

ACSEL



Comment construire  
une société numérique  
de confiance ?

# 10ème édition

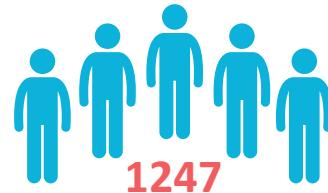
# Baromètre de la confiance des Français dans le numérique



# Méthodologie d'enquête



**Étude online**  
réalisée sur le panel de  
Toluna Harris Interactive



Échantillon représentatif des Internautes  
français.es âgé.es de 15 ans et plus.



**Dates de terrain :**  
Du 14 au 29 novembre 2022

**Méthode des quotas et redressement appliqués  
aux variables suivantes :** sexe, âge, catégorie  
socioprofessionnelle, taille d'agglomération et  
fréquence d'utilisation d'Internet



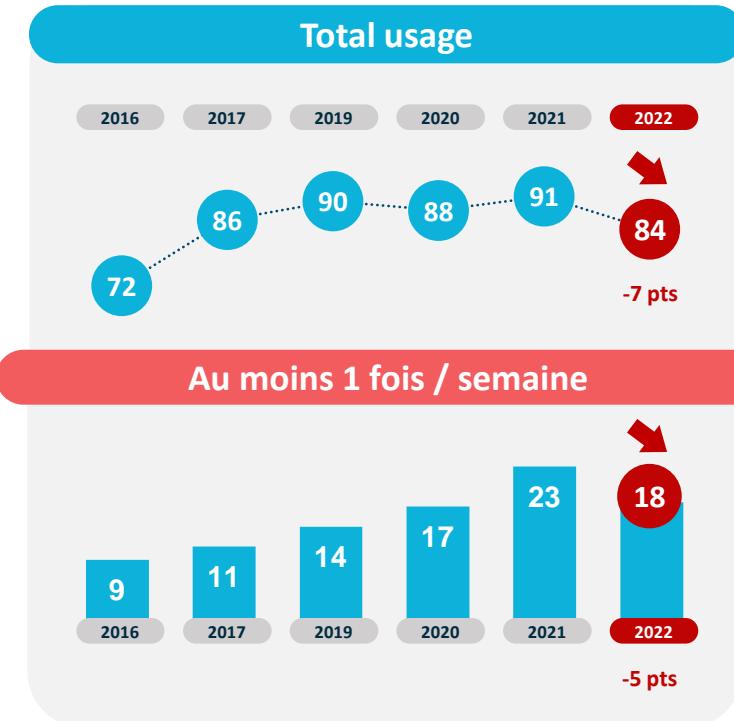
@AcselDigital  
#ConfianceNum



## 1. Evolution du comportement des 15-24 ans : les usages de demain ?



# Les jeunes délaissent les achats en ligne sur les sites de e-commerce de façon significative...



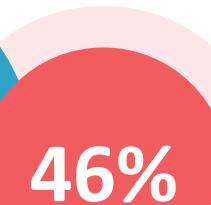


... et ont peu confiance  
dans le e-commerce

Ensemble des  
internautes  
français.es



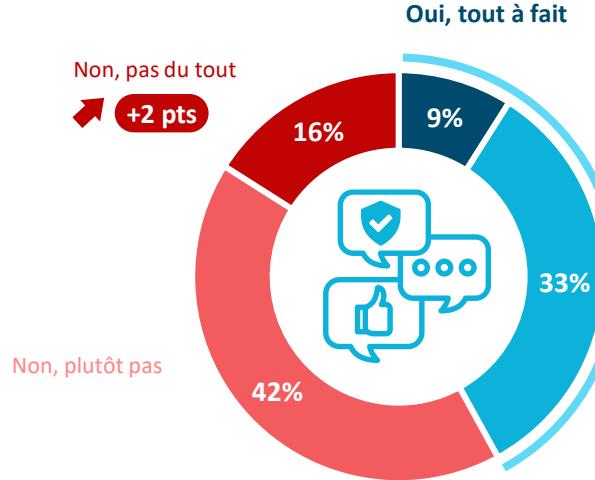
Confiance



15-24 ans



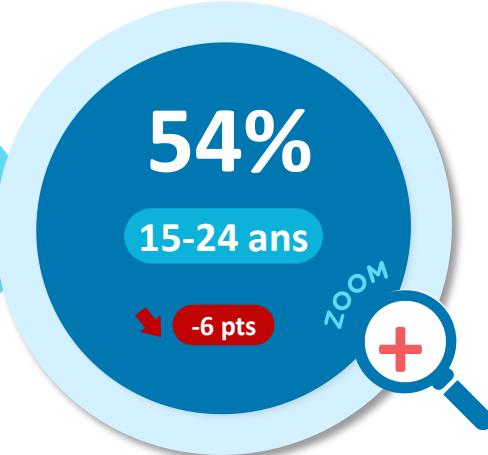
# Ils sont plus méfiants que la moyenne quant à la capacité des réseaux sociaux à garantir la protection des données personnelles



Parmi les personnes qui utilisent les réseaux sociaux (87%)

42%  
TOTAL OUI  
-1 pt

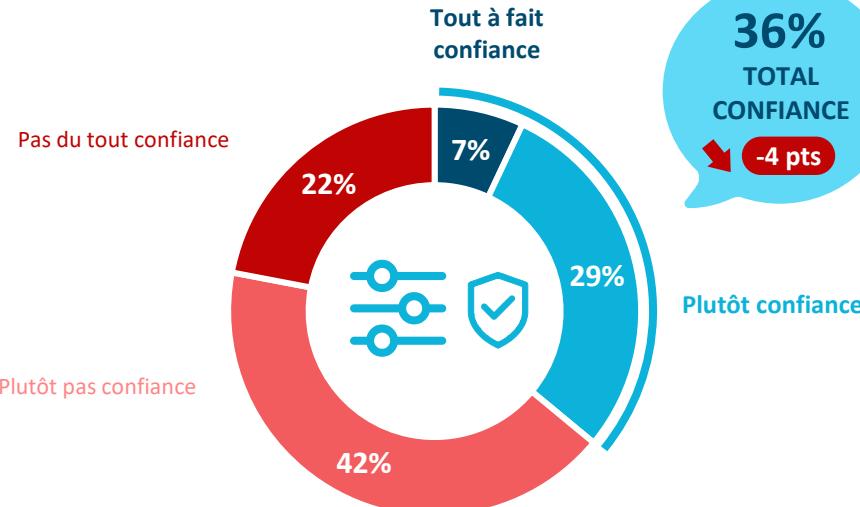
Oui, plutôt  
-2 pts





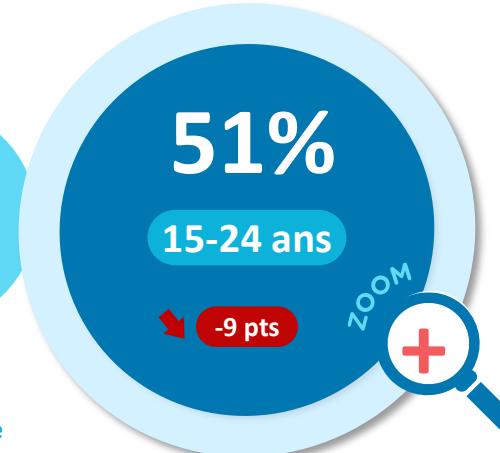
# Régulation des contenus par les réseaux : un effritement de la confiance portés par les jeunes

Confiance & régulation de contenu



36%  
TOTAL  
CONFIANCE  
-4 pts

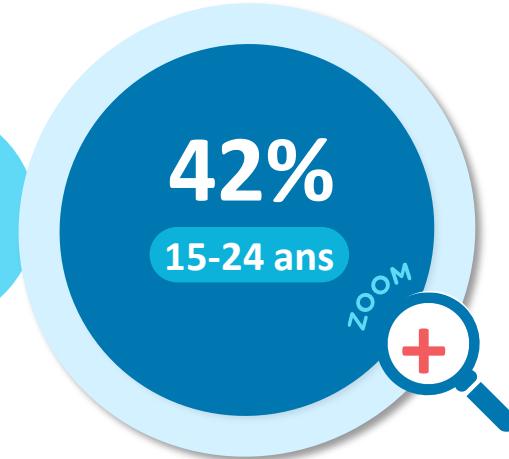
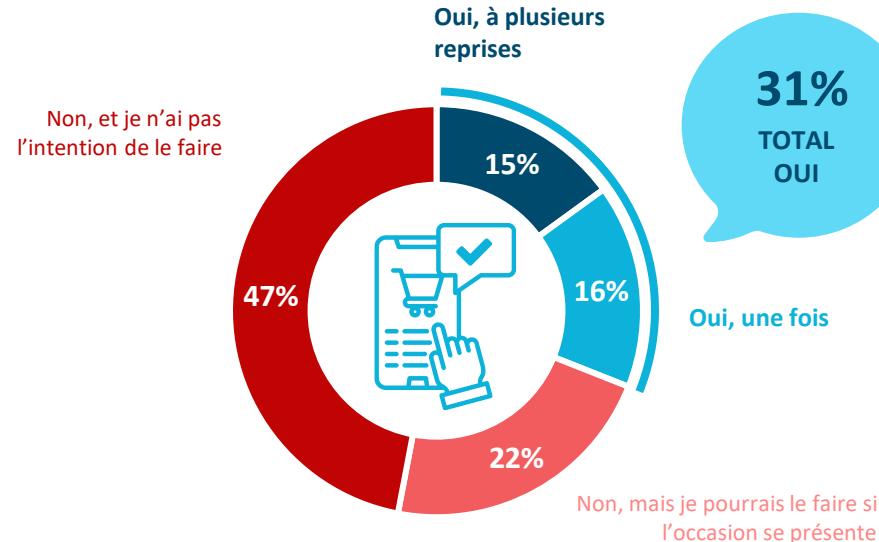
Plutôt confiance





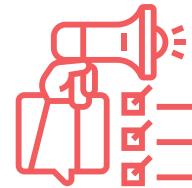
# Les jeunes sont moteurs dans l'achat/vente sur les réseaux sociaux encore peu développé

## Achat/vente sur les réseaux sociaux

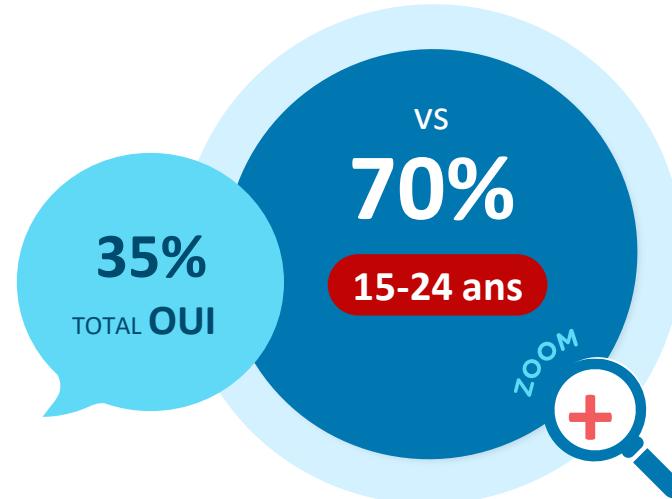




## Les 15-24 ans sont 70% à être abonnés à des influenceurs contre 35% pour l'ensemble des Français



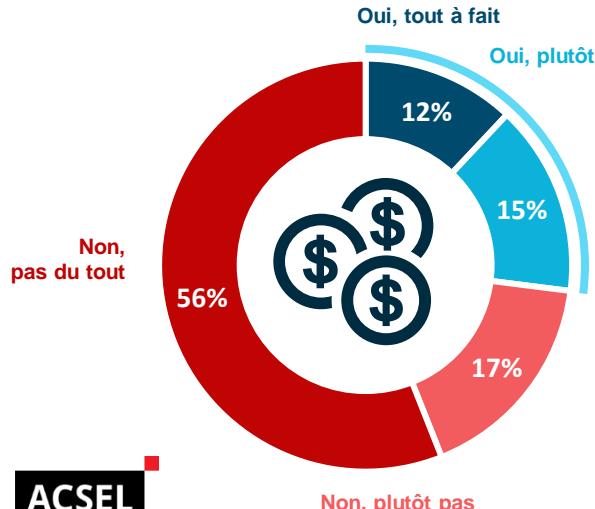
Abonnement à  
des influenceurs





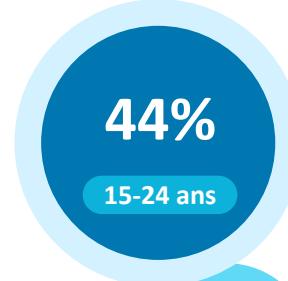
# Les jeunes sont plus ouverts à l'usage des cryptomonnaies

## Investir dans une crypto-monnaie Acheter de la crypto-monnaie



27%  
TOTAL OUI

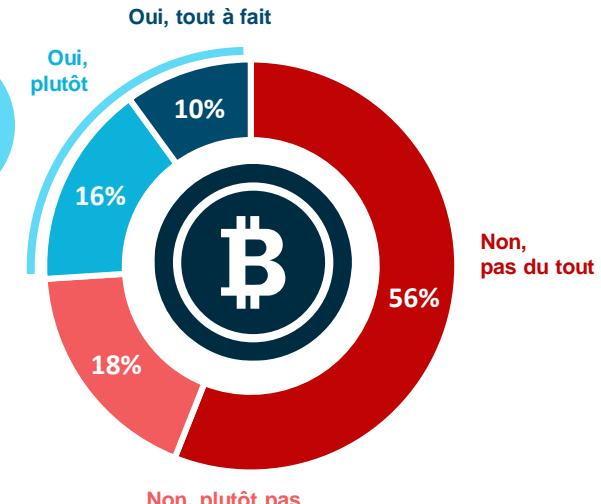
-2 pts



26%  
TOTAL OUI

-1 pt

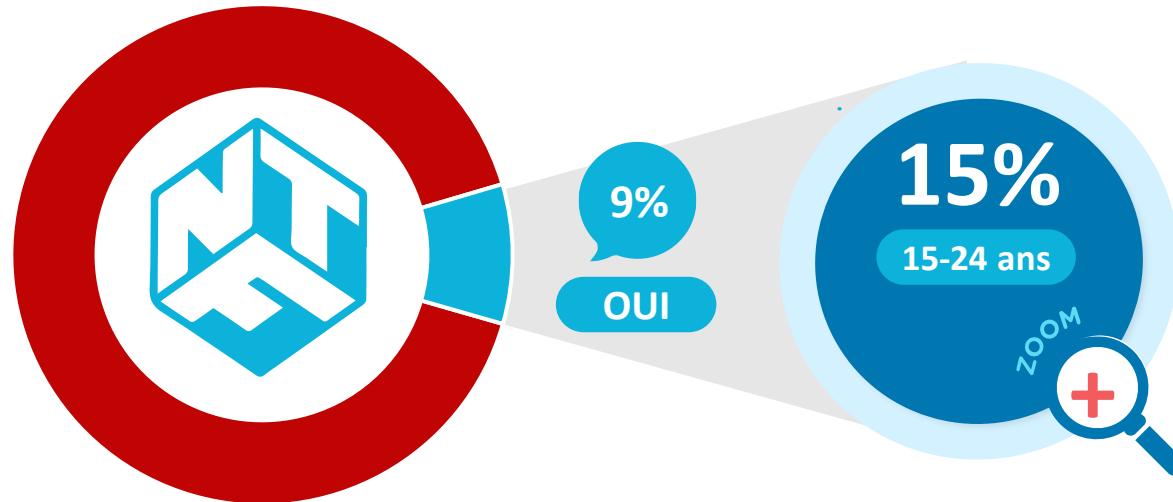
## Réaliser des paiements avec une crypto-monnaie





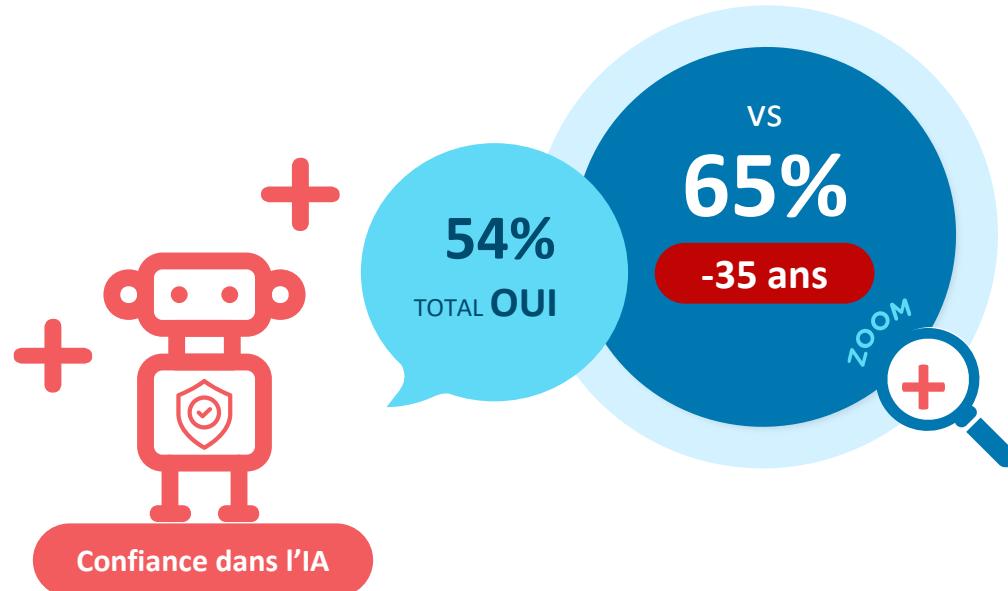
Les moyens  
de paiement

## NFT : les 15-24 ans sont 15% à utiliser les NFT contre 9% pour l'ensemble des Français



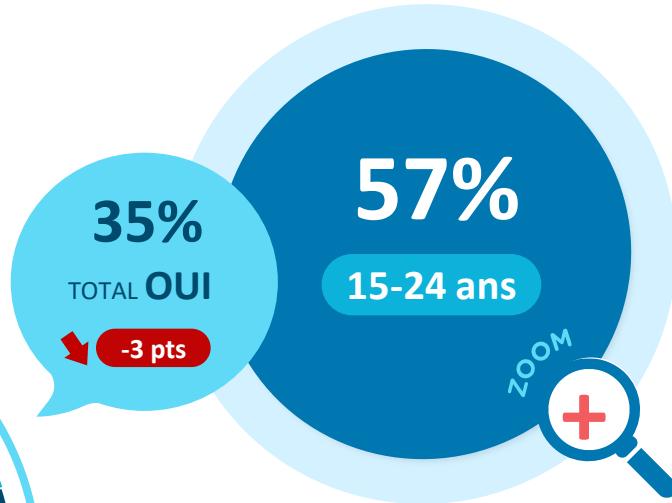
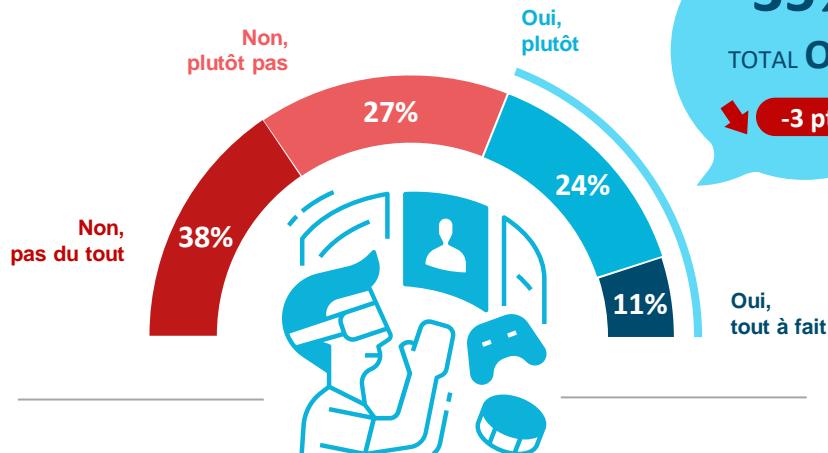


## Les -35 ans sont 65% à avoir confiance en l'Intelligence Artificielle contre 54% pour l'ensemble des Français





## Une appétence beaucoup plus forte des 15-24 ans pour le Métavers





@AcselDigital  
#ConfianceNum



DOCAPOSTE

LexisNexis®  
RISK SOLUTIONS

GROUPE  
BPCE

orange®

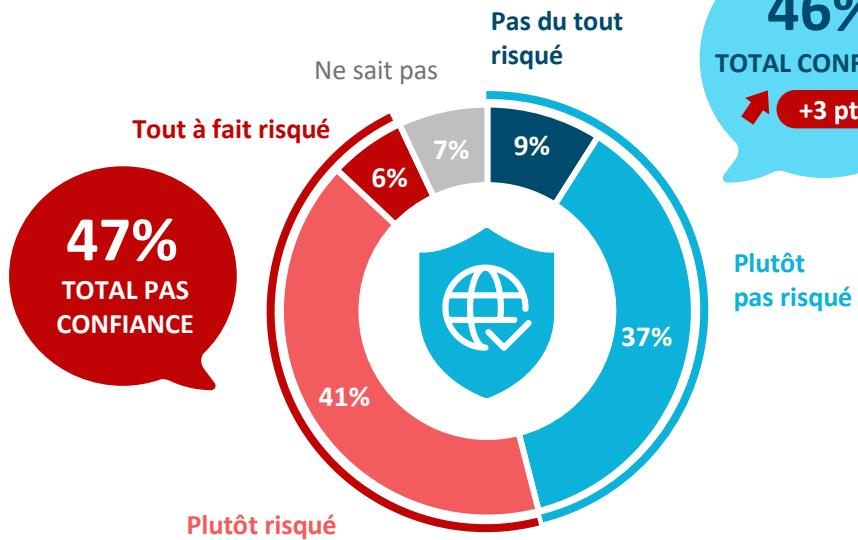


## 2. Une confiance en hausse dans un contexte de forte insécurité



Confiance globale

# Une confiance globale à l'égard d'internet **en hausse...**

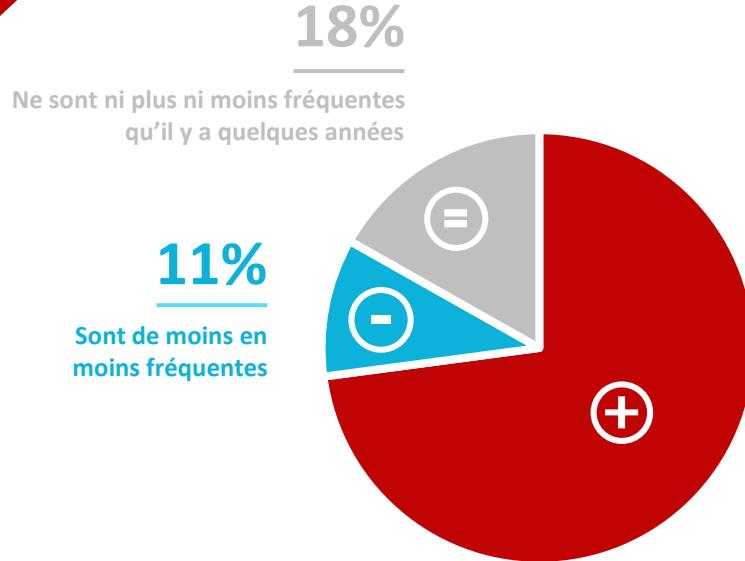


... pour atteindre un niveau jamais atteint depuis 2015

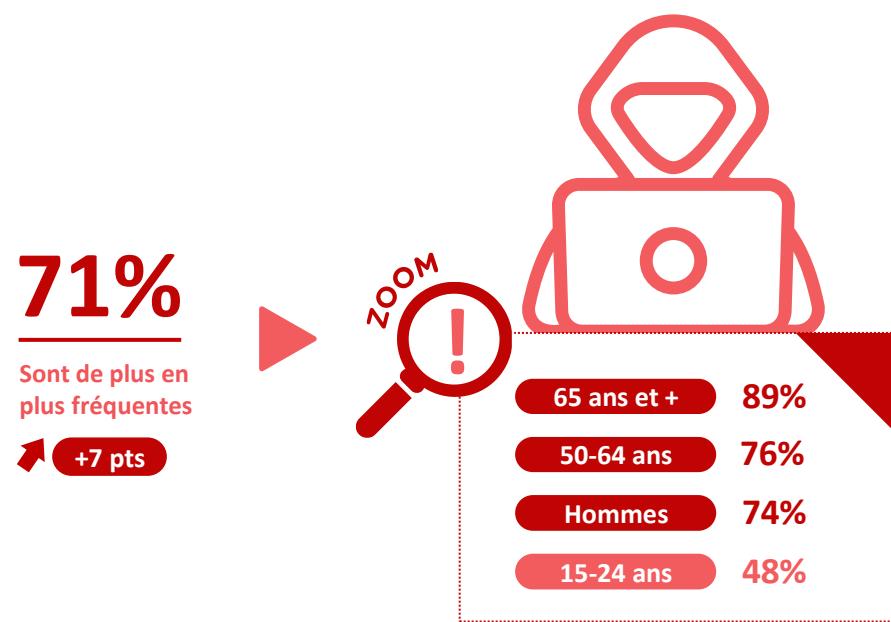




# Des escroqueries en ligne perçues comme de plus en plus fréquentes par une large majorité

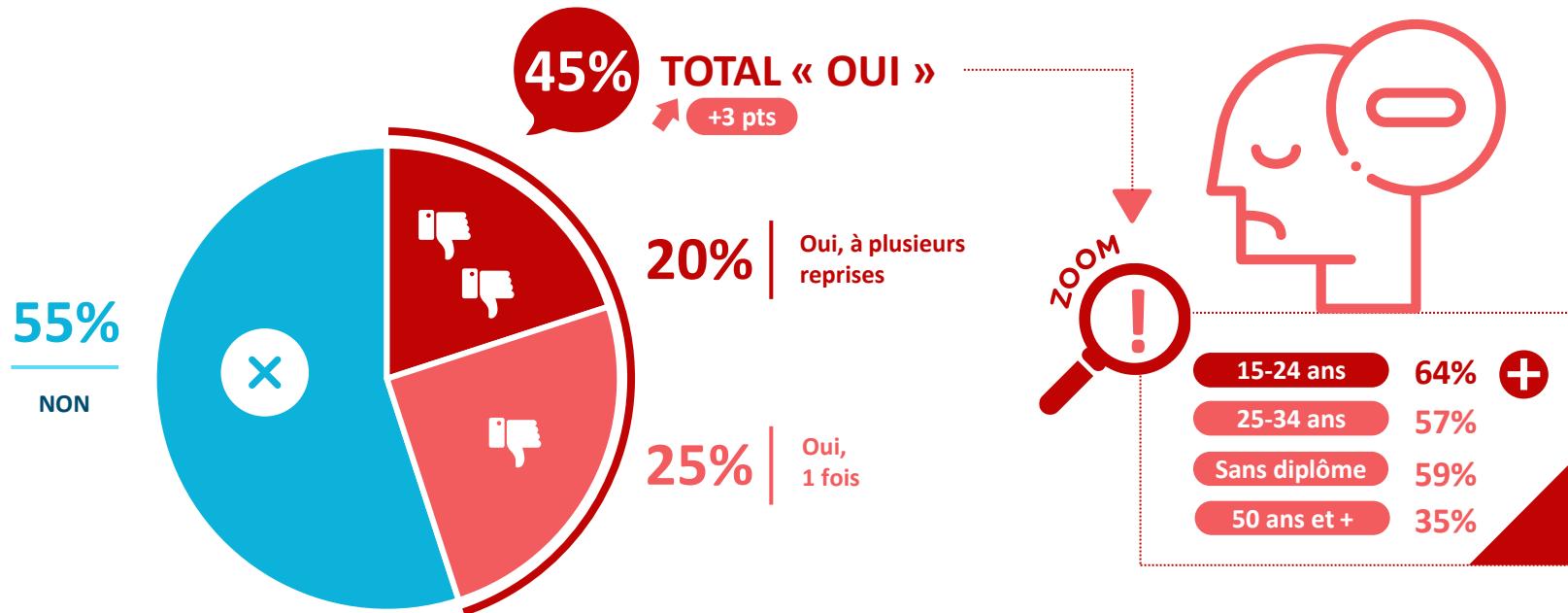


**71%**  
Sont de plus en plus fréquentes  
↗ +7 pts





# Un nombre de victimes déclarées en hausse par rapport à 2021





# Usurpation d'identité sur Internet : vie privée et réputation de plus en plus atteintes

## Des atteintes à votre vie privée

*Diffusion de photos privées, d'informations personnelles vous concernant*



47% ↗ +10 pts

## Des conséquences réputationnelles

*Une réputation ternie par les agissements de la personne qui a usurpé votre identité*



46% ↗ +6 pts

## Des conséquences morales

*Dépression, maladie*



35%

## Des conséquences financières

*Détournement d'argent d'un compte bancaire en ligne, obtention d'un prêt, détournement de prestations sociales*



28% ↗ +4 pts

## Des conséquences juridiques et pénales

*Amendes, convocation au tribunal*



24% ↘ -3 pts

## Autres conséquences

*(préciser)*



4%



# Une vulnérabilité accrue par un sentiment de manque d'informations et de protection

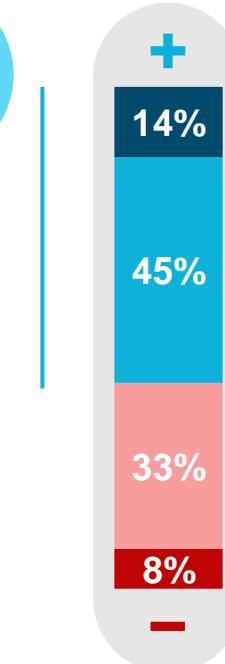


**59%**  
TOTAL BIEN

**Bien informé(e)**  
sur les manières de vous  
prémunir contre les  
escroqueries en ligne



-3 pts



Très bien

Assez bien

Assez mal

Très mal



**13%**

**41%**

**35%**

**11%**

**54%**  
TOTAL BIEN



**Bien protégé(e)**  
contre les différents types  
d'escroquerie en ligne

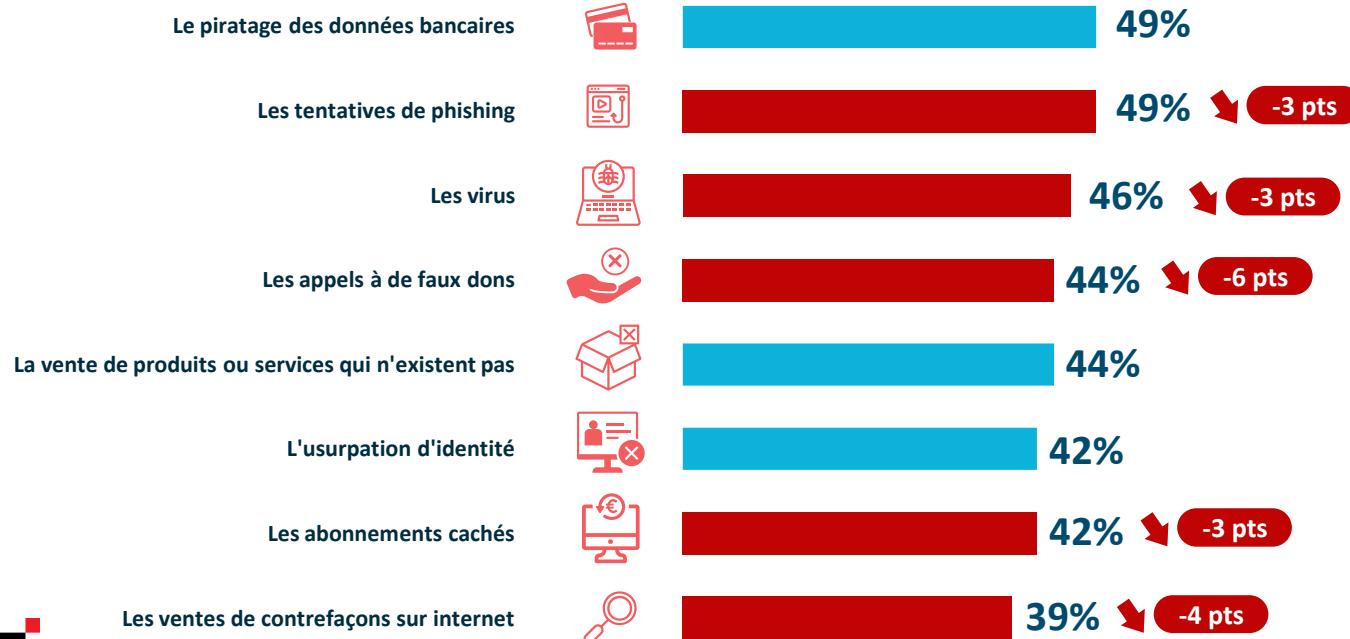


-3 pts



# Des usagers qui se sentent de moins en moins protégés

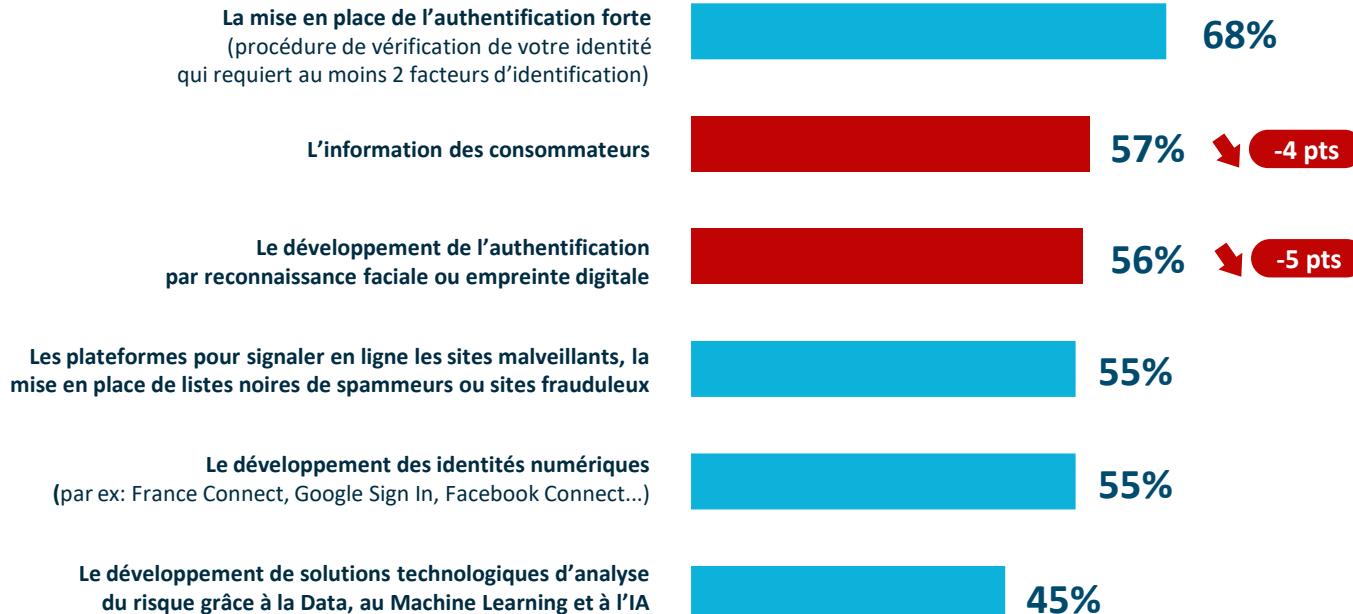
Total Bien protégé(e)





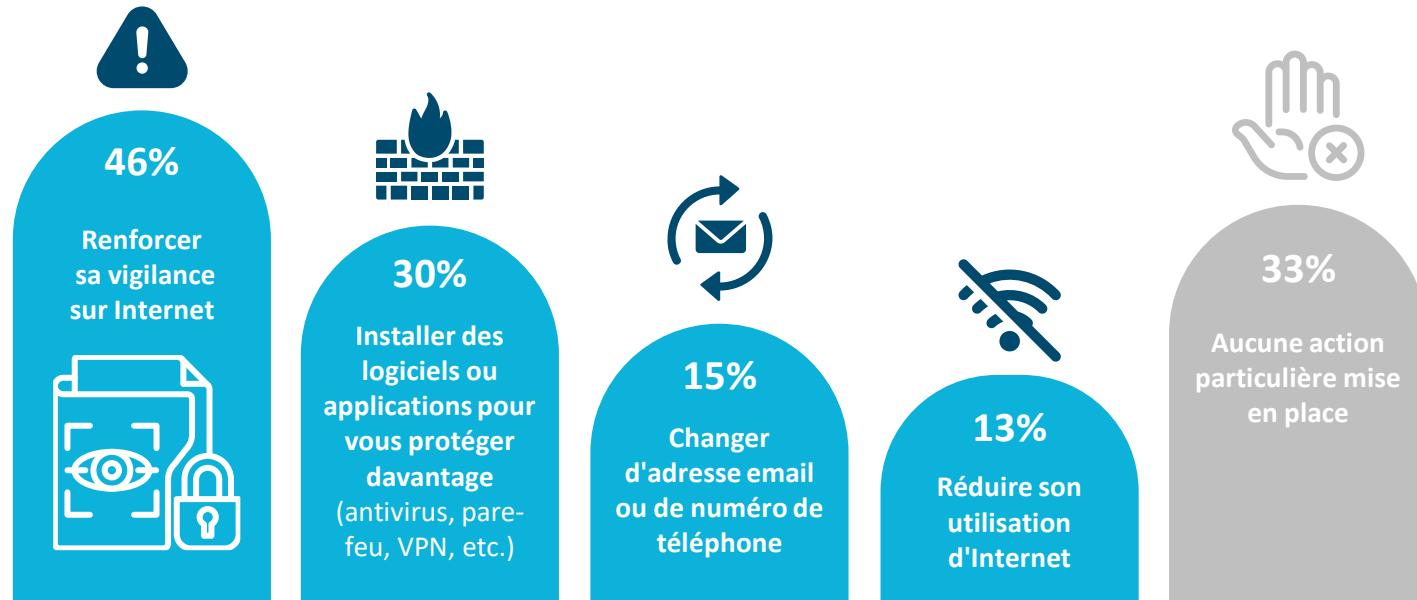
# Une information consommateurs et une authentification par reconnaissance faciale ou empreinte digitale, jugées moins efficaces

## Total Efficace





## Une situation subie : une minorité met en place une action particulière





## La maturité des internautes

► 3.1 Des usages aux vrais bénéfices privilégiés

3.2 Une acceptation de la technologie pour des usages "utiles" ou adaptés



@AcselDigital  
#ConfianceNum



DOCAPOSTE

LexisNexis®  
RISK SOLUTIONS

GROUPE  
BPCE

orange®

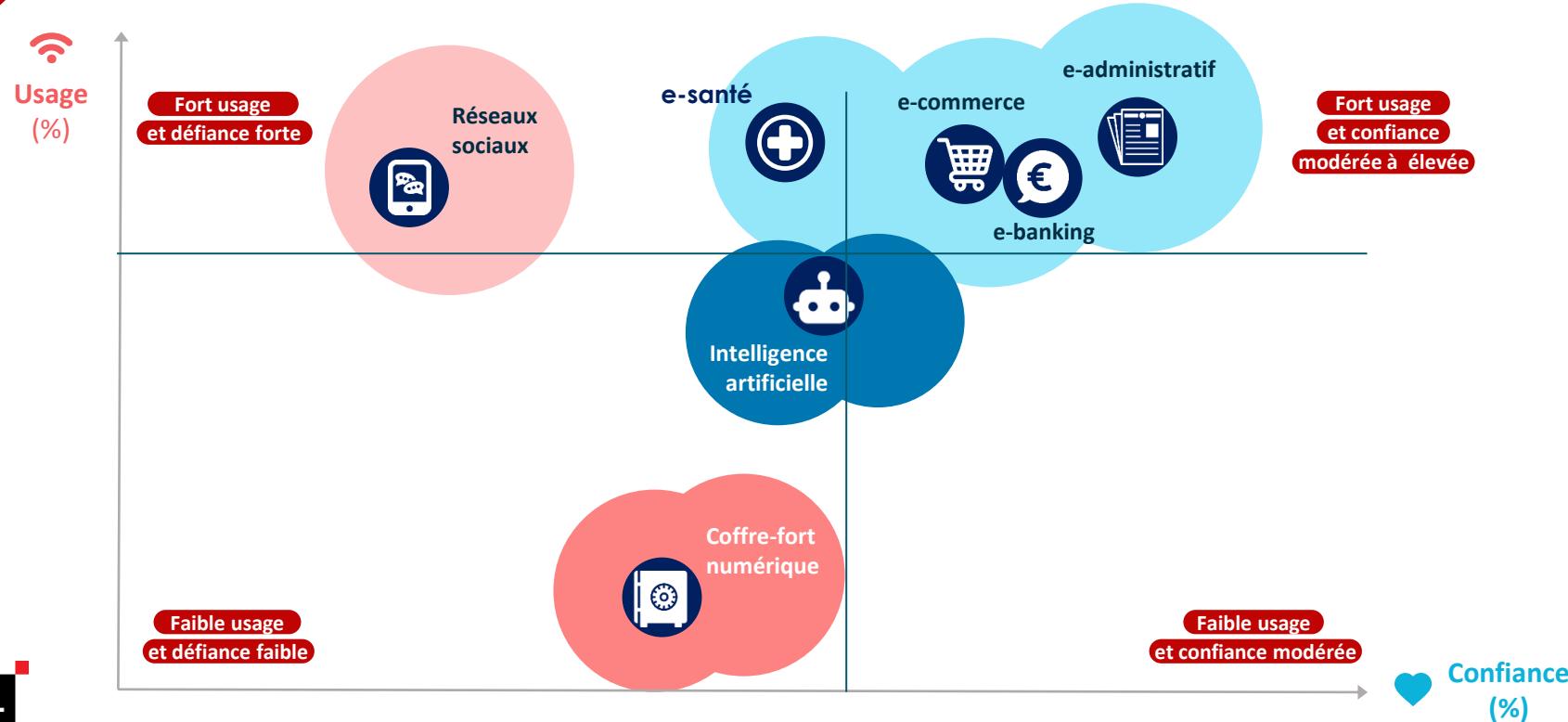


## 3.1 Des usages aux vrais bénéfices privilégiés



Les usages internet

## Les usages qui apportent des bénéfices évidents profitent d'un bonus de confiance ou consolident une confiance déjà établie





@AcselDigital  
#ConfianceNum



DOCAPOSTE

LexisNexis®  
RISK SOLUTIONS

GROUPE  
BPCE

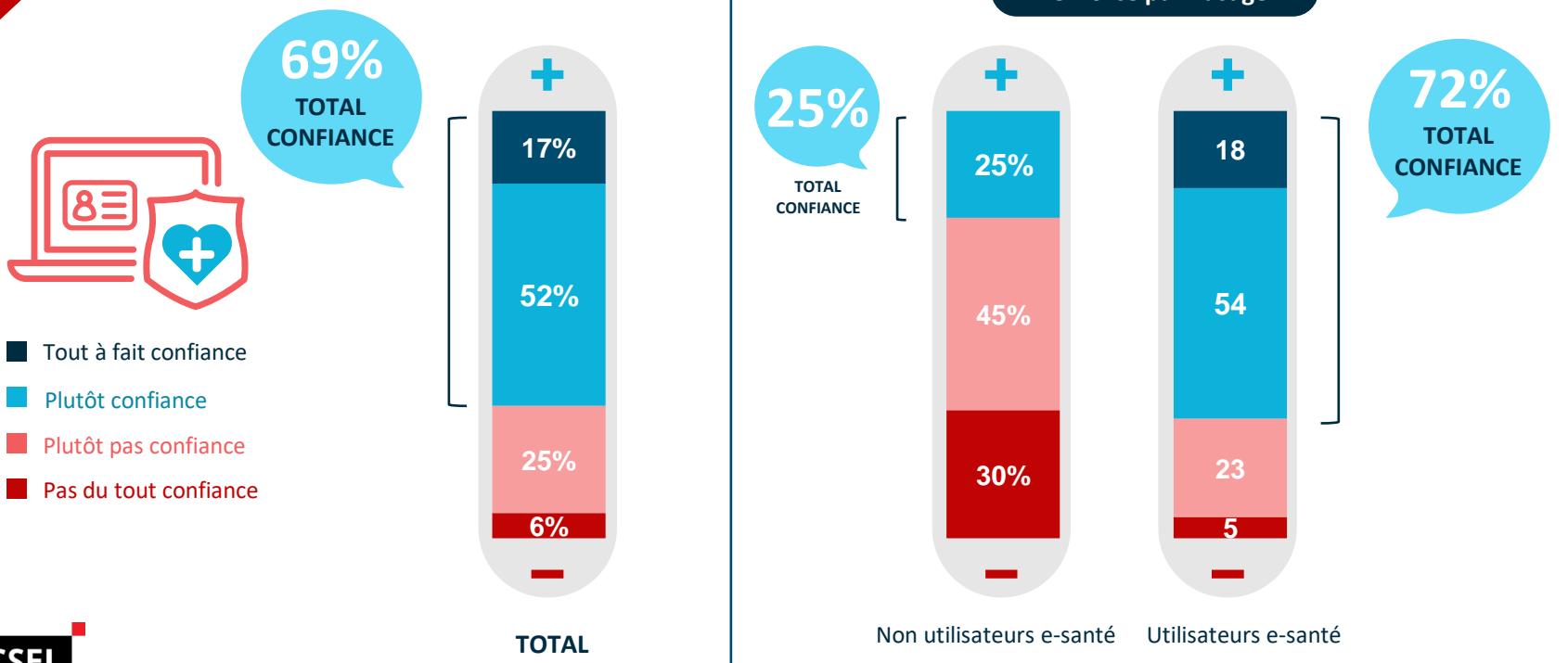
orange®



## 3.2 Une acceptation de la technologie pour des usages "utiles" ou adaptés



# Un crédit de confiance accordé aux dispositifs numériques qui permettent de faire de la prévention en matière de santé





# Une forte confiance dans l'utilisation d'Internet et des nouvelles technologies pour protéger l'environnement et la consommation énergétique

Suivre, maîtriser et réduire votre consommation énergétique et votre empreinte grâce aux outils



■ Pas du tout confiance ■ Plutôt pas confiance ■ Plutôt confiance ■ Tout à fait confiance



TOTAL  
CONFIAНCE

68%

Préserver l'environnement et améliorer la consommation énergétique en général



TOTAL  
CONFIAНCE

65%





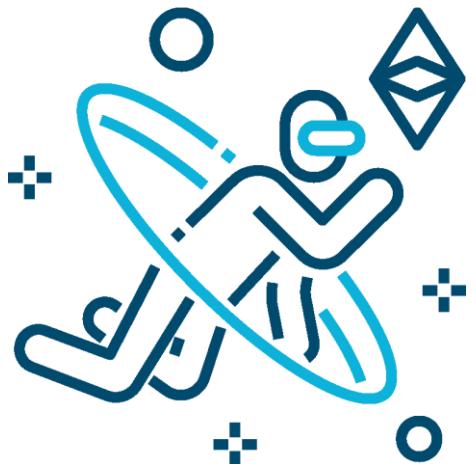
## Une majorité ouverte

# à la transmission de données personnelles quand cela est bénéfique (notamment en matière de sobriété énergétique)



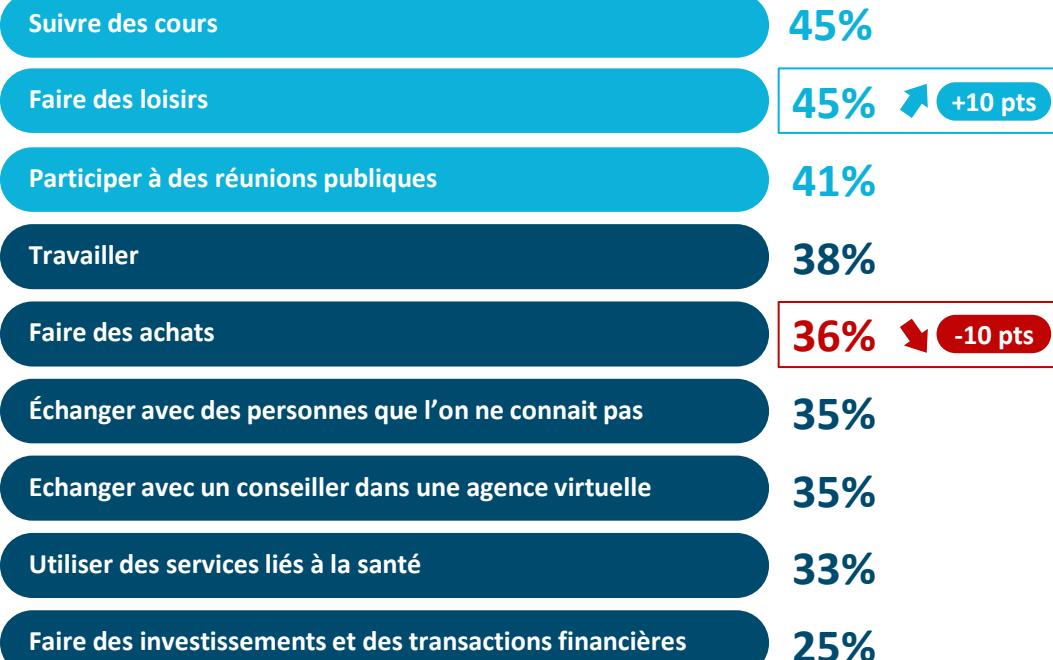
Total d'accord





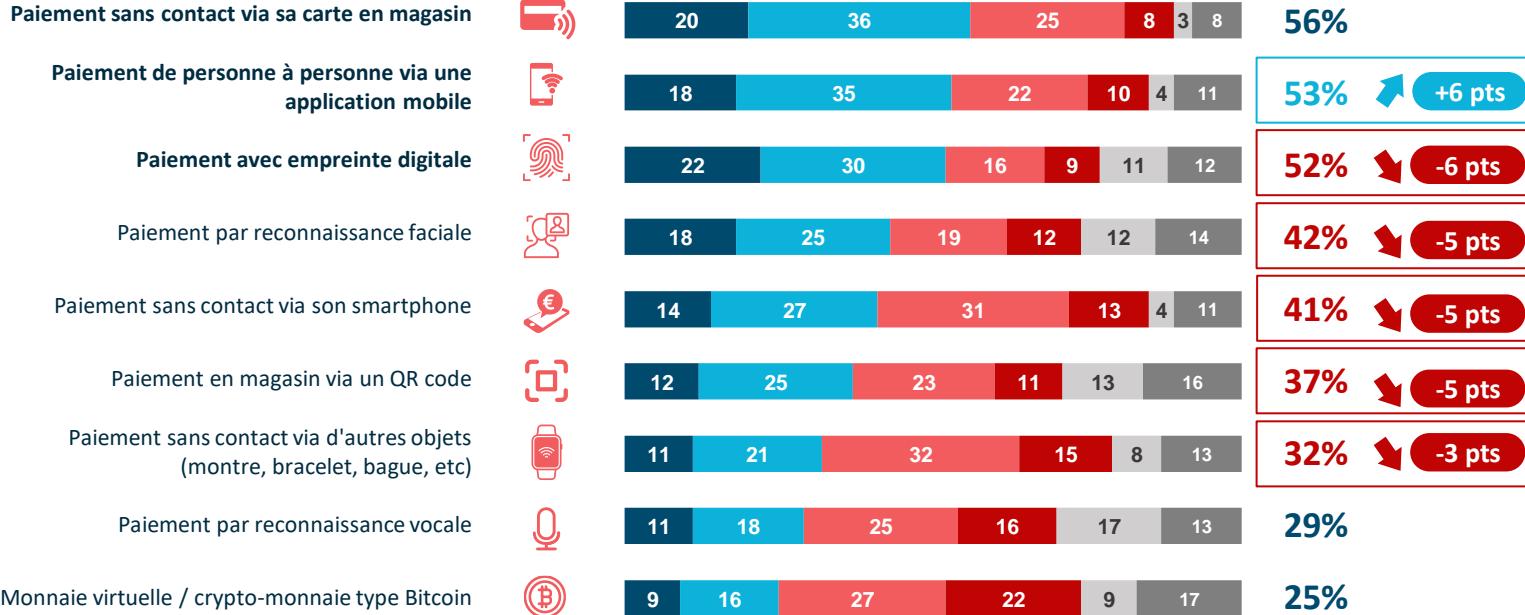
## Métavers : un espace de loisirs/d'apprentissage plutôt que commercial

Total Oui



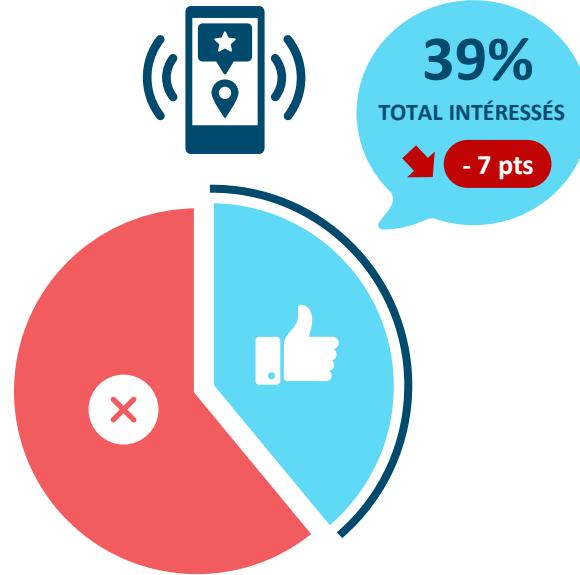


## Oui à des nouveaux moyens de paiement : mais **défiance** à l'égard de ce qui est jugé non essentiel

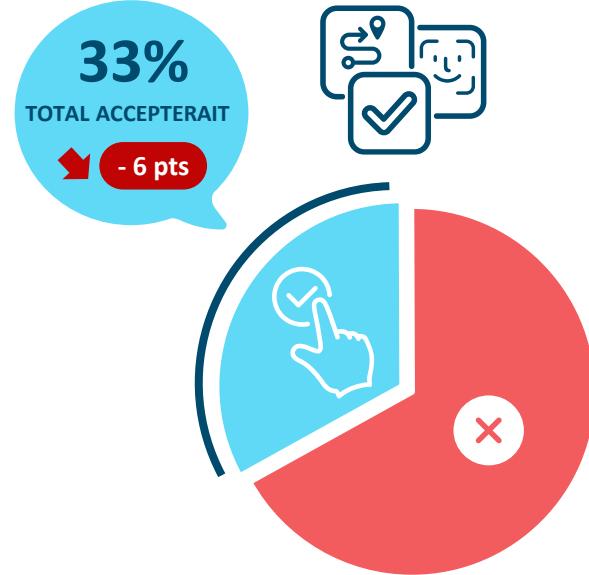


## **Une prudence de mise quant à l'usage des données de géolocalisation et de reconnaissance faciale à des fins commerciales...**

Géolocalisation



*Être identifié par son smartphone dès que l'on rentre dans un magasin, afin de bénéficier d'offres promotionnelles ou de services personnalisés,*



*Être identifié par un système de reconnaissance faciale pour faciliter votre parcours d'achat dans un magasin*



@AcselDigital  
#ConfianceNum



DOCAPOSTE

LexisNexis®  
RISK SOLUTIONS

GROUPE  
BPCE

orange®



---

## 4. Cryptomonnaies et NFT : un usage « payant »

---

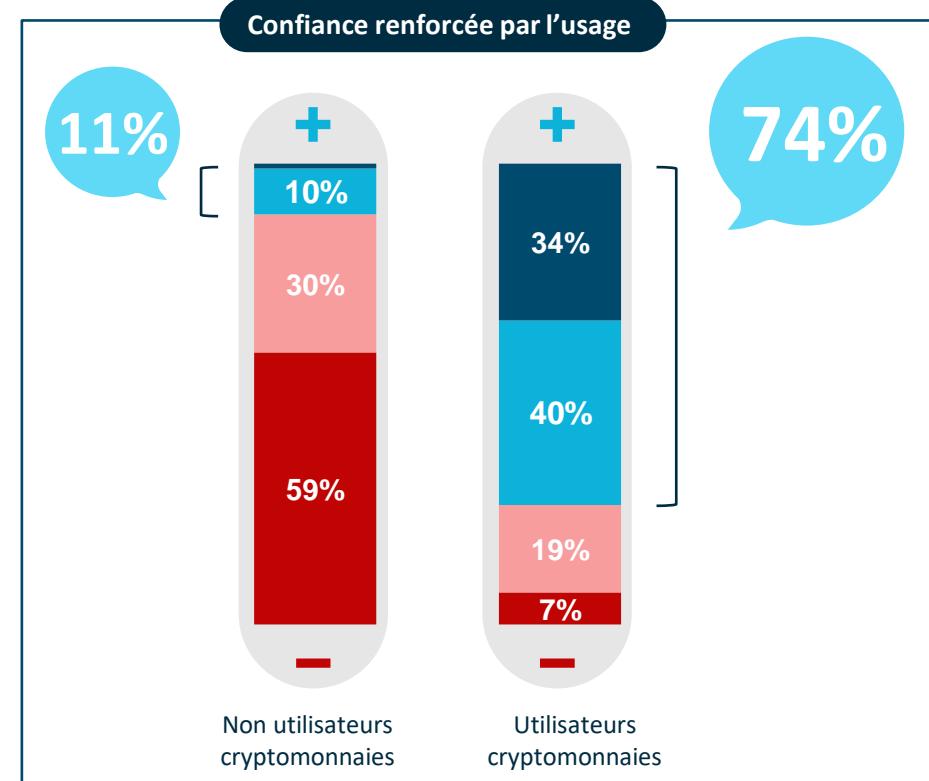
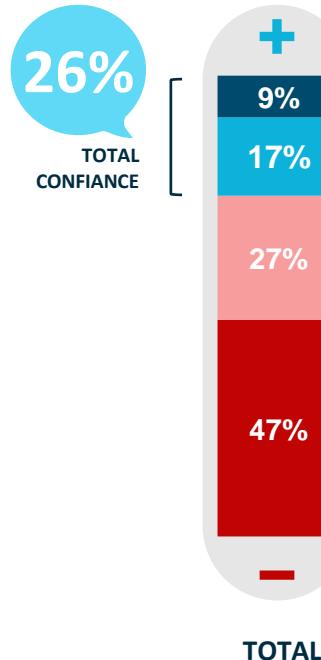


Les moyens  
de paiement



- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance

## De fortes réserves quant aux cryptomonnaies, mais une prime de confiance à l'usage



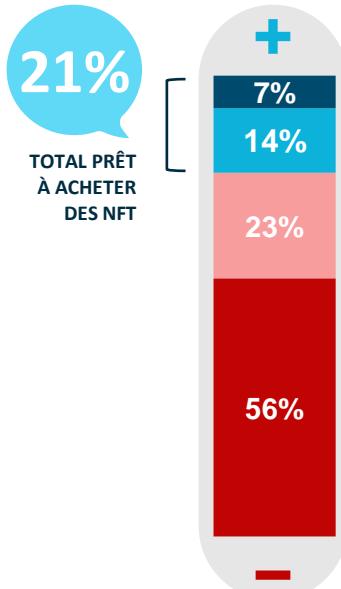


Les moyens  
de paiement

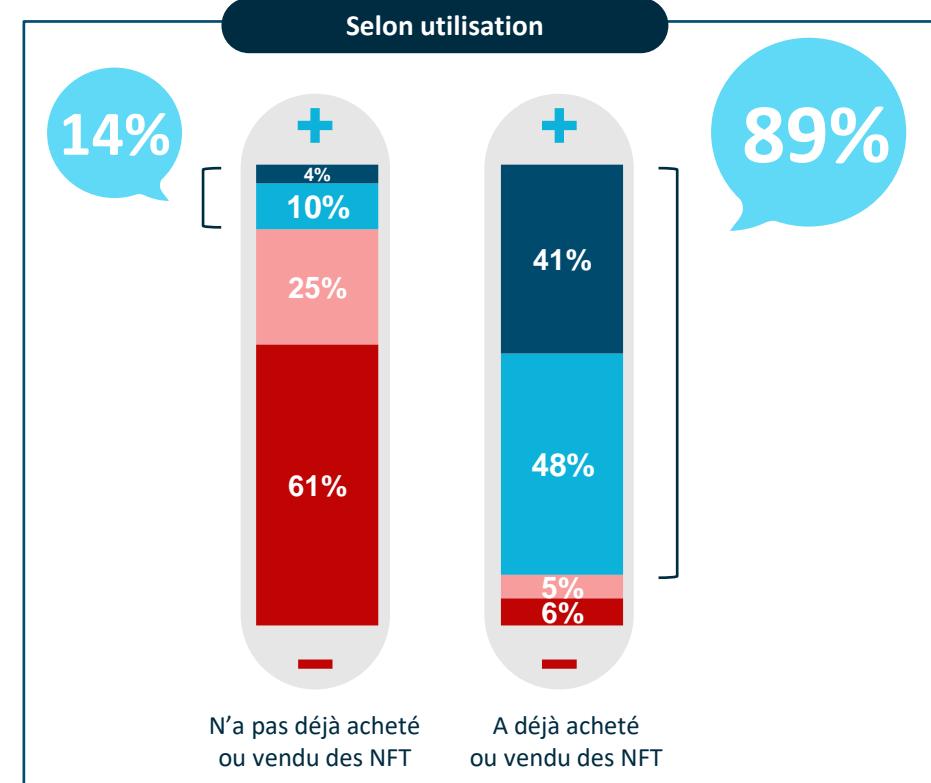


- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

## Achat NFT : Un marché encore fragile mais des utilisateurs convaincus



Prêts à acheter des NFT





@AcselDigital  
#ConfianceNum



DOCAPOSTE

LexisNexis®  
RISK SOLUTIONS

GROUPE  
BPCE



## 5. Quels leviers pour consolider la confiance ?



## Une difficulté à faire émerger des leviers,

la prime allant à la réassurance concrète

(remboursement banque, des garanties techniques de sécurité..)



La certitude que votre banque vous rembourse  
en cas de piratage de vos données bancaires

En 1<sup>er</sup>

TOP 3

15%

30%



La certitude que vos données puissent être  
supprimées lorsque vous en faites la demande

7%

24%



Des garanties techniques de sécurité

9%

22%



Des garanties de recours juridique

6%

21%



La garantie de la CNIL (Commission Nationale de  
l'Informatique et des Libertés)

8%

20%



## Zoom sur la souveraineté des données



Le fait que les données  
soient hébergées en  
France ou en Europe



Le fait que les données  
soient partagées uniquement  
en France ou en Europe

En 1<sup>er</sup>      TOP 3



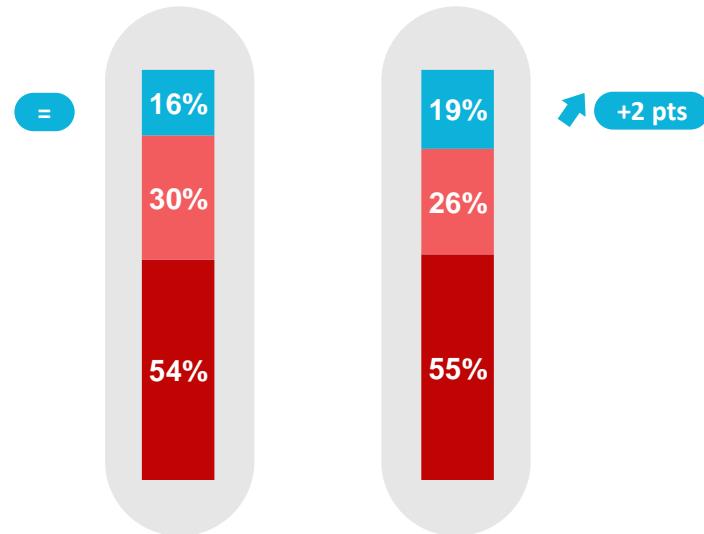
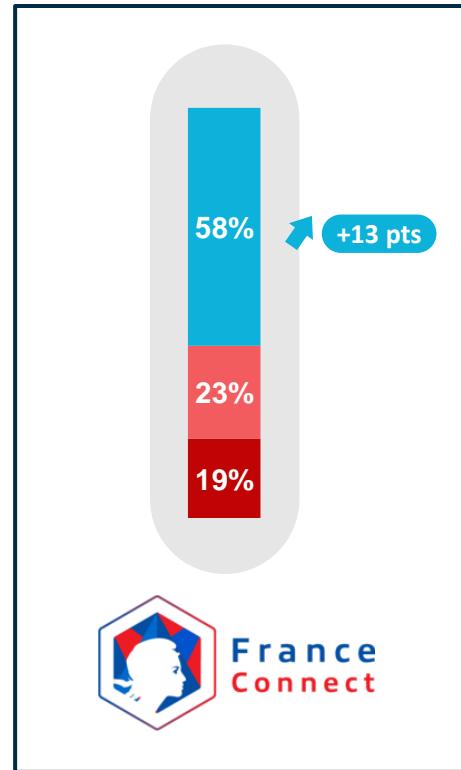


## Authentification



- Oui j'utilise déjà ce type de compte
- Non, je ne l'utilise pas aujourd'hui mais je pourrais l'utiliser
- Non, je ne l'utilise pas aujourd'hui et cela ne m'intéresse pas

L'identité numérique certifiée reste de nature à accroître la confiance surtout lorsqu'elle vient de l'Etat...

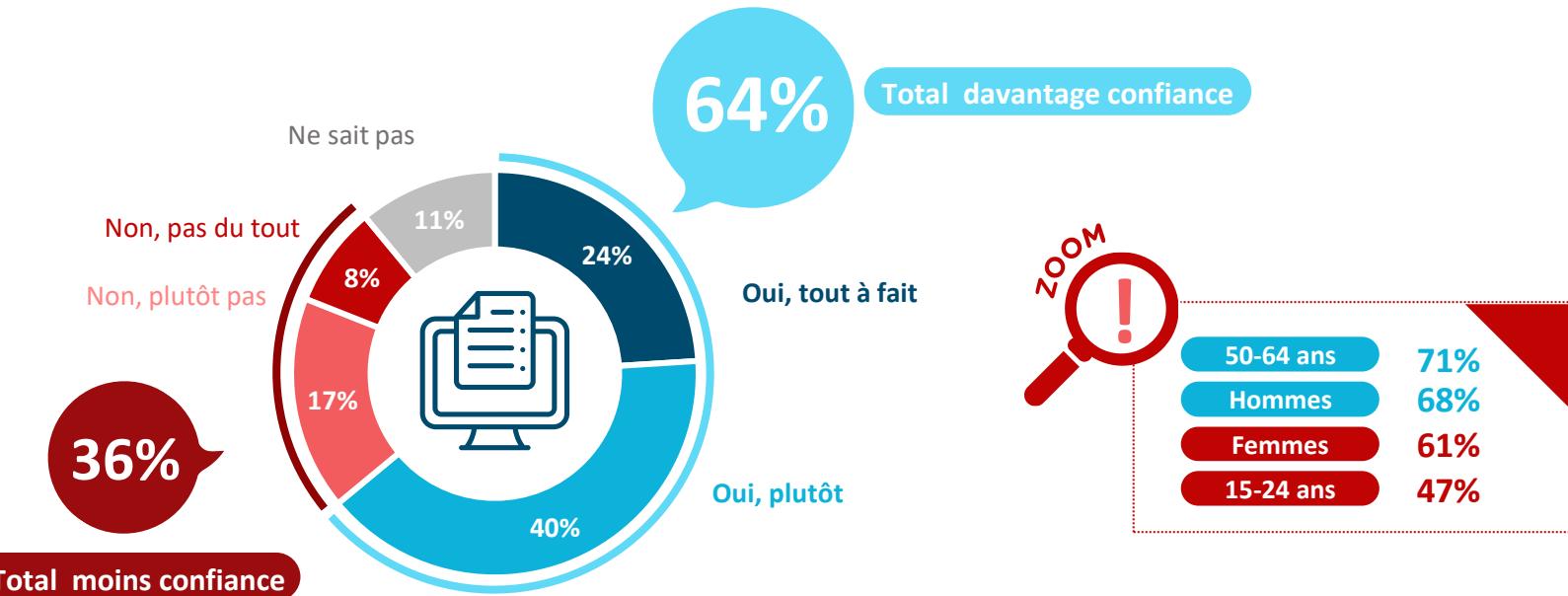




Identité numérique

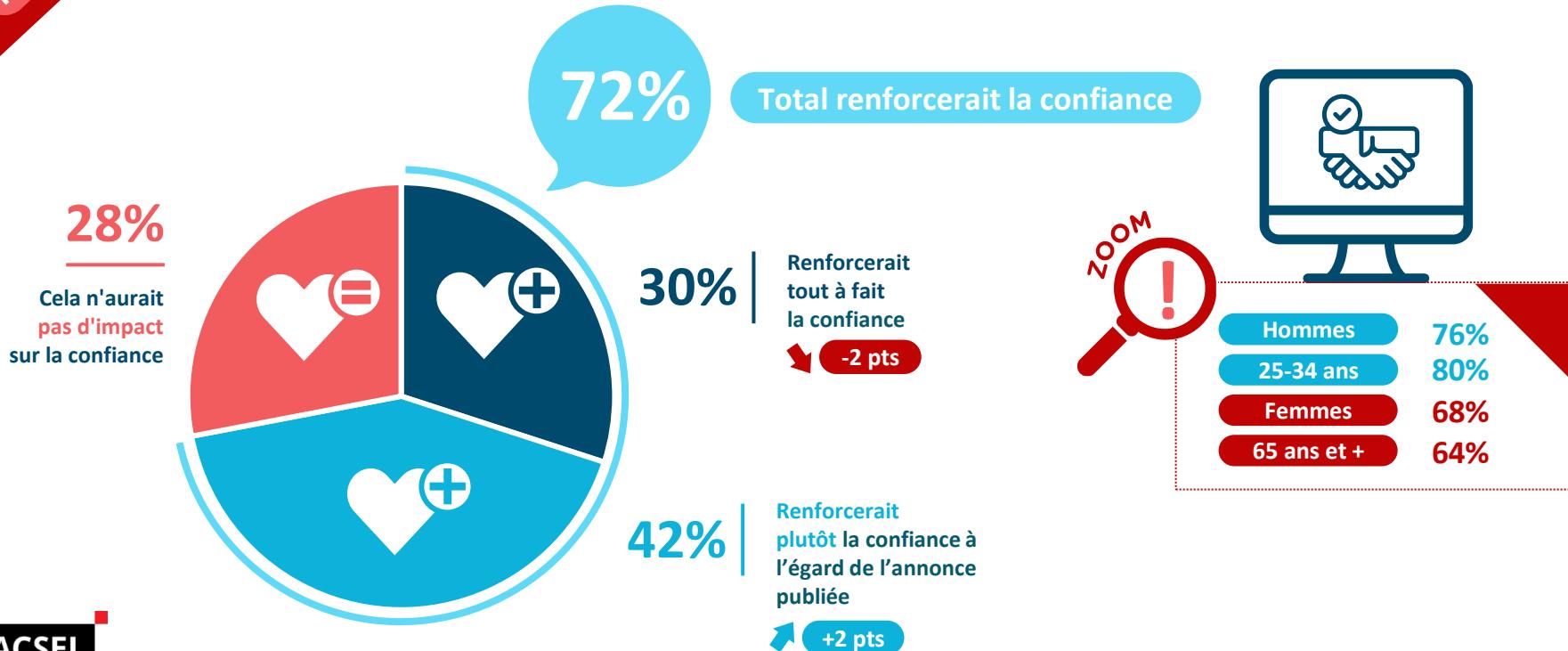
... concernant les

## démarches administratives en ligne...





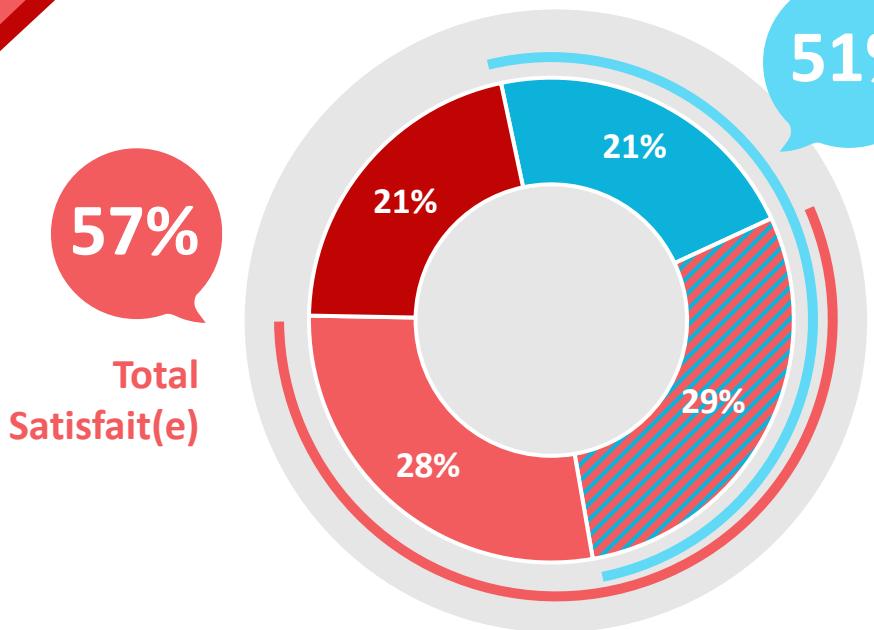
## ... tout comme dans le cadre des achats sur des sites d'annonce entre particuliers





Moyens de paiement

## Les nouvelles méthodes d'authentification lors du paiement sur Internet jouent clairement sur la confiance



Total  
Satisfait(e)

51%  
Total  
Rassuré(e)

### Impact de l'usage de nouvelles méthodes d'authentification



Confiance globale  
usage d'Internet  
(% pas risqué)

Ensemble répondants	Total Rassuré(e)	Total satisfait(e)	Satisfait(e) et rassuré(e)
46%	56%	54%	61%



Paramétrage  
des cookies

**2/3 seraient prêts à accepter systématiquement les cookies  
sous réserve que ceux-ci les protègent contre l'usurpation de compte**

