

Le pôle
numérique



Arcom

Référentiel des usages numériques

7 juillet 2025

Synthèse (1/4)

Le Pôle numérique Arcep – Arcom, créé en 2020, a pour but d’approfondir les analyses techniques, économiques et environnementales des marchés du numérique et d’accompagner les deux régulateurs dans la mise en œuvre de leurs missions dans le domaine du numérique.

Le référentiel des usages numériques constitue l’une des productions du Pôle Arcep – Arcom. Il vise à mettre à disposition du grand public des données de référence communes sur les usages du numérique. En agrégeant des données issues de différentes sources établies, il fournit notamment des éléments chiffrés et centralisés sur les déploiements des réseaux fixes et des réseaux mobiles, l’accès à internet, l’équipement des foyers, les usages internet et audiovisuels et l’empreinte environnementale du numérique.

Cette cinquième édition intègre de nouvelles thématiques telles que le temps passé sur les écrans et l’appréciation de ce temps passé par les utilisateurs, la perception de l’intelligence artificielle comme une menace ou une chance par la population, les dernières tendances concernant la consommation audio et vidéo, y compris sur les réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéo. Sur le volet environnemental, outre les indicateurs sur l’empreinte environnementale des opérateurs de centres de données, des fabricants de terminaux, des opérateurs de communications électroniques et l’analyse de la consommation électrique des box et décodeurs TV, le référentiel s’intéresse cette année à la durée de détention individuelle des *smartphones* et à la *consommation électrique des téléviseurs*. Il présente également pour la première fois une évaluation précise de l’impact environnemental des usages audiovisuels (consommation de TV linéaire ou de rattrapage, de vidéo à la demande, de plateformes de partage vidéo, de radio hertzienne ou en ligne, et de *streaming* audio).

Synthèse (2/4)

Les indicateurs du référentiel soulignent la progression continue des déploiements et du nombre d'abonnements en fibre optique. En dix ans, le nombre d'abonnements en fibre optique est passé de moins de 1 million à 24,4 millions fin 2024. Les déploiements dans les réseaux 5G en France se poursuivent également, ainsi que la croissance du nombre d'utilisateurs sur les réseaux 5G. A la fin de l'année 2024, 24,3 millions de cartes SIM sont actives sur les réseaux 5G, soit une progression de 10 millions de cartes SIM en un an.

En France, 94 % de la population utilise internet. Le trafic de données entrant vers les principaux fournisseurs d'accès à internet continue de croître (+ 8 % en un an deuxième semestre 2023). En outre, plus de la moitié du trafic de données provient de cinq grands acteurs (Netflix, Google, Akamai, Meta et Amazon). En 2024, l'équipement privilégié pour se connecter à internet reste le *smartphone* et la croissance des usages mobiles (navigation sur internet, messagerie instantanée, téléphonie sur internet) se poursuit. En particulier, l'usage de l'intelligence artificielle générative s'est diffusée très rapidement dans la population. Alors que L'IA générative est apparue fin 2022 en France, un tiers de la population l'utilise en 2024 et cette proportion s'élève à 77 % chez les 18-24 ans. L'IA suscite toutefois des craintes : 62 % de la population considère qu'elle est une menace pour l'emploi.

Au total, les utilisateurs passent en moyenne 4 heures par jour sur leurs écrans pour leurs usages personnels, soit un quart de la journée éveillée. Interrogés sur leur perception du temps consacré aux écrans, 42 % des répondants estiment y passer trop de temps, et même beaucoup trop pour 19 % d'entre eux. Les plus jeunes se distinguent par un usage plus intensif que le reste de la population, mais aussi par une sensibilité accrue à cette surexposition : 61 % des 18-24 ans y passant plus de 3 heures par jour estiment ce temps excessif, contre 31 % des plus de 70 ans.

Synthèse (3/4)

En 2024, le *smartphone* dépasse pour la première fois le téléviseur comme équipement permettant de visionner des vidéos (93 % des foyers équipés soit + 4 points en un an, contre respectivement 89 % et -0,6 point pour le téléviseur). L'équipement en *smart TV* continue de progresser, avec 54 % des foyers accédant à internet et équipés en téléviseur connecté (+1 point en un an). Les chaînes de télévision linéaires gratuites demeurent les services vidéo les plus consommés : 80 % des Français les regardent au moins une fois par semaine, contre 53 % pour les services de vidéo par abonnement.

Toutefois, la baisse de la durée moyenne d'écoute des contenus vidéo se poursuit en 2024 (-4 minutes par jour par rapport à 2023, à 4h23), et près de 50 % des Français regardent chaque semaine des émissions de télévision sur les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos. Les canaux numériques sont de plus en plus consommés en complément des chaînes de télévision linéaires.

On observe une complémentarité similaire pour l'écoute de la radio ou de contenus audio (podcasts, musique, etc.) : si la radio en direct reste le service audio le plus utilisé, par 78 % des Français, désormais 49% d'entre eux consomment des contenus audio sur les plateformes de *streaming* audio ou de partage de vidéos, et 36% sur les réseaux sociaux. Chez les personnes âgées de 15 à 25 ans, la consommation sur les plateformes et les réseaux sociaux devance l'écoute de la radio en direct.

Synthèse (4/4)

Cette croissance des usages a un impact sur l'empreinte environnementale du numérique. L'empreinte environnementale des opérateurs de centres de données progresse fortement sur l'ensemble des indicateurs étudiés en 2023 (émissions de gaz à effet de serre, consommation électrique, consommation d'eau), et l'empreinte carbone des opérateurs télécoms augmente, portée par la croissance de la consommation électrique des réseaux mobiles. En revanche, le volume d'équipements numériques neufs mis sur le marché diminue en 2023, ce qui pourrait signifier un accroissement de la durée d'utilisation de ces équipements. En particulier, sur les *smartphones*, la durée de détention individuelle s'accroît. En 2024, 27% des utilisateurs conservent leur smartphone depuis 3 ans ou plus, soit une progression de 11 points en quatre ans. La baisse du volume d'équipements mis sur le marché est accompagnée d'une hausse de la proportion d'équipements de grande taille, qui ont une empreinte environnementale plus élevée, en phase de fabrication comme en phase d'usage.

Enfin, concernant les seuls usages audiovisuels, leurs émissions s'élevaient à 5,6 MtCO₂ eq en 2022, soit 0,9% de l'empreinte carbone totale de la France. Les terminaux représentent la majeure partie de cet impact. A horizon 2030, l'empreinte des usages audiovisuels pourrait progresser de 29% si les tendances actuelles se poursuivent. Des mesures alliant écoconception et sobriété permettraient à l'inverse de les réduire d'un tiers.

Sommaire

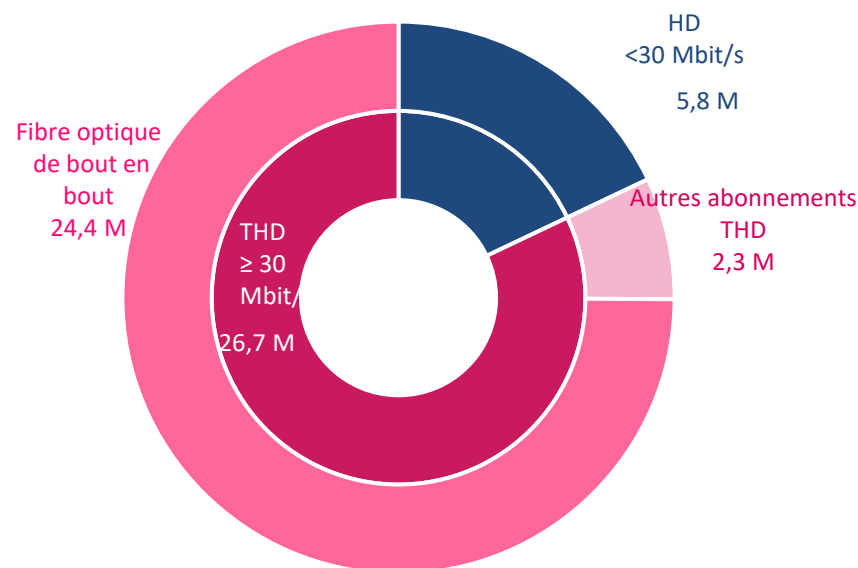
- 1. Déploiements, couverture et accès à internet**
- 2. Équipements des foyers et des individus**
- 3. Usages internet**
- 4. Usages audiovisuels**
- 5. Environnement et numérique**
- 6. Méthode, sources et glossaire**

1. Déploiements, couverture et accès à internet

75 % des abonnés internet disposent d'un abonnement en fibre optique à la fin de l'année 2024

- Le nombre d'abonnements à très haut débit* (26,7 millions), représente 82 % du nombre total d'abonnements à haut et très haut débit à la fin de l'année 2024 (+8 points en un an).
- Parmi ces abonnements, le nombre d'abonnements en fibre optique atteint 24,4 millions, soit 75 % du nombre total d'abonnements à haut et très haut débit (+9 points en un an).
- 77 % des abonnements internet sont couplés au service audiovisuel, soit 24,6 millions d'abonnements.

32,6 millions d'abonnements internet à haut et très haut débit



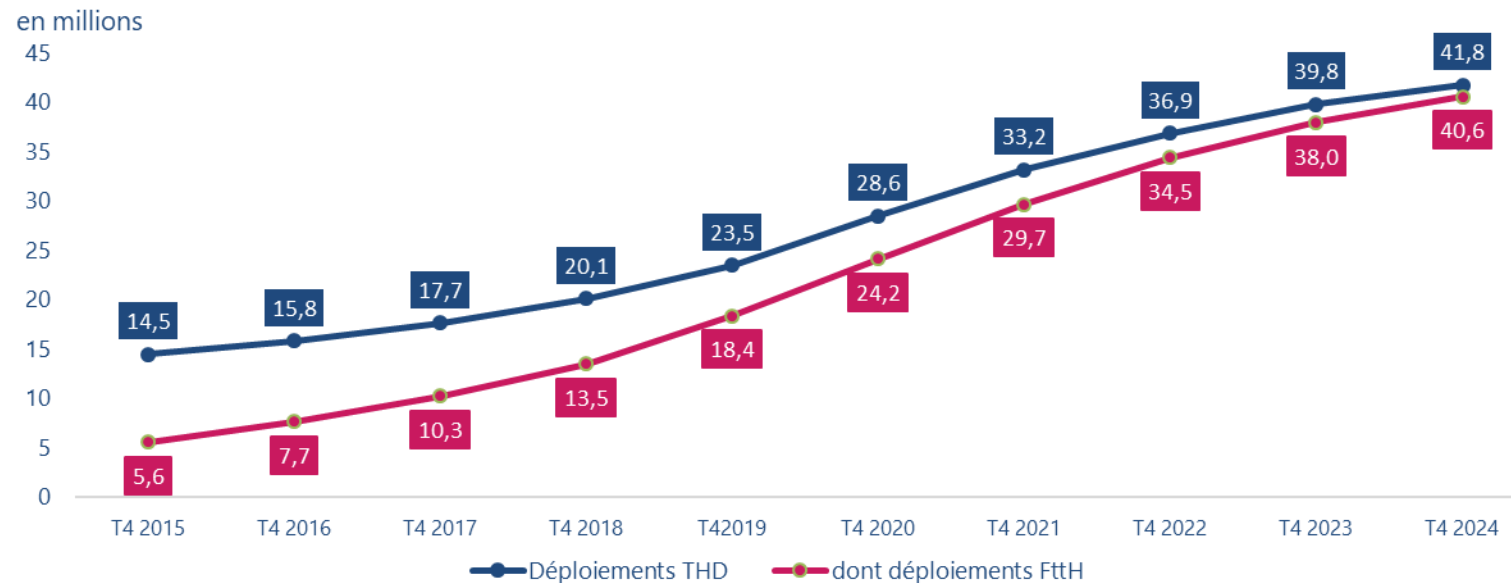
* Débit égal ou supérieur à 30 Mbit/s

Source : Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T4 2024, Arcep ([publication](#), [open data](#))

Les réseaux en fibre optique couvrent 91 % des locaux en France

- Parmi les 44,6 millions de locaux en France, 41,8 millions sont couverts par des services à très haut débit filaires (>30 Mbit/s), soit 94 % des locaux (+ 4 points en an).
- La croissance est portée par les déploiements FttH : fin décembre 2024, 40,6 millions de locaux sont couverts (91 % des locaux, + 10 points en un an), soit 2,6 millions supplémentaires en un an.

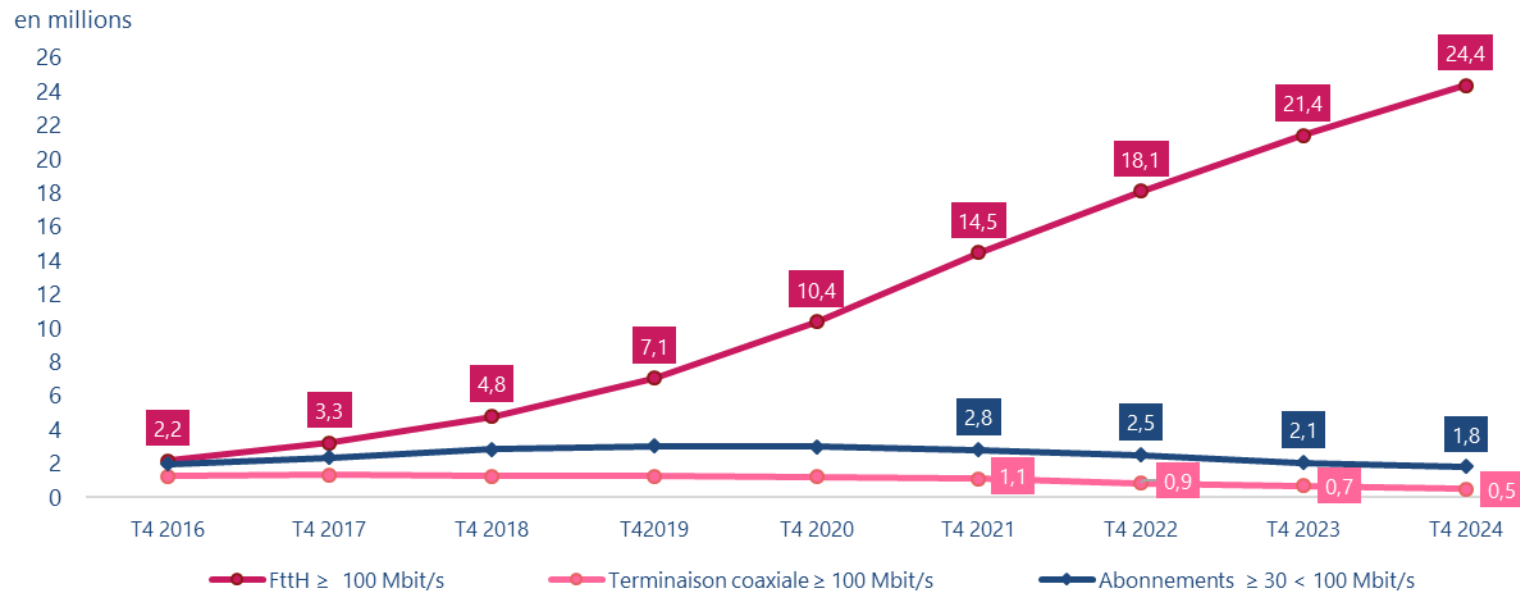
Couverture en très haut débit filaire et en FttH



La croissance du nombre d'abonnements internet en fibre optique continue de porter celle des abonnements à haut et très haut débit

- Le nombre d'abonnements en fibre optique continue de croître à un rythme soutenu : 21,4 millions d'abonnements, +3,0 millions en un an.
- Le nombre d'abonnements internet sur d'autres technologies à très haut débit (câble, VDSL2, 4G fixe) diminue (2,3 millions d'abonnements, -500 000 en un an)

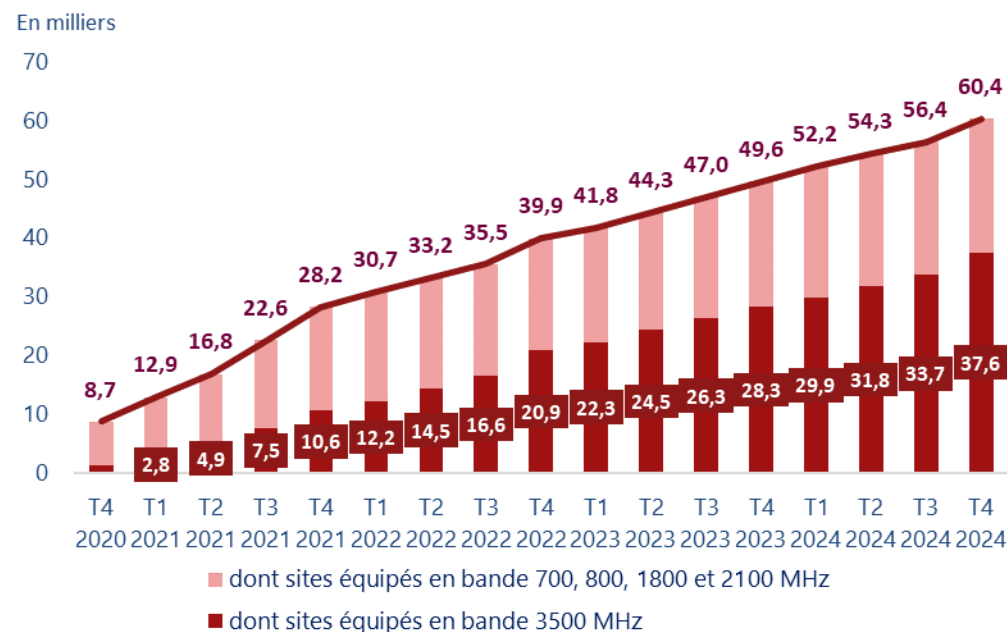
Abonnements à très haut débit selon la technologie et le débit



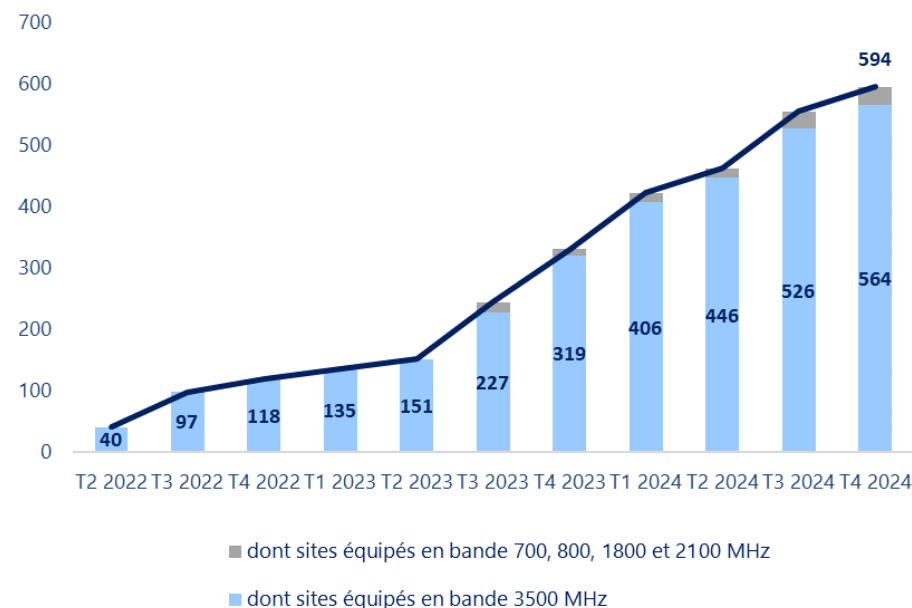
Le déploiement de la 5G progresse en métropole et en outre-mer

- Le déploiement du nombre de sites 5G ouverts commercialement en France métropolitaine se poursuit, pour atteindre 60 400 sites au 31 décembre 2024, soit +22 % en un an.
- Le nombre de sites 5G en bande 3,5 GHz continue de progresser vivement en outre-mer, de près de 80 % en un an, pour atteindre 564 sites.

Nombre de sites 5G en France métropolitaine



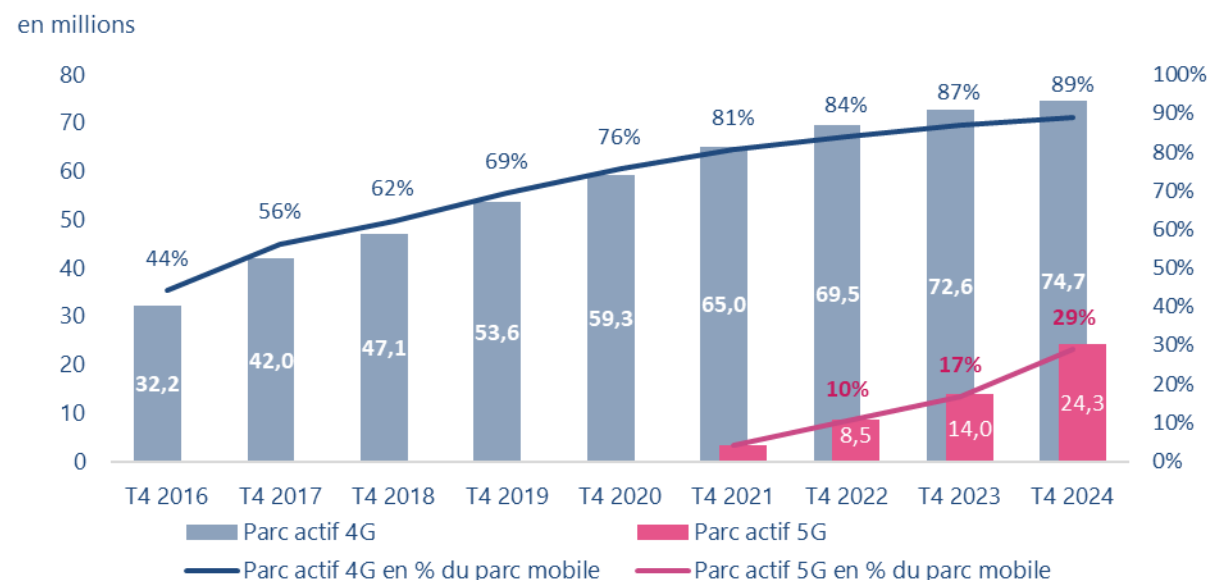
Nombre de sites 5G en outre-mer



Parmi les 83,8 millions de cartes SIM en service, 24,3 millions sont actives sur les réseaux 5G

- Les cartes actives sur les réseaux 5G représentent 29 % de l'ensemble des cartes mobiles au quatrième trimestre 2024 (+12 points en un an).
- Le nombre d'utilisateurs actifs sur les réseaux 4G représente 89 %, soit 74,7 millions de cartes SIM.

Utilisateurs actifs des réseaux 4G et 5G



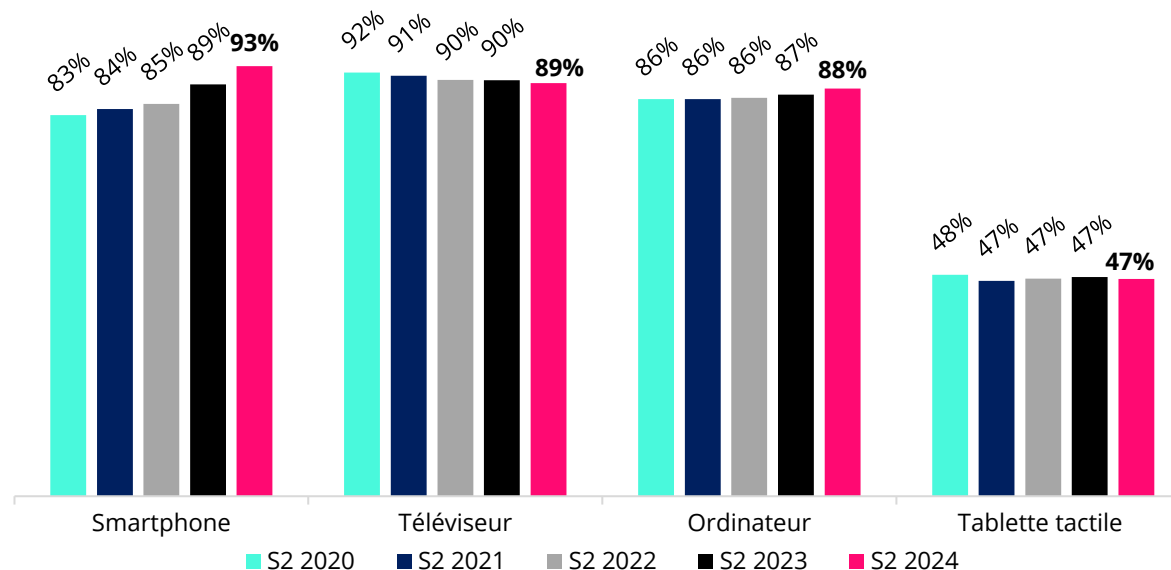
Note : les cartes SIM 4G/5G dédiées uniquement à un usage internet fixe (c'est-à-dire celles qui ne peuvent pas être utilisées en situation de mobilité) sont exclues. Ces cartes sont comptabilisées avec les accès internet à usage fixe.

2. Equipements des foyers et des individus

Pour la première fois en 2024, le *smartphone* représente le premier équipement du foyer permettant de visionner des vidéos

- Le *smartphone* poursuit une croissance soutenue (+4 points en un an pour concerner 93% des foyers) et supprime pour la première fois le téléviseur au sein du foyer au second semestre 2024, qui reste toutefois à un niveau élevé d'équipement.
- L'ordinateur progresse de 1 point en un an, tandis que l'équipement en tablette reste stable.

Évolution du taux d'équipement des foyers permettant de regarder des vidéos



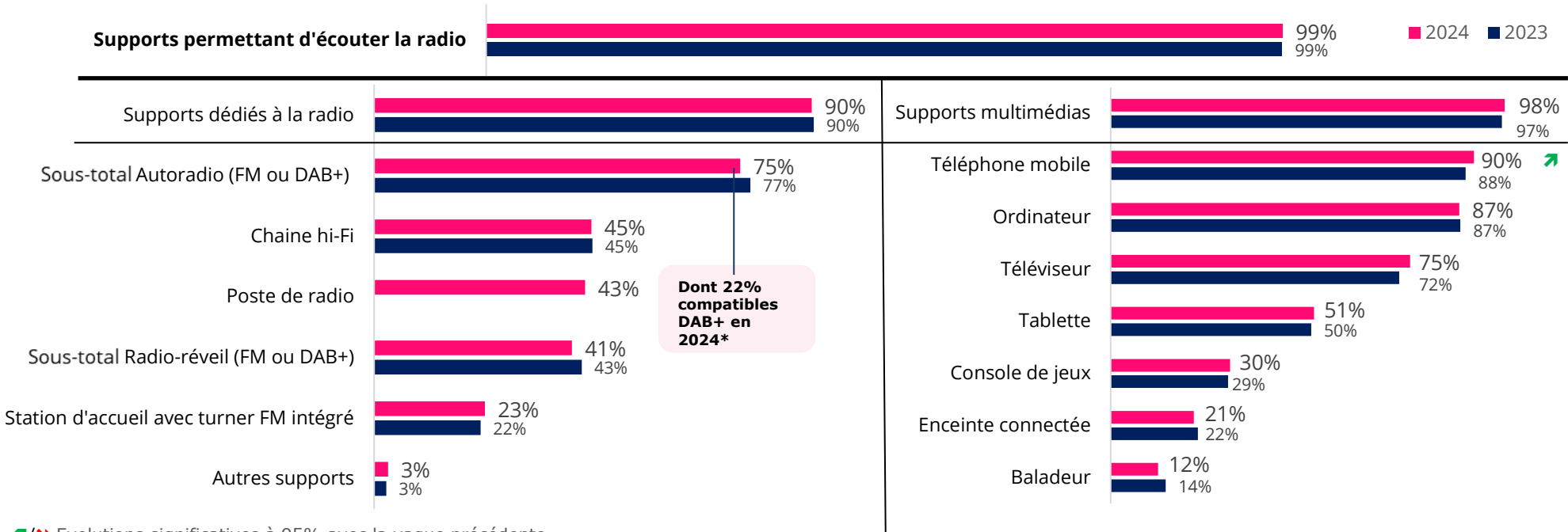
Au S2 2024 :

- 89 % des foyers sont équipés d'au moins un téléviseur
- 93 % des foyers sont équipés d'au moins un *smartphone*
- 88 % des foyers sont équipés d'au moins un ordinateur
- 47 % des foyers sont équipés d'au moins une tablette

La totalité des individus possèdent au moins un support permettant d'écouter la radio

- La quasi-totalité des individus de 13 ans et plus possèdent au moins un support permettant d'écouter la radio au sein de leur foyer. Les terminaux permettant une multiplicité des usages sont les plus répandus (98%).
- Si les équipements dédiés à la radio restent stables en 2024 par rapport à 2023, 28 % des Français de 13 ans et plus sont désormais équipés d'au moins un support DAB+ (+ 4 points vs 2023) : autoradio (22 %, +2 points), poste de radio (8 %, + 1 point) ou radio-réveil (7 %, + 1 point).

Taux de pénétration des différents équipements permettant d'écouter la radio



↗/↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

* Depuis 2024, le libellé de l'équipement autoradio a été modifié, devenant « Autoradio classique ou avec écran tactile permettant d'écouter la radio FM/DAB+ »

Base : ensemble des individus de 13 ans et plus

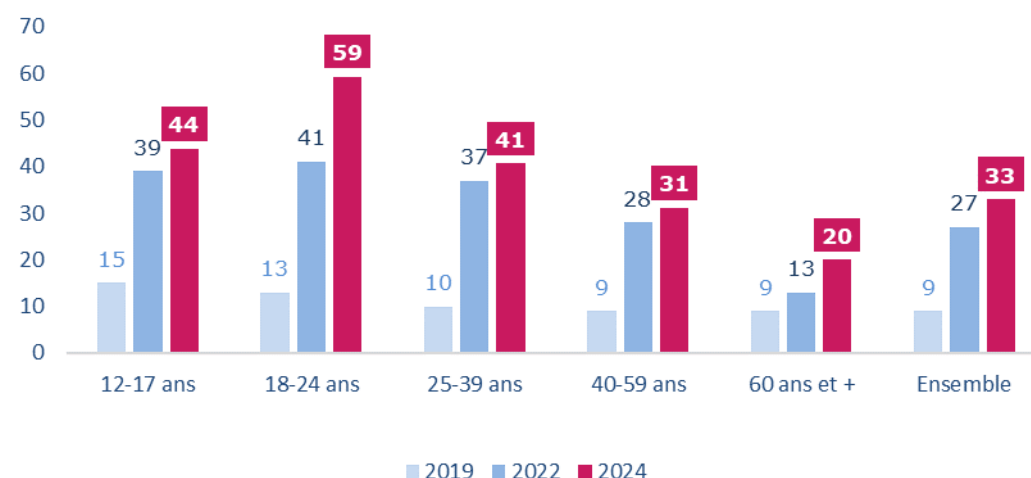
Source : Tendances Audio-Vidéo 2025, Equipements, Données détaillées, Arcom sur données Médiamétrie S2 2024 ([publication](#))

Enceintes connectées : un tiers de la population possède une enceinte connectée avec assistant vocal

- La proportion de personnes équipés à domicile d'une enceinte connectée avec assistant vocal continue de progresser : 33 % des personnes interrogées, soit +6 points en deux ans.
- La possession d'une enceinte connectée progresse dans toutes les tranches d'âge
- Mais plus particulièrement chez les jeunes adultes : 59 % des 18 à 24 ans en possède une

Proportion de personnes possédant une enceinte connectée

Ensemble de la population de 12 ans et plus , en %



* Taux d'équipement en enceintes connectées non comparable avec celui présenté en p15 car portant sur un échantillon différent (les 13 ans et plus précédemment contre les 12 ans et plus ici) et avec une question posée différemment (équipement associé à l'écoute de la radio précédemment contre équipement au sens large ici, expliquant les différences de taux).

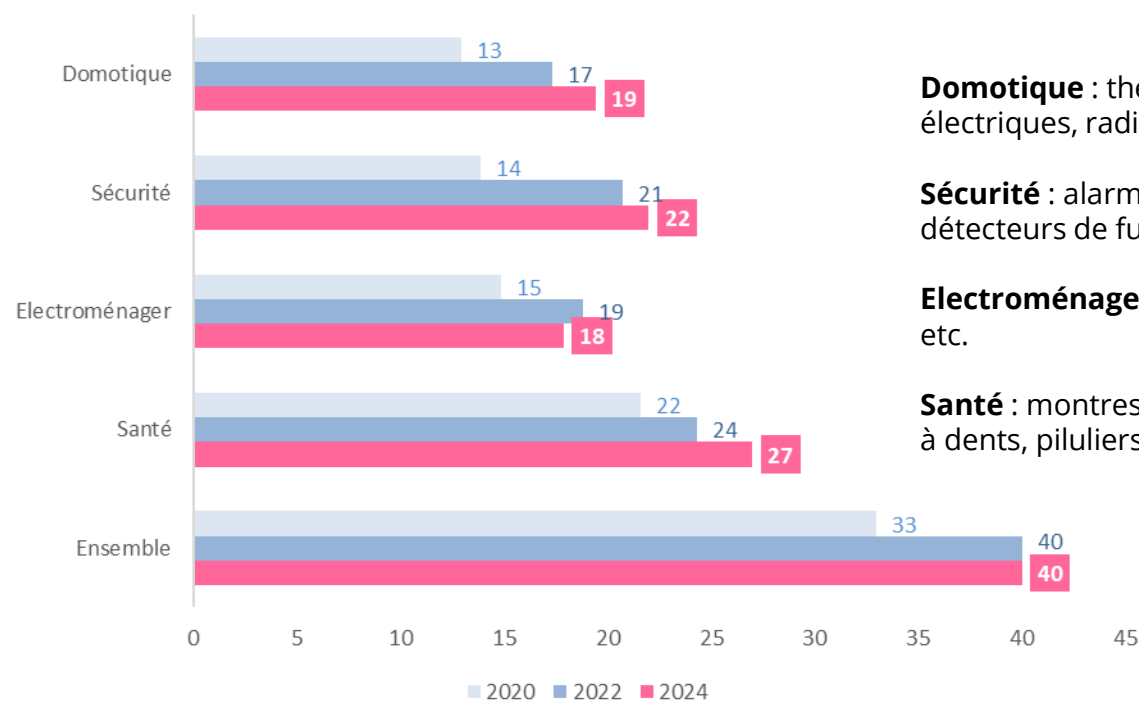
Source : Baromètre du numérique – Edition 2025 ; étude réalisée par le CREDOC et pilotée par l'Arcep, l'Arcom, le CGE et l'ANCT ([publication](#), [open data](#))

Internet des objets : les objets connectés se diffusent

- 40 % des 12 ans et plus possèdent au moins un objet connecté contre 33 % en 2019.
- Les objets connectés les plus détenus sont ceux relatifs à la santé (27%) et à la sécurité (22%).

Proportion des détenteurs d'objets connectés selon le type d'objet

Ensemble de la population de 12 ans et plus



Domotique : thermostats, lumières, volets, prises électriques, radiateurs, etc

Sécurité : alarmes, serrures, porte-clés, détecteurs de fumée connectés, etc.

Electroménager : cafetières, fours, réfrigérateurs, etc.

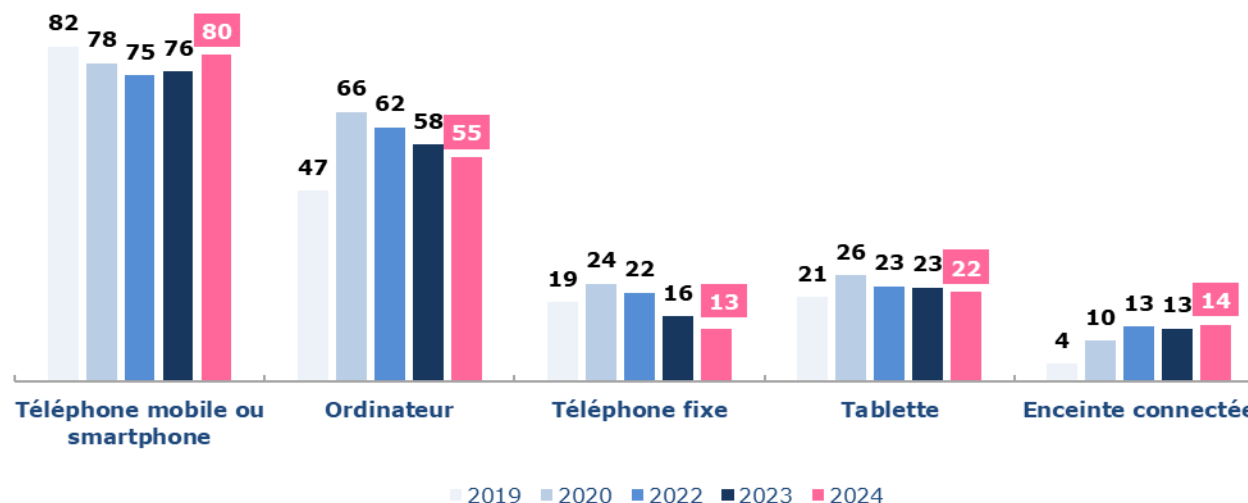
Santé : montres, pèse-personnes, brosses à dents, piluliers, etc.

Le *smartphone* reste l'équipement le plus utilisé quotidiennement

- Le *smartphone* demeure l'équipement le plus utilisé quotidiennement (80 % des 12 ans et plus, +4 points).
- L'utilisation quotidienne de l'ordinateur diminue depuis trois ans mais se maintient à un niveau supérieur aux années antérieures à la crise sanitaire (55 % des 12 ans et plus, -3 points en un an, contre 47 % en 2019).
- L'utilisation quotidienne d'une enceinte connectée (14 % de la population) dépasse désormais celle du téléphone fixe (13 %)

Usages quotidiens des équipements numériques

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



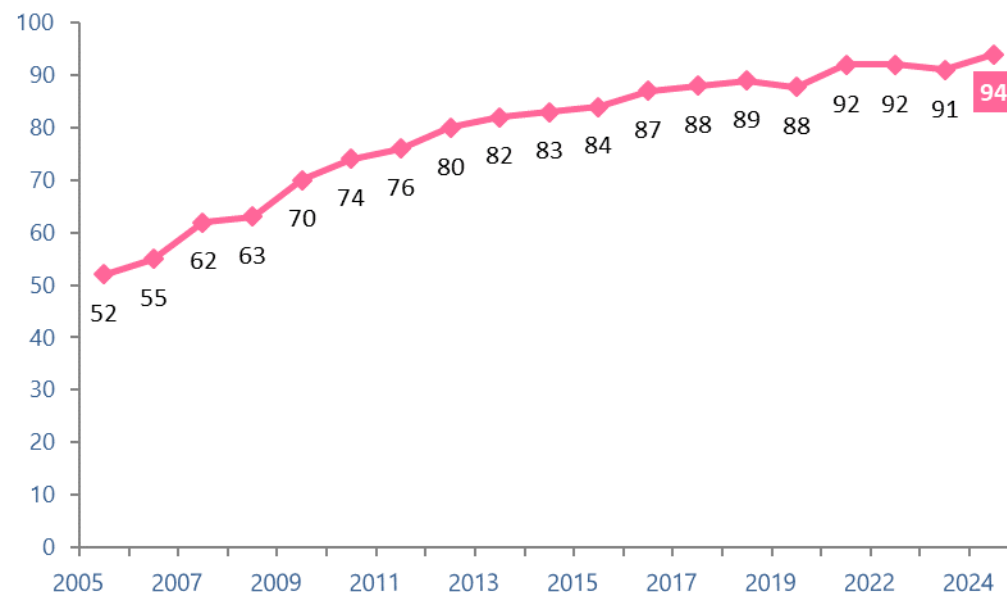
3. Usages internet

94 % des personnes utilisent internet, une proportion en croissance de 3 points en un an

- Le taux d'internautes s'élève à 94 % en 2024, une proportion qui progresse de 3 points en un an.
- 84 % ont un usage quotidien d'internet.

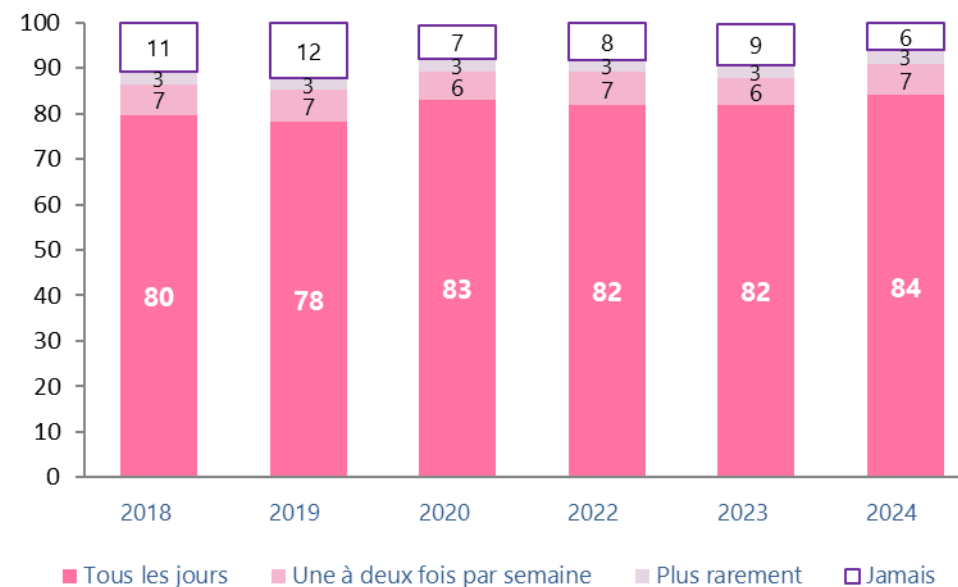
Taux de pénétration d'internet dans la population

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



Fréquence de connexion à internet quel que soit le mode ou le lieu de connexion, y compris sur téléphone mobile

Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



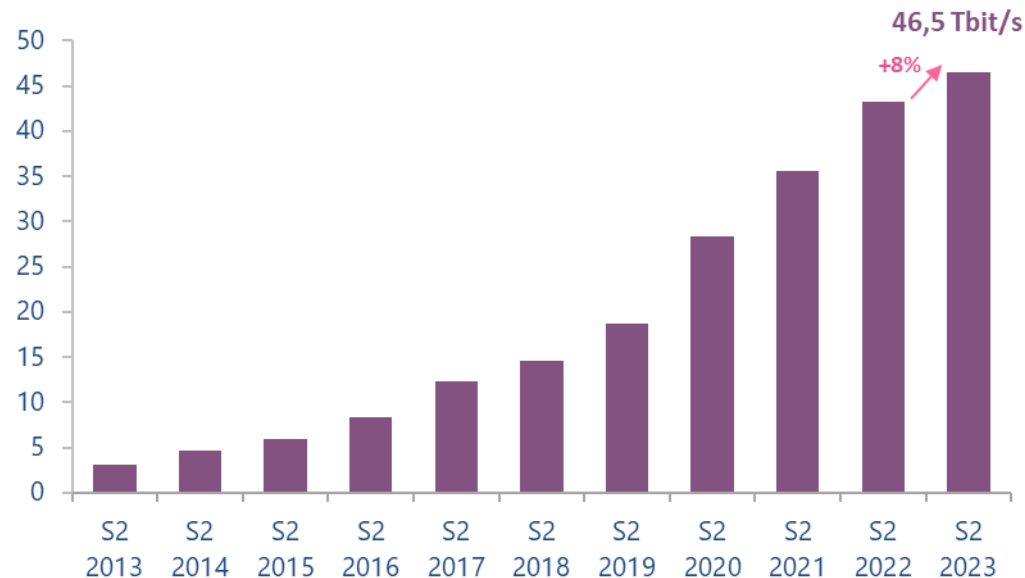
Référentiel des usages numériques

Trafic de données : 53 % du trafic à l'interconnexion provient de Netflix, Google, Akamai, Meta, et Amazon

- Le trafic entrant à l'interconnexion vers les principaux fournisseurs d'accès à internet augmente au deuxième semestre 2023.
- Les 5 plus grands acteurs représentent 53 % du trafic (-1 point en un an).

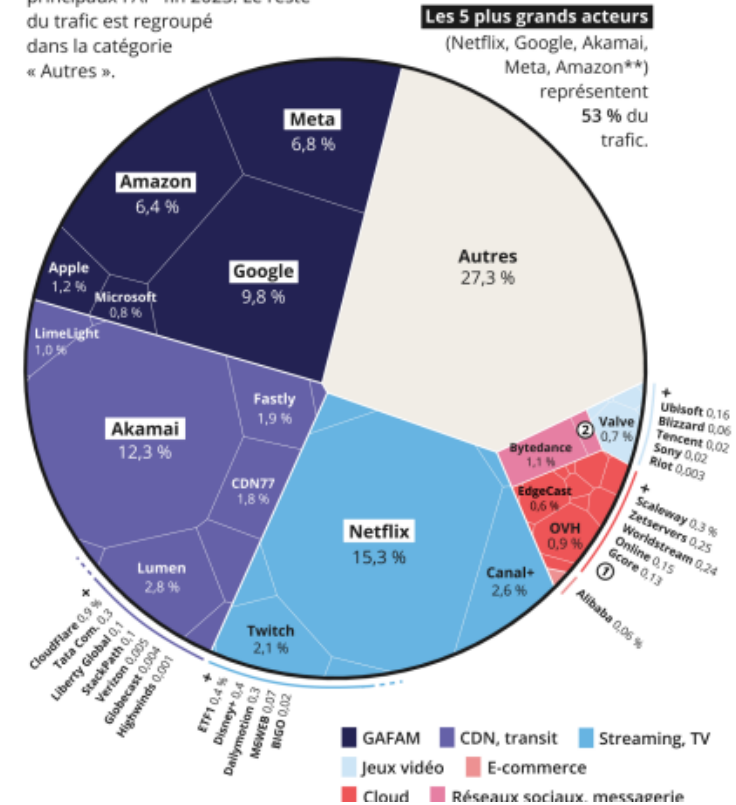
Trafic entrant à l'interconnexion vers les principaux FAI

Trafic entrant au 95^e centile (Tbit/s)



Décomposition selon l'origine du trafic entrant vers les clients des principaux FAI en France (fin 2023)

Pourcentage du trafic entrant au point d'interconnexion de 47 acteurs liés au transport ou à la production de contenu déclarés par les principaux FAI* fin 2023. Le reste du trafic est regroupé dans la catégorie « Autres ».

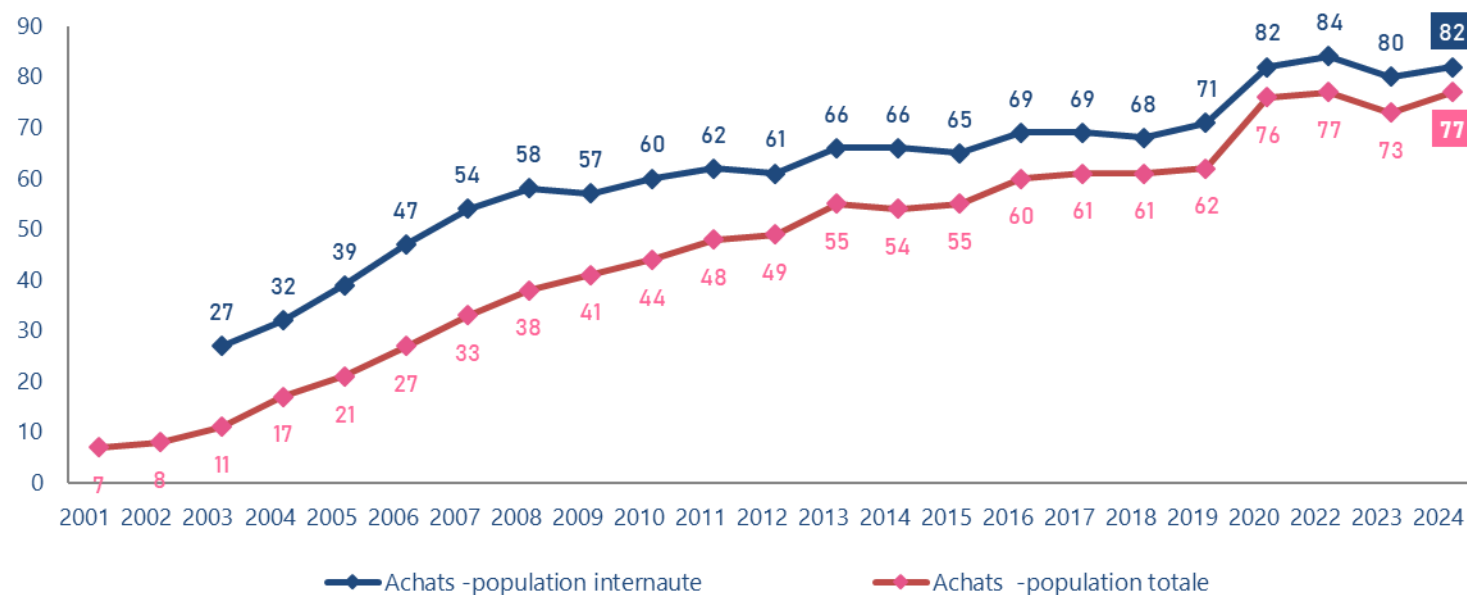


E-Commerce : un taux d'utilisateurs en léger recul, après la forte progression en 2020

- La proportion d'acheteurs en ligne progresse à nouveau, atteignant 77 % en 2024 (+4 points en un an)
- Parmi les acheteurs en ligne, le taux d'acheteurs réguliers (au moins une fois par mois) se stabilise à 48 %

Proportion de la population ayant utilisé internet pour acheter des biens en ligne

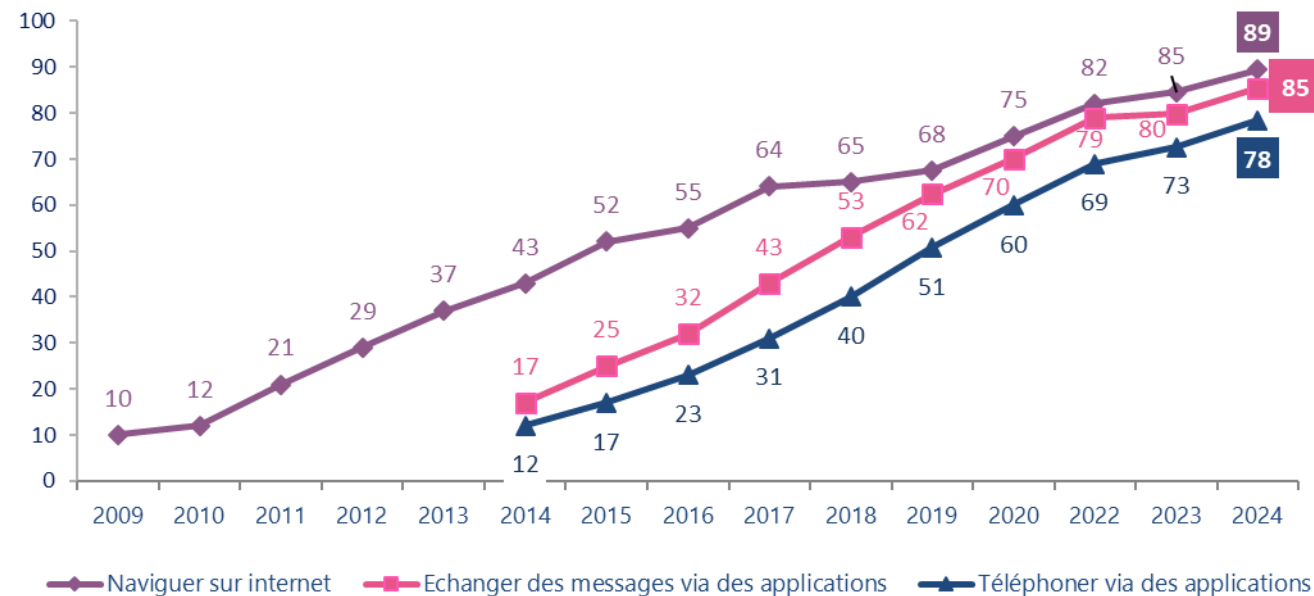
Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



La croissance des usages sur téléphone mobile se poursuit

- En 2024, 85 % des individus interrogés indiquent utiliser des applications pour échanger des messages et 78 % indiquent utiliser des applications pour téléphoner.
- Les services de communications textuelles et vocales sont massivement adoptés par les plus jeunes générations : 95 % des 12-24 ans et 97 % des 25-39 ans utilisent des services de messagerie instantanée.
- Le taux d'utilisateurs des messageries instantanées progresse dans toutes les tranches d'âge.

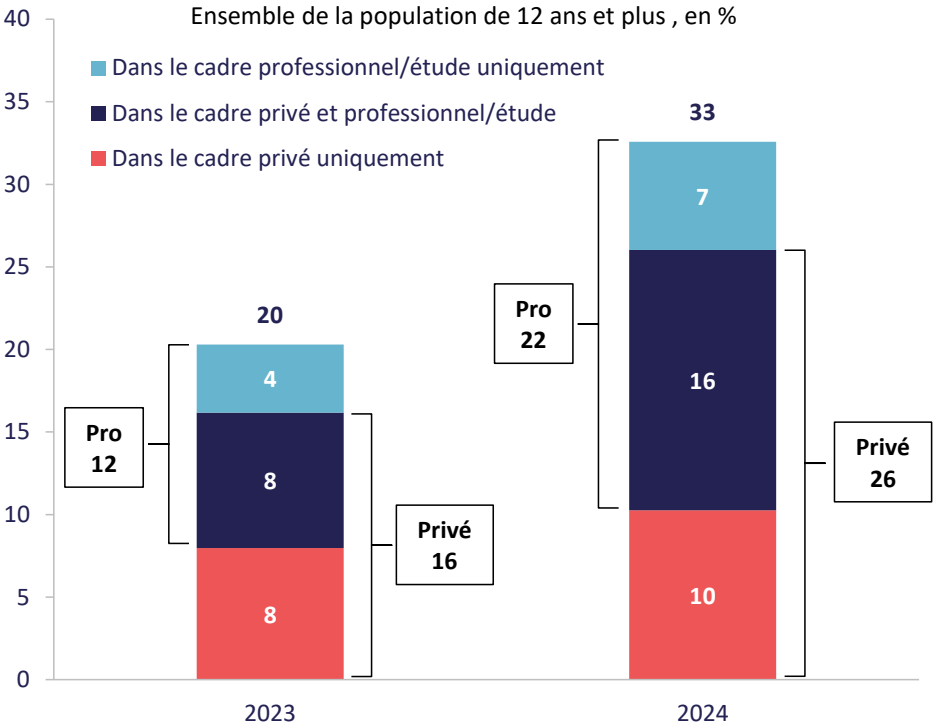
Proportion de la population utilisant un téléphone mobile pour ...
Ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



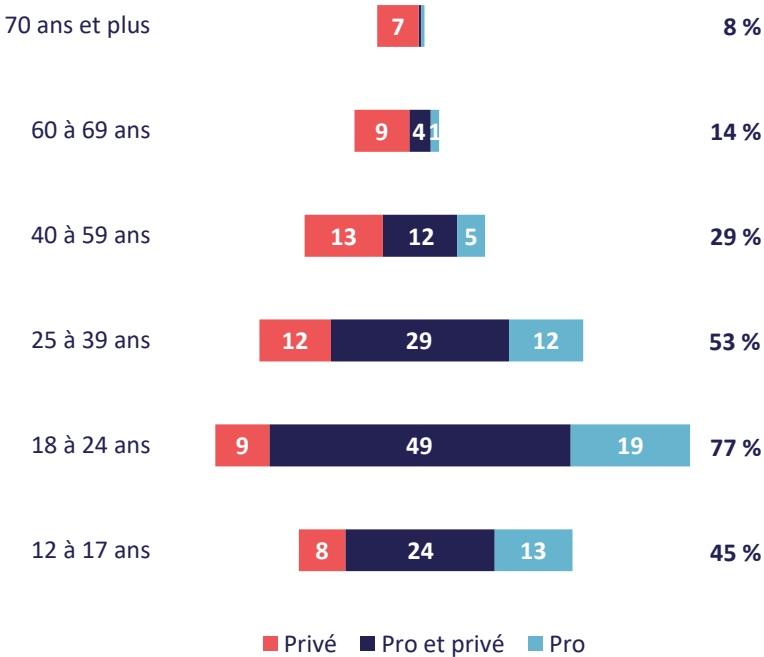
Un tiers de la population utilise l'intelligence artificielle générative

- La proportion d'utilisateurs de l'IA générative a fortement progressé en un an : elle atteint 33 % soit + 13 points
- Le taux d'utilisateurs de l'IA atteint 77 % chez les jeunes adultes (18 à 24 ans)

Proportion de personnes utilisant l'IA générative dans un cadre privé ou professionnel



Proportion de la population ayant utilisé l'IA dans un cadre privé ou professionnel en 2024 - par tranche d'âge -



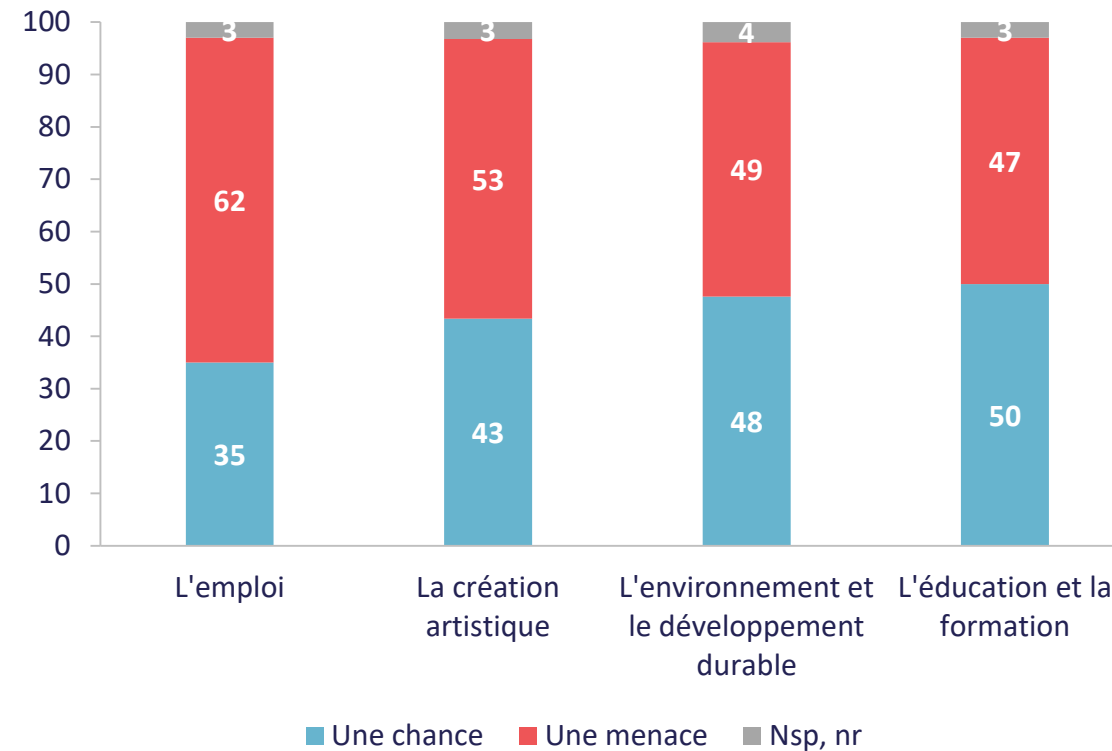
*tels que Chat GPT, Google Bard, Midjourney ou Dall-E

** intelligence artificielle

Source : Baromètre du numérique – Edition 2025 ; étude réalisée par le CREDOC et pilotée par l'Arcep, l'Arcom, le CGE et l'ANCT ([publication](#), [open data](#))

L'IA générative est perçue comme une menace sur l'emploi et la création artistique par une majorité de la population

Perception des risques ou opportunités représentés par l'usage de l'intelligence artificielle dans l'emploi, la création artistique, et pour l'environnement
Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en %



*tels que Chat GPT, Google Bard, Midjourney ou Dall-E

** intelligence artificielle

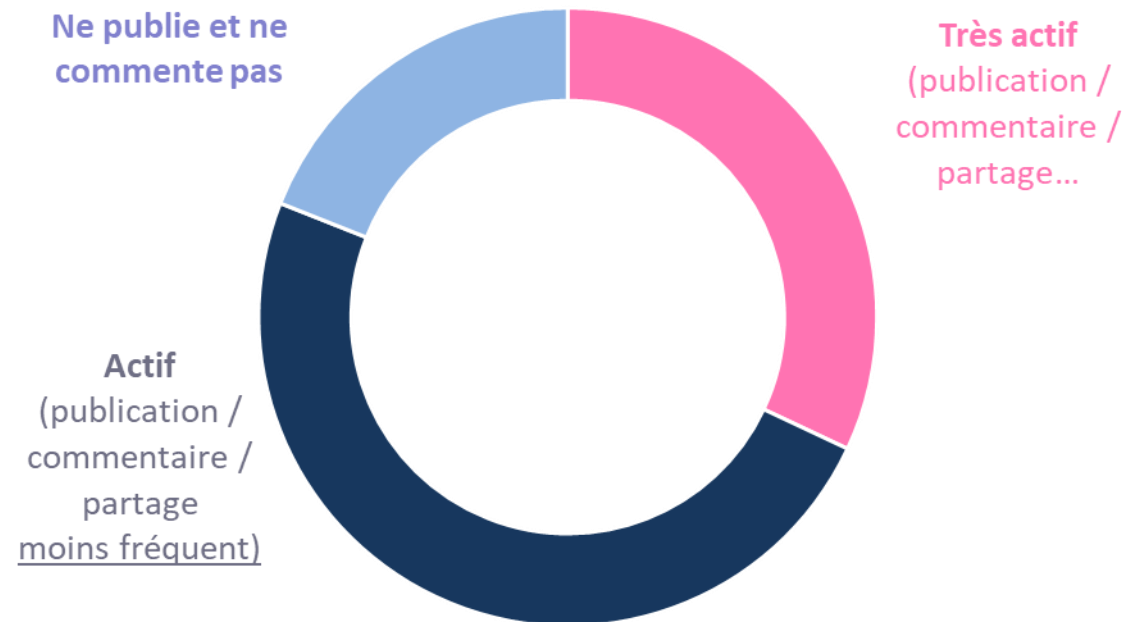
Source : Baromètre du numérique – Edition 2025 ; étude réalisée par le CREDOC et pilotée par l'Arcep, l'Arcom, le CGE et l'ANCT ([publication](#), [open data](#))

Plus de 80 % des utilisateurs des réseaux sociaux y sont actifs

- 75 % des internautes consultent un réseau social ou une plateforme de partage de vidéos quotidiennement
- Un tiers des utilisateurs des réseaux sociaux y sont très actifs, la moitié y sont actifs

Répartition des utilisateurs de réseaux sociaux en fonction de la fréquence à laquelle ils publient des contenus propres ou commentent ou partagent le contenu d'autres utilisateurs

Ensemble de la population de 12 ans et plus qui consulte les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos , en %

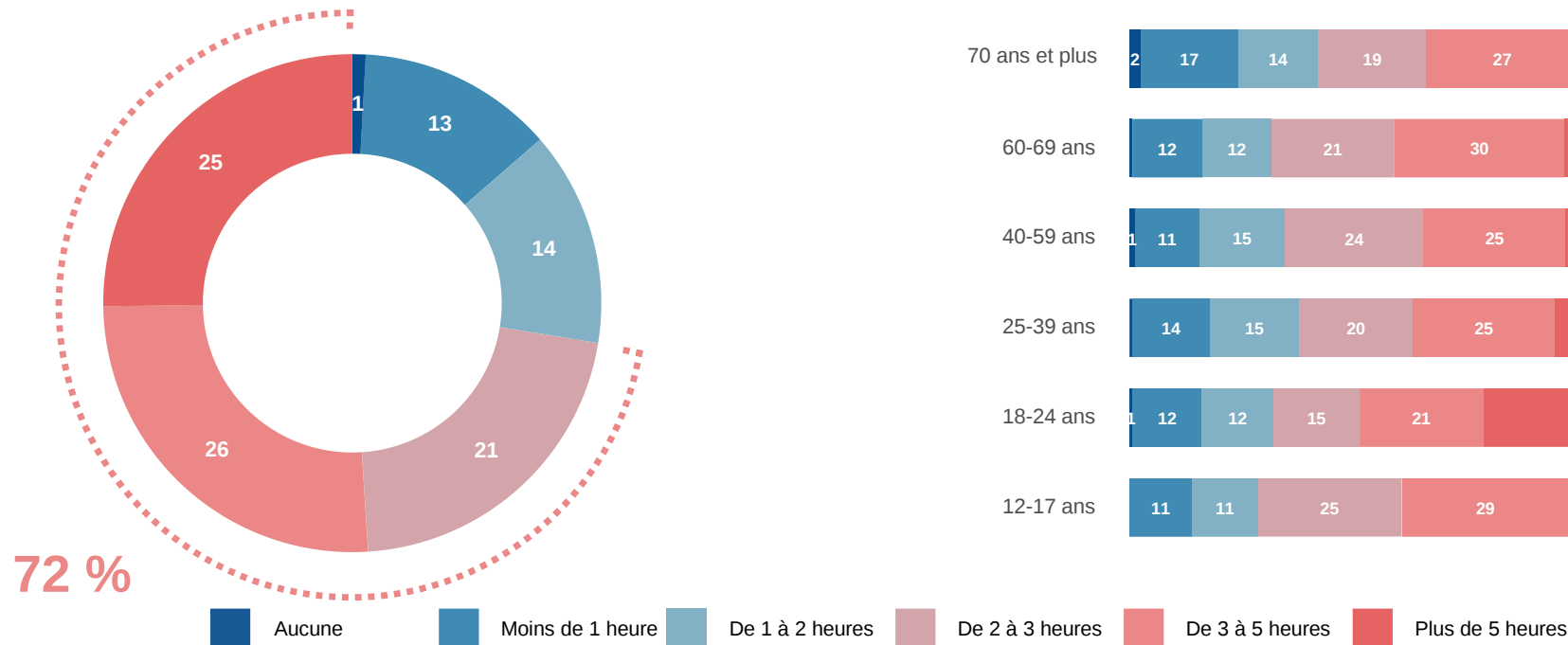


Une personne sur quatre passe plus de 5 heures par jour sur les écrans pour un usage personnel

- 72 % des répondants déclarent passer plus de 2 heures par jour devant les écrans pour un usage personnel.
- 25 % indiquent y passer plus de 5 heures par jour. Ce taux monte à 39 % chez les 18-24 ans.

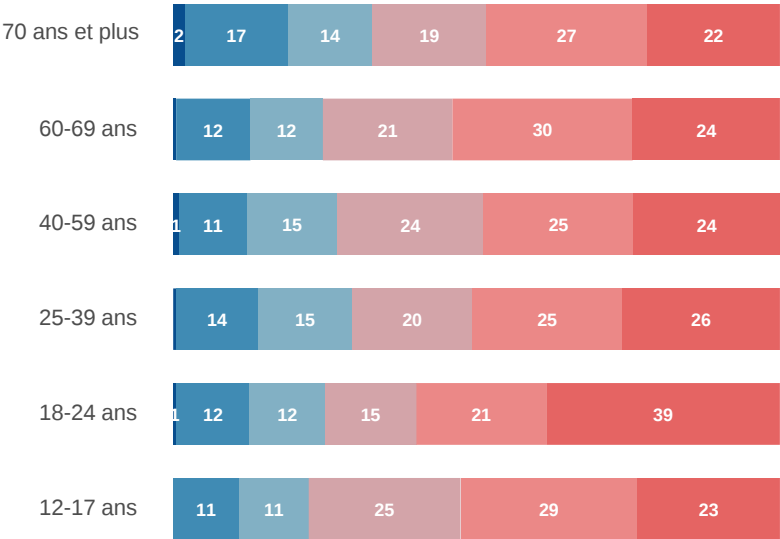
Temps passé quotidiennement devant les écrans pour un usage personnel

- Champ : population de 12 ans et plus (hors ne sachant pas évaluer son temps d'écran), en % -



Temps passé quotidiennement devant les écrans pour un usage personnel, selon l'âge

- Champ : population de 12 ans et plus (hors ne sachant pas évaluer son temps d'écran), en % -

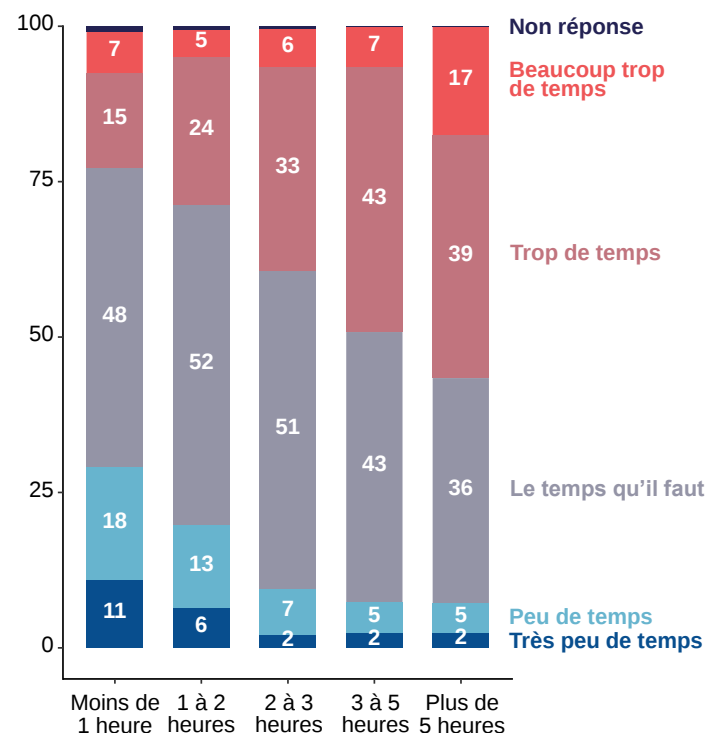


Quatre personnes sur dix estiment excessif le temps passé devant les écrans pour leur usage personnel

- 42 % de la population estime passer trop de temps devant les écrans pour un usage personnel, dont 19 % beaucoup trop.
- Les plus jeunes sont plus prompts à estimer leur temps d'écran excessif que le reste de la population, à usage égal.

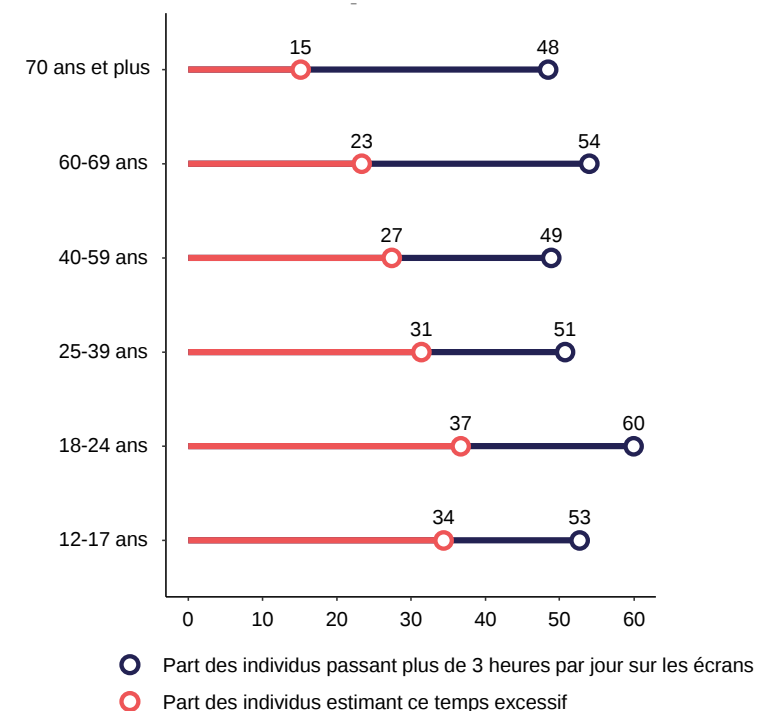
Appréciation du temps passé sur les écrans, selon le nombre d'heures

- Champ : population de 12 ans et plus en % -



Part des personnes passant plus de 3 heures par jour sur les écrans et part d'entre elles estimant ce temps excessif

- Champ : population de 12 ans et plus (hors ne sachant pas évaluer son temps d'écran), en %

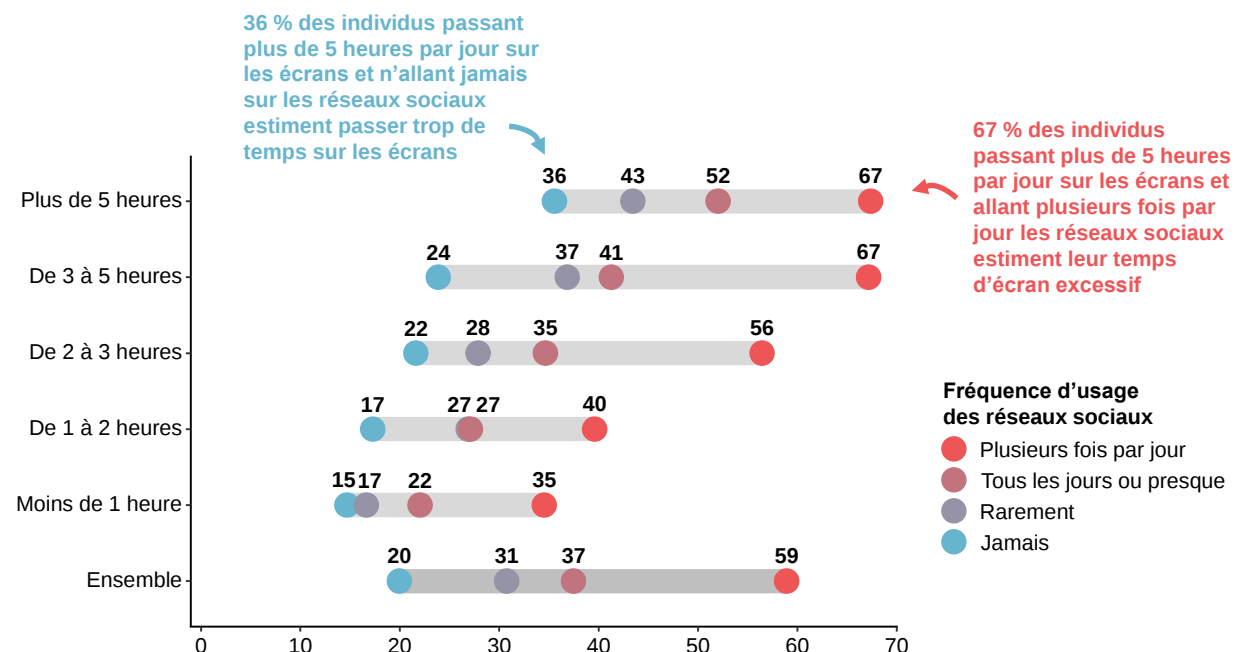


L'usage des réseaux sociaux est déterminant sur le sentiment d'addiction aux écrans

- A 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 de 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.

Part des personnes estimant leur temps d'écran excessif, selon le temps passé sur les écrans et la fréquence d'usage des réseaux sociaux

- Champ : population de 12 ans et plus, en % -

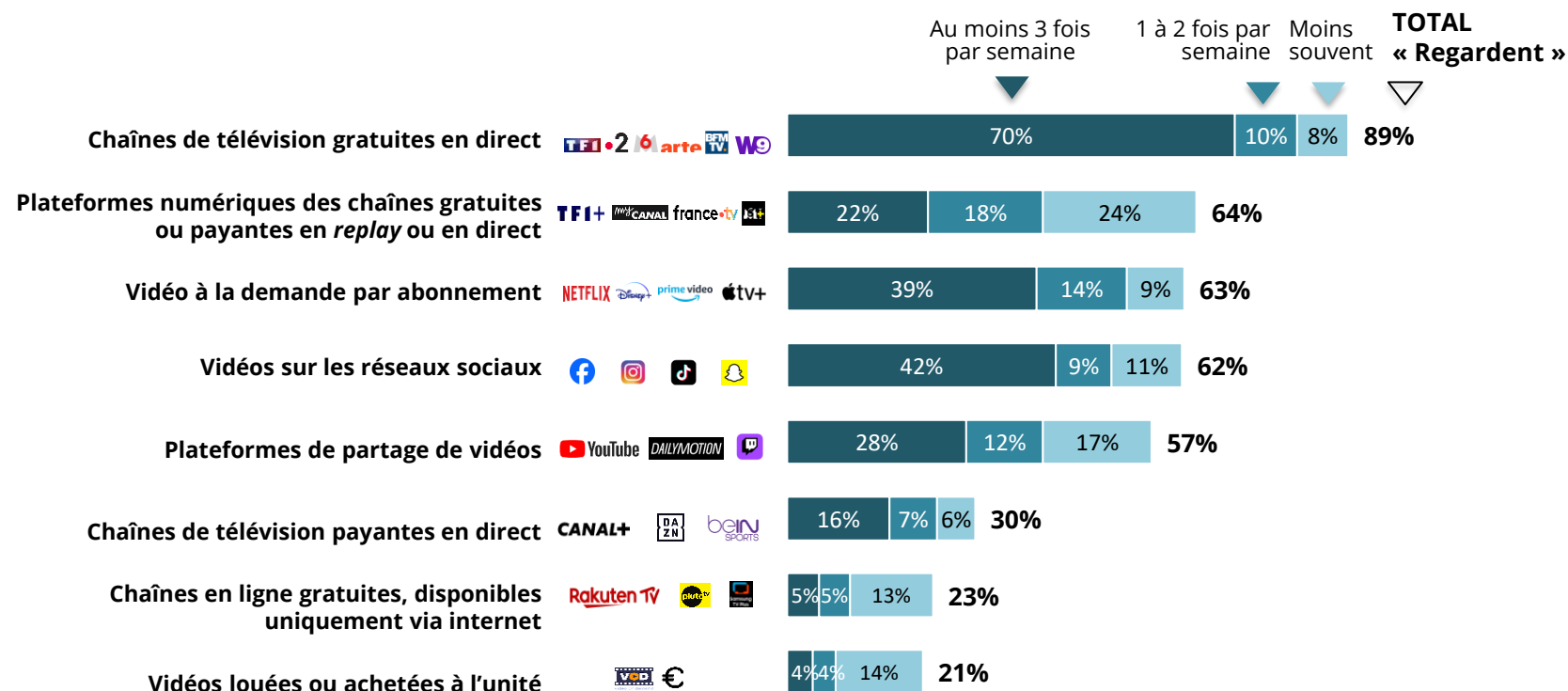


4. Usages audiovisuels

Les chaînes de télévision linéaires gratuites demeurent les services vidéo les plus consommés

- Les chaînes de télévision gratuites en direct bénéficient, de loin, du plus fort taux de consommation hebdomadaire.
- Les réseaux sociaux et les services de vidéo par abonnement arrivent ensuite parmi les services vidéo consommés les plus régulièrement.

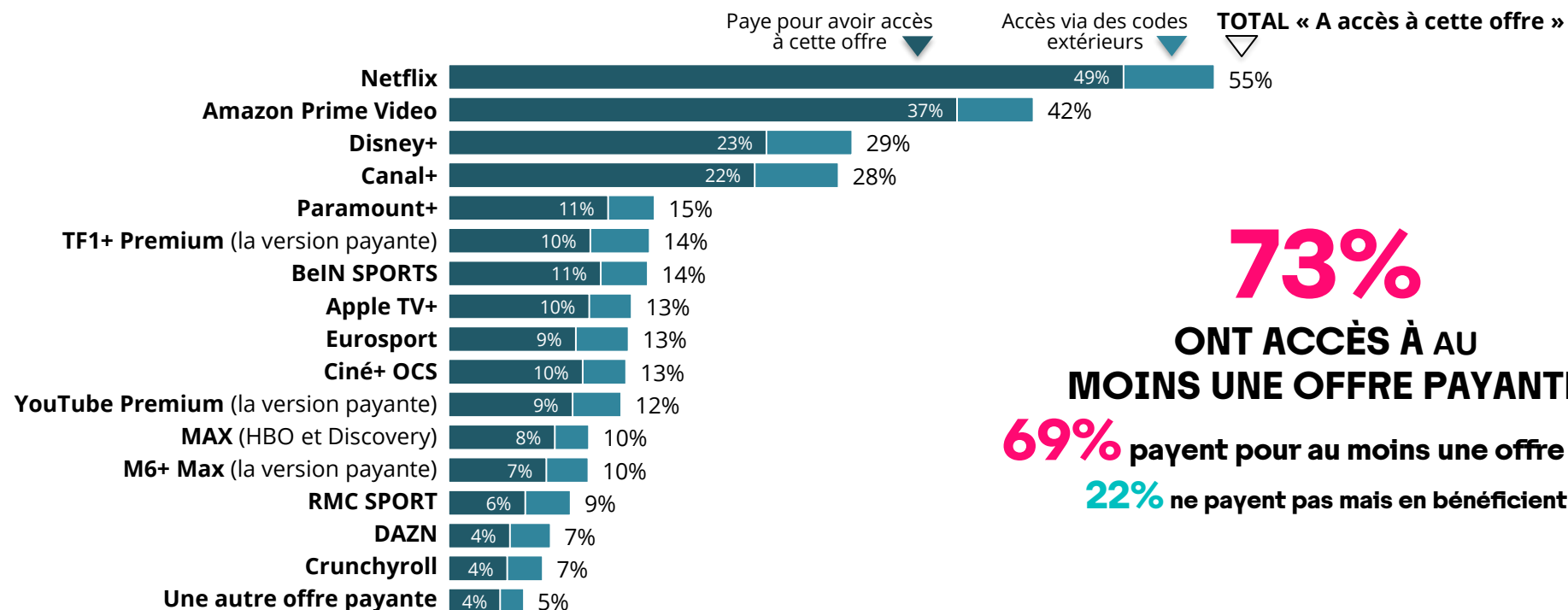
Habitudes de consommation des services vidéo



Près de ¾ des Français ont accès à au moins une offre payante de vidéo

- En novembre 2024, 68% des Français ont accès à une plateforme de VàDA (Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV+, MAX, Paramount+...) / 64% en payant
- 35% ont accès à une offre de TV payante (Canal+, beIN SPORTS, RMC SPORT, Eurosport, DAZN, Ciné+ OCS) / 30% en payant

Proportion de personnes disposant d'un abonnement à un service de vidéo à la demande

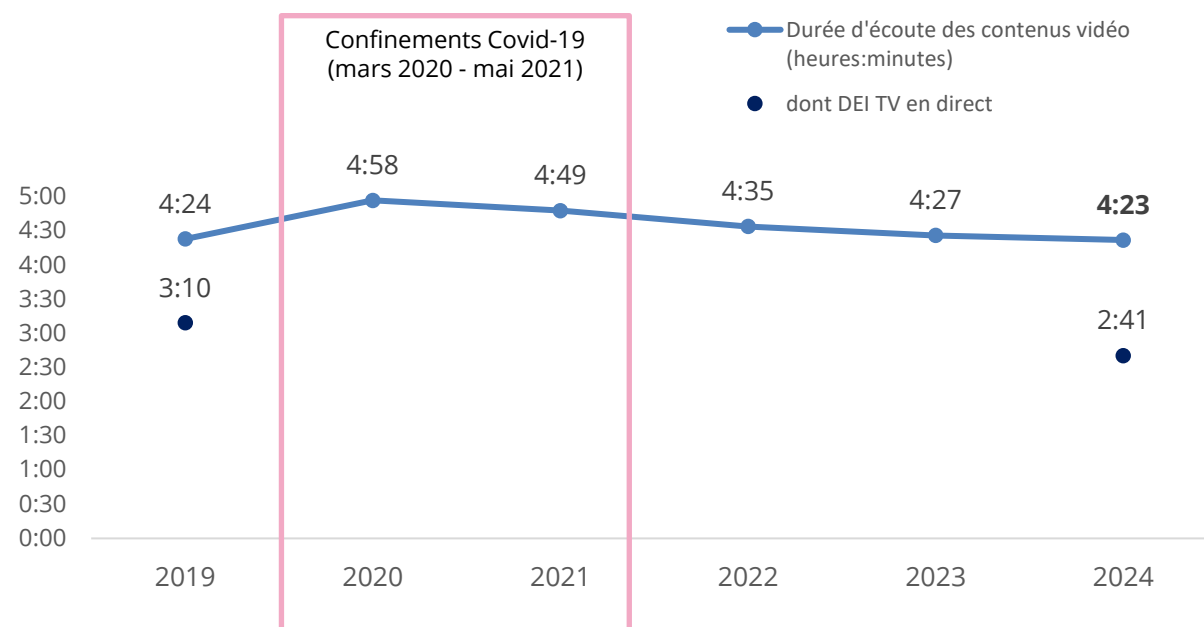


73%
ONT ACCÈS À AU MOINS UNE OFFRE PAYANTE
69% payent pour au moins une offre vidéo
22% ne payent pas mais en bénéficient

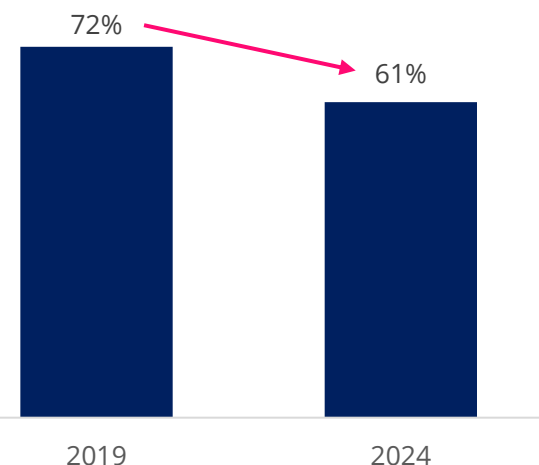
Q : Pour les offres payantes de programmes et contenus vidéo suivantes, indiquez si vous y avez accès au sein de votre foyer, que vous payiez l'abonnement vous-même ou non.
Base : Ensemble des Français de 15 ans et + (n=4336)
Source : Tendances Audio-Vidéo 2025, Arcom ([publication](#))

La durée d'écoute individuelle quotidienne des contenus vidéo poursuit sa baisse en 2024, et retrouve son niveau de 2019

- En 2024, la durée d'écoute des contenus vidéo diminue de 4 minutes par rapport à 2023 sur l'ensemble de l'année, à 4h23 contre 4h27, revenant à un niveau comparable à 2019, année prépandémique. En 2023, elle avait perdu 8 minutes par rapport à 2022.
- Bien qu'en recul, la DEI de la TV en direct, à 2h41 en 2024, représente encore 61 % du total de la DEI des contenus vidéo* des Français, contre 72 % en 2019 (3h10).



Part de la consommation de TV en direct dans la consommation totale de contenus vidéo



Base : Individus âgés de 4 ans et + France entière

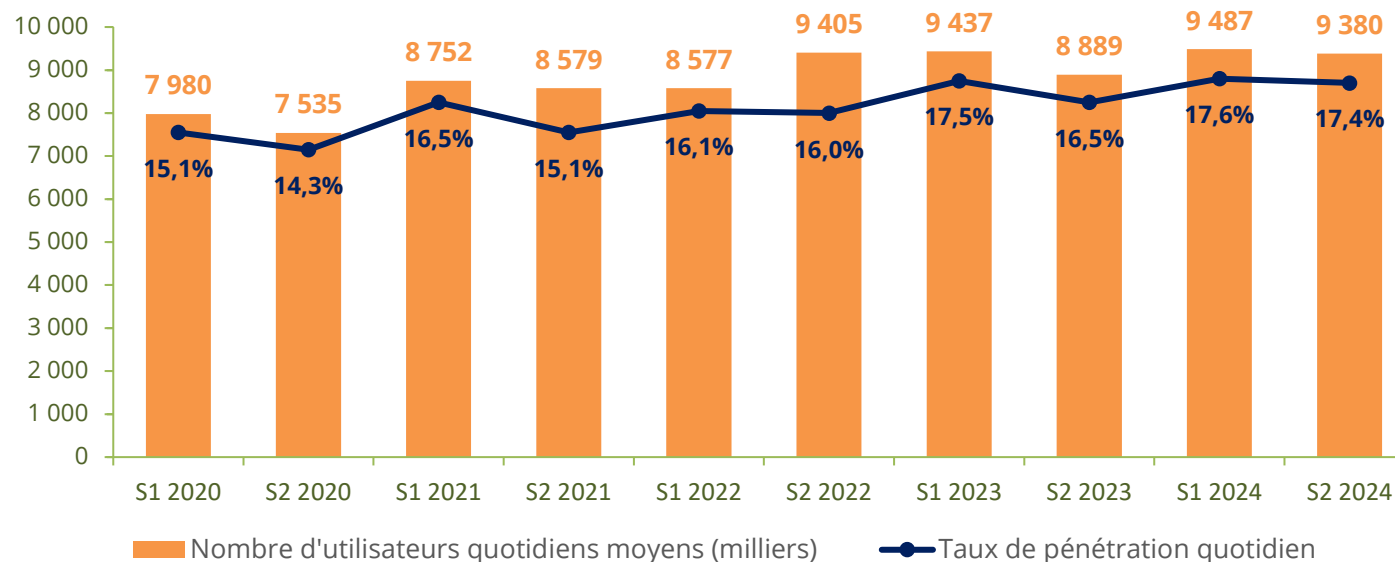
Source : Médiamétrie - Global Vidéo, Vagues 23 à 34 – Médiamat – Tous écrans

*La DEI totale des contenus vidéo comprend: la TV en direct, les plateformes numériques des chaînes gratuites ou payantes en replay ou en direct, la vidéo à la demande par abonnement, les vidéos sur les réseaux sociaux et plateformes de partage de vidéos.

Un nombre d'utilisateurs moyen quotidien de VàDA stable en 2024

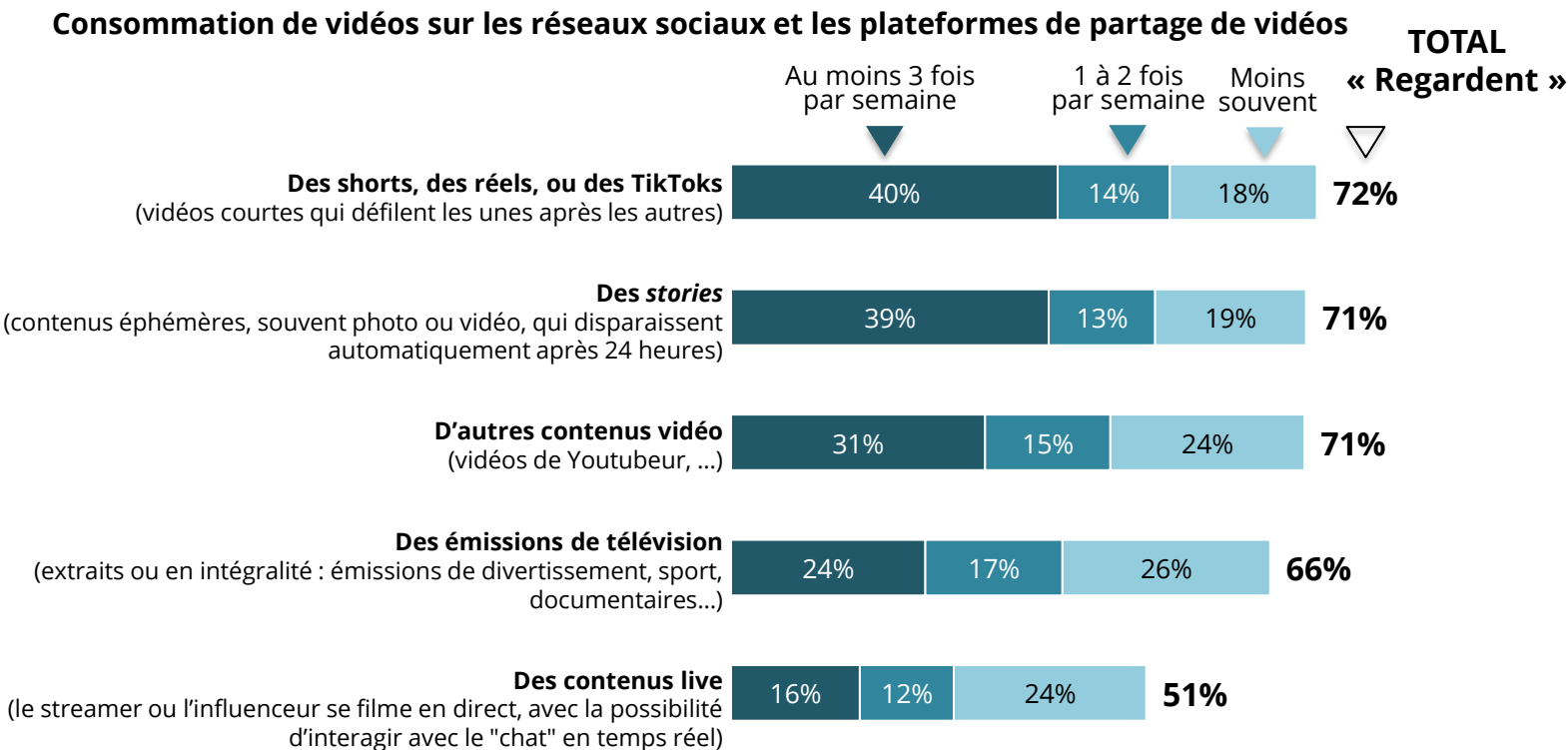
- Au second semestre 2024, le nombre d'utilisateurs quotidiens de VàDA progresse de 5,5 % par rapport à la même période l'année précédente, pour un taux de pénétration quotidien représentant 17,4 % des individus de 15 ans et plus.

Evolution du nombre et du taux de pénétration d'utilisateurs quotidiens de la VàDA (en milliers et %)



70 % des Français consomment des vidéos sur les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos

- Les formats courts de vidéos qui défilent les unes après les autres sont le genre de programmes vidéo le plus regardé sur les plateformes de partage de vidéos et les réseaux sociaux.
- Près de 50 % des Français (66 % des utilisateurs) regardent chaque semaine des émissions de télévision sur les réseaux sociaux ou les plateformes de partage de vidéos.

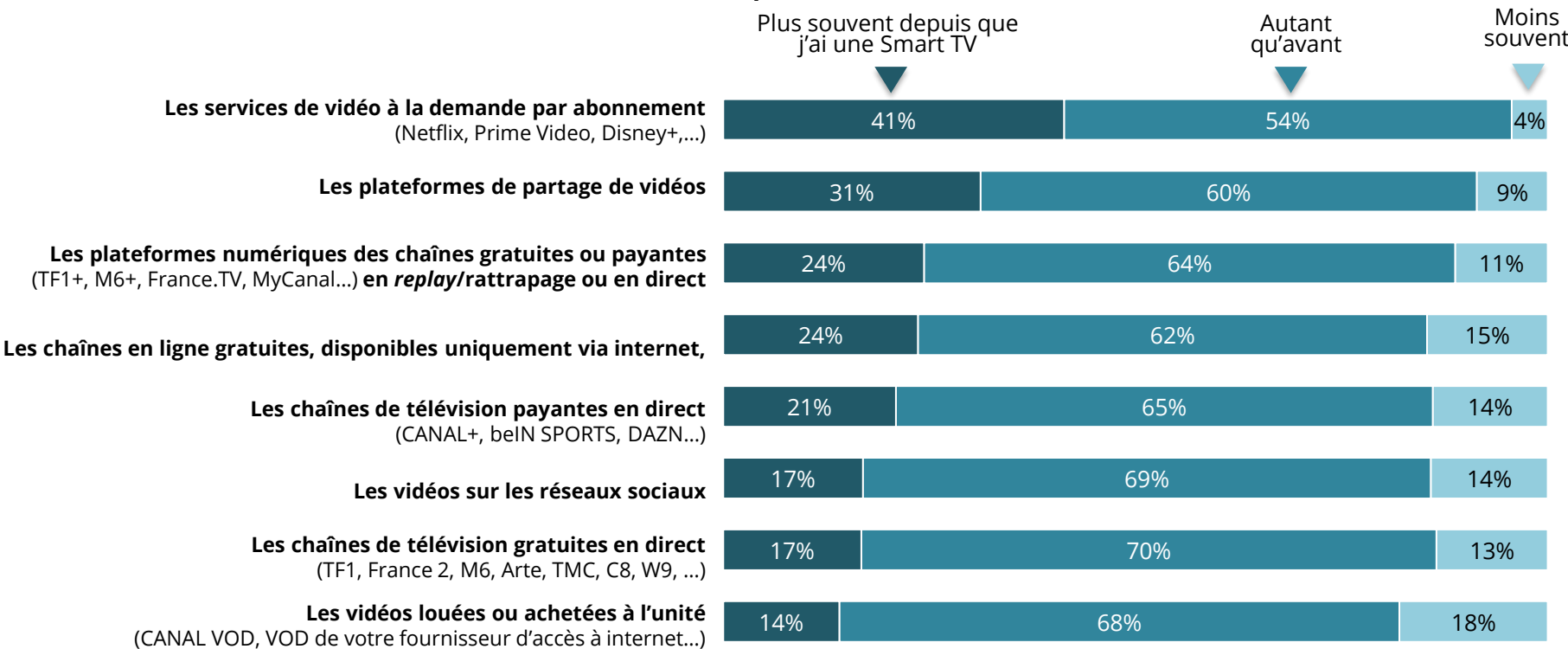


Base : Utilisateurs de plateformes de partage de vidéos ou réseaux sociaux (n=3167), soit 70% des Français
Source : Tendances Audio-Vidéo 2025, Arcom ([publication](#))

Parmi les utilisateurs de services de VàDA, 4 possesseurs de Smart TV sur 10 déclarent regarder plus souvent des services de vidéo à la demande depuis leur achat

Les premiers services à profiter de la hausse de l'équipement en Smart TV sont les services de vidéos par abonnement et les plateformes de partage de vidéos.

Consommation de vidéos depuis l'achat de la Smart TV

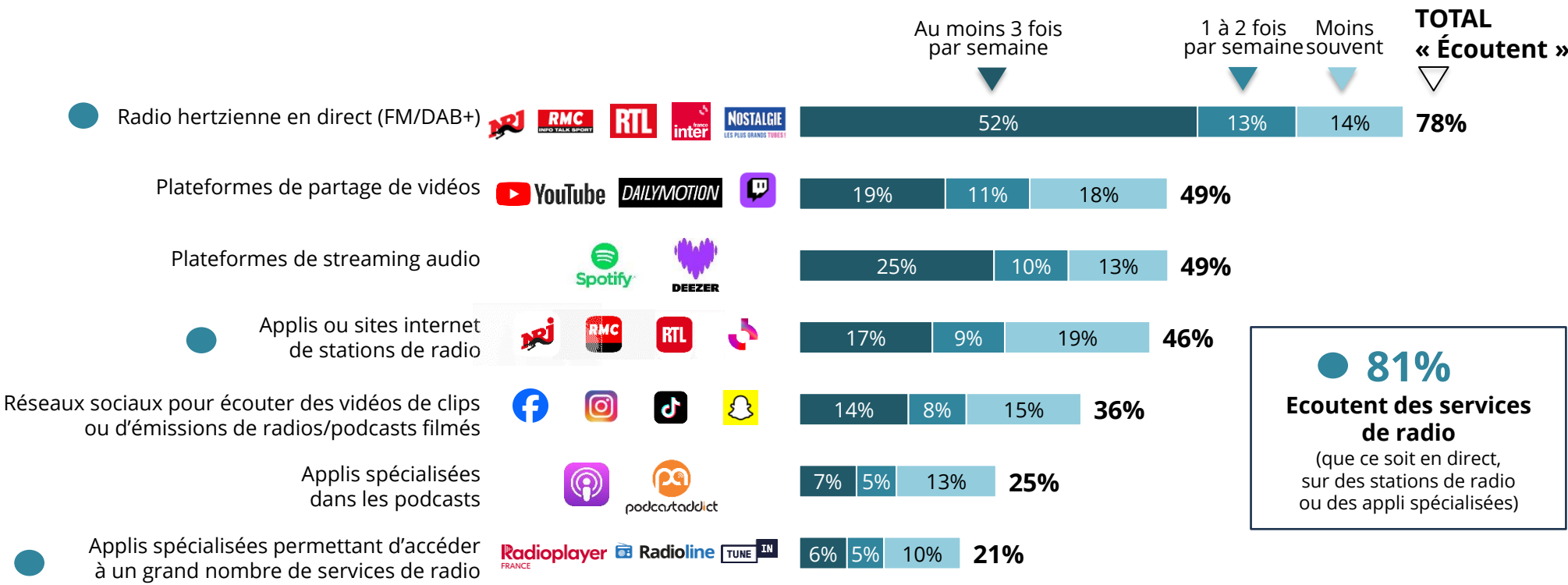


Q : Depuis que vous avez une « Smart TV », diriez-vous que vous passez plus, autant ou moins de temps à utiliser les services vidéo suivants sur votre poste de télévision ?
Base : Utilisateur d'une Smart TV et a déjà regardé le service concerné
Source : Tendances Audio-Vidéo 2025, Arcom ([publication](#))

La radio hertzienne en direct reste le premier canal d'écoute

La radio hertzienne en direct reste, de loin, le service audio le plus utilisé, devant les plateformes de partage de vidéos et de *streaming* audio.

Habitudes de consommation selon les services et plateformes utilisés



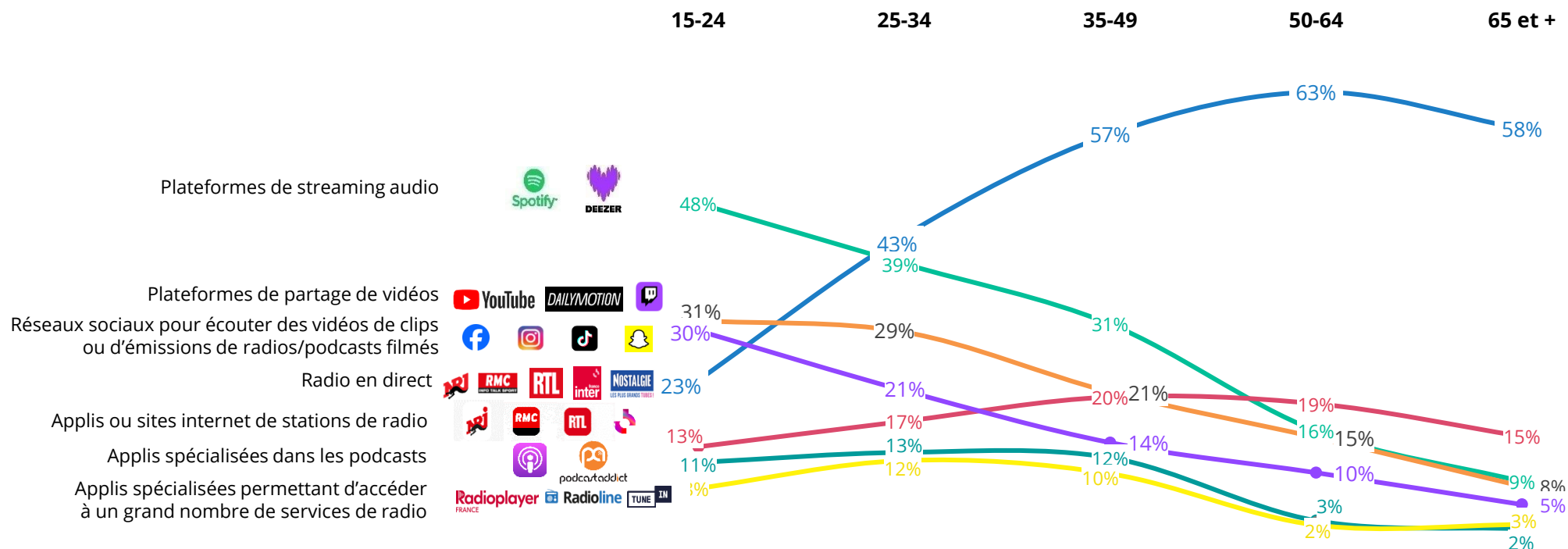
● **81%**
Écoutent des services de radio
(que ce soit en direct, sur des stations de radio ou des appli spécialisées)

Q : A quelle fréquence écoutez-vous des émissions ou contenus audio sur les services suivants ?
Base : Ensemble des Français de 15 ans et + (n=4336)
Source : Tendances Audio-Vidéo 2025, Arcom ([publication](#))

Habitudes de consommation des services audio – selon l'âge

- La radio en direct est de loin le premier service audio consommé par les plus de 35 ans.
- L'écoute sur les plateformes de *streaming* audio prédomine chez les moins de 25 ans.

Habitudes de consommation des services et plateformes audios par âge
(consomment au moins trois par semaine - %)



Q : A quelle fréquence écoutez-vous des émissions ou contenus audio sur les services suivants ?

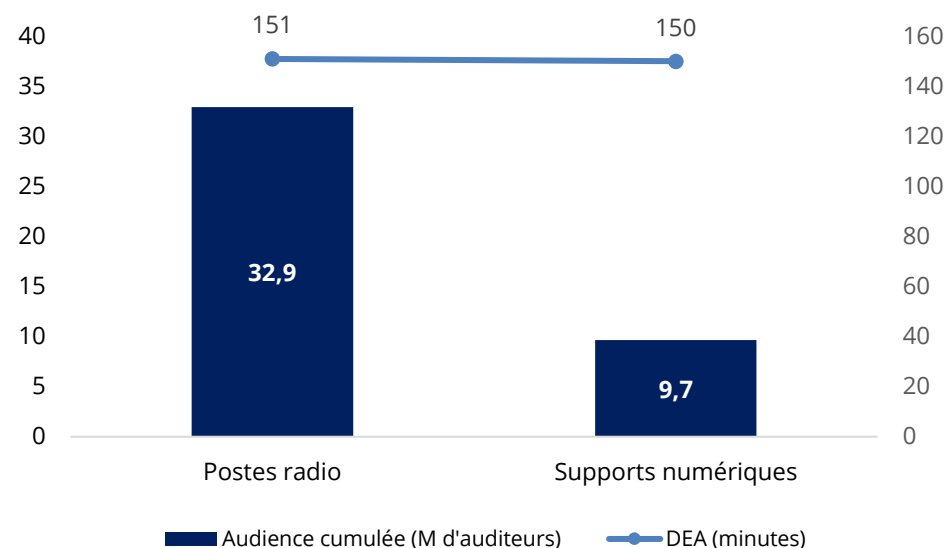
Base : Ensemble des Français de 15 ans et + (n=4336)

Source : Tendances Audio-Vidéo 2025, Arcom ([publication](#))

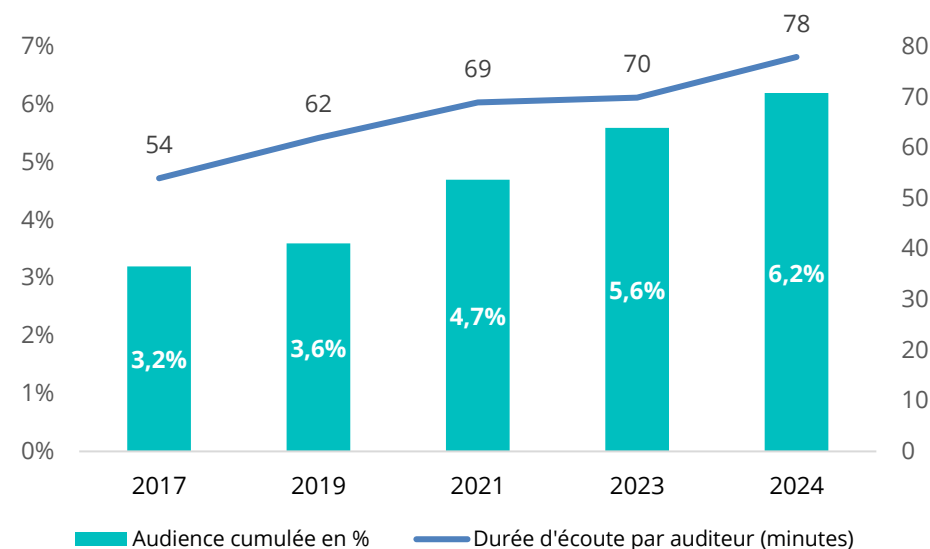
Une écoute de la radio en direct et de rattrapage sur les supports numériques en progression continue

- Près de 10 millions de Français écoutent la radio quotidiennement via internet au premier trimestre 2024, soit 17 % de la population (contre 11 % en 2015). La durée d'écoute quotidienne sur les supports numériques (en direct et en rattrapage) est de 2h30 en moyenne en 2024, soit 85 % de plus qu'il y a 6 ans. Cette durée d'écoute est équivalente à celle des supports radio non numériques.
- En 2024, 3,4 millions d'auditeurs écoutent quotidiennement la radio de rattrapage (sous forme de podcasts) pour une durée moyenne de 1h18 par jour et par auditeur.

Audience cumulée et durée d'écoute par auditeur (DEA) selon les supports au 1^{er} trimestre 2024



Évolution de l'audience de la radio de rattrapage sur la période 2017-2024

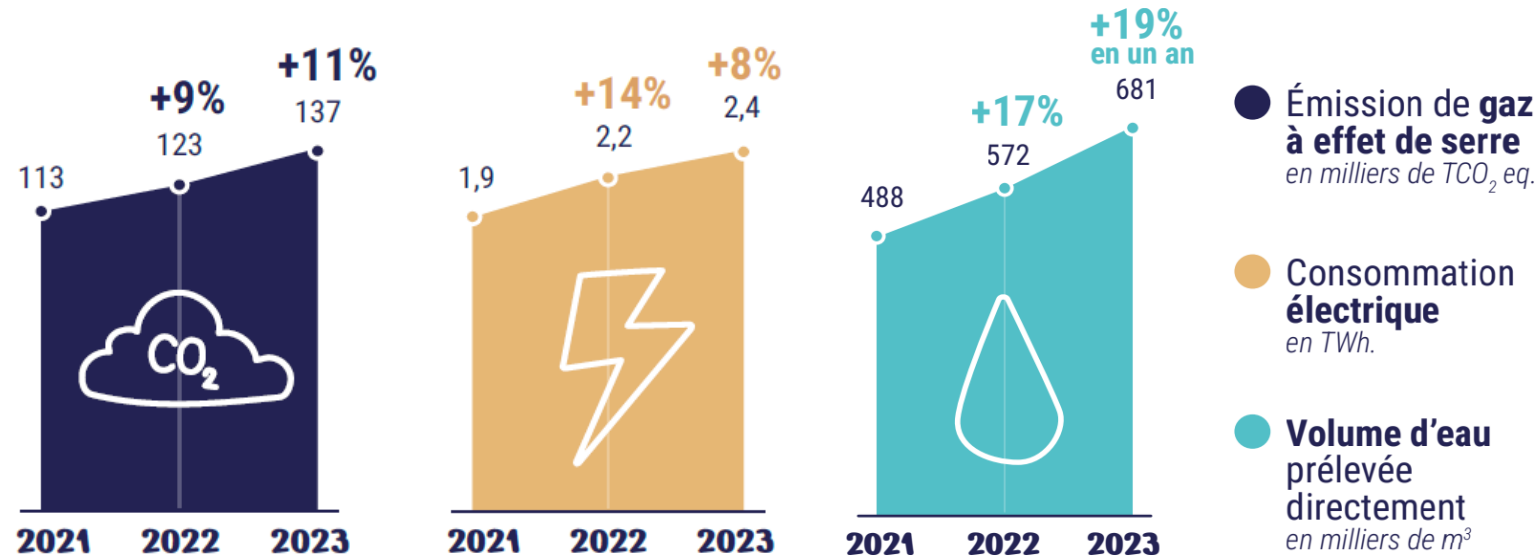


5. Environnement et numérique

L'empreinte environnementale des opérateurs de centres de données progresse pour les trois indicateurs d'impacts mesurés

- Le nombre de centres de données continue de progresser et se concentre en Ile de France.
- Les émissions de gaz à effet de serre, la consommation électrique et le volume d'eau prélevé des opérateurs de centres de données continuent de progresser significativement (resp. +11 %, +8 % et +19 %).
- L'efficacité énergétique des centres de données s'améliore toutefois légèrement : leur PUE* moyen s'élève à 1,46 en 2023 contre 1,51 en 2022.

Principaux indicateurs d'impacts des opérateurs de centres de données en niveau et en % d'évolution annuelle



*PUE : L'indicateur du Power Usage Effectiveness (PUE), qui est utilisé pour mesurer l'efficacité énergétique d'un centre de données, est le rapport entre sa consommation électrique totale et la consommation électrique de ses équipements informatiques. Plus la valeur du PUE d'un centre de données est proche de 1, plus il est considéré comme performant d'un point de vue énergétique.

Source : Enquête annuelle « pour un numérique soutenable » - Edition 2025, Arcep ([publication](#), [open data](#))

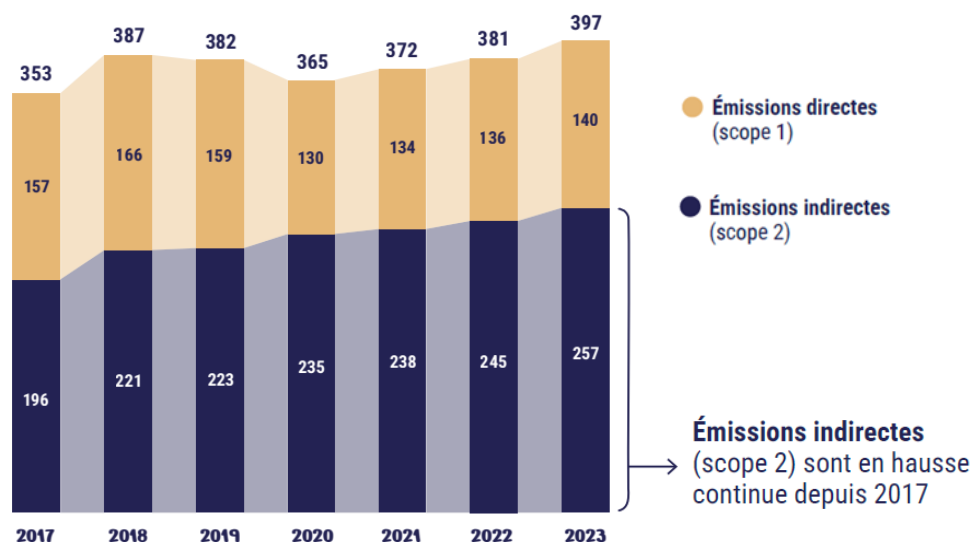
Référentiel des usages numériques

Les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'énergie des opérateurs télécoms progressent encore, à un rythme plus faible

- Emissions de gaz à effet de serre des opérateurs télécoms : 397 000 téqCO₂ en 2023, + 4,2 %.
- Consommation d'énergie des réseaux fixes et mobiles : 4,1 TWh en 2023, +2 % en un an contre +6 % en 2022.
 - Croissance principalement portée par celle des boucles locales mobiles : + 6 % en 2023 (contre + 14 % en 2022). Cette croissance ralentit en raison de la progression plus faible du trafic de données mobiles et des déploiements des réseaux mobiles.
 - Tandis que le recul de la consommation d'énergie des boucles locales fixes se poursuit : - 14 % en 2023 en raison de la poursuite de la transition du réseau cuivre vers les réseaux fibre moins énergivore que le cuivre.

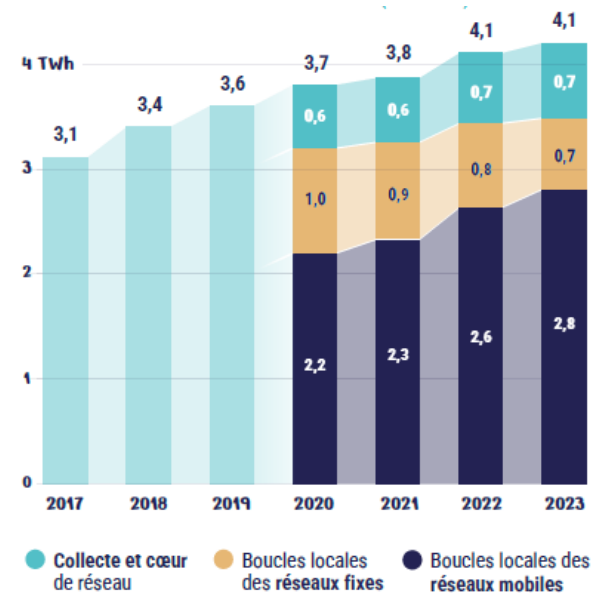
Emissions de gaz à effet de serre des opérateurs de télécoms

Scope 1 et 2 (location-based), en milliers de tonnes équ. CO₂



Consommation énergétique des réseaux

en TWh



Source : Enquête annuelle « pour un numérique soutenable - Edition 2025, Arcep ([publication](#), [open data](#))

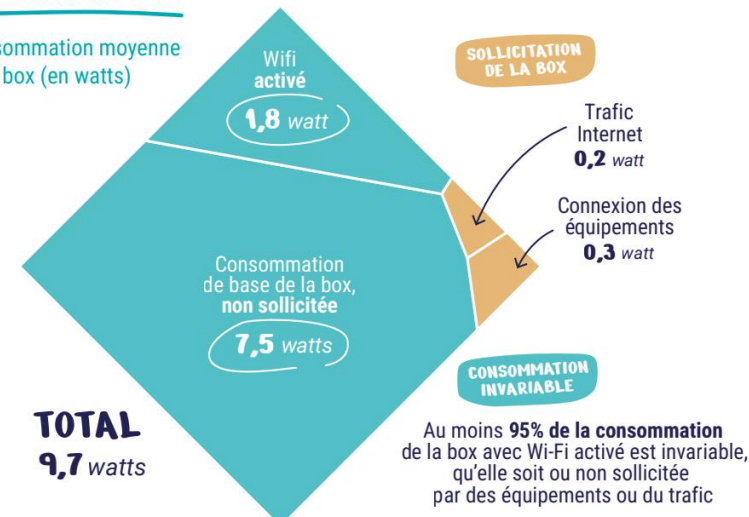
Des box et décodeurs TV énergivores : leur consommation annuelle d'électricité est cinq fois supérieure à celle des réseaux fixes

- Consommation électrique des box et décodeurs TV : 3,5 TWh en 2023, soit cinq fois plus que la consommation des réseaux fixes.
- La consommation électrique moyenne des box et décodeurs varie fortement, du simple au double, selon les modèles.
- La consommation électrique des box est peu dépendante de leur sollicitation ou de l'importance du trafic de données : 95 % de la consommation est invariable, que la box soit ou non sollicitée par l'utilisateur.

Répartition de la consommation électrique instantanée moyenne des box

Près de 95 % de la consommation d'électricité d'une box est indépendante de la durée et de l'intensité de sa sollicitation

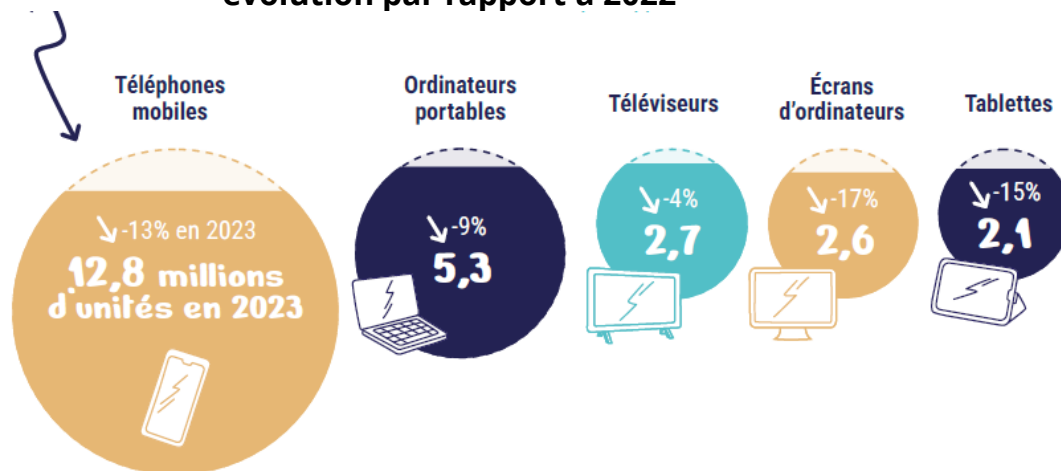
Répartition de la consommation moyenne d'électricité des box (en watts)



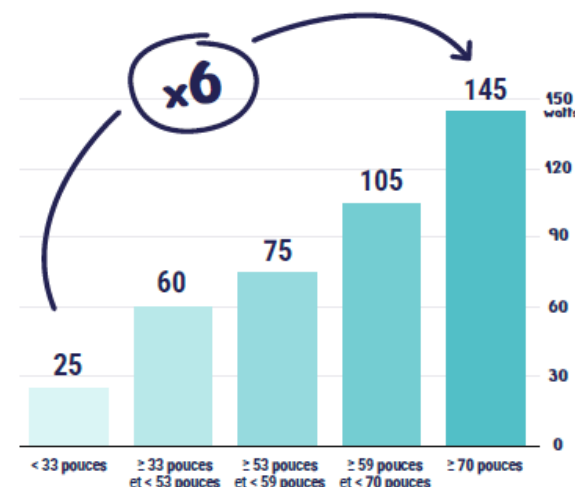
Les volumes d'équipements numériques mis sur le marché diminuent, mais les tailles d'écrans augmentent

- Le nombre d'équipements mis sur le marché par les principaux fabricants diminue fortement en 2023, quel que soit le type d'équipement. Cette baisse, qui s'explique en partie par l'inflation en 2023, devrait participer à la réduction de leur empreinte environnementale.
- Cette réduction pourrait être contrebalancée par une autre tendance : la taille des téléviseurs, des écrans d'ordinateur ou des téléphones mobiles continue d'augmenter. Or, plus l'écran est grand, plus il génère d'impacts environnementaux en phase de fabrication, comme en phase d'usage.
- Par exemple, la consommation électrique moyenne en fonctionnement d'un téléviseur de plus de 70 pouces est 6 fois plus élevée que celle d'un téléviseur de moins de 33 pouces.

Nombre d'équipements mis sur le marché en 2023 et évolution par rapport à 2022



Consommation électrique moyenne d'un téléviseur en fonctionnement en 2023

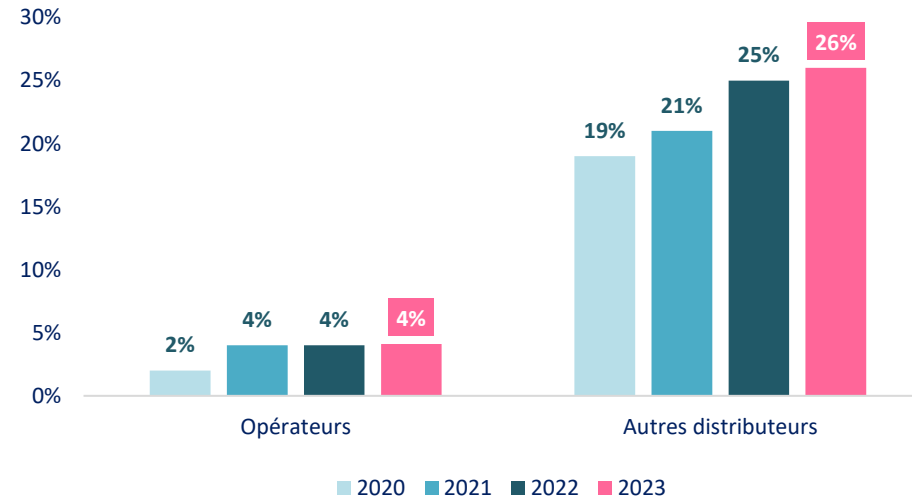


*Equipements mis sur le marché : équipements qui ont été livrés par les fabricants à des distributeurs ou des revendeurs, ou qui ont été vendus directement aux clients finals lorsque les fabricants vendent directement une partie de leur production.

La part des téléphones reconditionnés dans les ventes des opérateurs télécoms reste très faible

- Les ventes de téléphones mobiles diminuent en 2024 sur le marché français, quels que soient les distributeurs.
- La part des ventes de téléphones reconditionnés est stable chez les opérateurs ; Elles progressent encore légèrement chez les autres distributeurs.
- Seulement 4 % des ventes des opérateurs sont des téléphones reconditionnés contre 26 % chez les autres distributeurs.

Part des ventes de téléphones reconditionnés chez les opérateurs télécoms et les autres distributeurs

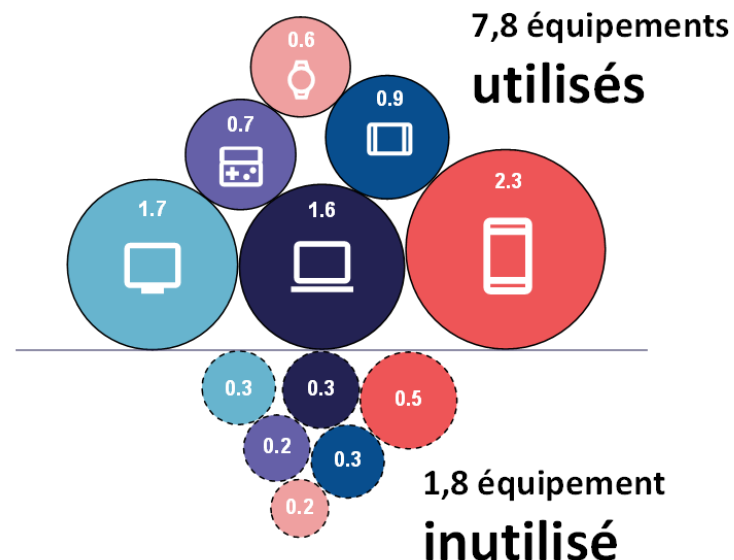


Un nombre élevé d'équipements par foyer, mais une tendance à la baisse du nombre d'écrans inutilisés

- Chaque foyer possède en moyenne 9,6 équipements numériques avec écran dont 7,8 utilisés et 1,8 inutilisé
- Le nombre d'équipements avec écran inutilisés tend à diminuer : il était de 2,4 en moyenne en 2023, soit une baisse d'environ 25 % en un an.

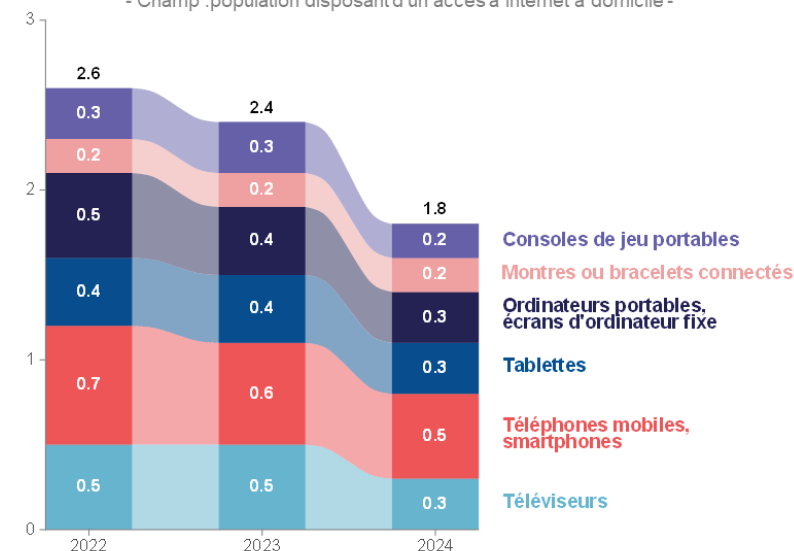
Nombre moyen d'appareils avec écran par foyer

- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile -



Nombre d'équipements avec écran inutilisés par foyer

- Champ : population disposant d'un accès à internet à domicile -

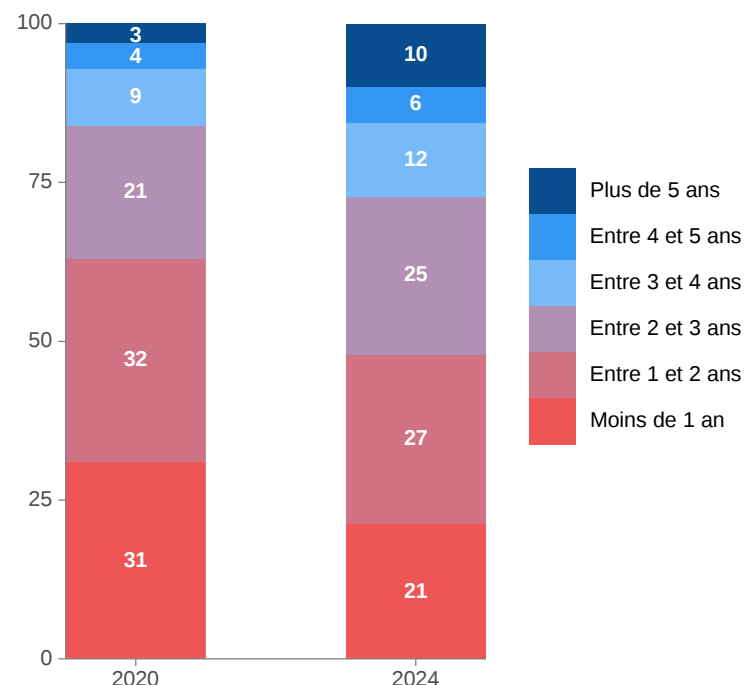


Smartphones : une durée de détention individuelle qui s'allonge

- 27 % des répondants détiennent leur smartphone depuis trois ans ou plus. Cette proportion a progressé de 11 points en quatre ans.
- La part de smartphones renouvelés bien qu'encore fonctionnels diminue de 4 points par rapport à 2020. Elle s'élève à 21 %.

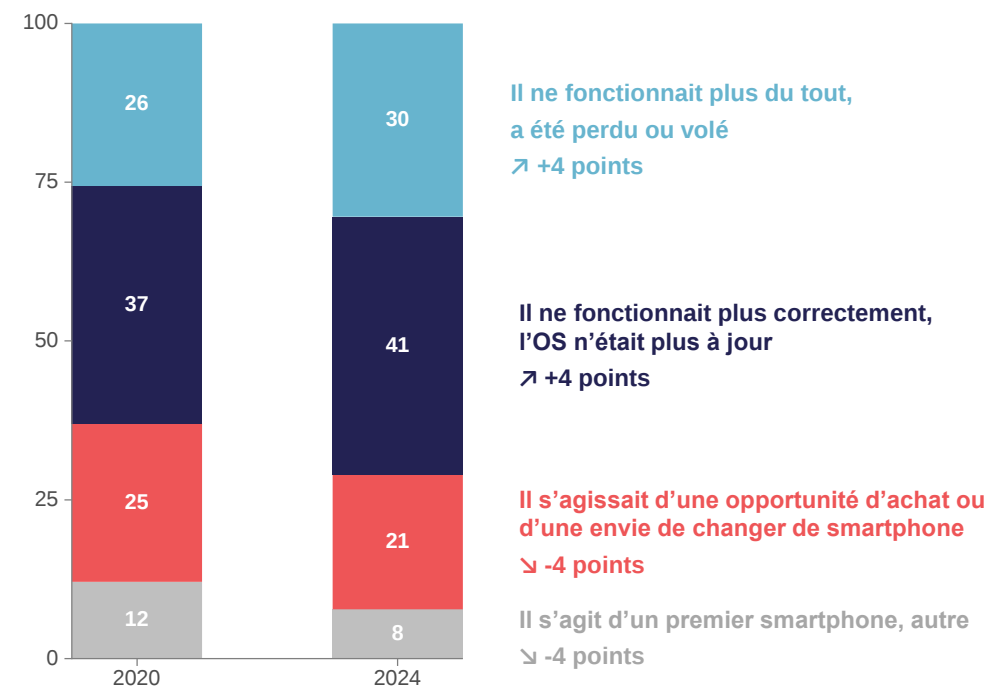
Durée de détention individuelle des smartphones

- Champ : population disposant d'un smartphone, en % -



Motifs conduisant au renouvellement des smartphones

- Champ : population disposant d'un smartphone, en % -



Les usages audiovisuels représentent en France 5,6MtCO₂ eq en 2022, soit 0,9% de l'empreinte carbone totale française

Usages audiovisuels France 2022



5,6 MtCO₂ eq

Environ

1/3 de l'empreinte carbone du numérique

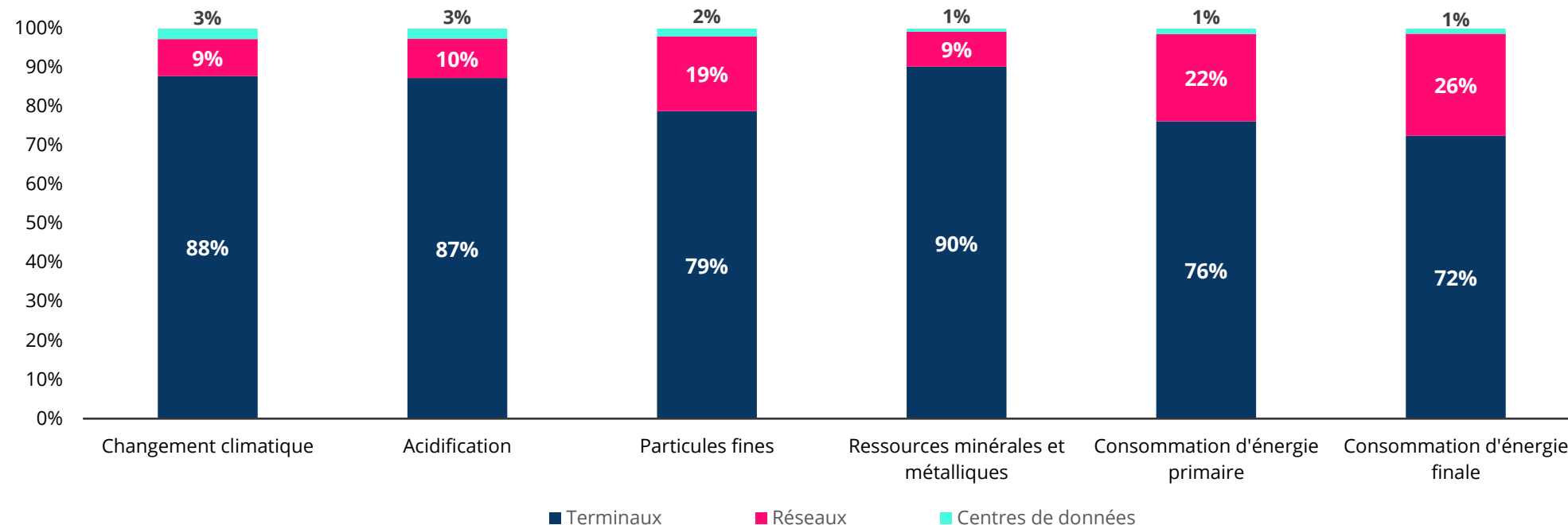
Calculée dans l'étude Arcep-ADEME en France

Équivalent à l'impact d'un parc de
4 millions de véhicules particuliers

Les terminaux sont les premiers contributeurs aux impacts environnementaux

- La figure suivante présente la décomposition des impacts environnementaux totaux selon trois catégories (terminaux*, réseaux, centres de données).
- Les terminaux sont les premiers contributeurs aux impacts de l'audiovisuel (entre 72% et 90%), suivis par les réseaux (entre 9% et 26%), puis les centres de données (entre 1% et 3%)

Décomposition de l'impact environnemental par tiers

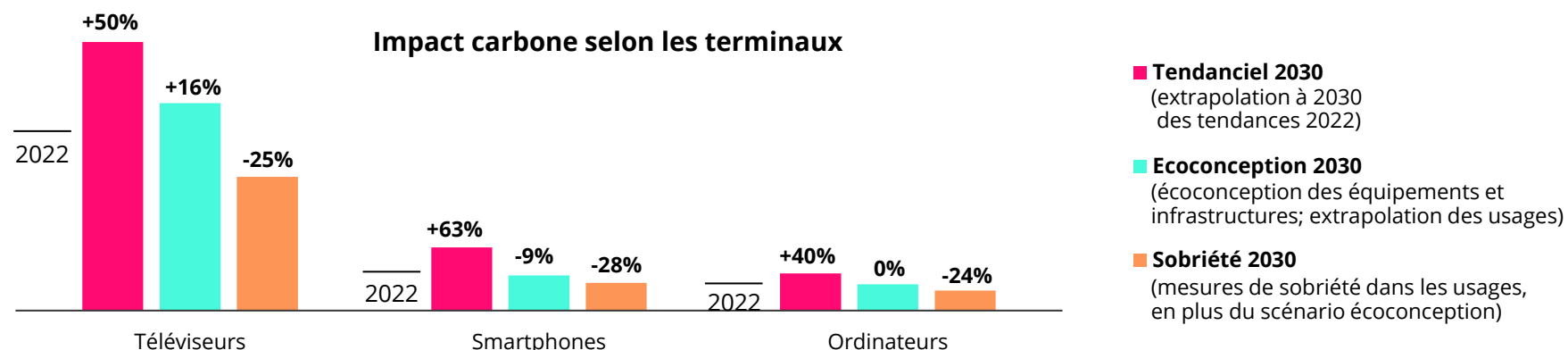
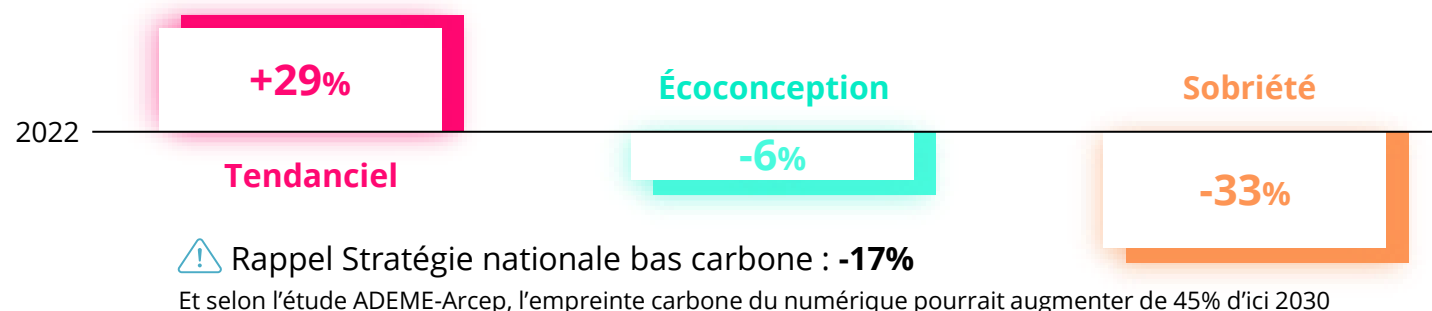


* Ordinateur, smartphone, tablette, téléviseur standard, Smart TV, vidéoprojecteur, boîtier OTT, décodeur, autoradio, transistor, chaîne Hi-Fi, enceinte connectée, enceinte audio portable
Source : Etude de l'impact environnemental des usages audiovisuels en France – octobre 2024, Arcom, Arcep, Ademe ([publication](#))

Projection à 2030 de l'impact carbone à l'échelle France des usages et des technologies de l'audiovisuel selon 3 scénarios prospectifs

Le scénario tendanciel 2030, qui extrapole à 2030 les tendances 2022, conduirait à une hausse de +29% de l'impact global des usages et technologies de l'audiovisuel. L'écoconception et l'allongement de la durée de vie des terminaux permettraient de diminuer de manière très importante leur impact carbone.

Evolution à 2030 de l'impact carbone selon les 3 scénarios prospectifs étudiés



6. Méthode et glossaire

Méthode

Les données et informations de cette édition du référentiel des usages numériques sont datées, selon les sources, de 2024 ou 2023.

Le référentiel est mis à jour chaque année afin de faire état des tendances et derniers chiffres. Il est également enrichi chaque année en fonction des thèmes d'actualité.

Les sources de données utilisées pour construire ce référentiel des usages numériques sont diverses et les données mobilisées ont été construites à partir de méthodologies multiples (sondage, collecte, estimation...). Pour permettre une vérification des méthodologies utilisées, la source de chaque chiffre est rappelée en note de bas de page. Lorsque cela est possible un lien renvoie directement vers la publication concernée. Les principales sources de données utilisées sont également rappelées à la fin de ce document.

Principales sources utilisées

Observatoire des services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements - T4 2024, Arcep ([publication](#), [open data](#), [ma connexion internet](#))

Observatoire des déploiements 5G, T4 2024, Arcep ([publication](#))

Observatoire trimestriel des services de communications électroniques, T4 2024, Arcep ([publication](#), [open data](#))

Tendances Audio-Vidéo 2025, Arcom ([publication](#))

Tendances Audio-Vidéo 2025, Equipements, Données détaillées, Arcom sur données Médiamétrie S2 2024 ([publication](#))

Baromètre du numérique – Edition 2025 ; étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep, l'Arcom, du CGE et de l'ANCT ([publication](#), [open data](#))

Rapport sur l'État d'Internet - Edition 2024, Arcep ([publication](#))

Médiamat, Médiamétrie

Global Vidéo, Médiamétrie

Global Radio, Médiamétrie,

Baromètre de la Consommation SVOD, Médiamétrie - Harris Interactive

Enquête annuelle « pour un numérique soutenable » - Edition 2025, Arcep ([publication](#), [open data](#))

Etude sur l'impact environnemental du numérique en France – analyse prospective à 2030 et 2050, ADEME et Arcep ([publication](#))

Etude de l'impact environnemental des usages audiovisuels en France – octobre 2024, Arcom, Arcep, Ademe ([publication](#))

Glossaire (1/3)

Boîtier OTT : équipement permettant de visualiser des programmes audiovisuels en direct ou à la demande selon des méthodes d'accès de type OTT (à savoir l'accès sur l'internet ouvert). Ces boîtiers peuvent également permettre de « basculer » un flux vidéo lancé sur un appareil mobile vers un téléviseur.

DEI : abréviation de « durée d'écoute individuelle ». La DEI est un indicateur d'audience pour la télévision et représente la durée d'écoute moyenne sur le téléviseur de la télévision (en linéaire et de rattrapage) de l'ensemble des individus. La DEI est généralement exprimée en minutes pour une journée ou en moyenne quotidienne.

Déploiements : le nombre de logements ou locaux à usage professionnels déclarés comme raccordables en aval du point de mutualisation (PM)

Emissions de gaz à effet de serre : quantité de carbone émise dans l'atmosphère, mesurées en équivalent CO₂. Les émissions de gaz à effet de serre sont décomposées en trois scopes qui représentent : les émissions générées directement par l'entreprise (scope 1) ; les émissions indirectes liées à la consommation d'énergie, que ce soit de l'électricité, de la chaleur ou du froid (scope 2) ; les émissions indirectes associées à l'activité de l'entreprise, en amont et en aval de son activité (scope 3).

FAI : abréviation de « Fournisseur d'Accès à Internet ».

FttH / FttO : abréviation de Fiber to the Home (Fibre jusqu'à l'abonné aussi appelée fibre optique de bout en bout)/Fiber to the office, correspond au déploiement de la fibre optique depuis le nœud de raccordement optique (lieu d'implantation des équipements de transmission de l'opérateur) jusque dans les logements ou les locaux à usage professionnel.

Glossaire (2/3)

Internet haut débit : par convention, on désigne à haut débit un accès internet offrant un débit inférieur à 30 Mbit/s. Aujourd'hui, la quasi-intégralité du territoire est couverte en haut débit : sur les réseaux en cuivre déployés au cours de la première deuxième moitié du 20^e siècle pour le téléphone fixe, un équipement progressif en DSL (digital subscriber line ou ligne d'abonné numérique) a permis la démocratisation d'internet à partir des années 2000.

Internet très haut débit : par convention, est désigné à très haut débit un accès internet offrant un débit supérieur à 30 Mbit/s. Le « très haut débit » est atteignable grâce à différentes technologies : le réseau en cuivre (lorsque le domicile de l'abonné est suffisamment proche du central téléphonique), la fibre optique avec terminaison coaxiale, certains réseaux radio, et la fibre optique de bout en bout. La fibre optique de bout en bout est néanmoins le support qui offre le plus de performance et d'évolutivité ainsi que la plus large couverture du territoire ; les réseaux en fibre optique de bout en bout se déploient rapidement, pour constituer le réseau de référence de demain.

Récepteur DAB+ : équipement permettant la réception et le traitement des signaux DAB + abréviation de « digital audio broadcasting », le « + » correspondant à une évolution de la norme mondiale de diffusion de la radio numérique terrestre (RNT). Le DAB+ est une technologie de modulation et de transmission numériques de la radio. Tout comme la TNT ou la FM, cette technologie utilise le réseau de diffusion hertzien terrestre.

SMAD : service de média audiovisuel à la demande. Conformément à l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986, « est considéré comme service de médias audiovisuels à la demande (SMAD) tout service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service ».

Glossaire (3/3)

Streaming : technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct (ou en léger différé).

Streaming audio : technique de diffusion permettant la lecture instantanée de flux audio.

Smart TV : téléviseur permettant une connexion à internet intégrée ne nécessitant pas de se raccorder au décodeur du FAI.

TV connectée : téléviseur possédant une connexion à internet intégrée (on parle alors de « *smart TV* ») ou disposant d'un accès internet indirect : via un décodeur FAI, une console de jeux vidéo, un boîtier tiers et/ou un ordinateur, auquel serait relié l'équipement.

VàDA : abréviation de « vidéo à la demande par abonnement », la VàDA est un service payant pour l'utilisateur, qui lui permet d'accéder à des contenus de type films, séries, documentaires etc.

Le pôle
numérique



Arcom

Retrouvez-nous sur :

www.arcom.fr

www.arcep.fr

25 juin 2025