

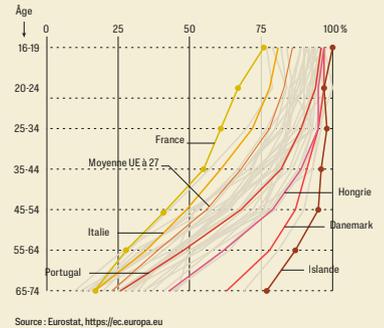


# LE NUMÉRIQUE EN PRATIQUES

D'après l'Atlas du numérique, Dominique Cardon, Sylvain Parasio et Donato Ricci (dir.), Atelier de cartographie de Sciences Po, Presses de Sciences Po, 2023.

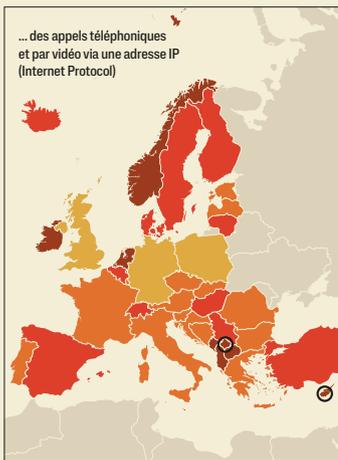
Les pratiques numériques dépendent principalement du niveau d'éducation et de revenus des individus, selon ces graphiques centrés sur l'Europe et la France. L'âge joue aussi: les jeunes utilisent plus les réseaux sociaux que leurs aînés parce que la communication entre pairs est cruciale pour eux. Quant aux disparités de genre, elles se manifestent surtout dans la création de contenus. Sur YouTube en France, par exemple, les femmes sont rares au palmarès des chaînes les plus populaires, elles se limitent à certaines thématiques et en tirent des revenus moindres. L'un de leurs freins est la crainte du harcèlement, très présent dans les domaines du jeu vidéo et de la science.

Utilisation des réseaux sociaux par les Européens selon les âges, 2021



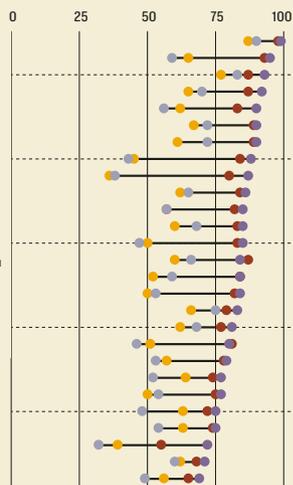
## DEUX EXEMPLES DE PRATIQUE D'INTERNET EN EUROPE

Part de la population totale qui utilise en 2021...



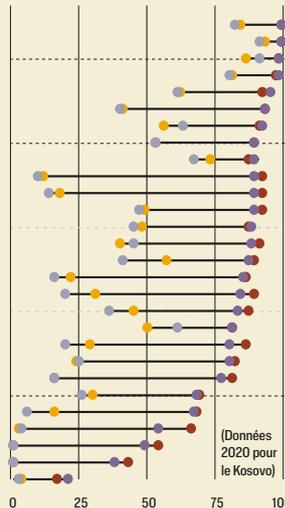
\* Selon la classification internationale type de l'éducation (CITE 2011), le niveau d'éducation faible correspond, au plus, à la dernière année du collège. Le niveau élevé correspond à l'enseignement supérieur (niveau supérieur ou égal au baccalauréat ou à son équivalent).

Part des internautes selon leur genre et leur niveau d'études, 2021



\*\* Pour chaque État, les données sont triées et regroupées en 4 classes, selon les quartiles. On trouve ainsi 25% des ménages dans chaque classe.

Part des internautes selon le revenu des ménages, 2020



(Données 2019 pour la France)

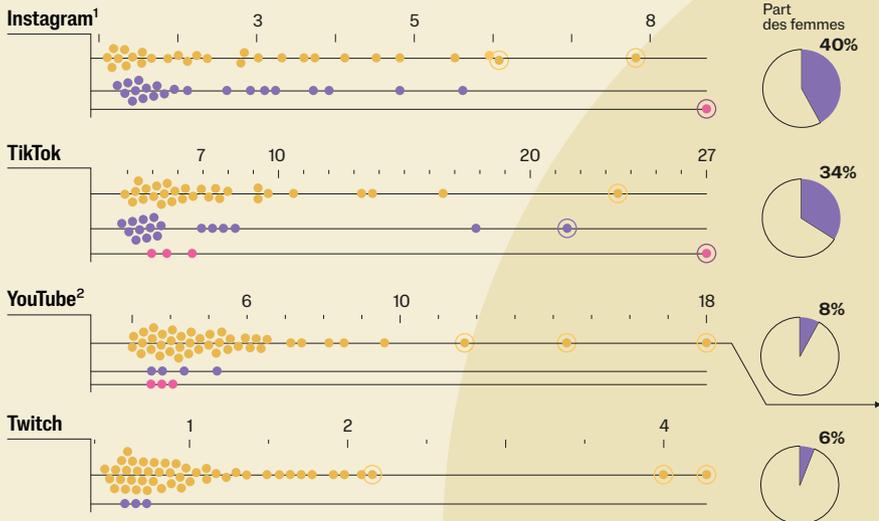


## RÉPARTITION FEMMES/HOMMES DE L'AUDIENCE DES 50 PREMIÈRES CHAÎNES EN FRANCE

### Audience en millions d'abonnés

Situation en juin 2023 sur les quatre principales plateformes

Un point représente une chaîne : ● Homme ● Femme ● Mixte (Les trois premiers sont entourés)



- Hors comptes des marques et des sportifs
- Hors chaînes de musique, de dessins animés, de marques et de replay

Sources : compilation des données et base de données (1 900 chaînes YouTube) élaborée par Emma Gauthier (LISIS, Université Gustave Eiffel)  
© Atelier de cartographie/Presses de Sciences Po, juillet 2023

## PRODUCTIONS FRANÇAISES EN FRANCE

### 1<sup>er</sup> film

en 2022, Simone, le voyage du siècle, d'Olivier Dahan

2,5 millions d'entrées dans les salles

### 1<sup>re</sup> audience

télévisée en 2022, un épisode de HPI sur TF1

10,9 millions de vues

### Visiteurs par jour

sur YouTube

18 millions en moyenne

1<sup>er</sup> YouTubeur français, Squeezie (divertissement)

18 millions d'abonnés

1<sup>er</sup> YouTubeur dans le monde Mr. Beast (États-Unis)

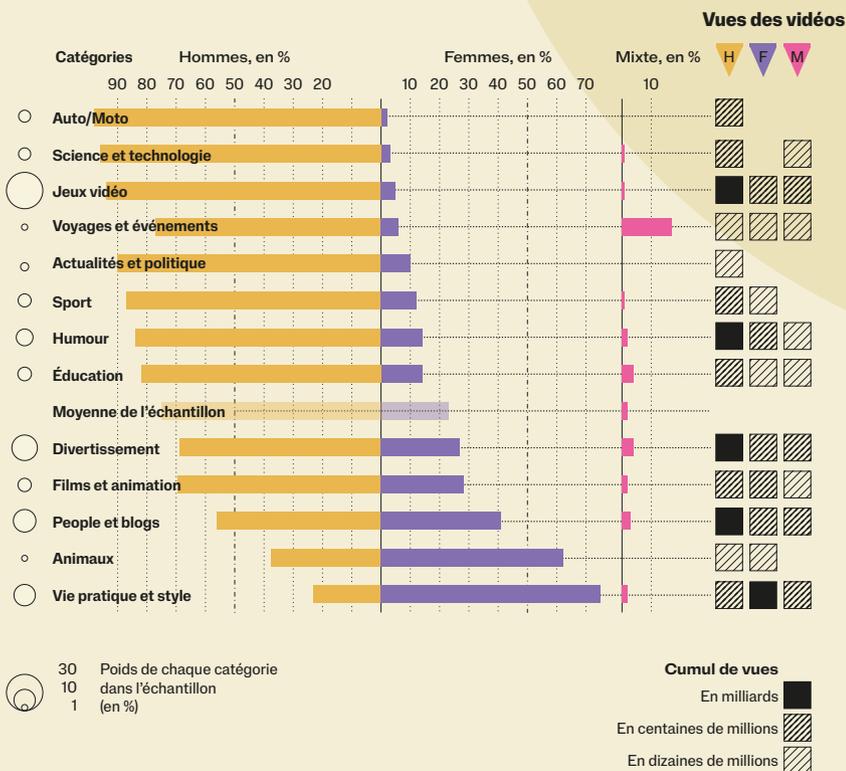
179 millions d'abonnés

(Cercle en fond) Vidéo la plus vue sur YouTube Baby Shark (comptine pour enfants)

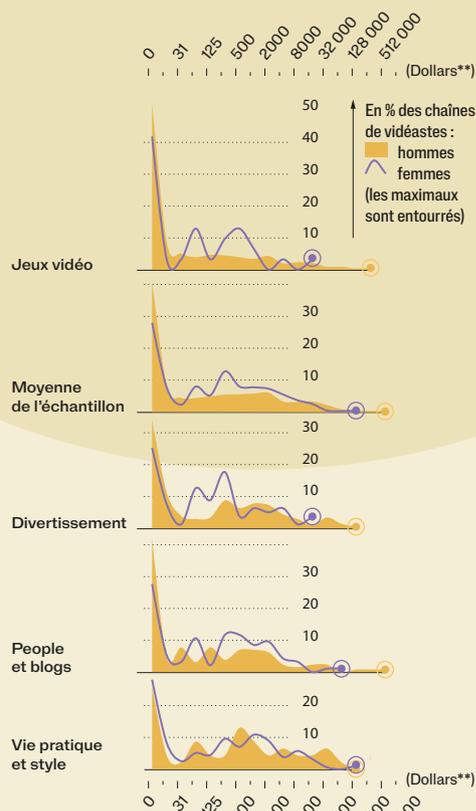
13 milliards de vues dans le monde depuis 2015

## GENRE, NOTORIÉTÉ ET REVENUS DES YOUTUBEURS FRANÇAIS

À partir d'un échantillon aléatoire de 1 900 chaînes YouTube, parmi les 30 000 chaînes françaises comptant plus de 1 000 abonnés selon l'agence Wizeo. Seules les chaînes personnelles sont comptabilisées (les chaînes de musique ou de marques sont exclues).



## VENTILATION PAR CLASSE DE REVENUS\*



\*Revenus générés, entre septembre 2020 et février 2022, par la monétisation des vues des vidéos (estimés par Wizeo).  
 \*\*Échelle logarithmique de base 2.