

BAROMÈTRE 2015

LA CONFIANCE DES FRANÇAIS DANS LE NUMÉRIQUE

Étude réalisée par l'IDATE



Le 6 juillet 2015

#ConfianceNum - @acsel_Eco_Num - @CaisseDesDepots

MÉTHODOLOGIE

- SONDAGE EN LIGNE AUPRÈS DE 1000 INTERNAUTES AU MOIS DE MARS 2015
- PRÉCÉDENTES VAGUES EN 2009, 2011, 2013

ETUDE RÉALISÉE PAR L'IDATE

LES TECHNOPHILES 14%

CES PASSIONNÉS DE NOUVELLES TECHNOLOGIES SAVENT SE PROTÉGER POUR UTILISER EN TOUTE CONFIANCE DE NOMBREUX SERVICES NUMÉRIQUES.

LES CONFIANTS 41%

ILS REPRÉSENTENT LE COEUR DES UTILISATEURS RÉGULIERS AVEC UNE CONFIANCE FORTE DANS LES SERVICES EN LIGNE, NOTAMMENT VENANT D'ACTEURS INSTITUTIONNELS.

LES MODÉRÉS 11%

ILS ONT PLUTÔT UNE IMAGE FAVORABLE DES SERVICES NUMÉRIQUES, MAIS (OU PARCE QUE !) ILS LES UTILISENT PEU.

LES PRAGMATIQUES 19%

MALGRÉ UNE FORTE PERCEPTION DES RISQUES ENCOURUS, ILS UTILISENT RÉGULIÈREMENT LES SERVICES NUMÉRIQUES.

LES RÉTICENTS 15%

POUR CES INTERNAUTES PLUS ÂGÉS, LA DÉFIANCE LIMITE LES USAGES.

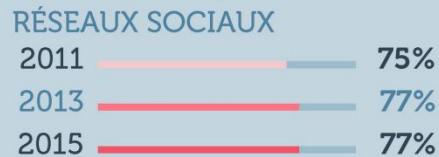
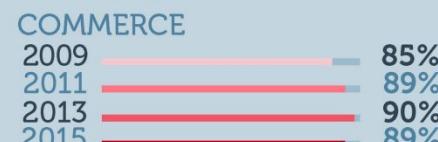
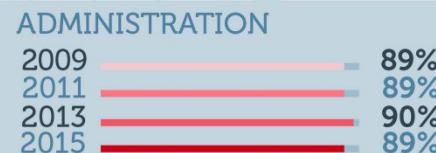




LA BAISSE CONTINUE DE LA
CONFIANCE NE FREINE PAS LES
USAGES ÉABLIS

1 LES USAGES ÉTABLIS PLAFONNENT

DES TAUX D'USAGE TRÈS ÉLEVÉS



#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

POUR AUTANT LA CONFIANCE RESTE FAIBLE



ACSEL

L'association de l'économie numérique

**40% DES INTERNAUTES ONT GLOBALEMENT
CONFIANCE DANS L'USAGE D'INTERNET**

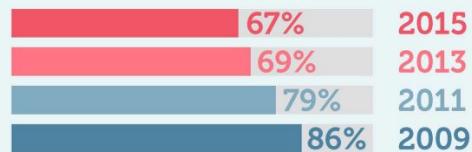
#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

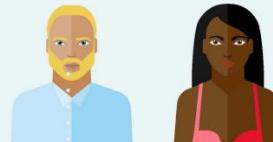
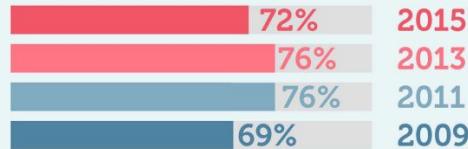
@CaisseDesDepots

LA CONFIANCE SE DÉGRADE
DANS LES USAGES ÉTABLIS

ADMINISTRATION EN LIGNE



BANQUE EN LIGNE



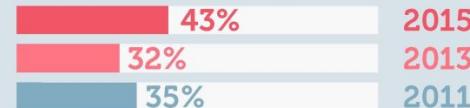
POUR AUTANT LA CONFIANCE RESTE FAIBLE



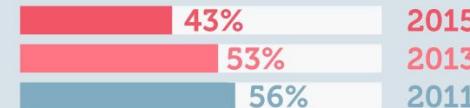
SEULS LES RÉSEAUX SOCIAUX PROGRESSENT
ET REJOIGNENT LE NIVEAU DE CONFIANCE
DE L'E-COMMERCE



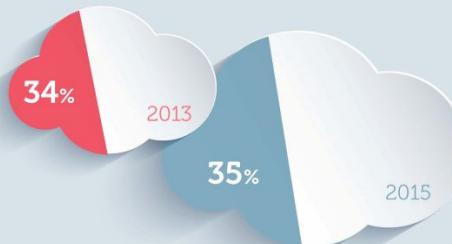
RÉSEAUX SOCIAUX



COMMERCE EN LIGNE



LA CONFIANCE RESTE FAIBLE
POUR LES SERVICES DE CLOUD



LA PERCEPTION DES RISQUES NE FREINE PAS L'USAGE



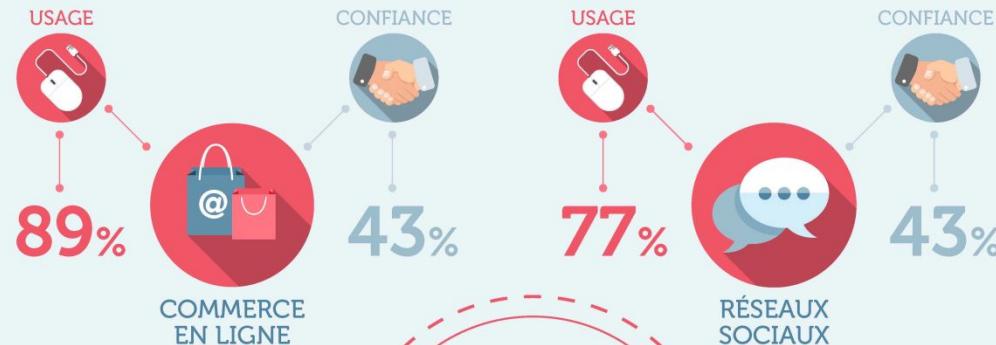
L'association de l'économie numérique

ACSEL

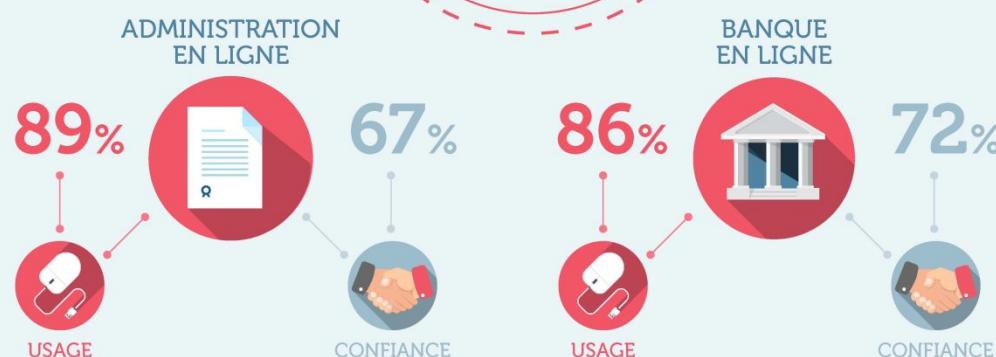
#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots



L'E-COMMERCE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX CONNAISSENT
LE PLUS GRAND ÉCART ENTRE USAGE ET CONFIANCE



LES LEVIERS DE LA CONFIANCE

1 LA CRÉDIBILITÉ DU SITE PLÉBISCITÉE



2 LES GARANTIES TECHNIQUES RASSURENT



#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LES LEVIERS DE LA CONFIANCE

3 AINSI QUE LES POSSIBILITÉS
DE RECOURS JURIDIQUES



#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LES FREINS



1 L'USURPATION D'IDENTITÉ ET LA FRAUDE ASSOCIÉE

COMMERCE EN LIGNE

PIRATAGE DES DONNÉES BANCAIRES **86%**



ÉCONOMIE COLLABORATIVE

PIRATAGE DES DONNÉES BANCAIRES (CLIENT) **40%**



BANQUE EN LIGNE

66% PIRATAGE DU COMPTE



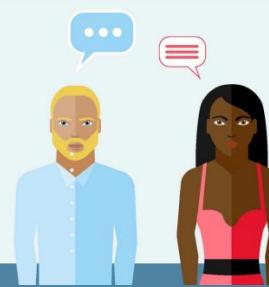
RÉSEAUX SOCIAUX

USURPATION D'IDENTITÉ **36%**, PIRATAGE DU COMPTE **32%**



ADMINISTRATION

42% RISQUE D'ERREUR SUR L'IDENTITÉ



ACSEL

L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LES FREINS

2 LA CONSULTATION DES DONNÉES PERSONNELLES PAR UN TIERS OU LEUR UTILISATION ABUSIVE

BANQUE EN LIGNE

UTILISATION ABUSIVE DES DONNÉES BANCAIRES **52%**
CONSULTATION DES DONNÉES BANCAIRES **46%**



CLOUD

47% USAGE ABUSIF DES DONNÉES
41% CONSULTATION DES DONNÉES PERSONNELLES PAR UN TIERS



COMMERCE EN LIGNE

CONSULTATION DES DONNÉES PERSONNELLES PAR UN TIERS **47%**
UTILISATION DES DONNÉES PERSONNELLES À DES FINS PUBLICITAIRES **38%**



ADMINISTRATION

42% UTILISATION ABUSIVE DES DONNÉES PERSONNELLES
33% CONSULTATION DES DONNÉES PERSONNELLES PAR UN TIERS





LES FREINS



ECONOMIE COLLABORATIVE

UTILISATION ABUSIVE DES DONNÉES PERSONNELLES (CLIENT) **30%**

RÉSEAUX SOCIAUX

31% ACCÈS À MA VIE PRIVÉE PAR DES INCONNUX

25% UTILISATION DES DONNÉES PERSONNELLES À DES FINIS COMMERCIALES



% des internautes citant l'item comme un risque potentiel

ACSEL

L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LA RECOMMANDATION JOUE PEU



COMMERCE EN LIGNE

- AVIS DES CONSOMMATEURS **19%**
- RECOMMANDATIONS D'AMIS OU DE LA FAMILLE **14%**
- AVIS DES FORUMS D'EXPERTS **6%**



BANQUE

- RECOMMANDATIONS D'AMIS OU DE LA FAMILLE **4%**



ADMINISTRATION

- RECOMMANDATIONS D'AMIS OU DE LA FAMILLE **4%**



RÉSEAUX SOCIAUX

- RECOMMANDATIONS D'AMIS OU DE LA FAMILLE **4%**

ACSEL

L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LA RECOMMANDATION JOUE PEU

SAUF POUR L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE



- NOTATIONS DES UTILISATEURS **52%** (CLIENT), **49%** (OFFREUR)
- RECOMMANDATION DE PROCHES **35%** (CLIENT), **30%** (OFFREUR)

% des internautes citant l'item comme un levier de confiance



ACSEL

L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LE RÉSEAU SOCIAL NE CONSTITUE PAS UN LEVIER DE CONFIANCE



COMMERCE EN LIGNE

- RECOMMANDATIONS DU RÉSEAU SOCIAL **1%**



BANQUE

- RECOMMANDATIONS DE MEMBRES DE MON RÉSEAU SOCIAL **1%**



ADMINISTRATION

- RECOMMANDATIONS D'AMIS OU DE LA FAMILLE **2%**



ÉCONOMIE COLLABORATIVE

- PROXIMITÉ AVEC LE RÉSEAU SOCIAL **11%** (CLIENT), **7%** (OFFREUR)

% des internautes citant l'item comme un levier de confiance

ACSEL

L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

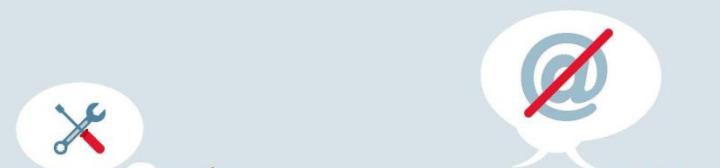
@CaisseDesDepots

USURPATION D'IDENTITE



16% DES INTERNAUTES ONT DÉJÀ ÉTÉ VICTIMES
D'USURPATION D'IDENTITÉ

DONT **82%** BASÉE SUR L'USURPATION DU NUMÉRO
DE CARTE BANCAIRE OU DU NUMÉRO DE COMPTE BANCAIRE





LES FRANÇAIS DE PLUS EN PLUS SENSIBLES À LA PROTECTION DE LEURS DONNÉES PERSONNELLES

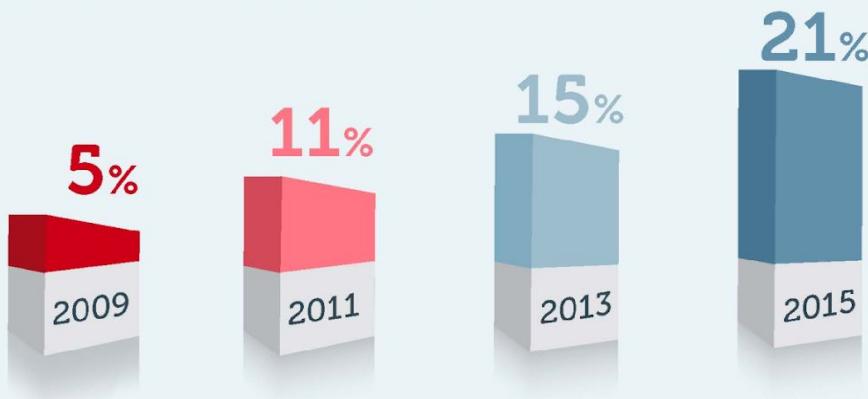
2 LA RÉTICENCE À COMMUNIQUER SES DONNÉES SE CONFIRME

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

21% DES INTERNAUTES SONT RÉTICENTS
À LA COMMUNICATION D'ATTRIBUTS D'IDENTITÉ
EN LIGNE, CONTRE **5%** EN 2009



74% REFUSENT D'ÊTRE GÉOLOCALISÉS,
Ils étaient **75%** EN 2013



2 LA RÉTICENCE À COMMUNIQUER SES DONNÉES SE CONFIRME

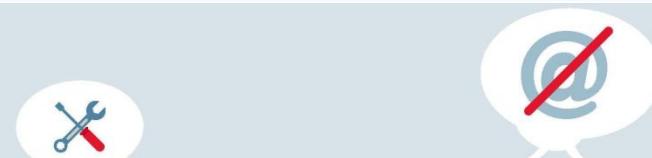
SEULS **18%** DES INTERNAUTES COMMUNIQUERAIENT
EN LIGNE DES INFORMATIONS RELATIVES À LEUR SANTÉ
CONTRE **29%** IL Y A 2 ANS



29% SONT PRÊTS À METTRE EN LIGNE DES PHOTOS
CONTRE **49%** EN 2013



86% DES INTERNAUTES NE VOIENT PAS D'INTÉRÊT
À VALORISER LEURS DONNÉES EN ÉCHANGE D'AVANTAGES



ÉCHANGES DE DONNÉES : LES FRANÇAIS FONT CONFIANCE À L'ADMINISTRATION



ENTRE ADMINISTRATIONS

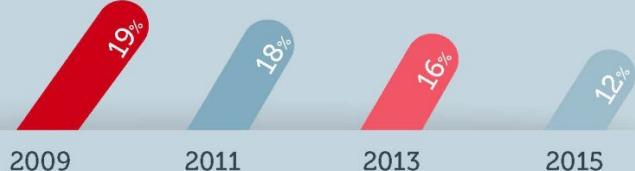


MAIS SONT RÉTICENTS À L'ÉCHANGE
ENTRE ADMINISTRATIONS ET ACTEUR PRIVÉS

ENTRE PRIVÉ ET PUBLIC



ENTRE ACTEURS PRIVÉS



ILS REFUSENT LA COMMUNICATION
DE DONNÉES PRIVÉES PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX

PAR LE RÉSEAU SOCIAL

#ConfianceNum

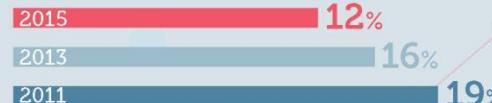
@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

3 L'ACCEPTION D'UN SERVICE D'IDENTIFICATION FOURNI PAR UN TIERS EST EN RÉGRESSION



POUR S'IDENTIFIER
SUR UN SITE MARCHAND



POUR S'IDENTIFIER SUR UN
SITE DE L'ADMINISTRATION



POUR S'IDENTIFIER SUR UN
SITE BANCAIRE



#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LES SERVICES TIERS PRIVILÉGIÉS POUR ACCÉDER À UN SITE D'E-COMMERCE



RÉSEAU SOCIAL **39%**



PAYPAL **26%**



BANQUE **18%**



OPÉRATEUR MOBILE **15%**



FOURNISSEUR D'ACCÈS INTERNET **12%**

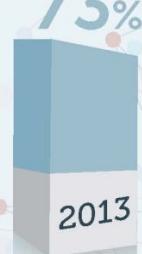
LES FRANÇAIS PLÉBISCITENT À **72%** UN SERVICE DE CERTIFICATION DE L'IDENTITÉ LORS DES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES



75%



73%



72%



ACSEL

L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots



UNE VIE NUMÉRIQUE DAVANTAGE MAITRISÉE

4 UNE PRÉSENCE EN LIGNE MAÎTRISÉE



ÉVOLUTION DU NOMBRE
DE COMPTES EN LIGNE



LES ACHETEURS EN LIGNE ONT **6,8** COMPTES E-COMMERCE
CONTRE **7,2** EN 2013



1,1 PROFIL EN MOYENNE
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
CONTRE **1,9** EN 2013



L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LES INTERNAUTES DÉVELOPPENT DES STRATÉGIES DE PROTECTION DE LEURS DONNÉES PERSONNELLES



84% ONT DÉJÀ EU UN ACTION CONCRÈTE
DE PROTECTION QUAND IL NAVIGUENT
SUR INTERNET



44% FOURNISSENT DES INFORMATIONS
ERRONÉES DONT **65%** POUR
NE PAS COMMUNIQUER CERTAINES
INFORMATIONS PERSONNELLES



28% DES UTILISATEURS DE RÉSEAUX SOCIAUX
UTILISENT UN PSEUDO CONTRE **16%** EN 2013



70% ONT EFFACÉ DES COOKIES
OU DES FICHIERS TEMPORAIRES

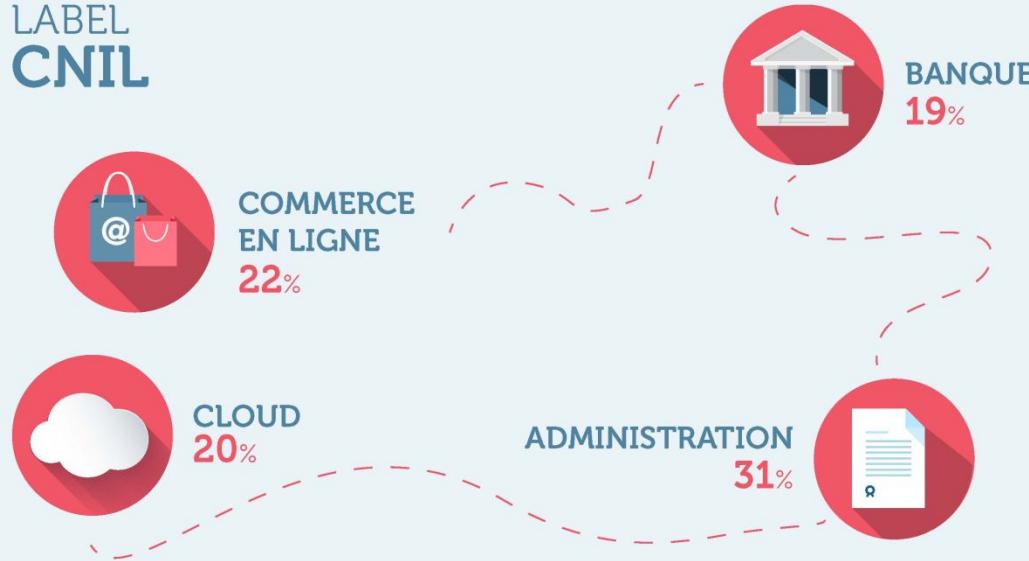
#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LA MONTÉE EN PUISSANCE DES LABELS

LABEL **CNIL**



52% DES INTERNAUTES NE SOUHAITANT
PAS ACHETER SUR DES SITES ÉTRANGERS
SERAIENT RASSURÉS PAR UN **LABEL EUROPÉEN**

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots



DE NOUVEAUX USAGES A L'EPREUVE DE LA CONFIANCE

5 DE NOUVEAUX USAGES APPARAISSENT

LES OBJETS CONNECTÉS UN ENGOUEMENT AVÉRÉ

10% DES INTERNAUTES SONT ÉQUIPÉS D'UN OBJET CONNECTÉ
20% ONT DES PROJETS D'ÉQUIPEMENT



- Équipé
- Projet d'équipement

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num
@CaisseDesDepots

5 DE NOUVEAUX USAGES APPARAISSENT

LES OBJETS CONNECTÉS UN ENGOUEMENT AVÉRÉ MAIS UNE CONFIANCE RELATIVE

35% DES UTILISATEURS DE MAISON CONNECTÉE NE SAVENT PAS OÙ SONT STOCKÉES LES DONNÉES GÉNÉRÉES PAR LES APPAREILS CONNECTÉS

61% DES INTERNAUTES UTILISANT DES OBJETS CONNECTÉS SONT GÉNÉS PAR LE STOCKAGE SUR INTERNET DES DONNÉES COLLECTÉES

86% TROUVENT GÊNANT QUE CES DONNÉES SOIENT COMMUNIQUÉES À D'AUTRES ACTEURS



#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LA SHARING ECONOMY



ACSEL

L'association de l'économie numérique

UN NOUVEAU MODE DE CONSOMMATION ÉMERGE



16%

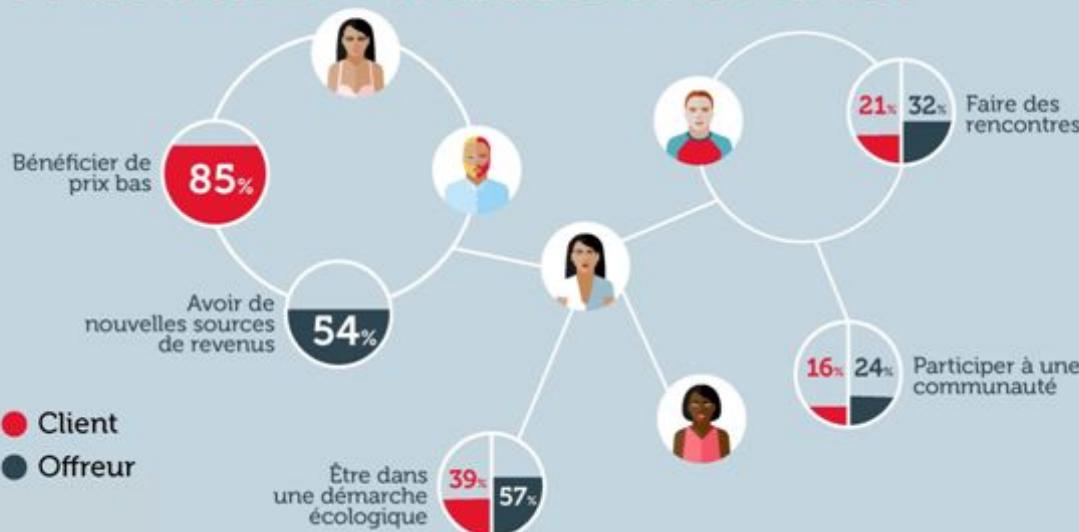
En tant que client



8%

En tant qu'offreur

DES MOTIVATIONS ÉCONOMIQUES MAIS AUSSI ÉCOLOGIQUES ET SOCIALES



LA SHARING ECONOMY



ACSEL

L'association de l'économie numérique

UNE CONFIANCE TRÈS FORTE DES UTILISATEURS

83% DES OFFREURS ONT CONFIANCE
DANS L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

ET **79%** DES CLIENTS



UN USAGE ENCORE TROP ÉMERGENT CHEZ LES NON-UTILISATEURS

36% SEULEMENT DES NON-UTILISATEURS
ONT CONFIANCE

UN QUART NE SE PRONONCE PAS



LA SHARING ECONOMY



ACSEL

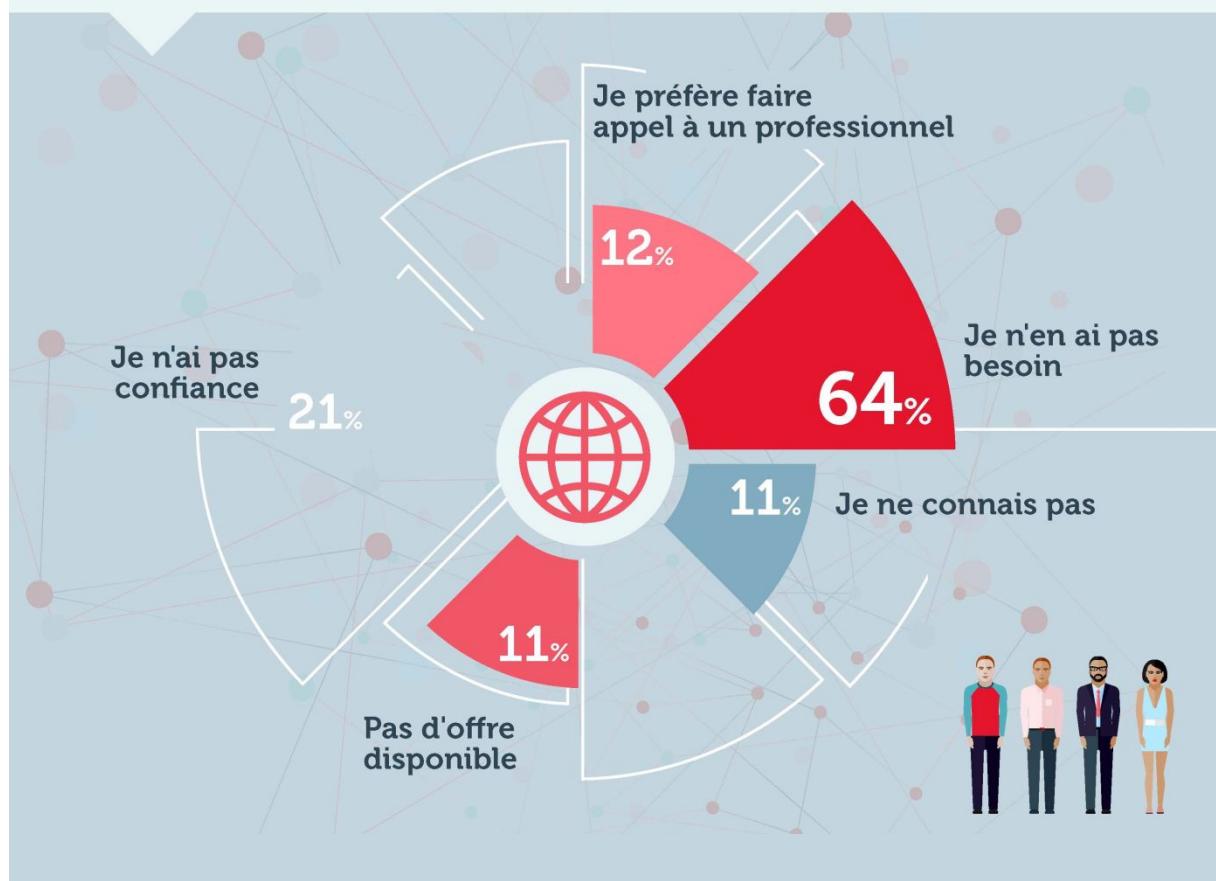
L'association de l'économie numérique

#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots

LES FREINS À L'USAGE



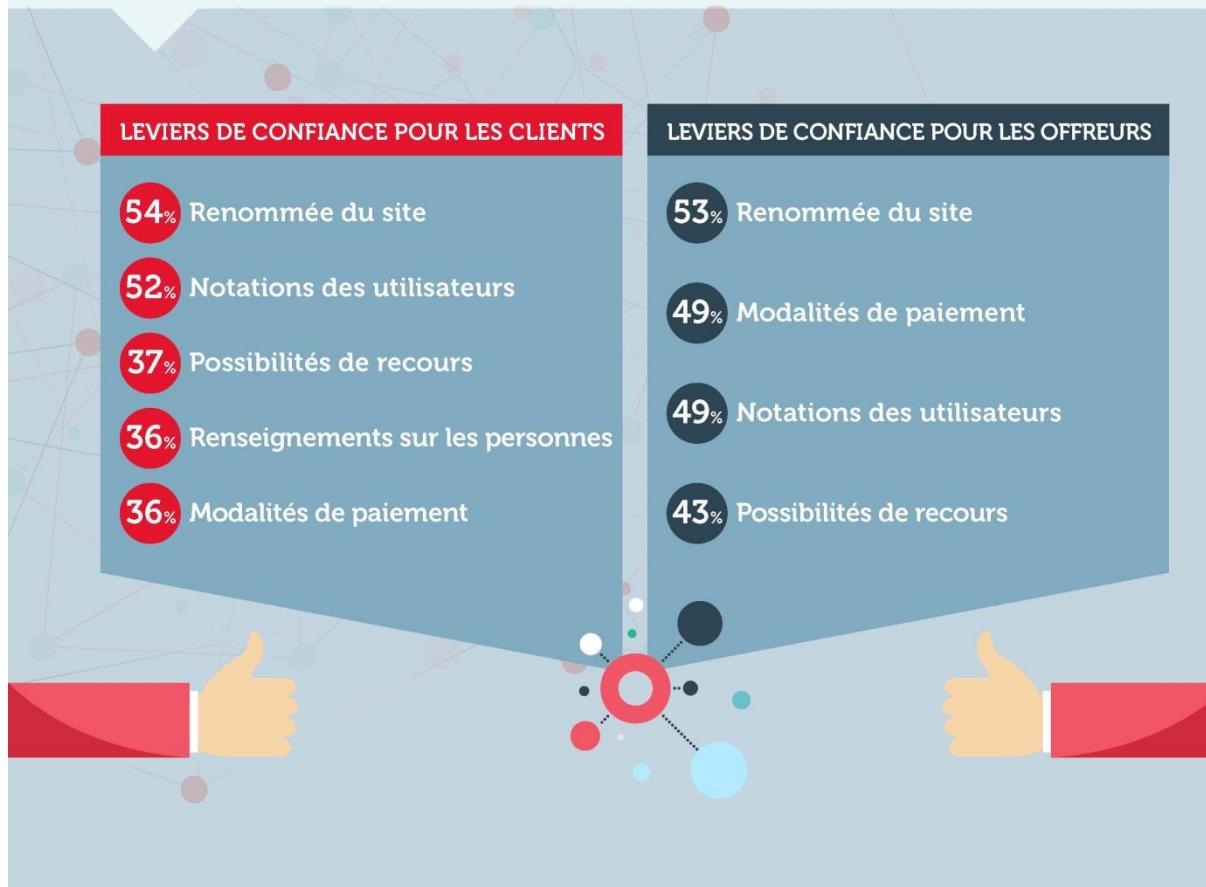
LA SHARING ECONOMY



ACSEL

L'association de l'économie numérique

LA RENOMMÉE DE LA PLATE-FORME DE SHARING, PREMIER LEVIER DE LA CONFIANCE



LA SHARING ECONOMY



ACSEL

L'association de l'économie numérique

LES FREINS



LES CLIENTS CRAIGNENT UNE MAUVAISE QUALITÉ DU SERVICE

Mauvaise qualité de service **43%**

Piratage des données bancaires **40%**

Utilisation abusive
des données personnelles **34%**

Défaut de service **28%**



QUAND LES OFFREURS REDOUTENT LES INCIVILITÉS DES CLIENTS

Incivilité du client **57%**

Absence du client **46%**

Défaut de paiement **44%**

Dégénération ou vol **44%**



#ConfianceNum

@acsel_Eco_Num

@CaisseDesDepots