



Acsel
L'ASSOCIATION
DE L'ÉCONOMIE
NUMÉRIQUE

Baromètre 2013

de la confiance des Français dans le numérique

Etude réalisée par l'IDATE

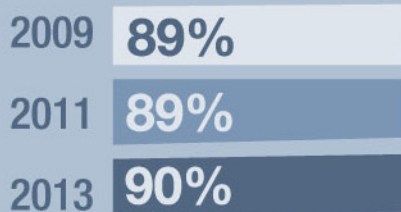


Les usages

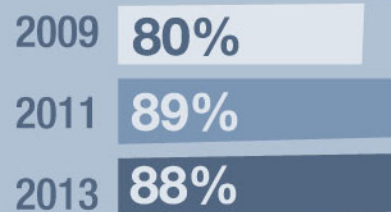
se généralisent et se renforcent



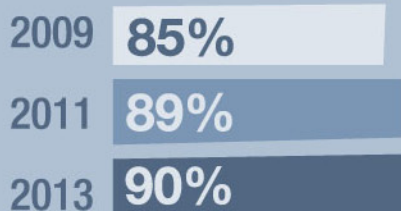
Administration



Banque en ligne



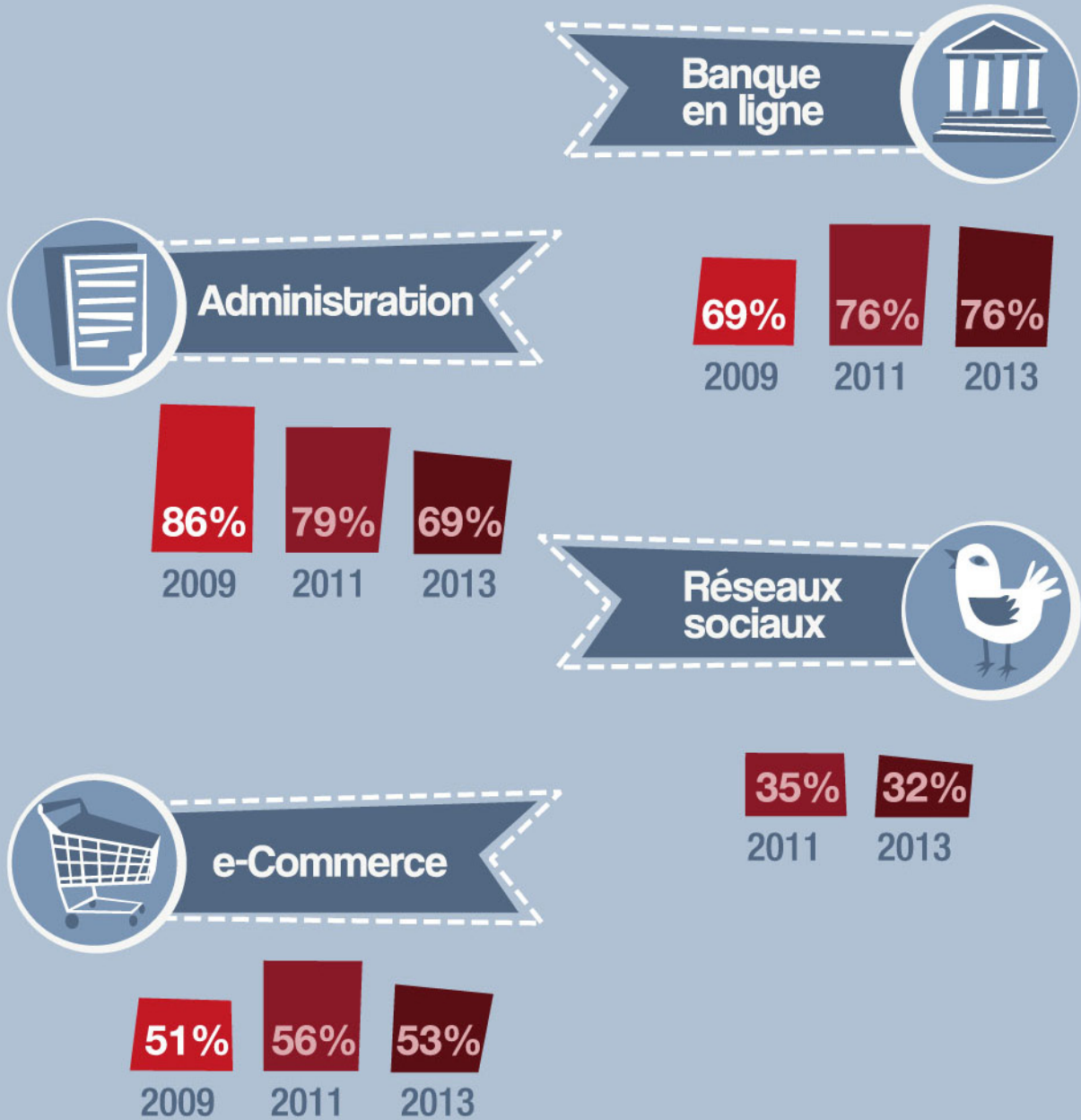
e-Commerce



Réseaux sociaux



Pourtant, on assiste à un fléchissement
de **la confiance**



Une sensibilité forte aux **données personnelles**



92%

Des internautes jugent important qu'il y ait une **limite à la conservation des données personnelles**

75% refusent d'être géolocalisés



35% acceptent de **communiquer en ligne des informations** sur leur vie personnelle *contre 49% lors de la première vague*

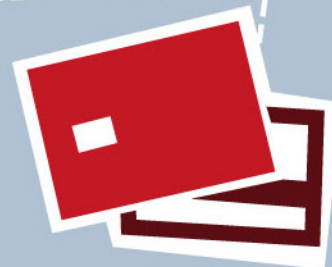
77% ont **modifié les paramètres de confidentialité** sur Facebook

16% se présentent sous un **pseudonyme** sur les réseaux sociaux

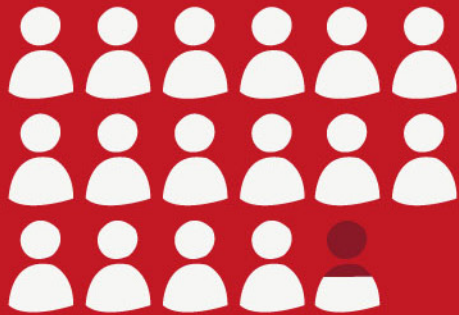
47% donnent volontairement de **fausses informations** en ligne *dont les deux tiers pour limiter la diffusion d'informations personnelles*

78% jugent risqué l'**enregistrement des données bancaires** sur un site marchand

5% seulement seraient prêts à **communiquer plus de données personnelles liées à leur compte bancaire** en échange d'**applications gratuites à valeur ajoutée**

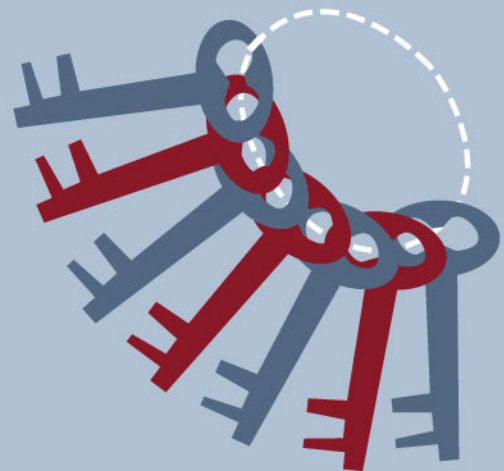


Une vie numérique qui se
complexifie



16,4 comptes
en moyenne

contre 12,2 lors de la 1^e vague







38% des internautes
ont **+ de 5 mots de passe**



43%
sont gênés
par **le nombre
de mots de
passe à gérer**

Les risques perçus sont tenaces






	Le risque d'erreur sur l'identité passe de 34% à 42%
	40% L'utilisation abusive des données
	27% Que les données soient consultées par quelqu'un d'autre
	28% Un mauvais fonctionnement du site







Administration



Banque en ligne

	67% Craignent le piratage du compte
	48% L'usage abusif des données bancaires
	46% La consultation par un tiers des données bancaires



	85% Craignent le piratage du compte
	48% L'usage abusif des données personnelles
	38% L'usage des données à des fins publicitaires
	32% La conservation des données



e-Commerce



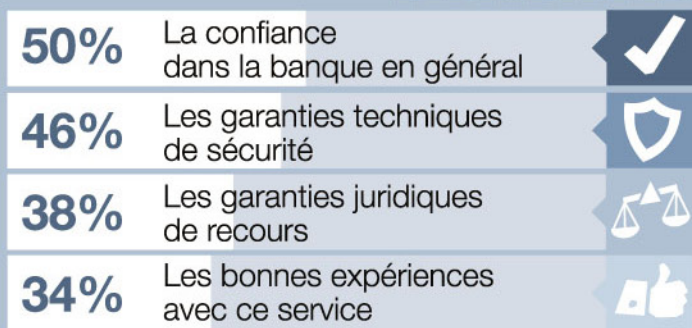
Réseaux sociaux

	52% Craignent l'accès par des inconnus aux données privées
	37% La conservation sans limite de temps des données

Des leviers de la confiance peu convaincants



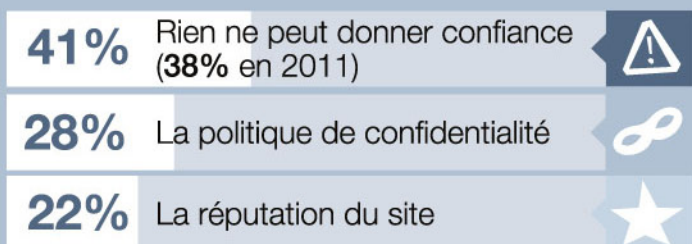
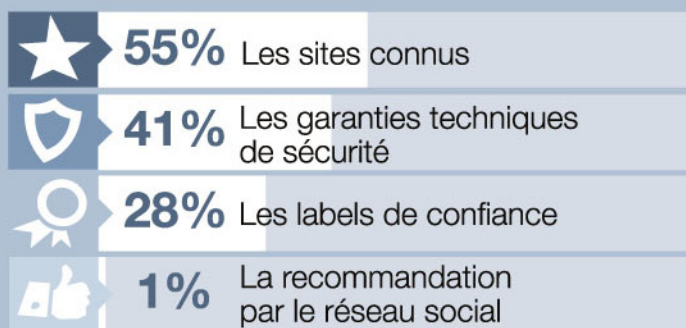
Administration



Banque en ligne



e-Commerce



Réseaux sociaux



L'effet mobile

de plus en plus présent



La consultation des comptes bancaires

sur smartphone fait un bond de **14%** à **40%** et au global chez les internautes de **6%** à **21%**

39% des possesseurs de smartphone l'ont utilisé pour **scanner des produits en magasin**

48% des équipés en smartphone seraient prêts à **utiliser les coupons de réduction** sur leur terminal mobile

48% des équipés en smartphone seraient prêts à **gérer les points fidélité** sur leur terminal mobile en magasin

- 21%** des équipés en smartphone font des achats en ligne
- 9%** des équipés en smartphone achètent des biens physiques
- 64%** des acheteurs sur mobile saisissent leur numéro de CB en ligne *contre 41% en 2011*
- 65%** des acheteurs sur mobile estiment que l'achat sur mobile et sur PC présente le même niveau de risque



Peu de différence de sécurité perçue

entre le mobile et le fixe pour la banque en ligne

pour **72%** *contre 79% en 2011*



Principales craintes

pour la consultation des comptes bancaires :

la perte du mobile, l'interception des communications

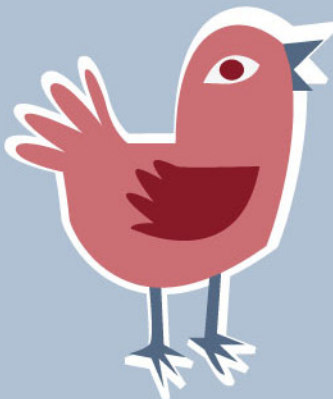


Publicité & données personnelles : la méfiance



30% des utilisateurs de réseaux sociaux craignent que les données personnelles soient utilisées à des fins publicitaires

55% ont conscience de l'utilisation des données personnelles à des fins publicitaires



82% sont gênés par l'utilisation de leurs données personnelles à des fins publicitaires



47% des internautes communiquent volontairement de fausses informations *dont la moitié pour éviter la publicité*

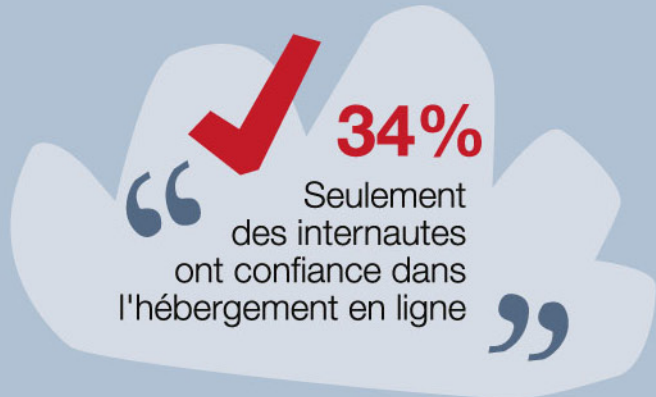
38% des acheteurs en ligne craignent que leurs données personnelles soient utilisées à des fins publicitaires



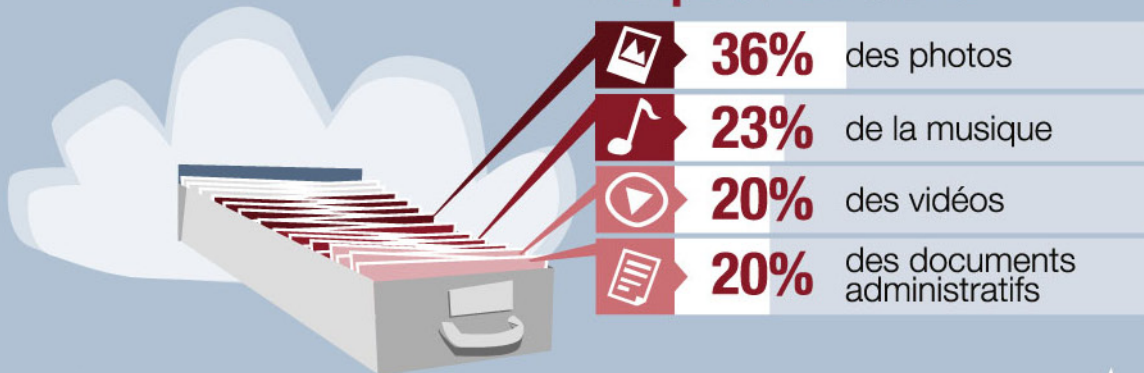
Le cloud



des internautes déclarent utiliser des services de cloud



Les contenus adaptés au cloud



Principales craintes

57% craignent l'usage abusif des données

52% la perte de leurs données

48% la consultation des données par un tiers



Leviers de confiance

24% Les garanties de sécurité

20% Les garanties juridiques

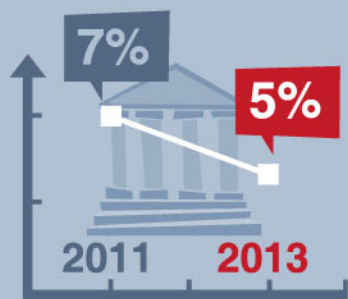
18% Les sites connus



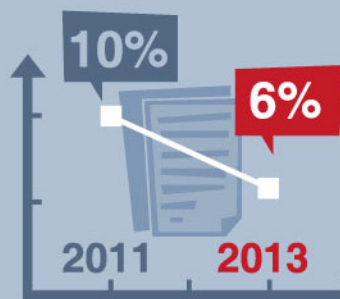
Identification par un service tiers



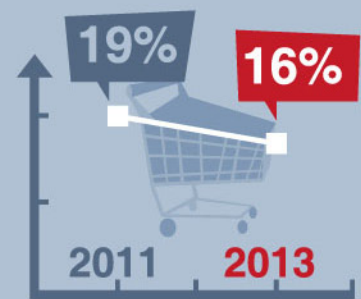
Acceptation d'un service tiers pour s'identifier



sur un compte bancaire

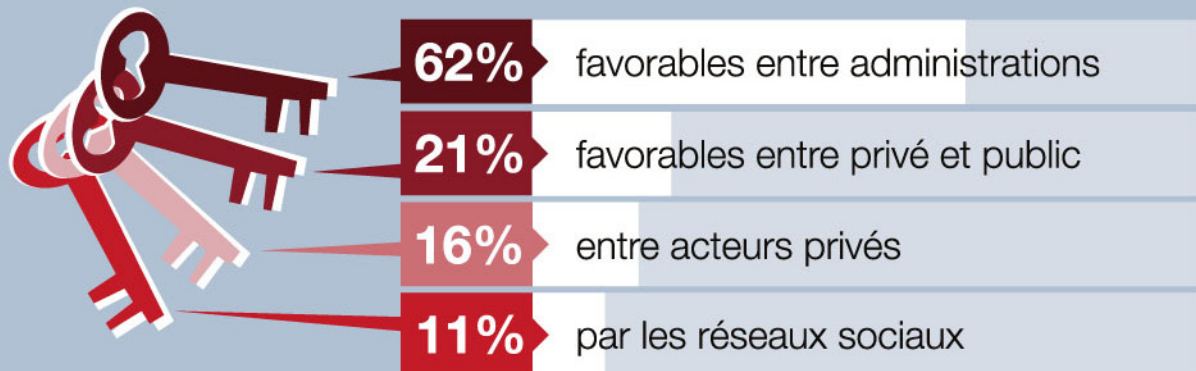


sur un site d'administration



sur un site marchand

Acceptation de la transmission d'attributs d'identité entre tiers pour simplifier les démarches



Typologie



15% Les Technophiles

Très investis dans les nouvelles technologies et les nouveaux usages, ils sont également **très confiants** dans les services en ligne, et ouverts à l'innovation.

36% Les Confiants

Ils représentent le cœur des utilisateurs réguliers, avec **une forte confiance** dans les services notamment l'e-administration.

16% Les Suiveurs

Ils ont une image favorable des services numériques, mais (ou peut-être parce que !) ils les utilisent peu.

16% Les Pragmatiques

Ce sont de gros utilisateurs malgré une **forte défiance vis-à-vis des services** : pour eux la valeur d'usage est plus forte que le risque encouru.

17% Les Réticents

Leur méfiance les conduit à **ne pas utiliser** les services en ligne.

