



10 ans de Confiance numérique des Français :

Le paradoxe français s'exprime jusque dans l'IA avec de plus en plus d'usages et d'utilisateurs toujours aussi peu confiants (40%) et une réassurance de l'Etat indétronable... Plus connectés, plus avertis et du coup plus méfiants, les Français interrogent la confiance envers les entreprises face à la référence absolue représentée par la CNIL

- Un plafond de verre de 40% de confiants qui apparaît comme infranchissable mais qui ne freine pas l'appétence des Français pour les usages numériques.
- La CNIL est citée comme le premier levier de confiance pour les Français alors que le RGPD ne convainc pas...
- France Connect se positionne comme un élément de réassurance pour l'e-administration alors que les Français sont toujours freinés par la sécurité et cristallisent leur méfiance sur les réseaux sociaux (23% le plus bas taux de confiance)...
- L'e-Administration, la banque et l'e-commerce sont encore le triptyque de la confiance...
- Disparition des disparités générationnelles dans le mobile...
- Les entreprises sont à la traîne et doivent encore plus travailler sur la confiance !

Paris, le 26 février 2020 – La dixième édition du Baromètre de la confiance des Français dans le numérique réalisé par l'Acsel met en exergue de forts paradoxes et un enseignement majeur : **le manque de confiance ne freine pas l'appétence des Français pour les usages numériques**. Ce baromètre est le seul à **mettre en rapport la confiance et les usages réels et s'incrémente des nouveaux usages d'année en année**. L'Intelligence artificielle entrant en 2019 dans ce baromètre et n'échappe pas à un besoin de réassurance étatique.

La confiance numérique se heurte depuis 10 ans à un **plafond de verre avec seulement 40%** des Français qui sont confiants dans leurs pratiques numériques depuis plusieurs années. Une baisse de la confiance qui s'observe davantage chez **les publics les plus connectés et les plus avertis** (-10 pts les CSP+, entre -8 et -7 pts chez les 24-39 ans).

Le Baromètre montre que les freins aux usages sont tenaces et le quatuor de tête reste inchangé depuis 10 ans : piratage des données et/ou du compte, consultation et utilisation abusive des données personnelles, usurpation de l'identité, mauvais fonctionnement du site. Cela, dans un contexte d'accroissement de l'exposition aux risques : **28% des internautes ont été confrontés à une personne usurpant une identité** alors que **le piratage bancaire a augmenté de 20% et l'usurpation d'identité de 10%** depuis 2013.

Les Français attendent des leviers principalement de l'état et de la réglementation : **la CNIL est citée comme le premier levier de la confiance suivis par les garanties de sécurité techniques, la garantie de l'effacement des données, le recours juridique.** Le RGPD ne convainc pas avec seulement **43% des Français qui se disent plus confiants** suite à sa mise en place et **52% qui estiment que les sites Internet informent mal sur la collecte et l'utilisation des données.**

Dans le même temps, 79% des Internautes déclarent adopter des comportements pour protéger leurs données personnelles en ligne

Les usages installés avec l'administration, la banque et le commerce qui sont utilisés par au moins 9 internautes sur 10 connaissent une hausse de la fréquentation et tirent la confiance depuis 10 ans : **71% pour l'administration, 62% pour la banque et 58% pour le commerce.**

France Connect apparaît **comme un levier de confiance** avec **59% des internautes** pour effectuer des démarches en ligne et **58% pour d'autres usages** comme l'économie collaborative ou les plateformes entre particuliers avec l'identification certifiée des vendeurs.

Les réseaux sociaux continuent de cristalliser les craintes sur la protection des données personnelles avec seulement 26% de taux de confiance. **48% des usagers des réseaux sociaux disent avoir changé leurs pratiques suite aux scandales du type Cambridge Analytica.**

Alors que toute la pyramide des âges utilise le mobile (jusqu'à 60% des +de 70 ans), les nouveaux usages comme l'IoT, le cloud, les coffres forts numériques, l'économie collaborative restent marqués par des fractures générationnelles et territoriales. Pour les nouveaux usages et technologies la confiance est liée à la courbe d'apprentissage. 56% des Français ont déjà utilisé une IA. Ils sont **53% à faire confiance à l'IA**, ce taux atteint **66% pour les utilisateurs.**

“Le baromètre de l'Acsel met en rapport les usages et la confiance, ce rapport exprime un cycle de vie de la confiance qui voit celle-ci baisser proportionnellement à la connaissance d'un usage et il nous apparaît clairement que l'IA, usage à mi-chemin de l'efficacité et du fantasme, rentre parfaitement dans ce cycle en bénéficiant d'une confiance plus forte en cet instant car ses mécanismes sont encore peu connus...” précise Ludovic Francesconi, président de la commission Confiance & Data de l'Acsel.”

Réguler l'IA

48% font confiance à l'IA pour améliorer **la sécurité des réseaux**, des sites, **42%** pour favoriser la **prévention des risques médicaux**, **41%** pour améliorer **la relation client**, **40%** pour faciliter un suivi médical / poser un diagnostic médical et **37%** pour développer l'assistance automatique de **la conduite d'une voiture connectée.**

L'Etat et les administrations publiques (52%) et **les établissements publics de santé** (50%) et les banques (45%) se placent **en tête pour la confiance des Français dans l'usage de l'IA.** Les GAFAM, les start-up (36%) ; les réseaux sociaux, les sites de rencontre et de recrutement sont à la traîne de la confiance dans l'IA (32%).

Le piratage de l'IA est le premier risque pour les Français (44%) ; l'usage des données pour une finalité autre que celle autorisée (40%) et une substitution complète de l'IA au détriment de l'humain (37%).

Les 3 leviers globaux de la confiance (CNIL, Sécurité technique, data privacy et recours juridiques) sont les mêmes que pour l'IA. Apparaissent seulement en 5ème position les leviers spécifiques à l'IA que sont **les chartes d'engagement** sur l'exploitation de vos données personnelles, **la transparence sur des algorithmes** et des principes dictant le comportement de l'intelligence artificielle et **la certification** par un organisme indépendant **de l'absence de biais** dans le programme d'intelligence artificielle pour 17% des Français et 22% des utilisateurs d'IA.

Les Français sont réticents sur l'exploitation de leurs données par l'IA et sont en demande de transparence. 78% des internautes souhaitent avoir la possibilité de refuser d'être en interaction avec une intelligence artificielle et/ou qu'elle exploite leurs données personnelles
76% être averti et informé de l'usage des données et 71% être notifié dès que vous êtes en interaction avec une technique d'intelligence artificielle

Les Français ont le plus confiance dans l'administration et les établissements publics de santé sur les usages de l'IA.

La confiance ne nuit pas aux usages

En tête des usages numériques depuis 10 ans, trois activités numériques connaissent une hausse de fréquentation:

- l'e-banking: 84% au moins une fois par mois soit +10 pts vs 2016
- l'e-commerce: 58% +15 pts vs 2016
- l'e-administration 31% +8 pts vs 2016

La confiance, ou le manque de confiance, ne freine pas les usages qui connaissent un cycle de vie classique: plus les Français sont informés, plus la confiance baisse.

Pour les usages installés :

- **e-Administration:** usage 90% + 1pt alors que confiance : 71% - 15 pts depuis 2009 (le niveau de confiance était très haut en 2009 avec 86% bien loin devant banking 69% ou e-commerce 51%).
- **Banking:** usage 92% +12pts et confiance 62% -7pts entre 2009 et 2019
- **e-Commerce:** usage : 90% + 5 pts depuis 2009 et confiance 58% = 7pts L'e-commerce est le seul usage installé qui progresse pour la confiance depuis 10 ans (professionnalisation du secteur, traçabilité des colis...)

De nouveaux usages comme l'**économie collaborative** sont en courbe ascendante depuis 2015: usage 37% +17 pts depuis 2015 et confiance 54% +10 pts

Alors que les **réseaux sociaux** sont l'archétype de ce paradoxe de la confiance avec 84% d'usage, soit + 9pts depuis 2011 et seulement 26% de confiance, soit - 9pts depuis 2011.

Focus e-administration

Avec une confiance très forte et une augmentation des usages forte également, l'e-administration voit sa fréquence d'usage augmenter en particulier chez les jeunes et les seniors. Des difficultés s'expriment encore pour environ 30% des sondés et laissent apparaître un besoin d'aide exprimée et de formation, surtout de la part des jeunes. France Connect est un des leviers majeurs de la confiance.

- 90% des Français ont utilisé au moins une fois des démarches en ligne. Intensification de la fréquence de l'usage avec les – de 25 ans et les 60 ans et PLUS
- Service en croissance d'usage : CNI, Retraite et DMP
- 11% se sont faits aidés pour leurs démarches administratives en ligne (17% sont les moins de 25 ans)
- 34% aimeraient être aidés (53% sont des étudiants)
- 46% aimeraient une formation
- 21% ont des personnes de leur entourage qui ont des difficultés
- Freins pour administration : usurpation identité pour 39%
- France Connect un levier pour 58%

Quels leviers pour briser le plafond de verre ?

Des leviers attendus au niveau de l'état, de la réglementation et des instances réglementaires, mais quid des entreprises !

Alors que ce baromètre met en évidence la nécessité de rassurer les français sur des usages numériques qui se généralisent dans les faits et pour toutes les générations, la population place majoritairement sa réassurance sous le signe de l'Etat et de ses organes de régulation.

L'Acsel qui publie depuis 10 ans ces données et travaille à ce que les entreprises qui font et utilisent le numérique mettent en place des bonnes pratiques et s'approprient un numérique plus sûr et plus confiant, ne peut que constater que les entreprises sont à la traîne au niveau de la confiance.

Le fait que les Français utilisent plus les services numériques n'est résolument pas une preuve de confiance qui pour le cas de l'e-commerce peut parfaitement s'apparenter à la confiance que l'on peut porter à son commerçant de quartier: il ne m'a pas déçu, j'utilise...

Le Baromètre montre les premiers signes de l'impact de la confiance sur l'usage avec les réseaux sociaux. L'arrivée de nouveaux usages comme l'IoT, les technologies de l'IA, la digitalisation de secteurs sensibles comme la santé interrogent sur la nécessité de consolider cette confiance et le rôle que les entreprises doivent jouer.

« Les entreprises du numérique et les adhérents de l'Acsel ont une carte importante à jouer en multipliant les actes de confiance à tous les niveaux de leurs organisations » conclue Laurent Nizri, Président de l'Acsel.

A propos de l'Acsel

L'Acsel est la principale association transversale du numérique en France. Elle réunit l'ensemble des acteurs de l'économie numérique, des entreprises et des organismes publics, de toutes tailles (grands groupes, ETI, startups) et de tous secteurs, et œuvre à leur mise en relation. Avec sa Think Factory, elle analyse l'impact du numérique sur les différents secteurs de l'économie, anticipe les défis à venir, participe à l'émergence de

solutions concrètes et partage les bonnes pratiques. Cliquez ici pour plus d'information sur l'Acsel, son bureau et ses [six commissions thématiques](#).

L'Acsel remercie les partenaires de cette 10^{ème} édition du Baromètre de la Confiance des Français dans le numérique :

