

Paris, le 20 juin 2013

Résultats de la 3^{ème} édition du BAROMETRE CAISSE DES DEPOTS/ACSEL

sur la confiance des Français dans le numérique :

Erosion de la confiance des Français dans les services en ligne

Mention obligatoire : Baromètre CDC-ACSEL 2013

La prise en compte de relations numériques toujours plus nombreuses et diverses constitue un enjeu réel et pose la question du cadre de confiance numérique dans laquelle elle s'opère. Dans ce contexte, la Caisse des Dépôts et l'ACSEL publient depuis 2009 un baromètre dédié à la compréhension des leviers de confiance dans les services numériques en France. Les résultats de la 3^{ème} édition mettent en avant une rupture avec un plafonnement des usages et surtout l'érosion de la confiance, malgré la mise en place et le renforcement de leviers de réassurance multiples.

>> **L'usage des services numériques par les Français se généralise et se renforce (86%), mettant en exergue des profils d'utilisateurs bien distincts :**

- Les Technophiles (15%) : très investis dans les nouvelles technologies et les nouveaux usages, ils sont également très confiants dans les services en ligne et ouverts à l'innovation,
- Les Confiants (36%) : représentent le cœur des utilisateurs réguliers, avec une forte confiance dans les services notamment de l'e-administration,
- Les Suiveurs (16%) : ont une image favorable des services numériques mais les utilisent peu,
- Les Pragmatiques (16%) : gros utilisateurs malgré une forte défiance vis-à-vis des services : la valeur d'usage est plus forte que le risque encouru,
- Les Réticents (17%) : leur méfiance les conduit à ne pas utiliser les services en ligne.

>> **Néanmoins, la confiance fléchit globalement** : -10 point pour l'administration, -3 points pour l'e-commerce et les réseaux sociaux et stagnation pour la banque en ligne. Ceci, malgré la mise en place de leviers de confiance multiples par les acteurs mais qui ne suffisent pas aux yeux des usagers. Ainsi, moins d'un tiers des Français accorde sa confiance aux sites administratifs (29%), aux labels de confiance des sites marchands (28%) et à la politique de confidentialité des réseaux sociaux (28%), par exemple.

>> **Ce constat est identique sur les usages via téléphone mobile**. 65% des acheteurs sur mobile estiment que l'achat sur ce canal représente le même niveau de risque que sur PC ; les principales craintes résidant principalement dans la perte du mobile et l'interception des communications.

>> **Les principales raisons de cette érosion de confiance**

- **La complexification de la vie numérique**

Les Français ont plus de 16 comptes numériques en moyenne (contre 12 en 2009). Plus du tiers (38%) ont plus de 5 mots de passe différents. 43% se disent d'ailleurs gênés par le nombre de mots de passe à gérer.

- **Des utilisateurs de plus en plus avertis...**
 - **Plus aguerris, ils sont plus sensibles à l'utilisation de leurs données personnelles** : 92% jugent important de limiter la conservation des données personnelles. 78% pensent risqué l'enregistrement des données bancaires sur un site marchand et 75% refusent d'être géolocalisés. 77% ont déjà modifié leurs paramètres de confidentialité sur Facebook et 47% donnent volontairement de fausses informations en ligne, principalement pour limiter la diffusion d'informations personnelles.
 - **Ils rejettent massivement les services tiers d'identification**. Seuls 5% des internautes acceptent un service tiers pour s'identifier sur un compte bancaire, 6% sur un site d'administration et à peine 16% sur un site marchand... Même si ils sont 62% à être favorables à la transmission d'attributs d'identité entre tiers pour simplifier les démarches entre administrations.
 - **Parallèlement, l'hébergement des données privées dans le Cloud suscite encore de la méfiance** : seuls 34% des internautes ont confiance en l'hébergement en ligne. 57% craignent l'usage abusif de leurs données et 48%, la consultation des données par un tiers.
 - **La publicité n'est pas en reste** : 30% des utilisateurs de réseaux sociaux craignent que les données personnelles soient utilisées à des fins publicitaires. 55% ont conscience de l'utilisation des données personnelles dans ce sens et 82% sont gênés par cette utilisation.
- **Ils souhaitent une meilleure protection de leur vie privée et de leurs avoirs**
Les risques perçus sont tenaces : 40% craignent l'utilisation abusive des données par l'administration et 48%, celles des données bancaires ou personnelles. 85% redoutent le piratage de leur compte sur les sites marchands. Plus d'un Français sur 2 appréhendent l'accès par des inconnus à leurs données privées sur les réseaux sociaux.

Selon Fleur PELLERIN, ministre chargée des Petites et moyennes entreprises, de l'Innovation et de l'Economie numérique : « *Ce Gouvernement met fin à une vision simpliste d'internet, qui a trop prospéré ces dernières années. Cette vision ne correspondait pas à ce qu'attendent les Français, comme le montre ce baromètre. Aujourd'hui, l'engagement du Gouvernement, c'est de renforcer la confiance des internautes en proposant une offre sécurisée et conforme aux usages.* »

A propos de la Caisse des Dépôts

La Caisse des Dépôts et ses filiales constituent un groupe public, investisseur de long terme au service de l'intérêt général et du développement économique des territoires. Sa mission a été réaffirmée par la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008. Rappelons que les directeurs régionaux sont les représentants du groupe Caisse des Dépôts en région.

A propos de l'ACSEL

L'Association regroupe aujourd'hui près de 200 entreprises et organismes publics de tous les secteurs et œuvre à leur mise en relation.

Lieu d'échange et de propositions, les travaux de l'ACSEL abordent les enjeux du numérique à travers trois lignes directrices : anticiper, développer et mesurer.

www.acsel.asso.fr.

Contact Presse ACSEL

Pepper Menthe Communication
Samira Chakkaf Andalouci
07 86 11 14 52 - samira@pepperminte.com

Contact Presse Caisse des Dépôts

Karen Le Chenadec
01 58 50 73 69