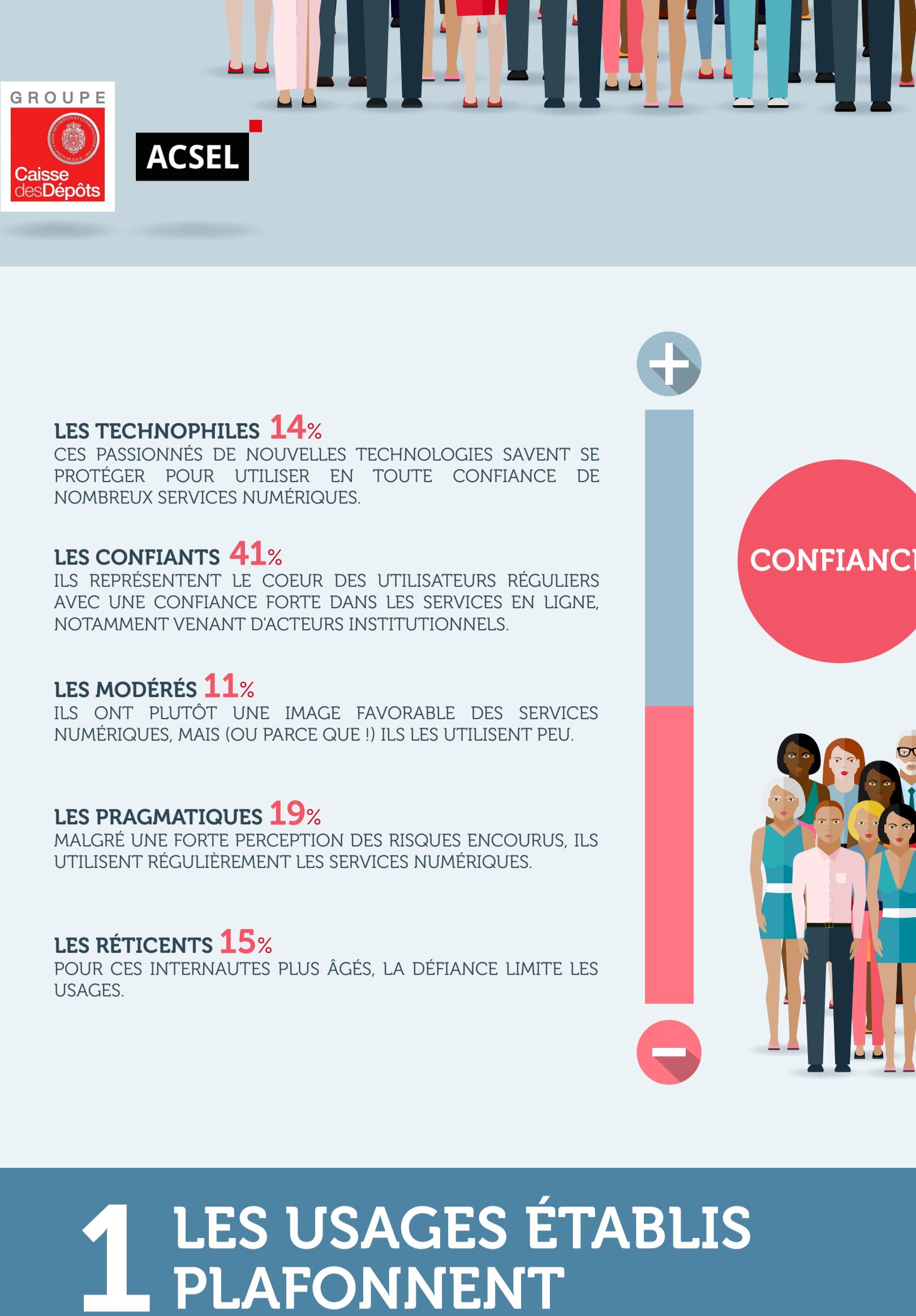


# BAROMÈTRE 2015

## LA CONFIANCE DES FRANÇAIS DANS LE NUMÉRIQUE

Étude réalisée par l'IDATE



### LES TECHNOPHILES 14%

CES PASSIONNÉS DE NOUVELLES TECHNOLOGIES SAVENT SE PROTÉGÉR 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%

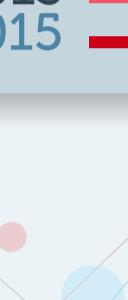
ILS ONT PLUTÔT UNE IMAGE FAVORABLE DES SERVICES NUMÉRIQUES, MAIS (OU PARCE QUE !) ILS LES UTILISENT PEU.

### 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 LIMITÉ LES USAGES.



CONFiance



## 1 LES USAGES ÉTABLIS PLAFFONNENT

### DES TAUX D'USAGE TRÈS ÉLEVÉS



#### ADMINISTRATION

2009	89%
2011	89%
2013	90%
2015	89%



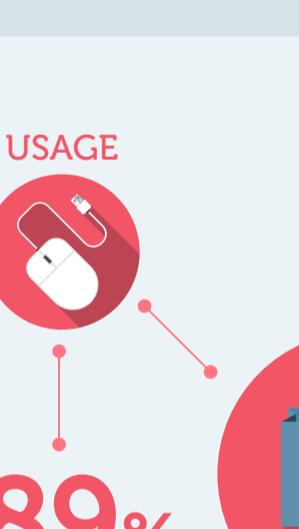
#### BANQUE

2009	80%
2011	89%
2013	88%
2015	86%



#### COMMERCE

2009	85%
2011	89%
2013	90%
2015	89%



#### RÉSEAUX SOCIAUX

2011	75%
2013	77%
2015	77%

## 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

2015	67%
2013	69%
2011	79%
2009	86%

#### BANQUE EN LIGNE

2015	72%
2013	76%
2011	76%
2009	69%

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

#### RÉSEAUX SOCIAUX

2015	43%
2013	32%
2011	35%

#### COMMERCE EN LIGNE

2015	43%
2013	53%
2011	56%

### LA CONFiance RESTE FAIBLE POUR LES SERVICES DE CLOUD



34%

2015



35%

2015

## LA PERCEPTION DES RISQUES NE FREINE PAS L'USAGE

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

### LA CONFiance SE DÉGRADE DANS LES USAGES ÉTABLIS

#### ADMINISTRATION EN LIGNE

2015	67%
2013	69%
2011	79%
2009	86%

#### BANQUE EN LIGNE

2015	86%
2013	72%
2011	72%

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

#### RÉSEAUX SOCIAUX

2015	43%
2013	32%
2011	35%

#### COMMERCE EN LIGNE

2015	43%
2013	53%
2011	56%

### LA CONFiance RESTE FAIBLE POUR LES SERVICES DE CLOUD



34%

2015



35%

2015

## LES LEVIERS DE LA CONFiance

### 1 LA CRÉDIBILITé DU SITE PLÉBISCITÉE

#### ADMINISTRATION EN LIGNE

2015	49%
2013	54%
2011	53%

#### BANQUE EN LIGNE

2015	41%
2013	67%
2011	67%

#### RÉSEAUX SOCIAUX

2015	23%
2013	37%
2011	37%

### 2 LES GARANTIES TECHNIQUES RASSURENT

#### COMMERCE EN LIGNE

2015	21%
2013	34%
2011	34%

#### BANQUE EN LIGNE

2015	37%
2013	29%
2011	29%

#### CLOUD

2015	23%
2013	31%
2011	31%

### 3 AINSI QUE LES POSSIBLITéS DE RECOURS JURIDIQUes

#### COMMERCE EN LIGNE

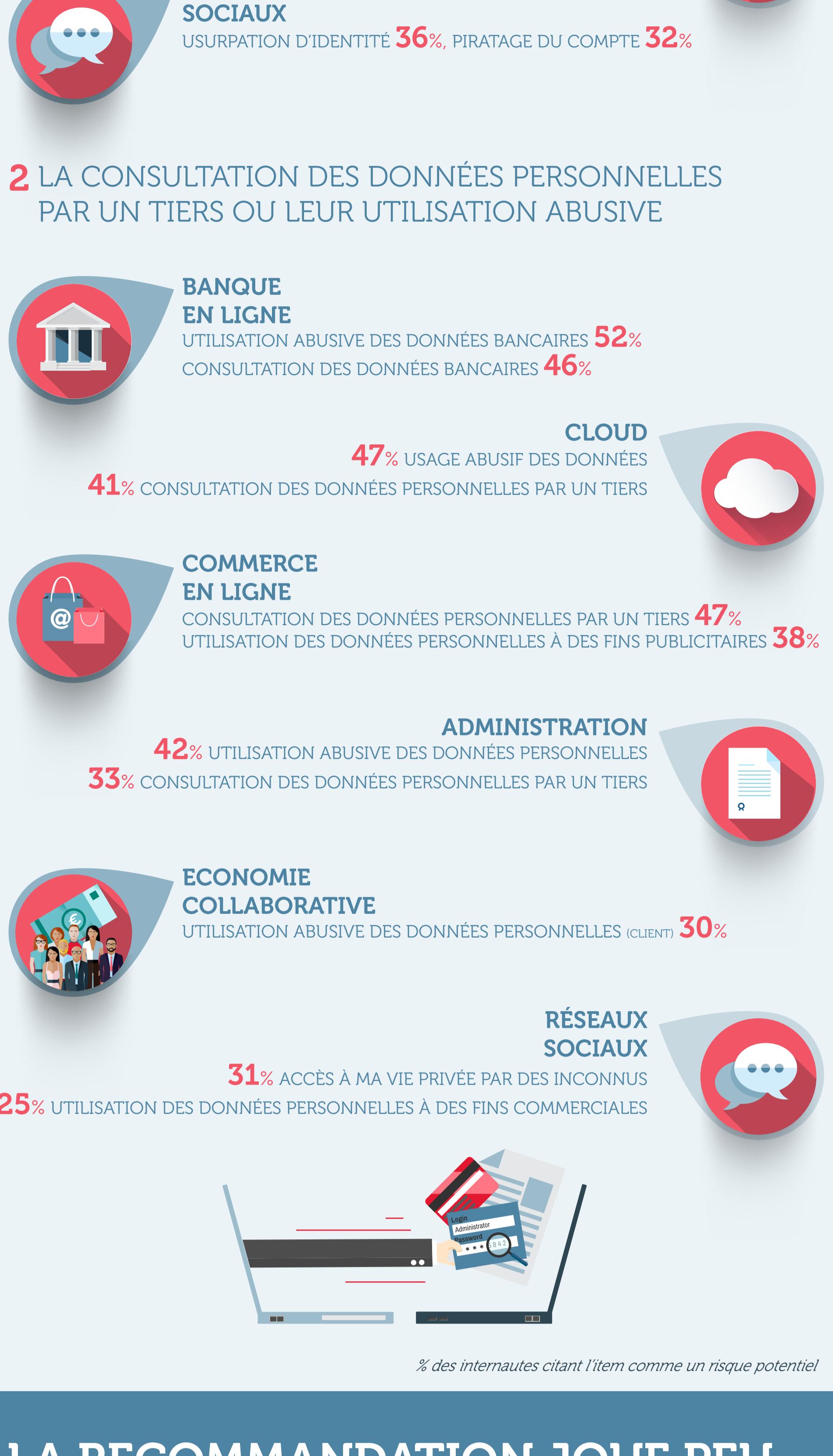
2015	26%

<tbl\_r cells="2" ix="1" maxcspan="1" maxrspan="

# LES FREINS



## 1 L'USURPATION D'IDENTITÉ ET LA FRAUDE ASSOCIÉE

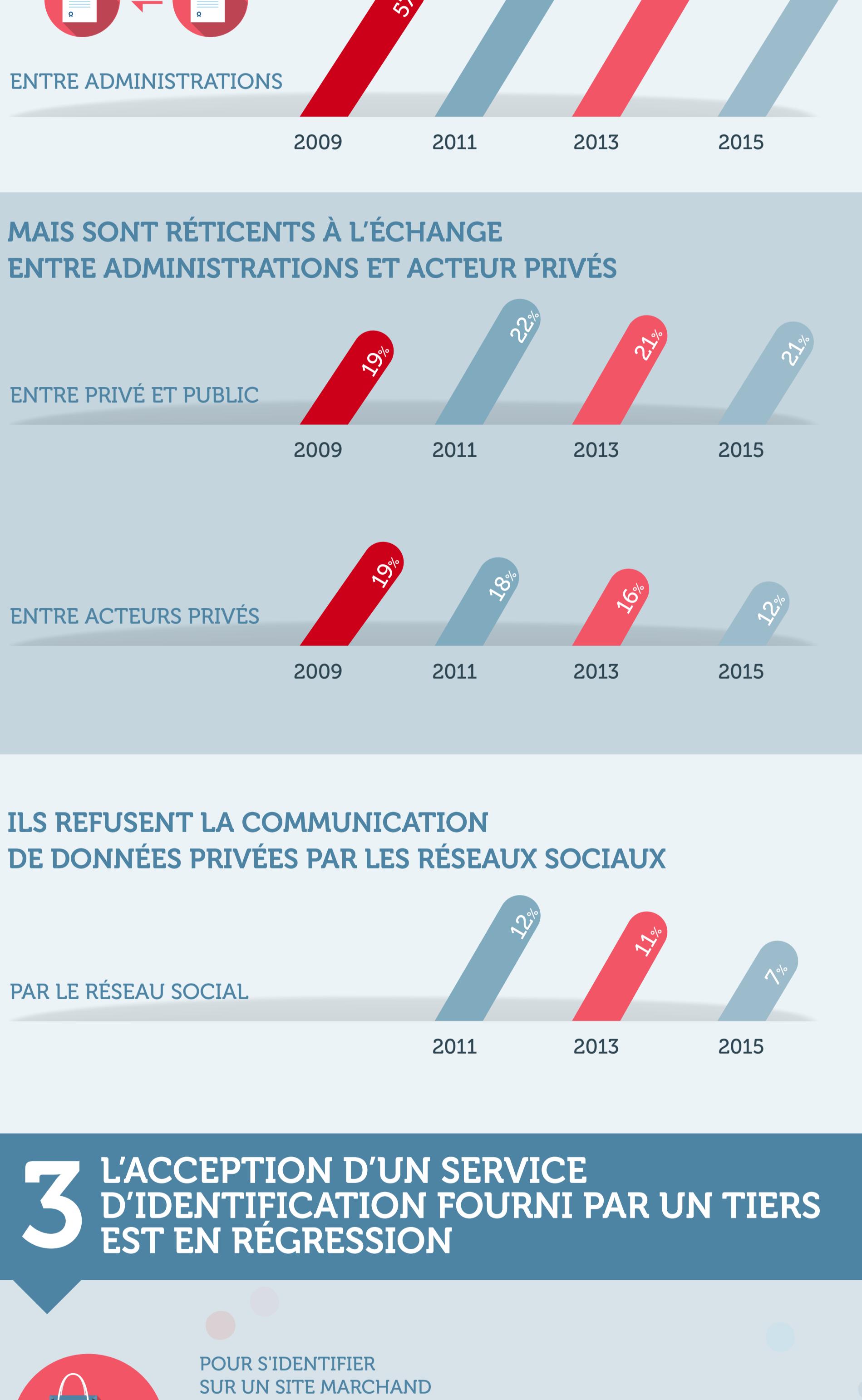


## 2 LA CONSULTATION DES DONNÉES PERSONNELLES PAR UN TIERS OU LEUR UTILISATION ABUSIVE



% 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



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



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

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



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

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



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

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



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

ILS REFUSENT LA COMMUNICATION DE DONNÉES PRIVÉES PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX



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

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



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

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



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

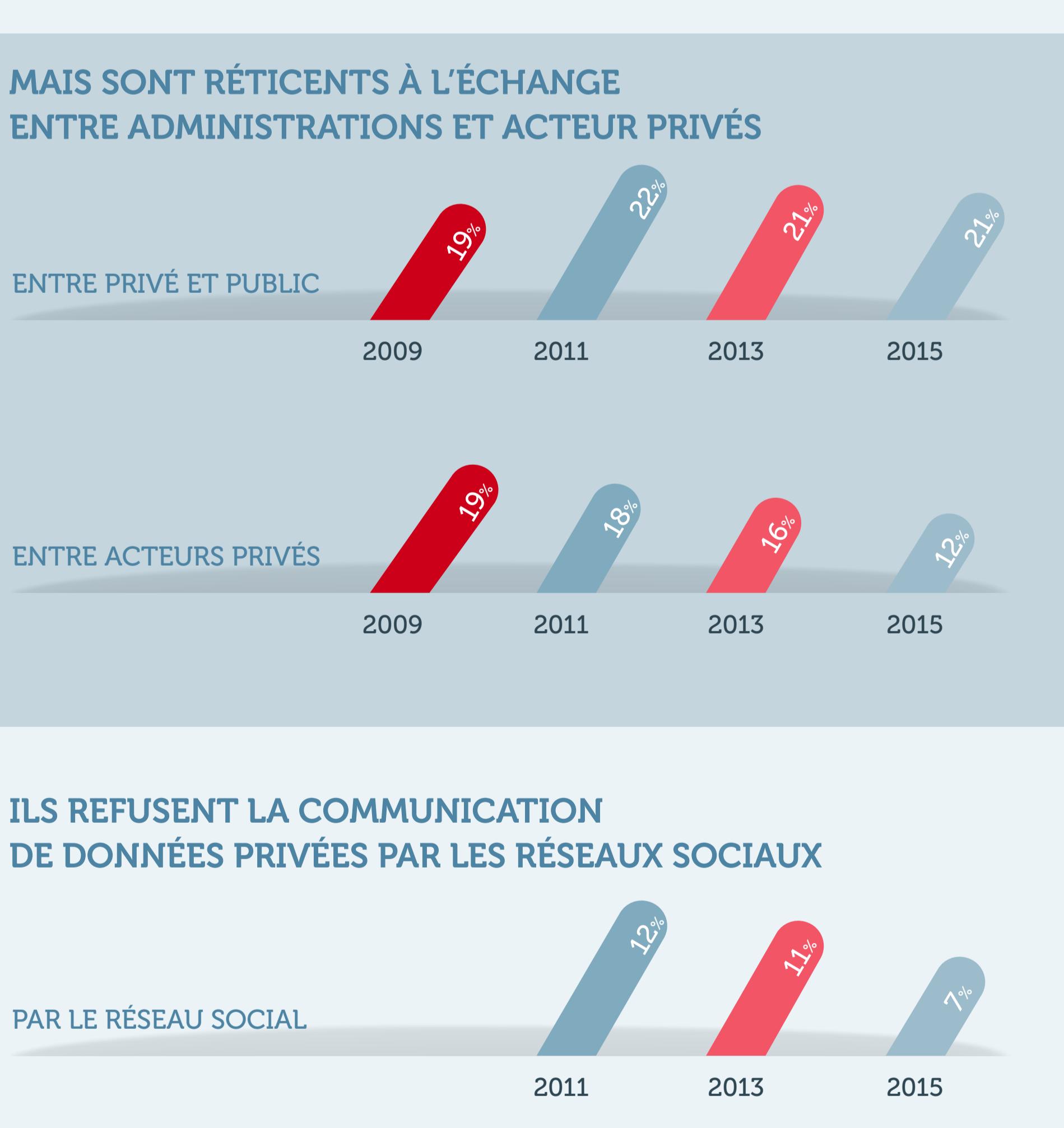
16% DES INTERNAUTES ONT DÉJÀ ÉTÉ VICTIMES D'USURPATION D'IDENTITÉ



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

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 DÉMARCHE ADMINISTRATIVES



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

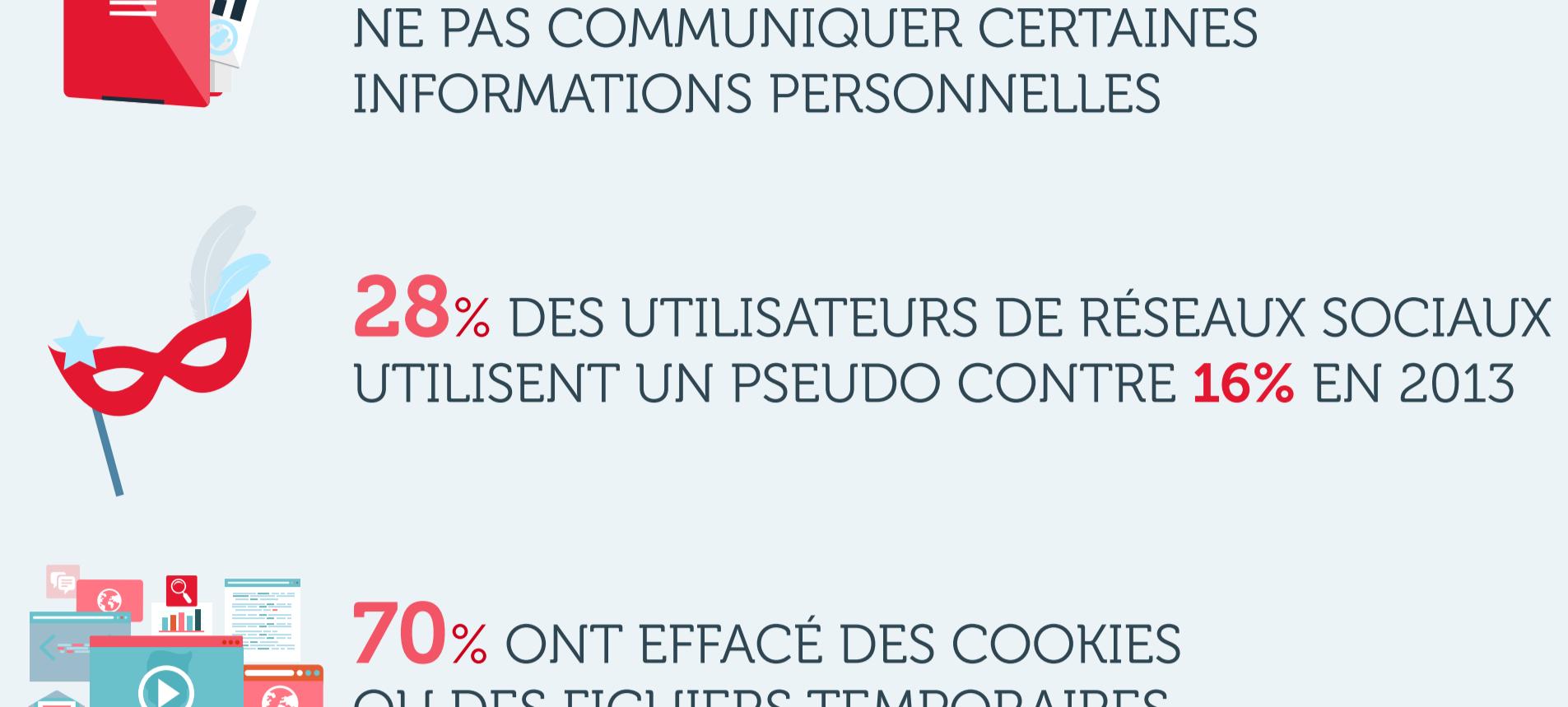
## 4 UNE PRÉSENCE EN LIGNE MAÎTRISÉE



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COMPTES EN LIGNE

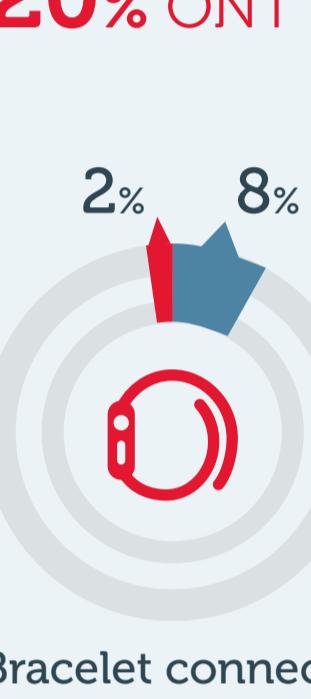


LES ACHETEURS EN LIGNE ONT **6,8** COMPTES E-COMMERCE CONTRE **7,2** EN **2013**



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

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 ERONNÉES 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

## LA MONTÉE EN PUISSANCE DES LABELS

### LABEL CNIL



COMMERCE EN LIGNE **22%**



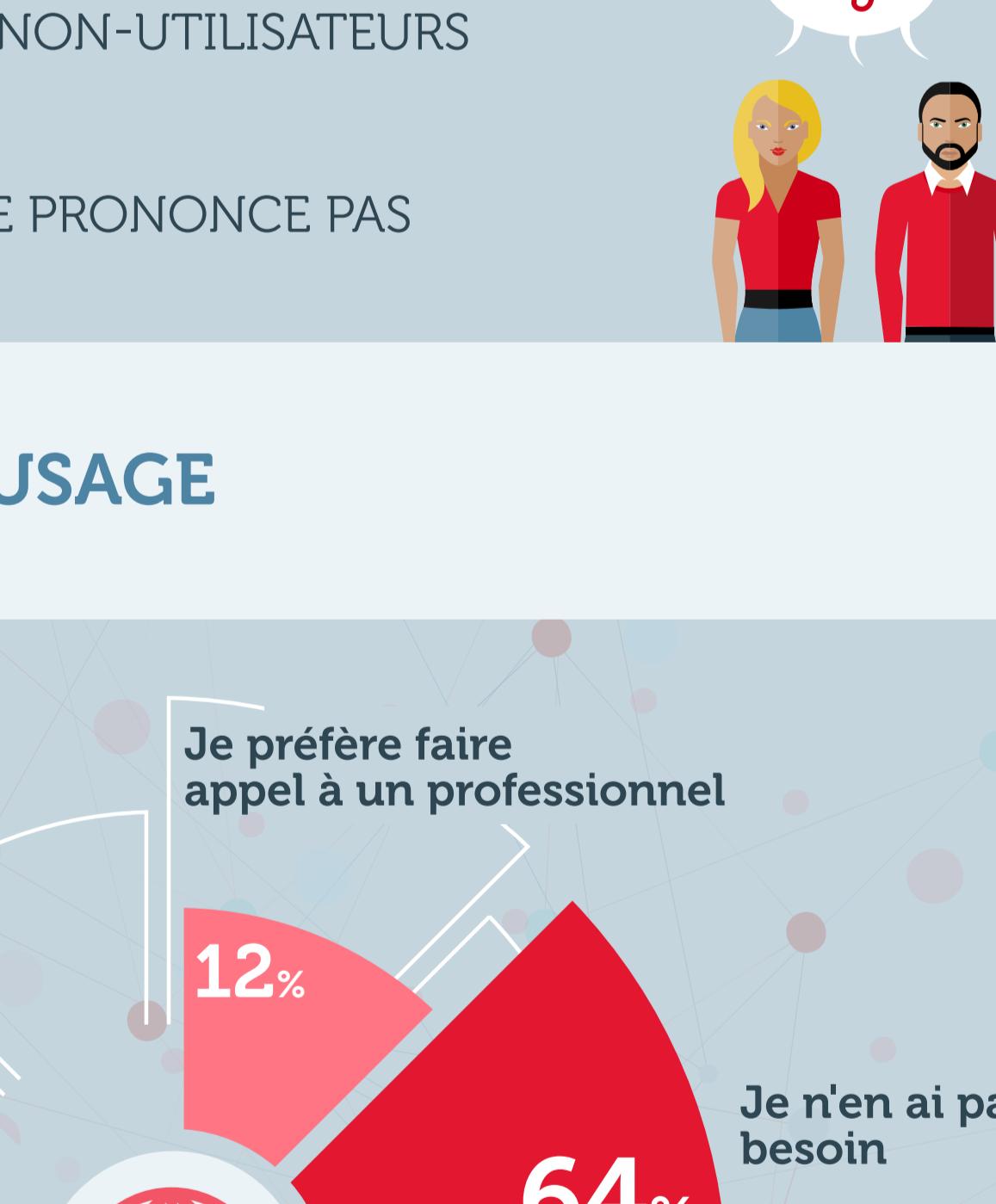
CLOUD **20%**



BANQUE **19%**



ADMINISTRATION **31%**



% des internautes citant le label CNIL comme un levier de 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

