

Les Français et les usages numériques : la pratique augmente, pas nécessairement la confiance !

**7 personnes interrogées sur 10 plébiscitent le recours à l'identité numérique,
78 % d'entre elles seraient rassurées par la mise en place d'un cyber-score**

La synthèse du Baromètre de l'ACSEL est disponible [ici](#)

Le 9^e Baromètre annuel « La confiance des Français dans le numérique » de l'ACSEL, mené en partenariat avec Harris Interactive, avec le soutien de Docaposte, Groupe BPCE et Groupe Caisse des Dépôts, dresse le portrait d'une France qui a largement adopté les usages numériques, mais qui reste encore méfiante. Ainsi, alors que la pratique augmente, les internautes sont loin d'être pleinement rassurés quant à l'utilisation qui est faite de leurs données personnelles. Ils craignent également les risques d'escroqueries jugés de plus en plus fréquents. Cependant, ils plébiscitent certains leviers pour gagner en confiance dans leurs usages numériques.

L'usage prend le pas sur la confiance

Les niveaux d'usage numériques, très élevés depuis plusieurs années, connaissent une très légère progression en 2021, alors même que le niveau de confiance qui leur est accordé stagne. Un paradoxe qui s'explique assez facilement par la digitalisation de l'ensemble des secteurs depuis une dizaine d'années, accélérée ces derniers mois par la pandémie. La majorité semble désormais connectée (92 %).

Quant au niveau de confiance globale à l'égard d'Internet, il stagne (43 % vs 42 % en 2020) et n'est pas homogène. Il peut passer du simple au double en fonction des services numériques utilisés : seulement 35 % des Français accordent leur confiance aux réseaux sociaux alors que ce taux monte à 70 % dans le cadre de l'e-administration. L'étude révèle que la méfiance vis-à-vis des usages en ligne est majoritairement liée à la crainte de vol des données personnelles et des abus qui ont émaillé l'actualité ces dernières années. Si la possibilité de paramétrer les cookies sur les sites Internet, rassure les internautes, dont 6 sur 10 estiment qu'elle leur garantit une meilleure protection, 72 % d'entre eux trouvent ce paramétrage beaucoup trop complexe.

Une exposition aux cyber-risques clairement perçue par les Français

En 2020, les escroqueries en ligne ont explosé, notamment le phishing (ou hameçonnage), et la cybersécurité est devenue un enjeu majeur pour les marques, entreprises et organisations présentes en ligne. Et les Français en ont tout à fait conscience, puisque près de 2/3 d'entre eux estiment que les escroqueries en ligne sont de plus en plus fréquentes. Près de 4 internautes sur 10 indiquent même avoir déjà été victimes d'une telle malveillance, principalement de l'hameçonnage (42 %). Toutefois, ce sont surtout les tentatives d'usurpation d'identité sur Internet qui ont bondi ces deux dernières années, passant de 10 % seulement en 2019 à 20 % aujourd'hui.

Malgré tout, les campagnes de prévention menées par les acteurs du numérique sur ces sujets semblent porter leurs fruits. Mieux avertis, 6 internautes sur 10 se disent bien informés et protégés contre les escroqueries. Un chiffre à relativiser en fonction du type d'arnaques : ils ne sont en effet que 52 % à se sentir plus sereins face aux tentatives de phishing et 4 sur 10 seulement concernant la vente de contrefaçons sur Internet.

Pour lutter efficacement contre les tentatives d'escroqueries en ligne, les Français considèrent l'authentification forte comme le moyen le plus efficace (68 %). L'information au consommateur est également perçue comme une bonne solution pour 6 Français sur 10 : les acteurs du Net ont donc tout intérêt à poursuivre leurs campagnes de prévention. Ainsi, près de 6 sur 10 (58 %) estiment qu'ils ont un rôle à jouer dans leur propre protection, en effectuant des recherches sur les sites qu'ils consultent, notamment, ou en se renseignant sur des forums consommateurs.

Cryptomonnaies, métavers et e-santé : de nouveaux usages plus ou moins adoptés

Si les usages traditionnels semblent donc désormais bien ancrés, qu'en est-il des nouveaux usages tels que la cryptomonnaie, le métavers et l'e-santé ? Sans réelle surprise, un peu moins de 3 répondants sur 10 se projettent dans l'utilisation de monnaies virtuelles, avec de fortes disparités selon l'âge des répondants. Cette technologie, si elle n'est pas nouvelle, semble, pour le moment encore, réservée à des initiés. Ainsi, ils ne sont que 27 % à envisager de réaliser des paiements en crypto-monnaie (55 % chez les 25-34 ans). Il faut dire que la confiance envers ces monnaies virtuelles reste faible (36 %).

Les Français sont en revanche un peu plus nombreux, 4 sur 10, à se sentir plus attirés par les promesses du métavers. Un chiffre qui monte à 64 % chez les 15-24 ans déjà habitués à ces univers virtuels parallèles avec les jeux vidéo en ligne. Lorsqu'ils se projettent dans le métavers et ses usages, près de 5 répondants sur 10 envisageraient d'y faire des achats (46 %) ou de suivre des cours (45 %).

Enfin, concernant l'e-santé, une pratique déjà bien ancrée dans la population, la pandémie a clairement boosté sa pratique, avec 9 internautes sur 10 qui l'ont expérimenté. En première position et sans surprise, on trouve la prise de rendez-vous médical en ligne (75 %), vient ensuite la consultation de ses comptes d'assurance maladie (72 %) et de sites Internet consacrés à la santé et au bien-être (60 %). Particulièrement plébiscitée (50%), l'e-santé est également, aux yeux des répondants, un moyen de lutter contre les déserts médicaux (64 %).

Cyber-score et identité numérique certifiée : des leviers plébiscités

78 % des personnes interrogées estiment qu'elles seraient rassurées par la mise en place d'un cyber-score de confiance numérique, sorte de Yuka du cyber-risque, qui noterait le niveau de confiance des sites consultés. L'identité numérique certifiée dont on entend parler depuis plusieurs années est, elle aussi, jugée utile par 7 internautes sur 10 pour améliorer la sécurité des transactions et échanges en ligne (70% des Français font confiance à France Connect). 31 % y voient toutefois un dispositif risqué pour les libertés publiques : ils souhaitent rester anonymes sur Internet lors de leur navigation. Pour eux, le recours à cette identité certifiée est surtout nécessaire pour les sites administratifs (89%), les sites bancaires (88%) et pour les sites de téléconsultation médicale (87%).

Baromètre ACSEL, réalisé en ligne par Harris Interactive, du 3 au 21 décembre 2021 sur 1 200 personnes représentatives des Internautes français âgés de 15 ans et plus.

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 à travers ses 6 Clubs (Club Assurance&Digital, CommerceTech Club, Club Confiance&data, Club Juridique, Payment&Fintech Club, Club Santé Connectée) et 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