

12e édition du Baromètre de la Confiance des Français dans le numérique

Le paradoxe des Français face au numérique : entre usage toujours plus marqué et défiance qui persiste



L'édition 2024 du Baromètre¹, réalisée par l'ACSEL en partenariat avec Toluna Harris Interactive, dresse un portrait contrasté de la relation des Français au numérique. Si l'usage du digital reste largement répandu, la confiance peine à s'installer durablement. Plus que jamais, les pratiques numériques sont bousculées par des promesses mais aussi par des menaces. L'intelligence artificielle générative ouvre de nouvelles perspectives, tandis que le brouillage de l'information, sous l'effet des fake news et des algorithmes des réseaux sociaux, alimente la confusion. Les escroqueries en ligne, de plus en plus sophistiquées, accentuent également ce climat de méfiance. Comment réagissent les Français face à ces bouleversements ?

- 50% pensent qu'il est risqué d'utiliser Internet
- 46% déclarent avoir déjà été victimes d'une escroquerie en ligne
- Seuls 38% ont confiance dans les réseaux sociaux
- Pour 1 internaute sur 5, les réseaux sociaux sont la principale source d'information
- La confiance dans les médias traditionnels a perdu 6 points en 7 ans mais reste majoritaire (69%)
- 87% des 15-24 ans ont déjà eu recours à l'intelligence artificielle générative
- 70% estiment que l'identité numérique améliore la sécurité des échanges et transactions sur Internet

La synthèse du Baromètre et l'Infographie sont disponibles [ici](#)

Une confiance numérique fragile face à la recrudescence des escroqueries

Moins de la moitié des Français (44%) interrogés déclarent avoir confiance dans l'utilisation d'Internet, un chiffre qui stagne depuis plusieurs années. La cause principale de cette confiance modérée réside peut-être dans la montée en puissance des escroqueries en ligne : 72 % des répondants ont le sentiment que ces abus deviennent de plus en plus fréquents. Sentiment confirmé par les faits puisque **46% des Français déclarent avoir été victimes d'une escroquerie**, un chiffre en hausse de 8 points par rapport à 2024. **L'hameçonnage (45% +9pts), l'arnaque (32%) et le spoofing (30%) figurent parmi les principales menaces identifiées.**

Face à cette insécurité grandissante, les Français semblent toutefois mieux préparés. Une large majorité déclare être informée sur les manières de se prémunir (63%) et être protégée (59%). **L'authentification semble demeurer le levier de protection le plus efficace (68%)**, devant l'identité numérique qui affiche une progression notable dans la perception de son utilité (+4 pts).

Les réseaux sociaux : une adoption massive mais une confiance plus que fragile

L'usage des réseaux sociaux continue de progresser, avec **92 % des internautes déclarant être actifs sur au moins une plateforme** (Facebook, WhatsApp et YouTube en tête). Pourtant, la confiance dans ces espaces reste limitée à 38% des utilisateurs. La défiance à l'égard de la publication de contenus sur les réseaux sociaux ne cesse de progresser grimant à 60 % des utilisateurs (+4 points en un an). Le risque d'usurpation d'identité (+4pts) et le cyberharcèlement figurent à part égale (35%) parmi les principales préoccupations des usagers des réseaux sociaux. Pour lutter contre ces dérives, **une quasi-unanimité des Français (88%) interrogés plébiscitent la vérification de l'identité des personnes inscrites sur les réseaux sociaux.**

¹ Etude Online réalisée sur le panel de Toluna Harris Interactive du 21 au 29 novembre 2024 sur un échantillon représentatif de 1384 internautes français âgés de 15 ans et plus

La confiance dans l'information reste principalement ancrée dans les médias traditionnels

Bien que près de **deux tiers des internautes (63%) s'informent via les réseaux sociaux**, la confiance dans l'information diffusée sur ces plateformes reste limitée (41%) face à celle accordée à l'information en ligne (67%). En effet, si 20 % des internautes considèrent les réseaux sociaux comme leur principale source d'information, **les médias traditionnels continuent de susciter davantage de confiance (69%** pour les sites de médias en ligne), même si cette dernière est en baisse (-6 points) depuis 2017. La désinformation et les fake news sont perçues comme le principal risque lié à l'information en ligne, devant les arnaques et la manipulation de l'opinion. Pour renforcer la confiance, un tiers des internautes estiment que le fait de **citer une source connue, de vérifier l'information et de fournir des preuves sont des éléments clés** — bien que ces leviers soient, à leurs yeux, moins fiables qu'auparavant (-6 pts depuis 2017).

L'intelligence artificielle : un usage en croissance mais une confiance mitigée

L'essor de l'IA se confirme : **70 % des internautes ont déjà eu recours à cette technologie** mais avec une certaine défiance, 46% n'ayant pas confiance. La transparence sur l'usage de l'IA générative est donc plébiscitée par 83% des répondants qui souhaitent être systématiquement informés lorsqu'un contenu est généré par ce biais. **L'IA générative, en particulier, connaît une adoption rapide particulièrement chez les plus jeunes** (87% pour les 15-24 ans et 77% chez les 25-34 ans). Si l'usage est majoritairement à des fins personnelles (68% - 8pts), on assiste à un rééquilibrage au profit des usages professionnels (19% +5pts) ou mixtes (13%+ 3pts). Cependant, la perception des Français demeure ambivalente : **60% des répondants perçoivent l'IA comme une menace pour l'emploi en général**, tandis que 47% estiment qu'elle représente une opportunité.

Le secteur bancaire se démarque par une amélioration constante de la confiance

70 % des Français estiment qu'il n'est pas risqué de consulter leurs comptes bancaires en ligne ou via une application, un niveau en hausse de 5 points en un an. Les services d'agrégation de comptes, en particulier, suscitent une adhésion croissante, notamment chez les 15-34 ans (54%). Les méthodes de double authentification renforcent également ce sentiment de sécurité, 71 % des répondants déclarant avoir confiance dans ce type de protection lors de paiements en ligne.

Identité numérique : une adhésion croissante à FranceConnect et aux solutions certifiées

Le recours à une identité numérique est en passe de devenir une norme. **FranceConnect reste le service de référence. Il est utilisé par 62% des répondants (+3 pts) et bénéficie de la confiance de 77% d'entre eux** à part quasi-égale avec les systèmes fournis par les établissements bancaires tel que B. Connect (73%). Une majorité de Français (7 internautes sur 10) considère la création d'une identité numérique certifiée comme clé car elle permet d'améliorer la sécurité des échanges en ligne. Les technologies de certification, notamment la double authentification, suscitent une confiance importante. Plus de deux tiers des internautes font confiance à des services comme FranceConnect et France Identité pour la certification numérique. De plus, une majorité de personnes (58%) se disent prêtes à adopter progressivement un portefeuille d'identité numérique pour remplacer les documents classiques.

A propos de l'ACSEL (www.acsel.eu)

L'Acsel est la principale association multisectorielle et transversale du numérique en France dont la mission est l'accélération de la transformation numérique. Elle réunit l'ensemble des acteurs de l'économie numérique, des entreprises et des organismes publics, de toutes tailles (grands groupes, PME, TPE, ETI, startups) et œuvre à leur mise en relation par des événements de networking.

Avec sa Think Factory, l'Acsel analyse l'impact du numérique sur les différents secteurs de l'économie, anticipe les défis à venir et partage les bonnes pratiques.

Les thématiques traitées portent sur la mise en place d'un cadre de confiance dans les relations numériques ; le décryptage des (r)évolutions en cours dans tous les domaines et en particulier pour les secteurs bancaires et paiement, commerce, assurance, santé ; la veille sur la transformation des organisations, des compétences et des métiers autour du numérique ; l'analyse de l'apport des technologies connectées dans la vie quotidienne et dans les écosystèmes ; l'anticipation et la mise en œuvre des évolutions réglementaires qui impactent le digital.

Contacts presse

Sandra Laberrenne – slaberenne@meiji-communication.com - 06 43 19 13 88