

Les Français et le numérique : quels usages courants ?

FOCUS : 91 % des Français sont internautes en 2019. La variable âge reste la plus prégnante dans la non-connexion à Internet. Les critères relatifs au niveau social et économique définis par les PCS, le revenu ainsi que le niveau diplôme des individus exercent également une influence.

Habiter dans une Zone Rurale Isolée (ZRI) ne joue pas directement sur le fait d'utiliser Internet. Concernant les individus résidents dans les Quartiers Prioritaires de la politique de la Ville (QPV), l'enquête révèle une plus faible probabilité pour eux d'être internaute.

Certains usages généralisés, notamment l'échange de mail et la recherche d'informations, plafonnent. Toutefois, 10 à 15 % des internautes n'en ont qu'un usage limité (activité moins fréquente que mensuelle pour l'envoi de mail et les recherches google). Ils sont sans doute à considérer comme des individus « éloignés du numérique ».

Les non-internautes français ne le sont pas forcément par « incapacité » : 10 % d'entre eux limitent volontairement leurs usages numériques et 80 % d'entre eux se disent « plus heureux » en n'utilisant pas le numérique.

Profil de l'internaute français

En 2019, la proportion d'internautes¹ en France métropolitaine a franchi le seuil des 9 individus sur 10. Elle s'élève à 91 %, ce qui représente une augmentation de 7 points par rapport à 2016, la proportion d'internaute s'élevait alors à 84% de la population française (Enquête Capacity, Marsouin-FING, 2016²).

L'âge demeure le facteur le plus significatif pour expliquer l'utilisation d'Internet en 2019 même si son effet s'estompe. Seules les personnes de plus de 75 ans demeurent moins connectées que la moyenne (47% des plus de 75 ans sont non-internautes). Les autres tranches d'âge sont toutes internautes (pour 9 individus sur 10, moyenne nationale). Outre la fracture générationnelle, d'autres facteurs davantage liés aux profils socio-économiques des individus influent, dans un degré moindre, sur le fait d'être internaute : le revenu par foyer, le niveau de diplôme et la catégorie socio-professionnelle (PCS). En effet, on compte moins d'internautes en proportion parmi les personnes aux revenus les plus faibles (moins de 1400

¹ Nous définissons comme internaute un individu ayant eu l'usage d'Internet au cours des trois derniers mois.

² Bien que chacune des deux enquêtes (Capacity 2016 et Capuni 2019) bénéficie d'un échantillon représentatif des Français métropolitain de 18 ans et plus, la méthodologie de passation est différente : face-à-face pour Capacity et enquête par téléphone pour Capuni. L'appréhension de l'enquêté s'en voit inéluctablement impactée lorsqu'il répond aux questions mais il n'est pas possible d'en évaluer réellement les ressorts. Il faut toutefois avoir cet élément en tête dans la comparaison des résultats entre les deux enquêtes.



euros par mois : 86 % d'internautes), parmi celles ayant un niveau scolaire en-dessous du baccalauréat (77 %), chez les agriculteurs (60 %) et les personnes ne travaillant pas (60 %).

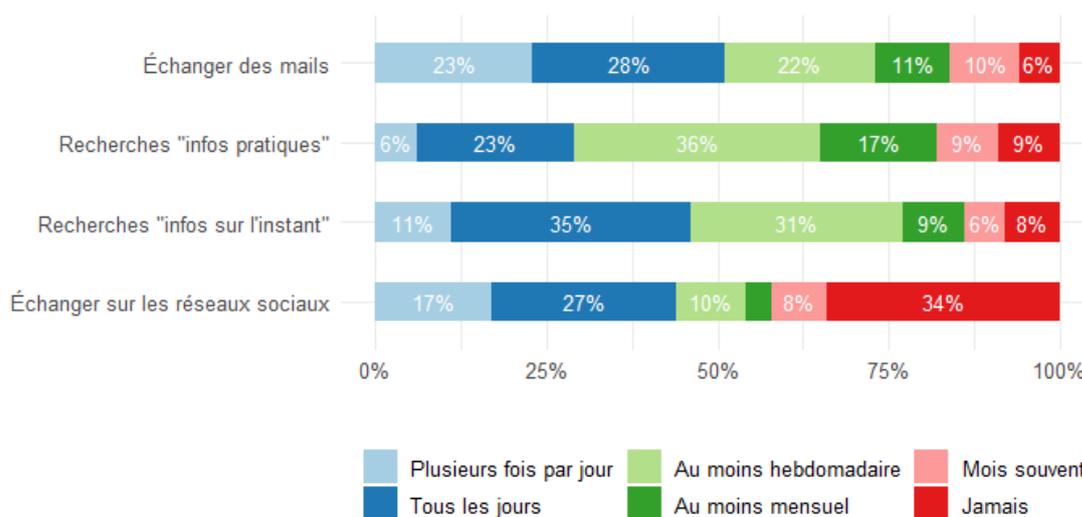
L'enquête CAPUNI cherche à étudier si le fait de résider dans des zones précises influence ou non les usages et les perceptions du numérique (la perception du débit, l'empowerment vis-à-vis des usages numériques, pour citer des exemples). Dans cette optique, deux types de zones bénéficient de sur-échantillons spécifiques dans l'enquête : les habitants des zones rurales isolées (ZRI) et ceux des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV).

De manière générale, l'enquête montre qu'habiter en ZRI ne joue pas directement sur le fait d'utiliser Internet. A contrario, à caractéristiques socio-économiques égales, il est moins probable qu'un individu qui réside en QPV soit internaute. Au fil de ce document, nous reviendrons plus précisément sur les éléments pour lesquels un « effet » ZRI ou QPV est significatif.

Les activités numériques courantes des internautes français

Le graphique ci-dessous présente la fréquence des activités de recherche d'information, ainsi que celles d'échange de mails et d'utilisation des réseaux sociaux des internautes de France métropolitaine. Nous avons scindé la recherche d'informations en deux pour distinguer la "recherche d'informations pratiques" (cinéma, petites annonces, météo etc.) de la "recherche d'information sur l'instant" (typiquement : recherche immédiate via Google d'une question que l'on se pose à ce moment-là).

Figure 1 - Fréquence de certaines activités exclusivement numériques



Source : Enquête Marsouin CAPUNI 2019



- **94 % des internautes français échangent des mails.** La moitié d'entre eux le font au moins une fois par jour, que ce soit dans la sphère professionnelle ou personnelle.
- **66 % des internautes français sont présents sur un réseau social** (c'est 5 points de plus qu'en 2016). Près de la moitié d'entre eux en a un usage quotidien ou presque.
- **Plus de 90 % des internautes français recherchent de l'information via Internet.** La recherche instantanée (de type recherche google) est privilégiée par rapport à celle définie comme « pratique ». En effet, près de la moitié des internautes français recherche au quotidien une information « sur l'instant », alors que moins du tiers utilise Internet pour rechercher une information définie comme « pratique ».

Il est à souligner en outre qu'entre **6 et 9 % des internautes français n'échangent jamais de mail** ou ne recherchent jamais d'informations sur Internet, qu'elles soient instantanées ou pratiques. Si sont ajoutés les individus effectuant ces activités « moins souvent » qu'une fois par mois, le chiffre passe à 15 %. Ainsi, bien qu'internautes, ceux-ci sont sans doute à considérer comme des individus « éloignés du numérique ».

Certains facteurs jouent sur le fait de réaliser ou non ces activités exclusivement numériques (échange de mails, recherche d'informations instantanées et pratiques).

L'âge demeure l'un des facteurs explicatifs le plus prégnant : les plus jeunes ont tendance à réaliser plus souvent ces activités (graduel). Le fait de posséder un smartphone joue aussi, notamment dans le cas des consommations quotidiennes. À propos de l'échange de mails et de la recherche d'informations pratiques, le niveau d'études, la catégorie socio-professionnelle et le revenu exercent une influence notable. En effet, selon les milieux professionnels, ces deux activités peuvent s'avérer plus fréquentes. Ainsi, les PCS supérieures, les individus les plus diplômés et ceux aux revenus plus élevés que la moyenne en ont une consommation plus accrue. Inversement les ouvriers, employés et surtout les inactifs ont en moyenne une fréquence plus modérée, voire nulle, de ces activités.

Concernant la recherche d'informations pratiques, les habitants des ZRI ont moins tendance à rechercher une information instantanée sur Internet tous les jours par rapport à l'ensemble des français (32% quotidiennement en ZRI contre 46%). Ce constat pourrait s'expliquer, en partie, par la qualité perçue du débit, plus faible en général dans les ZRI.

Pour conclure, il faut garder en tête que 91 % des Français sont internautes et que 9 % ne le sont pas. À ce sujet 29 % des non-internautes français ne se sentent « plus capables » d'utiliser le numérique. Néanmoins, ces non-internautes ne le sont pas forcément par incapacité : 10 % d'entre eux limitent volontairement leurs usages numériques. D'ailleurs, 67 % des non-internautes se disent « plus heureux » en n'utilisant pas le numérique et plus de la moitié d'entre eux en ressentent une fierté.

Annexes

L'enquête CAPUNI : objectifs, déroulement et méthode

L'enquête téléphonique CAPUNI s'est déroulée du 21 janvier au 17 juin 2019, elle a été assurée par notre partenaire panéliste, l'entreprise morbihannaise Tryom.

Elle a permis la collecte de 7500 réponses de Français issus de la population métropolitaine des 18 ans et plus. L'échantillon obtenu inclut deux sur-échantillons géographiques correspondant spécifiquement aux individus des régions Bretagne et Bourgogne-Franche-Comté. En plus de rendre compte d'une photographie des usages numériques des Français et des habitants des deux régions administratives citées, l'enquête CAPUNI a pour visée d'étudier l'influence ou non sur les usages numériques du fait de résider dans des zones définies comme « éloignées du numériques » parmi lesquelles nous identifions les ZRI (zones rurales isolées des grands pôles urbains) et les QPV (quartiers prioritaires des villes). Dans cette perspective, ces populations bénéficient de sur-échantillons spécifiques.

L'échantillon national et celui des ZRI ont été collectés puis redressés afin d'assurer une représentativité du point de vue de plusieurs critères. À cet effet la méthode des quotas a été employée en tenant compte des critères suivants : la région d'appartenance, la taille de l'unité urbaine de résidence (uniquement l'échantillon national), l'âge croisé au sexe et la catégorie socioprofessionnelle de l'individu interrogé.

Les thématiques abordées dans le questionnaire sont : la connectivité et l'équipement numériques, la diversité et l'intensité des usages, les compétences numériques, les attitudes et représentations vis-à-vis du numérique et le pouvoir d'agir.

Matériel et méthode mobilisés dans ce document

Dans cette synthèse, nous nous focalisons sur l'échantillon de France métropolitaine regroupant 4020 individus à partir duquel sont produits les résultats barométriques. Les échantillons des ZRI (1500 individus) et des QPV (2000 individus) sont également intégrés dans l'analyse lorsqu'on cherche à mesurer l'impact de résider dans ces zones sur les aspects d'intérêt.

Pour ce faire, des modèles économétriques de régressions logistiques sont mis en œuvre, contrôlés par un certain nombre de variables socio-démo-économiques, afin de connaître les réels effets discriminants sous-jacents de chaque comportement étudié. Les modèles retenus pour l'interprétation sont issus d'une sélection de variables basée sur une procédure pas à pas (*stepwise*) permettant d'obtenir un sous-ensemble de variables constituant un modèle parcimonieux au fort pouvoir explicatif (au regard du critère de l'Akaike qui est minimisé dans cette procédure de sélection). De plus, les modèles finaux ont été soigneusement contrôlés du risque de multicolinéarité entre les facteurs explicatifs par mesure du facteur d'inflation de la variance (*variance inflation factor*) pour chaque variable explicative.

Par ailleurs, les résultats issus des tris à plat ou croisés de certaines questions, énoncés sous forme de pourcentages, sont à entendre en tenant compte d'un niveau de confiance de 95 % et d'une marge d'erreur de 2 %.