

# Le baromètre du numérique - publication 2025

Par Michel SCHMITT,  
Matthias de JOUVENEL  
et Thierry SERIN  
Conseil général de l'Économie

Le baromètre du numérique est un sondage récurrent qui porte sur les équipements et usages numériques de la population française. Nous présentons ici quelques-uns des résultats de la publication 2025 de ce baromètre. Ainsi, la population française se rend compte qu'elle passe beaucoup de temps devant les écrans et sent qu'elle passe à côté du réel qu'elle aime bien, finalement.

L'intelligence artificielle est une révolution qu'un tiers des Français a déjà testée. Pour que l'IA se développe harmonieusement, il va cependant falloir lever les nombreuses craintes et inquiétudes qu'elle suscite, et qui sont beaucoup plus importantes que lors de l'introduction du numérique.

Enfin, en ce qui concerne l'empreinte carbone, le comportement des Français va dans le bon sens. Il semble cependant que celui-ci ne soit que peu dicté par des considérations écologiques, mais avant tout par des considérations de coût.

## QU'EST-CE QUE LE BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE ?

Il s'agit d'une enquête par sondage, menée chaque année, portant sur les équipements et les usages numériques des individus en France. Elle a été lancée par le Conseil général de l'Économie (CGE) en 2000, rejoint successivement par l'Autorité de régulation des Communications électroniques, des Postes et de la Distribution de la presse (Arcep) en 2003, par l'Agence nationale de la Cohésion des territoires (ANCT) en 2016 et enfin par l'Autorité de régulation de la Communication audiovisuelle et numérique (Arcom) en 2022. Chaque partenaire oriente le baromètre sur les thèmes spécifiques liés à son champ de compétences. Ainsi, le CGE se concentre sur les usages.

Pour la publication 2025, l'enquête a été réalisée par le Credoc, du 5 juillet au 6 août 2024, selon un mode mixte, en ligne et par téléphone. Une enquête flash par téléphone auprès de 1 000 personnes a permis de déterminer la proportion de la population ne disposant pas d'une connexion internet à domicile, donc moins susceptible de répondre à un sondage en ligne. L'échantillon complet compte 4 066 personnes résidant en France métropolitaine, dont 208 personnes de 12 à 17 ans (interrogées par internet), 601 personnes de plus de 18 ans ne disposant pas de connexion internet à leur domicile (interrogées par téléphone) et 3 257 personnes de plus de 18 ans (interrogées par internet). Les résultats ont été redressés selon l'âge, le sexe, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau de diplôme, la taille de l'agglomération et la région.

Le questionnaire, constitué cette année de 102 questions, est composé d'un squelette stable dans le temps (taux d'équipement en téléphone fixe, *smartphone*, ordinateur à domicile, achats en ligne, administration en ligne, recherche d'offres d'emploi en ligne, freins à

l'utilisation d'internet...), de focus particuliers à chaque année ainsi que de questions à fréquence variable, selon l'actualité (sociabilité, télétravail, déconnexion, intelligence artificielle, règles pour les enfants...).

Le rapport d'analyse complet comprend 330 pages en raison de la richesse du questionnaire. L'ensemble des documents, le rapport d'analyse, la présentation utilisée lors de la conférence de presse<sup>1</sup> et une infographie de deux pages sont disponibles sur le site du CGE<sup>2</sup>. Toutes les données de l'enquête depuis 2007 sont accessibles sur la plateforme ouverte des données publiques françaises<sup>3</sup>.

Les Français sont de plus en plus connectés. Ils sont 94 % à avoir accédé à internet au cours des 12 derniers mois, 84 % se connectant tous les jours (contre 68 % en 2015). Les 6 % non internautes sont essentiellement des personnes de plus de 70 ans, souvent dans l'incapacité de se débrouiller par elles-mêmes, faisant appel aux services d'un tiers. On peut donc considérer que la très grande majorité, voire l'ensemble de la société française est maintenant connectée.

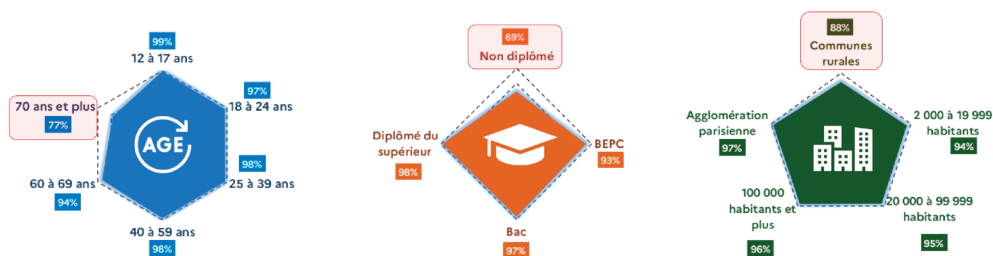


Figure 1 : Fréquence de connexion à internet, quel que soit le mode et le lieu de connexion - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

## COMMENT LES FRANÇAIS SE CONNECTENT-ILS À INTERNET ?

Les trois-quarts de la population disposent désormais d'un accès internet à leur domicile (fibre ou câble) en nette progression (+ 8 points en un an), notamment pour les habitants des communes de 2 000 à 19 999 habitants (71 % en 2024 contre 54 % en 2023).

<sup>1</sup> Conférence de presse du 19 mars 2025 en présence de Clara Chappaz, ministre délégué chargé de la Transition numérique et des Télécommunications.

<sup>2</sup> <https://www.economie.gouv.fr/cge/barometre-du-numerique-0>

<sup>3</sup> <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/barometre-du-numerique/>

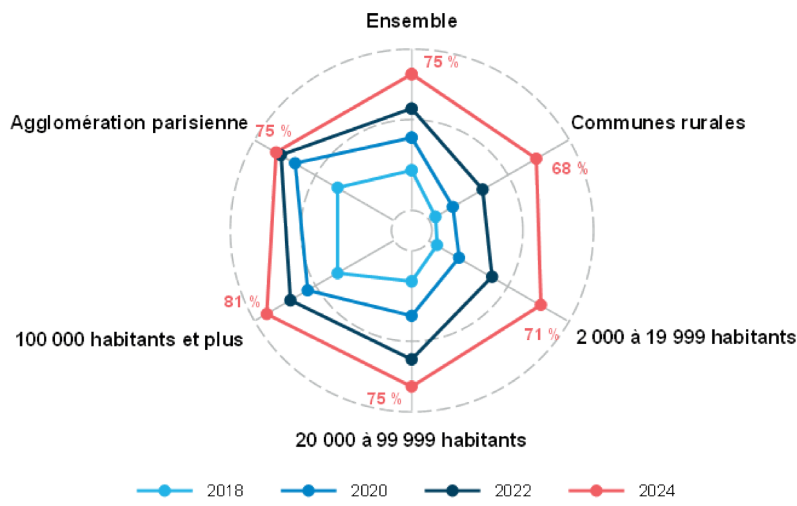


Figure 2 : Taux d'équipement en connexion internet à domicile - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

Les Français accèdent aussi à internet grâce à leur mobile en plus de leur connexion à domicile (79 %), une petite partie uniquement grâce à son mobile (9 % mais 19 % des 18-24 ans en hausse de + 7 points). Les connexions uniquement à domicile sont minoritaires (4 %).

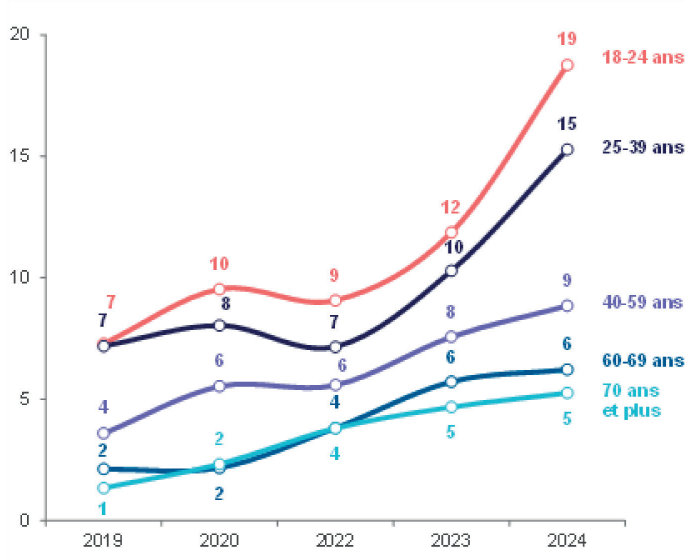


Figure 3 : Part de la population se connectant exclusivement par mobile - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

Si l'on examine la quantité de données utilisée :

- 50 % des personnes utilisant internet disposent d'un espace de stockage sur le *cloud*, le plus souvent gratuit. Lorsque l'hébergeur est gratuit, il est choisi par défaut dans la plupart des cas (41 %). Lorsqu'il est payant, le tarif est le premier critère de choix (33 %), devant la protection des données personnelles (28 %) et le recours à un hébergeur proposé par défaut (25 %).
- En 4 ans, la part des détenteurs de forfaits mobiles de plus de 100 Go a doublé, passant de 15 à 32 %. Cependant, les deux tiers des détenteurs de forfaits déclarent qu'ils ne consomment jamais ou de temps en temps l'intégralité de ce volume.

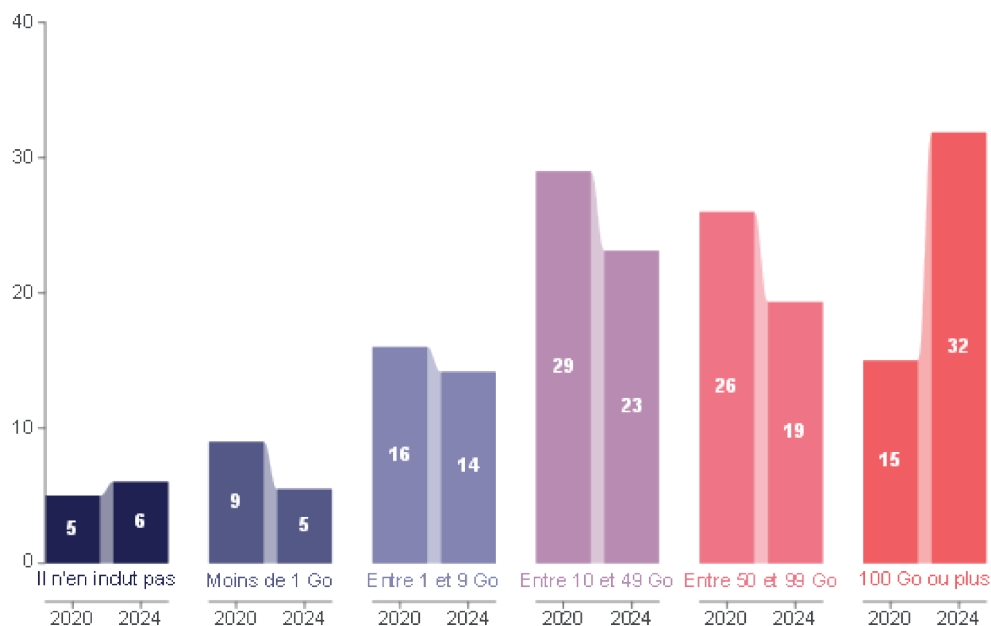


Figure 4 : Volume de données disponible dans les forfaits mobiles souscrits - Champ : population disposant d'un forfait mobile, en % (Source : baromètre du numérique 2025).

## QUELQUES USAGES D'INTERNET

La vie quotidienne des Français est largement connectée. À titre d'exemples, au cours des 12 derniers mois :

- 73 % des internautes ont réalisé au moins une démarche administrative<sup>4</sup> ;
- 67 % ont pris au moins un rendez-vous médical ;

<sup>4</sup> Il ne faut pas oublier que le baromètre du numérique est une enquête individuelle. Ainsi, si dans un foyer de deux personnes, l'une se charge de l'ensemble des démarches administratives (et il y en a toujours plus d'une par an), cela se traduira par « 50 % ont réalisé au moins une démarche administrative » dans les résultats du baromètre.

- 75 % ont recherché un itinéraire ;
- 31 % ont consulté des offres d'emploi.

Examinons à présent les comportements des Français en ce qui concerne les achats sur internet.

### Achat sur internet, achat en magasin

Les achats en ligne sont revenus à leur niveau de 2020, plafonnant à 77 % de la population.

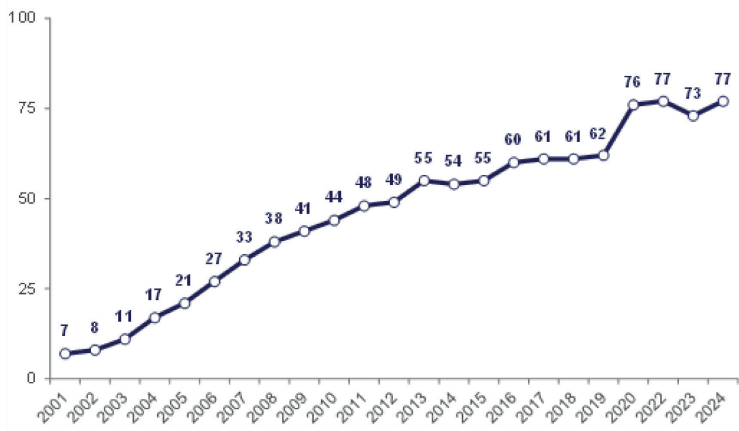


Figure 5 : Part de la population ayant réalisé des achats en ligne au cours des 12 derniers mois - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

Cependant, pour les achats de vêtements ou d'alimentation, les Français préfèrent réaliser leurs achats physiquement dans des magasins. Ils sont 64 % à préférer se déplacer pour leur habillement, et même 82 % pour leur alimentation.

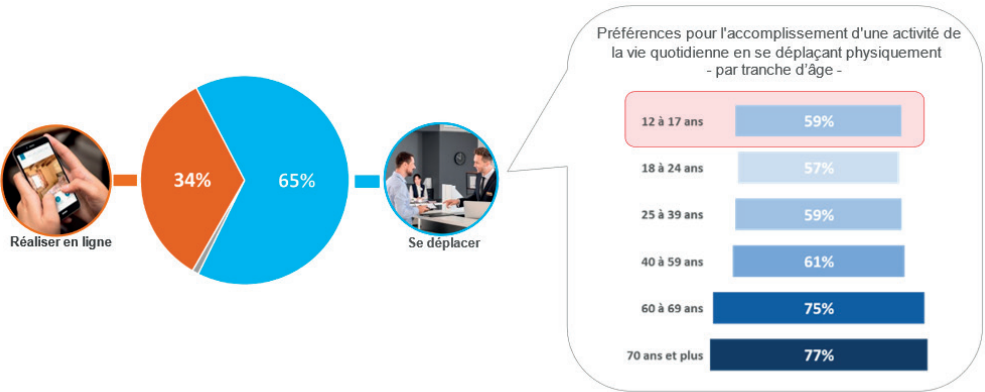


Figure 6 : Préférence pour l'accomplissement d'une activité de la vie quotidienne - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

Cet attrait pour le réel est également présent pour les livres papier, où 78 % des lecteurs restent attachés au livre papier.

Ceci montre l'usage raisonné du numérique par les Français pour les actions de la vie quotidienne, où se déplacer reste la norme (65 %) et, contrairement aux idées reçues, cela concerne également les jeunes.

## Achat-vente d'objets de seconde main

L'achat-vente d'objets sur un site de seconde main n'est plus du tout marginal. En effet, 53 % des personnes disent avoir effectué une vente ou un achat d'objets de seconde main. Ceci concerne toutes les tranches d'âge de 20 à 60 ans.

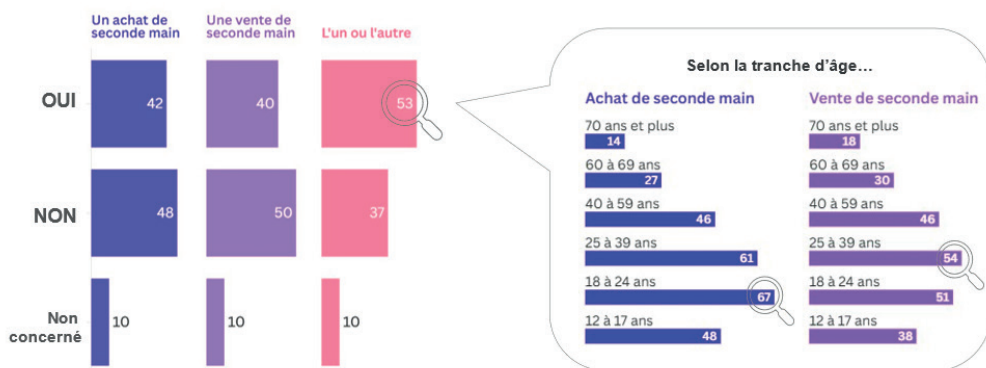


Figure 7 : Proportion d'individus un achat et/ou une vente sur des sites de seconde main - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

## Les outils d'intelligence artificielle

La diffusion de l'intelligence artificielle (IA) dans la société française soulève des questions fondamentales quant à son adoption, à la confiance qu'elle inspire et à la perception de ses bénéfices et risques potentiels. Les résultats offrent un éclairage sur ces aspects. Ils révèlent une progression significative de l'adoption de l'IA en France, avec, paradoxalement, une population encore majoritairement méfiante et plutôt inquiète envers cette technologie.

En 2024, un tiers des Français déclare avoir déjà utilisé l'IA, marquant une augmentation significative de 13 points par rapport à 2023. Mais des disparités sont constatées selon le genre et l'âge, les hommes et les jeunes étant plus enclins à utiliser l'IA.

Concernant la confiance dans l'IA, la population française est encore majoritairement méfiante (56 %). Toutefois, cette méfiance est beaucoup moins marquée chez les utilisateurs d'IA (74 %) que chez les non-utilisateurs (26 %) et elle tend à augmenter avec l'âge. Dans un contexte mondial marqué par une quête croissante de sécurité, de transparence et de responsabilité, le concept d'IA de confiance émerge aujourd'hui comme une priorité. C'est le choix qu'a fait l'Union européenne en se dotant d'une réglementation renforcée dans ce domaine avec l'IA Act entré en vigueur le 12 juillet 2024.

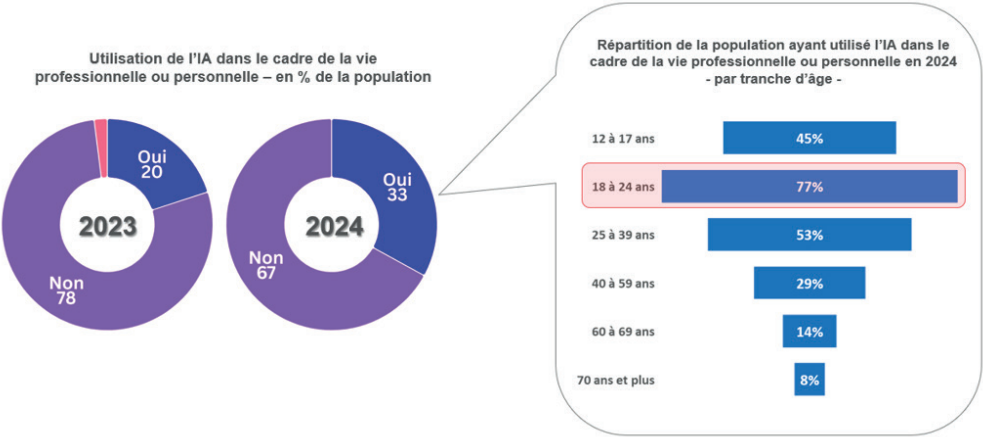


Figure 8 : Utilisation des outils d'IA et répartition par âge -  
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus  
(Source : baromètre du numérique 2025).

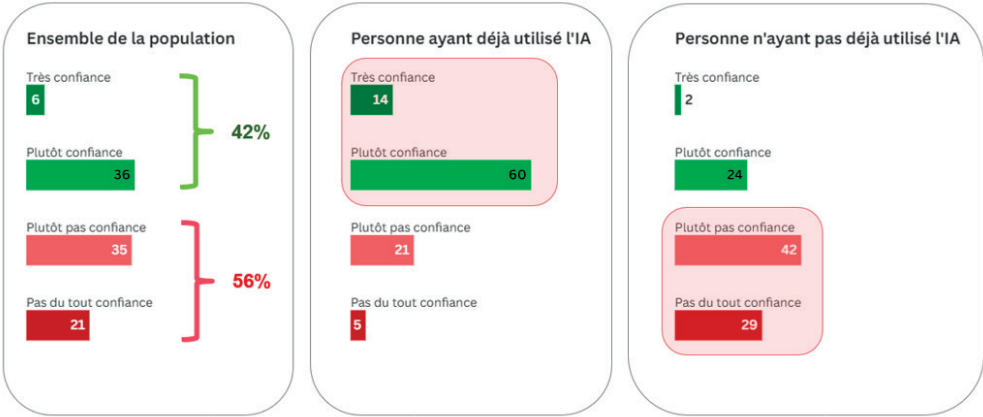


Figure 9 : Confiance dans les outils d'IA -  
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus  
(Source : baromètre du numérique 2025).

La perception de l'IA comme une opportunité ou une menace est, quant à elle, un peu plus nuancée. Si l'intelligence artificielle est majoritairement perçue comme une menace pour l'emploi (62 %) et la création artistique (53 %), les opinions sont partagées concernant son impact sur l'environnement (opportunité pour 48 % des répondants). À titre de comparaison, internet suscitait en 2008 un vrai enthousiasme dans le domaine de l'emploi (84 %), voire de la création artistique (63 %).

L'AI index publié en 2025 par l'Université de Stanford montre que d'importantes différences régionales persistent en matière d'optimisme à l'égard de l'IA. En 2024, la France était l'un des pays les plus sceptiques, avec seulement 41 % des répondants estimant que l'IA apporte plus de bénéfices que d'inconvénients. Malgré une augmentation de 10 points

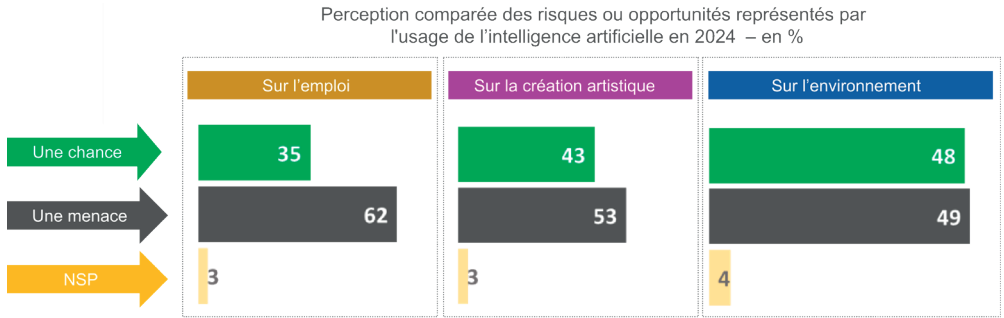


Figure 10 : Perception comparée des risques ou opportunités représentés par les outils d'IA - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

entre 2022 et 2024, la France reste donc parmi les pays les moins optimistes concernant l'IA, aux côtés des Pays-Bas (36 %), des États-Unis (39 %) et du Canada (40 %). La France s'inscrit dans une tendance observée dans plusieurs pays occidentaux : un scepticisme initial important vis-à-vis de l'IA, qui s'atténue progressivement, mais qui reste nettement plus marqué que dans les pays asiatiques ou d'Amérique latine.

## LE TEMPS PASSÉ DEVANT LES ÉCRANS EST-IL PERÇU COMME RAISONNABLE ?

Nous avons vu que les Français ont une large préférence pour se déplacer pour les actions de la vie quotidienne. Cependant, une large majorité estime que le temps passé devant les écrans pour leur usage personnel est excessif. En effet, 72 % déclarent passer plus de 2 heures par jour devant un écran et 25 % plus de 5 heures. Ce phénomène concerne surtout les 18-24 ans (39 %). Les autres tranches d'âge ont des comportements similaires entre elles.

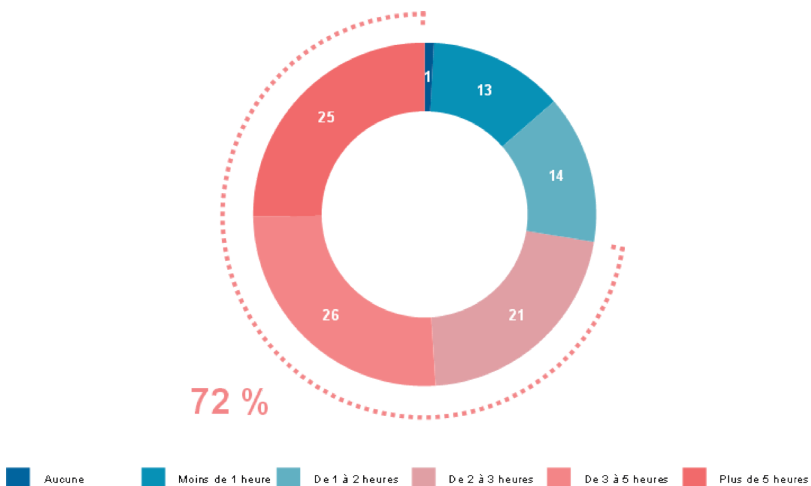


Figure 11 : Temps passé quotidiennement devant un écran pour un usage personnel - Champ : ensemble de la population ayant donné une réponse chiffrée, en % (Source : baromètre du numérique 2025).



Ce temps passé devant les écrans est jugé « trop important » par 42 % des utilisateurs et « beaucoup trop important » par 19 % d’entre eux. Cette proportion augmente avec l’augmentation du temps passé devant les écrans. Si les plus jeunes passent plus de temps sur les écrans (60 % des 18-24 ans y passent plus de 3 heures par jour), ils sont toutefois plus prompts à estimer leur temps d’écran excessif que le reste de la population, à usage égal. 62 % des 18-24 ans qui déclarent passer plus de 3 heures par jour sur les écrans estiment ce temps excessif. Ce taux n’est que de 31 % chez les plus de 70 ans.

Ce sentiment d’addiction est fortement lié à l’utilisation des réseaux sociaux. 59 % des personnes qui utilisent plusieurs fois par jour les réseaux sociaux estiment leur temps d’écran excessif. À temps d’écran égal, les utilisateurs fréquents des réseaux sociaux sont 2 à 3 fois plus à estimer leurs temps d’écran excessif.

Parmi les personnes passant plus de 5 heures par jour devant un écran et utilisant plusieurs fois par jour les réseaux sociaux, 67 % estiment que leur temps d’écran est excessif. Ce taux est de 36 % chez celles qui n’utilisent pas les réseaux sociaux.

Cependant, même si les Français ont une certaine conscience de l’excès de temps passé devant les écrans, 65 % ne peuvent se passer de leur *smartphone* une journée.

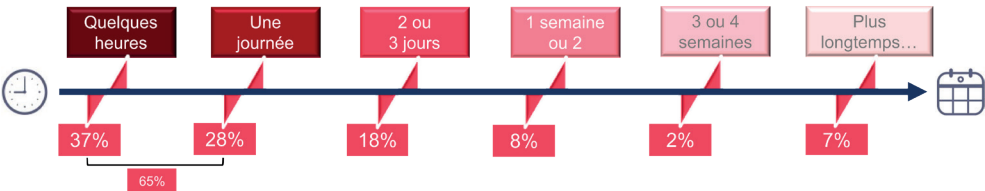


Figure 12 : Temps maximum pouvant être passé sans *smartphone* - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

## EMPREINTE CARBONE DES ÉQUIPEMENTS NUMÉRIQUES

L’empreinte carbone du numérique est essentiellement liée aux équipements, et dans une moindre mesure aux usages.

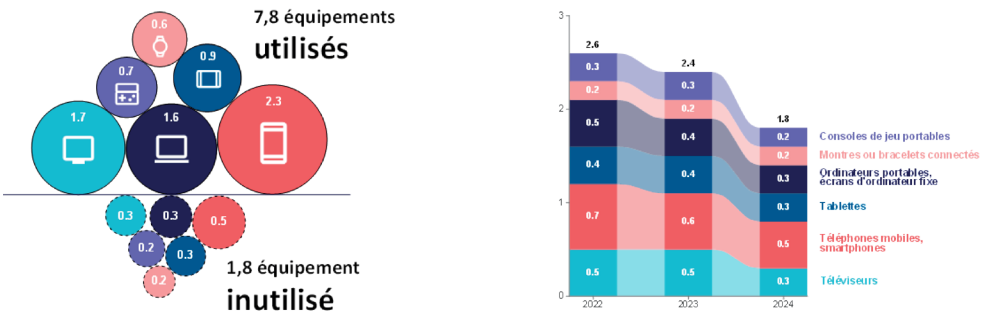


Figure 13 : Nombre d’écrans par foyer - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus (Source : baromètre du numérique 2025).

Le nombre d'équipements numériques par foyer reste élevé (9,6 équipements numériques avec écran en moyenne par foyer, dont 7,8 équipements utilisés et 1,8 inutilisés). Cependant, on observe une baisse du nombre d'écrans inutilisés (2,4 en moyenne en 2023, 1,8 en 2024, soit une baisse d'environ 25 % en un an).

Parallèlement, la durée de détention des *smartphones* s'allonge. 27 % des individus conservent le même *smartphone* pendant trois ans ou plus (+ 11 points depuis 2020). La part de *smartphones* renouvelés bien qu'encore fonctionnels diminue de 4 points par rapport à 2020. La proportion d'acquisitions de *smartphones* d'occasion ou reconditionnés reste stable (22 % contre 78 % de neuf).

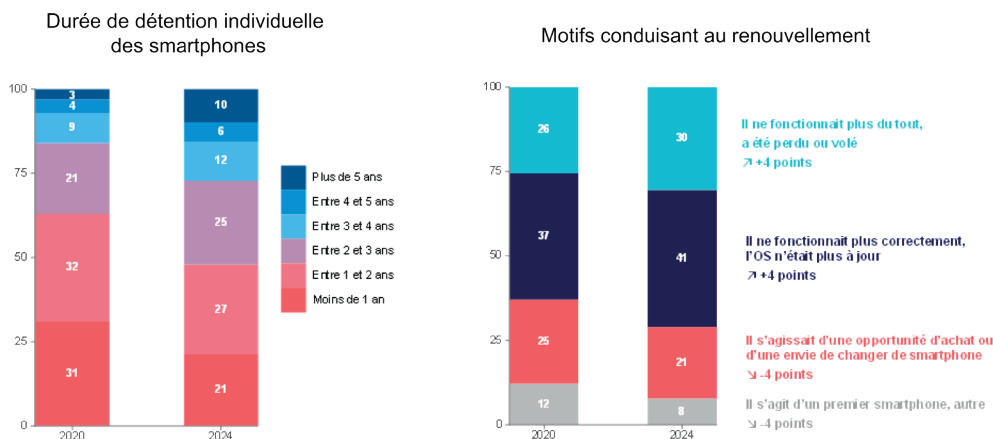


Figure 14 : Durée de détention et motif de changement d'un smartphone - Champ : ensemble de la population disposant d'un *smartphone* (Source : baromètre du numérique 2025).

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, les opérateurs internet et mobile doivent informer leurs clients sur l'empreinte carbone de leurs consommations de données (loi Agec<sup>5</sup>), mais 60 % des clients ignorent cette exigence et seulement 14 % se disent incités à limiter leur consommation de données mobiles. Ils représentent un tiers des personnes ayant connaissance de cette information. Interrogés en 2023 sur les actions jugées utiles pour limiter leur empreinte environnementale numérique, 20 % des répondants considéraient la limitation de leur consommation de données mobiles comme une action efficace.

Ainsi, bien que l'empreinte du numérique diminue grâce à la réduction du nombre d'écrans possédés individuellement et l'allongement de la durée de détention des *smartphones*, ce comportement est plus lié à des considérations financières qu'à des considérations écologiques.

<sup>5</sup> <https://www.ecologie.gouv.fr/loi-anti-gaspillage-economie-circulaire>

**60 % des individus ne savent pas que l’empreinte carbone liée à leur consommation de données est mise à leur disposition**

**14 % des individus se disent incités à limiter leur consommation de données grâce à cette information**

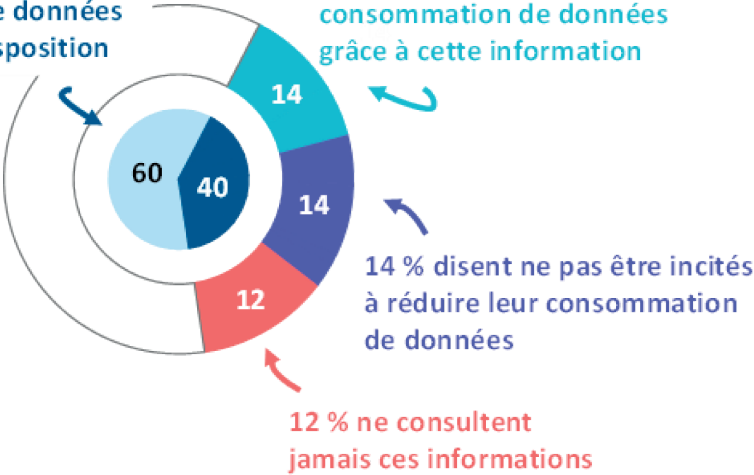


Figure 15 : Consultation des informations relatives à l’empreinte carbone liée à la consommation des données mobiles -  
Champ : population de plus de 18 ans disposant d’un téléphone mobile (Source : baromètre du numérique 2025).

## CONCLUSION

De nombreux autres aspects sont abordés dans le baromètre du numérique 2025, en particulier sur les questions d’inclusion, de freins et de compétences liés au numérique.

Ce qui nous semble devoir être noté dans la présente publication du baromètre est le fait que la population française se rend compte qu’elle passe beaucoup de temps devant les écrans et sent qu’elle passe à côté du réel qu’elle affectionne, finalement. L’intelligence artificielle est une révolution qu’un tiers des Français a déjà testée. Pour que l’IA se développe harmonieusement, il va falloir lever les nombreuses craintes et inquiétudes qu’elle suscite. Ces craintes et inquiétudes étaient bien moindres lors de la diffusion du numérique. Enfin, en ce qui concerne l’empreinte carbone, le comportement des Français va dans le bon sens. Il semble cependant que celui-ci ne soit que peu dicté par des considérations écologiques, mais avant tout par des considérations de coût. En effet, garder son téléphone plus longtemps permet de réaliser des économies.

Ceci doit être pris en compte dans le développement de tout nouveau service numérique ainsi que dans la définition des politiques publiques, si l’on veut que la population française se les approprie.