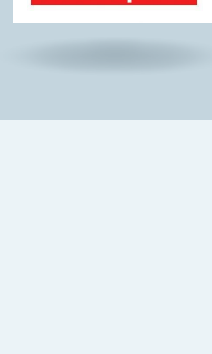


BAROMÈTRE 2015

LA CONFIANCE DES FRANÇAIS DANS LE NUMÉRIQUE

Étude réalisée par l'IDATE



ACSEL

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 CŒUR 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 I) 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.

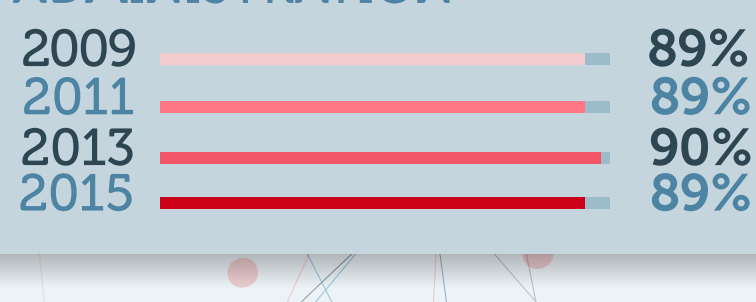
CONFIANCE

1 LES USAGES ÉTABLIS PLAFONNENT

DES TAUX D'USAGE TRÈS ÉLEVÉS



ADMINISTRATION



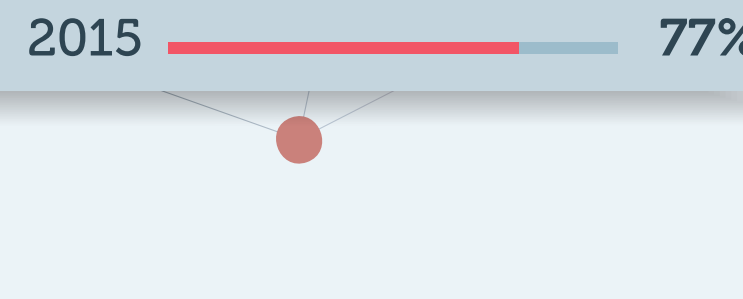
BANQUE



COMMERCE



RÉSEAUX SOCIAUX



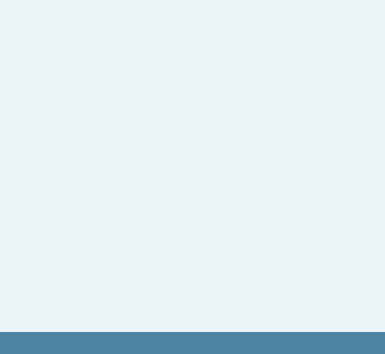
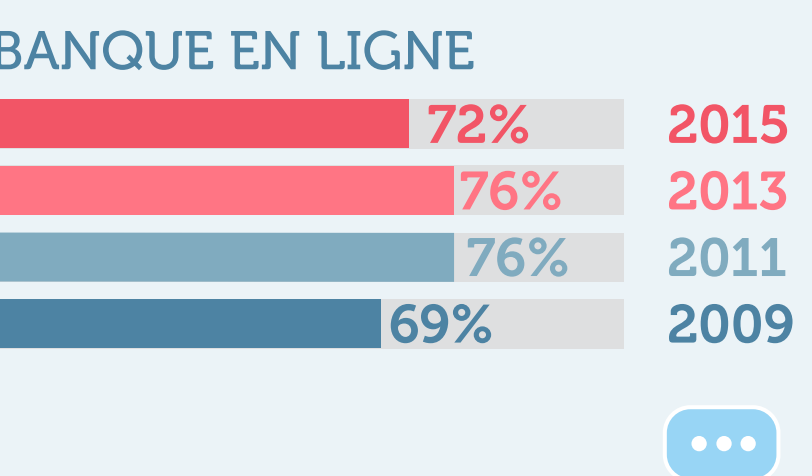
POUR AUTANT LA CONFIANCE RESTE FAIBLE

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

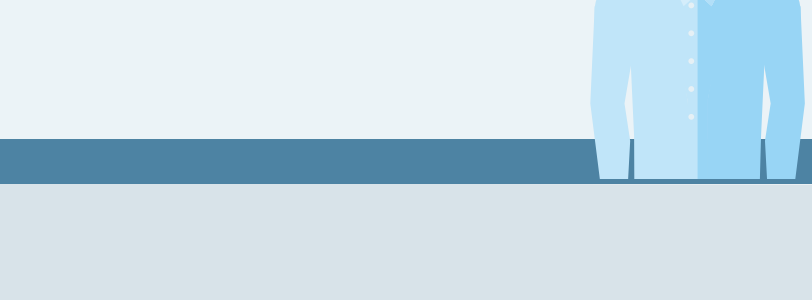
LA CONFIANCE SE DÉGRADE DANS LES USAGES ÉTABLIS



ADMINISTRATION EN LIGNE



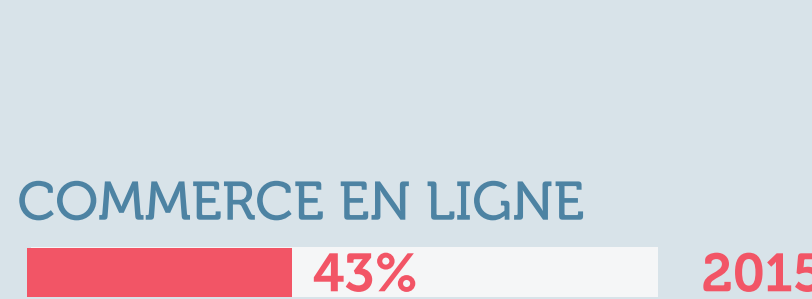
BANQUE EN LIGNE



SEULS LES RÉSEAUX SOCIAUX PROGRESSED ET REJOignent LE NIVEAU DE CONFIANCE DE L'E-COMMERCE



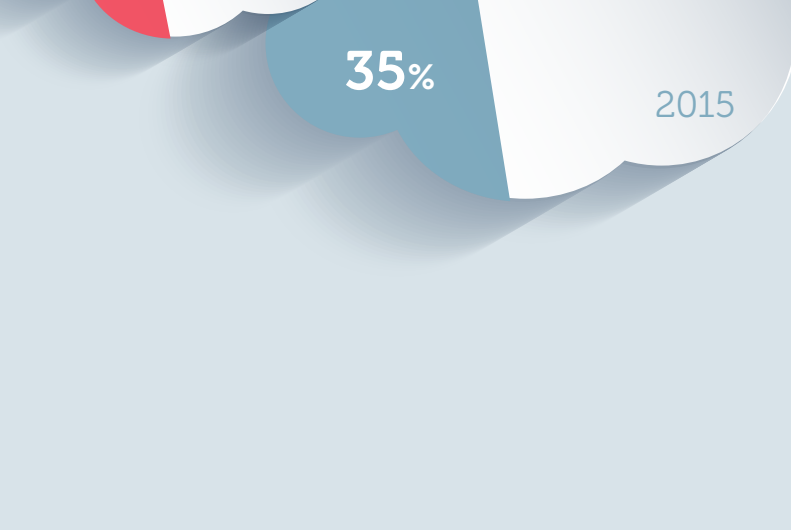
RÉSEAUX SOCIAUX



COMMERCE EN LIGNE



LA CONFIANCE RESTE FAIBLE POUR LES SERVICES DE CLOUD



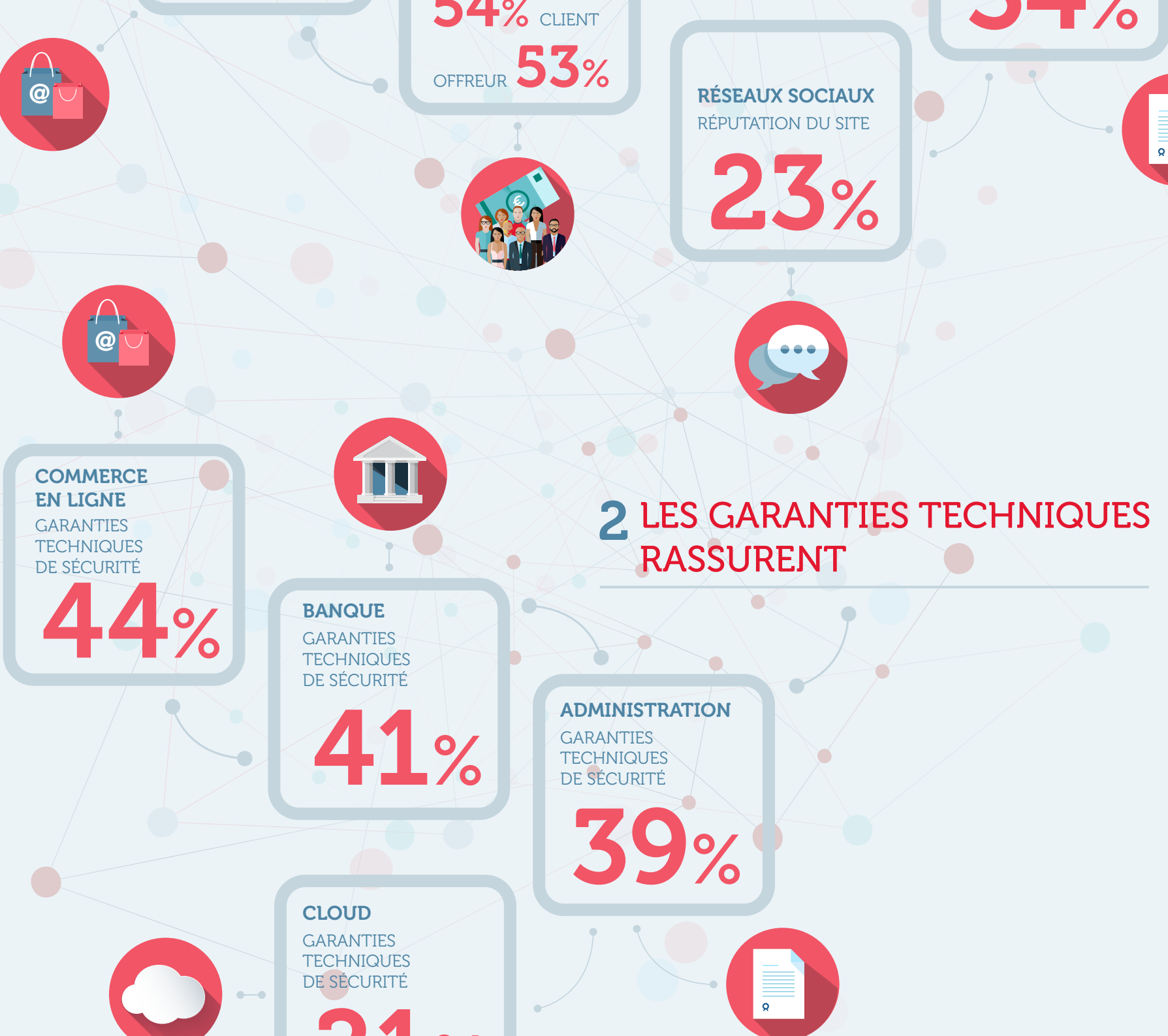
LA PERCEPTION DES RISQUES NE FREINE PAS L'USAGE

60% DES INTERNAUTES ESTIMENT QUE L'USAGE D'INTERNET EST RISQUÉ

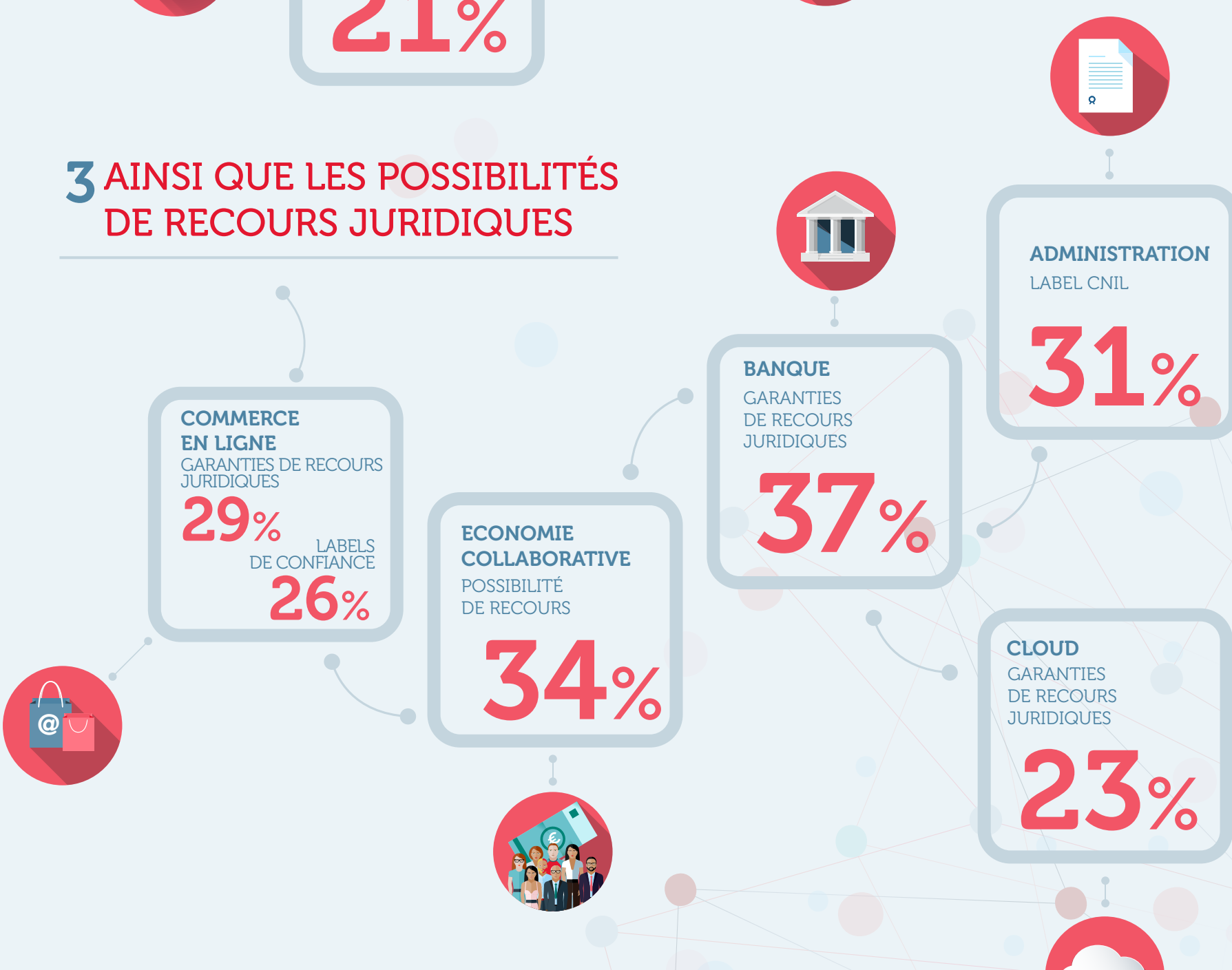


LES LEVIERS DE LA CONFIANCE

1 LA CRÉDIBILITÉ DU SITE PLÉBISCITÉE



2 LES GARANTIES TECHNIQUES RASSURENT



3 AINSI QUE LES POSSIBILITÉS DE RECOURS JURIDIQUES

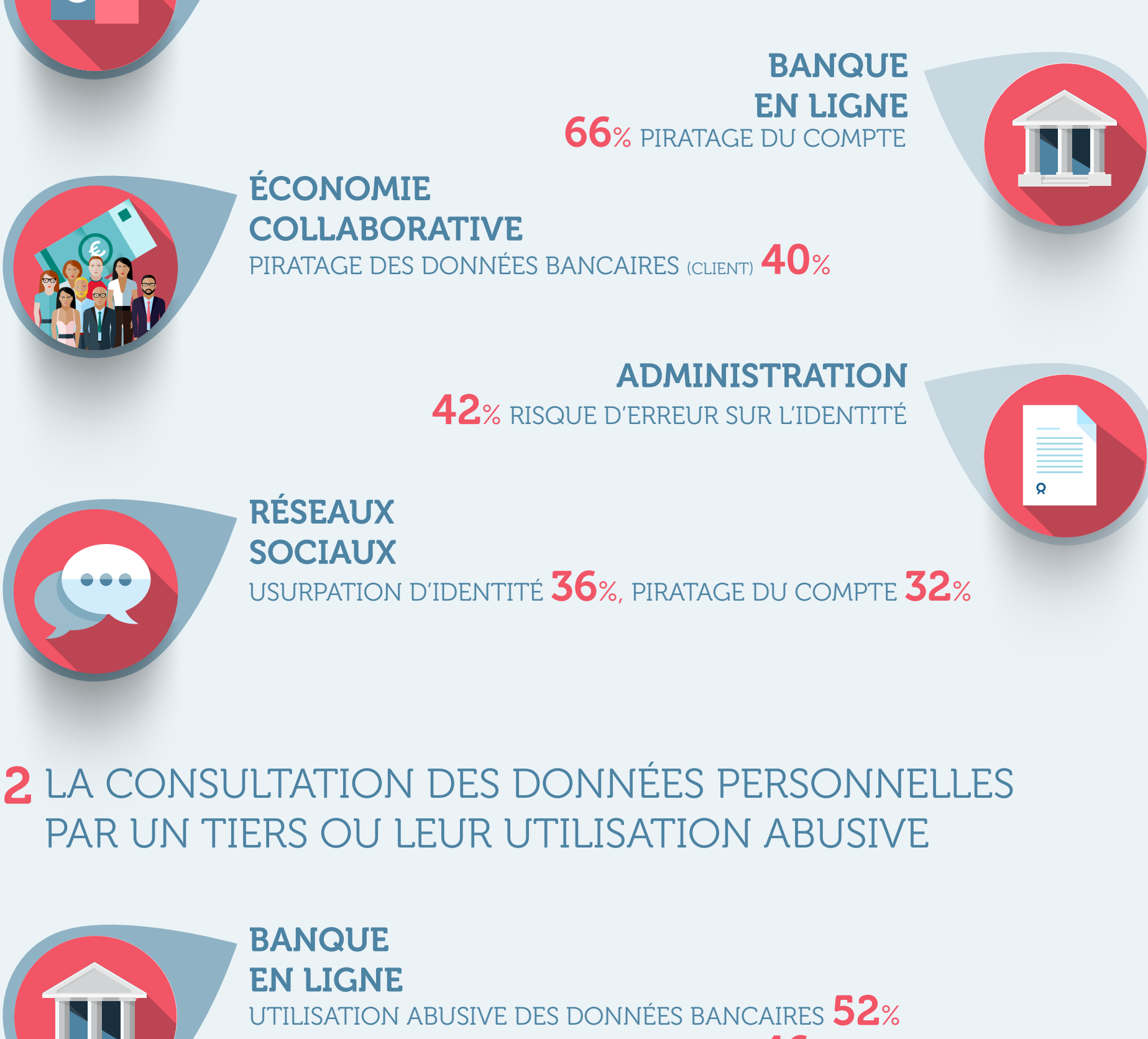


% des internautes citant l'item comme un levier de confiance

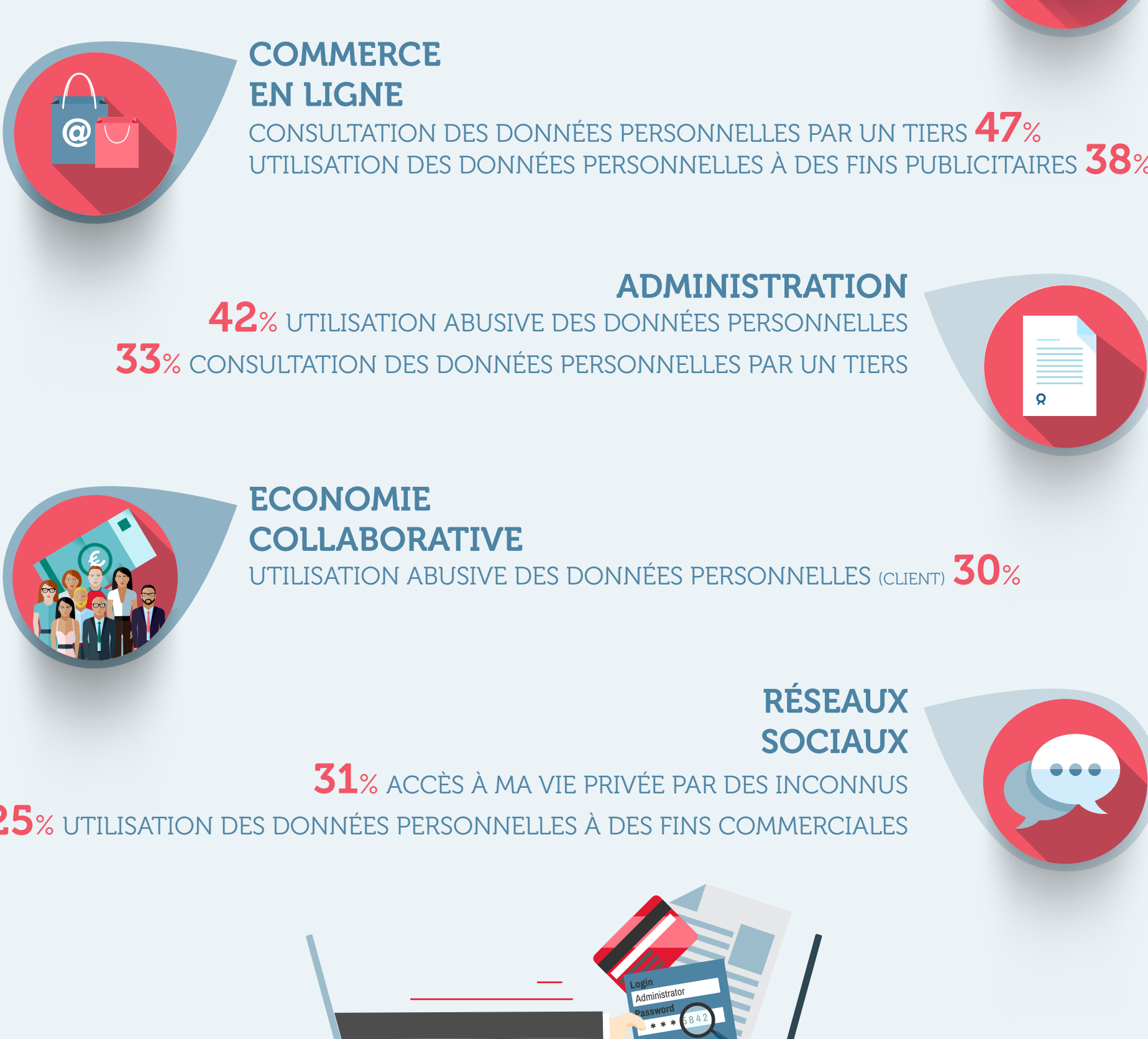
LES FREINS



1 L'USURPATION D'IDENTITÉ ET LA FRAUDE ASSOCIÉE



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



% des internautes citant l'item comme un risque potentiel

LA RECOMMANDATION JOUE PEU



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

SAUF POUR L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE



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

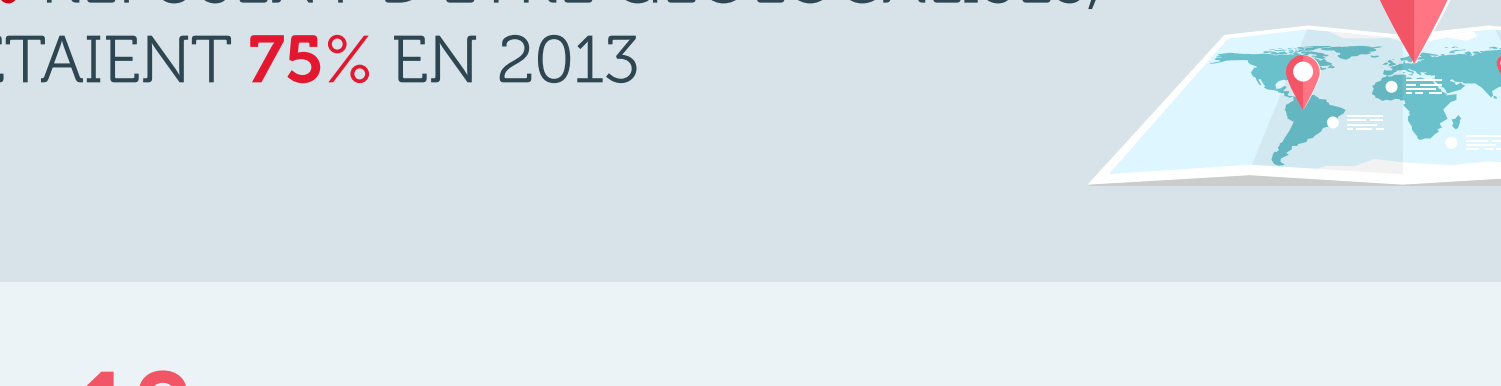
LE RÉSEAU SOCIAL NE CONSTITUE PAS UN LEVIER DE CONFIANCE



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

2 LA RÉTICENCE À COMMUNIQUER SES DONNÉES SE CONFIRME

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



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

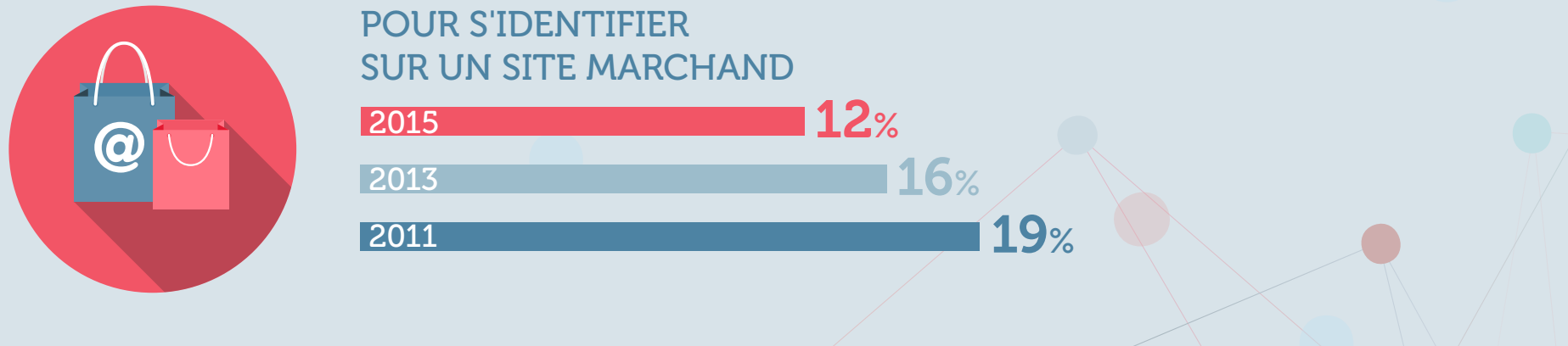


86% DES INTERNAUTES NE VOIENT PAS D'INTÉRÊT À VALORISER LEURS DONNÉES EN ÉCHANGE D'AVANTAGES

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



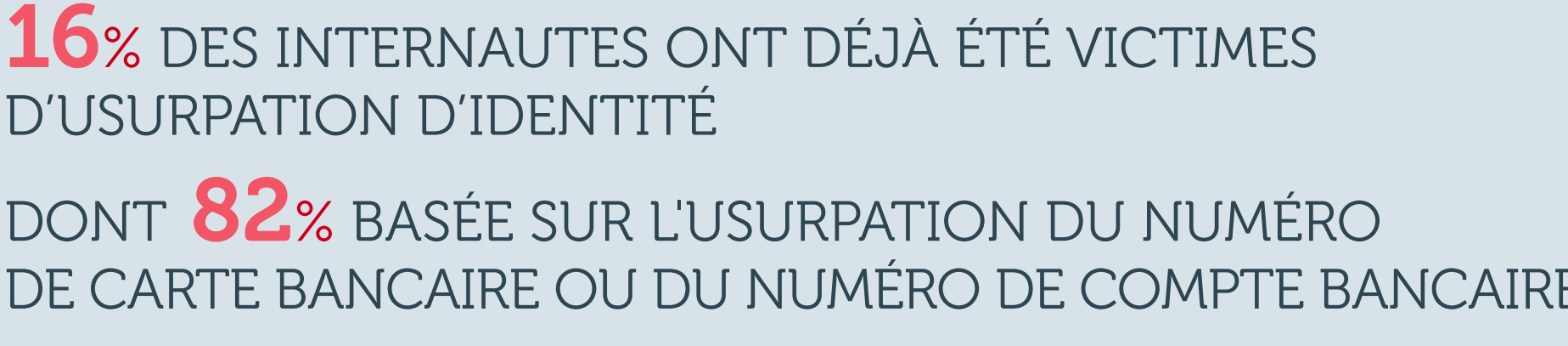
ILS REFUSENT LA COMMUNICATION DE DONNÉES PRIVÉES PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX



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



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

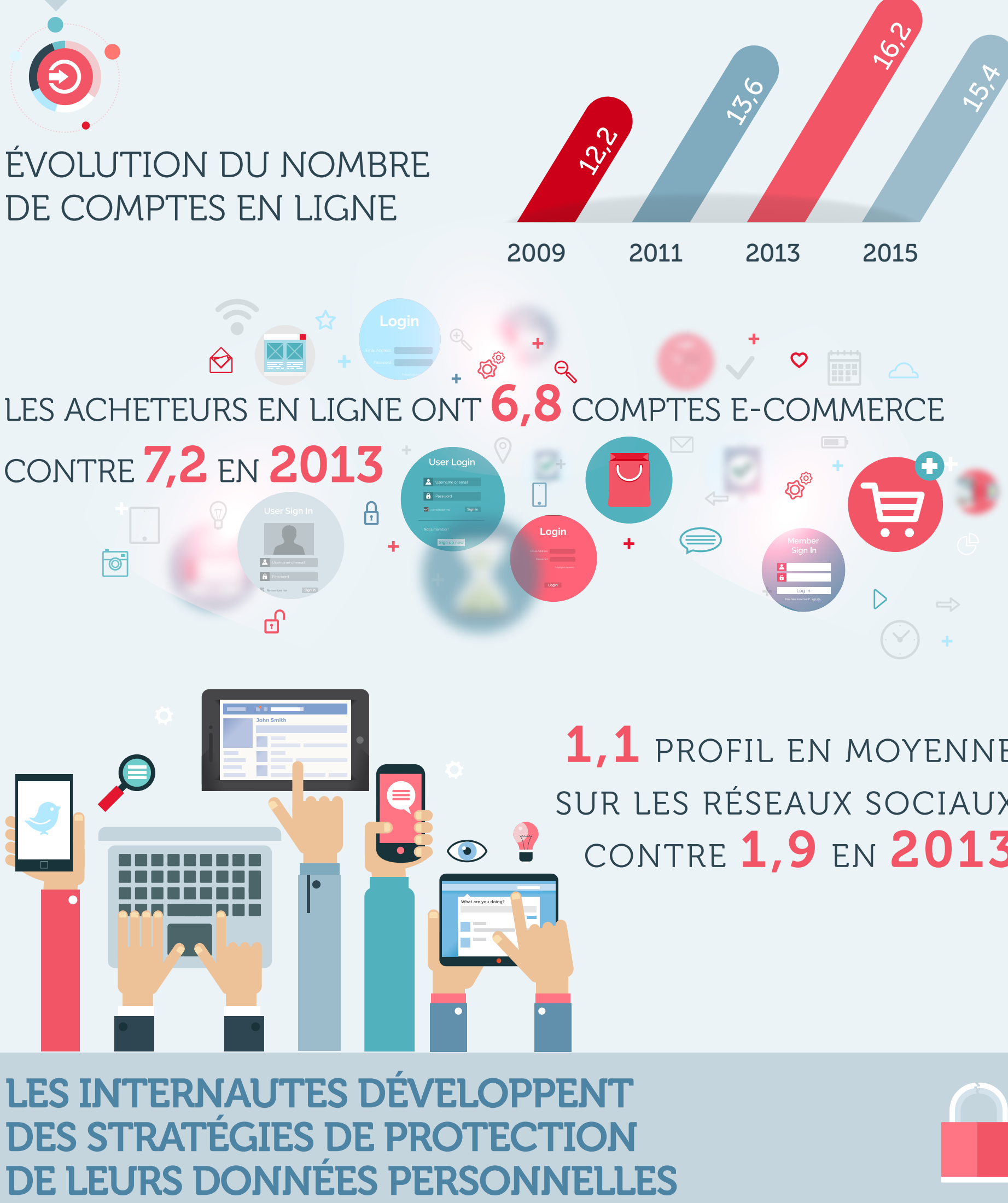


16% DES INTERNAUTES ONT DÉJÀ ÉTÉ VICTIMES D'USURPATION D'IDENTITÉ DONT 82% BASÉE SUR L'USURPATION DU NUMÉRO DE CARTE BANCAIRE OU DU NUMÉRO DE COMPTE BANCAIRE

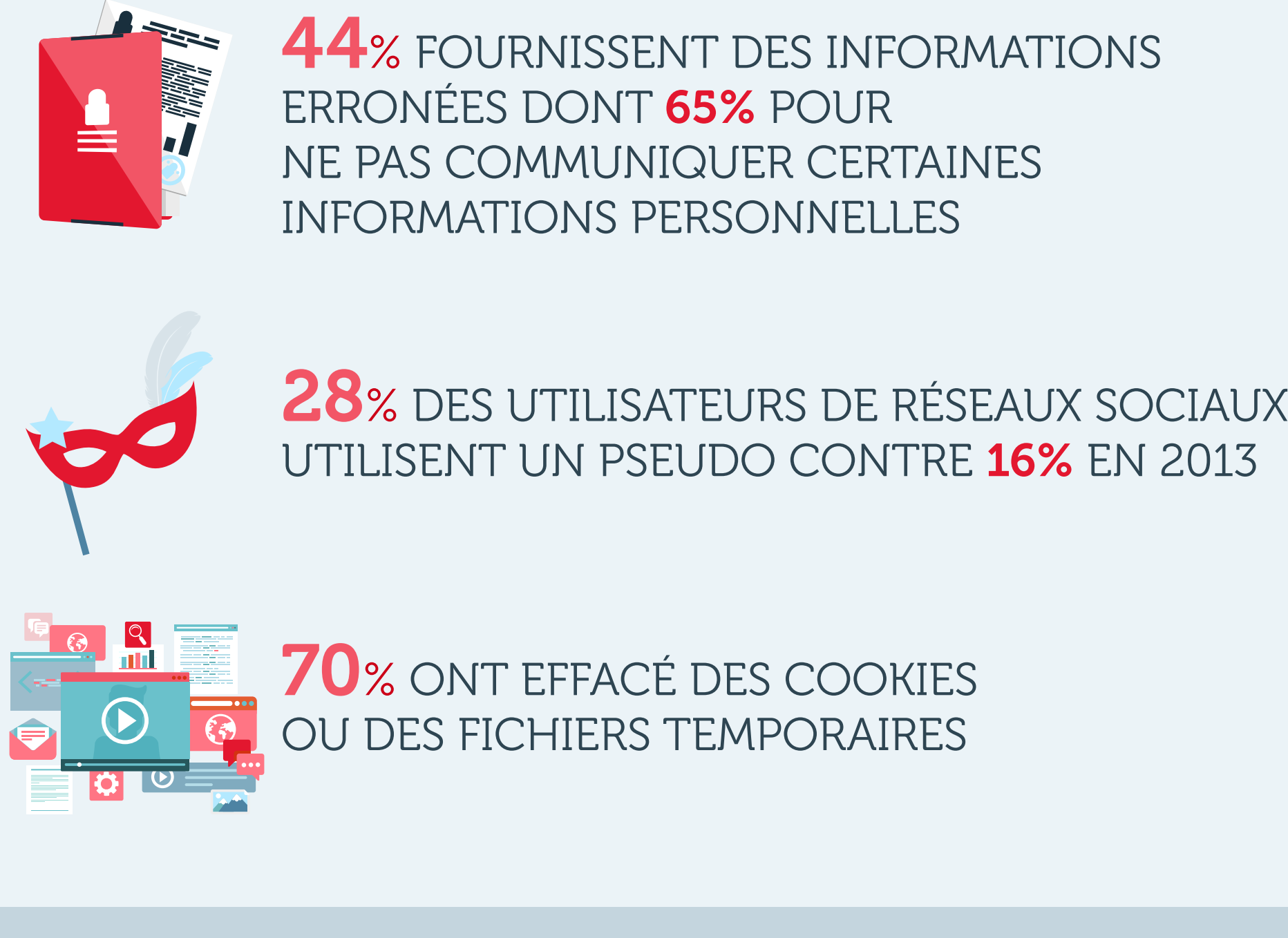
LES FRANÇAIS PLÉBISCITENT À 72% UN SERVICE DE CERTIFICATION DE L'IDENTITÉ LORS DES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES



4 UNE PRÉSENCE EN LIGNE MAÎTRISÉE



LES INTERNAUTES DÉVELOPPENT DES STRATÉGIES DE PROTECTION DE LEURS DONNÉES PERSONNELLES



LA MONTÉE EN PUISSANCE DES LABELS



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



MAIS UNE CONFIANCE RELATIVE

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

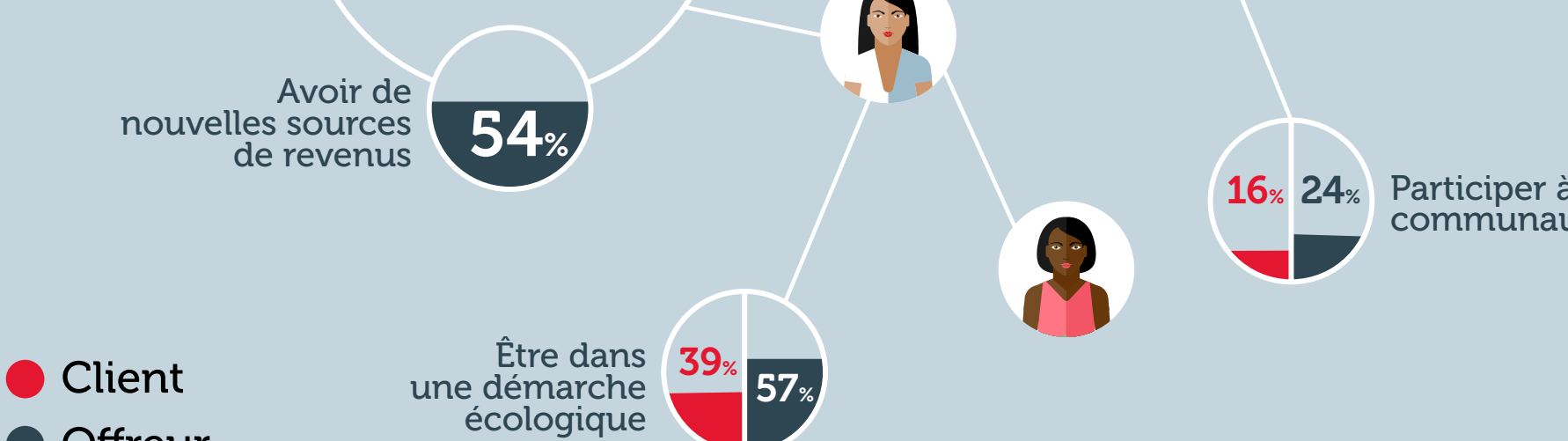
61% DES INTERNAUTES UTILISANT DES OBJETS CONNECTÉS SONT GÊNÉS PAR LE STOCKAGE SUR INTERNET DES DONNÉES COLLECTÉES

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

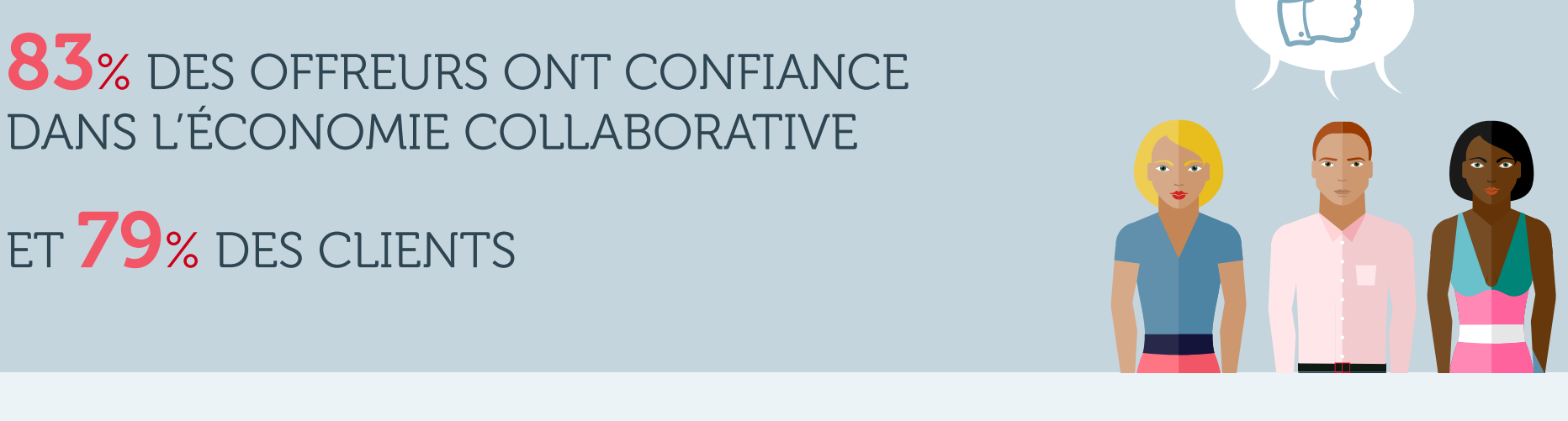


LA SHARING ECONOMY

UN NOUVEAU MODE DE CONSOMMATION ÉMERGE



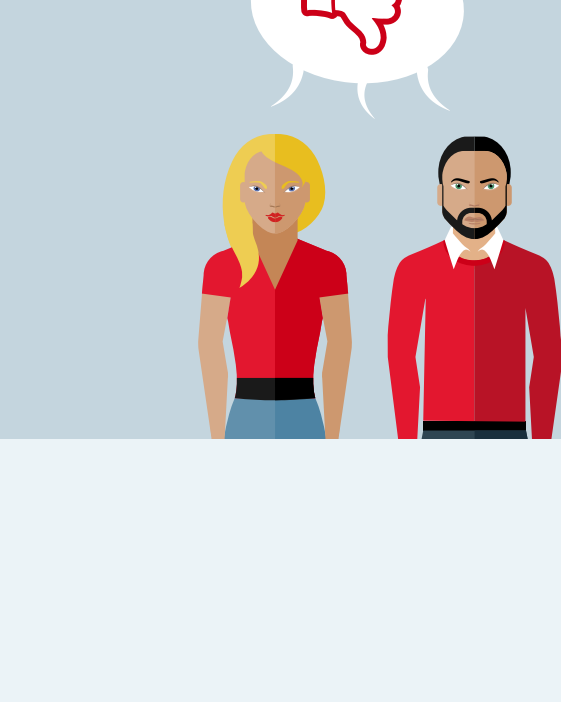
DES MOTIVATIONS ÉCONOMIQUES MAIS AUSSI ÉCOLOGIQUES ET SOCIALES



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



LES FREINS À L'USAGE



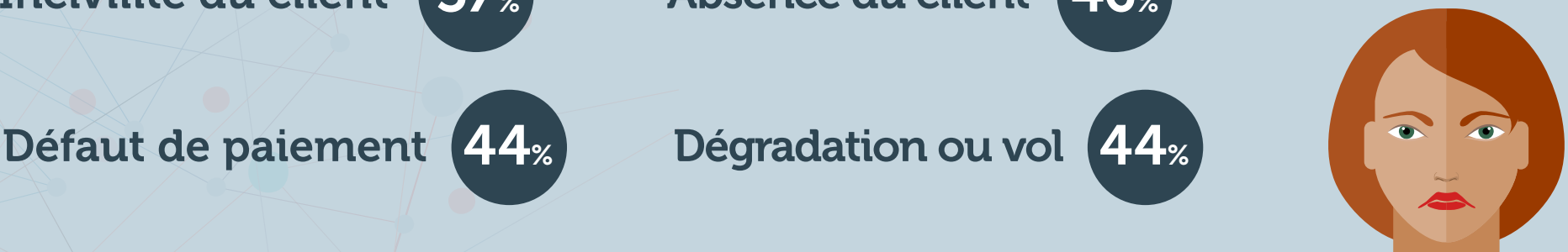
LA RENOMMÉE DE LA PLATE-FORME DE SHARING, PREMIER LEVIER DE LA CONFIANCE



LES FREINS



LES CLIENTS CRAIGNENT UNE MAUVAISE QUALITÉ DU SERVICE



QUAND LES OFFREURS REDOUTENT LES INCIVILITÉS DES CLIENTS



% des internautes citant l'item comme risque identifié

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

ETUDE RÉALISÉE PAR L'IDATE