

# Baromètre Caisse des Dépôts/ACSEL

## La confiance des Français dans le numérique

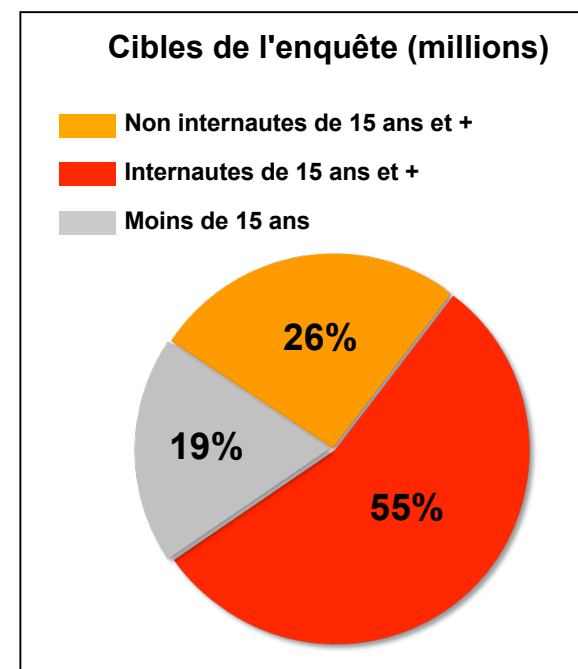
11 mars 2010

- Méthodologie
- Usages et pratiques sur Internet
- La confiance numérique
  - Craintes et leviers de la confiance en ligne
  - Sensibilité à la gestion des attributs d'identité en ligne
- Intérêt pour les outils numériques de gestion d'identité
  - Certificat électronique
  - Carte d'identité électronique
  - Nouveaux services de gestion des identités en ligne (internauts seulement)
  - Attrait pour les nouveaux supports d'authentification
- Typologie d'utilisateurs

## Composition du groupe de pilotage du baromètre

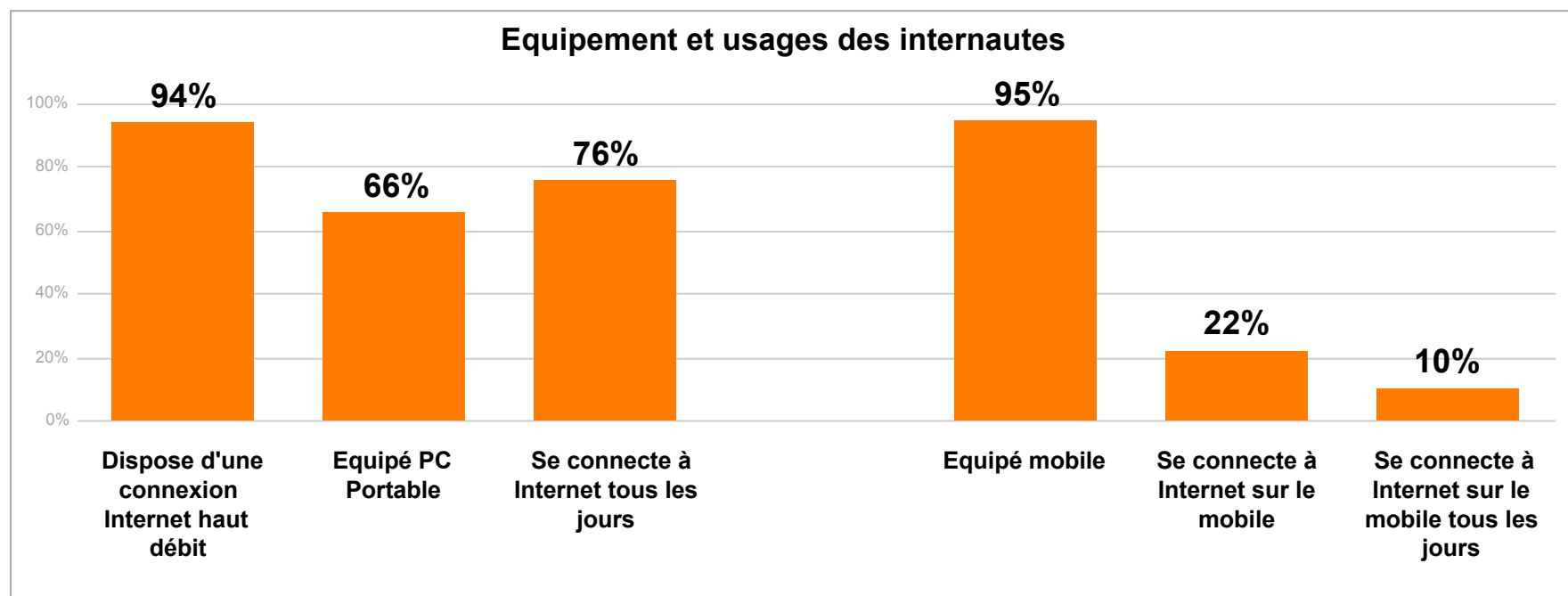
- Vincent BONNEAU, responsable Services Internet et Technologies Emergentes-IDATE
- Jean-Pierre BUTHION, responsable marketing, Groupement des Cartes Bancaires
- Jean-Philippe CLEMENT, chargé de mission TICC et Innovation, Mairie de Paris
- Xavier CROUAN, directeur de l'Information et de l'Innovation 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 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

- 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
- Cible de l'enquête : les plus de 15 ans
- Estimations des populations concernées
  - Population française métropolitaine : 62,1 millions (INSEE 2009)
  - Moins de 15 ans 11,7 millions (estimations)
  - 15 ans et + 50,4 millions (estimations)
    - Internautes  
(ont utilisé au moins une fois internet) 34.3 millions (68%)
    - Non internautes 16.1 millions (32%)
- Echantillons structurés selon la méthode des quotas
  - Age, sexe, région UDA, CSP, taille d'agglomération
- Typologie statistique réalisée à partir des scores d'une analyse factorielle de correspondances multiples



# Usages et pratiques sur Internet

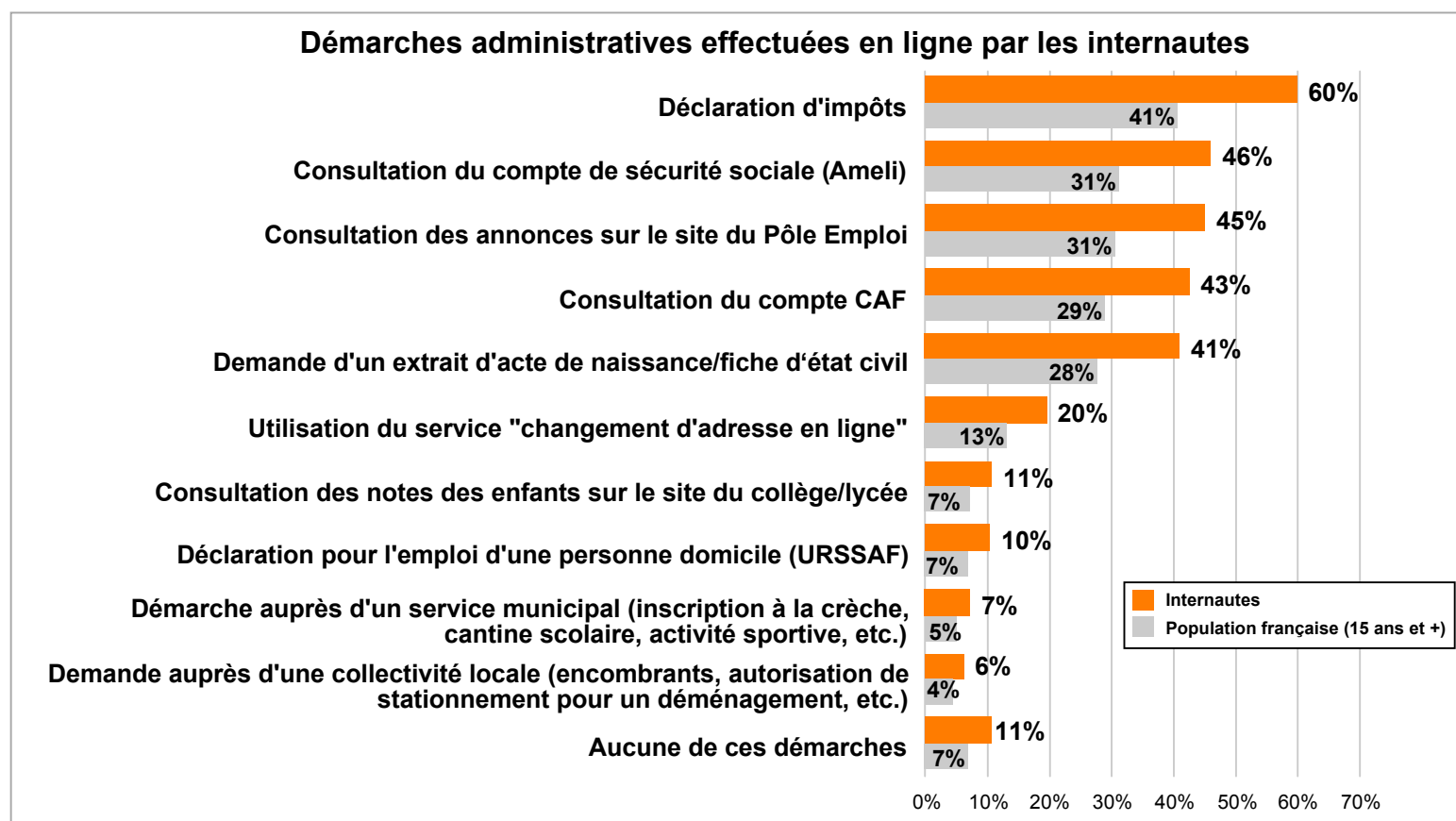
- Les internautes sont particulièrement bien équipés en matériel TIC :
  - La plupart d'entre eux possèdent un téléphone mobile et un accès haut débit à leur domicile,
  - Les 2/3 d'entre eux possèdent également un ordinateur portable.
- Une pratique d'Internet au quotidien : la majorité des internautes se connectent à Internet tous les jours ou presque.
- L'accès à Internet sur le mobile se développe significativement (22%)



Base : internautes, ensemble des échantillons, n=883

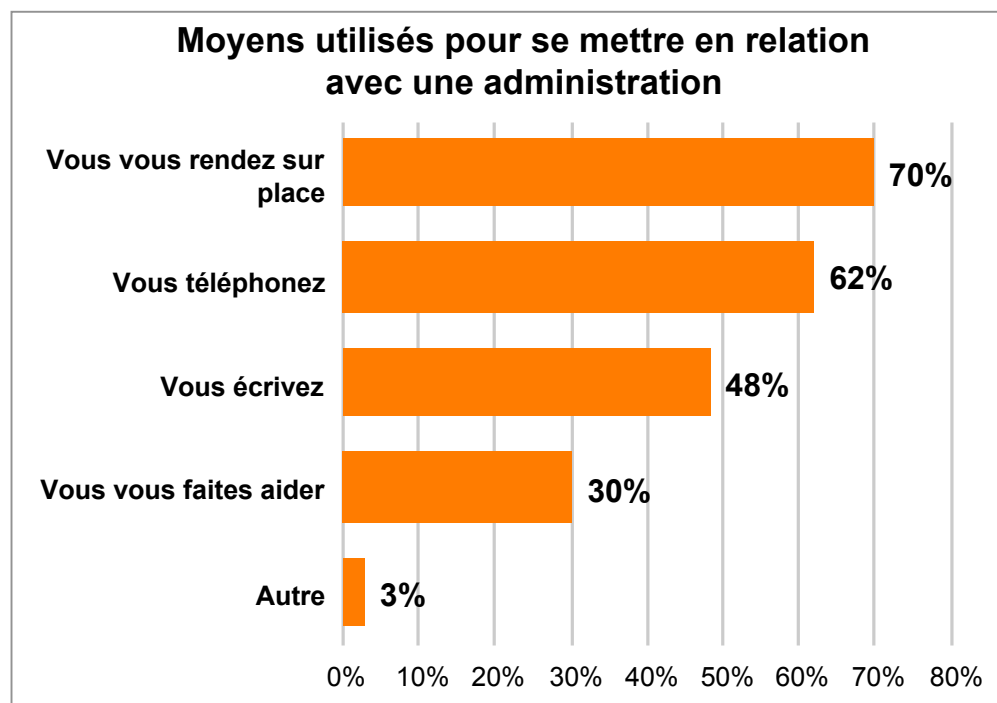
# Démarches administratives effectuées en ligne (internauts)

- L'e-administration fait partie des habitudes des internautes : 89% des internautes ont déjà réalisé une démarche en ligne (ce taux passe à 83% si l'on exclut la déclaration d'impôt en ligne)
- Les démarches administratives les plus courantes sont :
  - la déclaration d'impôts (60%)
  - puis la consultation des comptes de sécurité sociale et de la CAF (46% et 43%)
  - ainsi que la consultation des annonces sur le site du Pôle Emploi (45%)



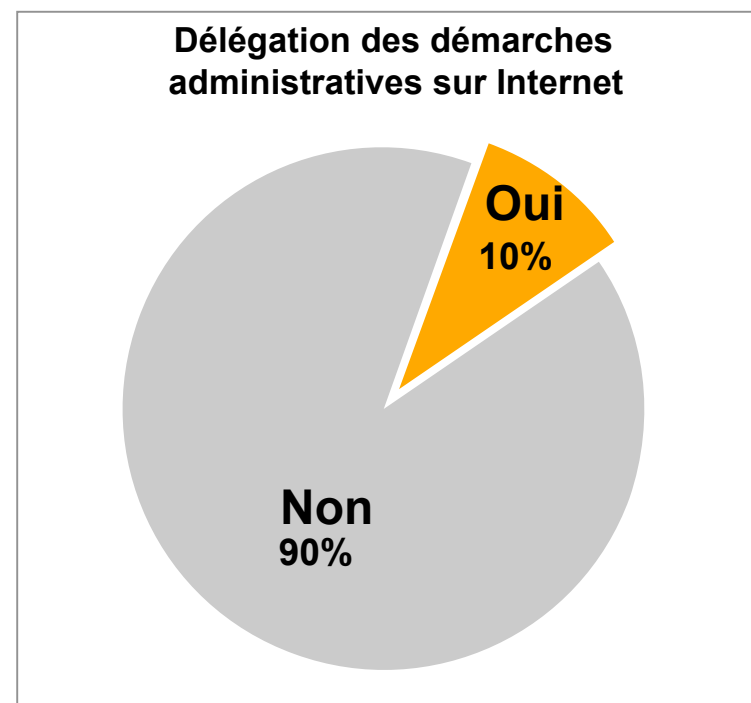
# Les démarches administratives pour les non-internautes

- Pour les non-internautes, le contact humain est encore privilégié dans les démarches administratives : 70% se rendent sur place.
- Une certaine réticence à déléguer ces démarches : seuls 10% des non-internautes ont déjà fait appel à une autre personne pour faire des démarches administratives sur Internet pour leur compte.



Base : non-internautes, ensemble de l'échantillon, n=301

*En général, pour vous mettre en relation avec une administration telle que la sécurité sociale, les impôts ou la CAF, est-ce-que...*

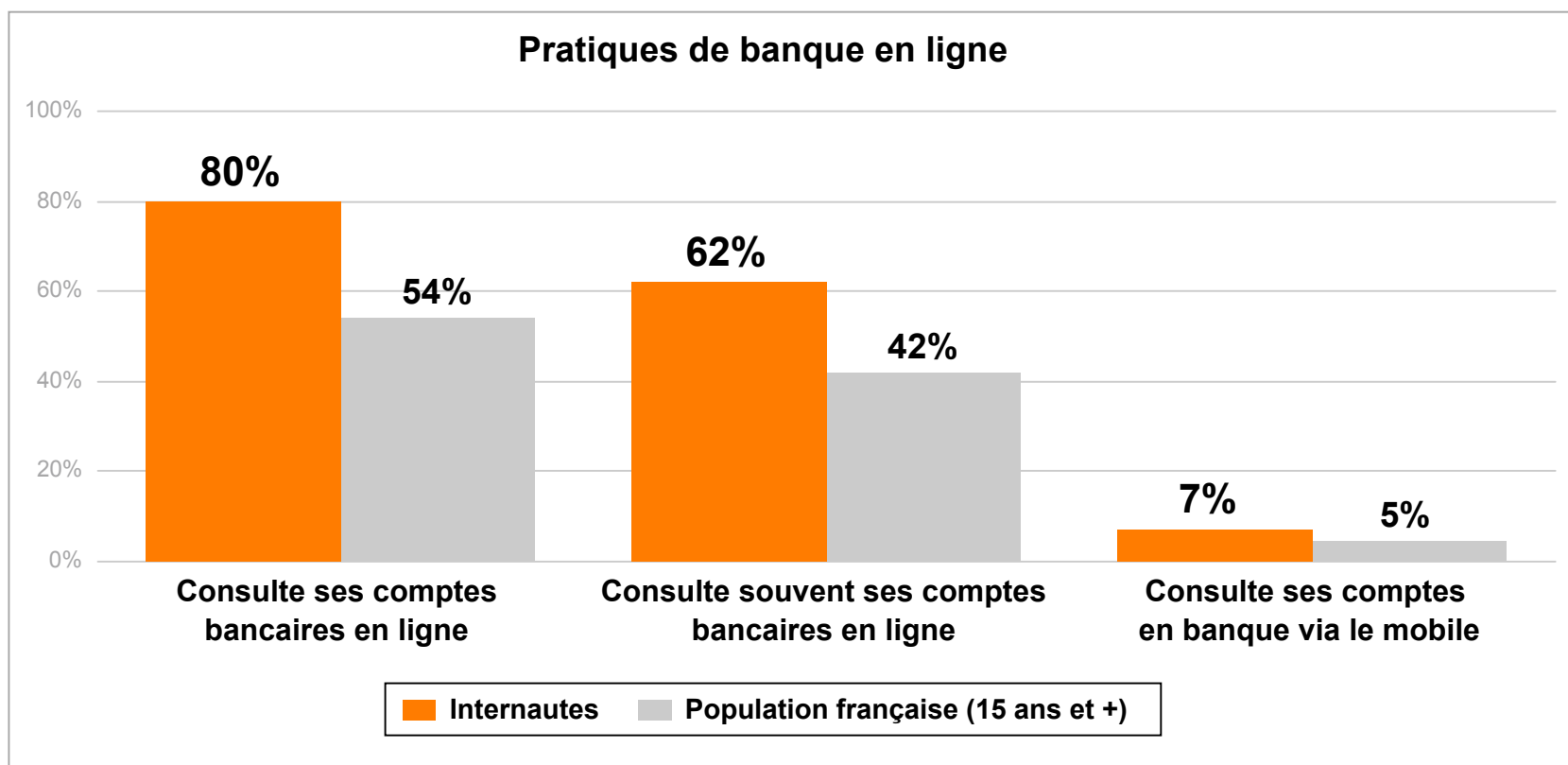


Base : non-internautes, ensemble de l'échantillon, n=301

*Avez-vous déjà demandé à une autre personne de faire des démarches administratives sur Internet pour votre compte ?*

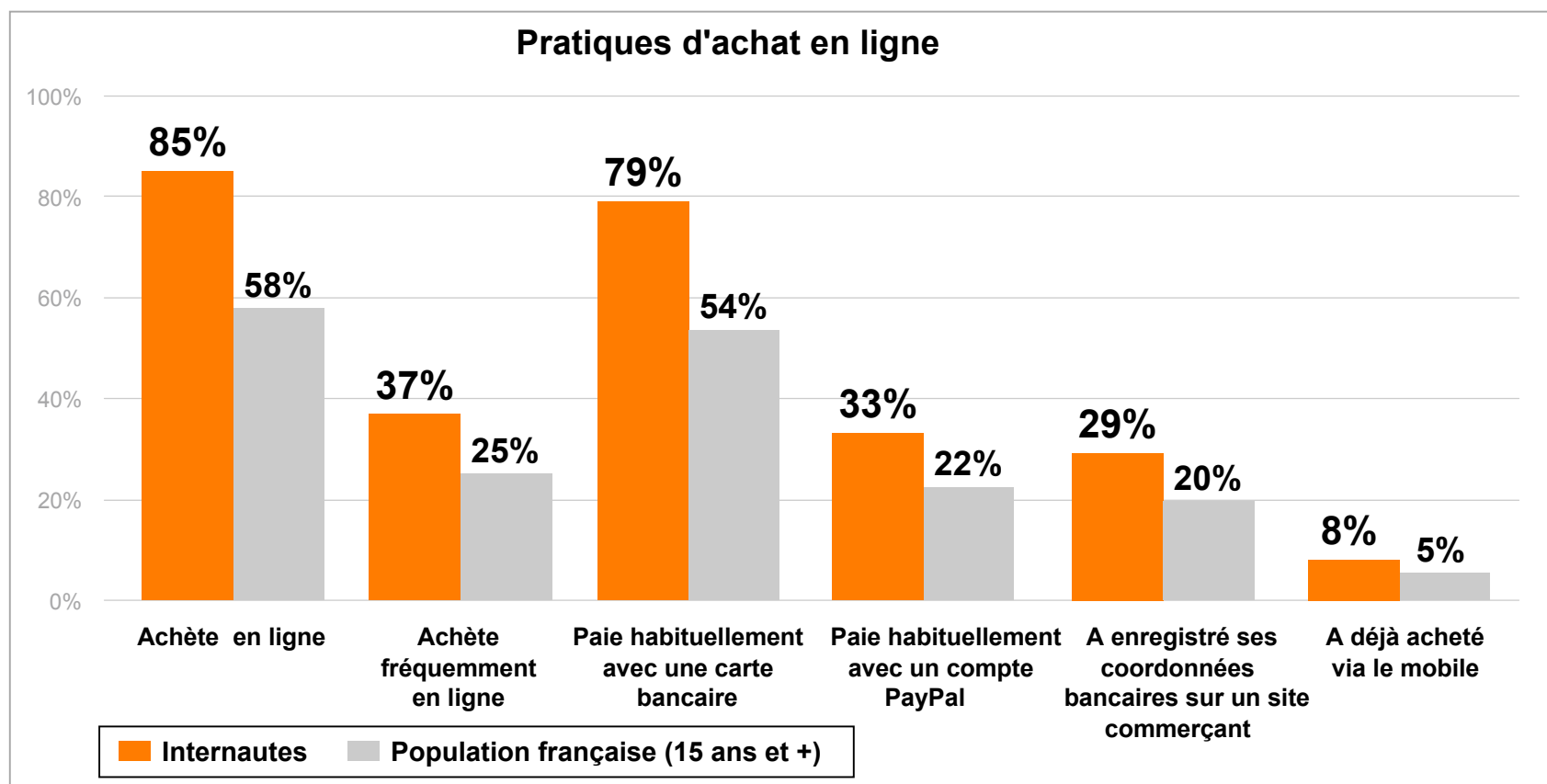


- L'usage de la banque en ligne est également entrée dans le quotidien des internautes : ils sont 80% à consulter leurs comptes sur Internet.
- Le mobile reste encore peu utilisé aujourd'hui : seuls 7% des internautes consultent leurs comptes depuis leur mobile.



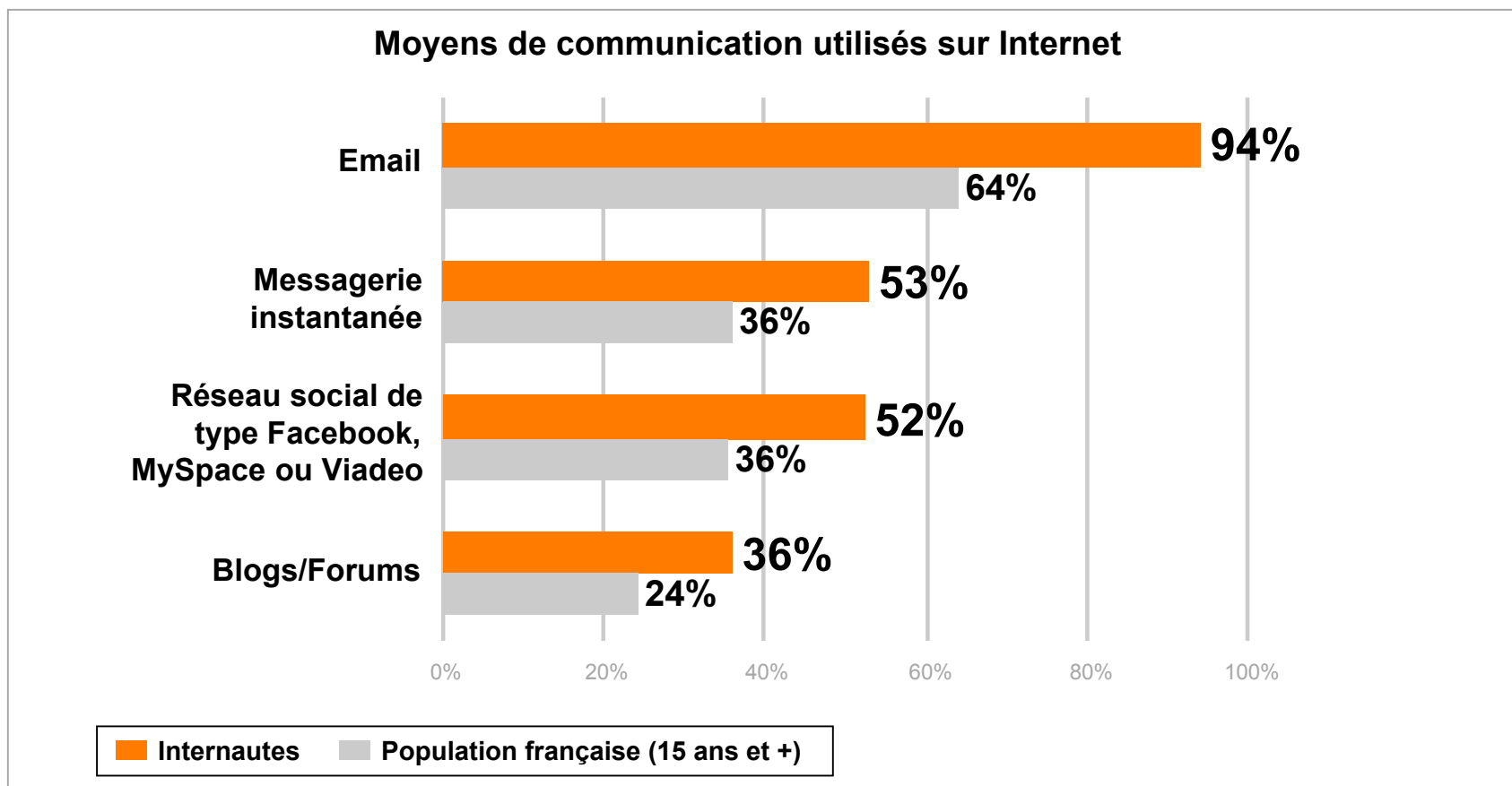
Base : internautes, ensemble des échantillons, n=883

- Les achats en ligne sont devenus une pratique usuelle.
- La carte bancaire demeure le moyen de paiement en ligne privilégié, cependant, les moyens alternatifs se développent : Paypal ou l'enregistrement des coordonnées bancaires sur un site commerçant.
- Le m-commerce (achat sur mobile) commence à émerger.



Base : internautes, ensemble des échantillons, n=883

- De multiples canaux de communication, avec de multiples identités pour communiquer : 2,4 adresses email par utilisateur pour la messagerie par exemple.



Base : internautes, ensemble des échantillons, n=883

# Des pratiques en ligne qui génèrent des identités numériques multiples

- En moyenne les internautes possèdent 12 comptes en ligne

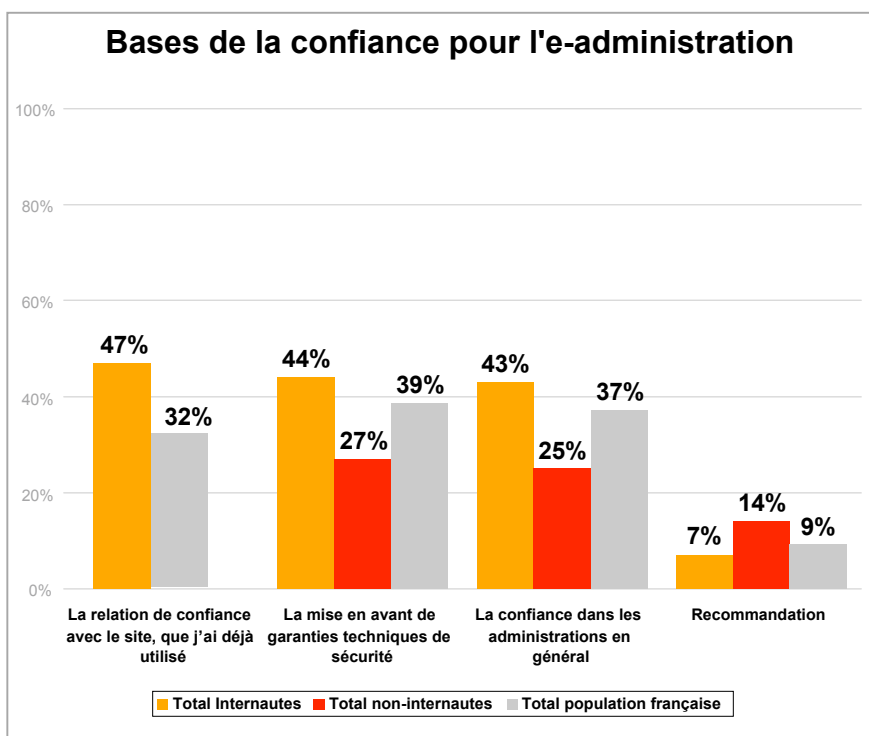
<b>Nombre de comptes en ligne pour un internaute "moyen"</b>	<b>Usage</b>	<b>Nombre de comptes pour un utilisateur</b>	<b>Nombre de comptes pour un internaute "moyen"</b>
Achat en ligne - Nombre de comptes	85%	4,8	4,0
Consultation comptes bancaires	80%	1,0	0,8
Nombres de démarches de e-administration dans les 12 derniers mois	89%	2,6	2,3
Email	94%	2,4	2,3
Messagerie instantanée	53%	1,6	0,8
Réseaux sociaux	52%	1,3	0,7
Nombre de pseudos utilisés sur les forums	36%	2,1	0,8
<b>Nombre total d'identités en ligne</b>			<b>12</b>

# La confiance numérique

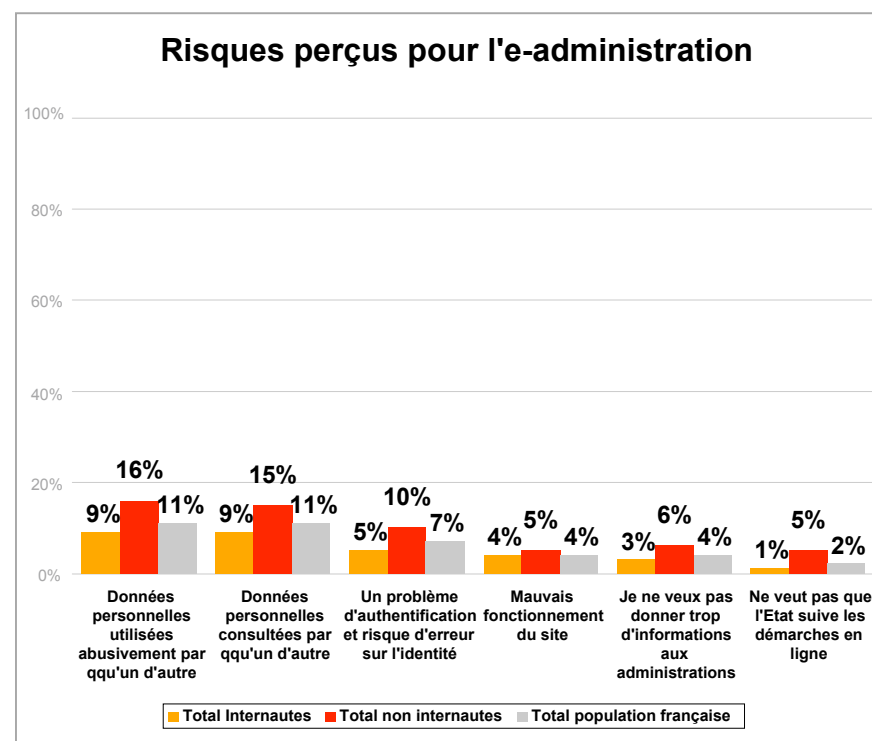
1. Craintes et leviers de la confiance en ligne
2. Sensibilité à la gestion des attributs d'identité en ligne

# Crainces et leviers de confiance dans l'e-administration

- Pour les internautes, le secteur public constitue un socle de confiance qui s'explique par la faiblesse des risques perçus.
- L'usurpation d'identité est le premier risque perçu, tant par les internautes que les non-internautes, même s'il reste faible du fait de la confiance assurée aux acteurs publics (16% pour non internautes).



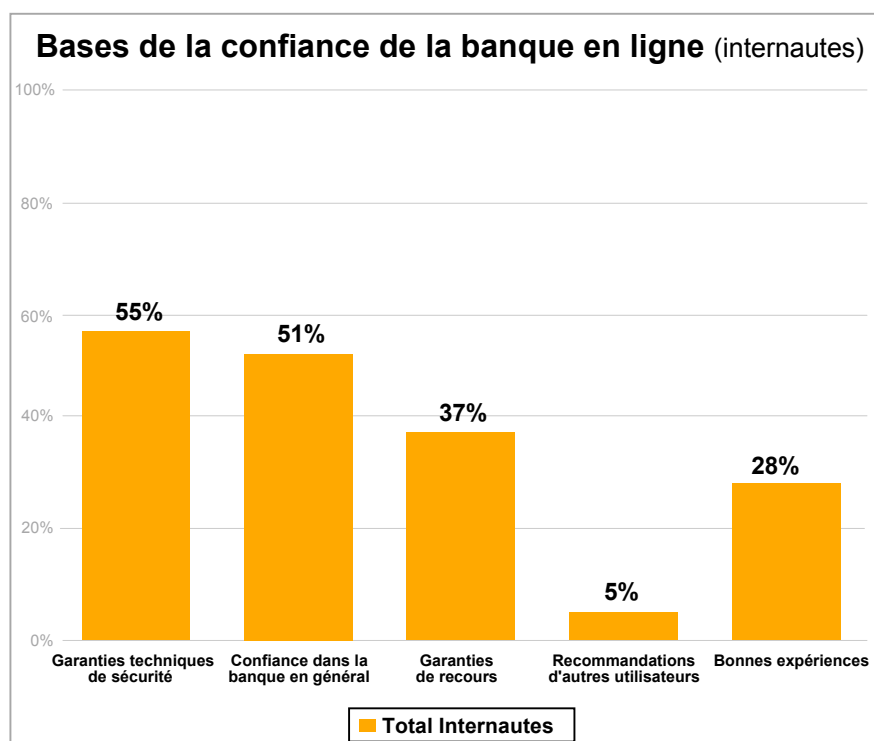
*Par quoi vous sentez-vous rassuré dans vos relations avec les administrations ?*



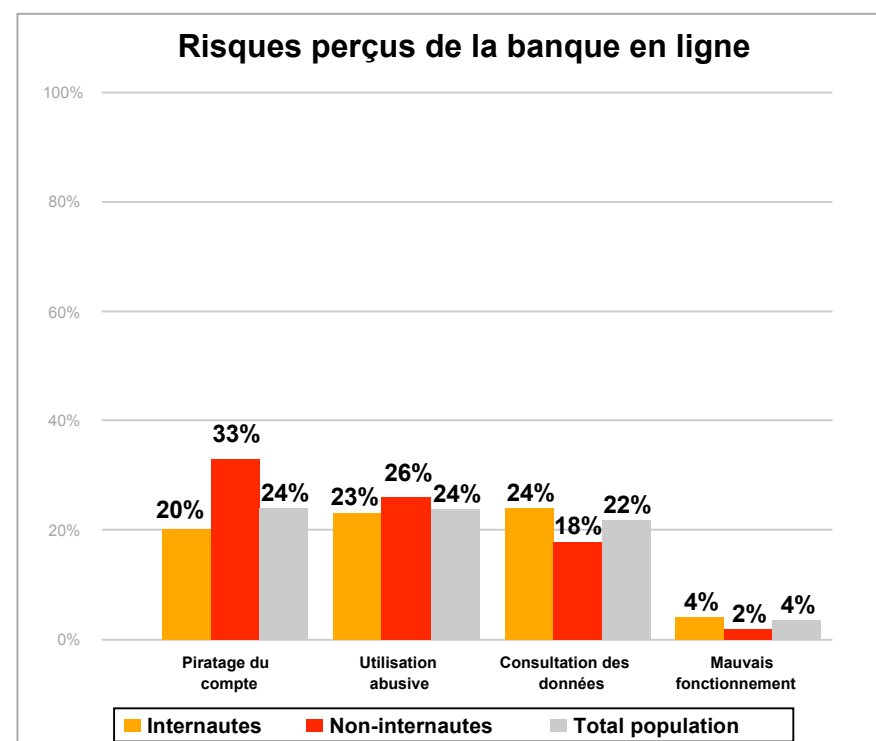
*Quels sont les risques d'utiliser Internet pour vos relations avec les administrations ?*

# Craintes et leviers de confiance de la banque en ligne

- Parallèlement, la confiance dans la banque semble être garante de sécurisation pour les services en ligne, ainsi que les garanties techniques de sécurité.
- Le piratage ou l'utilisation abusive du compte bancaire sont les principales craintes liées à la banque en ligne, que l'on soit ou non internaute (33% pour les non internautes).



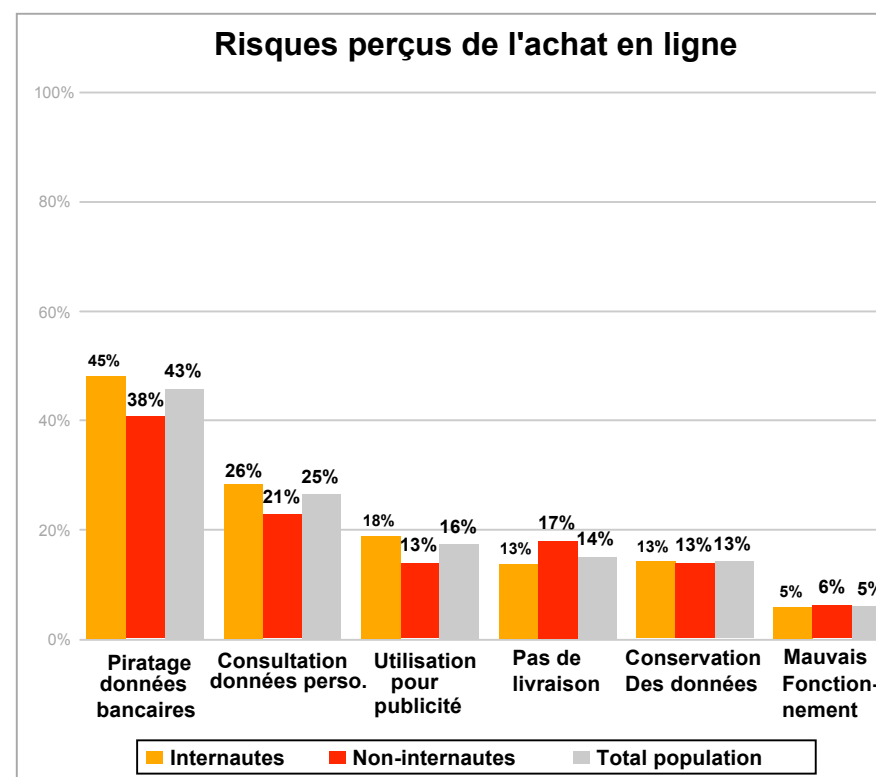
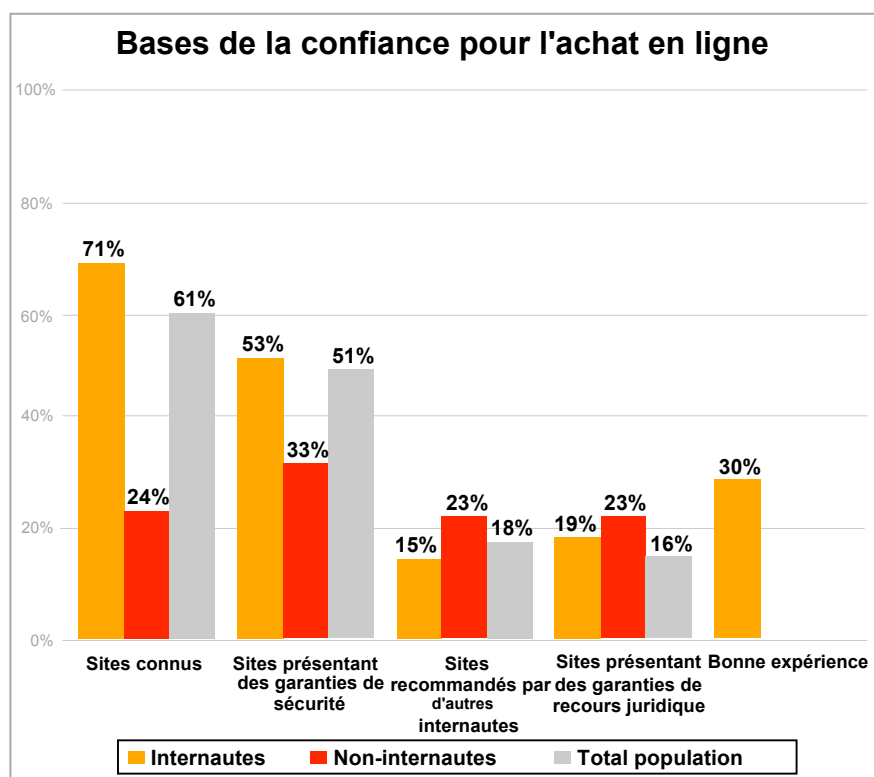
*Sur quoi est basée votre confiance dans vos relations avec les banques sur Internet ? Qu'est-ce qui pourrait vous donner confiance dans un service de banque en ligne ?*



*Quels sont les risques de consulter ses comptes via Internet ?*

# Craintes et leviers de confiance du e-commerce

- Les internautes sont rassurés par la réputation des sites, les garanties de sécurité et leur bonne expérience. La recommandation joue faiblement. Les garanties techniques de sécurité sont également un élément important pour les non-internautes.
- Les risques liés à l'identité sont particulièrement sensibles dans ce secteur, notamment le piratage des données bancaires, avec des perceptions similaires entre les internautes et les non-internautes.

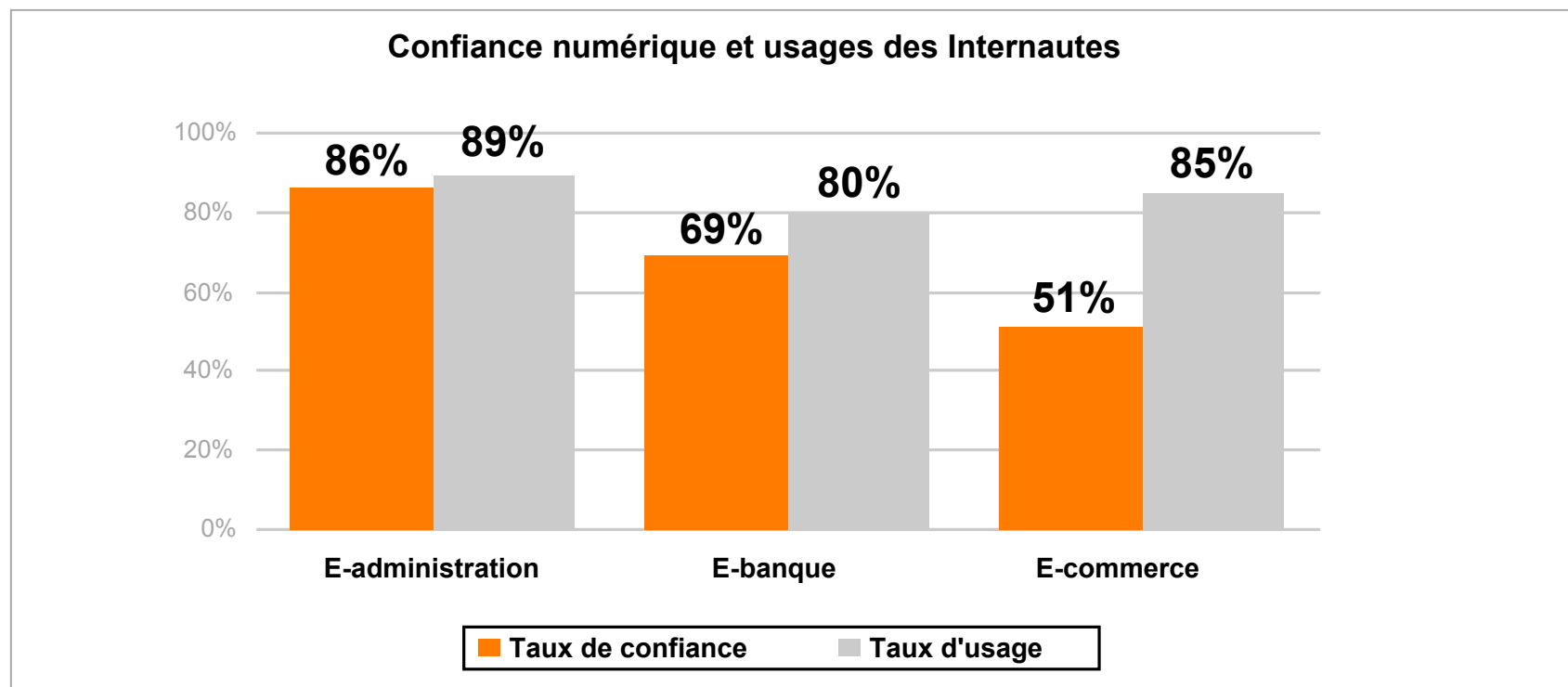


*Quels sont les risques d'acheter sur Internet ?*



# Confiance numérique et usages des internautes

- Au final, la valeur d'usage est jugée plus forte que les risques encourus.
- Avec plus de 80% d'usage pour les trois services : l'appétence pour les services prime sur les freins.



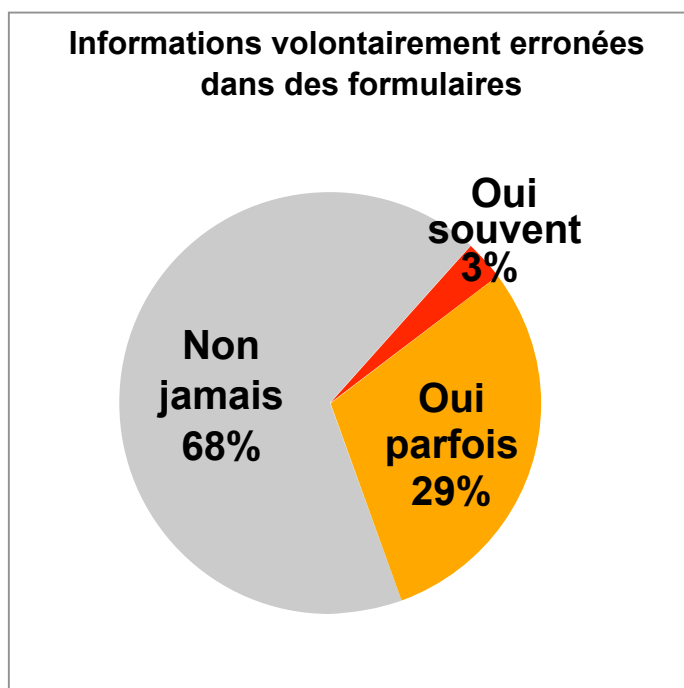
*Pensez-vous qu'il est risqué d'utiliser Internet pour consulter vos comptes bancaires ?  
 Pour acheter sur Internet ? Pour se mettre en relation avec les administrations ?  
 (% « non pas du tout » ou « plutôt non » = taux de confiance)*

# La confiance numérique

1. Craintes et leviers de la confiance en ligne
2. Sensibilité à la gestion des attributs d'identité en ligne

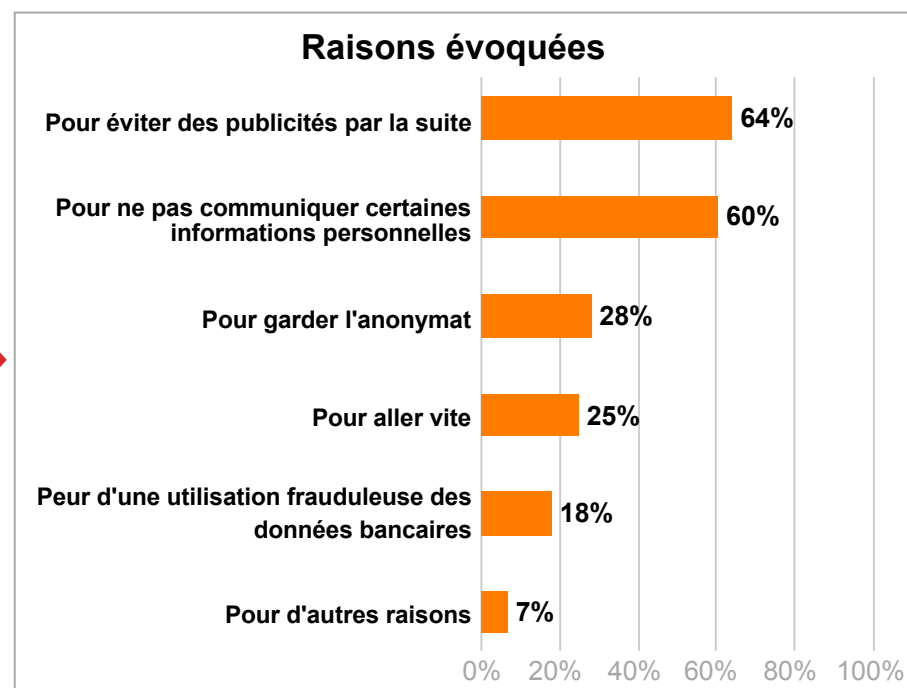
# Des internautes qui cherchent à se protéger

- Plus d'1/3 des internautes fournissent des informations volontairement erronées lorsqu'ils remplissent des formulaires en ligne
- La volonté d'éviter la publicité et de préserver l'anonymat sont les principales raisons invoquées.



Base : internautes, ensemble de l'échantillon, n=883

*D'une manière générale sur Internet, vous arrive-t-il de fournir des informations volontairement erronées lorsque vous remplissez des formulaires ?*

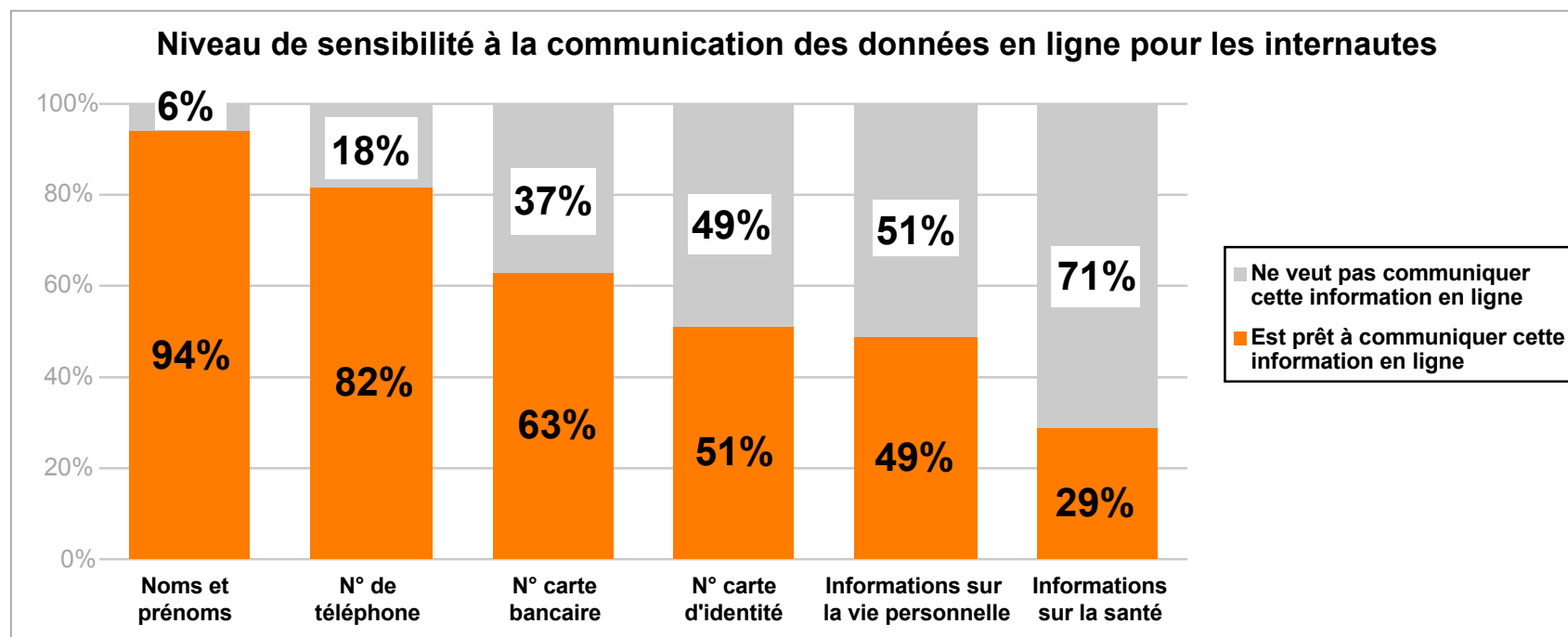


Base : internautes ayant déjà fourni des informations volontairement erronées dans des formulaires, n=280

*Pourquoi ?*

# Degré d'acceptation de la transmission de données personnelles en ligne (internaute)

- La sensibilité à la communication des données est très variable selon le type le niveau d'intimité des données :
  - Les noms, prénoms, numéros de téléphone sont communiqués facilement,
  - Les données bancaires ne sont pas jugées très 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,
  - Les internautes sont majoritairement réticents à communiquer en ligne des données relatives à leur santé.

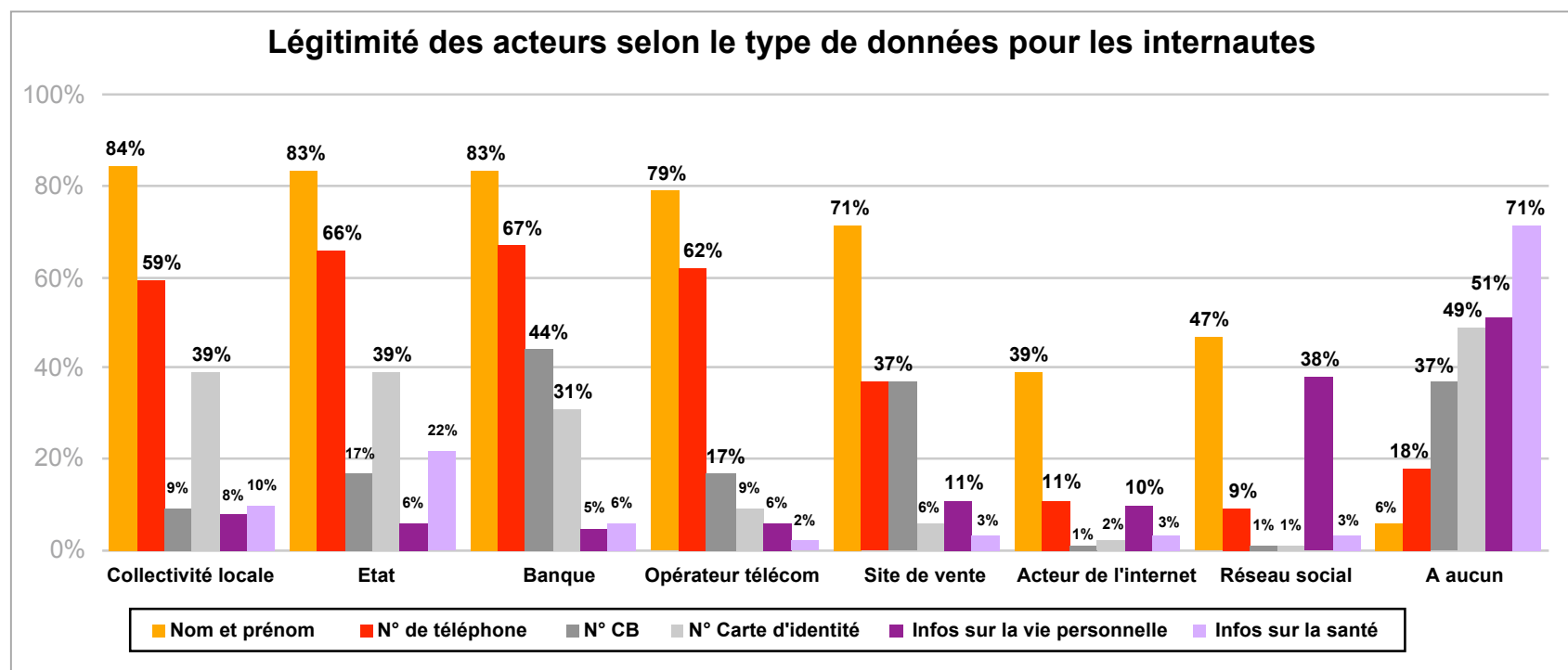


Base : internautes, ensemble de l'échantillon, n=883

*Parmi les informations personnelles, à qui seriez-vous prêt à fournir des informations personnelles en ligne ?*

# Perception de la légitimité des différents acteurs selon le type de données communiquées en ligne (internauts)

- Les collectivités locales et l'Etat sont les acteurs jugés les plus crédibles, notamment en ce qui concerne les données relatives à l'état civil et la santé.
- La banque inspire naturellement confiance pour les informations bancaires.
- Enfin, les internautes accordent moins de confiance aux acteurs de l'internet et aux réseaux sociaux, bien qu'ils confient facilement à ces derniers des informations relatives à leur vie personnelle.

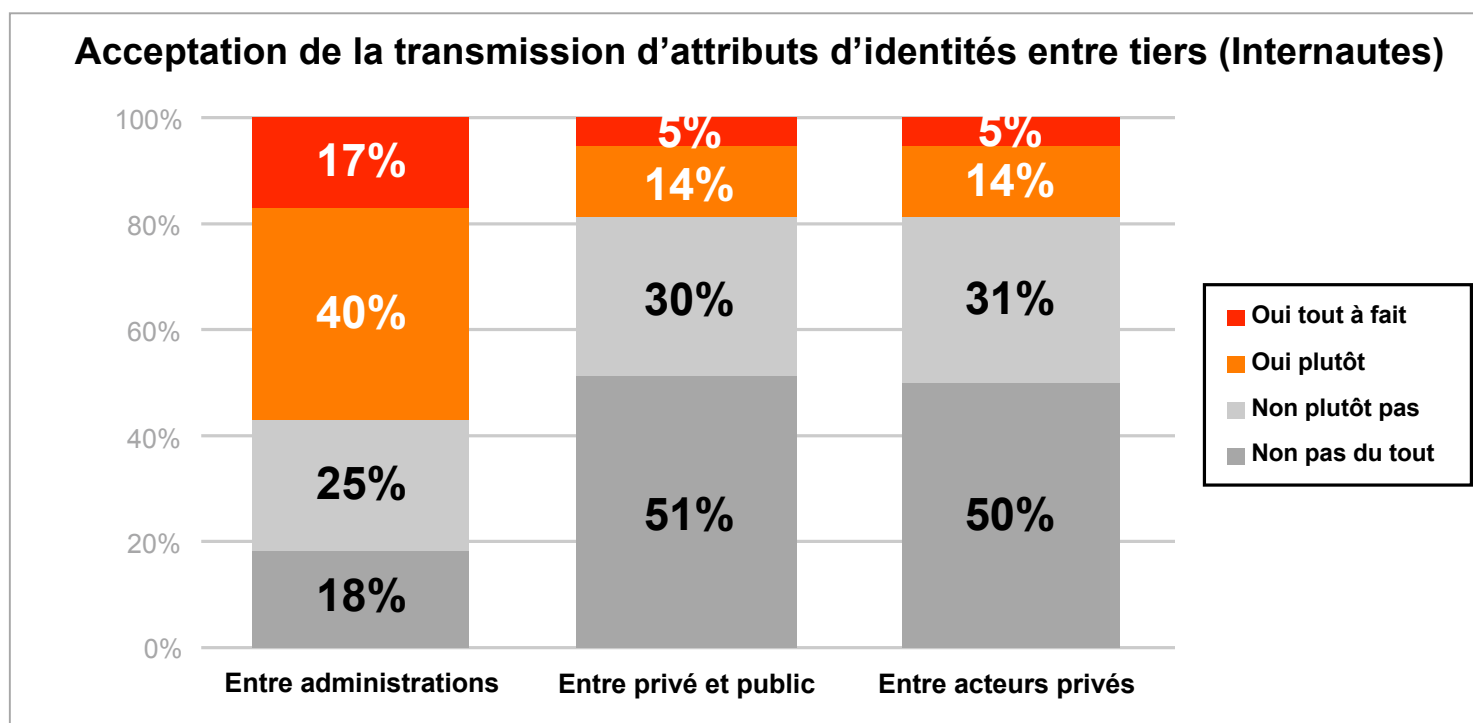


Base : internautes, ensemble de l'échantillon, n=883

*Parmi les informations personnelles, à qui seriez-vous prêt à fournir des informations personnelles en ligne ?*

# Acceptation de la transmission d'attributs d'identités entre tiers (internauts)

- Les internautes font avant tout confiance à l'Etat puis aux opérateurs privés en matière de transmission d'attributs d'identités :
  - La transmission d'attributs d'identités entre administrations est acceptée par 57% des internautes
  - En revanche la majorité des internautes rejettent cette possibilité avec des opérateurs privés



Base : internautes, ensemble de l'échantillon, n=883

*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, ou des sites de vente en ligne s'échangent des données en ligne vous concernant, avec votre accord afin de simplifier vos démarches et éviter de ressaisir vos informations à chaque fois ?*

*Enfin, seriez-vous d'accord pour que des fournisseurs de service (opérateurs, sites de vente en ligne ...) communiquent vos données en ligne à des administrations, avec votre accord afin de simplifier vos démarches et éviter de ressaisir vos informations à chaque fois ?*

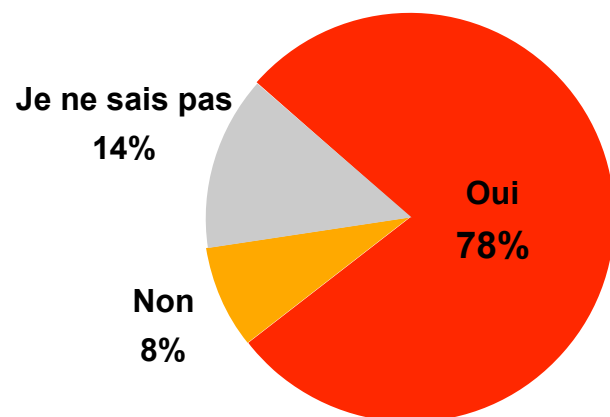
# Intérêt pour les outils numériques de gestion d'identité

1. Certificat électronique
2. Carte d'identité électronique
3. Services de gestion des identités en ligne (internauts seulement)
4. Acceptation des nouveaux supports d'authentification

# Le certificat électronique est jugé rassurant par ses utilisateurs

- Plus de 3/4 des internautes ayant fait leur déclaration d'impôts en ligne ont utilisé un certificat électronique lors de leur déclaration.
- L'utilisation de ce certificat électronique a rassuré la majorité de ces internautes (80%).

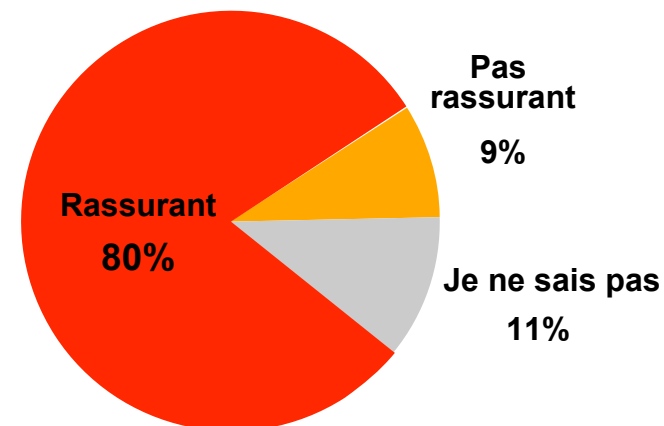
## Utilisation d'un certificat électronique lors de la déclaration d'impôts en ligne



Base : individus ayant déjà effectué leur déclaration d'impôts en ligne, n=529, 60% des internautes

*Lorsque vous avez fait votre déclaration d'impôts en ligne, avez-vous utilisé un certificat électronique ?*

## Perception du certificat électronique



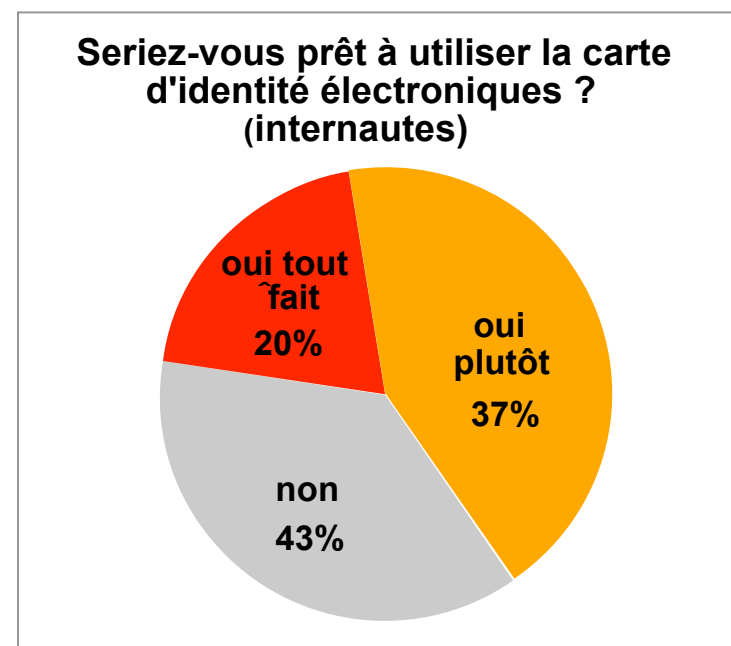
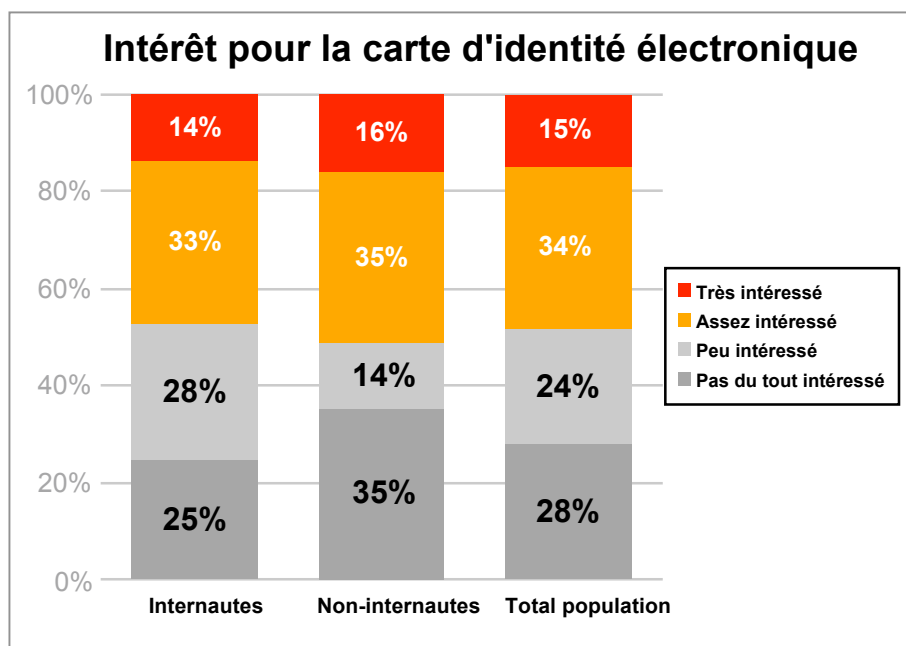
Base : individus ayant déjà effectué leur déclaration d'impôts en ligne et ayant utilisé un certificat électronique, n=413, soit 47% des internautes



# Intérêt pour les outils numériques de gestion d'identité

1. Certificat électronique
2. Carte d'identité électronique
3. Services de gestion des identités en ligne (internauts seulement)
4. Acceptation des nouveaux supports d'authentification

- La carte d'identité paraît attractive pour près de la moitié des individus (internauts ou non-internauts), et très attractive pour une personne sur six.
- Au final, 20% des internauts seraient tout à fait prêt à utiliser la CIE, et 37 % seraient potentiellement utilisateurs. Ce score est plutôt amélioré par rapport à l'intérêt (14% de « très intéressés » et 33% « intéressés »), ce qui traduit la valeur ajoutée d'une démarche pédagogique.

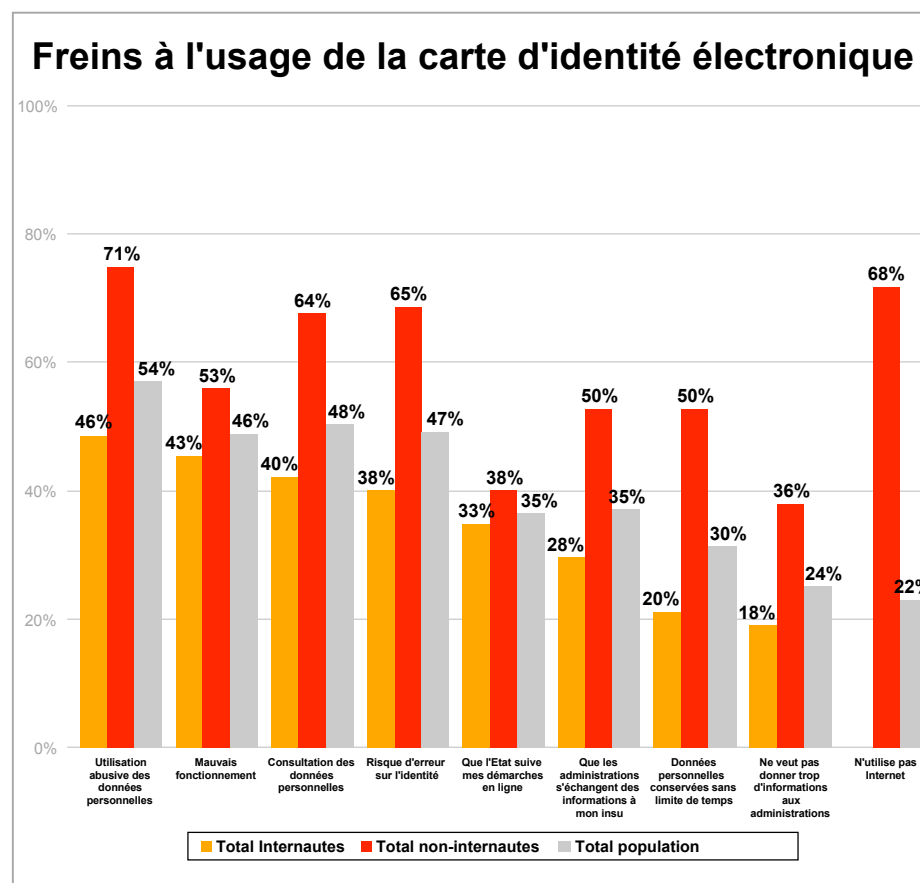
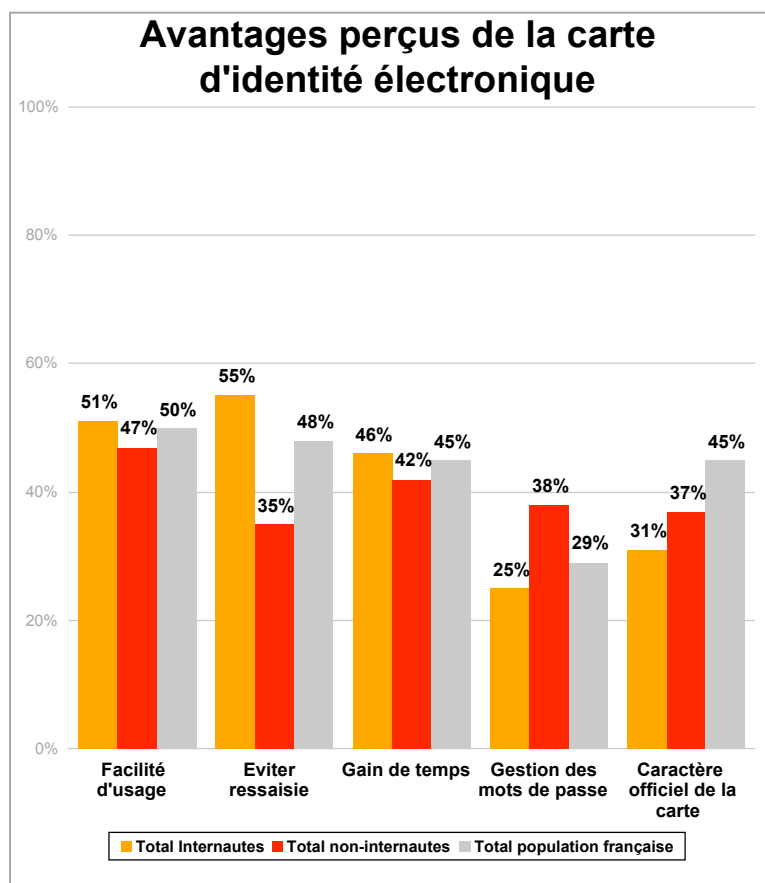


## Présentation du concept de carte d'identité électronique

La carte d'identité électronique vous permettra de faire tout ce que vous pouviez faire avec la version actuelle de votre carte d'identité : prouver votre identité, voyager en France et en Europe. De plus, grâce à l'ajout d'une puce électronique (comme sur les cartes bancaires), la carte d'identité électronique permettra d'accéder à des services en ligne. En l'insérant dans un lecteur connecté à votre ordinateur, vous pourrez prouver votre identité par Internet en toute sécurité, apposer une signature électronique (grâce au certificat qu'elle contient) et ainsi signer en ligne des documents, compléter des documents et formulaires officiels de manière sécurisée, de faire des démarches administratives à distance. Elle peut également servir à remplir automatiquement vos informations personnelles lors d'achats sur Internet, ou de pièce d'identité lors de la réservation de voyages ou d'hôtels, location de véhicule, etc, sans avoir à ressaisir des données vous concernant.

# Freins et leviers à l'usage de la carte d'identité électronique

- La facilité d'usage et le gain de temps potentiels sont les principaux avantages perçus, y compris parmi les internautes non-intéressés.
- Les freins à l'usage sont multiples, les plus forts étant liés aux risques d'usurpation d'identité, au risque de mauvais fonctionnement, au manque de confidentialité, et également au fait de ne pas utiliser Internet (non-internautes).



# Intérêt pour les outils numériques de gestion d'identité

1. Certificat électronique
2. Carte d'identité électronique
3. Services de gestion des identités en ligne (internauts seulement)
4. Acceptation des nouveaux supports d'authentification

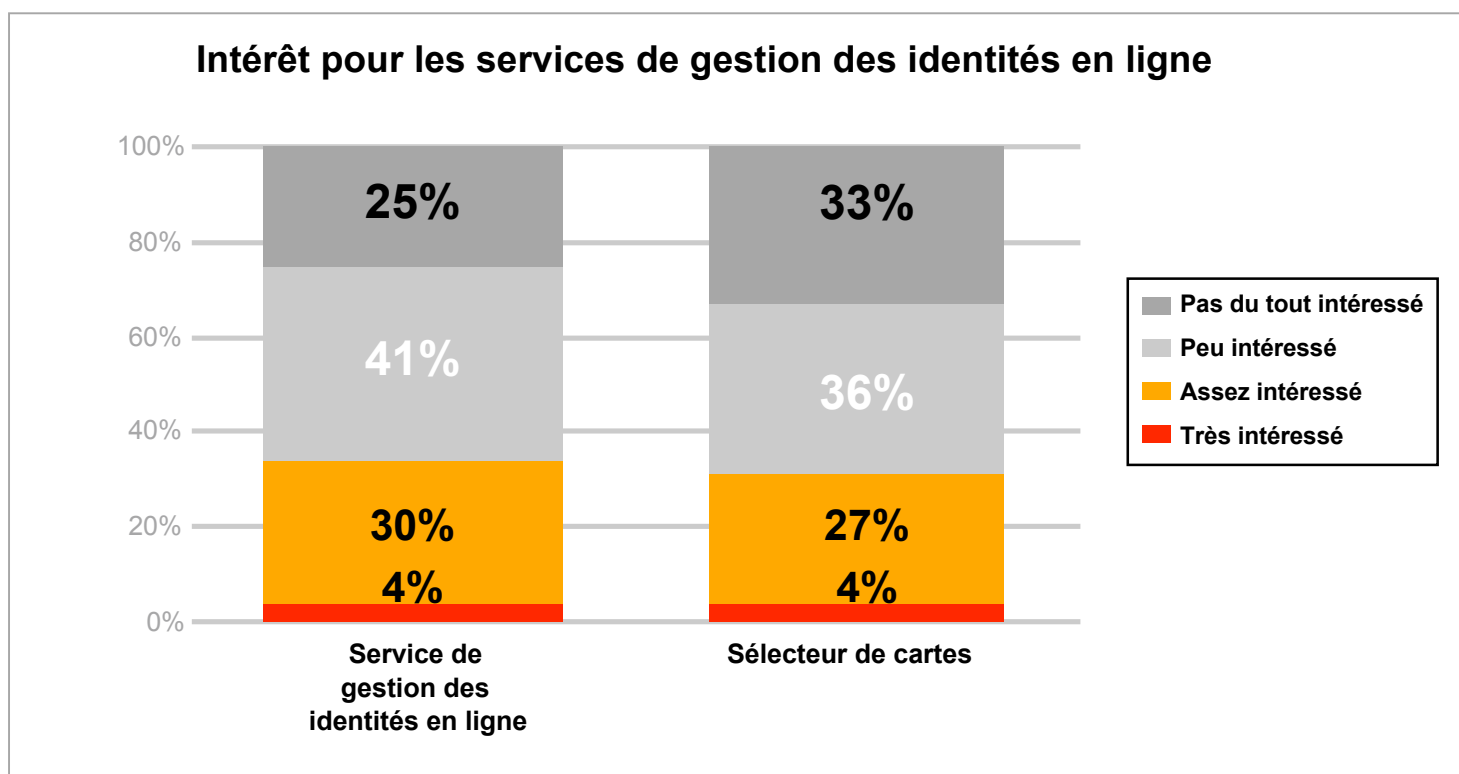
# Intérêt des internautes pour les services de gestion en ligne

## Les concepts testés

- Service 1 : Le service de gestion des identités en ligne
  - Il existe des services sur Internet qui permettent de centraliser sur un seul site toutes vos données personnelles : identifiants, mots de passe, nom, adresse physique, adresse email, adresse de messagerie instantanée, adresse du réseau social ....etc. Ces données sont protégées.
  - Avec un seul identifiant et mot de passe propres à ce service, vous pouvez alors utiliser ces données personnelles sur Internet, par exemple pour :
    - vous identifier sur un site habituel sans avoir à ressaisir un mot de passe,
    - créer un compte sur un nouveau site sans avoir à ressaisir votre nom, votre adresse .... ,
    - prouver votre identité, par exemple dans vos relations avec l'administration.
- Service 2 : Le service de sélecteur de cartes
  - C'est un service un peu plus évolué que le précédent, qui vous permet de créer et de gérer des cartes en ligne, comme par exemple :
    - vos titres d'identité officiels (carte d'identité, permis de conduire),
    - des cartes de paiement, des cartes bancaires,
    - des cartes d'abonnement, de fidélité, ou de membres de club (bibliothèque, club de sport).
  - Vous pouvez utiliser ces cartes en ligne sur Internet selon vos besoins. Cela évite de ressaisir des informations, ou de donner trop de renseignements personnels sur différents sites. Les données personnelles que vous renseignez sont sécurisées. Ce service permet également de prouver en ligne votre identité.

# Intérêt des internautes pour les services de gestion des identités en ligne

- Plus d'un tiers des internautes (34%) se déclarent intéressés par un service de gestion des identités en ligne, mais seulement 4% se déclarent très intéressés.
- Un service de sélecteur de cartes en ligne recueille un intérêt similaire, légèrement plus faible : 27% d'internautes intéressés, 4% très intéressés.

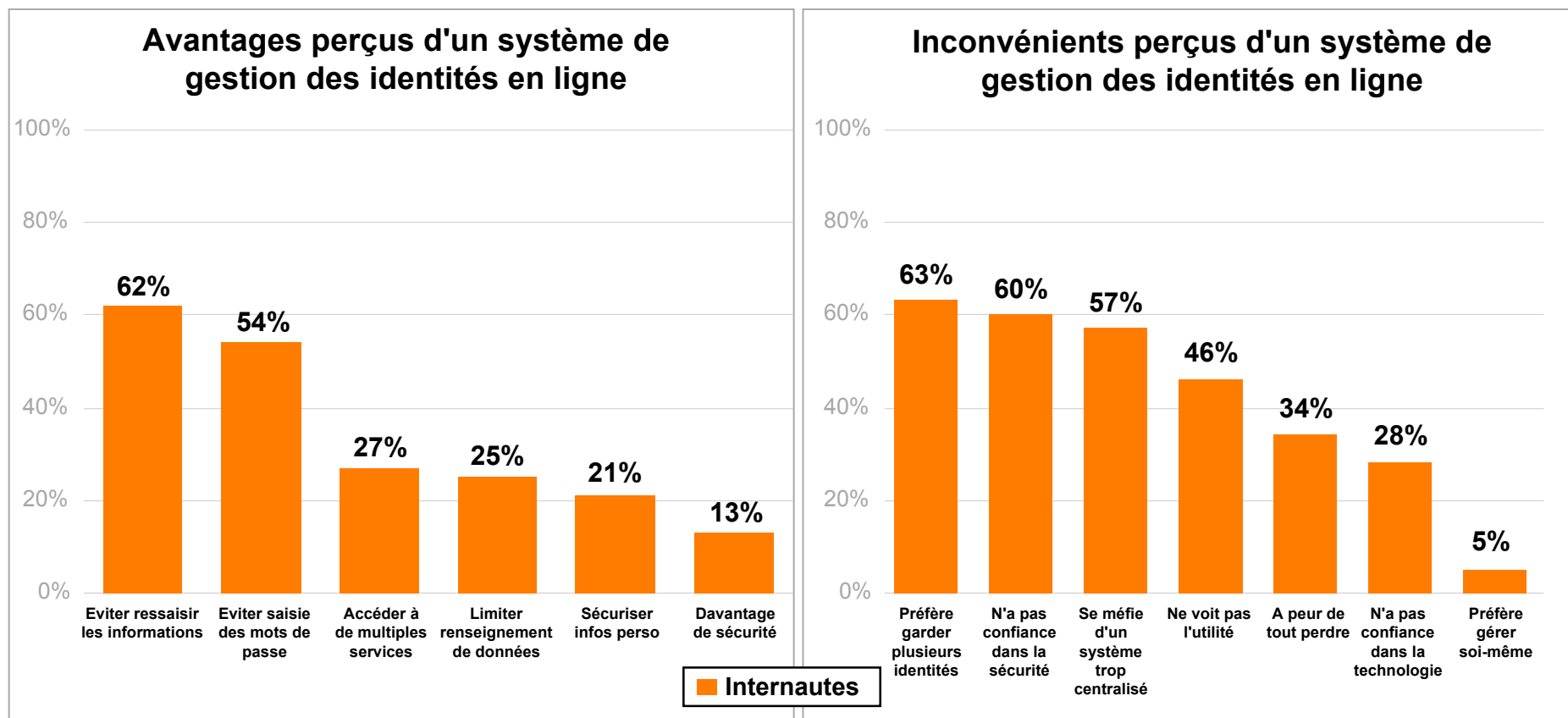


Base : internautes, ensemble de l'échantillon, n=883

*Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) par ce service de carte d'identité électronique ?*

# Freins et leviers à l'usage des services de gestion des identités en ligne

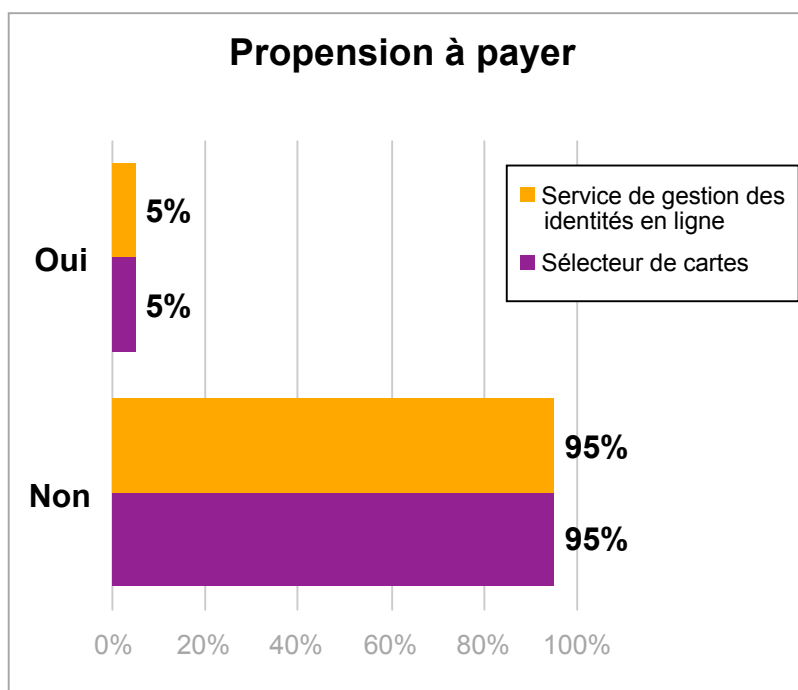
- La simplicité d'emploi, et notamment le fait d'éviter de ressaisir les informations sont les principaux avantages perçus par les internautes.
- La centralisation des identités constitue un frein important, associé au manque de sécurité perçue.



Pour quelles raisons n'êtes vous pas intéressé ?  
Quels sont pour vous les avantages de ce service ?

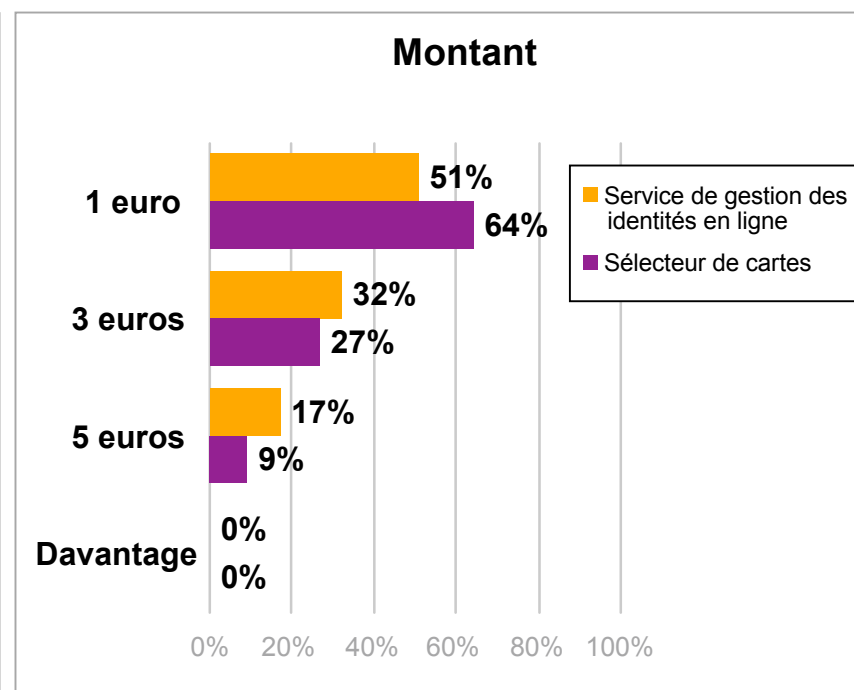
# Les Français ne sont pas prêts à payer pour ces services d'authentification

- La gratuité semble aller de soit pour ce type de service, et seuls 5% des internautes seraient prêts à payer pour ce type de service.
- Même quand ils sont prêts à payer, le montant reste très faible, de l'ordre de 1 ou 2 euros.



Base : internautes, ensemble de l'échantillon, n=883

**Au final, seriez-vous prêt à payer pour utiliser ce service ?**



Base : internautes prêts à payer pour le service de gestion d'identités ou de cartes, n=44/n=46

**Combien seriez-vous prêt à payer pour utiliser ce service ?**

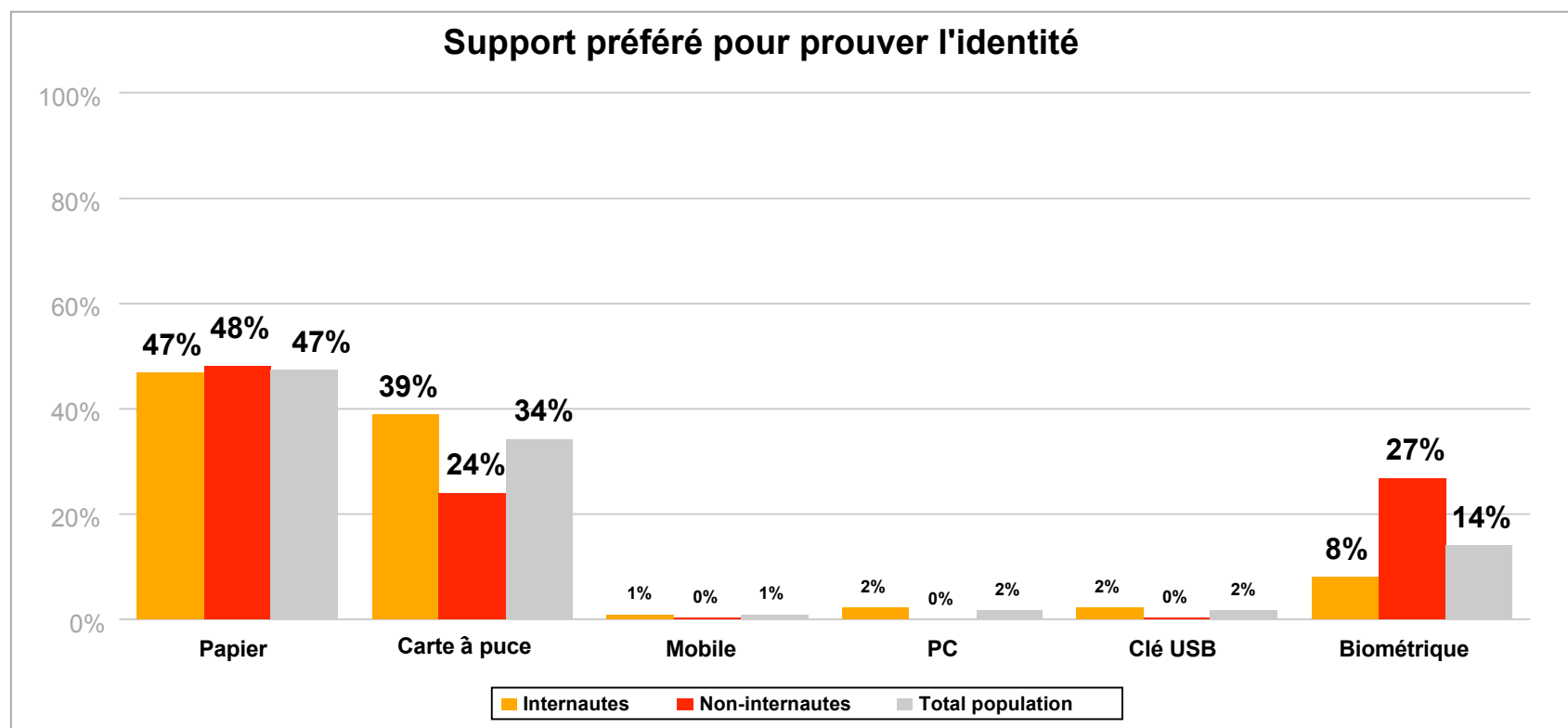


# Intérêt pour les outils numériques de gestion d'identité

1. Certificat électronique
2. Carte d'identité électronique
3. Services de gestion des identités en ligne (internauts seulement)
4. Acceptation des nouveaux supports d'authentification

# Attrait pour les nouveaux supports d'authentification

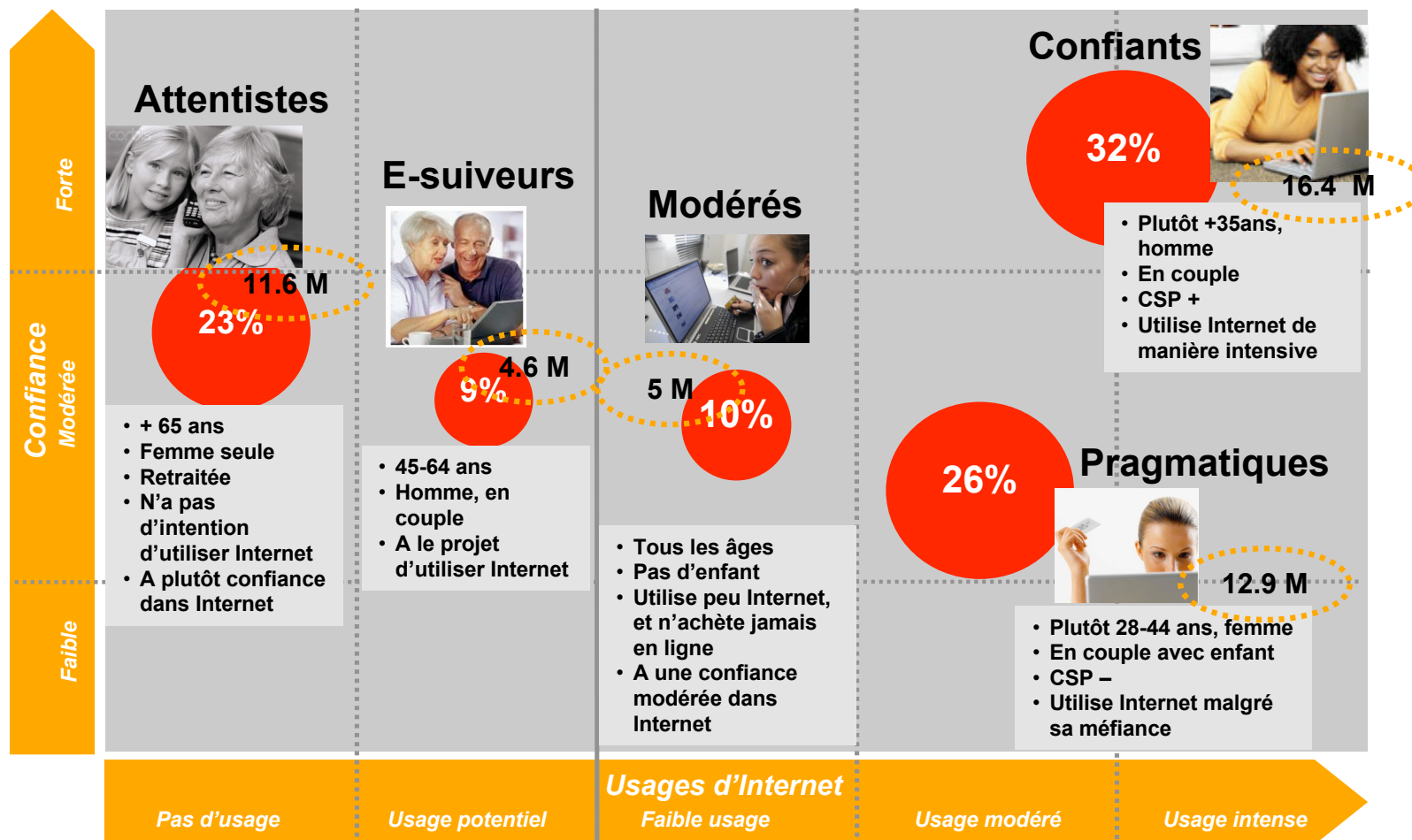
- Les supports traditionnels tels que le papier ou la carte à puce gardent leur crédibilité.
- Un début d'intérêt pour l'authentification par la biométrie, notamment pour les non-internautes qui la jugent sans doute plus rassurante.
- Les supports tels que le mobile, l'ordinateur ou la clé USB ne sont pas encore perçus comme des supports d'identité, tant par les internautes que les non-internautes.



*En ce qui concerne votre état civil, quel support préférez-vous pour prouver votre identité ?*

# Typologie d'utilisateurs

- Des segments de populations avec des pratiques, des attentes et des niveaux de confiance variés.



Typologie statistique réalisée à partir d'une  
analyse factorielle des correspondances

Nombre d'individus  
(millions)