

LES FRANÇAIS ET LA « PAUSE NUMÉRIQUE »

Janvier 2026



Note méthodologique



Cette étude a été réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans à 75 ans constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne via la plateforme Ipsos.Digital du 9 au 12 janvier 2026. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Étude Ipsos bva-CESI école d'ingénieurs réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital ».



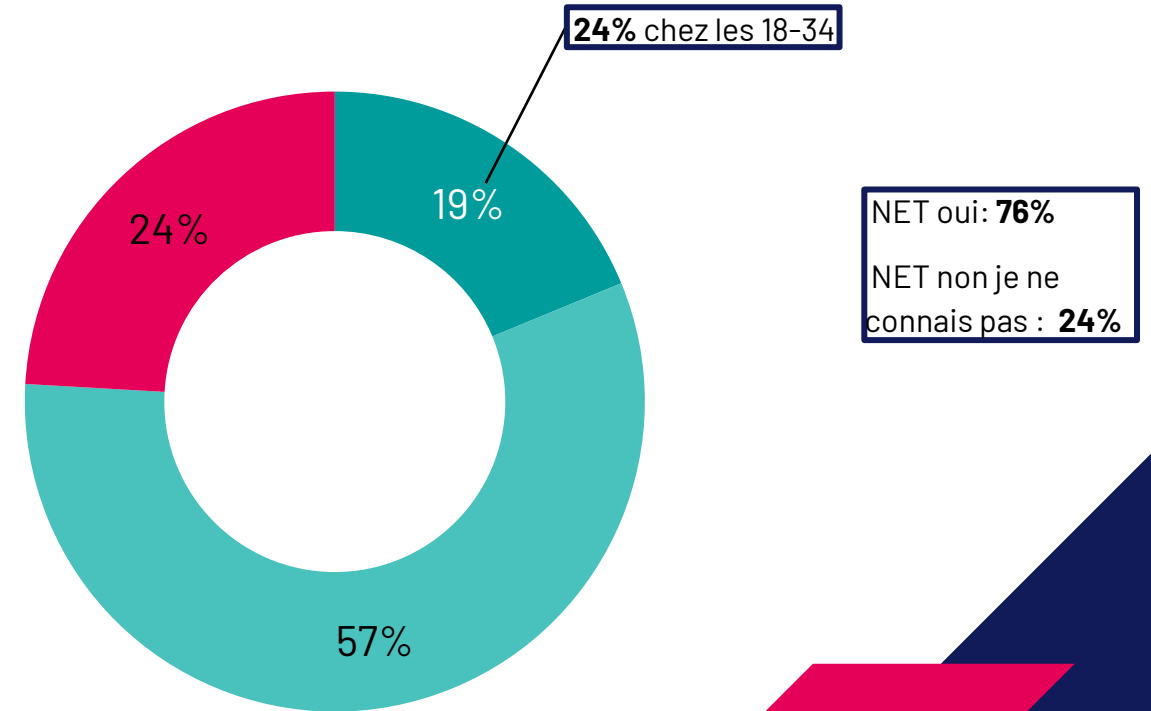
Ipsos rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 0,6 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Ipsos a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252

Plus de 7 Français sur 10 (76%) affirment connaître le concept de “pause numérique”.

Connaissez-vous le concept de « pause numérique » (réduction volontaire du temps passé sur les écrans, réseaux sociaux, jeux vidéo, etc.) ?

- Oui, j'en ai déjà fait
- Oui, j'en ai entendu parler mais je n'ai jamais essayé
- Non, je ne connais pas

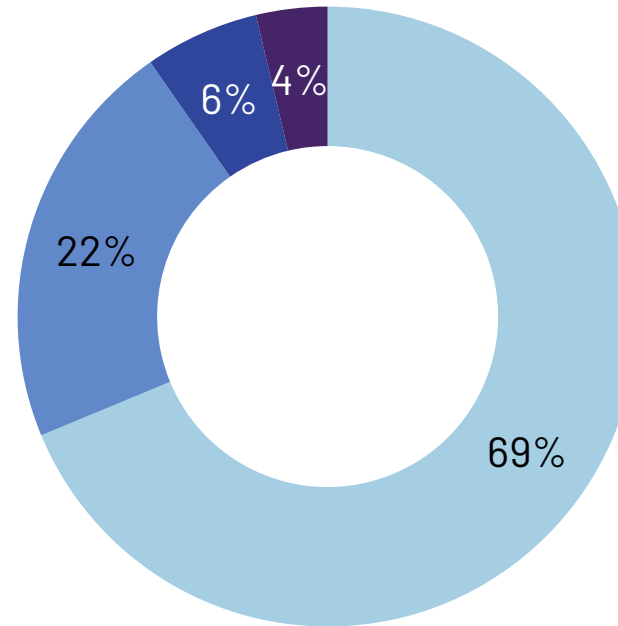


Base=1000

Près de 1 Français sur 3 ayant fait une pause numérique l'a fait pendant une semaine ou plus (31%).

Combien de temps a duré votre pause numérique ?

- Quelques jours
- Une à plusieurs semaines
- 1 à 2 mois
- Plusieurs mois ou plus

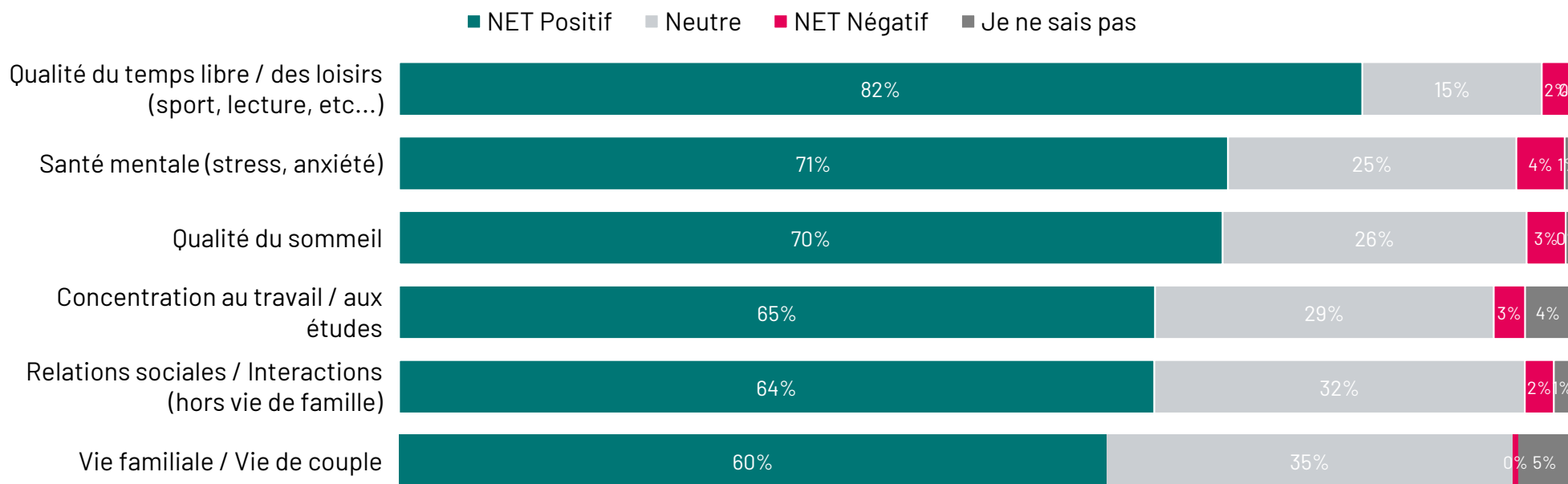


NET quelques jours: **69%**
NET une semaine ou plus: **31%**

Base=190
A fait une pause numérique

Parmi les Français ayant fait une pause numérique, une très large majorité de Français considère qu'elle a été positive pour la qualité de leur temps libre/loisirs hors numérique (82%), mais aussi pour leur santé mentale (71%) et la qualité de leur sommeil (70%).

Quel impact diriez-vous que cette pause numérique a eu sur les aspects suivants ?

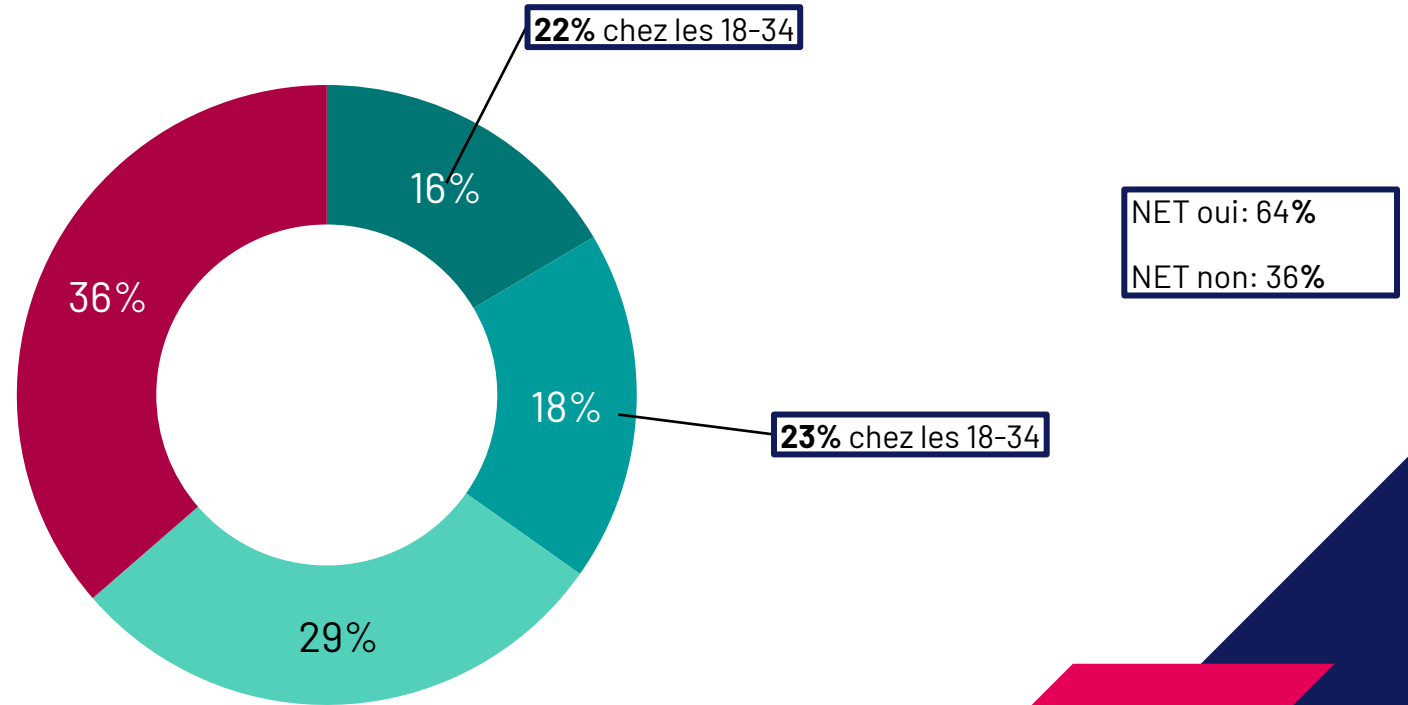


Base=190
A fait une pause numérique

Plus de 2 Français sur 3 (64%) déclarent être prêt à participer à une pause numérique en janvier en parallèle ou à la place du Dry January.

Seriez-vous prêt à participer à une « pause numérique » en janvier, en parallèle ou à la place du Dry January ?
(Une pause numérique peut inclure : réduction du temps sur les réseaux sociaux, les écrans, les jeux vidéo, les e-mails, etc...) Une seule réponse possible

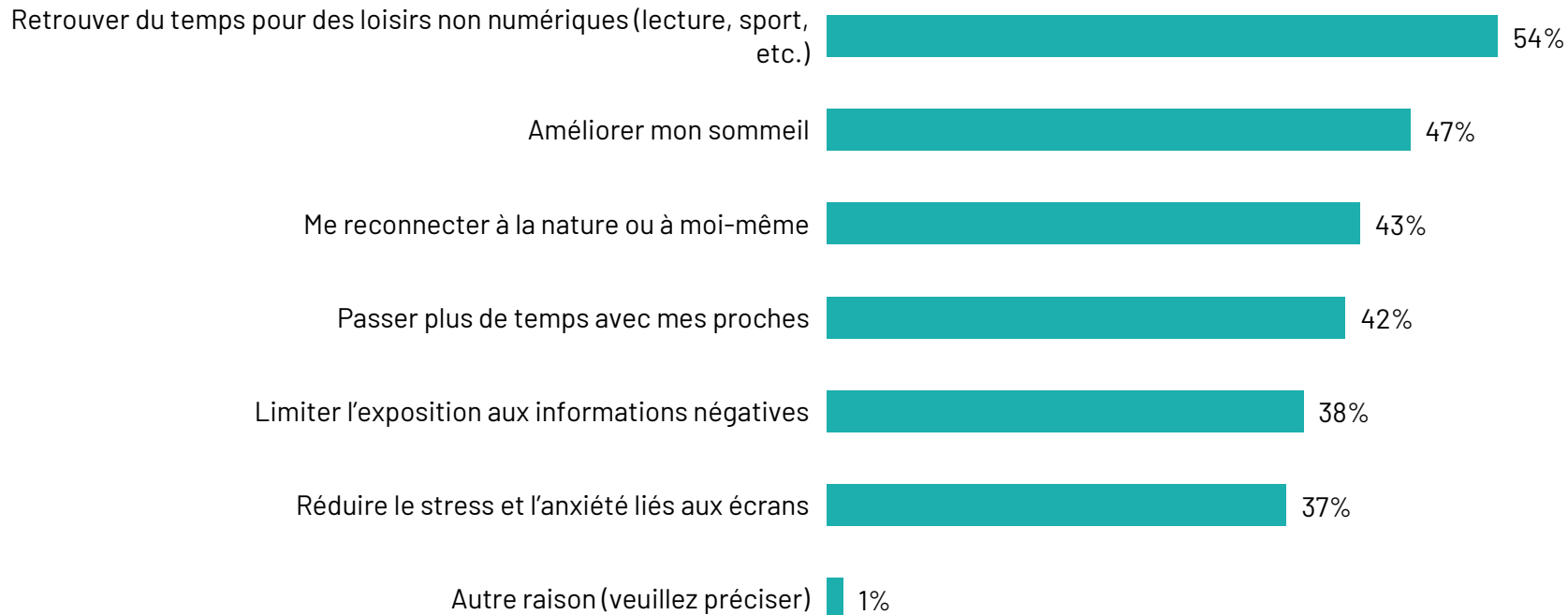
- Oui, je mettrais en place un limiteur de temps d'écran strict (ex : Moins de 1h-2h par jour sur les réseaux sociaux ou sur les ...)
- Oui, je ferais une pause partielle (ex : 1 jour sans écran par semaine, pas de réseaux sociaux en soirée ou le matin au réveil,...
- Oui, mais de manière informelle (ex : sans outil spécifique, ou en privilégiant les activités sans écran, ou en limitant mon us...
- Non, je ne serais pas prêt à participer (ex : je ne vois pas l'intérêt, je préfère faire des efforts toute l'année, j'ai déjà...



Base=1000

Les principales motivations des Français pour faire une pause numérique sont de retrouver du temps pour les loisirs non numériques (54%), suivi par l'amélioration de leur sommeil (47%) et d'une reconnexion à la nature ou à soi-même (43%).

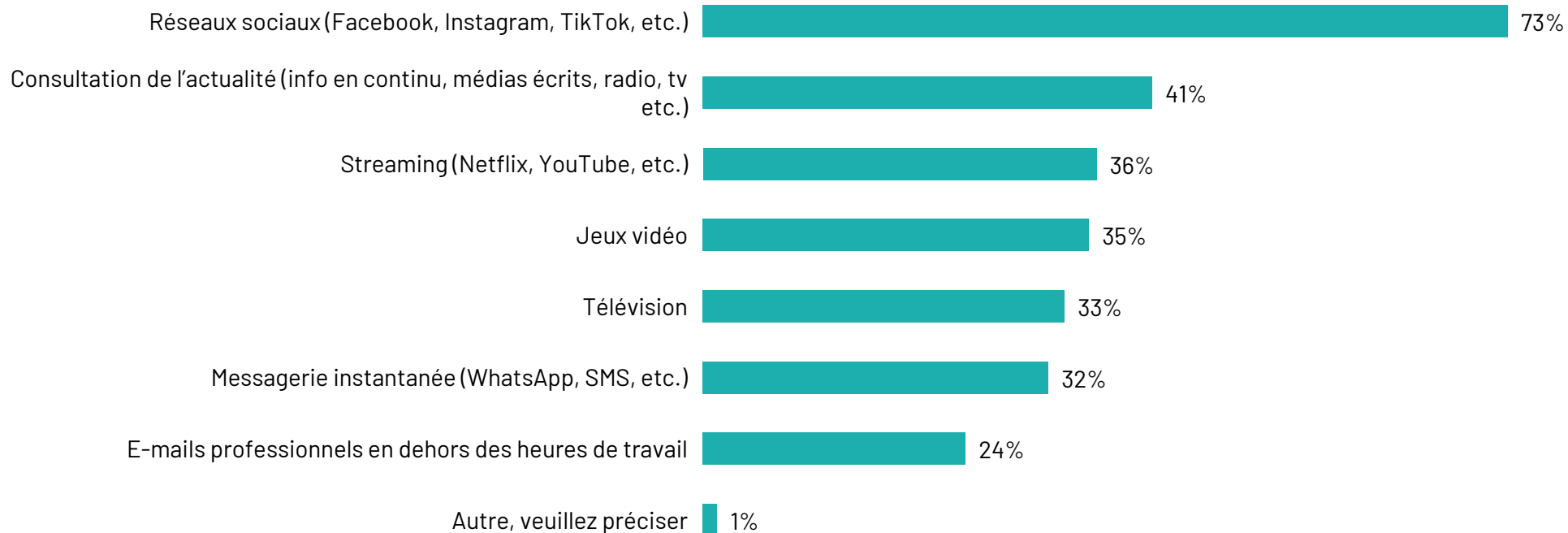
Quelles seraient vos motivations pour une pause numérique ? (Plusieurs réponses possibles)



Base=639
Serait prêt à faire une pause numérique

Parmi les Français se disant prêt à faire une pause numérique, une très large majorité est prête à réduire leur usage des réseaux sociaux (73%).

Quels écrans ou usages numériques seriez-vous prêt à réduire ou arrêter pendant cette pause ? (Plusieurs réponses possibles)



Base=639
Serait prêt à faire une pause numérique

Janvier 2026



À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.