



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

11 mars 2010

Première édition du baromètre Caisse des Dépôts - Aysel  
sur « la confiance des Français dans le numérique »

## **Avec 89% d'internautes ayant déjà effectué des démarches en ligne, les services numériques sont plébiscités**

**Administration, commerce ou banque, les Français attendent une offre de services numériques accrue qui associe plus de sécurisation des données et une plus grande simplicité d'usage**

La Caisse des Dépôts et l'Aysel -l'association de l'économie numérique- ont confié à l'Institut IDATE la réalisation de la première édition d'un baromètre dédié à la compréhension des leviers de la confiance des Français dans les services numériques. Ce baromètre va permettre de disposer d'une mesure annuelle de l'opinion des Français sur la question des identités numériques et sur les enjeux de confiance associés. Il sera un point d'appui important pour tous les acteurs publics et privés développant des services numériques. Chaque année, une nouvelle édition de cet outil de référence permettra de mesurer les progrès accomplis et de définir de nouveaux axes de travail.

La confiance est un élément essentiel du développement des usages des services numériques. Cette première édition permettra de dégager des priorités et d'inciter les acteurs publics et privés à travailler de concert pour faire émerger des solutions en adéquation avec les attentes des usagers.

### **L'usage des services numériques : une pratique régulière pour les 68% d'internautes français**

Internet fait pleinement partie du quotidien des Français : **68%** de la population française est internaute et **76%** des internautes sont connectés tous les jours. Cette pratique est corrélée à un fort taux d'usage des services en ligne. **89%** des internautes ont déjà effectué une démarche administrative en ligne, **85%** d'entre eux ont acheté en ligne et ils sont **80%** à consulter leurs comptes en ligne. Particulièrement bien équipés, **94%** d'entre eux possèdent une connexion haut débit et **2/3** des internautes ont un PC.

### **L'accroissement de l'usage de services en ligne s'accompagne d'une multiplication des identités numériques avec en moyenne 12 comptes en ligne par Français**

En moyenne, les Français disposent de **12** comptes en ligne qui se comptabilisent de la façon suivante : **2 à 3** adresses en moyenne pour les utilisateurs de mail, **1 à 2** adresses en moyenne pour les utilisateurs de messagerie instantanée, **1 à 2** profils en moyenne pour les utilisateurs de messagerie, **2** pseudos en moyenne pour les utilisateurs de forums. De plus, les Français disposent en moyenne d'**1 compte sur 4 sites** d'e-commerce.

## **Identification des risques et des leviers de confiance dans les services en ligne : banque, e-administration et e-commerce ne sont pas perçus de la même façon par les Français**

Administration en ligne : la faiblesse des risques perçus par les internautes explique leur confiance dans le secteur public. En effet, seuls **11%** des Français craignent que leurs identités soient utilisées abusivement ou consultées par quelqu'un d'autre et **10%** seulement d'entre eux redoutent des problèmes d'authentification. Parmi les principaux leviers de confiance dans l'e-administration viennent l'expérience (**47%**), la caution des administrations en général (**43%**) et les garanties techniques de sécurité (**44%**).

Banque en ligne : seuls **24%** des français craignent le piratage de leur compte ou son utilisation abusive. **24%** des internautes ont également peur que quelqu'un d'autre consulte leurs données. Leur confiance repose avant tout sur l'existence de garanties techniques de sécurité (**75%**) et sur la crédibilité des banques en général (**61%**). Les garanties de recours et les recommandations par d'autres internautes constituent un socle de confiance pour respectivement **58%** et **57%** des internautes.

Commerce en ligne : **43%** des français craignent le piratage de leurs données bancaires et seulement **25%** la consultation de leurs données personnelles. **16%** des Français ont également peur que leurs données en ligne soient utilisées à des fins publicitaires. Leur confiance est fondée principalement sur la notoriété des sites (**71%**) et l'existence de garanties techniques de sécurité (**51%**). La recommandation d'un site en particulier (**18%**) joue faiblement sur le niveau de confiance des Français.

### **La valeur d'usage des services en ligne l'emporte sur les risques identifiés**

L'intérêt d'utiliser des services en ligne est jugé plus important que les risques encourus :

Commerce en ligne : **85%** de valeur d'usage, mais seulement **51%** de taux de confiance.

Banque en ligne : **80%** de valeur d'usage et **69%** de taux de confiance.

L'administration en ligne est le seul service bénéficiant d'un taux d'usage (**89%**) et d'un taux de confiance (**86%**) cohérents. Ce comportement semble être dû à une fidélité et à une confiance naturelle dans les administrations en général.

### **Au palmarès des informations jugées sensibles par les internautes, viennent en premier lieu celles sur la santé à (71%), sur la vie personnelle à (51%) puis la carte d'identité à (49%)**

Bien que la santé et les informations sur la vie personnelle soient des données jugées sensibles, les Français n'hésitent pas à communiquer leur nom et prénom (**94%**) ainsi que leur numéro de téléphone (**82%**). Enfin, **63%** des Français n'hésitent pas à diffuser en ligne leur numéro de carte bancaire.

### **Les internautes font avant tout confiance aux collectivités locales, à l'Etat et aux banques pour fournir leurs attributs d'identités**

Au-delà du type de données, la sensibilité des Français dépend également de la légitimité des différents acteurs. Il apparaît que les Français ont davantage confiance dans les collectivités locales, l'Etat et la Banque.

Les données concernant l'état civil et la santé sont communiquées naturellement plus facilement aux collectivités locales et à l'Etat : **39%** des internautes français diffusent auprès des collectivités locales leur numéro de carte d'identité, contre **9%** auprès des opérateurs télécom.

La banque et les sites de vente sont crédibles concernant les données bancaires : **44%** des internautes communiquent le numéro de leur carte bancaire sur les sites d'e-banking, **37%** sur les sites de vente.

Enfin, les internautes accordent moins de confiance aux réseaux sociaux. Alors que les Français sont **84%** à communiquer leur nom et prénom auprès des collectivités locales, ils ne sont que **47%** à faire de même sur les réseaux sociaux. En revanche, ceux-ci recueillent facilement des informations relatives à la vie personnelle des internautes : **38%** des internautes publient des données personnelles sur les réseaux sociaux contre **11%** sur les sites de vente.

Les collectivités locales et l'Etat bénéficient également de la confiance des Français concernant la transmission des attributs d'identité. En effet, cette démarche est acceptée par **57%** des Français mais seulement entre administrations. Seuls **19%** des Français tolèrent cette démarche entre opérateurs privés.

### **Pour répondre à leur double attente de sécurité et de simplicité, les Français accueillent avec intérêt de nouveaux services de gestion de leurs identités en ligne**

Pour la majorité des Français, la facilité d'usage (**50%**) et le gain de temps économisé à éviter de remplir les formulaires (**48%**) sont les principaux avantages des outils de gestion d'identités en ligne. La simplicité est un levier à l'usage mais demeure confronté à de nombreuses craintes de la part des Français. Les risques d'usurpation d'identité (**54%**), de mauvais fonctionnement (**46%**), de manque de confidentialité (**48%**) sont les principaux freins à l'usage. Au delà des risques perçus, les internautes sont réticents face à la centralisation des informations : **32%** d'entre eux préfèrent garder plusieurs identités.

Le certificat électronique : Grâce à la confiance qu'accordent les Français au secteur public, le certificat électronique a été utilisé par plus du  $\frac{3}{4}$  des internautes. Ce nouvel outil est jugé rassurant par **80%** des internautes.

La carte d'identité électronique : Cet outil, dit e-Id Card nationale, suscite également un fort intérêt : elle paraît attractive pour **près de la moitié** des individus et très attractive pour **une personne sur six**. Bien que les Français affirment leur intérêt, seuls **20%** d'entre eux seraient tout à fait prêts à utiliser la CIE, et **37%** seraient potentiellement utilisateurs.

Les services de gestion en ligne : **Plus d'un tiers** des internautes se déclarent intéressés par un service de gestion des identités numériques, mais seulement **4%** se déclarent très intéressés.

### **Méthodologie**

Un sondage représentatif de la population nationale, en deux étapes :

- un sondage en ligne auprès des internautes : 700 interviewés
- un sondage par téléphone auprès des non-internautes : 300 interviewés

Date de l'enquête : octobre 2009

Cibles de l'enquête : 15 ans et +

Echantillons structurés selon la méthode des quotas : âge, sexe, région UDA, CSP, taille d'agglomération.

Typologie statistique réalisée à partir des scores d'une analyse factorielle de correspondances multiples.

#### **Composition du comité de pilotage du baromètre**

Vincent BONNEAU, responsable Services Internet et Technologies Emergentes-IDATE

Jean-Pierre BUTHION, responsable marketing, Groupement des Cartes Bancaires

Jean-Philippe CLEMENT, chargé de mission TICC et Innovation, Mairie de Paris

Xavier CROUAN, directeur de l'Information et de l'Innovation numérique, Ville de Rennes

François FOUILLET, directeur des systèmes d'information, communauté de communes de Parthenay

Maud FRANCA, adjointe chef de service "services et usages numériques"-Caisse des Dépôts

Ludovic FRANCESCONI, chef de marché Innovation, Groupement des Cartes Bancaires

Marie-Agnès GIROUD - ACSEL

Stéphane HUGUON, sociologue, Cabinet Eranos

Denise LEBEAU-MARIANNA, avocat à la cour, Baker & McKenzie

Hervé LEBEC, directeur Copilot Partners

Sophie LUBRANO, directrice d'études, IDATE

Olivier MAAS, Senior project manager, Atos

Fabien VENRIES, product Manager, Next Strategic Marketing-Orange Labs

**A propos de l'ACSEL :**

L'Association de l'Economie Numérique : Lieu d'échange et de propositions, l'ACSEL regroupe quelque 180 entreprises et organismes qui ont pour ambition de réfléchir à l'impact des technologies émergentes dans le développement de l'économie et les évolutions des usages et des comportements. Elle est présidée par Pierre Kosciusko-Morizet, PDG de PriceMinister.com

**A propos de la Caisse des Dépôts**

Conscient que la sécurisation des échanges électroniques est un facteur d'accélération du développement des services et des usages numériques, le Département du Développement Numérique des Territoires de la Caisse des Dépôts a fait de la confiance numérique un axe stratégique de son intervention. Acteur du développement des services et usages numériques et de la confiance numérique, il fédère les acteurs publics et privés pour rechercher des solutions collectives. La Caisse des Dépôts tiers de confiance historique de part son statut et ses missions peut aussi jouer un rôle structurant de tiers de confiance numérique. Investisseur public d'intérêt général, elle soutient également des filières industrielles dédiées à la confiance numérique, développer les e-services sécurisés et les infrastructures de confiance numérique.

**A propos de l'IDATE**

Un des premiers centres d'études et de conseil européen dans les secteurs Télécoms - Internet - Médias.

- Une activité de consulting :

Etudes de marché : analyses sectorielles, évaluations et prévisions de marché, tendances émergentes

Benchmark international : stratégies d'acteurs, étude de positionnement Politiques publiques : évaluation, assistance à la maîtrise d'ouvrage, étude technico-économiques

- Une activité « Forum »

Une conférence annuelle à Montpellier : les 18, 19 novembre à Montpellier sur le thème de l'Open innovation Des publications : Digiworld year book, Communication et Stratégie Un réseau d'échange et de débats

**Contact Presse - Agence ELAN**

Vincent Rocenovic 01 40 89 96 45, [vincent.rocenovic@agence-elan.com](mailto:vincent.rocenovic@agence-elan.com)