



Building a better working world

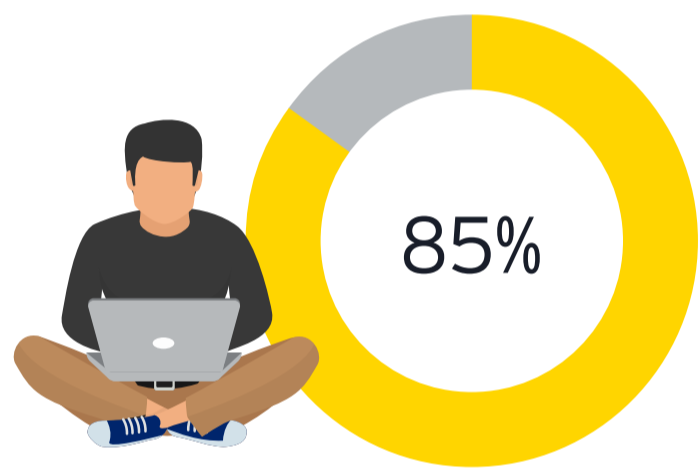


Baromètre de la consommation numérique 2023

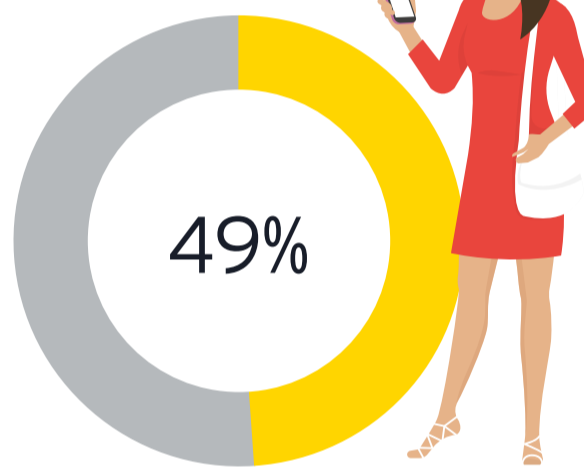
La consommation numérique est-elle immunisée contre l'inflation ?

Face aux nouvelles habitudes de consommation numérique issues de la crise sanitaire, les consommateurs doivent désormais faire face à l'impact de l'inflation et se replient sur les besoins en connectivité et en contenu en établissant des priorités. EY a interrogé plus de 2 500 ménages français pour analyser les attitudes des consommateurs à l'égard de la technologie, des médias et des télécoms.

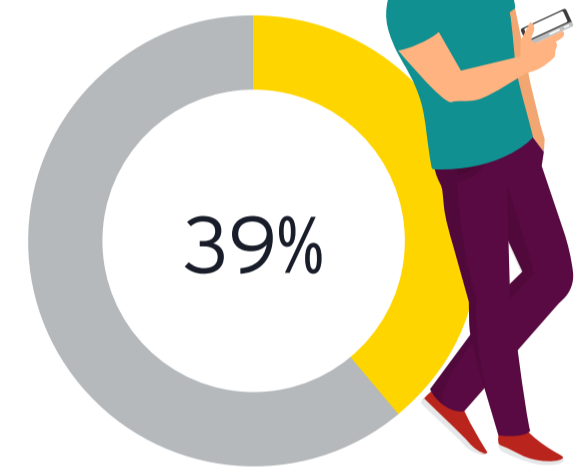
Moins d'1 ménage français sur 5 réduit ses dépenses en technologie, connectivité et contenu malgré la crise.



Plus de **85%** des ménages français n'ont pas réduit leurs dépenses, que ce soit pour le mobile, le fixe ou les plateformes de contenu.

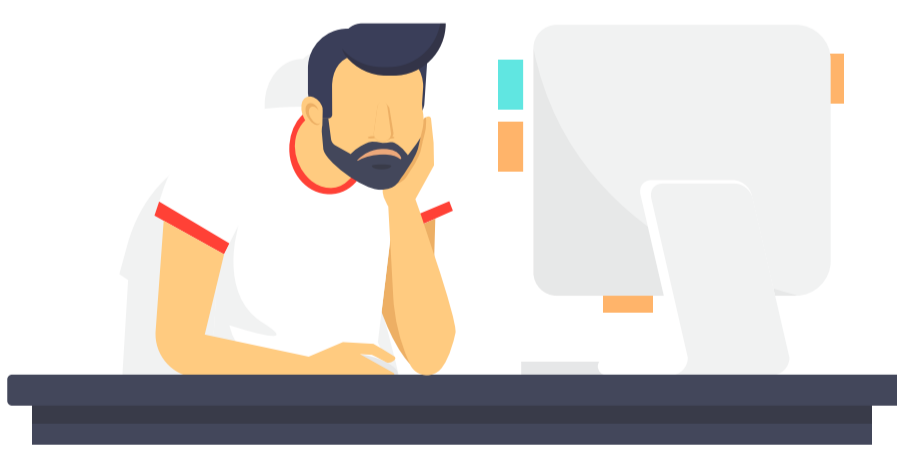


49% des consommateurs sont à la recherche de meilleures offres commerciales, ce qui est 7 points en dessous de la moyenne globale.

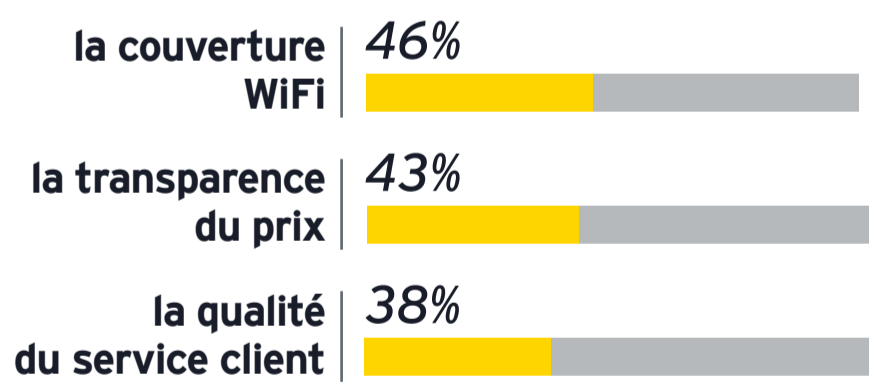


Seulement **39%** des consommateurs considèrent payer trop cher pour du contenu qu'ils ne consomment pas, alors que ce ratio est de 50% dans le reste du monde.

La fiabilité du réseau est la **priorité numéro un** des clients



Les **3 premiers critères de sélection** d'un opérateur fixe sont :



39% des répondants estiment que le **débit promis par les opérateurs n'est pas respecté.**

1/3 des consommateurs estiment qu'il est **difficile de résoudre des problèmes** de performance réseau.

Lassitude des consommateurs : les inconvénients de la demande de streaming



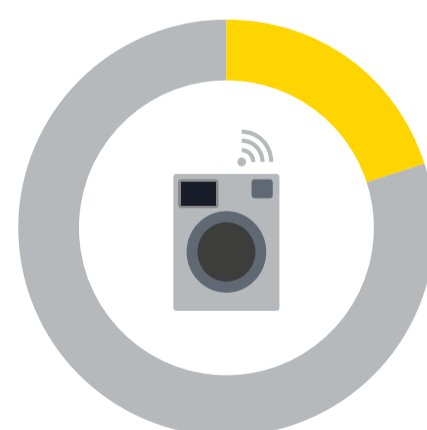
51 % des ménages français estiment qu'il y a **trop de choix parmi les plateformes de streaming.**



35% des répondants seraient **prêts à payer plus cher** pour utiliser une plateforme unique qui combinerait les contenus recherchés.



Le **manque de confiance** et de **simplicité** limite l'adoption des objets connectés



La pénétration des objets connectés est **inférieure à 20%** dans les foyers français.



64% des consommateurs français ont pour **crainte principale l'intrusion par des hackers** de leurs objets connectés et pour 57%, que leurs données personnelles soient volées.



Méthodologie

Étude annuelle via une enquête en ligne menée auprès de plus de 21 000 ménages dans huit pays dont 2 500 français (Canada, Allemagne, Italie, Espagne, Suède, Royaume-Uni et États-Unis). L'enquête de cette année a été menée en mars et avril 2023.