



**GOUVERNEMENT**

Liberté  
Égalité  
Fraternité

Mission interministérielle  
de lutte contre les drogues  
et les conduites addictives

## ANALYSE

Le 05 octobre 2023

### Les Français « addicts » à leurs écrans ?

## Publication des résultats de la troisième édition du Baromètre MILDECA/Harris Interactive sur les usages d'écrans et les problématiques associées

Afin de mieux comprendre les usages numériques des Français de plus de 15 ans et d'identifier ceux qui pourraient s'avérer problématiques, la MILDECA a conçu avec Harris Interactive le Baromètre annuel sur les usages d'écrans. Pour la troisième année consécutive, l'édition 2023 propose un panorama complet de ces usages et de leurs évolutions, afin d'accompagner la conception de politiques de prévention adaptées et basées sur des indicateurs objectifs.

Les résultats de cette troisième édition confirment la généralisation des usages numériques par les Français et la stabilité des comportements depuis 3 ans. Ils mettent également en lumière l'émergence d'usages intensifs notamment chez les plus jeunes, et permettent de quantifier certains comportements potentiellement problématiques se rapprochant de conduites addictives.

**Cette édition confirme que les jeunes semblent moins bien maîtriser leurs usages des écrans que leurs aînés, notamment en ce qui concerne les jeux vidéo et le visionnage de contenus tous publics en ligne.**

### Des usages stables entre 2021 et 2023 qui confirment que les pratiques numériques sont très présentes chez tous les Français, notamment chez les jeunes (15-24 ans).

En 2023, la grande majorité des Français utilisent le numérique pour de nombreuses activités : communication personnelle (93%) ou professionnelle (84%), achats en ligne (92%), recherche d'informations (81%), visionnage de vidéos (85%), et dans une moindre mesure, pratique des jeux vidéos (64%).

**Ces usages apparaissent stables depuis 3 ans**, bien que l'on note une légère diminution des activités de communication liées au travail et aux études (- 4 points) ainsi que de visionnage de vidéos avec des contenus interdits pour mineurs (- 4 points).

**La seule hausse significative concerne les jeux d'argent et de hasard (JAH) qui progressent de 7 points entre 2021 et 2023** avec plus de la moitié des Français (56%) déclarant s'y adonner en 2023. Les jeux vidéo progressent de 3 points entre 2021 et 2023.

Questionnés pour la première fois dans cette édition 2023, **3 joueurs de jeux vidéo sur 10 déclarent avoir déjà réalisé des microtransactions** (c'est à dire l'achat d'éléments supplémentaires à faible coût, comme des cartes, des skins - personnalisation d'équipement virtuels -, des armes, etc. pour progresser plus facilement le jeu) ; 7% d'entre-eux déclarent en faire souvent.

### Des usages intensifs relativement stables chez le Français entre 2021 et 2023 et toujours plus

## **fréquents chez les jeunes.**

Les usages quotidiens intensifs (plus de 4h par jour) concernent principalement les achats en ligne (18%), les jeux vidéo (16%), les jeux d'argent et de hasard (12%) et le visionnage de vidéos (11%) qui progressent légèrement depuis 2021.

## **Des activités en ligne qui restent différenciées selon les âges et, dans une moindre mesure, selon les catégories socioprofessionnelles**

A l'identique des éditions de 2021 et de 2022, **les usages numériques se différencient dans leurs objectifs et leur intensité selon l'âge** : si globalement les Français cherchent d'abord à se divertir (40%), à s'informer (30%) et à gérer des démarches administratives ou d'achat (14%), les plus jeunes recherchent avant tout du divertissement et les plus âgés de l'information. Il est à noter que les différences observées s'opèrent entre les moins de 50 ans et leurs aînés.

**Les plus jeunes déclarent passer plus de temps à réaliser chacune de ces activités que leurs aînés. Cette tendance est particulièrement marquée pour les jeux vidéos et les contenus vidéos tous publics** qui sont deux fois plus nombreux chez les 15-24 ans que chez les autres.

Les catégories socioprofessionnelles supérieures déclarent des usages numériques plus fréquents que les autres, à l'exception des **usages intensifs d'achats en ligne et de jeux d'argent et de hasard**, davantage susceptibles d'exposer à des difficultés financières et relationnelles, qui **sont plus fréquents parmi les catégories socioprofessionnelles inférieures.**

## **Des comportements numériques se rapprochant des conduites addictives se développent, notamment chez les 15-25 ans.**

Comme observé depuis 2021, **les Français déclarent en grande majorité passer plus de temps que prévu pour des activités ludiques (90% pour le visionnage de vidéos et 76% pour les jeux vidéos), ou encore pour travailler (77%).** Cette tendance s'observe particulièrement chez les jeunes, surtout en ce qui concerne le jeu, le visionnage de vidéos et la communication (notamment via les réseaux sociaux).

La moitié des personnes interrogées continuent leurs activités numériques (communication, visionnage, information) au moment du coucher et un tiers pendant le repas. Ici encore, les écarts entre les jeunes et les plus âgés sont très nets : ainsi 82% des 15-24 ans déclarent regarder des vidéos au moment du coucher contre 16% des 65-75 ans.

**Un Français sur deux déclare qu'il lui arrive de reporter certaines de ses obligations professionnelles, scolaires ou privées en raison de ces activités.** Sur ce point aussi, les jeunes et les activités de loisir (jeu vidéo et consultation de vidéos en ligne) sont particulièrement concernés.

A l'identique des éditions de 2021 et 2022, **environ un tiers des répondants reconnaît avoir une pratique excessive des écrans** : c'est notamment le cas des plus jeunes en ce qui concerne le visionnage de vidéos en ligne (62% des 15-25 ans). **La moitié des répondants déclarent ne pas parvenir à diminuer ou arrêter leurs activités numériques alors qu'ils le souhaiteraient.**

## **Un ressenti émotionnel contrasté selon les activités numériques exercées**

Les Français déclarent, de façon assez stable depuis 3 ans, ressentir des émotions majoritairement positives devant leurs écrans, notamment en ce qui concerne les activités de loisir pour deux tiers des répondants. Toutefois, l'anxiété et le stress sont ressenties par un quart des Français, notamment dans le cadre du travail en ligne qui cristallise majoritairement les émotions négatives (42%).

## Des influences qui auraient peu d'impact sur les pratiques des Français sauf en ce qui concerne les JAH et le vapotage

Interrogés pour la première fois en 2023, plus de la moitié des Français estime que les influenceurs n'incitent ni ne dissuadent des conduites addictives. Ils sont néanmoins plus nombreux à déclarer que les influenceurs incitent, plutôt que dissuadent, aux paris sportifs (28%) et au vapotage (22%).

## Des conduites addictives et défavorables à la santé de plus en plus courantes

Plus d'un quart des répondants déclarent consommer plus de confiseries, sodas et snacks pendant ses activités numériques. De plus, les répondants déclarent aussi consommer davantage de tabac et d'alcool (respectivement pour 10 et pour 8% d'entre eux) devant leurs écrans. S'il s'agit pour ces derniers de chiffres stables, on observe quant au snacking (grignotage) une augmentation notable (57% des 15-24 ans en 2023 contre 41% en 2021). Si ce résultat est à appréhender avec une grande précaution compte-tenu de la taille de l'échantillon, 2% des répondants déclarent consommer plus de drogues (cannabis, cocaïne, etc) durant leurs activités numériques.

### Contexte de l'étude : comprendre les usages pour mieux prévenir les risques

Les enjeux de santé liés aux usages numériques, notamment ceux dits problématiques sont encore assez peu documentés. Ce manque de données rend difficile l'identification des enjeux prioritaires de recherche sur le sujet et peut ralentir la mise en œuvre de politiques publiques coordonnées de prévention et d'accompagnement en la matière.

Ainsi, la MILDECA a mis en place un baromètre annuel, visant à :

- évaluer la répartition générale des habitudes numériques des Français ;
- déterminer la fréquence des usages considérés comme potentiellement problématiques ;
- quantifier les conduites à risque associées aux usages numériques (snacking, consommations de tabac, d'alcool, de cannabis ou d'autres drogues illicites) ;
- identifier les familles d'usages et les profils les plus à risque, afin de mettre en place des stratégies de prévention adaptées.

Commandité à Harris Interactive, élaboré avec le concours d'experts du monde universitaire, ce baromètre permet de suivre l'évolution des indicateurs au fil du temps et de quantifier plus finement certains phénomènes, y compris émergents, qui peuvent constituer un risque pour la santé ou le bien-être des usagers de plus de 15 ans.

La reconnaissance de ces usages (que ce soit en termes de temps passé ou d'activité effectuée) fait aujourd'hui l'objet d'un consensus scientifique. Ces conséquences peuvent se traduire par des effets délétères à plusieurs niveaux :

- physiologique - syndrome de l'œil sec, trouble musculo-squelettique, obésité, myopie, dégradation de la qualité du sommeil, etc. ;
- psychologique et psychique : isolement, perte de confiance en soi, dépression, etc. ;
- en termes de qualité de vie : équilibre vie privée/vie professionnelle, endettement, etc. ;
- retard du développement cognitif de l'enfant.

### Méthodologie et limites

Réalisée par Harris Interactive, cette enquête a été effectuée en ligne du 23 au 30 juin 2023 auprès d'un échantillon de 2063 répondants, représentatif des Français âgés de 15 à 75 ans. L'élaboration du questionnaire a bénéficié du soutien d'experts issus du monde universitaire et institutionnel et reconnu dans le domaine des conduites addictives et problématiques des écrans.

Certains résultats sont cependant à appréhender avec une certaine prudence, différents biais pouvant subsister (notamment sur l'exatititude de la perception de la durée de leurs propres usages des écrans par les répondants). Les évolutions observables lors des prochaines éditions de ce baromètre permettront d'identifier les tendances sur les usages des écrans par les Français.