

Les Français et le numérique

Sondage *Harris Interactive* pour Débats publics

Enquête réalisée en ligne du 3 au 5 juin 2014. Echantillon de 1006 individus représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

*_**

A la demande des Editions « Débats Publics » et à l'occasion de la parution de l'essai « L'été numérique » de Thierry Jadot, Harris interactive a réalisé **une enquête auprès d'un échantillon représentatif de Français concernant leur regard sur le numérique**. De manière générale, comment les Français jugent-ils les avancées du numérique et des nouvelles technologies dans leur vie quotidienne ? Quels avantages et quels risques associent-ils à ces derniers ? Dans quelle mesure le numérique et les nouvelles technologies agissent-ils sur les « façons d'être » des Français ? Quels en sont les effets dans le milieu professionnel ?

Quels sont les principaux enseignements de cette étude ?

- Invités à décrire le numérique et les nouvelles technologies avec leurs propres mots, les Français mobilisent spontanément des termes renvoyant à des évocations positives : « **rapidité** », « **progrès** » voire « **avenir** ». Les Français citent également des **outils numériques** physiques tels que « **l'ordinateur** » ou la « **tablette** », ou dématérialisés comme « **Internet** ».
- Les Français **accordent une place importante au numérique et aux nouvelles technologies dans leur vie quotidienne**, mais **semblent néanmoins en percevoir certaines limites**. En effet, plus de 8 Français sur 10 estiment que les **nouvelles technologies sont devenues « indispensables » (84%)** et qu'elles **« améliorent leur vie quotidienne » (87%)**. Cette **appréhension positive à l'égard des nouvelles technologies est transgénérationnelle** puisqu'elle est à la fois partagée à la fois par les **15-24 ans (94%)** que par les **65 ans et plus (87%)**. Cependant, **84% des Français** considèrent que les nouvelles technologies **« menacent la sécurité des données personnelles »** et pour **59%** d'entre eux, elles **contribuent à dégrader les relations humaines**, jugements notamment partagés respectivement par

95% et 73% d'ouvriers. Enfin, **9 Français sur 10** estiment que les **plus grandes évolutions numériques et technologiques restent à venir.** Les personnes âgées **d'au moins 65 ans** avancent particulièrement cette idée (**97%**).

- Sur les **bénéfices** que peuvent engendrer les nouvelles technologies, on observe à la fois des **spécificités** selon l'**âge** et la **position sociale**. Les Français estiment que les nouvelles technologies peuvent engendrer des **impacts positifs**, car elles contribuent à leur « **ouverture d'esprit** » et à les rendre « **efficaces** » (**78%** dans les deux cas), mais aussi à « **faciliter les relations et la communication avec leur entourage** » (**64%**). Ces deux derniers effets sont notamment partagés par **les plus diplômés** (respectivement **82%** et **70%** des personnes ayant un **niveau de diplôme supérieur à Bac+2**). Notons que les **effets socialisateurs** que peuvent générer les **nouvelles technologies** sont accueillis **positivement** par les **personnes âgées** et par celles les plus exposées **confrontées à des situations de solitude** : **86% des personnes de plus de 65 ans** indiquent que les nouvelles technologies contribuent à leur **ouverture d'esprit** et **70%** à la **facilitation de la communication avec leur entourage**, position qui se retrouve également chez **67% des personnes vivant seules**. Cependant, les nouvelles technologies peuvent se révéler une source **d'angoisse** et de « **marginalisation** » pour **3 Français sur 10**, et plus particulièrement chez les catégories **modestes** et **défavorisées socialement**, c'est-à-dire chez celles qui ont **un accès**, notamment financier, le **plus difficile** aux **nouvelles technologies**. De plus, **38% des** jeunes déclarent que les nouvelles technologies contribuent à les rendre **anxieux**.
- Pour les salariés français, l'impact du numérique et des nouvelles technologies dans le milieu du travail est **d'abord ressenti** dans les **manières quotidiennes de travailler**, davantage que dans la nature des relations entretenues avec les dirigeants. Selon les salariés, les nouvelles technologies permettent une plus grande « **souplesse dans l'organisation quotidienne** » (**64%**), et favorisent les « **interactions et le travail collaboratif** » au **sein d'une équipe** (**62%**). Ces **deux bénéfices** retirés du numérique et des nouvelles technologies sont notamment évoqués par les membres des catégories supérieures (**71% et 68% respectivement**). De plus, la moitié des salariés déclare que les **nouvelles technologies les incitent à être plus créatifs** (**52%**), particulièrement chez les salariés de la **région parisienne** (**62%**). Néanmoins les **nouvelles technologies affectent** pour seulement **un tiers des salariés** la **nature** et la **qualité des rapports hiérarchiques** : pour **36% des salariés** elles contribuent à **modifier positivement les rapports hiérarchiques**, et pour **31%** à **changer positivement le comportement de leurs dirigeants**.

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe – 39 rue Crozatier – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr