



Baromètre de la confiance des Français dans le numérique



Baromètre de la confiance des Français dans le numérique 2021 de l'Acsel : Des résultats polarisés entre une confiance en hausse dans le numérique et une méfiance persistante quant à l'usage de leurs données

Depuis plus de 10 ans, l'ACSEL mesure l'état de confiance des Français dans les usages numériques. Les résultats de l'édition 2021 de son baromètre, réalisée en collaboration avec Harris Interactive, se présentent dans un contexte inédit¹. Au cours des derniers mois, la crise sanitaire a amplifié le recours aux services digitaux. Une situation qui s'est traduite par une hausse de la confiance dans le numérique. Pour autant, si celle-ci atteint son meilleur niveau depuis 2015 (42 %), elle reste encore minoritaire : plus de 1 Français sur 2 continue de penser qu'il est risqué d'utiliser Internet.

La crise sanitaire, accélératrice des usages numériques

Sans réelle surprise, alors que le premier confinement mettait à l'arrêt le pays, le numérique est apparu comme un recours incontournable pour la poursuite des activités quotidiennes. 65 % des Français ont ainsi déclaré avoir davantage utilisé Internet pendant cette période pour leurs loisirs et leur vie privée (57 %), mais aussi pour l'éducation et l'occupation des enfants (56 %), le maintien de leur activité professionnelle (42 %), leurs achats (41 %) et leur santé (26 %).

Le numérique a ainsi été perçu comme un soutien à tous les niveaux. Près de 7 répondants sur 10 estiment qu'il a permis de limiter l'impact de la crise sanitaire sur l'économie, de maintenir le lien social, de mieux informer et avertir la population sur les risques sanitaires. Et, si 23 % des personnes interrogées ont perçu le recours au numérique pendant la crise comme une obligation, 77 % des Français l'ont considéré au contraire comme un moyen de se faciliter le quotidien.

La confiance dans le numérique au plus haut depuis 2015 ...

Ce qui est certain, c'est que contraint ou non, cet usage accru a renforcé la confiance des Français. Seuls 4 % citent le manque de confiance comme un frein, évoquant les problématiques de connexion Internet (33 %) comme principale difficulté rencontrée. Ce regain de confiance, au plus haut depuis 2015, et en progression de 5 pts par rapport à 2019, profite à tous les services : e-administration (+3pts), réseaux sociaux (+10 pts), e-commerce (+4pts), banque en ligne (+5pts), ...

Toutefois 51 % estiment qu'utiliser Internet reste risqué et 61 % seraient rassurés si le e-marchand disposait d'une identité numérique certifiée par l'État (+3pts par rapport à 2019).

... mais des Français toujours méfiants quant à l'usage de leurs données

Si la praticité du numérique n'est plus à débattre, la question de la protection des données reste un sujet préoccupant pour de nombreux internautes. 80% des Français interrogés ont déployé des stratégies pour éviter de les partager (ad-blocker, nettoyage régulier du cache et des cookies, email jetable, ...) voir ont donné des informations erronées (pratique en hausse de 8 pts par rapport à 2019). Seuls des gages solides de protection pourraient infléchir cette tendance, tels la suppression des données personnelles après un certain délai (appelée de leurs vœux par 93% des répondants), le remboursement par la banque en cas de piratage ou la garantie de la CNIL par exemple.

¹ Les chiffres de ce communiqué sont issus de la 8^e édition du Baromètre de la confiance des Français dans le numérique » réalisé par Harris Interactive pour l'ACSEL, sur un échantillon représentatif de 1 039 internautes français âgés de 15 ans et plus, entre le 23 octobre et le 12 novembre 2020.

Le nombre de e-acheteurs a stagné mais la crise a augmenté la fréquence des achats

Il n'y a donc pas eu plus de e-acheteurs en 2020 mais la fréquence s'est intensifiée. Près de 1/5^e des internautes (17 %) ont indiqué avoir fait des achats en ligne chaque semaine durant ces 12 derniers mois (+3pts vs 2019). Et tous les e-marchands en profitent : des grandes plates-formes (Amazon, Wish...) (83 %) aux sites des petits commerçants de proximité (artisans, commerces de bouche, fleuristes...) (27 %).

Une accélération des usages numériques qui s'annonce durable

Les Français ayant davantage utilisé les services numériques durant la crise projettent de conserver ces pratiques. Ainsi, depuis la fin du premier confinement, 84 % d'entre eux ont davantage recours à Internet que ce soit pour un usage professionnel ou personnel.

Par ailleurs, 6 Français sur 10 envisagent de continuer à consulter des professionnels de santé en ligne, la téléconsultation ayant en effet connu un regain d'intérêt (+23 %) en 2020.

Dans le contexte inédit de crise, où le digital a été essentiel au maintien des activités quotidiennes, l'Acsel a souhaité mesurer la confiance des Français peu ou pas connectés dans le numérique²

Force est de constater que la situation n'a pas eu d'effet significatif sur leur comportement, seuls 12% d'entre eux ont souhaité utiliser (plus) Internet.

Réticentes ou méfiantes, 79% des personnes interrogées estiment qu'il est difficile de protéger leur vie privée sur internet et 73% estiment que l'usage d'internet est trop compliqué. Par crainte de faire une mauvaise manipulation ou d'être sur-sollicités par les publicités, ils sont peu ou pas connectés même si 30% d'entre eux ont le sentiment de fait d'être isolés voir exclus de la société.

Cette défiance pourrait toutefois être surmontée grâce à certain nombre de leviers : une meilleure prise en charge en cas de piratage (32%), des formations pour mieux utiliser Internet (22%) et un tarif social de la part des opérateurs pour les personnes à faibles ressources (22%).

A propos de [l'Acsel](#)

L'Acsel est la principale association multisectorielle et transversale du numérique en France dont la mission est l'accélération de la transformation numérique : #InclusionNum, #ConfianceNum, #CroissanceNum. Elle réunit l'ensemble des acteurs de l'économie numérique, des entreprises et des organismes publics, de toutes tailles (grands groupes, PME, TPE, ETI, startups) et œuvre à leur mise en relation par des événements de networking. Avec sa Think Factory, elle analyse l'impact du numérique sur les différents secteurs de l'économie, anticipe les défis à venir et partage les bonnes pratiques. Cliquez ici pour plus d'informations sur l'Association de l'économie numérique (Acsel), sur les cycles de conférences de ses [7 commissions](#) (Assurance&Digital Club, CommerceTech Club, Confiance&data, Juridique, Payment&Fintech Club, Objets et services Connectés, #Reinventwork) et sur les 3 temps forts annuels : baromètre de la Confiance des Français dans le numérique, baromètre Croissance & Digital et Forum de la Vie Connectée.

Contacts presse

Sandra Laberrenne – slaberenne@meiji-communication.com - 06 43 19 13 88

Soraya Pilonchery - spilonchery@meiji-communication.com - 06 20 00 62 63

Sophie Schmierer – sschmierer@meiji-communication.com - 06 60 79 36 26

² Étude téléphonique réalisée, du 26/11/20 au 08/12/20, avec Harris Interactive en partenariat avec un prestataire terrain téléphonique (Callson) auprès de 100 répondants déclarant ne jamais se connecter à Internet ou se connecter moins d'une fois par semaine au total