



Communiqué de presse

Mai 2022

Équipement tech : Perception & Intérêt des français

13^{ème} édition du Baromètre des Usages Multi-écrans

La pandémie a rendu les français tech-addict

Le nombre de français souhaitant être constamment connectés à Internet a augmenté de 36 points en 7 ans pour atteindre 92% !

Depuis Octobre 2011, iligo analyse la perception, les usages et surtout l'évolution du rapport des français aux équipements technologiques via un volet dédié du Baromètre des Usages Multi-Ecrans.

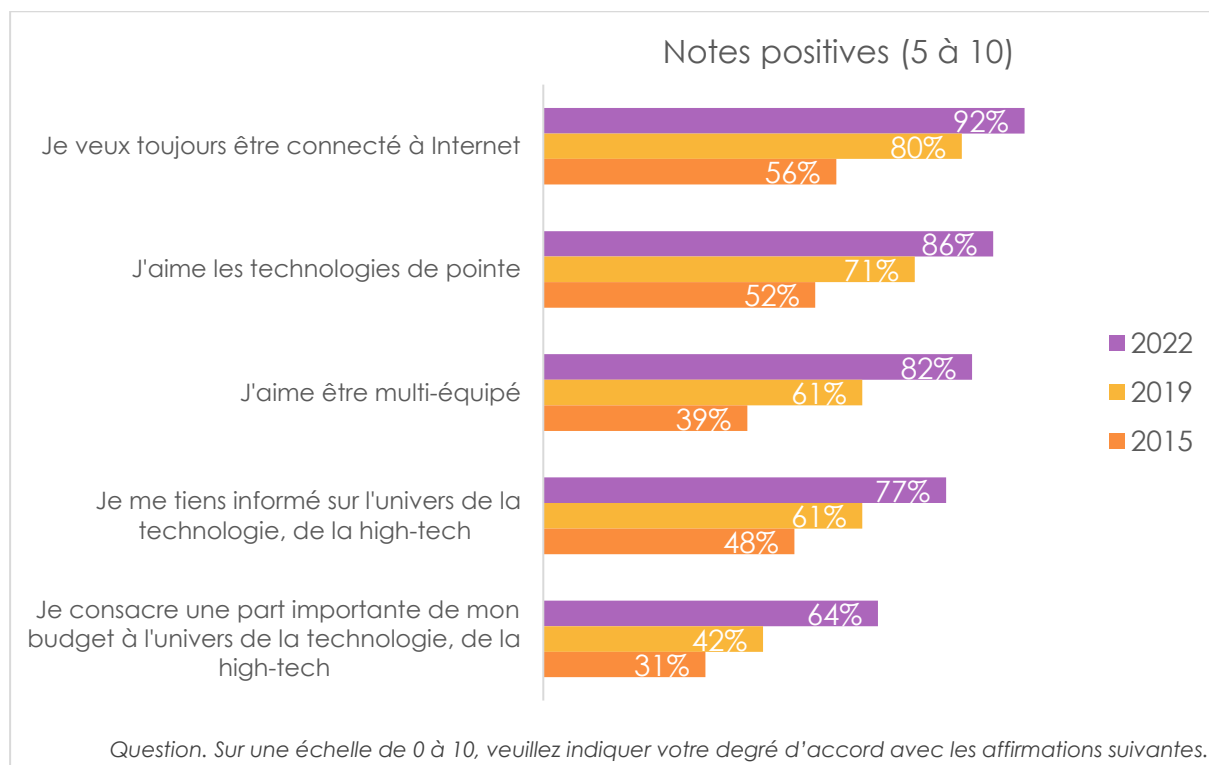
Quel intérêt les français portent-ils aux nouvelles technologies en général ? Quelle place la technologie occupe-t-elle dans leur budget ? Quelle perception des équipements tech ont-ils ? Et surtout, comment le rapport des français à la tech évolue-t-il au fil des ans ?

Cette 3^{ème} édition de la perception des français en matière d'équipement technologique est l'occasion de dresser un bilan des tendances observées.

Depuis 2015, en passant par 2019, puis par la pandémie, le nombre de tech-addict augmente continuellement

Depuis 2015, le rapport des français à la tech a beaucoup évolué, et ce dans un sens largement positif pour ce secteur économique. D'autant plus avec l'année 2020, marquée par les confinements liés au COVID19, pendant laquelle les français semblent s'être encore davantage rapprochés des écrans. Des apéros en visio au télétravail, en passant par une augmentation des achats en ligne, la tech devient indispensable dans nos modes de vie. L'usage du multimédia et d'Internet est en pleine explosion, et c'est peu dire : 92% des français déclarent vouloir toujours être connectés à Internet en 2022 (contre 56% en 2015), ils sont aussi davantage à déclarer aimer les technologies de pointe (86% en 2022 contre 52% en 2015).

Part des français en accord avec les affirmations suivantes :



Conséquence de cet enthousiasme, il est de plus en plus important pour les français de se tenir informé sur l'univers de la high-tech (77% en 2022 contre 61% en 2019 et seulement 48% en 2015). De plus, 82% d'entre eux déclarent aimer être multi-équipés, soit une progression de 21 points par rapport à 2019 et de 43 points depuis 2015 !

Face à cet intérêt et à ce besoin grandissant d'Internet et des technologies, près de 2 français sur 3 consacrent ainsi une part importante de leur budget à l'univers de la technologie et de la high tech en 2022, alors qu'ils n'étaient à peine qu'une personne sur 3 en 2015.

Dans le détail, il existe des différences entre les français dans leur rapport à la tech ; bien qu'elles aient tendance à s'estomper avec le temps.

Des différences entre homme et femme qui s'atténuent

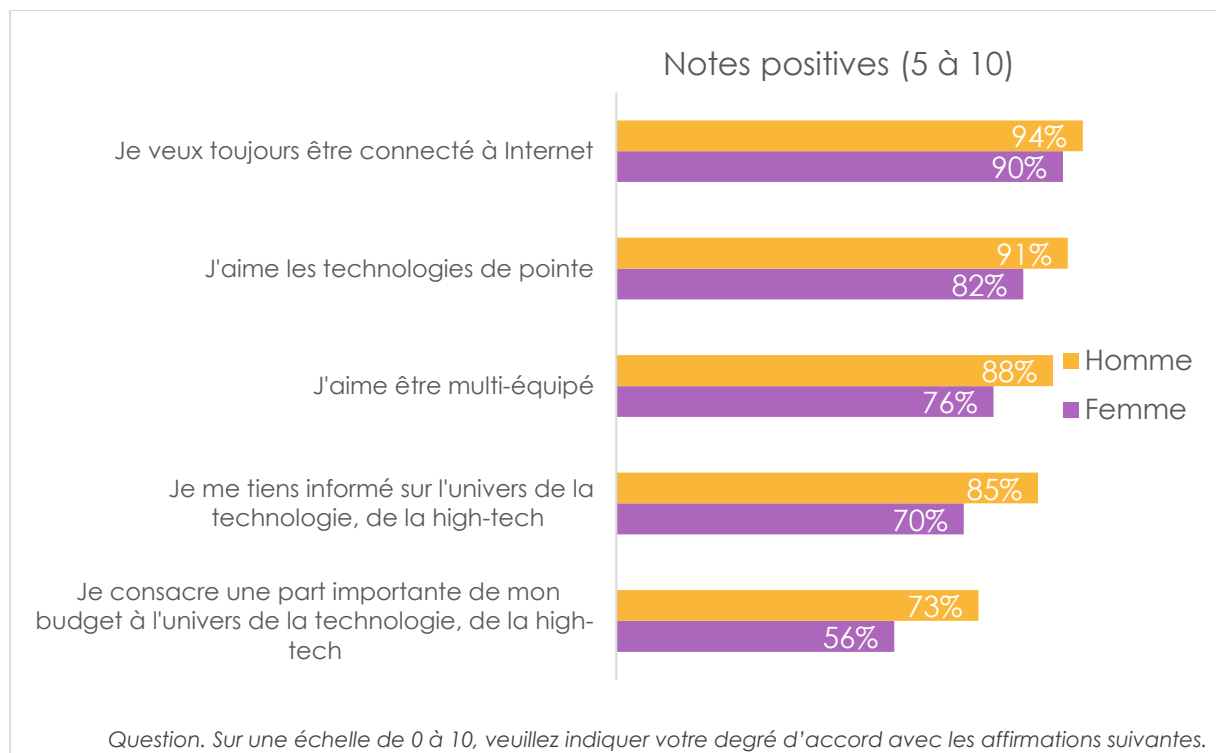
Depuis les premières mesures, le rapport des français à la tech varie en fonction du genre. Néanmoins, ces écarts tendent à se dissiper. Aujourd'hui, les femmes tout comme les hommes souhaitent être toujours connectés à Internet (respectivement 90% et 94%).

On observe ensuite quelques petites différences puisqu'elles sont 76% à aimer être multi-équipées tandis que 88% des hommes aiment l'être. Également, 70% des

françaises se tiennent informées sur cet univers tandis que 85% des hommes le font. Enfin, bien que le constat ait tendance à s'atténuer, les hommes gardent une affinité plus importante avec la tech et la high-tech : 56% des femmes y consacrent une part importante de leur budget contre 73% des hommes.

Des chiffres inférieurs, pour les françaises, à leurs homologues masculins donc, mais qui restent élevés en 2022 et en perpétuelle croissance d'une année sur l'autre.

Part des français en accord avec les affirmations suivantes en fonction du genre :



Les 50-64 ans rejoignent les plus jeunes dans la tendance tech-addict

Le rapport des français à la tech varie aussi en fonction de l'âge. Cependant, la population se rapproche des comportements des jeunes en matière de technologies, notamment parmi les plus âgés de l'échantillon (50-64 ans).

Ce qui était jusqu'à présent un phénomène propre aux jeunes devient un réel phénomène de masse. En effet, chaque année, les moins jeunes s'intéressent toujours plus aux technologies puisque dans l'ensemble, toutes les tranches d'âges veulent être connectées à Internet en permanence (entre 89% pour les plus âgés et 94% pour

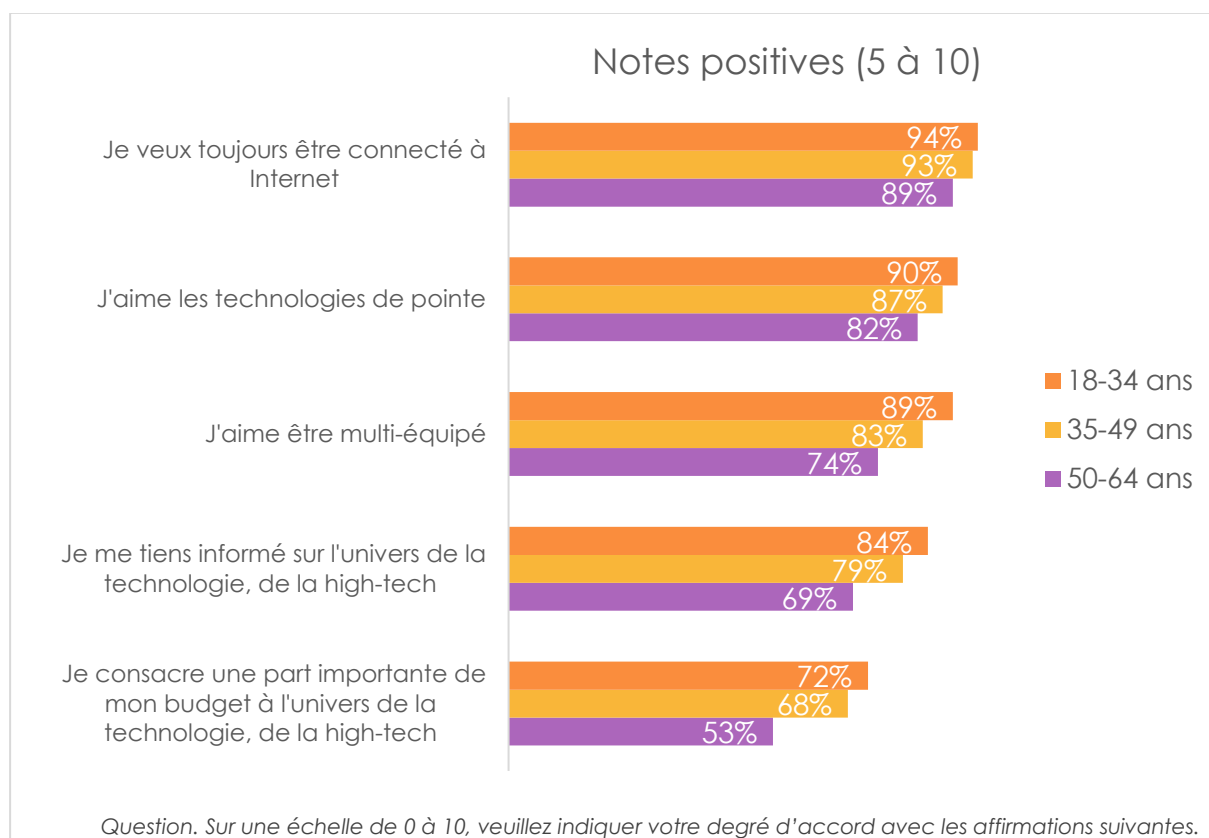
les plus jeunes) et aiment les technologies de pointe (respectivement entre 82% et 90%).

Ce sont toujours les plus jeunes qui aiment le plus être multi-équipés, qui se tiennent davantage informés sur l'univers de la tech et high-tech et qui y consacrent une part importante de leur budget. Néanmoins, les 35-49 ans ne sont jamais bien loin derrière eux avec 1 à 6 points d'écart selon les affirmations.

Les 50-64 ans se démarquent avant tout par un budget moins important consacré à la high tech et à la tech. 53% déclarent y consacrer une part importante contre 72% des 18-34 ans. Malgré tout, ce budget ne cesse de progresser chez les populations les moins jeunes.

Ainsi, nous observons au fil des vagues que les jeunes sont en avance en termes d'équipements tech et prédisent les tendances qui se généralisent ensuite à l'ensemble de la population.

Part des français en accord avec les affirmations suivantes en fonction de l'âge :



Evoluant de manière sous-jacente depuis 2015, l'usage des technologies par les français a encore changé depuis la pandémie. Ils sont plus que jamais connectés et ont besoin d'Internet dans leur vie quotidienne. Télétravail, passion pour les technologies, développement des équipements, innovations : c'est un âge d'or pour les technologies, toujours en plein essor.



Dans une thématique adjacente, notre baromètre étudiera prochainement le rapport des français aux assistants virtuels !

Méthodologie du baromètre

Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)

Un historique de 13 255 réponses réparties en 13 vagues.

Vague 13 :

Terrain réalisé du 28 février 2022 au 13 mars 2022.

1000 répondants 18-64 ans représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5.

A propos du Baromètre des Usages Multi-Ecrans

A travers ce baromètre, iligo a l'ambition d'analyser la perception, les usages mais surtout l'évolution du rapport des Français aux nouvelles technologies connectées. Le premier volet, lancé en mars 2010 s'intéressait aux tablettes. A ce premier opus, se sont ajoutés sept nouveaux baromètres : la TV Connectée, la Social TV, l'interaction entre les médias et les différents écrans, la robotique, les objets connectés, les assistants virtuels et le monde virtuel/le métavers.

A propos d'iligo

iligo est une **agence d'études** dédiée à la **compréhension des comportements de consommation et à la mesure des leviers marketing**.

- Agence, car l'**apport en conseil**, notamment d'un point de vue stratégique, est une composante des missions d'iligo.
- Etudes, car il s'agit de produire des **recommandations opérationnelles** en s'appuyant sur des données fiables, des observations quantitatives, qualitatives, passives ou hybrides. Mais la donnée n'est qu'un moyen pas une fin en soi.

iligo est particulièrement reconnue dans le domaine de l'**innovation**.

- Seule agence d'études présente dans le classement des **500 premières entreprises de la Tech française** (source : Frenchweb éditions 2017 et 2018)
- Agence d'étude la plus primée lors des Trophées Etudes & Innovations 2016 2017, 2018, 2019 & 2021, notamment pour des protocoles avec Google, Twitter, Publicis, etc... (source : Offre Media/Syntec Etudes)



Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Clément FOUCHIER

01 85 08 70 83

Clement.fouchier@iligo.fr