

Baromètre du numérique

Équipements et usages

Édition
2026

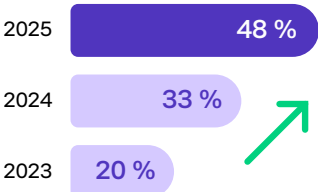
Le baromètre du numérique est une étude réalisée par le Crédoc pour l'Arcep, l'Arcom, le CGE et l'ANCT auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 12 ans et plus (3 544 personnes interrogées en ligne, dont 201 jeunes de 12 à 17 ans, et 601 personnes de 18 ans et plus « éloignées du numérique » interrogées par téléphone). Au total, 4 145 personnes ont été interrogées du 5 au 21 juin 2025.



Intelligence artificielle générative

Usages et parties prenantes

Une explosion massive des usages dans la population notamment chez les jeunes adultes.



85 %
chez les
18-24 ans

34 %
des utilisateur(rice)s d'IA générative l'utilisent au quotidien.

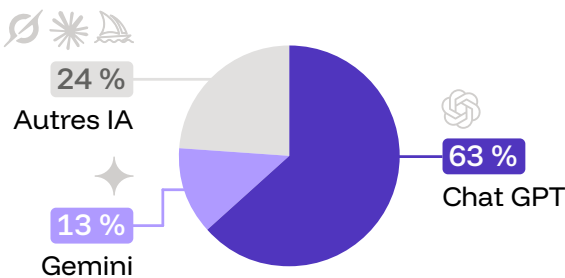
Usage quotidien d'IA générative par tranche d'âge



51 %
des utilisateur(rice)s recourent à plusieurs IA génératives.

Chat GPT

très nettement en tête des IA les plus utilisées, loin devant Gemini (2^{ème}).



Des usages multiples, motivés par l'efficacité

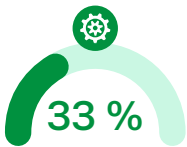
Les utilisateur(rice)s souhaitent gagner du temps, quitte à ne pas systématiquement vérifier l'information.



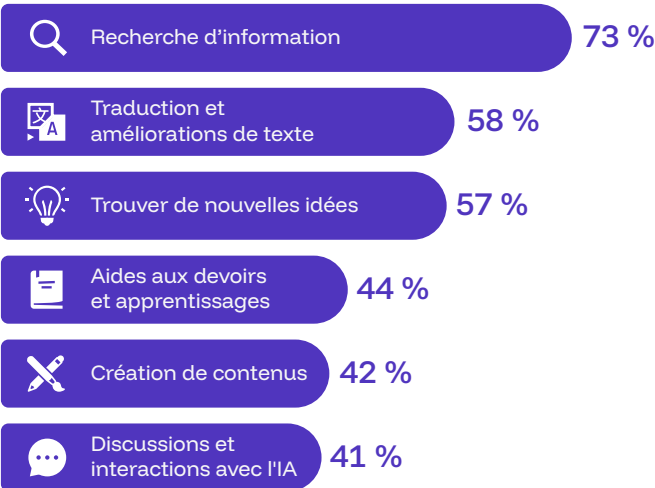
Raisons d'utilisation



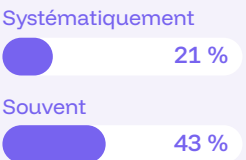
Gain de temps et productivité



Ergonomie et fonctionnalité

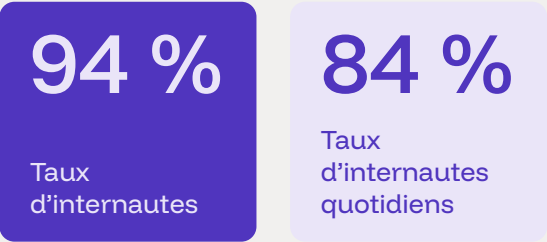


64 %
vérifient souvent, voire toujours, les informations fournies par l'IA.



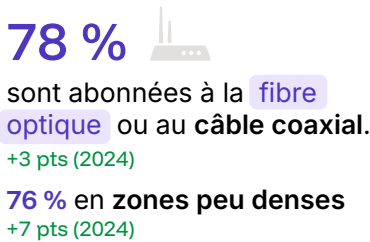
Un numérique largement accessible

Accès, infrastructures et équipements dans la population



Une connectivité très haut débit en forte progression

Personnes disposant d'un accès à internet à domicile

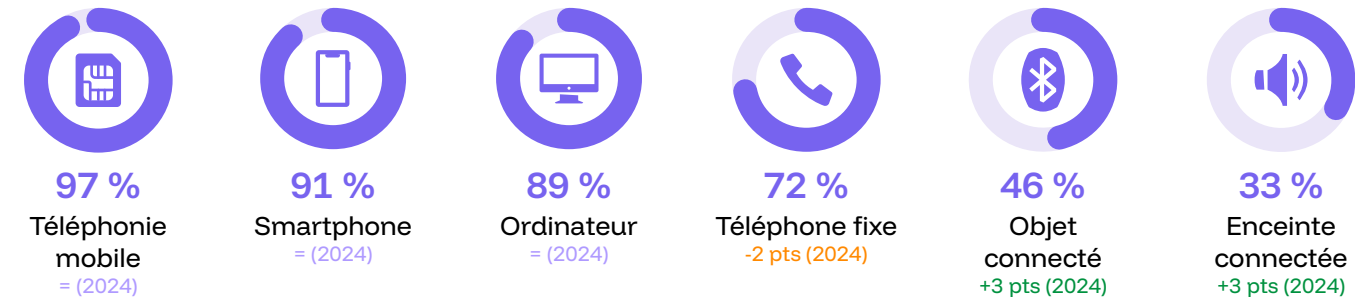


Personnes disposant d'un smartphone

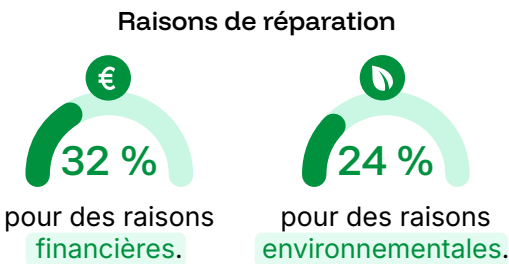
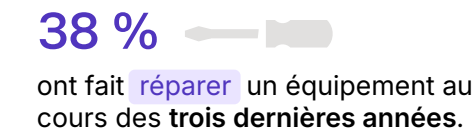


Équipements numériques

Le taux d'équipements des enceintes et objets connectés continue de progresser dans la population.

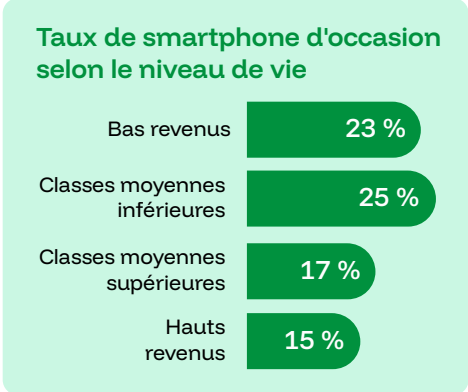


Réparation des équipements



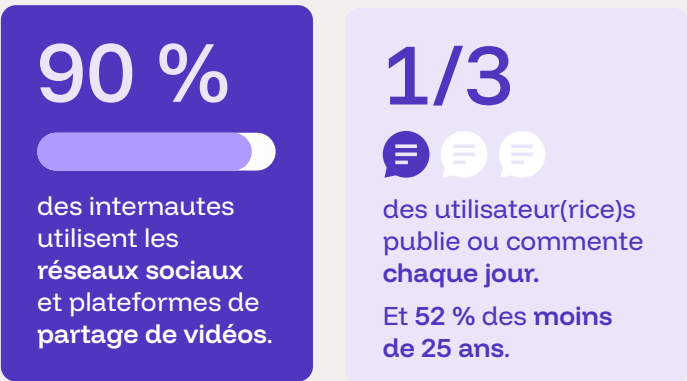
Qui possède un smartphone d'occasion ?

L'achat de smartphones d'occasion n'est pas qu'une affaire de budget.



Des usages numériques généralisés, non sans réserves

Communiquer, s'exprimer et acheter en ligne



Réseaux sociaux et rapports sociaux

Entre lien et isolement : une perception contrastée chez les utilisateur(rice)s.



Messageries instantanées

Les utilisateur(rice)s font le choix de plusieurs services, influencé(e)s par leurs contacts.



86 %

de la population utilise des messageries instantanées.

64 %

en ont un usage quotidien.
+2 pts (2024)

82 %

des utilisateur(rice)s utilisent plus d'une application de messagerie.

66 %

ont choisi celles adoptées par leurs contacts.

Top 3

des applications les plus utilisées chez les utilisateur(rice)s de messageries.

WhatsApp



87 %

Messenger



76 %

Instagram



60 %

Internet transforme la vie quotidienne et le travail

Impact sur la vie personnelle des Français(es)



74 %

22 %

+11 pts (2019)

+5 pts (2019)

Impact sur la vie professionnelle des Français(es)



64 %

29 %

+13 pts (2019)

+18 pts (2019)

Positif Négatif Neutre

Commerce en ligne

La défiance technique recule dans la population mais des freins liés à l'expérience et à la confiance persistent.



74 % des personnes ont effectué au moins un achat en ligne au cours des 12 derniers mois.

30 %

On ne peut pas bien voir ou toucher les produits

12 %

La sécurité des paiements n'est pas assurée

10 %

On ne connaît pas l'entreprise derrière le site

6 %

Manque d'information sur le vendeur

4 %

Délais de livraison trop longs

3 %

Produits plus chers

3 %

Non-réponse

31 %

Rien de tout cela ne fait hésiter

Forte baisse
2016 : 36 %
2018 : 38 %

Forte hausse
2016 : 19 %
2018 : 18 %

Inégalités numériques dans la population

Freins, compétences et accompagnement

4 Français(es) sur 10

évoquent des freins aux usages numériques, principalement dus au manque de maîtrise.

Les non-diplômé(e)s sont les plus concerné(e)s.

Près de 6 Français(es) sur 10

sont aidant(e)s numériques auprès de leur entourage.



1 Français(e) sur 2

est aidant(e) e-administratif(ve) pour sa famille.



En cas de difficulté,

les Français(es) préféreraient le contact humain (téléphone, accueil physique).

Niveau de compétences

L'ancienneté des usages numériques nourrit globalement le sentiment de compétence, mais des écarts persistent.



77 %

Plateformes numériques



73 %

Démarches administratives en ligne



65 %

Outils bureautiques



41 %

Intelligence artificielle générative

En moyenne, les utilisateur(rice)s ...



29 %

se déclarent **compétent(e)s** dans l'ensemble des 4 domaines.



12 %

ne se déclarent **compétent(e)s** dans aucun domaine.

Profils se déclarant ...

plus souvent compétents

moins souvent compétents

Cadres



53 %

Habitant(e)s de communes rurales



23 %

18-24 ans



51 %

Non diplômé(e)s



14 %

25-39 ans



45 %

Retraité(e)s



11 %

Diplômé(e)s du supérieur



41 %

70 ans et plus



8 %

Tout le monde ne parvient pas à tirer profit du numérique

Non-diplômé(e)s

60 %

estiment que le numérique « complique ou n'a pas d'effet sur leur vie quotidienne ».

Diplômé(e)s du supérieur

73 %

estiment que le numérique « facilite leur vie quotidienne ».

Enjeux de protection en ligne

Face aux risques sur les plateformes en ligne, une utilisation inégale des outils de protection

Des utilisateur(rice)s conscient(e)s des risques potentiels, les plus jeunes davantage sensibilisé(e)s aux outils de protection.

Exposition aux risques

62 %

< 25 ans 72 %

des utilisateur(rice)s ont été **exposé(e)s** à des contenus inappropriés.

80 %

des utilisateur(rice)s estiment que les algorithmes peuvent diffuser des contenus faux ou trompeurs.

Recours aux outils de protection des plateformes

Top 3 des fonctionnalités utilisées



Bloquer un compte

53 %



Désactivation de la localisation

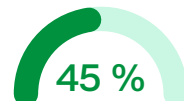
49 %



Création d'un compte privé

41 %

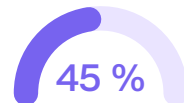
< 25 ans 52 %



45 %

Utilisation des dispositifs de signalement

< 25 ans 52 %



45 %

Lecture des CGU

55 % jugent ces règles utiles.

Des défis et attentes encore élevés pour sécuriser l'expérience en ligne des utilisateur(rice)s

Limites sur la transparence et le suivi de la modération

38 %



constatent que les contenus signalés n'ont pas été retirés.

30 %



déclarent n'avoir jamais été informé(e)s des suites données à leur signalement.

72 %



ne connaissent ou n'exercent pas leur droit de recours en modération auprès de la plateforme.

Attentes vis-à-vis des plateformes

72 %



des utilisateur(rice)s des réseaux sociaux préféreraient un affichage non personnalisé des contenus.