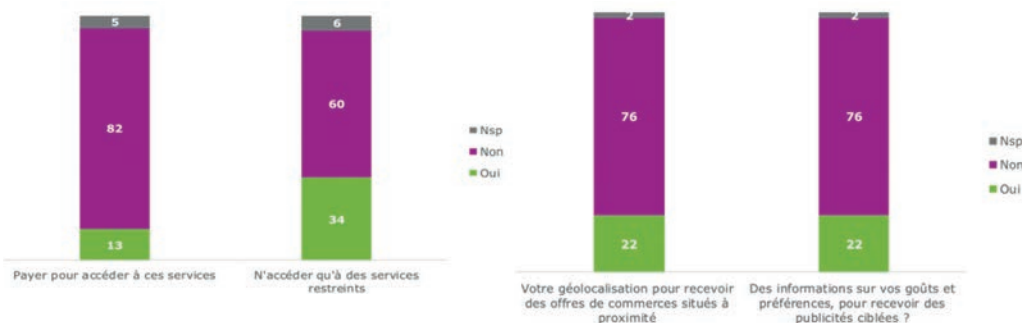
Le RGPD ne rassure que 23 % de la population et 64 % de la population pense qu'il ne changera pas grand-chose à la situation. Dire que la population est lucide ou pessimiste au regard de l'utilité du RGPD est une question d'opinion. En revanche, il est clair que l'enjeu de la confiance dans la protection des données personnelles est considérable pour l'avenir du numérique.



Quel est le principal frein à l'utilisation d'Internet ?

Champ : population de 12 ans et plus, internaute ou non (en %).

Pour autant, la population paraît peu disposée à faire un effort pour protéger ses données personnelles. Seuls 40 % de la population sont prêts à payer pour un service qui garantirait cette protection ou à accepter un service restreint ; au contraire, 30 % de la population seraient disposés à partager des données personnelles (géolocalisation, goûts et préférences) pour préserver la gratuité des services.



De nombreux services sur Internet, comme les réseaux sociaux, les moteurs de recherche, la presse, etc., sont gratuits : les opérateurs se rémunèrent en utilisant les données confiées par les utilisateurs. En échange de la garantie que vos données personnelles ne seront pas utilisées, seriez-vous prêt à...

Champ : population de 12 ans et plus (en %).

Pour éviter de payer un service Internet gratuit qui deviendrait payant, seriez-vous prêt à partager...

Champ : population de 12 ans et plus (en %).

La société française à l'ère numérique

La révolution numérique est terminée, les Français sont presque tous devenus des internautes, ils disposent en moyenne de deux terminaux (*smartphone*, tablette ou ordinateur) et utilisent quotidiennement Internet pour faire leurs achats ou pour échanger avec leurs amis.

En même temps, les frontières de la sphère numérique sont sans cesse repoussées : de nouveaux champs s'ouvrent régulièrement, comme la santé. Le numérique paraît appelé à couvrir à terme tous les aspects de la vie et de la société.

Si le numérique est entré dans les mœurs, les mœurs numériques ne sont pas au niveau des exigences éthiques attendues, en particulier en matière de protection des données personnelles. Un effort est donc nécessaire pour sortir de la jungle numérique, l'avenir dira si le RGPD et le projet de règlement *e-privacy* permettront de le faire.