

Baromètre de la confiance des Français dans le numérique

Vague 2

Conférence du 19 octobre 2011





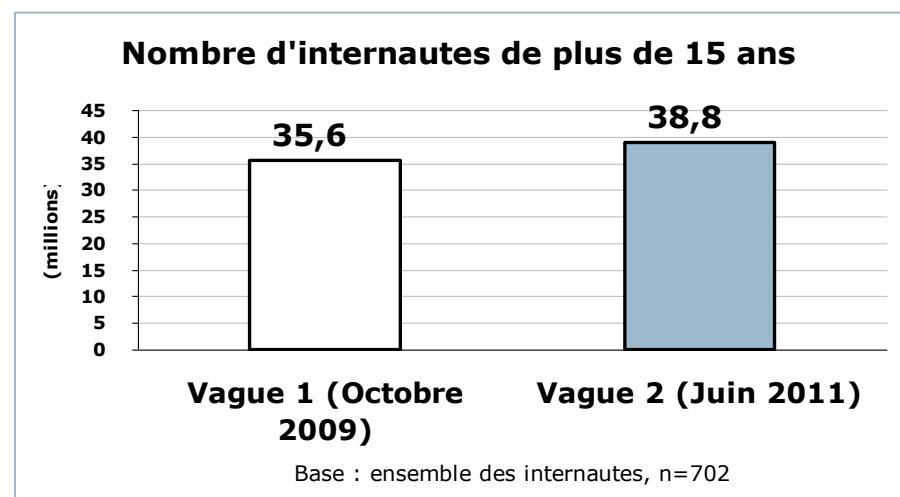
Plan de la présentation

- Objectifs et point méthodologique
- Principaux résultats de l'étude
 - Usages d'internet
 - Usages et confiance par domaine :
 - Banque en ligne
 - Commerce en ligne
 - Administration en ligne
 - Réseaux sociaux
 - Gestion des identités numériques
- Synthèse

Objectifs et méthodologie

Méthodologie du baromètre

- Dates de l'enquête :
 - juin 2011 / octobre 2009
 - soit 20 mois d'écart entre les deux enquêtes
- Méthode de recueil
 - Sondage en ligne réalisé par ISL/GfK
- Taille d'échantillon
 - 700 interviews
- Cible de l'enquête
 - Internautes de plus de 15 ans, soit 38.8 millions d'internautes



Etude réalisée par l'IDATE



Caisse
desDépôts

Usages d'internet

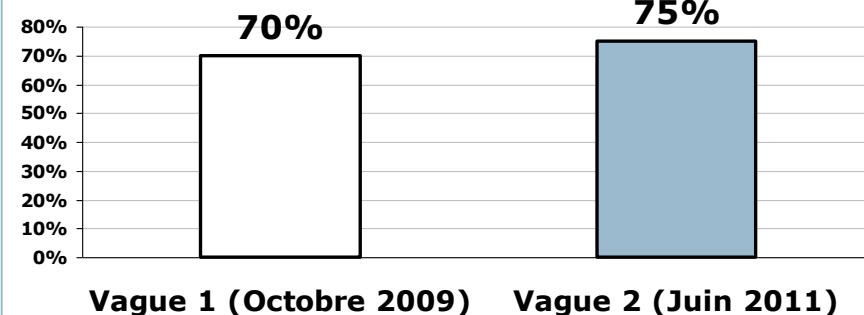


Evolution de l'usage d'Internet

- L'usage d'internet fixe continue à se diffuser dans la population, pour atteindre les ¾ des français de plus de 15 ans.

- Par rapport à la dernière vague, la population internaute
 - a un peu vieilli : passant de 29% à 34% de plus de 50 ans,
 - s'est un peu démocratisée : davantage de CSP-
 - est devenue plus provinciale

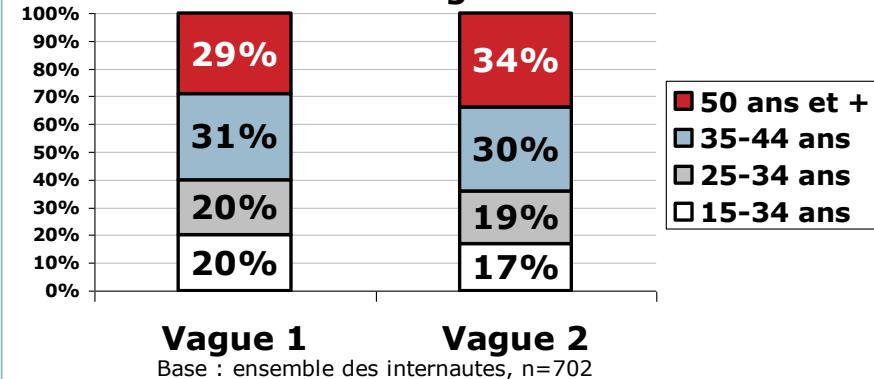
Usage d'Internet chez les plus de 15 ans



Base : ensemble des internautes, n=702

Source : Panel ISL/GfK pour l'usage d'Internet fixe

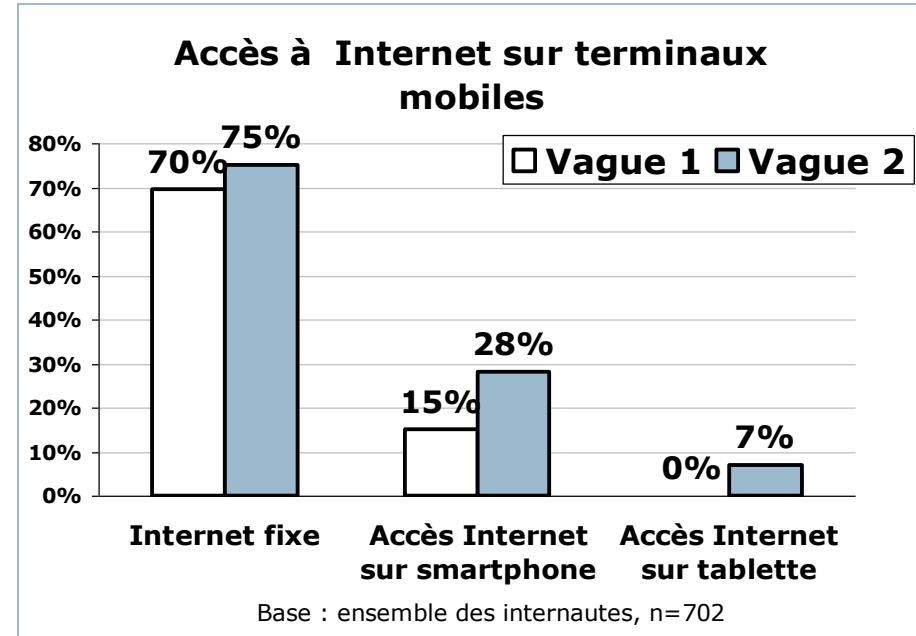
Répartition des internautes selon l'âge



Base : ensemble des internautes, n=702

Accès à Internet sur terminaux mobiles

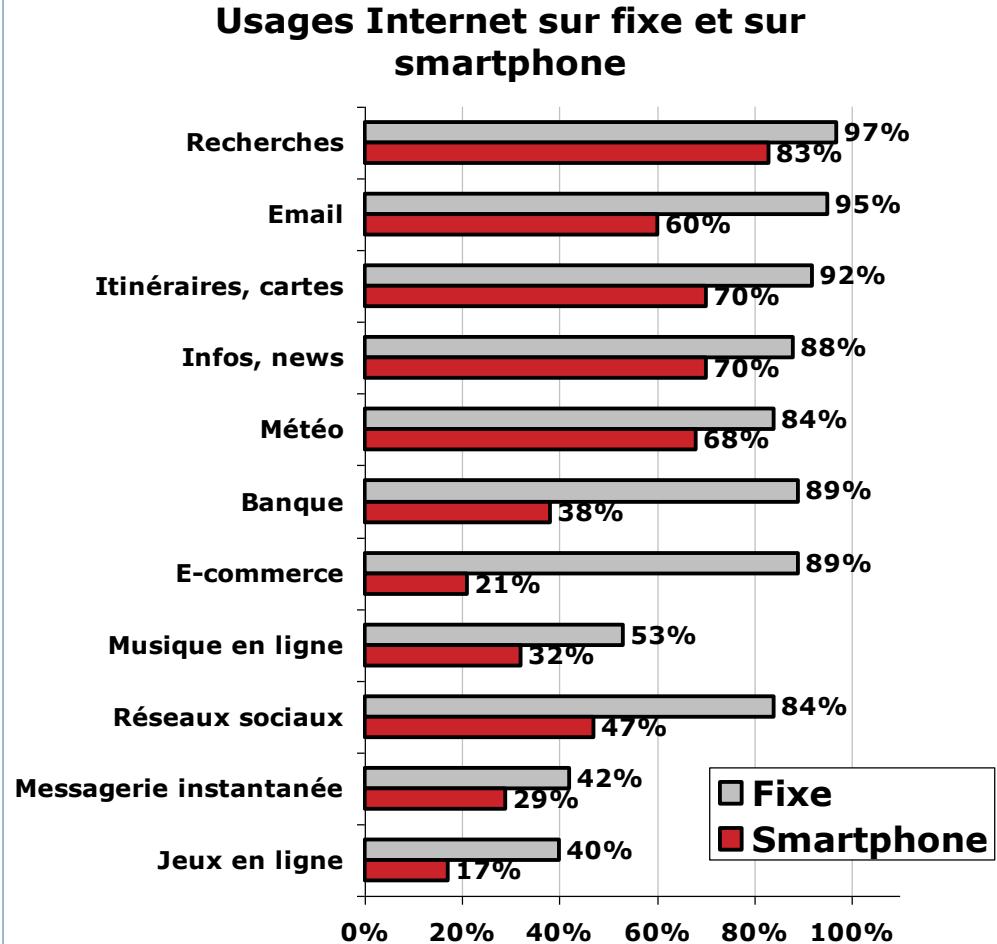
- Alors que l'usage d'Internet fixe est devenu un usage de masse, l'internet mobile sur smartphone a connu une très forte progression, et aujourd'hui plus d'un quart des français de plus de 15 ans accèdent à Internet sur ce canal.
- La tablette est un nouveau terminal d'accès à Internet, utilisé par 7% des français. La quasi-majorité des internautes équipés de tablette l'utilisent pour accéder à Internet (93%).





Comparaison des usages Internet fixes et mobile

- Les usages principaux du fixe, à savoir les recherches, les itinéraires, les news, et la météo sont déjà répliqués sur le mobile.
- L'email, les réseaux sociaux, qui nécessitent souvent une participation du clavier, sont utilisés en extension sur le mobile par plus de la moitié des utilisateurs fixes.
- En revanche, la banque et le e-commerce restent des usages davantage centrés sur le PC.





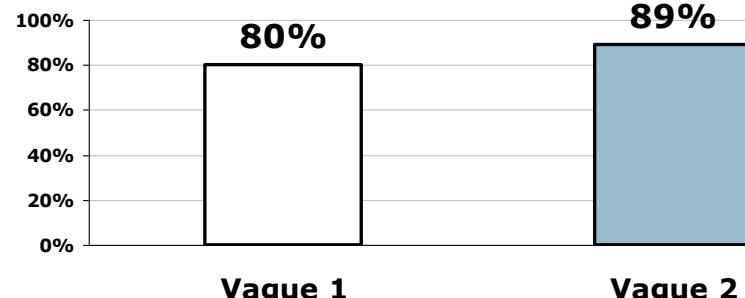
Banque en ligne



Pratiques de la banque en ligne

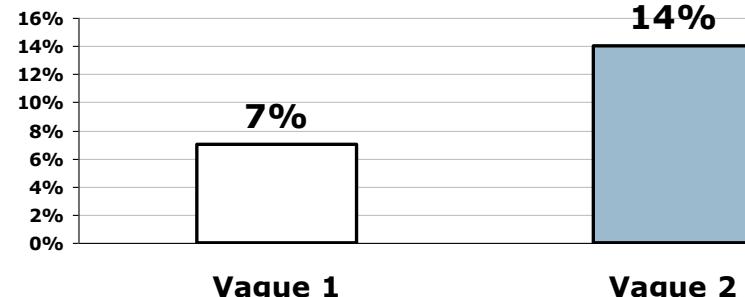
- L'usage de la banque en ligne progresse de 9 points.
- Cet usage a notamment progressé chez les jeunes : il atteint 92% chez les 15-24 ans
- De plus la consultation a tendance à s'intensifier : 67% des internautes consultent « souvent » leurs comptes en banque, contre 62% lors de la dernière vague.
- Même si le mobile demeure globalement un terminal peu utilisé pour la banque en ligne, mais en progression

Consultation des comptes en banque sur Internet



Base : ensemble des internautes, n=702

Consultation des comptes en banque sur mobile

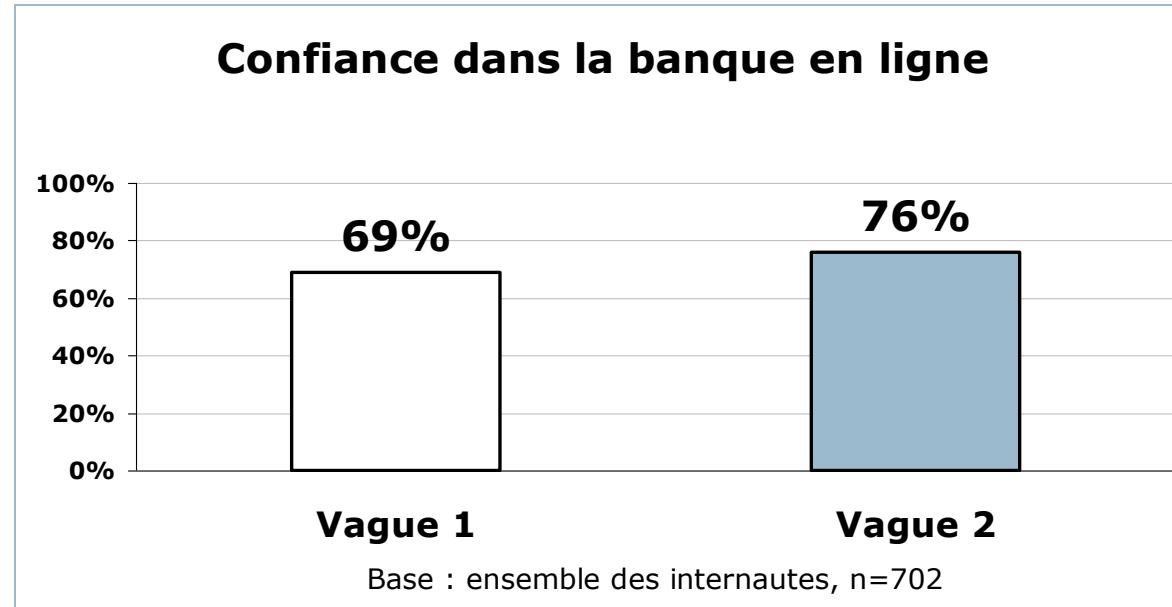


Base : ensemble des internautes, n=702



Confiance dans la banque en ligne

- La confiance dans la banque en ligne est forte, et en augmentation, passant de 69% à 76% d'internautes d'internautes confiants.
- Le taux de « très confiant » est stable à 20%.



Formulation des questions

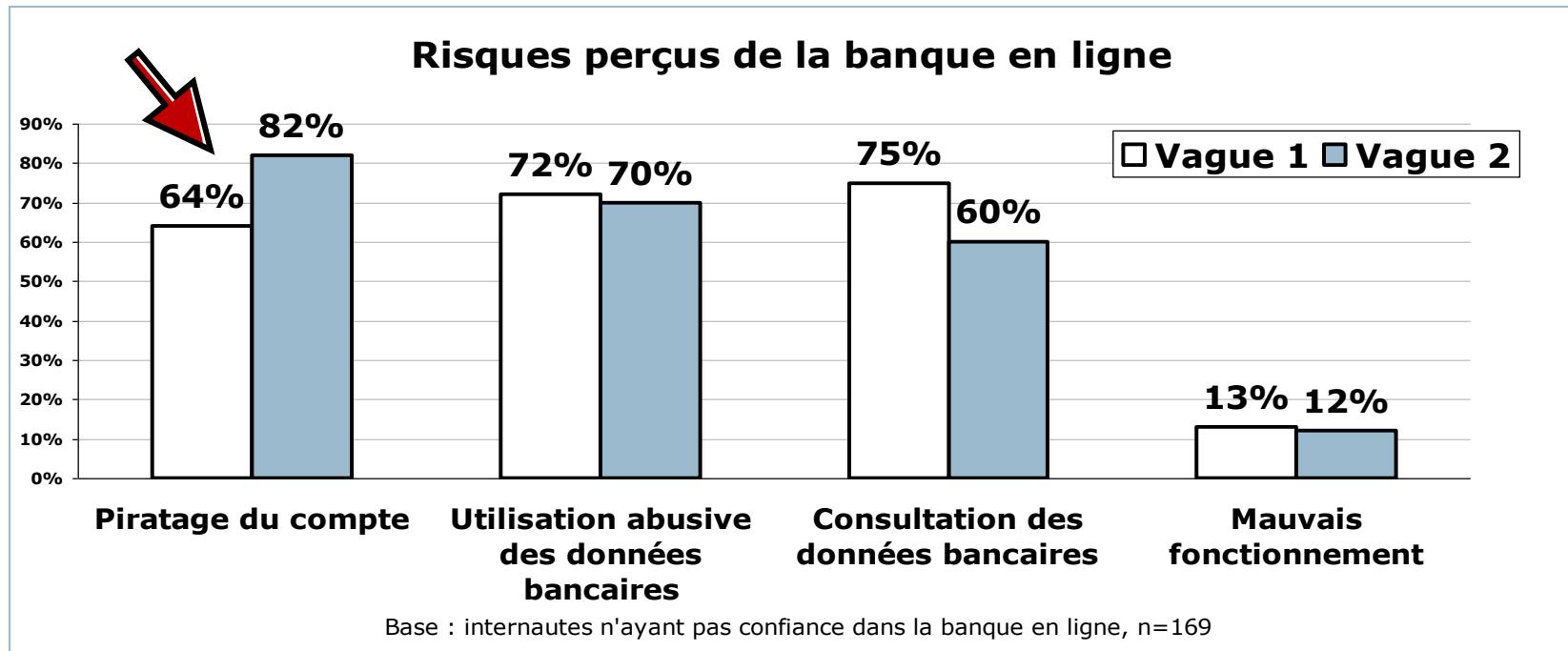
Dans vos relations avec votre banque, pensez-vous qu'il est risqué d'utiliser Internet ?

«non pas du tout» =très confiant, «plutôt non» = assez confiant,
«plutôt oui» = peu confiant, «oui tout à fait» =pas du tout confiant



Craintes vis-à-vis de la banque en ligne

- La crainte du piratage est devenu le principal motif d'inquiétude des internautes méfiants vis-à-vis de la banque en ligne, en progression depuis la dernière vague.
- L'utilisation abusive des données ou leur consultation est également sensible.



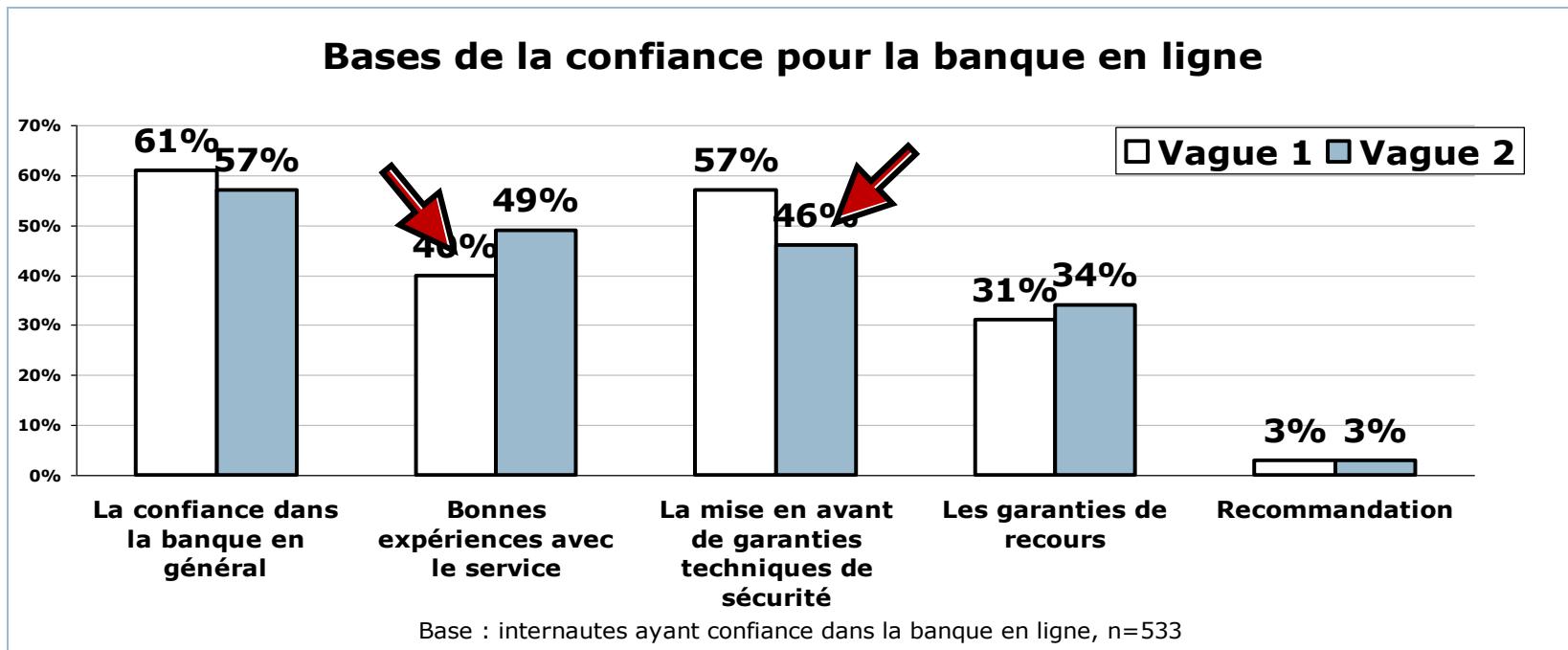
Formulation des questions

(Si trouve la banque en ligne risquée)

Selon vous, quels sont les risques de consulter ses comptes bancaires sur Internet ?

Leviers de confiance de la banque en ligne

- Comme lors de la vague 1, la confiance s'ancre sur la confiance dans la banque en général et les garanties techniques de sécurité.
- A noter que l'intensification de l'expérience-utilisateur joue en faveur du service : ce motif passe de 40% à 49% comme levier de confiance.





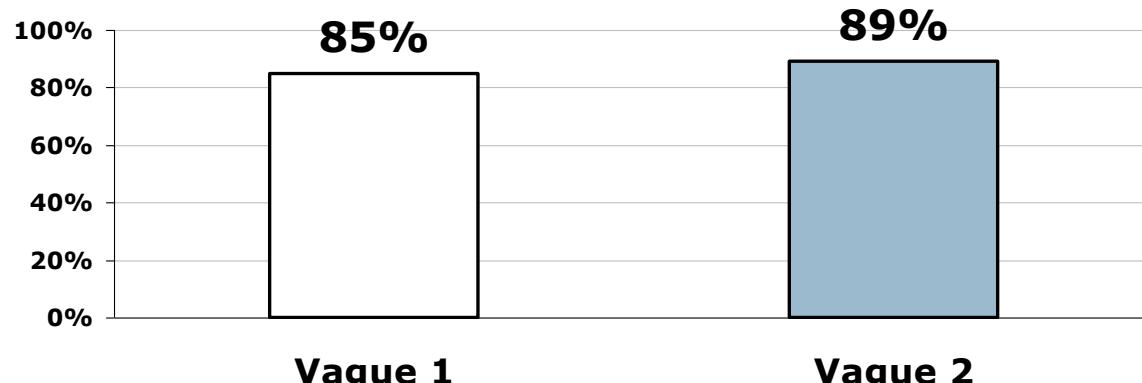
E-commerce



Pratique de l'e-commerce

- Une très grande majorité des internautes ont effectué des achats en ligne au cours de l'année écoulée, en progression de 4 points par rapport à la vague 1.
- L'usage du e-commerce est quasi généralisé et concerne tous types de population
- A noter cependant la progression sur la catégorie des retraités, qui passe de 79% à 89% d'acheteurs en ligne

Evolution des pratiques d'achat en ligne



Base : ensemble des internautes, n=702

Développement du M-Commerce

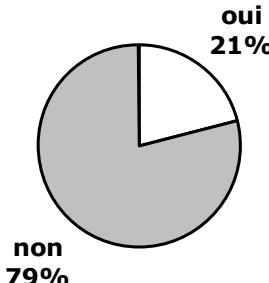
- La pratique du m-commerce commence à rentrer dans les usages des équipés smartphone
- Les internautes pratiquant le m-commerce achètent majoritairement des applications (46%)
- Environ un tiers des acheteurs mobiles effectuent une réservation payante d'hôtel ou de transport, achètent des jeux ou de la musique.
- 29% d'entre eux (soit 6% des équipés de smartphone) ont acheté un produit physique devant être livré par la suite.

Formulation des questions

En vous connectant sur Internet depuis votre mobile,
vous est-il arrivé d'acheter un produit ou service ?

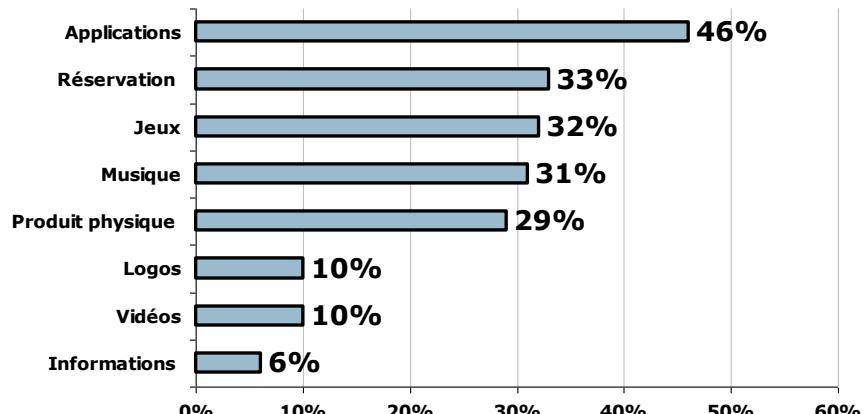
en vous connectant sur Internet depuis votre
mobile ?

Achat en ligne depuis un smartphone



Base : internautes équipé d'un smartphone connecté à Internet, n=263

Produits achetés avec un terminal mobile



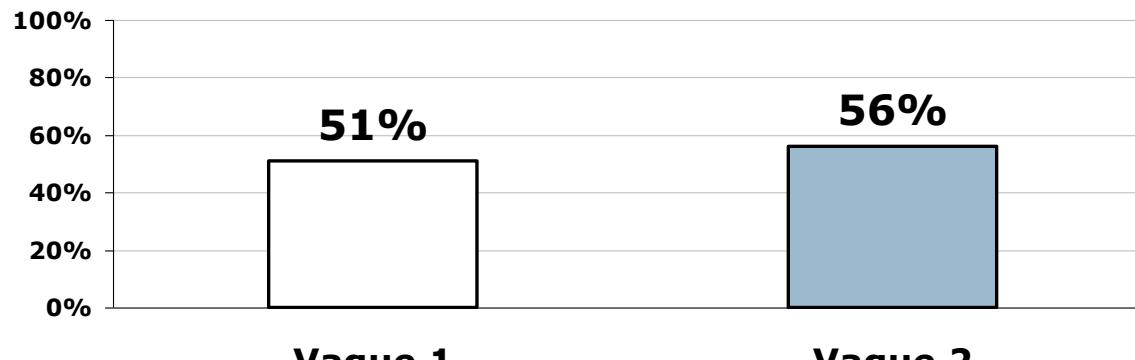
Base : internautes ayant déjà effectué une transaction de m-commerce, n=55



Confiance dans le e-commerce

- Une amélioration de la confiance dans le commerce en ligne
- Le taux de « très confiant » est stable à 4%.

Confiance dans le commerce en ligne



Base : ensemble des internautes, n=702

Formulation des questions

Pensez-vous qu'il est risqué d'acheter sur Internet ?

«non pas du tout» =très confiant,

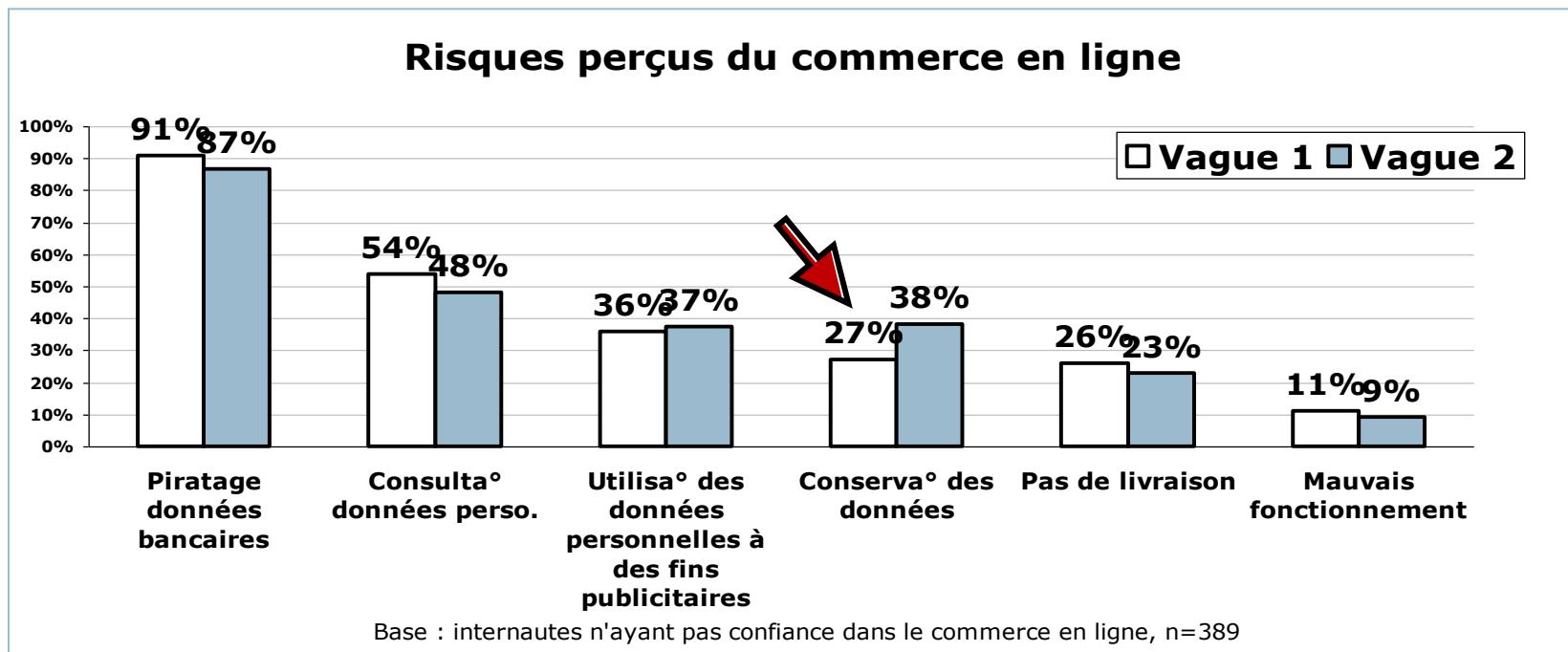
«plutôt non» = assez confiant,

«plutôt oui» = peu confiant,

«oui tout à fait» =pas du tout confiant

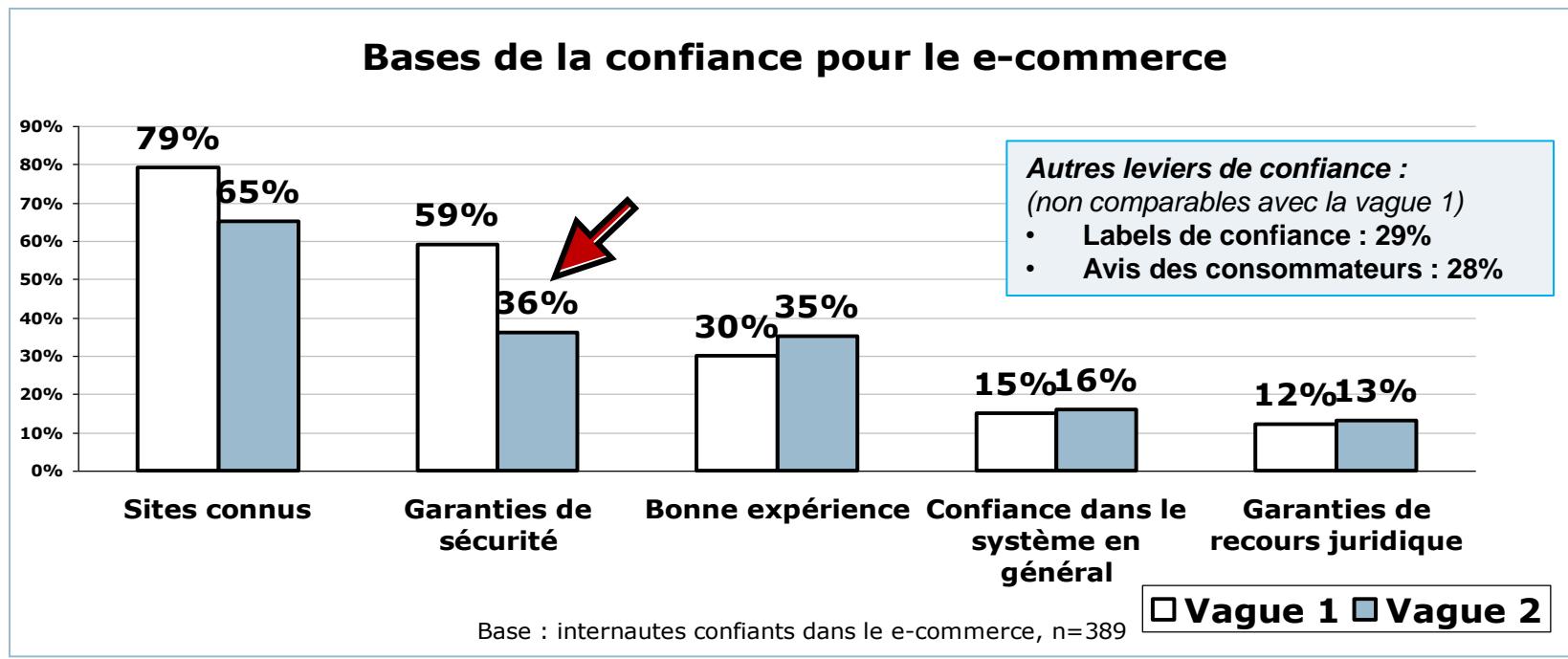
Craintes vis-à-vis du commerce en ligne

- La hiérarchie des freins à la confiance reste la même, avec la peur du piratage comme principale crainte, et dans une moindre mesure la consultation ou l'utilisation des données personnelles.
- Le risque de ne pas être livré est un frein secondaire.
- L'aspect « conservation des données », bien que secondaire, a progressé significativement depuis la dernière vague.



Leviers de confiance du e-commerce

- Même si la réputation des sites reste un critère essentiel, son importance est en léger recul, ainsi que les garanties techniques de sécurité. En revanche, l'expérience utilisateur progresse légèrement comme facteur de réassurance.
- D'autre part, les labels de confiance et les avis de consommateurs participent également à la confiance des consommateurs



Formulation des questions

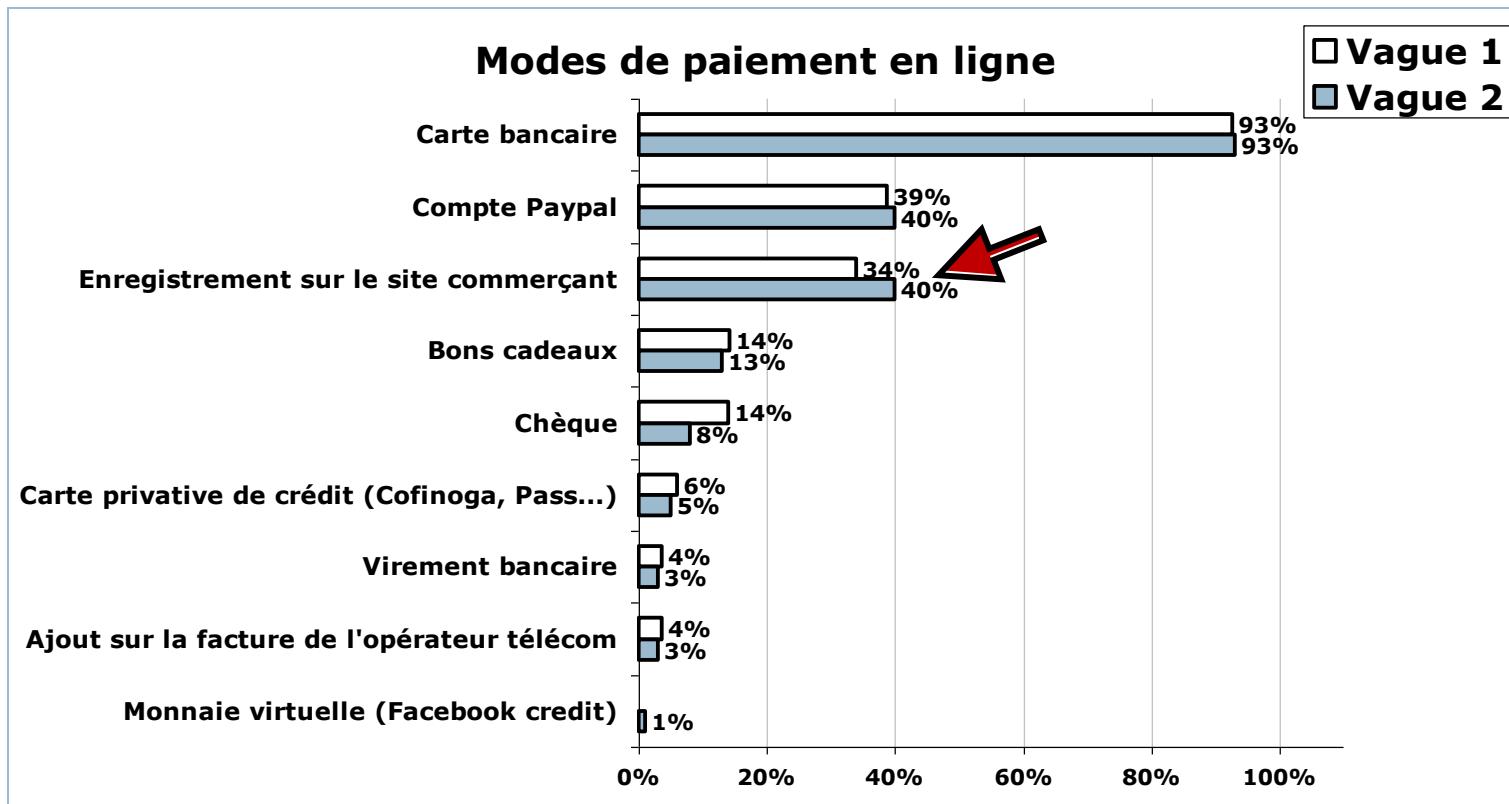
(Si ne trouve pas le commerce en ligne risqué)

Qu'est-ce qui vous donne confiance dans l'achat en ligne ?



Habitudes de paiement en ligne

- Les pratiques de paiement en ligne restent globalement stables : carte bancaire, compte PayPal
- Néanmoins, l'enregistrement sur un site commerçant a progressé de 6 points



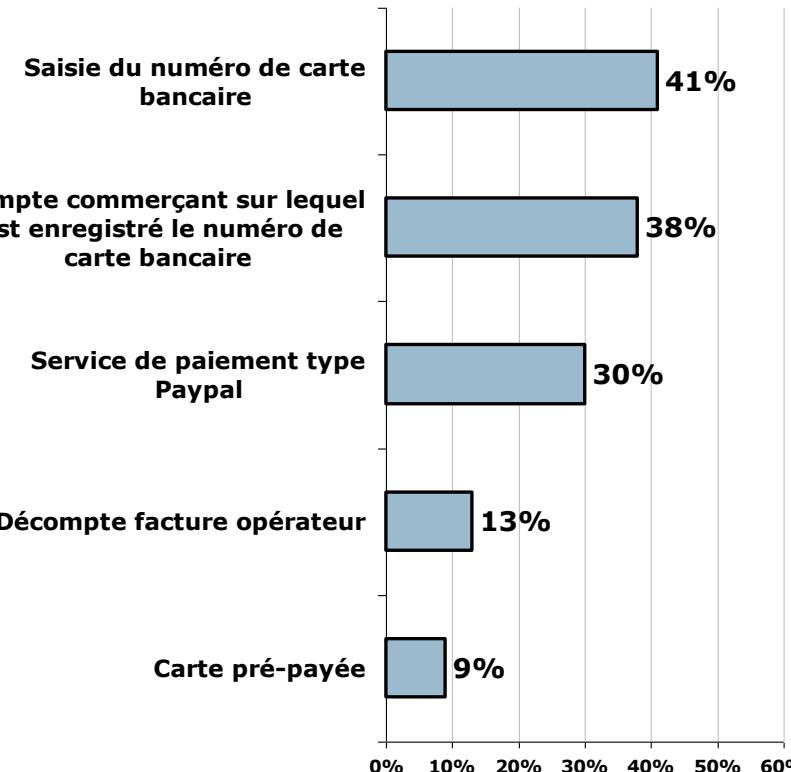
Base : internautes ayant effectué au moins un achat en ligne durant l'année écoulée, n=623



M-Commerce : moyens de paiement

- Même si la saisie du numéro de carte bancaire reste privilégiée, elle est plus faible que sur le fixe.
- L'enregistrement des coordonnées bancaires est forte sur smartphone, au même niveau d'usage que la carte bancaire
- Par ailleurs, le décompte sur la facture opérateur est relativement peu utilisé.

Moyens de paiement sur terminal mobile

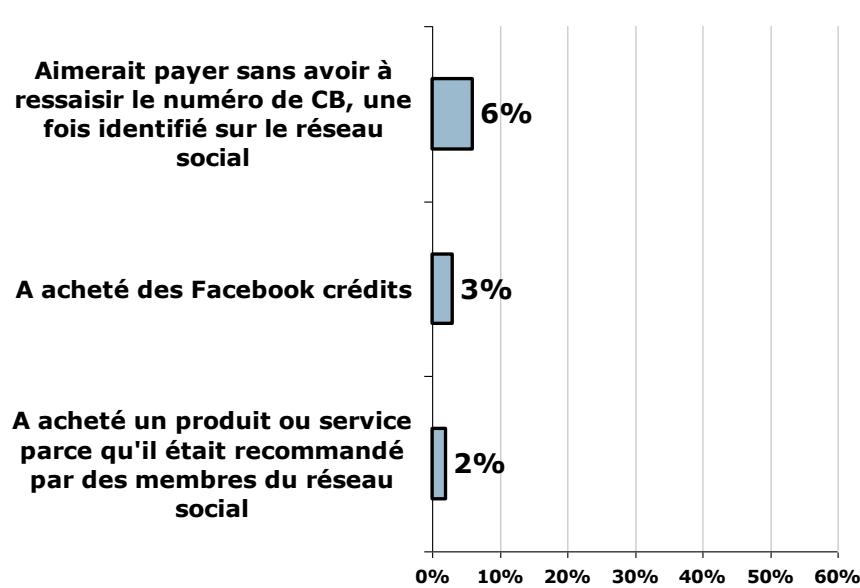


Base : internautes ayant déjà effectué une transaction de m-commerce, n=55, acheteurs en ligne fixe, n=623

Le paiement sur réseau social

- L'achat de Facebook crédits est encore marginal pour les utilisateurs de Facebook : seulement 3% d'entre eux l'ont fait, principalement pour des applications de jeux
- La recommandation joue encore peu
- Et seuls 6% aimeraient enregistrer leurs coordonnées bancaires sur le réseau social, afin de payer sans avoir à saisir le numéro de carte bancaire

Sensibilité au paiement sur réseau social



Formulation des questions

Aimeriez-vous qu'une fois identifié(e) sur votre réseau social, vous puissiez payer sans avoir à saisir votre numéro de carte bancaire ?

Avez-vous déjà acheté des facebook crédits ?

Avez-vous déjà acheté un produit ou un service parce qu'il était recommandé par des amis de votre groupe ?



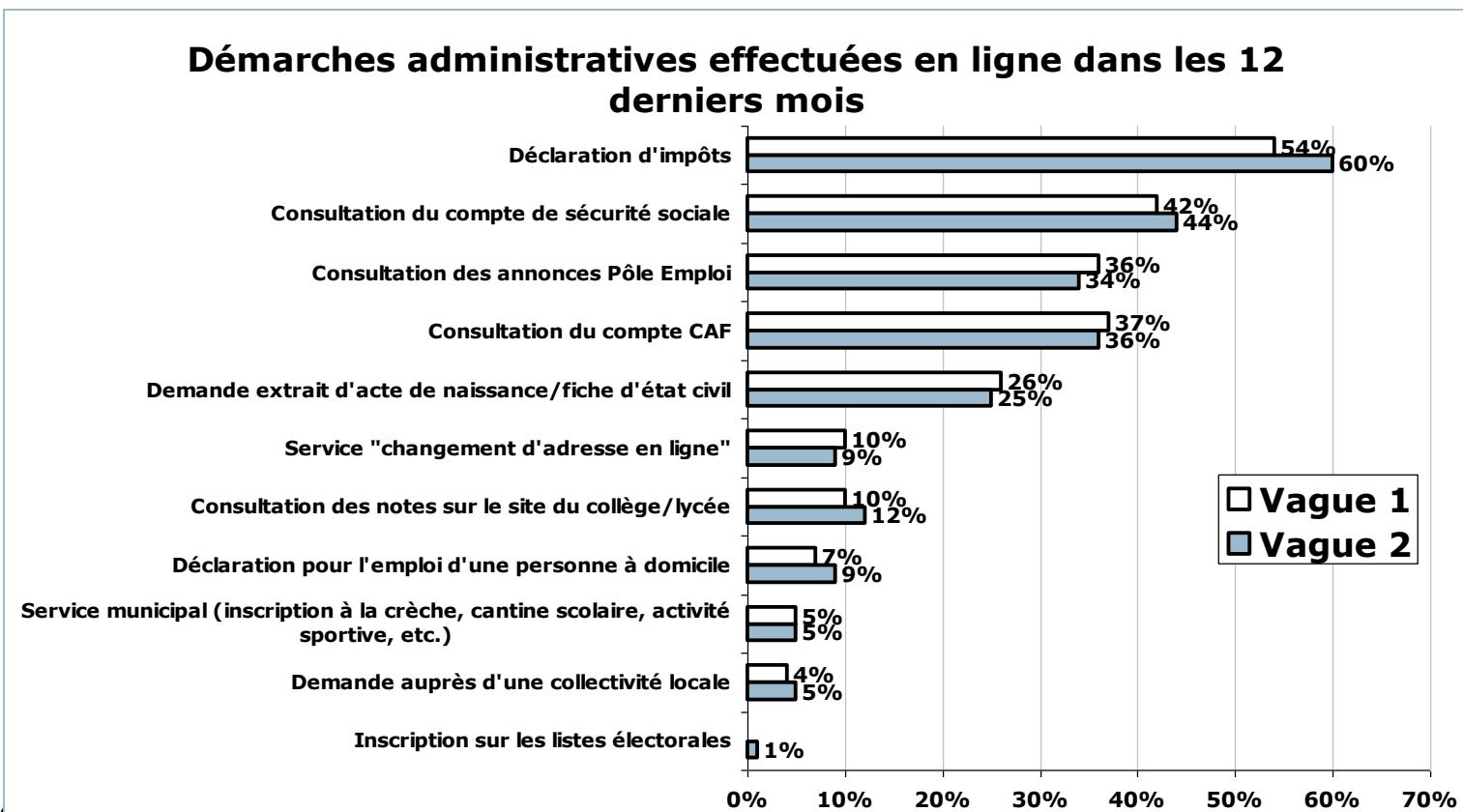
Caisse
desDépôts



E-administration

Démarches administratives en ligne

- L'usage de l'e-administration est stable à hauteur de 90%, et tous les segments de population sont concernés
- La hiérarchie des services reste globalement la même, avec en tête les services de l'Etat
- La déclaration d'impôt en ligne progresse, et également la consultation des comptes Ameli

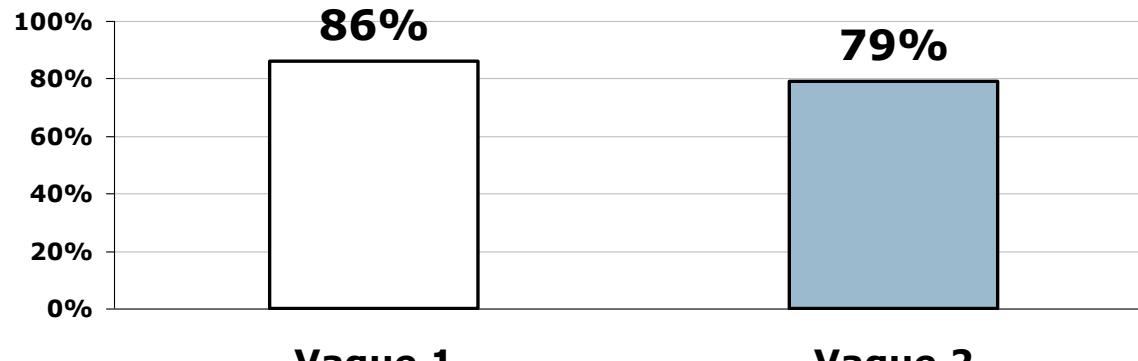




Confiance dans l'e-administration

- La confiance dans l'e-administration a diminué, passant d'un taux de confiance de 86%, à un taux de confiance de 79%.
- Certains groupes socio-démographiques ont davantage perdu confiance, en particulier les femmes, les jeunes et les ouvriers.

Confiance dans l'administration en ligne



Base : ensemble des internautes, n=702

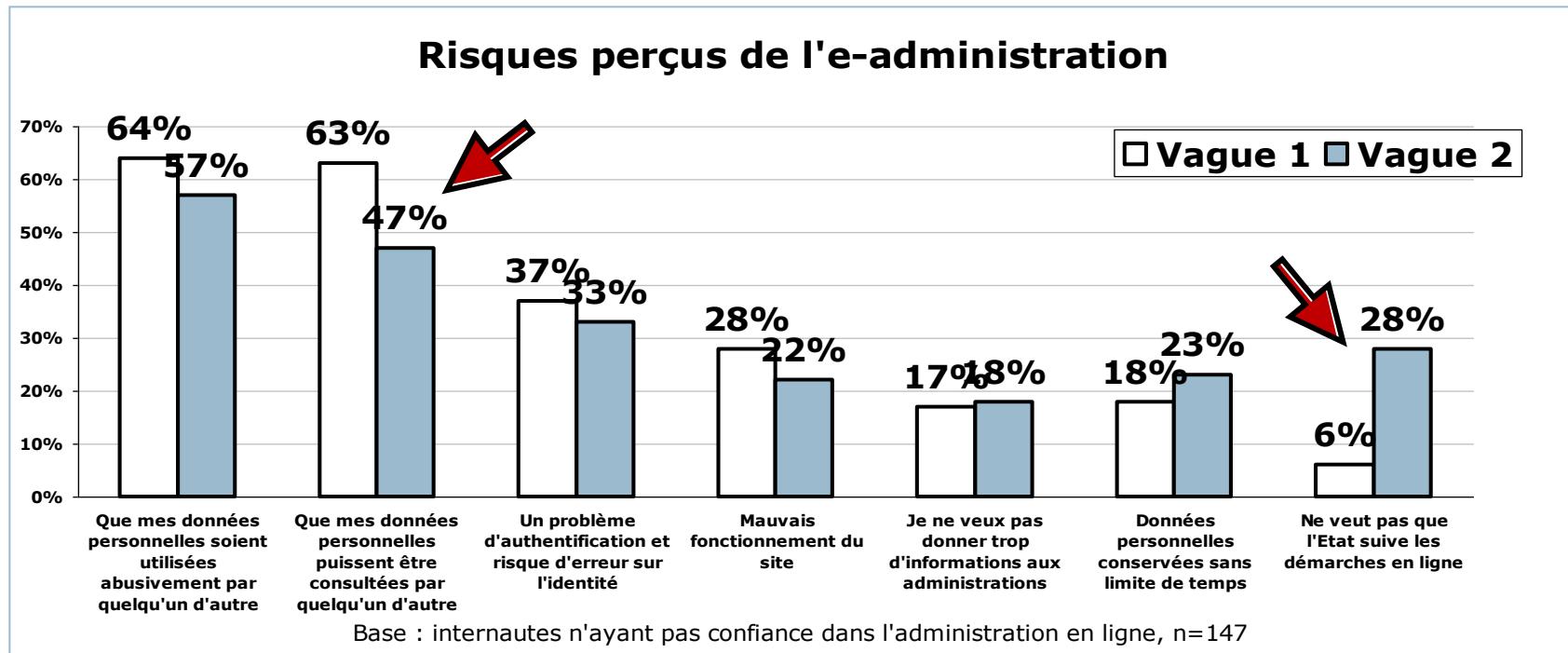
Formulation des questions

Dans vos relations avec l'administration, pensez-vous qu'il est risqué d'utiliser Internet ?

«non pas du tout» =très confiant, «plutôt non» = assez confiant,
«plutôt oui» = peu confiant, «oui tout à fait» =pas du tout confiant)

Craintes vis-à-vis de l'e-administration

- Alors que les questions liées à l'usurpation d'identité semblent un peu moins sensibles (tout en restant importantes), la conservation des données sans limite de temps et la traçabilité des démarches par l'Etat a fortement progressé.



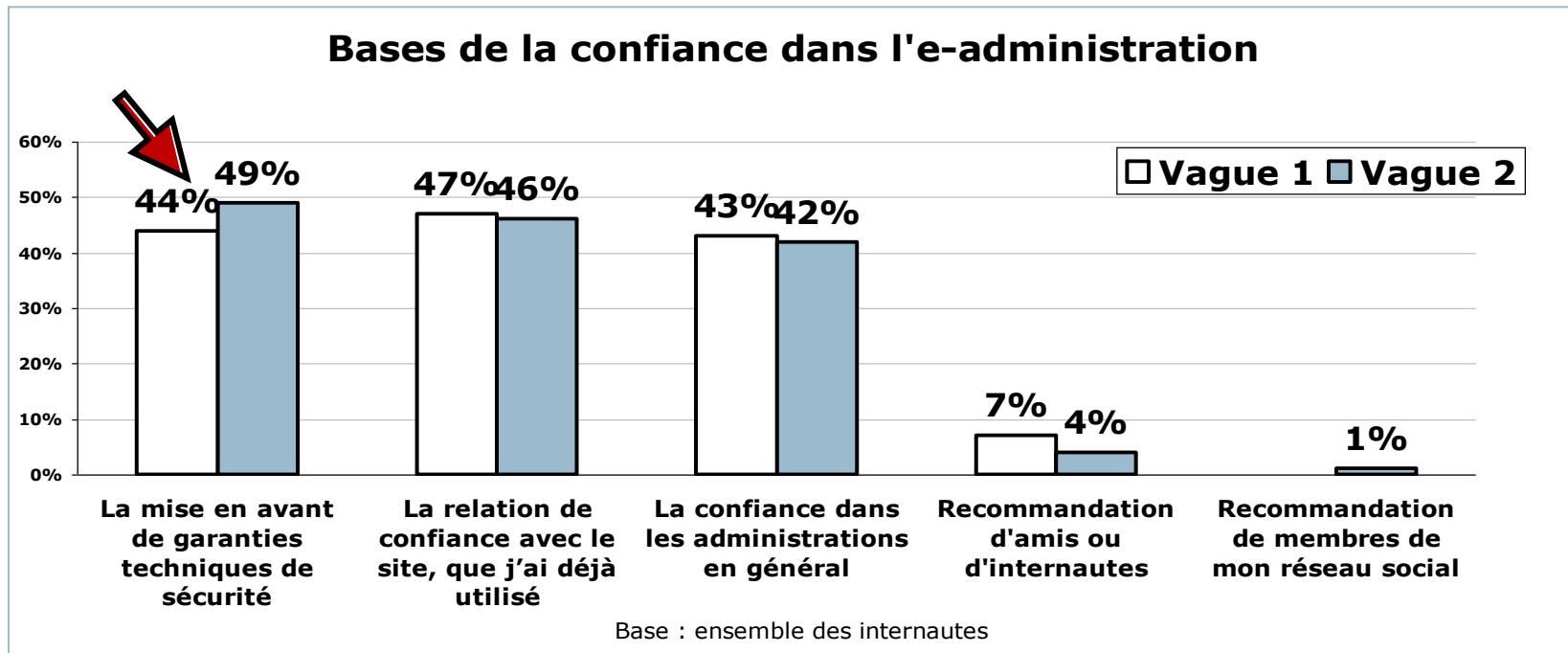
Formulation des questions

(Si trouve l'administration en ligne risquée) Selon vous quels sont les risques d'utiliser Internet pour vos relations avec les administrations ?

(Si ne pas trouve l'administration en ligne risquée) Selon vous, quels pourraient être les risques d'utiliser Internet pour vos relations avec les administrations ?

Leviers de confiance dans l'e-administration

- La confiance s'ancre sur les garanties techniques de sécurité (en hausse depuis la dernière vague), et les bonnes expériences et les relations avec les administrations en général. Enfin, comme lors de la vague précédente, la recommandation joue peu.



Formulation des questions

(Si trouve l'administration en ligne risquée)

Par quoi vous sentez-vous rassuré dans vos relations avec les administrations sur Internet ?

(Si ne pas trouve l'administration en ligne risquée)

Qu'est-ce qui pourrait vous rassurer dans vos relations avec les administrations sur Internet ?



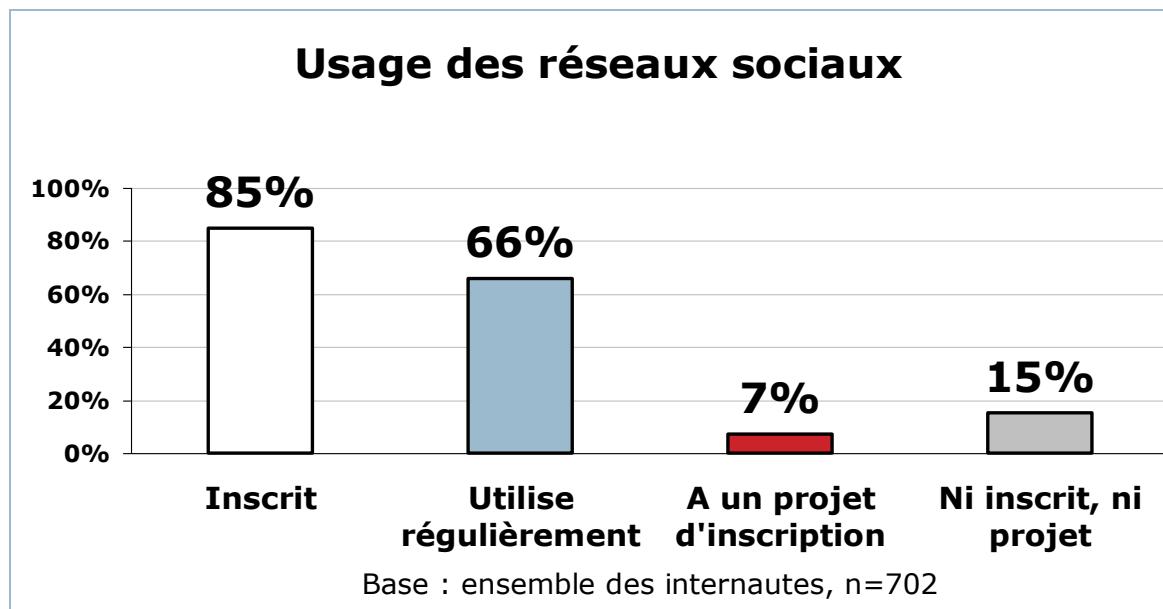
Caisse
desDépôts



Réseaux sociaux

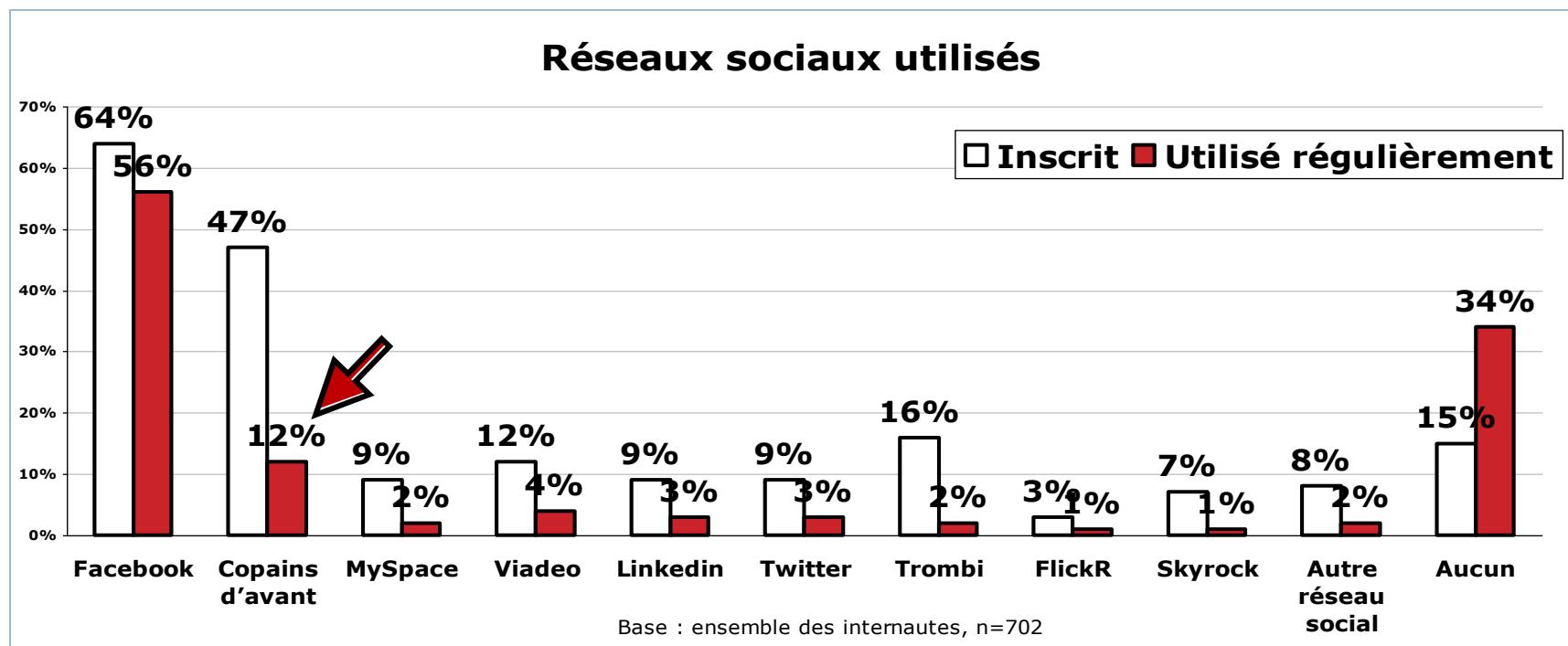
Usage des réseaux sociaux

- La plupart des internautes (85%) sont inscrits sur les réseaux sociaux, cependant, seuls 66% des internautes l'utilisent régulièrement.
- 7% des internautes ont un projet d'inscription, le plus souvent en complément du réseau existant
- Les jeunes sont des utilisateurs plus intensifs des réseaux sociaux, cependant les plus de 55 ans sont également des utilisateurs réguliers (pour 55% d'entre eux).



Réseaux sociaux utilisés

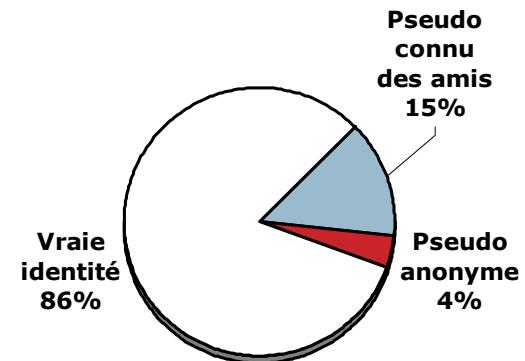
- Facebook est le grand leader, en inscriptions mais surtout en usage
- Copains d'avant est également bien utilisé, même s'il y a peu d'utilisateurs par rapport aux inscrits
- Les réseaux professionnels sont utilisés par un segment d'environ 10% des internautes
- A noter qu'à la date du sondage, Google+ n'était pas encore lancé



Recherche d'anonymisation sur les réseaux sociaux

- Dans la plupart des cas, les utilisateurs de réseaux sociaux se présentent sous leur véritable identité (à hauteur de 86%). Cependant 19% utilisent un pseudonyme, en général connu des amis.
- La recherche d'anonymat est particulièrement forte sur Twitter, et en toute logique faible sur les réseaux professionnels.

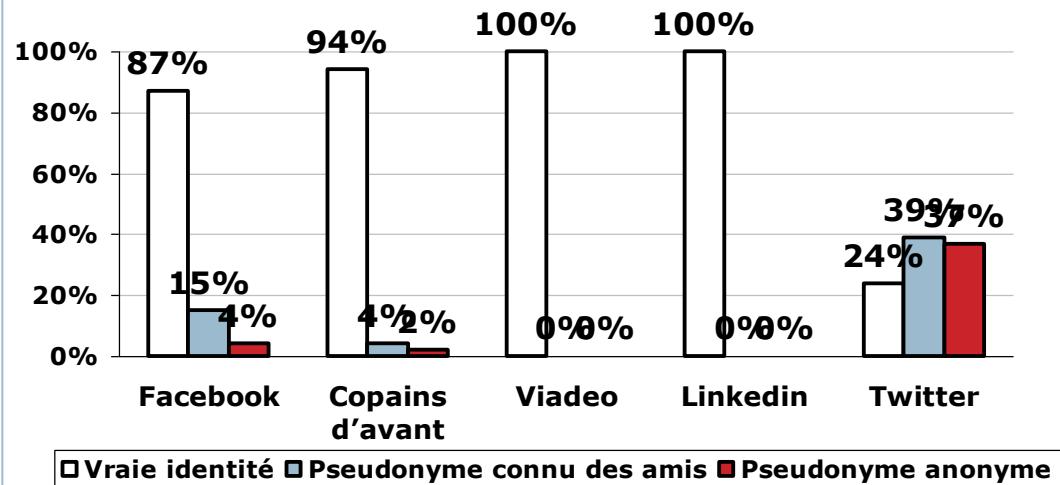
Nom sous lequel la personne se présente



Base : internautes utilisant régulièrement les réseaux sociaux, n=453

Total supérieur à 100% en raison des réponses multiples

Pseudonymisation selon le réseau

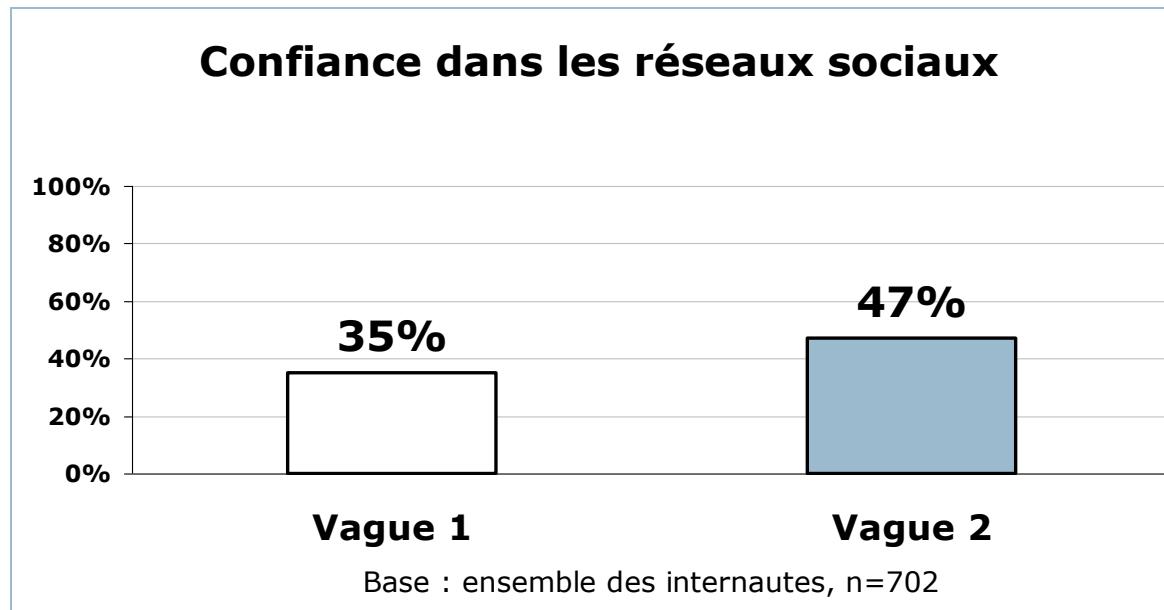


Base : internautes utilisant régulièrement les réseaux sociaux, n=453



Confiance dans les réseaux sociaux

- La confiance dans les réseaux sociaux est plutôt faible, avec un tiers des internautes faisant confiance à ce service.
- Les non-utilisateurs sont encore plus défiant, avec seulement 14% d'entre eux qui accorderaient leur confiance aux réseaux sociaux.



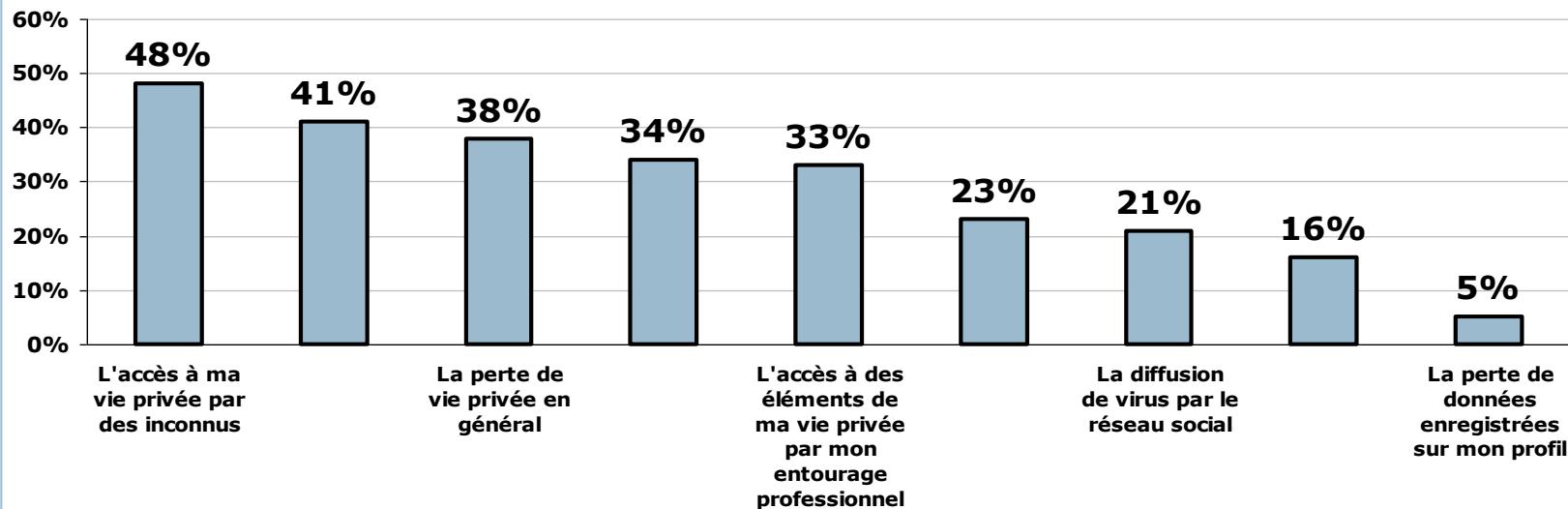
Formulation des questions

Pensez-vous qu'il est risqué d'utiliser 1 / le réseau social principalement utilisé (pour les utilisateurs de réseau social) 2 / un réseau social type Facebook (pour les non-utilisateurs) (« non pas du tout »=très confiant, « plutôt non »=assez confiant, « plutôt oui » = peu confiant, « oui tout à fait » =pas du tout confiant)

Risques identifiés

- L'accès aux données privées est le principal risque perçu des réseaux sociaux, notamment par des inconnus ou dans une moindre mesure par l'entourage professionnel. La conservation des données est également un sujet sensible.
- En revanche la perte de données n'est pas un élément décisif, non plus que la diffusion de virus.

Risques perçus des réseaux sociaux

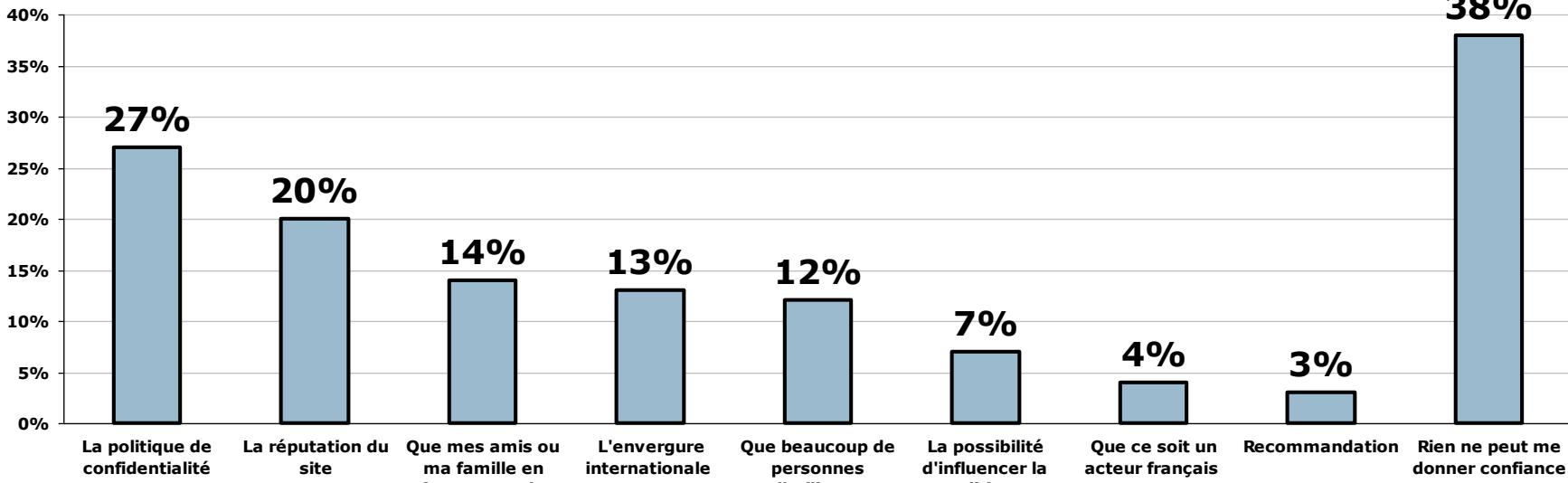


Base : ensemble des internautes, n=702

Leviers de confiance pour les réseaux sociaux

- La confiance fait défaut aux réseaux sociaux : 38% des internautes déclarent que « rien ne peut leur donner confiance ».
- La politique de confidentialité est un élément majeur de confiance. La réputation, l'adhésion des amis ou de la familles, l'envergure internationale rassurent également les internautes.
- En revanche, la recommandation joue peu

Bases de la confiance pour les réseaux sociaux



Base : ensemble des internautes, n=701



Caisse
desDépôts



Gestion des identités numériques



Des identités numériques multiples et en augmentation

- Une tendance à l'augmentation du nombre d'identités numériques, notamment en raison de l'usage plus intensif des réseaux sociaux, et dans une moindre mesure des achats en ligne. En conséquence, et malgré des usages plus modérés des blogs et de la messagerie instantanée, le nombre moyen de comptes en ligne pour un internaute moyen passe de 12,2 à 13,6.

Nombre de comptes en ligne pour un internaute « moyen »

	2009	2011	Différence
Achat en ligne - Nombre de comptes utilisateurs	4,1	4,6	0,5
Consultation de comptes bancaires	0,8	0,9	0,1
E-administration - Nombre de démarches (12 derniers mois)	2,0	2,1	0,1
Messagerie - Nombre d'adresses	3,0	3,0	0,0
Messagerie instantanée - Nombre d'adresses	0,8	0,7	-0,1
Réseaux sociaux - Nombre de profils	0,7	1,7	1,0
Forums - Nombre de pseudos	0,8	0,7	-0,1
Nombre moyen d'identités numériques	12,2	13,6	1,4

Mots de passe utilisés en ligne

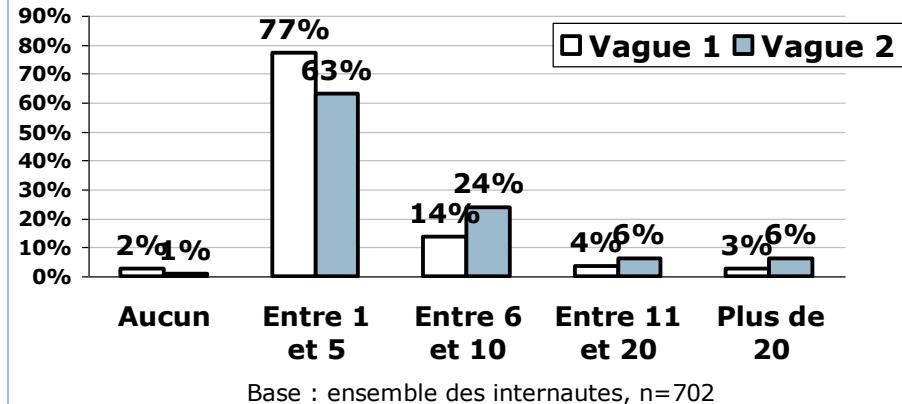
- La plupart des internautes (63%) utilisent entre 1 et 5 mots de passe.
- Cependant la tendance est à l'augmentation des mots des passe : ainsi 12% des internautes ont plus de 10 mots de passe, contre 7% lors de la vague précédente.
- Une part significative des internautes (41%) ont du mal à retenir leurs mots de passe, cette part étant plutôt en diminution.

Formulation des questions

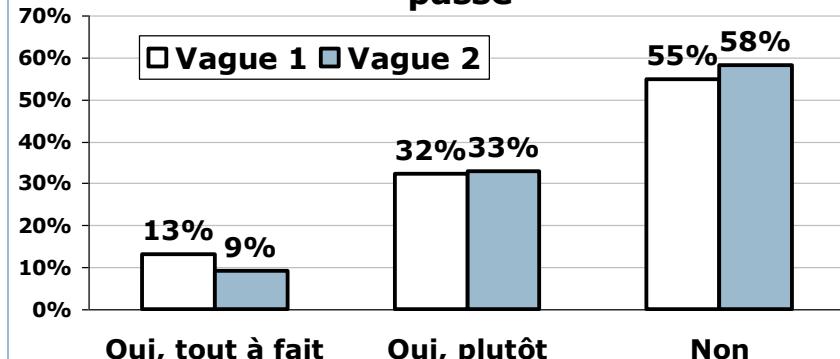
Si l'on prend l'ensemble des sites de vente en ligne, de messagerie, de relation avec les administrations etc... sur Internet, combien de mots de passe différents utilisez-vous (en dehors du travail) ?

Etes-vous gêné(e) par le nombre de mots de passe que vous avez à retenir sur Internet ?

Nombre de mots de passe utilisés



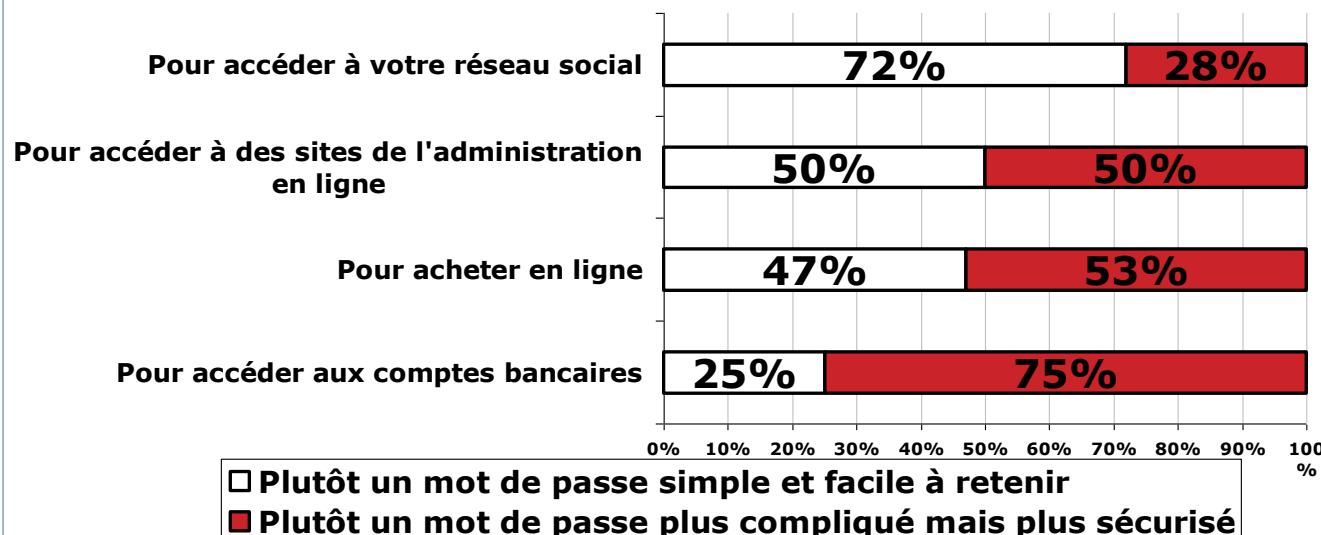
Difficultés à retenir les mots de passe



Type de mot de passe privilégié selon le service

- Les internautes ont compris que le niveau de complexité du mot de passe accroît la sécurité : 75% des utilisateurs de la banque en ligne préfèrent un mot de passe plus compliqué et plus sécurisé, alors qu'ils ne sont plus que 28% à avoir cette préférence pour les réseaux sociaux.

Type de mot de passe privilégié selon le service



Base : utilisateurs de chaque service, n=614, 618 / 621 / 594

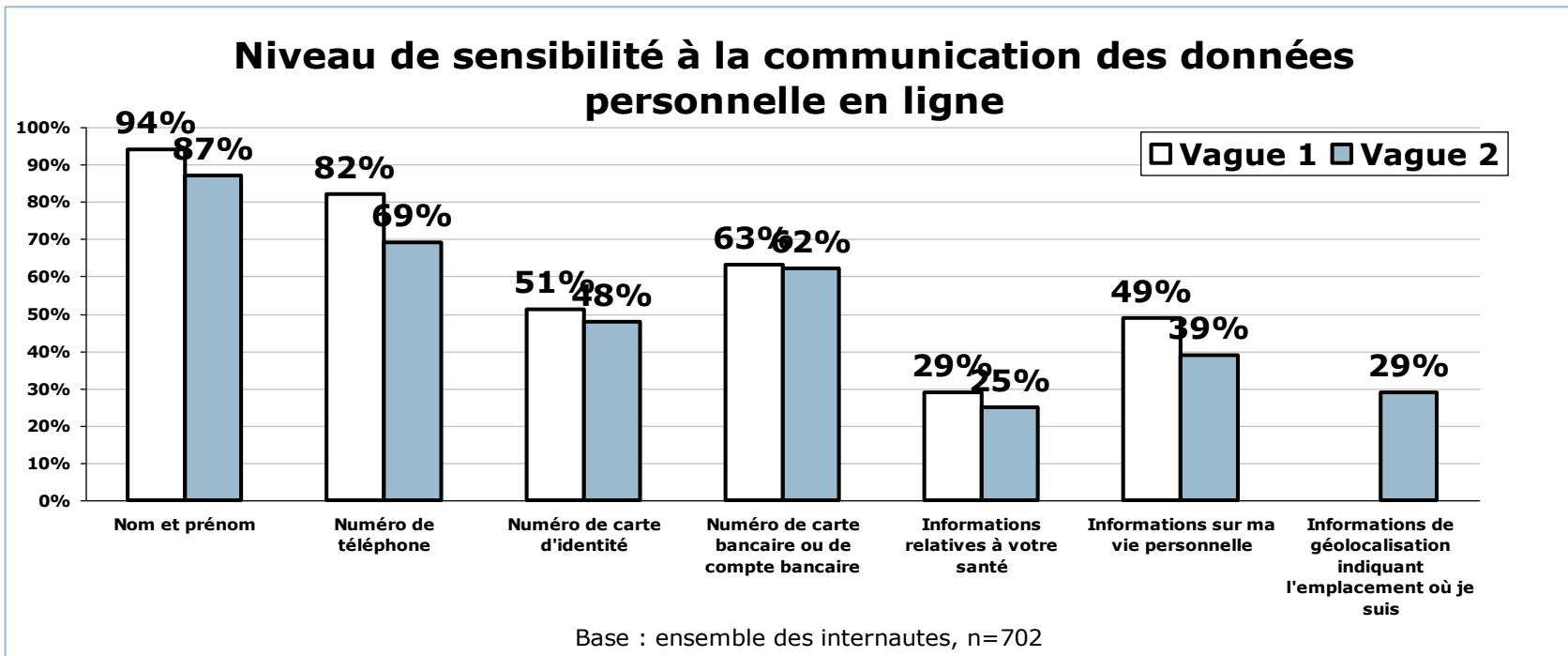
Formulation des questions

Pour chacune des actions suivantes, préférez-vous plutôt avoir :

- un mot de passe simple et facile à retenir,
- ou un mot de passe plus compliqué mais plus sécurisé

Communication en ligne des données personnelles

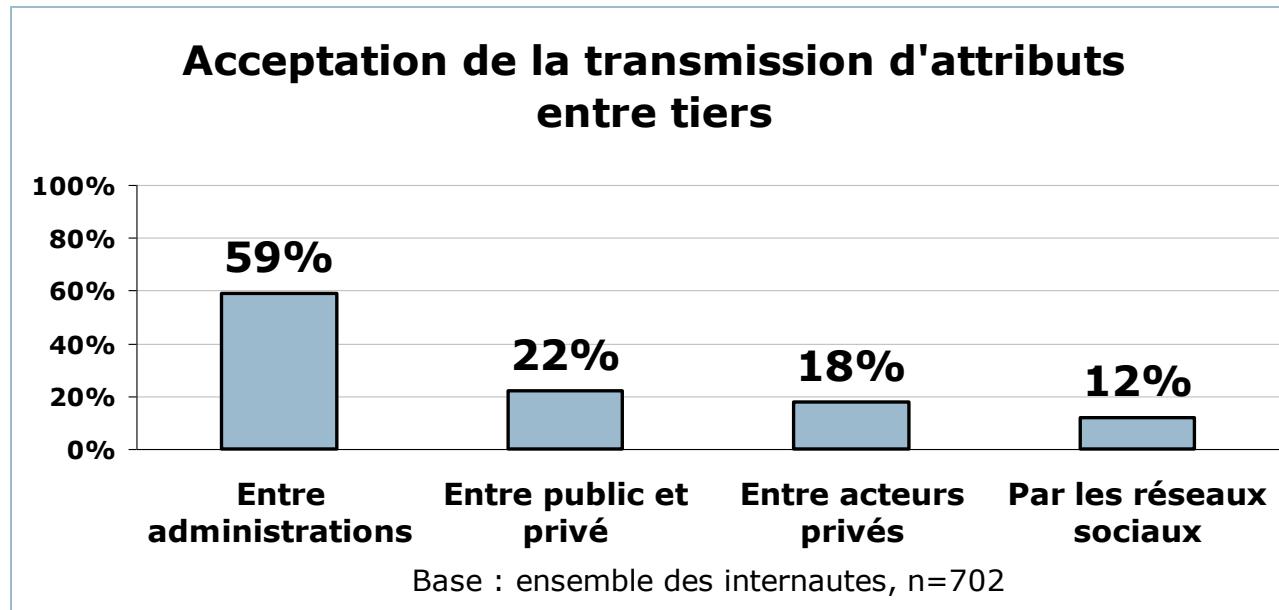
- La hiérarchie des informations « communicables » en ligne est la même que lors de la vague 1 :
 - les noms, prénoms, numéros de téléphone sont communiqués facilement
 - les données bancaires sont moyennement sensibles, sans doute en raison des pratiques d'achat en ligne
 - le numéro de carte d'identité ou les informations sur la vie personnelle sont plus sensibles
 - enfin, les internautes sont majoritairement réticents à communiquer des données relatives à leur santé en ligne, ou des informations de géolocalisation





Acceptation de la transmission d'attributs entre tiers

- La confiance dans l'administration est beaucoup plus forte que dans les acteurs privés, notamment les réseaux sociaux, en ce qui concerne la transmission d'attributs entre tiers



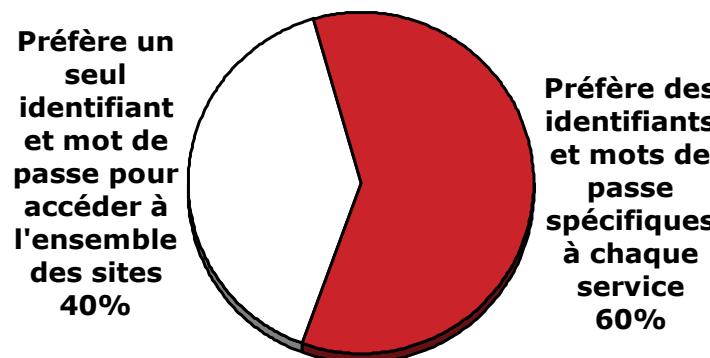
Formulation des questions

- Afin de simplifier vos démarches administratives et pouvoir les faire en ligne sans avoir à vous déplacer, seriez-vous d'accord pour que les administrations (CAF, sécurité sociale, impôt, mairie, services sociaux ...) s'échangent des informations vous concernant, avec votre accord préalable ?
- Et seriez-vous d'accord pour que des fournisseurs de services (banques, opérateurs telecom, sites de vente en ligne ...) communiquent vos données à des administrations, avec votre accord afin de simplifier vos démarches et éviter de ressaisir vos informations à chaque fois ?
- Et seriez-vous d'accord que des fournisseurs de services, ou des sites de vente en ligne s'échangent des données vous concernant, avec votre accord afin de simplifier vos démarches et éviter de ressaisir vos informations à chaque fois ?
- Et seriez-vous d'accord pour qu'un réseau social communique vos données à d'autres sites, avec votre accord afin de simplifier vos démarches et éviter de ressaisir vos informations à chaque fois ?

Attrait pour un identifiant/authentifiant unique

- Les internautes sont partagés sur la question d'un identifiant/authentifiant uniques, avec une légère préférence pour des identifiants / authentifiants spécifiques à chaque service : 40% préfèrent un seul identifiant/authentifiant, contre 60% pour des identifiants / authentifiants multiples

Sensibilité à un identifiant unique



Base : internautes, n=702

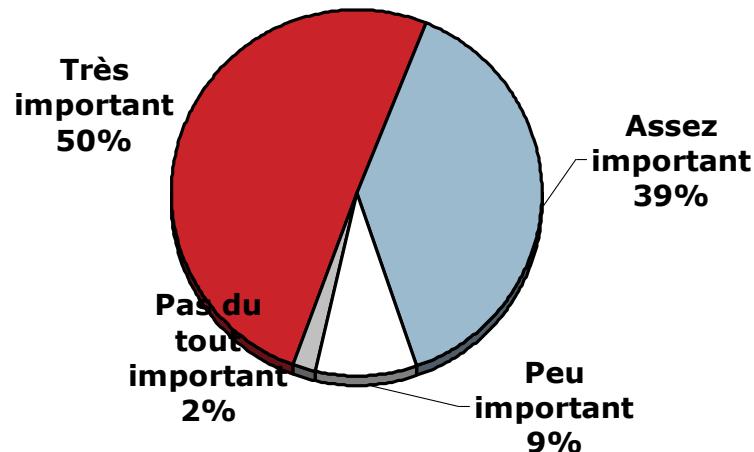
Formulation des questions

Aimeriez-vous ... avoir un seul identifiant et mot de passe pour accéder à l'ensemble des sites (commerce en ligne, banque, administration, réseaux sociaux) ou préférez-vous avoir des identifiants et mots de passe spécifiques à chaque service ?

Importance de la non-conservation des données

- La non-conservation des données personnelles est un point sensible pour les internautes : plus de la moitié la considère très importante, et 89% importante.

Importance de la non-conservation des données



Base : ensemble des internautes,
n=702

Formulation des questions

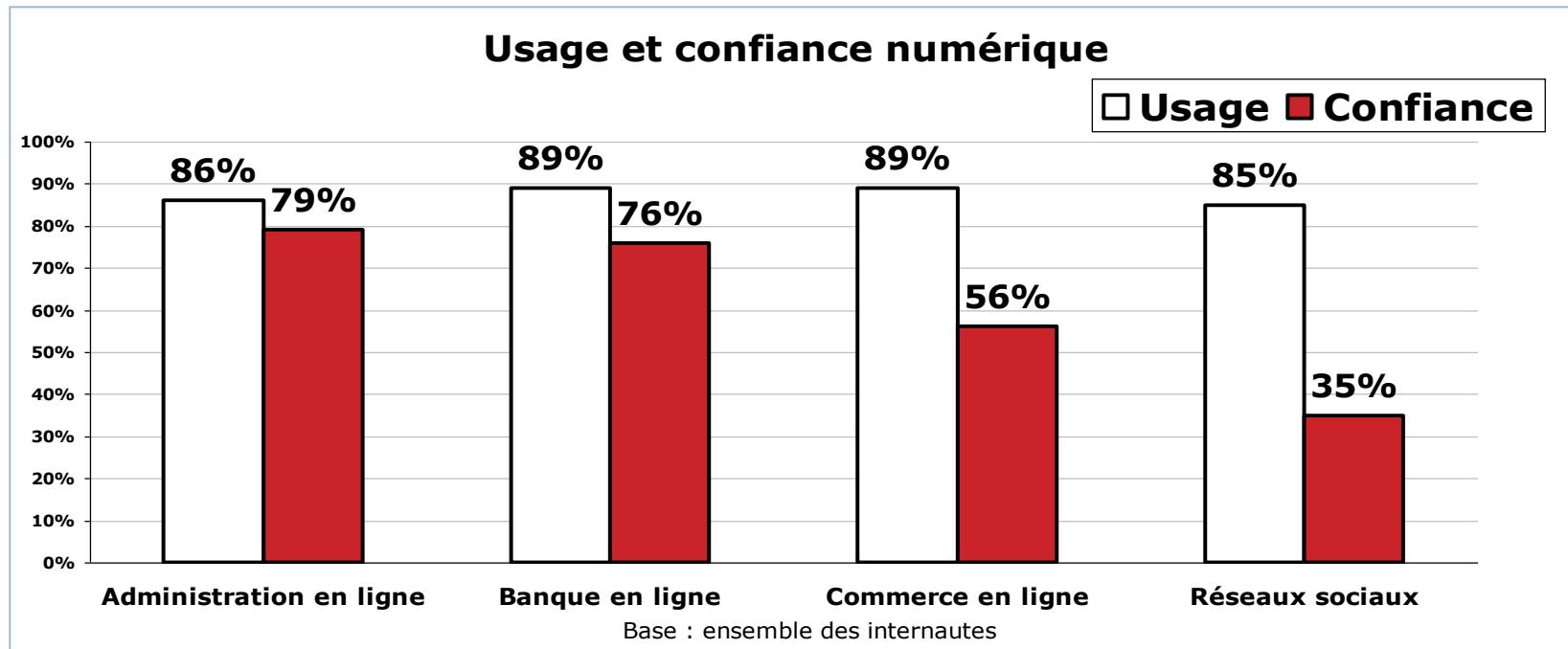
Est-il important pour vous que les données personnelles que vous communiquez en ligne soient supprimées après un certain délai ?

Synthèse sur la confiance numérique



Confiance numérique et usages

- La confiance (ou le manque de confiance) impacte peu les usages : quelque soit le domaine concerné, le taux d'usage est de l'ordre de plus de 80%, alors que le niveau de confiance varie de 35% (pour les réseaux sociaux), à 76% pour la banque.



Formulation des questions

Dans vos relations avec l'administration / les sites de vente en ligne / la banque en ligne, les réseaux sociaux, pensez-vous qu'il est risqué d'utiliser Internet ?
(`non pas du tout` = très confiant, `plutôt non` = assez confiant, `plutôt oui` = peu confiant, `oui tout à fait` = pas du tout confiant)



Caisse
desDépôts

Acsel
L'ASSOCIATION
DE L'ÉCONOMIE
NUMÉRIQUE

Synthèse



Synthèse (1/1)

- Usages : une progression générale
 - Une progression de l'usage d'Internet (+3,2 millions d'internautes)
 - De nouveaux terminaux d'accès à Internet : smartphone, tablette, télévision
 - Une progression générale de la numérisation des usages, qui plafonnent pour certains autour de 80% :
 - +9 points pour la banque en ligne
 - + 4 points pour le commerce en ligne
 - l'administration en ligne culmine à 86% d'internautes utilisateurs
 - Certains usages de communication sont substitués par des services plus élaborés
 - L'usage des réseaux sociaux est répandu, avec 66% des internautes les utilisant régulièrement, Facebook étant le grand leader
 - Mobile : un commencement de réplication des usages fixes



Synthèse (2/2)

- Confiance numérique : en progression sauf pour l'e-administration (qui reste cependant très crédible), et peu de confiance accordée dans les réseaux sociaux
 - La confiance reste forte pour l'administration mais elle est en baisse
 - La confiance est forte pour la banque et en progression de 7 points
 - Elle croît également pour le e-commerce pour atteindre 54% de taux de confiance
 - En revanche la défiance est forte vis-à-vis des réseaux sociaux
 - Cette identification des risques n'empêche pas l'usage
- Gestion des identités numériques : un enjeu sensible dans un contexte d'intensification des usages
 - Les internautes sont confrontés à une augmentation du nombre d'identités numériques, et de mots de passe associés, et certains ont du mal à retenir les mots de passe
 - Ils sont confrontés à la sécurisation nécessaire de l'authentification