

Internet

Plus de neuf Français sur dix connectés à Internet en 2023

Les équipements et les usages numériques sont désormais ancrés dans le quotidien de la population. Selon le *Baromètre du numérique* du Crédoc, en 2023, le taux d'utilisateurs d'Internet s'élève à 91 %, une proportion stable depuis trois ans.

La part d'internautes quotidiens reste stable depuis 2020, elle s'élève à 82% en 2023. Cette inscription d'Internet dans la vie des Français concerne également les plus âgés : désormais 64 % des personnes de 70 ans ou plus sont internautes. En moyenne, en 2023, les Français ont passé 2 heures 24 minutes par jour sur des sites et applications internet (+ 6 minutes en un an, + 50 minutes en cinq ans). Le smartphone représente 79 % de leur temps de navigation quotidienne.

La proportion de personnes disposant d'une connexion internet fixe à domicile se stabilise à 85 % depuis plusieurs années. Le taux d'équipement en connexion internet en fibre optique continue de progresser très rapidement. En 2023, la fibre optique et le câble représentent 67 % des connexions internet fixe (+ 11 points par rapport à 2022). La fibre optique se substitue progressivement à la technologie cuivre, ce qui entraîne une baisse mécanique du taux d'équipement DSL depuis 2015. En 2023, seules 29 % des connexions se font en ADSL (- 10 points en un an).

De nouvelles technologies ancrées dans le quotidien des Français en 2023

D'après le *Baromètre du numérique 2023*, l'équipement en smartphone, qui a connu une ascension fulgurante depuis le début des années 2010, se stabilise à 87 % pour la première fois en 2023. Le smartphone reste en 2023 l'équipement préféré pour se connecter à Internet, avec 48 % des répondants qui le privilégient (graphique 1). L'utilisation de l'ordinateur pour aller sur Internet diminue depuis deux ans mais se maintient à un niveau supérieur à celui des années d'avant-crise sanitaire (37 % contre 43% en 2020).

Le taux d'équipement en enceintes connectées, qui pénètrent petit à petit les logements, constitue un autre signe de l'engouement de la population pour le numérique. Près de trois Français sur dix sont désormais équipés en enceinte connectée (+ 20 points depuis 2019).

La consommation des contenus culturels et sportifs dématérialisés poursuit sa progression en 2023

Selon le *Baromètre 2023 de la consommation des contenus culturels et sportifs dématérialisés*, l'accès à ces contenus continue de progresser. En 2023, il atteint 87 % des internautes français de 15 ans et plus, soit 45 millions de Français (+ 300 000 par rapport à 2022). En 2023, les films (55 %), la musique (50 %) et les séries télévisées (49 %) restent les contenus consommés par le plus d'internautes. Les documentaires et les podcasts progressent le plus (+ 2 points), tandis que la part des internautes qui consomment des photos (- 2 points), de la presse (- 3 points), des logiciels (- 2 points) et des livres numériques ou audio (- 1 point) diminue (graphique 2).

Malgré la tension sur le budget des ménages provoquée par l'inflation, la consommation payante de contenus culturels et sportifs dématérialisés augmente en 2023. La propension des

internauts à payer pour accéder à des contenus culturels en ligne est en hausse : 61 % d'entre eux ont payé pour accéder à un contenu en ligne en 2023 (+ 7 points par rapport à 2019). Trois types de contenus se démarquent en niveau : les films (62 %), les séries télévisées (62 %) et les livres numériques ou audio (59 %) (graphique 3).

La propension à payer et le taux d'abonnés pour un service de vidéo à la demande stagnant en 2023

L'abonnement payant à un service de vidéo à la demande par abonnement (VàDA), de musique ou de télévision payante est le mode d'accès majeur à la consommation légale.

D'après le *Baromètre de la consommation des biens culturels et sportifs dématérialisés*, en 2023, après des années de forte progression entre 2016 et 2022, la proportion de personnes disposant d'un abonnement à une offre de vidéo à la demande semble se stabiliser en 2023 : 56 % des Français interrogés déclarent disposer d'un tel abonnement, un taux stable par rapport à 2022 (55 %) (graphique 4). Les 56 % de personnes disposant d'un abonnement leur permettant de regarder des vidéos à la demande, séries ou films en illimité se partagent en deux groupes de taille comparable : 29 % déclarent n'avoir qu'un seul abonnement, alors que 27 % cumulent plusieurs abonnements : 18 % en ont deux et 9 % déclarent en avoir trois ou plus.

Par ailleurs, l'abonnement à un service de VàDA est davantage le fait des jeunes adultes : 88 % des 18-24 ans et 75 % des 25-39 ans ont au moins un abonnement. La part des 12-17 ans disposant d'un abonnement (61 %) est équivalente à celle des 40-59 ans (60 %).

La dépense moyenne des consommateurs est en nette augmentation en 2023 : dans leur ensemble, les consommateurs de contenus culturels et sportifs dématérialisés dépensent, en moyenne, 25 euros par mois (+ 4 euros par rapport à 2022). Les services de VàDA sont privilégiés pour quatre types de contenus : films, séries télévisées, documentaires et spectacles vivants.

La consommation illicite¹ de biens culturels dématérialisés se stabilise

D'après le *Baromètre de la consommation des biens culturels et sportifs dématérialisés*, en 2023, 24 % des internautes français déclarent avoir consommé au moins un bien culturel dématérialisé de manière illicite au cours des douze derniers mois. Ainsi, la baisse constatée en 2022 se maintient. Les 15-24 ans et les 25-39 ans présentent les profils les plus consommateurs de contenus culturels et sportifs dématérialisés illicites (respectivement 46 % et 36 %). À l'inverse, seuls 16 % des 40-59 ans et 7 % des 60 ans et plus sont concernés.

Après une baisse sensible des taux de consommation illicite en 2022 par rapport à 2021, les taux de consommation illicite se stabilisent en 2023 auprès des consommateurs de films, de séries télévisées et de retransmissions sportives en direct de manière dématérialisée.

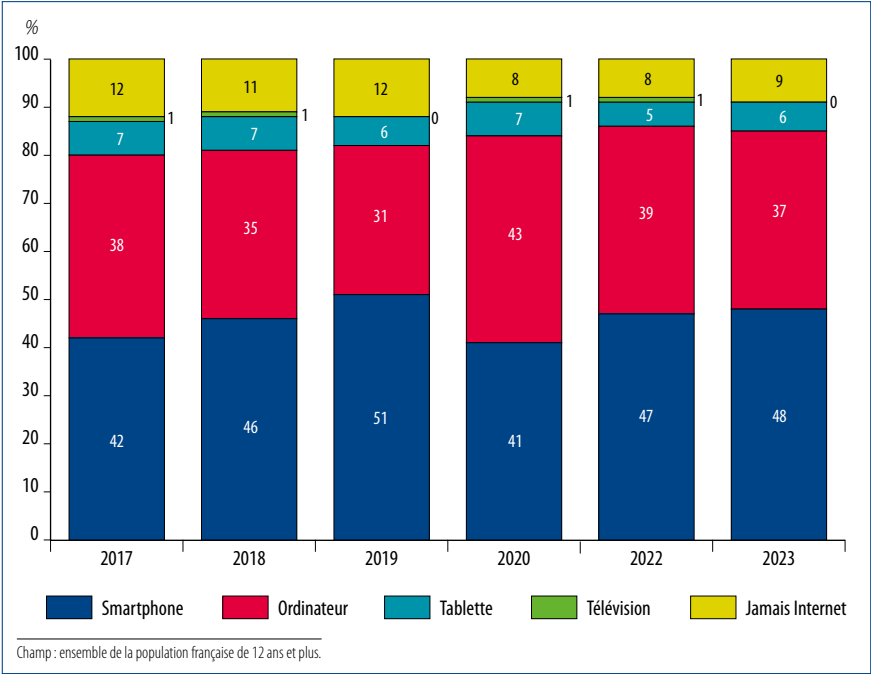
Les adeptes de films dématérialisés et de compétitions sportives restent ceux qui consomment le plus de manière illicite (22 % des consommateurs de films et de compétitions sportives) (graphique 5).

Pour en savoir plus

- Arcom, *Baromètre de la consommation des contenus culturels et sportifs dématérialisés 2023*, décembre 2023
- Crédoc, *Baromètre du numérique 2023. La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société*, 2024
- Médiamétrie, *L'Année Internet 2023*, février 2024
- Arcep-Arcom, *Référentiel des usages numériques*, juin 2024

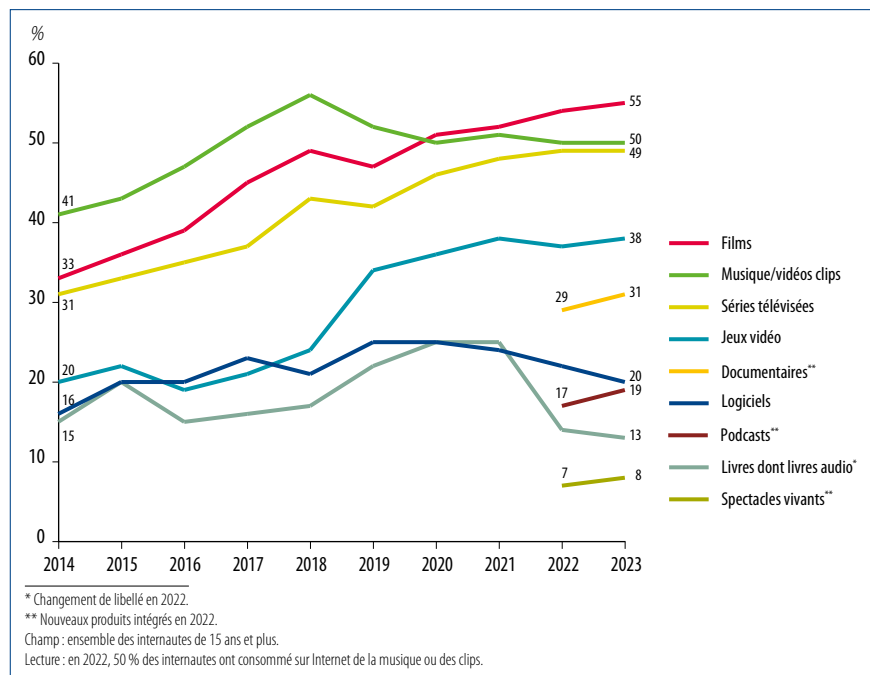
1. La « consommation illicite » est mesurée de manière déclarative. Pour chacun des produits ou services culturels dématérialisés, les répondants doivent préciser s'ils consomment de manière « légale » ou « illégale » des services.

Graphique 1 – Équipement le plus souvent utilisé pour se connecter à Internet, 2017-2023



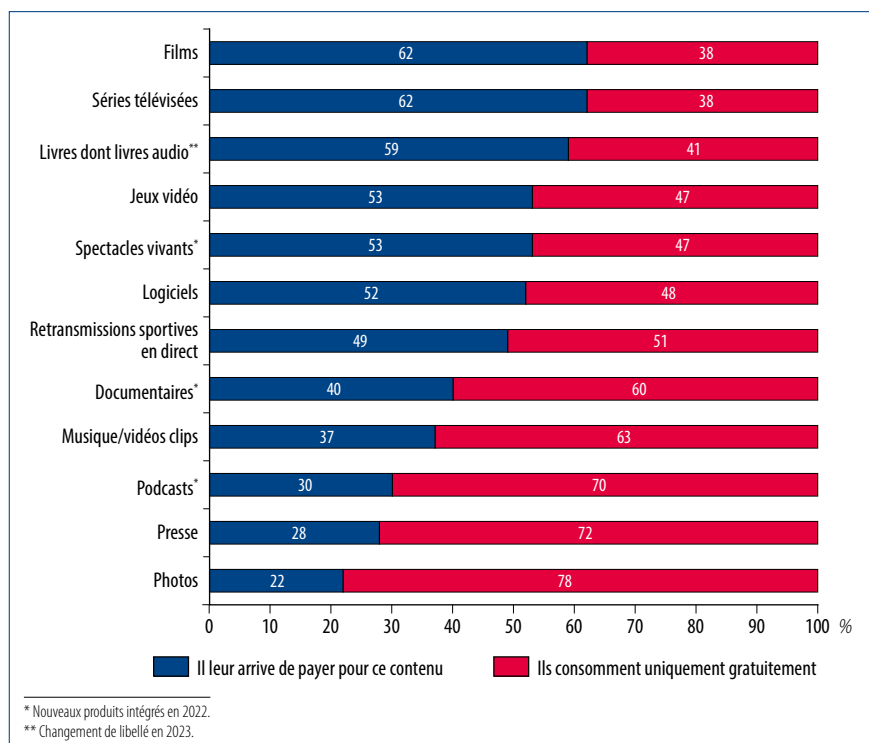
Source : Baromètre du numérique 2023 ; étude CRÉDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, de l'Arcom, du CGE et de l'ANCT/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 2 – Consommation des biens culturels en ligne au cours des douze derniers mois, 2014-2023



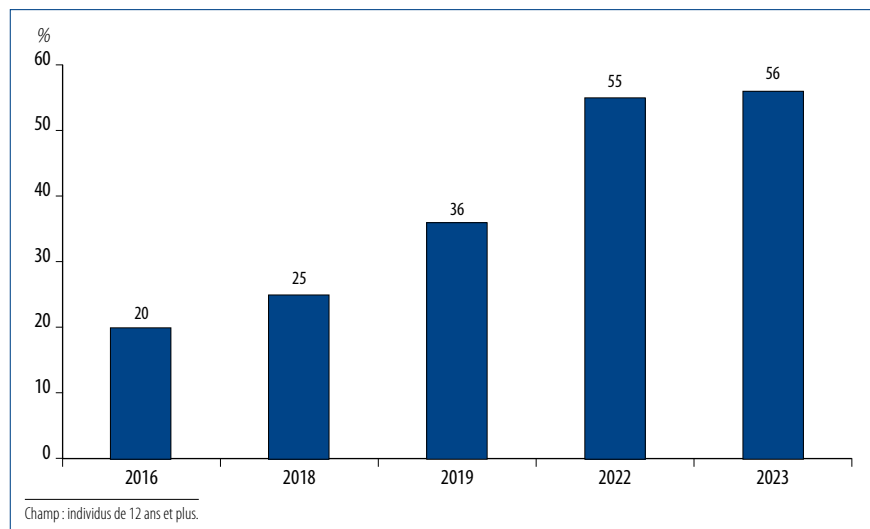
Source : Arcom/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 3 – Consommation gratuite ou payante selon le type de biens culturels en 2023



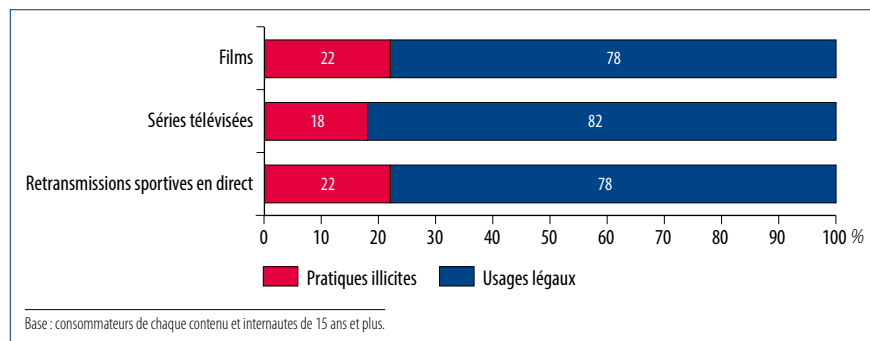
Source : Arcom, Baromètre de la consommation 2023/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 4 – Proportion de personnes disposant d'un abonnement à un service de vidéo à la demande, 2016-2023



Source : Baromètre du numérique 2023 ; étude Crédoc réalisée pour le compte de l'Arcep, de l'Arcom, du CGE et de l'ANCT/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 5 – Taux de consommation illicite par type de contenu audiovisuel en 2023



Source : Baromètre 2023 de la consommation des contenus culturels et sportifs dématérialisés, Arcom/DEPS, Ministère de la Culture, 2024