



Orange dévoile les résultats de la seconde édition de l'Observatoire des usages du digital confiée à Opinion Way

En partenariat avec Opinion Way, l'Observatoire créé par Orange en 2018 a pour objectif de mieux connaître les pratiques connectées des Français et de les mettre ainsi en perspective avec d'autres pays.

Un observatoire d'une ampleur inédite

Cette enquête confiée Opinion Way est d'une ampleur inédite, avec plus de 11 800 personnes interrogées dans neuf¹ pays dans le monde. Dans tous les pays couverts par l'étude, une majorité des utilisateurs du numérique se déclarent aujourd'hui incapables de vivre sans smartphone (60% en moyenne). A l'inverse, les réseaux sociaux apparaissent de plus en plus superflus : 75% des utilisateurs digitaux français et espagnols pourraient s'en passer, 82% des américains.

Cette année, Orange a choisi d'aborder des sujets au cœur des préoccupations liées à cette transformation profonde : la confiance, la dépendance et la déconnexion, l'e-inclusion, la citoyenneté et les impacts environnementaux.

Quelques enseignements majeurs pour cette nouvelle édition :

1. **Le numérique est installé dans la vie quotidienne** dans tous les pays participants à l'étude. L'étude démontre clairement que les outils digitaux sont devenus indispensables avec 67% en moyenne des personnes interrogées déclarent qu'ils ne peuvent vivre sans internet et 61% en moyenne des personnes interrogées ne peuvent vivre sans leur smartphone.
2. Cette forme de maturité se traduit par une **prise de conscience accrue des risques** : environ une personne sur deux ne fait pas confiance aux réseaux sociaux. Il est cependant observé que le digital apporte tellement de bénéfices à ses utilisateurs qu'ils surpassent ces craintes.
3. L'usage intense du digital provoque un **besoin croissant de déconnexion**, même ponctuel : plus de 8 personnes sur 10 ont besoin de se déconnecter. Paradoxalement les individus ont du mal à concrétiser cette aspiration.
4. Demain, le digital pourra continuer à se développer, d'une part en offrant des **services toujours plus personnalisés** (notamment dans le secteur de la santé, de l'éducation et des services financiers) et d'autre part **en facilitant son accès et sa compréhension pour tous**.

¹ Neuf pays : Corée du Sud, Côte d'Ivoire, Egypte, Espagne, Etats Unis, France, Maroc, Royaume Uni, Sénégal

5. **Les enjeux de la pollution numérique** posent la question de l'obsolescence programmée des supports digitaux. Les utilisateurs notamment en France pour 29% se déclarent aujourd'hui *tout à fait* prêts à renouveler moins souvent leurs terminaux. Dans les pays occidentaux, **le recyclage** se révèle être une pratique bien intégrée : un utilisateur sur trois déclare le faire.
6. Enfin, **l'inclusion numérique** est un sujet considéré comme important par la majorité des interviewés : il devrait même être une priorité nationale pour 72% des utilisateurs digitaux français et 87% des espagnols.

Les utilisateurs ont de plus en plus conscience des risques potentiels : hyper connexion, sentiment d'insécurité autour des données personnelles, rupture du lien social.

Pour en savoir plus sur l'Observatoire et obtenir l'étude : [ici](#).

Voir la nouvelle campagne d'Orange de sensibilisation qui met en lumière les éventuels risques liés à l'utilisation du numérique mais aussi les différents outils disponibles pour s'en prémunir lancé le 15 septembre [ici](#).

À propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2018 et 148 000 salariés au dimanche 30 juin 2019, dont 89 000 en France. Présent dans 28 pays, le Groupe servait au samedi 30 juin 2018 266 millions de clients dans le monde, dont 207 millions de clients mobile et 20 millions de clients haut débit fixe. Le Groupe est présent dans 27 pays. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique, « Essentiels2020 », qui place les besoins des clients au cœur de sa stratégie pour permettre à ces derniers de bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ces réseaux de nouvelle génération.

Orange est cotée sur le NYSE Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations sur Internet et votre mobile : www.orange.com, www.orange-business.com, ou suivez-nous sur Twitter : [@orangegrouppr](https://twitter.com/orangegrouppr).

La marque Orange et les autres noms de services et de produits Orange cités dans ce communiqué sont des marques déposées appartenant à Orange ou à Orange Brand Services Limited.

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. L'institut intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR pour les activités de conception, réalisation, commercialisation et vente d'études de marché, sociales et d'opinion.

En savoir <http://www.opinion-way.com>

Contact presse Orange : +33 1 44 44 93 93

Marie-Paule Freitas ; mpaule.freitas@orange.com

Contact presse Opinion Way : +33 1 81 81 83 05

Imane KAITOUNI ; ikaitouni@opinion-way.com