

# Etude sur les données personnelles

## Synthèse des résultats

23/06/2017



Mediametrie



**CHAIRE VALEURS ET POLITIQUES  
DES INFORMATIONS PERSONNELLES**



## CONTEXTE DE L'ETUDE



L'Institut Mines-Télécom est un établissement public de formation supérieure et de recherche, sous tutelle des ministères en charge de l'Industrie et du numérique, à large spectre thématique et territorial, pour dynamiser les politiques d'innovation. A l'écoute permanente du monde économique, il conjugue une forte légitimité académique, une proximité concrète avec les entreprises et un positionnement unique sur 4 transformations majeures du XXI<sup>e</sup> siècle : Numérique, Énergétique, Écologique et Productive.

Depuis 2013, la Chaire Valeurs et Politiques des Informations Personnelles de l'Institut Mines-Télécom a pour raison d'être l'accompagnement des entreprises, des citoyens ainsi que des pouvoirs publics sur toutes les thématiques liées aux informations et données personnelles. Ces informations concernent les individus, à propos de leurs vies personnelles et professionnelles, leurs identités numériques et les informations mises à disposition sur les réseaux sociaux et plus globalement sur Internet.

**Les travaux de la Chaire Valeurs et Politiques des Informations Personnelles** se déclinent en 5 axes : les identités numériques, la gestion des informations personnelles, les contributions et traces, les informations personnelles dans l'Internet des Objets, les politiques des informations personnelles.

**Cette étude vise à comprendre les préoccupations des citoyens par rapport aux données personnelles.** Les Internautes échangent ce type de données sur les réseaux socio-numériques parfois sans le savoir. L'attitude des citoyens à cet égard est encore floue, de plus le développement de nouveaux usages favorise cette dispersion.

## OBJECTIFS DE L'ETUDE



- Connaître la propension des Internautes à partager leurs données personnelles sur Internet
- Identifier les données considérées comme sensibles et les acteurs du numérique à qui les Internautes accordent leur confiance
- Etudier les moyens mis en place par les Internautes pour protéger leurs données personnelles
- Mesurer l'intérêt du développement d'un label de protection des données personnelles sur Internet
- Evaluer l'opinion des Internautes quant à l'utilisation de leurs données personnelles dans le cadre du e-commerce, de la publicité et des systèmes de recommandation
- Analyser le sentiment de surveillance sur Internet et le sentiment de contrôle sur ses données personnelles

# METHODOLOGIE



Population de référence

Internaute de 15 ans et plus

Quotas

Echantillon constitué selon la méthode des quotas, sur la base de l'Observatoire des Usages Internet, afin d'être représentatif de la population Internaute

Mode de recueil

Administration d'un questionnaire sur Internet

Taille de l'échantillon

2 051 interviews

Période d'enquête

Du 26 février au 16 mars 2017

Redressement

Afin de garantir la représentativité de la population Internaute, un redressement a été appliqué sur la base de l'Observatoire des Usages Internet

## STRUCTURE BRUTE DE L'ECHANTILLON

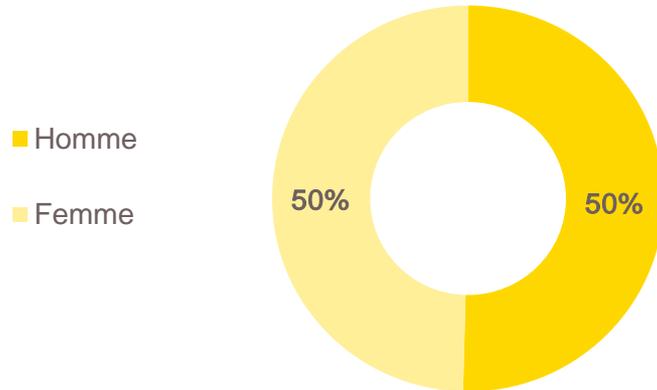


<b>2 051 interviews réalisées (effectifs bruts)</b>		
Sexe	Homme	<b>958</b>
	Femme	<b>1 093</b>
Tranche d'âge en 4	15-24 ans	<b>282</b>
	25-34 ans	<b>339</b>
	35-49 ans	<b>527</b>
	50-64 ans	<b>493</b>
	65 ans et plus	<b>410</b>
CSP en 5	CSP+	<b>631</b>
	CSP-	<b>604</b>
	Retraités	<b>448</b>
	Etudiants	<b>191</b>
	Autres Inactifs	<b>177</b>
Paris-Province	Région Parisienne	<b>387</b>
	Province	<b>1664</b>

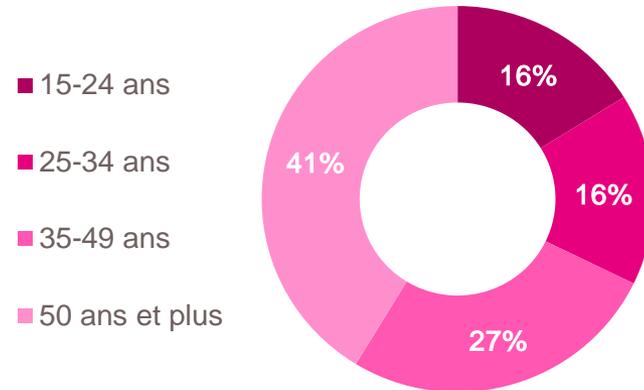
# PROFIL DE L'ECHANTILLON



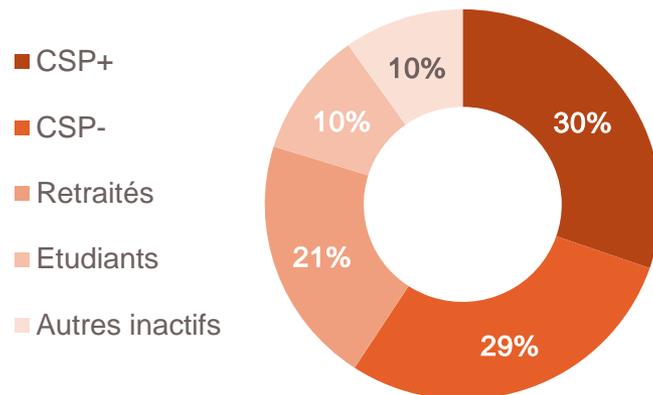
### Sexe



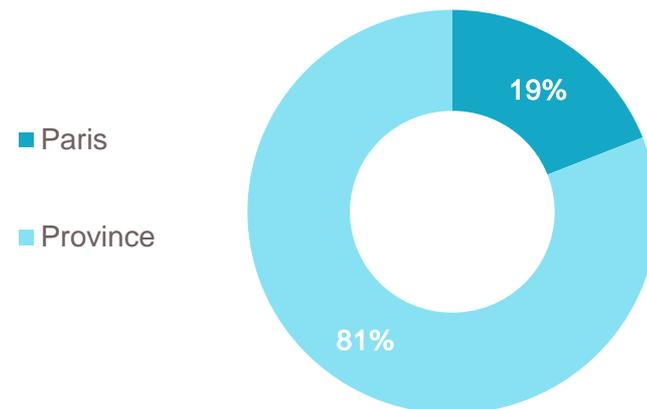
### Age



### CSP



### Habitat



# SOMMAIRE



## 1. Equipement et Internet

## 2. L'identité numérique et sa protection

2.1. Protéger son identité

2.2. Les labels de protection des données des sites Internet

## 3. Les usages spécifiques d'Internet

3.1. L'achat en ligne

3.2. Attitude face à la publicité en ligne

## 4. Evolution du comportement face aux nouveaux usages

## 5. Conclusion

# 1

## Equipement et Internet



### Légende

- *Les chiffres en italique* doivent être interprétés avec précaution en raison d'un effectif interrogé faible (sous le seuil d'alerte à 60).
- Certains indicateurs sont non significatifs « NS » et ne peuvent être affichés en raison d'un effectif interrogé insuffisant (sous le seuil d'affichage à 15).



## Equipements multimédias utilisés

L'ordinateur, l'écran d'Internet par excellence, est utilisé par la quasi-totalité des Internaute. Les Internaute multiplient les points de contact avec Internet, puisqu'une partie importante d'entre eux utilise à la fois un ordinateur, un smartphone et une tablette.



95%

Ordinateur



79%

Smartphone



50%

Tablette tactile



22%

Téléphone mobile  
(non-smartphone)

42%

utilisent un ordinateur + un smartphone + une tablette tactile



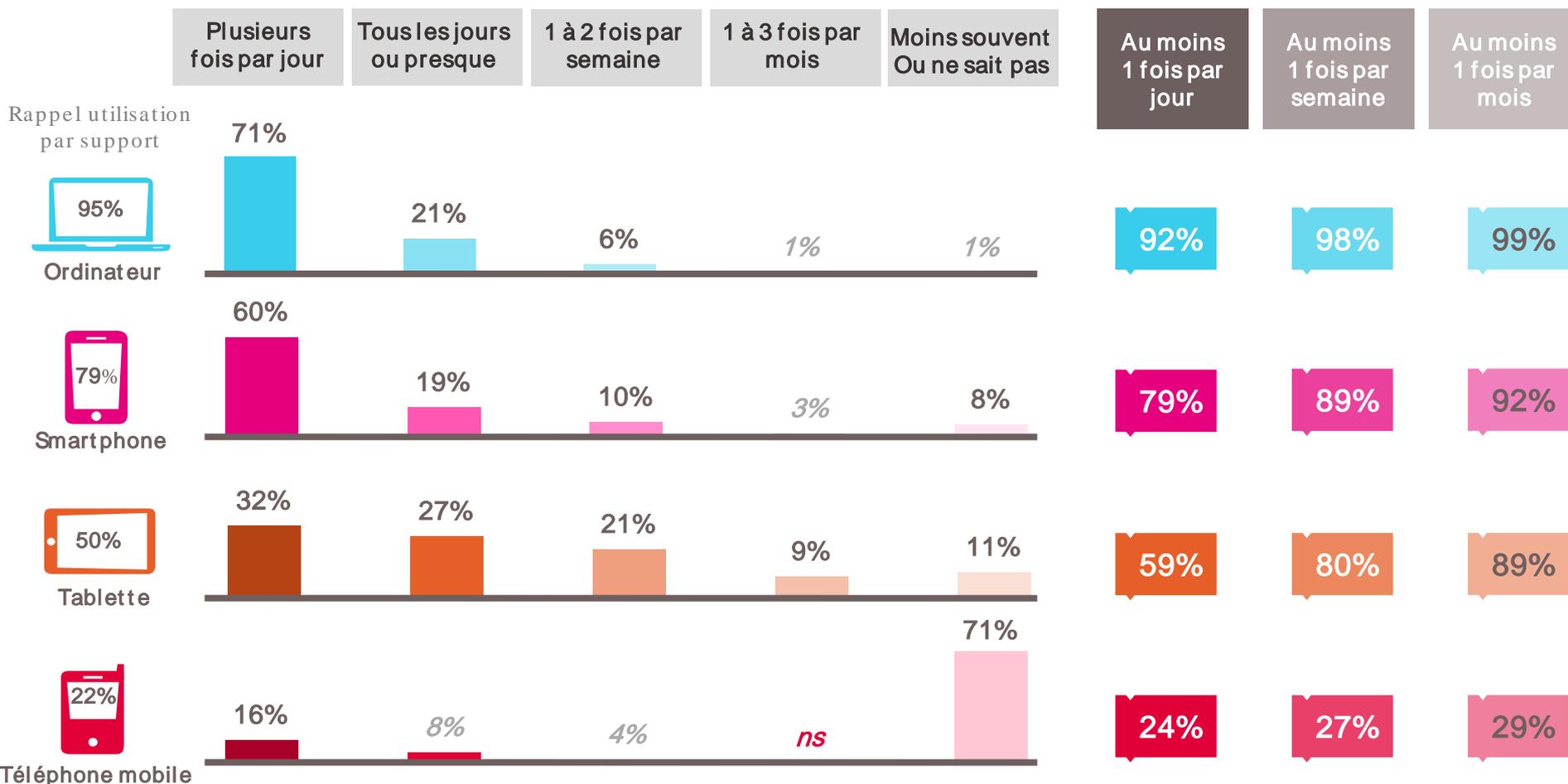
▶ Question : Parmi ces équipements, lesquels utilisez-vous ?

▶ Base : Internaute de 15 ans et plus (n=2 051)

## 1. Equipement et internet

### Fréquence de connexion à Internet par support

L'ordinateur est le support sur lequel l'assiduité de connexion à Internet est la plus forte. La majorité des Internautes se connectent à Internet quotidiennement, quel que soit le support.



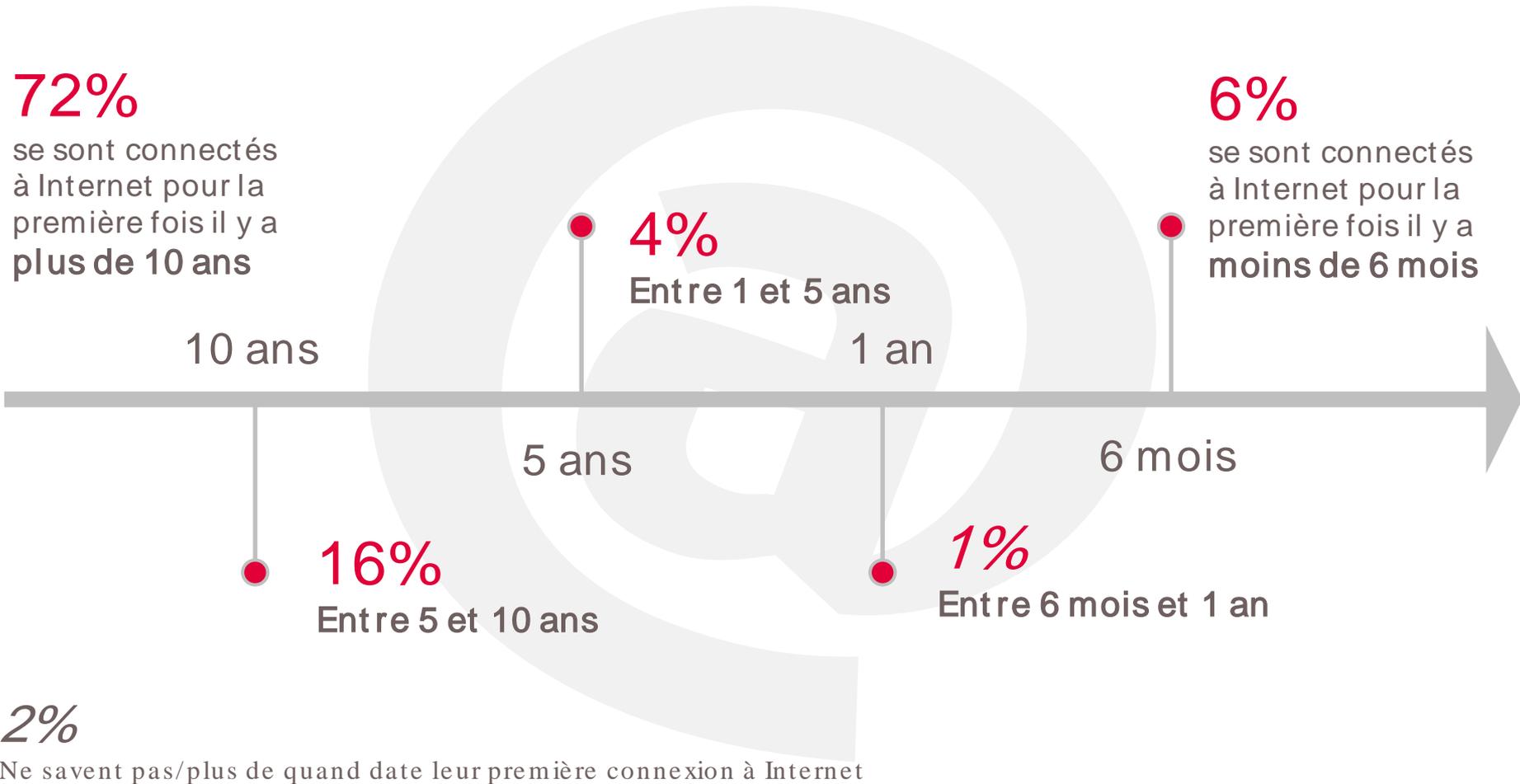
► Question : Au total, quel que soit votre lieu de connexion, diriez-vous que vous utilisez Internet (que ce soit via une application ou un site Internet)...

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Ancienneté de la première connexion à Internet

Une large majorité des Internautes ont commencé à se connecter sur Internet il y a plus de 10 ans. 11% se sont connectés pour la première fois à Internet il y a moins de 5 ans.



► Question : La première fois que vous vous êtes connectés à Internet, c'était il y a ... ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

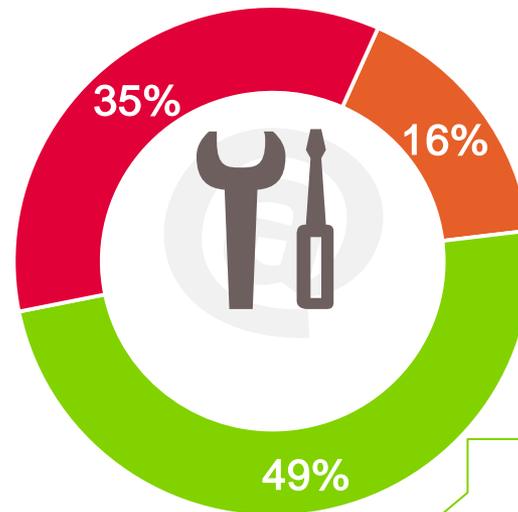
## Niveau de maîtrise d'Internet et des équipements multimédias

Près de la moitié des Internautes sont à l'aise avec les outils numériques, c'est-à-dire qu'ils considèrent avoir une maîtrise intermédiaire d'Internet et de leurs équipements multimédias. Plus d'un tiers estiment en avoir une maîtrise experte, très avancée.

### Maitrise d'Internet

#### Maitrise expert

*J'ai une maîtrise très avancée (navigation assidue et contrôlée, paramétrage personnalisé des équipements et services, navigation privée, effacement des cookies, de l'historique, outils de tracking, etc.)*



#### Maitrise basique

*J'utilise les fonctions principales des outils numériques (utilisation du Pack Office, navigation occasionnelle sur les moteurs de recherche, consultation des emails, etc.)*

#### Maitrise intermédiaire

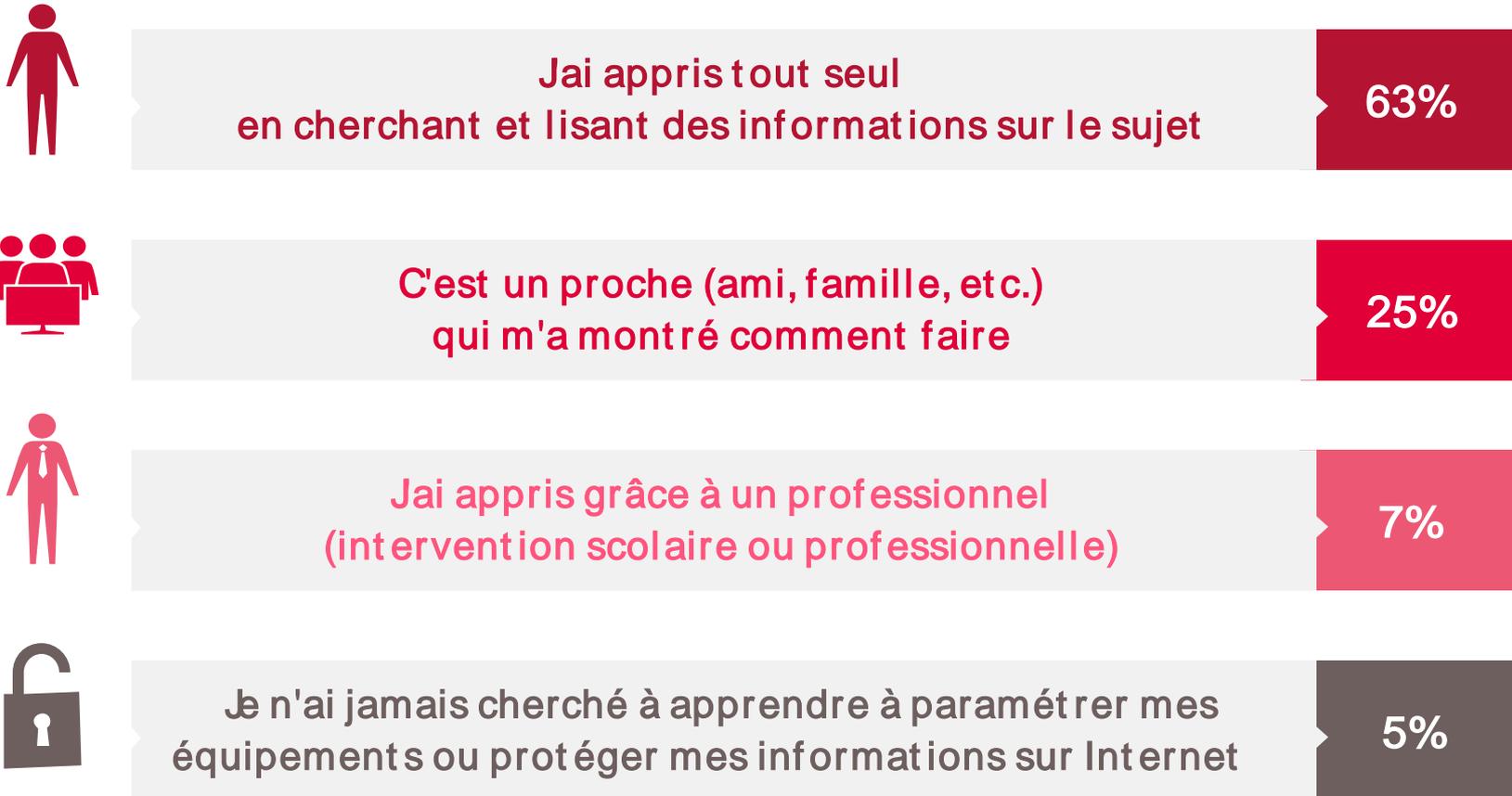
*Je suis à l'aise avec les outils numériques (installation de logiciels (photo, lecteur vidéo,...), navigation régulière, inscription sur les réseaux sociaux, sur des forums, etc.)*

► Question : A quel niveau situez-vous votre maîtrise d'Internet et de vos équipements multimédias (ordinateur, téléphone mobile, tablette tactile,...) ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

## Apprentissage de la protection des équipements et informations sur Internet

La majorité des Internautes ont appris seuls à paramétrer leurs équipements ou à protéger leurs informations personnelles. Près d'un tiers ont appris grâce à un proche ou un professionnel. 5% n'ont jamais cherché à paramétrer leurs équipements ou protéger leurs informations sur Internet.



► Question : Comment avez-vous appris à paramétrer vos équipements multimédias (ordinateur, téléphone mobile, tablette tactile, etc.) ou à protéger vos informations sur Internet ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

# 2

## L'identité numérique et sa protection



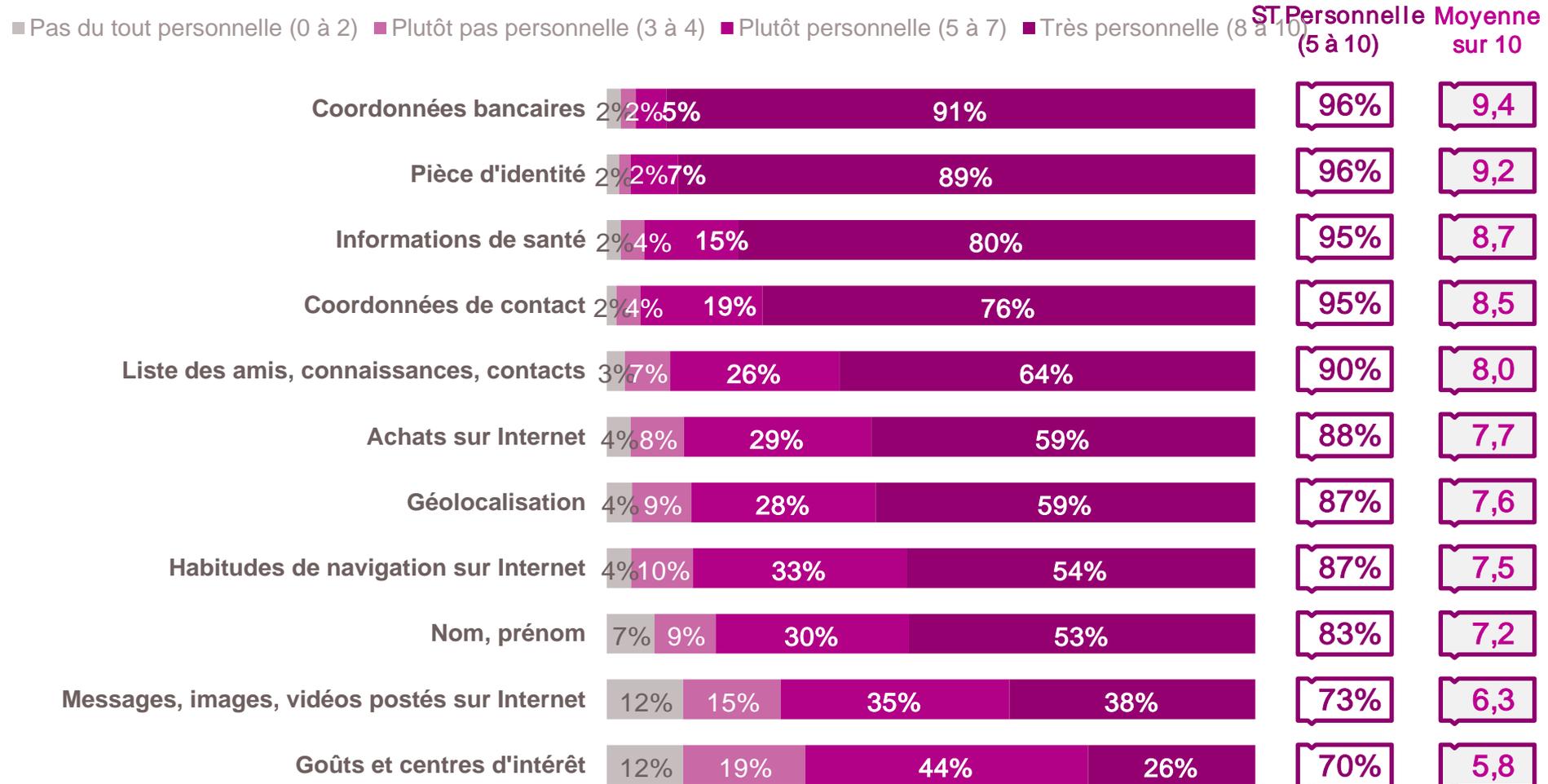
### Légende

- *Les chiffres en italique* doivent être interprétés avec précaution en raison d'un effectif interrogé faible (sous le seuil d'alerte à 60).
- Certains indicateurs sont non significatifs « NS » et ne peuvent être affichés en raison d'un effectif interrogé insuffisant (sous le seuil d'affichage à 15).



## Perception du caractère personnel des données

Les données perçues comme les plus personnelles sont les coordonnées bancaires, la pièce d'identité et les informations de santé. Les informations habituellement partagées sur les réseaux sociaux (goûts et centres d'intérêt, messages, images et vidéos) semblent moins sensibles.



► Question : Sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure considérez-vous les données suivantes comme étant personnelles ?

► Base : Internaute de 15 ans et plus (n=2 051)



## Disposition à fournir ses informations personnelles selon les acteurs

Les Internautes distinguent les informations qu'ils sont prêts à fournir aux réseaux sociaux et celles qu'ils sont prêts à fournir à d'autres acteurs. Ils ne souhaitent pas partager avec les autres acteurs les informations qu'ils partagent sur les réseaux sociaux.

	Sur les réseaux sociaux	Avec la banque	Avec les sites de l'état	Sur les sites d'achat en ligne	Avec le FAI ou opérateur mobile
Nom, prénom	36%	80%	79%	63%	73%
Coordonnées de contact	10%	75%	74%	52%	66%
Pièce d'identité	2%	56%	65%	6%	20%
Coordonnées bancaires	2%	72%	48%	24%	32%
Informations de santé	3%	7%	39%	2%	3%
Goûts et centres d'intérêt	42%	9%	9%	28%	13%
Géolocalisation	16%	14%	17%	11%	18%
Habitudes de navigation sur Internet	11%	5%	7%	14%	16%
Achats sur Internet	6%	16%	5%	36%	8%
Liste des amis ou contacts	30%	4%	4%	4%	6%
Messages, images, vidéos postés sur Internet	38%	4%	5%	6%	7%
Aucune information	38%	14%	14%	24%	19%
<b>ST Au moins une information</b>	<b>62%</b>	<b>86%</b>	<b>86%</b>	<b>76%</b>	<b>81%</b>

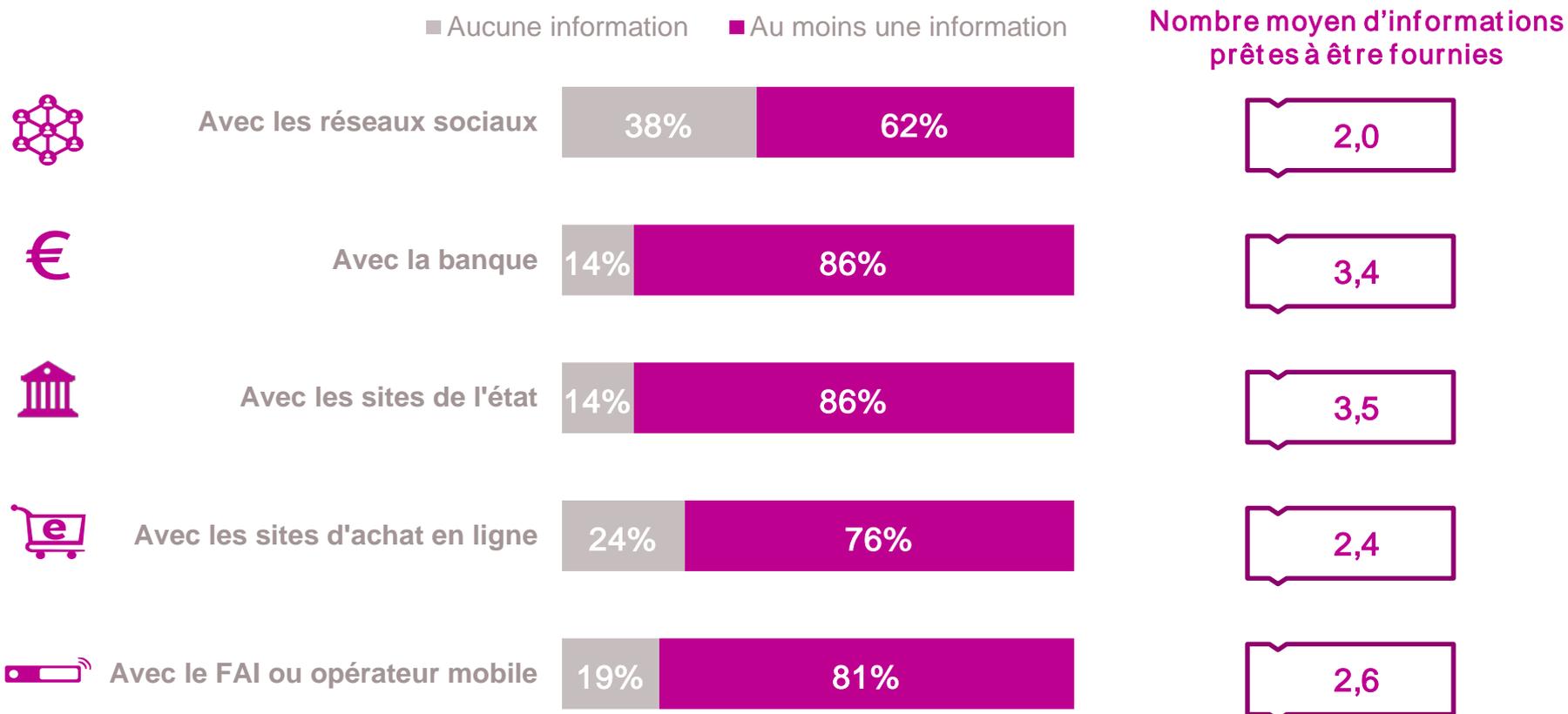
▶ Question : Parmi les éléments ci-dessous, si vous aviez le choix, à qui seriez-vous prêt à fournir ces informations ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Nombre d'informations personnelles disposées à être partagées

Ce sont avec les sites de l'Etat et avec leur banque que les Internautes sont les plus enclins à partager les informations les concernant. A contrario, ils sont moins nombreux à souhaiter de fournir leurs informations sur les réseaux sociaux.



▶ Question : Parmi les éléments ci-dessous, si vous aviez le choix, à qui seriez-vous prêt à fournir ces informations ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Principale raison de souhaiter ne fournir aucune information à aucun acteur

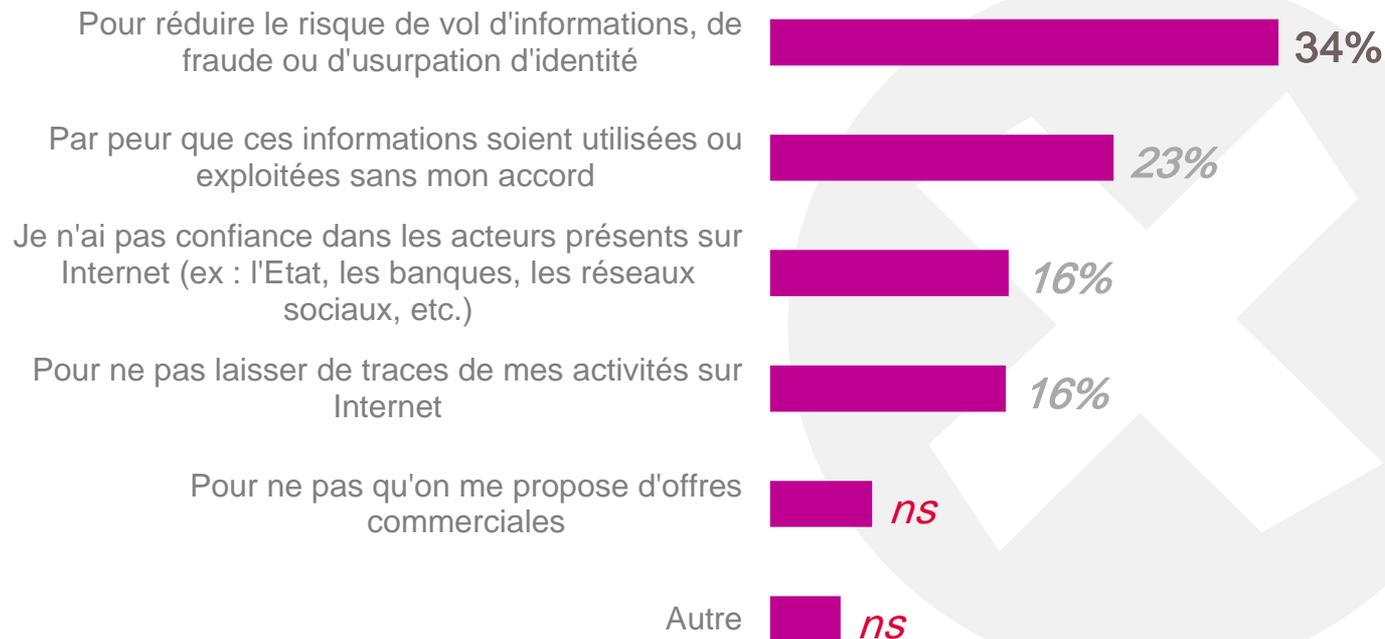
1 Internaute sur 10 souhaiterait idéalement ne fournir aucune information personnelle à aucun acteur sur Internet, notamment pour réduire le risque de vol d'informations, de fraude ou d'usurpation d'identité.

**10%**

Des Internautes

Souhaiteraient, s'ils avaient le choix, ne fournir aucune information à aucun acteur

Parmi eux...



► Question : Quelle est la principale raison pour laquelle vous souhaiteriez ne fournir aucune information ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Principales raisons de fournir ses informations personnelles sur les réseaux sociaux

Les Internautes prêts à fournir leurs informations sur les réseaux sociaux souhaitent avant tout partager leur quotidien et leurs centres d'intérêt. Plus d'un quart acceptent de fournir leurs informations pour accéder au réseau social gratuitement et plus d'1 sur 10 n'attendent aucune contrepartie.

**62%**

Des Internautes

Sont prêts à fournir leurs informations personnelles sur les réseaux sociaux

Parmi eux...



► Question : Quelles sont les 3 principales raisons pour lesquelles vous seriez prêt à fournir vos informations personnelles sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Snapchat,...) ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Principales raisons de fournir ses informations personnelles sur les sites de l'état

La grande majorité des Internautes sont prêts à fournir leurs informations personnelles aux sites de l'Etat pour leur faciliter l'accès aux services gouvernementaux et pour bénéficier d'une prestation sociale. A l'instar des réseaux sociaux, plus d'1 Internaute sur 10 n'attend aucune contrepartie.

**86%**

Des Internautes

Sont prêts à fournir leurs informations personnelles sur les sites de l'Etat

Parmi eux...

Pour bénéficier d'un identifiant unique et accéder aux services gouvernementaux plus rapidement et facilement

65%

Pour bénéficier d'une prestation sociale

52%

Pour bénéficier d'un service de proximité (bibliothèque, piscine, déchetterie, etc.)

29%

Pour améliorer la sécurité nationale

28%

Je suis prêt à fournir mes informations personnelles sans contre partie

12%

Autres raisons

3%

► Question : Quelles sont les 3 principales raisons pour lesquelles vous seriez prêt à fournir vos informations personnelles sur les sites de l'Etat (déclaration d'impôts en ligne, CAF, sécurité sociale,...) ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Principales raisons de fournir ses informations personnelles sur les sites d'achat en ligne

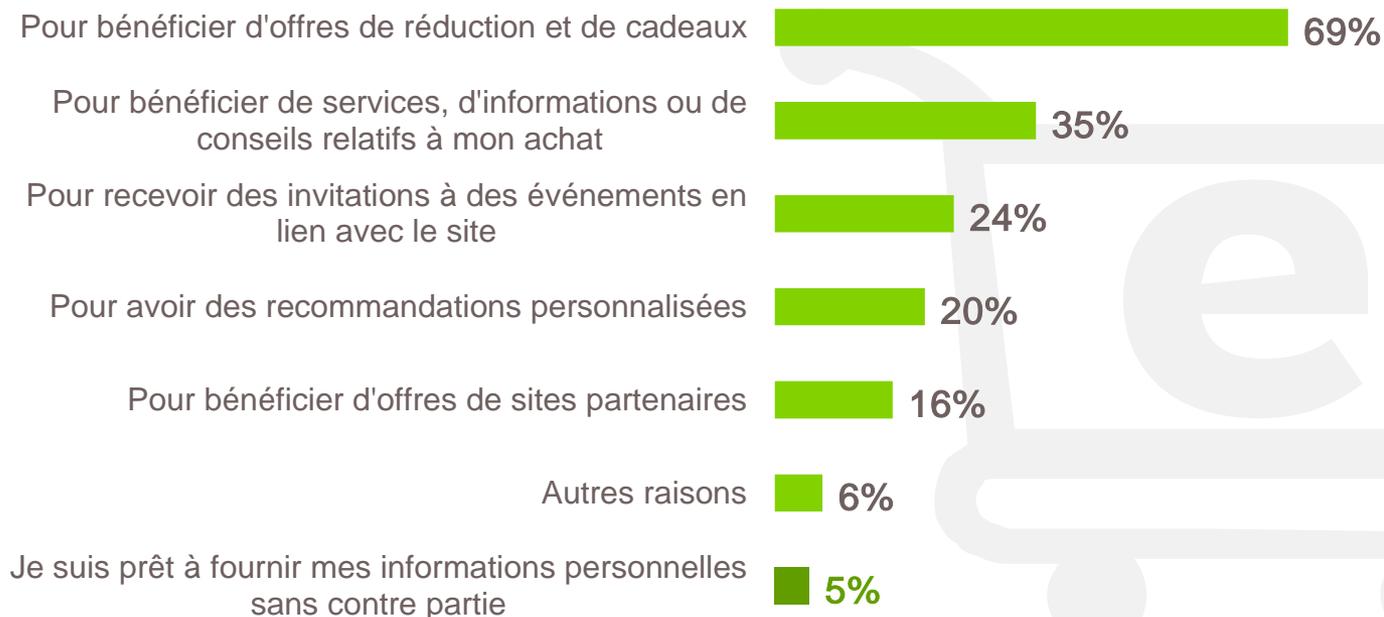
Les Internautes prêts à fournir leurs informations personnelles sur les sites d'achat en ligne sont essentiellement motivés par le fait de bénéficier d'offres de réduction et de cadeaux. Seuls 5% n'attendent aucune contrepartie au fait de fournir leurs informations personnelles.

**76%**

Des Internautes

Sont prêts à fournir leurs informations personnelles sur les sites d'achat en ligne

### Parmi eux...



► Question : Quelles sont les 3 principales raisons pour lesquelles vous seriez prêt à fournir vos informations personnelles sur les sites d'achat en ligne (Amazon, FNAC, Leboncoin, etc.) ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Informations personnelles effectivement fournies selon les acteurs

Les noms, prénoms et les coordonnées de contact sont les informations que les Internautes fournissent le plus sur Internet. Les données partagées sur les réseaux sociaux sont nettement moins partagés avec les autres acteurs.

	Sur les réseaux sociaux	Avec la banque	Avec les sites de l'état	Sur les sites d'achat en ligne	Avec le FAI ou opérateur mobile
Nom, prénom	39%	80%	78%	64%	74%
Coordonnées de contact	12%	73%	71%	52%	65%
Pièce d'identité	3%	47%	54%	5%	19%
Coordonnées bancaires	2%	69%	43%	24%	34%
Informations de santé	2%	6%	31%	2%	2%
Goûts et centres d'intérêt	35%	5%	4%	20%	7%
Géolocalisation	17%	10%	12%	10%	14%
Habitudes de navigation sur Internet	12%	4%	4%	13%	13%
Achats sur Internet	5%	12%	4%	33%	7%
Liste des amis ou contacts	30%	4%	3%	5%	5%
Messages, images, vidéos postés sur Internet	34%	3%	3%	6%	6%
Aucune information	40%	14%	16%	24%	18%
<b>ST Au moins une information</b>	<b>60%</b>	<b>86%</b>	<b>84%</b>	<b>76%</b>	<b>82%</b>

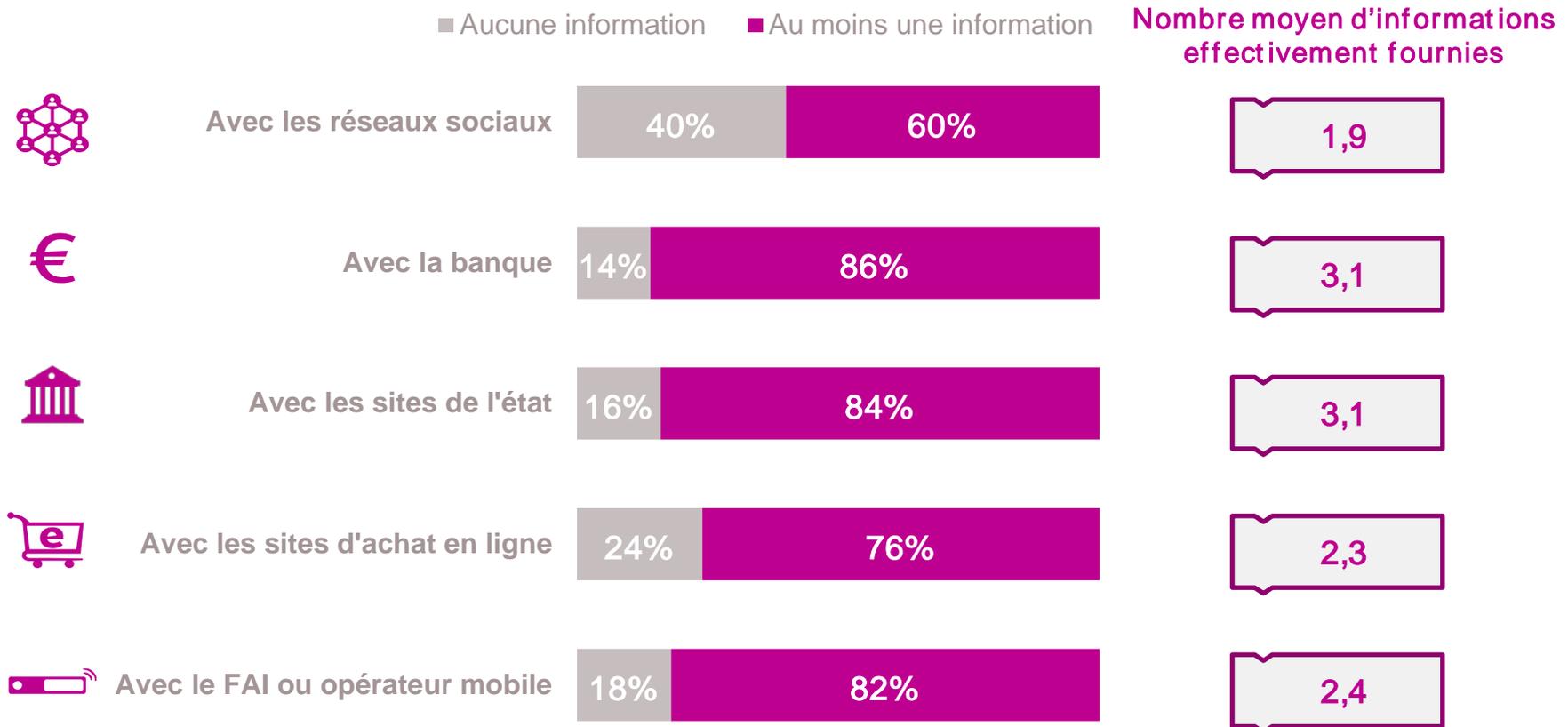
▶ Question : Parmi les éléments ci-dessous, à qui fournissez-vous ces informations ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Nombre d'informations personnelles effectivement partagées

La banque et les sites de l'Etat sont les acteurs avec qui les Internautes partagent le plus leurs informations personnelles. Il s'agit des acteurs qui requiert le plus d'éléments d'identification pour utiliser le service. Les Internautes partagent un nombre moins important d'informations sur les réseaux sociaux (1,9 informations vs 3,1 pour la banque ou les sites de l'Etat).



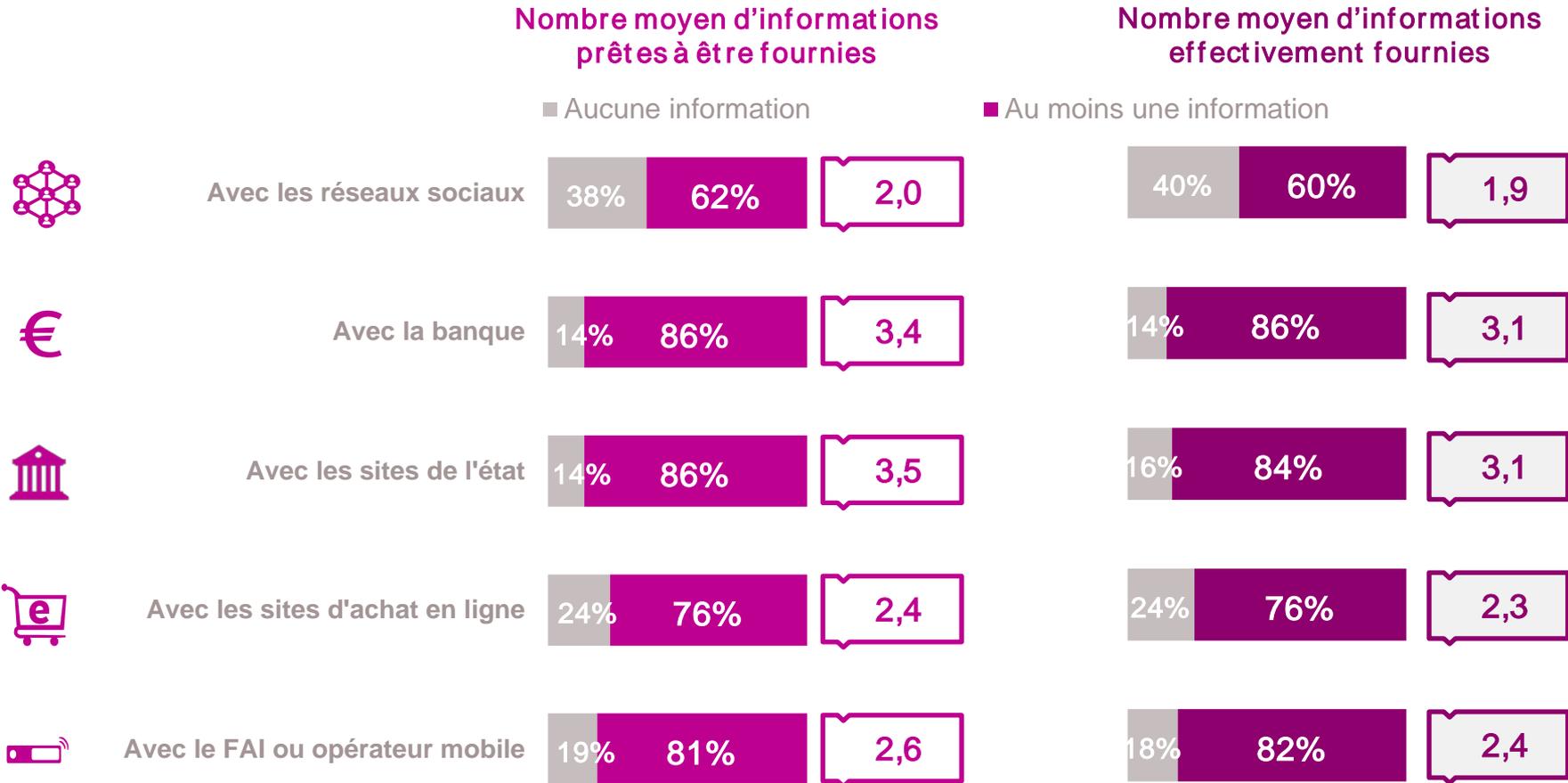
► Question : Parmi les éléments ci-dessous, à qui fournissez-vous ces informations ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Nombre d'informations personnelles prêtes à être partagées vs nombre d'informations effectivement partagées

De manière générale, les Internautes fournissent autant d'information que ce qu'ils souhaiteraient partager idéalement avec chaque acteur. Dans la pratique, les Internautes fournissent effectivement les informations qu'ils sont prêts à partager.



► Question : Parmi les élément ci-dessous, si vous aviez le choix, à qui seriez-vous prêt à fournir ces informations ?

► Question : Parmi les élément ci-dessous, à qui fournissez-vous ces informations ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Non-partage d'informations avec aucun acteur sur Internet

La même part d'Internautes qui souhaiteraient ne fournir aucune information à aucun acteur, n'en fournissent effectivement aucune. Plus des trois quarts des Internautes qui ne souhaiteraient ne fournir aucune information, déclarent ne fournir effectivement aucune information.



**11%**  
Des Internautes

Ne fournissent aucune information à aucun acteur sur Internet

Et ...



**10%**  
Des Internautes

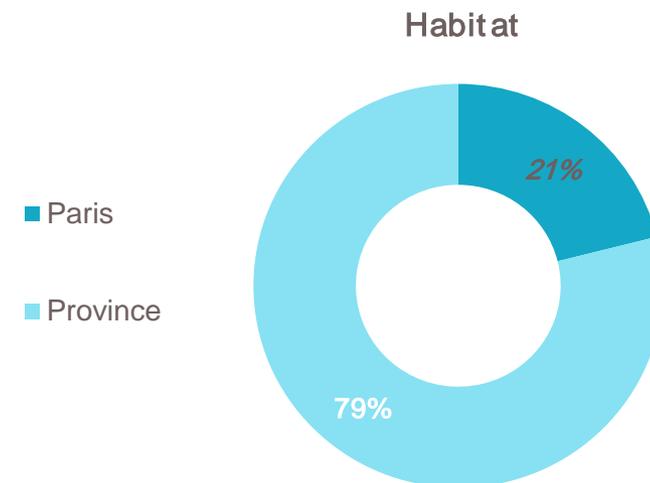
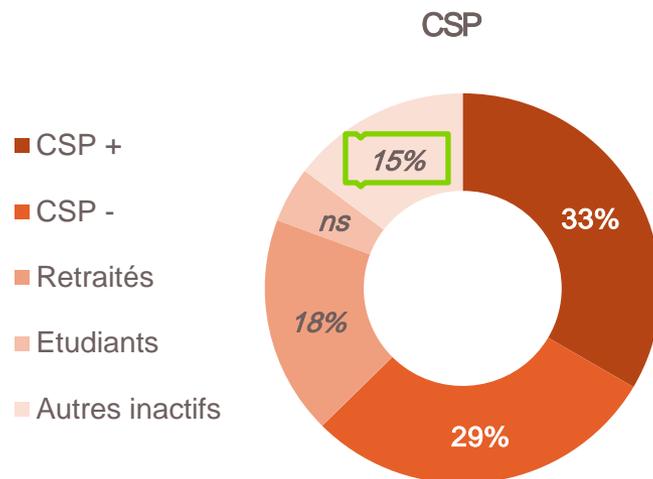
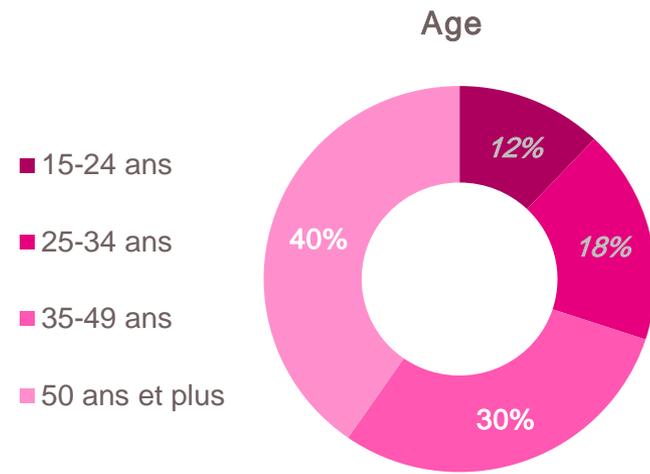
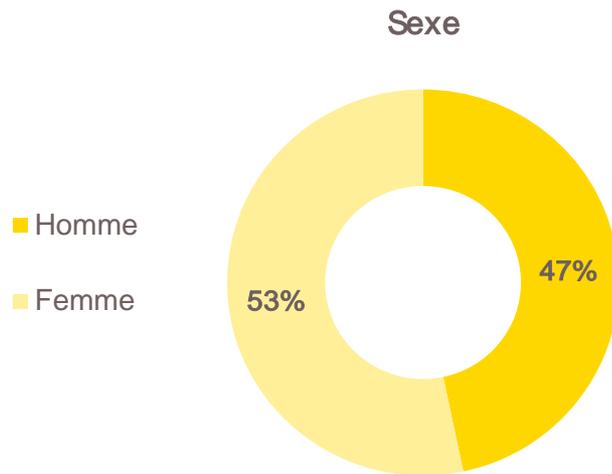
Souhaiteraient, s'ils avaient le choix, ne fournir aucune information à aucun acteur

Parmi eux, 77% ne fournissent effectivement aucune information à aucun acteur sur Internet

- ▶ Question : Parmi les éléments ci-dessous, si vous aviez le choix, à qui seriez-vous prêt à fournir ces informations ?
- ▶ Question : Parmi les éléments ci-dessous, à qui fournissez-vous ces informations ?
- ▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

## Profils des Internautes ne souhaitant fournir aucune information

Le profil des Internautes ne souhaitant fournir aucune information est proche du profil de l'ensemble des Internautes, avec une part plus importante d'autres inactifs.



15% Différence significative positive par rapport à l'ensemble des Internautes

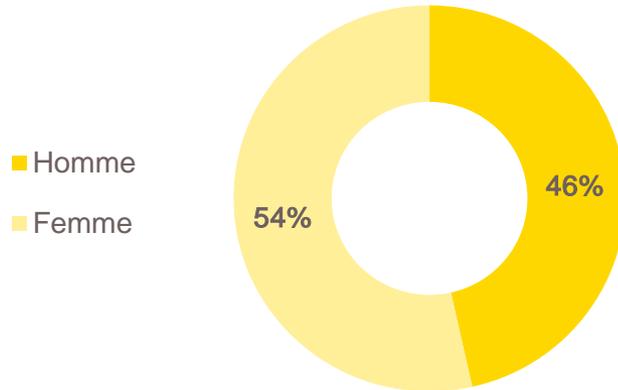
► Base : Internautes de 15 ans et plus qui souhaiteraient ne fournir aucune information sur Internet (n=207)

## Profils des Internautes qui ne fournissent aucune information

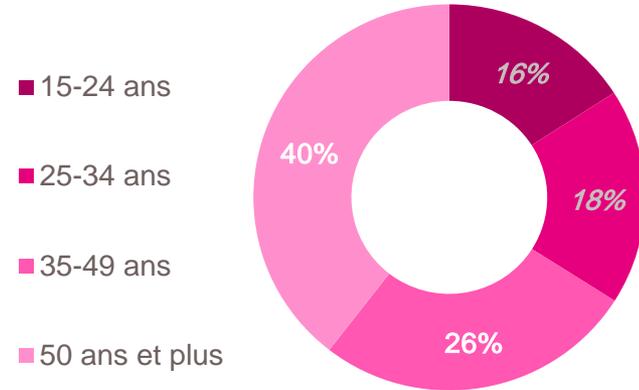
Le profil des Internautes qui ne fournissent aucune information sur Internet est similaire à celui des Internautes qui ne souhaitent fournir aucune information sur Internet.



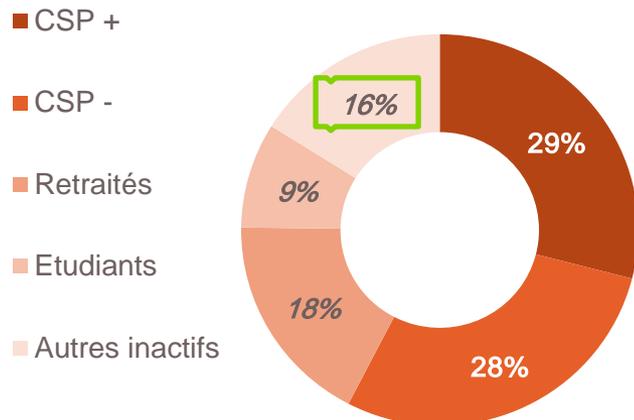
Sexe



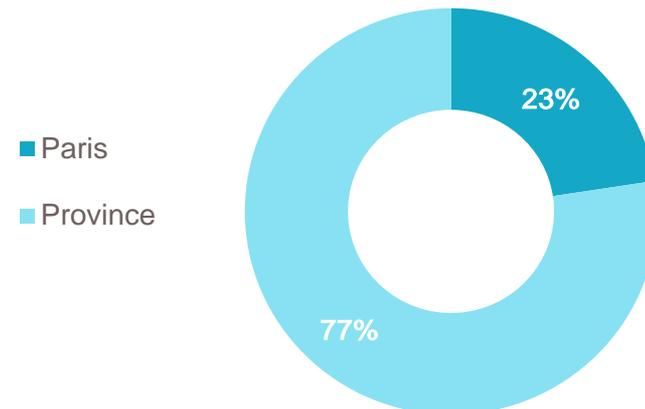
Age



CSP



Habitat



Différence significative positive par rapport à l'ensemble des Internautes

► Base : Internautes de 15 ans et plus qui ne fournissent aucune information sur Internet (n=288)



## Manière de s'identifier selon les services utilisés

Plus d'1 Internaute sur 10 adapte sa navigation pour visiter uniquement des sites qui ne requièrent pas son identification. Plus le site nécessite des informations réelles pour bénéficier pleinement du service, plus les Internautes utilisent leurs véritables noms et prénoms.



**11%** des Internautes naviguent uniquement sur des sites qui ne nécessitent pas de s'identifier.

- Vos véritables nom et prénom correctement orthographiés
- Une fausse identité, avec de faux nom et prénom
- Un pseudonyme

**ST Fausse identité ou pseudonyme**



Sur les forums, blogs ou sites d'actualité

▶(n=1 139)



83%



Sur les réseaux sociaux habituels, non professionnels

▶(n=1 350)



49%



Pour diverses inscriptions et demandes d'informations en ligne

▶(n=1 521)



35%



Sur les réseaux sociaux professionnels

▶(n=910)



32%



Sur les sites d'achat en ligne

▶(n=1 647)



12%

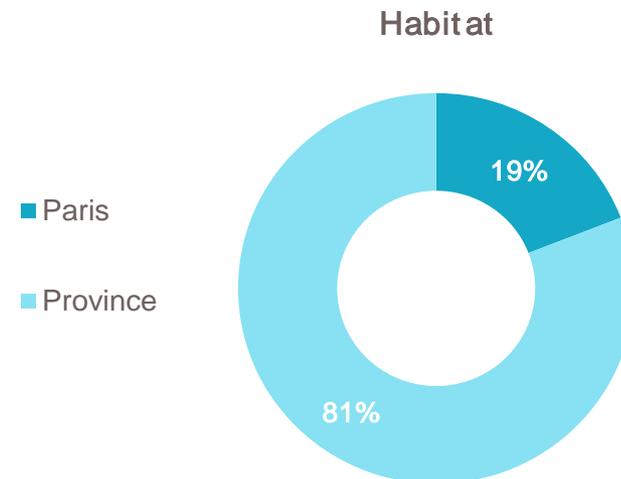
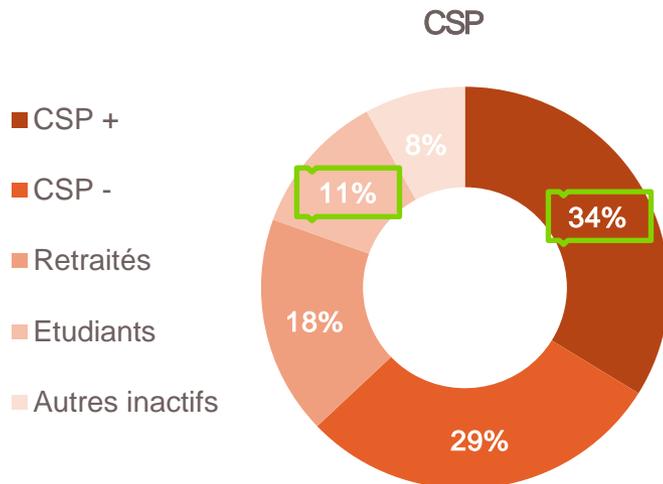
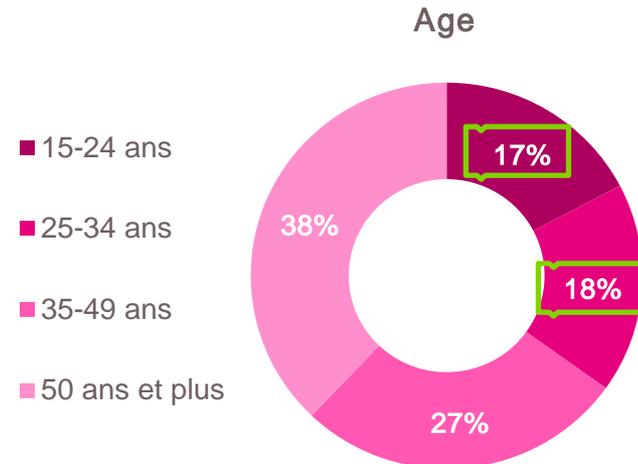
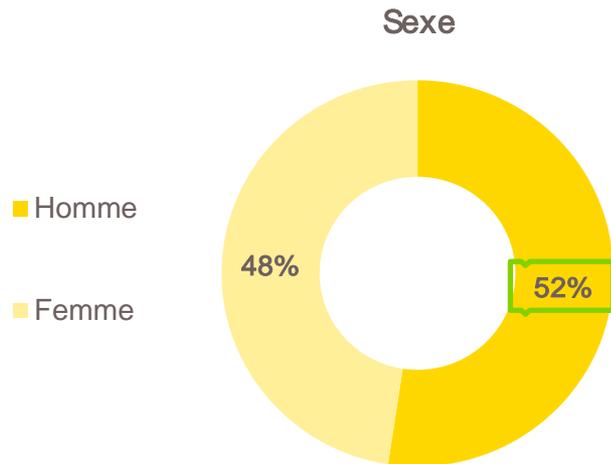
▶Question : Dans les situations suivantes, lorsque vous êtes amené à vous identifier sur Internet, vous fournissez...

▶Base : Internautes de 15 ans et plus utilisateurs de chaque service



## Profil des Internautes utilisant un pseudonyme ou une fausse identité

Par rapport à l'ensemble des Internautes, les utilisateurs d'un pseudonyme ou une fausse identité ont un profil plus masculin, plutôt âgé de 15-34 ans, CSP+ ou étudiants.



Différence significative positive par rapport à l'ensemble des Internautes

► Base : Internautes de 15 ans et plus utilisant un pseudonyme ou une fausse identité sur Internet (n=1 244)



## Nombre de moyens d'identification possédés

La majorité des Internautes possèdent plusieurs moyens d'identification sur Internet (entre 2 et 5 moyens d'identifications généralement). Si près de 9 Internautes sur 10 possèdent un pseudonyme sur Internet, moins d'un tiers utilisent une fausse identité.

■ Je n'en utilise pas ■ 1 uniquement ■ 2 à 5 ■ 6 à 10 ■ Plus de 10

ST Au moins un ST Plusieurs



Adresse mail



xxxx

Mot de passe



Pseudonyme



Fausse identité, avec de faux nom et prénom



► Question : Parmi les moyens d'identification suivants, combien en possédez-vous ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

# 3

## Les usages spécifiques d'Internet



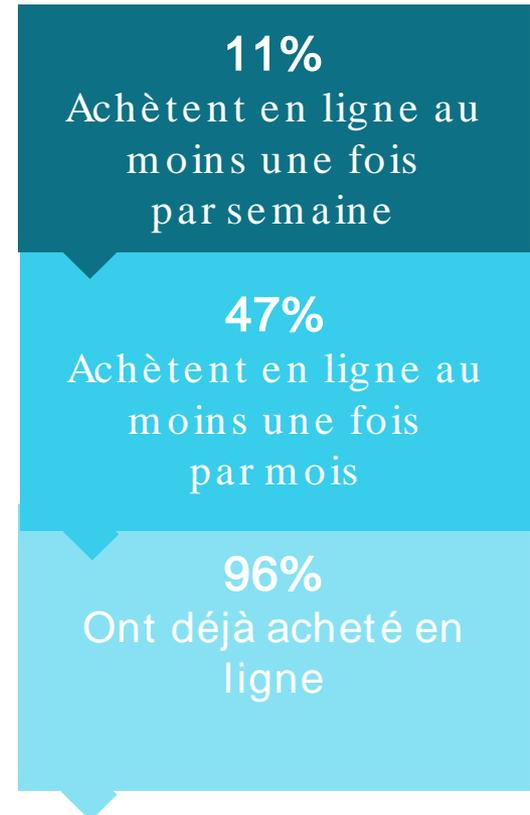
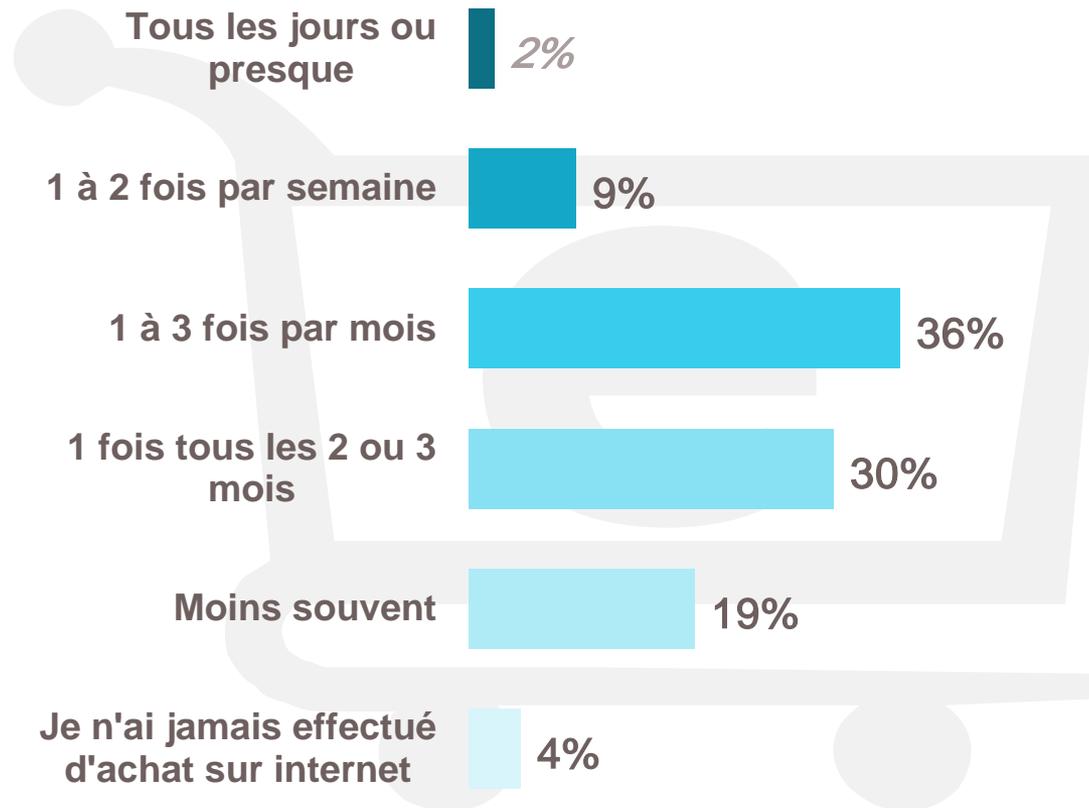
# 3.1

## L'achat en ligne



## Fréquence d'achat en ligne

La quasi-totalité des Internautes ont déjà effectué au moins une fois un achat en ligne, près de la moitié le font au moins une fois par mois.

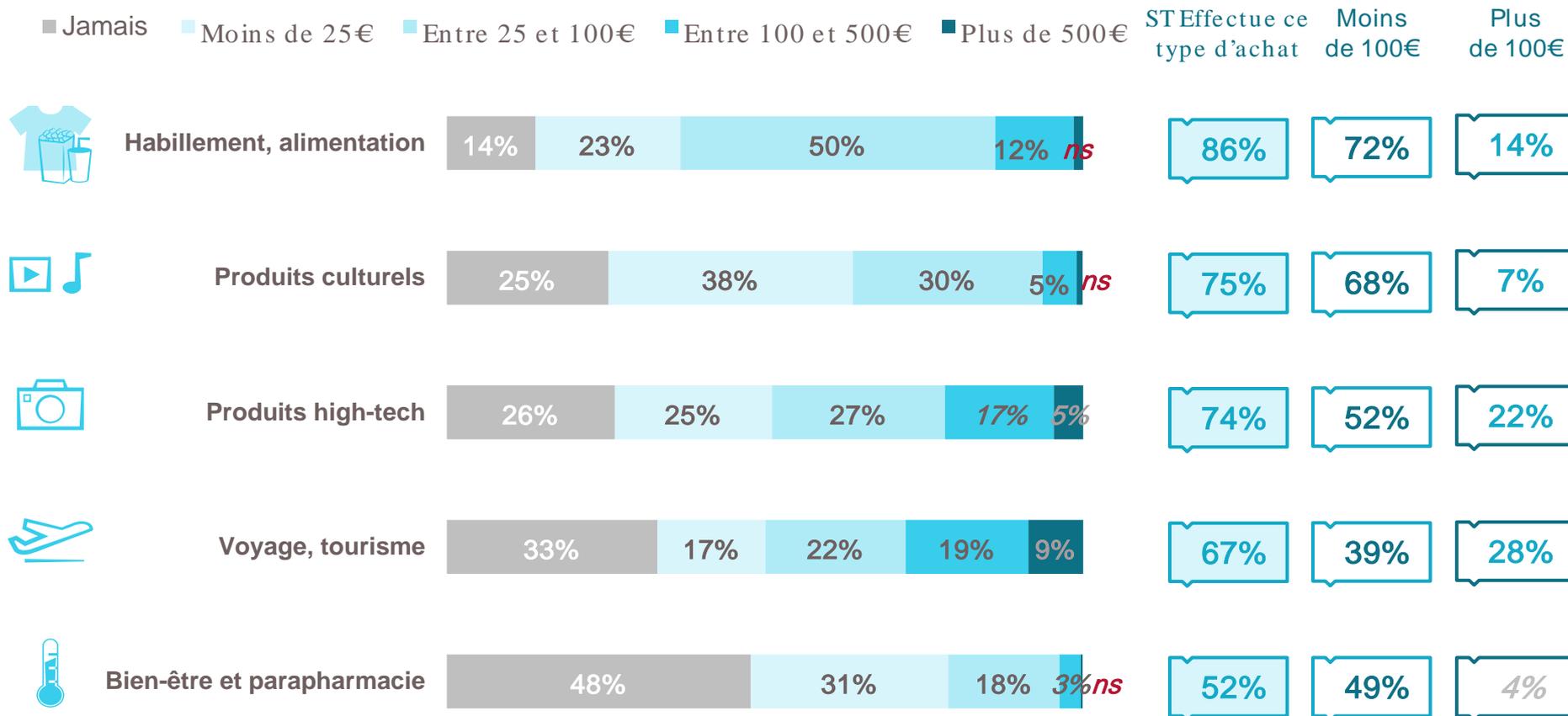


► Question : En moyenne, à quelle fréquence effectuez-vous un achat en ligne ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

## Dépenses moyennes mensuelles

Le secteur de l'habillement et de l'alimentation recense le plus grand nombre d'acheteurs. En revanche, ce sont sur le secteur du voyage et des produits high-tech que les dépenses sont les plus élevées.



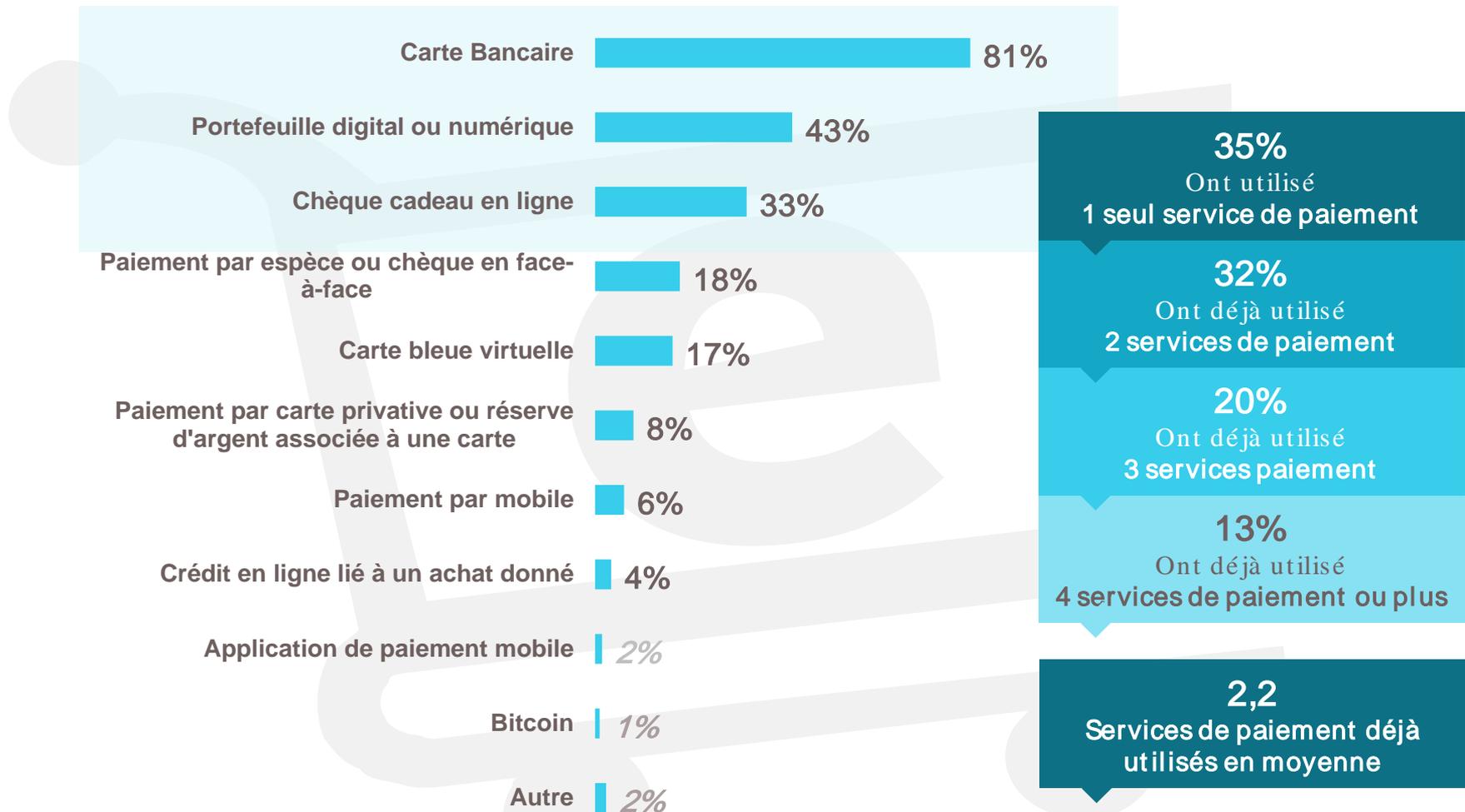
► Question : Parmi les catégories de produits suivantes, quelle somme dépensez-vous en moyenne par mois pour vos achats en ligne ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus qui effectuent des achats en ligne au moins une fois par mois (n=959)



## Services de paiement déjà utilisés en ligne

La carte bancaire est de loin le service de paiement en ligne le plus utilisé par les Internaute. Viennent ensuite le portefeuille digital ou numérique et les chèques-cadeaux en ligne. En moyenne, les cyber-acheteurs ont déjà utilisé 2,2 moyens de paiement en ligne.



► Question : Parmi les services de paiement ci-dessous, lesquels avez-vous déjà utilisés lors de vos achats sur Internet ?

► Base : Internaute de 15 ans et plus qui a déjà effectué un achat en ligne (n=1 962)

## Actions pour ne pas laisser de traces lors d'un achat en ligne

Renoncer à l'achat ou changer de moyen de paiement, pour ne pas laisser de traces, sont deux pratiques qui concernent plus d'un tiers des Internautes ayant déjà effectué des achats en ligne.

22%

Ont déjà changé leur moyen de paiement habituel pour en utiliser un plus anonyme

15%

Ont déjà renoncé à l'achat pour ne pas laisser de trace

65%

N'ont jamais renoncé à l'achat ou changé de moyen de paiement habituel pour ne pas laisser de traces



35%

ont déjà renoncé à l'achat ou changé de moyen de paiement pour ne pas laisser de traces sur internet



► Question : Lors d'un achat en ligne, pour ne pas laisser de traces de votre achat (visibles par votre entourage, votre banque, l'Etat,...) il vous est déjà arrivé de...

► Base : Internautes de 15 ans et plus qui a déjà effectué un achat en ligne (n=1 962)



## Opinion sur les systèmes de recommandation

Les systèmes de recommandation de produits ou services sont perçus comme trop intrusifs par la majorité des Internaute. Plus d'un tiers perçoivent des avantages ou apprécient les recommandations.

■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord

STD'accord



Je trouve cela trop intrusif



Cela me permet de gagner du temps dans mes recherches



Cela m'aide dans mes choix, ces recommandations sont souvent pertinentes



J'apprécie d'avoir des recommandations personnalisées et leur fais confiance

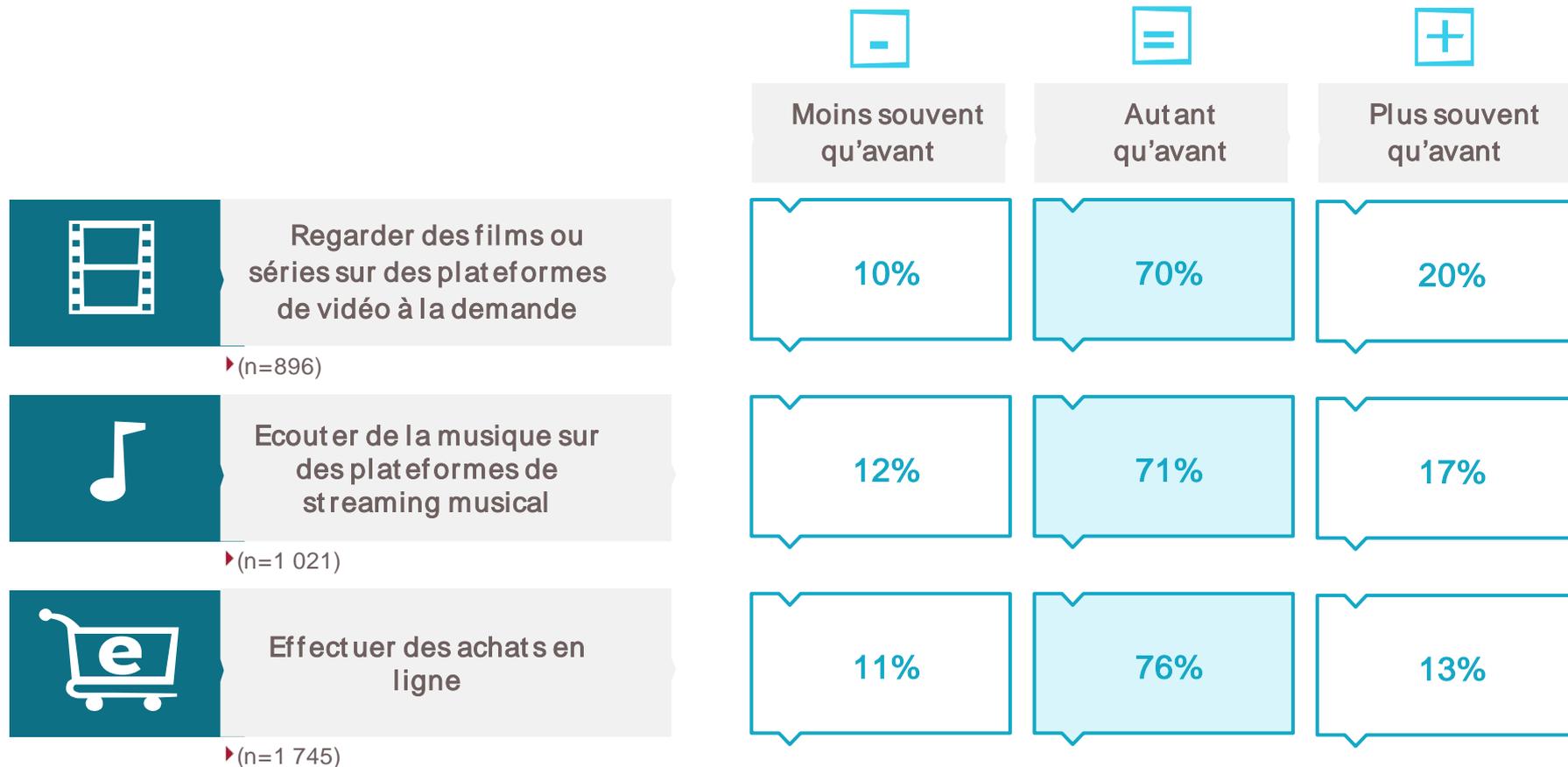


► Question : Certains sites vous recommandent des produits ou services, d'après vos habitudes de navigation sur Internet, qui sont susceptibles de vous intéresser. Que pensez-vous de ces systèmes de recommandations ?

► Base : Internaute de 15 ans et plus (n=2 051)

## Impact des recommandations sur la consommation

Les systèmes de recommandation ont un impact faible sur le niveau de consommation de vidéos à la demande, sur l'écoute de musique en streaming ou encore sur les achats en ligne des Internautes. En effet, la majorité déclare consommer ces contenus autant qu'avant.



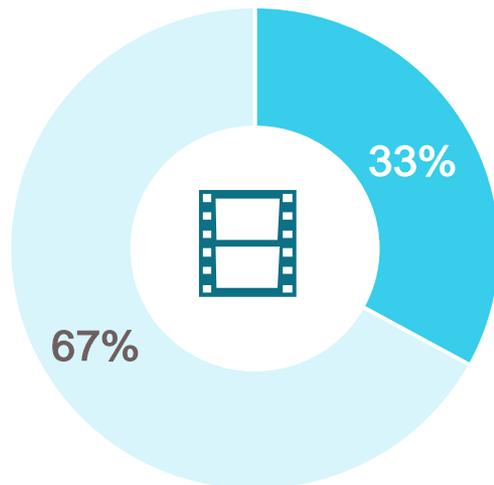
▶ Question : Les systèmes de recommandation vous suggèrent de consulter des contenus et d'acheter des produits ou services. Depuis que vous voyez ou recevez ces recommandations, avez-vous l'impression...?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus qui pratiquent chacune des activités (n=2 051)

## Influence des recommandations sur la consommation

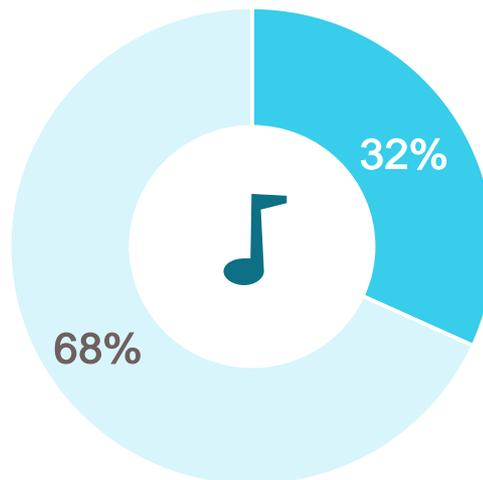
Un tiers des Internautes reconnaissent que les systèmes de recommandation leur ont permis de découvrir de nouveaux contenus sur les plateformes de VOD ou de streaming musical. L'influence sur les achats en ligne est plus réservée.

- Oui, cela m'a permis de découvrir d'autres contenus ou d'autres types de produits
- Non, cela n'a pas modifié mes habitudes de consommation



Recommandations pour regarder des films ou séries sur des plateformes de vidéo à la demande

▶(n=896)



Recommandations pour écouter de la musique sur des plateformes de streaming musical

▶(n=1 021)



Recommandations pour effectuer des achats en ligne

▶(n=1 745)

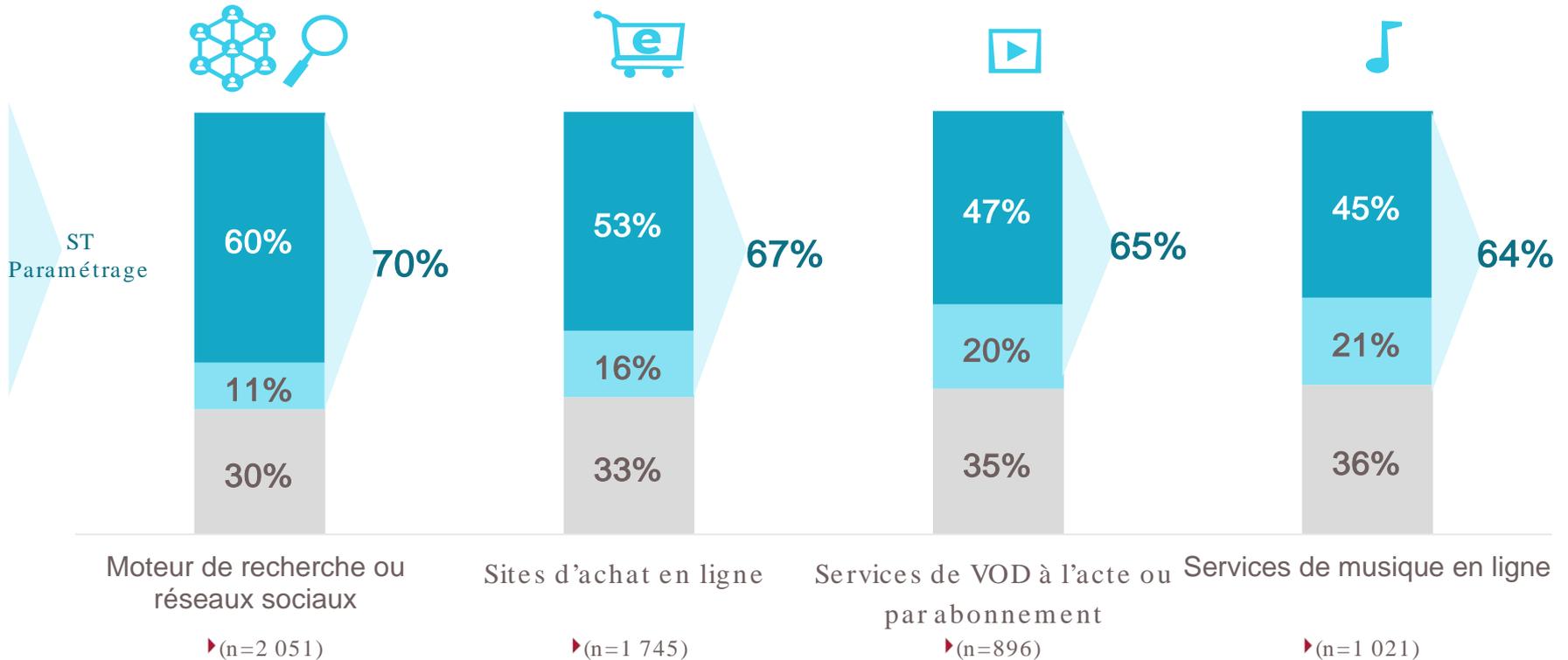
▶Question : Depuis que vous voyez ou recevez ces recommandations, avez-vous l'impression que cela a modifié vos habitudes ou votre consommations...?

▶Base : Internautes de 15 ans et plus qui pratiquent chacune des activités (n=2 051)

## Raisons de paramétrage du compte

Le paramétrage des comptes est une démarche largement entreprise par les Internautes, celle-ci a notamment plus pour vocation de réduire le flux d'informations collectées, que de profiter des recommandations qui peuvent être émises par les sites.

- Pour limiter les informations qui sont collectées
- Pour recevoir des recommandations qui correspondent mieux à mes goûts
- Je ne règle pas les paramètres de confidentialité et de préférences de mes comptes pour ce type de service



▶ Question : Pour quelles raisons réglez-vous les paramètres de confidentialité et de préférence de vos comptes sur Internet ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus qui utilisent chacun des services (n=2 051)



## Paramétrage des comptes des Internautees qui souhaiteraient ne fournir aucune information ou qui ne fournissent aucune information à aucun acteur

Les Internautees qui souhaiteraient ne fournir aucune information ou qui ne fournissent aucune information à aucun acteur, sont particulièrement vigilants à paramétrer leurs différents comptes pour limiter les informations qui sont collectées.

- Internautees qui souhaiteraient ne fournir aucune information à aucun acteur
- Internautees qui ne fournissent aucune information à aucun acteur
- Ensemble des Internautees

### Paramètrent leurs comptes sur Internet pour limiter les informations qui sont collectées



Moteur de recherche ou réseaux sociaux



Sites d'achat en ligne



Services de VOD ou SVOD



Services de musique en ligne



 Ecart significatif par rapport à l'ensemble des Internautees

► Question : Pour quelles raisons réglez-vous les paramètres de confidentialité et de préférence de vos comptes sur Internet ?

► Base : Internautees de 15 ans et plus qui utilisent chacun des services (n=2 051) ; qui souhaiteraient ne fournir aucune information à aucun acteur (n=207) ; qui ne fournissent aucune information à aucun acteur (n=288).

# 3.2

## Attitude face à la publicité en ligne



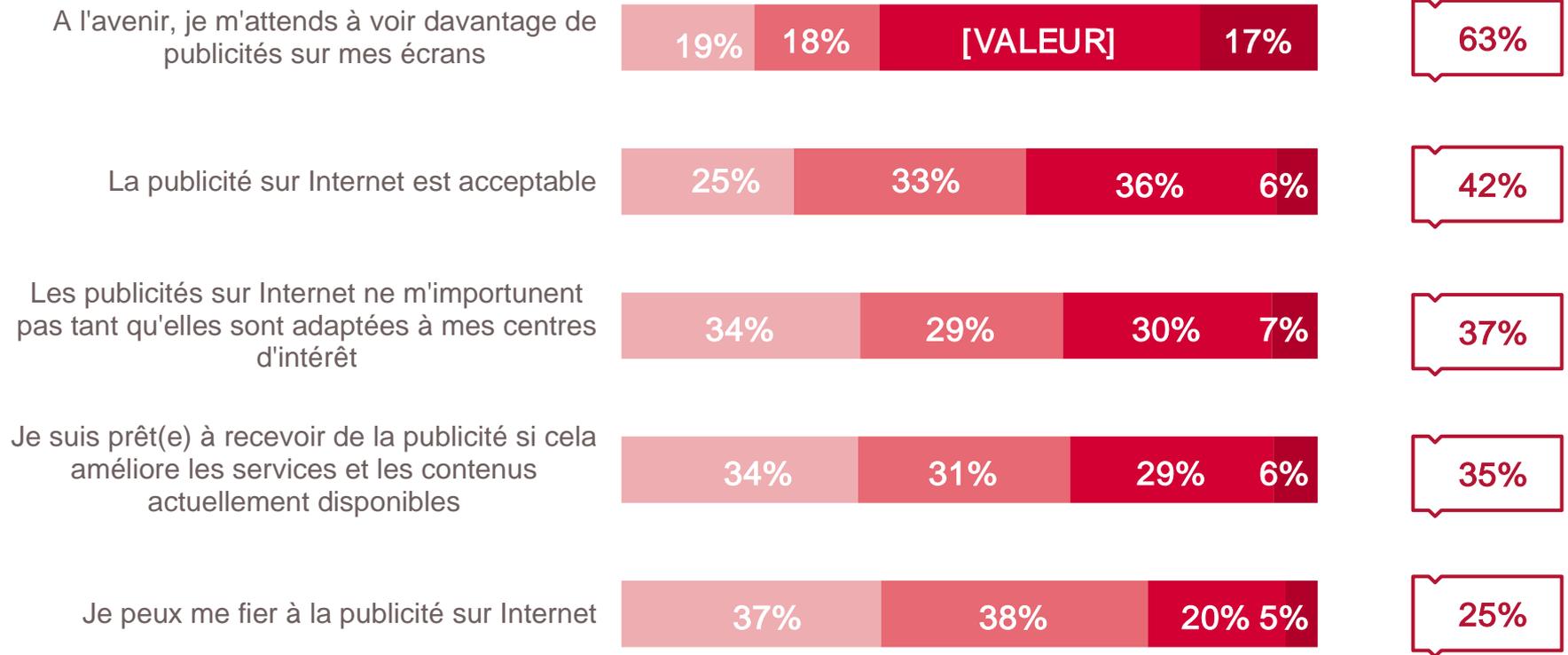


## Opinion sur la publicité

Plus de 6 Internaute sur 10 s'attendent à une augmentation du volume de publicités sur les écrans à l'avenir. Si plus de 4 Internaute sur 10 estiment que la publicité sur Internet est acceptable, seuls un quart des Internaute considèrent qu'ils peuvent s'y fier.

■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord

STD'accord



► Question : Dans quelles mesures êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants ?

► Base : Internaute de 15 ans et plus (n=2 051)

## Utilisation d'un bloqueur de publicité

Plus de la moitié des Internautes ont déjà utilisé un bloqueur de publicité, principalement sur un ordinateur.



**55%**

Des Internautes ont déjà utilisé un bloqueur de publicité sur au moins un écran

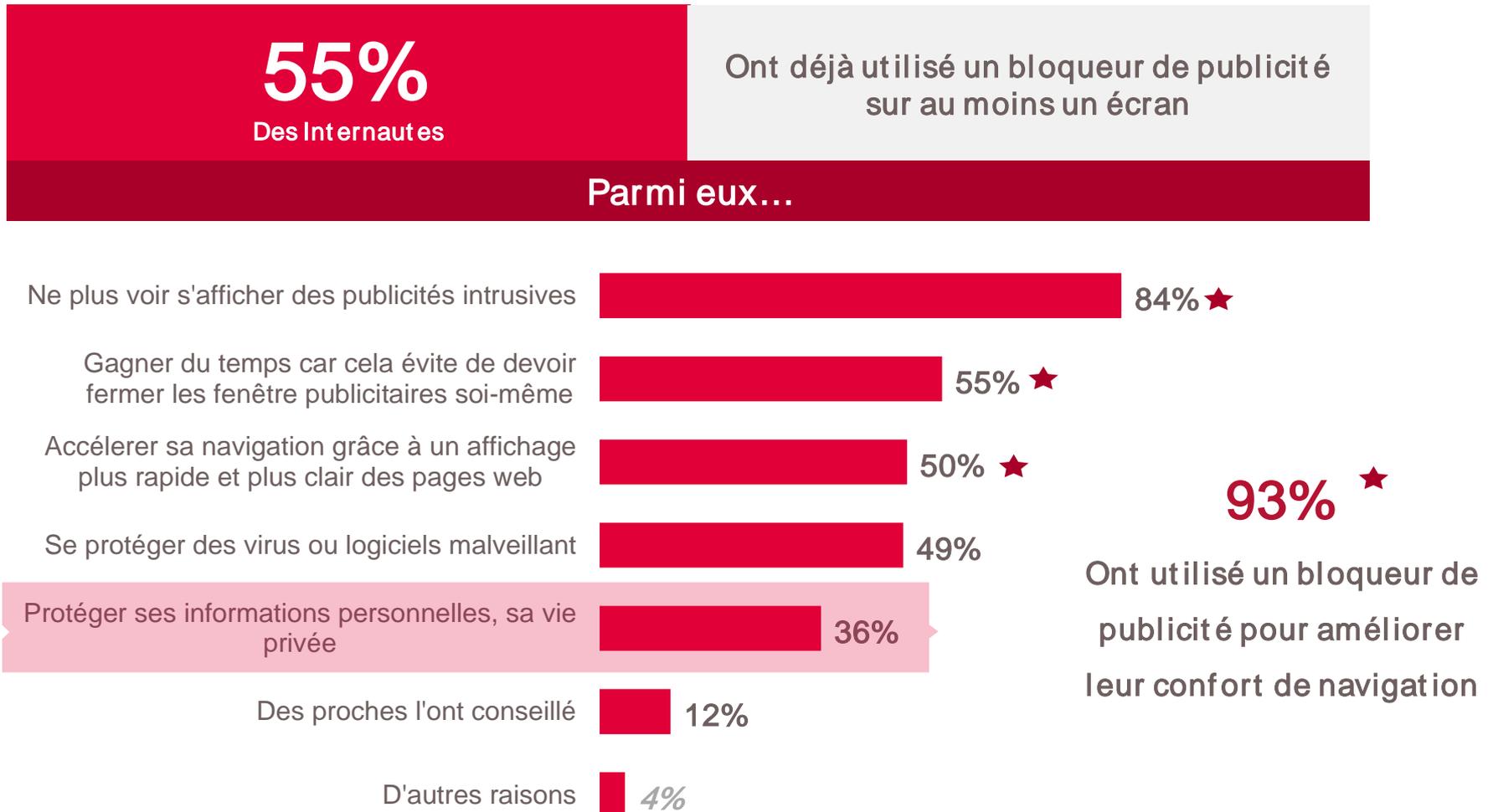
► Question : Avez-vous déjà utilisé un bloqueur de publicité (adblocker), c'est-à-dire un système permettant de filtrer l'affichage des publicités sur votre écran lors de votre navigation sur Internet ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Raisons d'utilisation d'un bloqueur de publicité

L'utilisation d'un bloqueur de publicité est largement motivée par la volonté d'améliorer le confort de navigation. Pour plus d'un tiers, l'utilisation d'un bloqueur de publicité est portée par le souhait de protéger ses informations personnelles et sa vie privée.



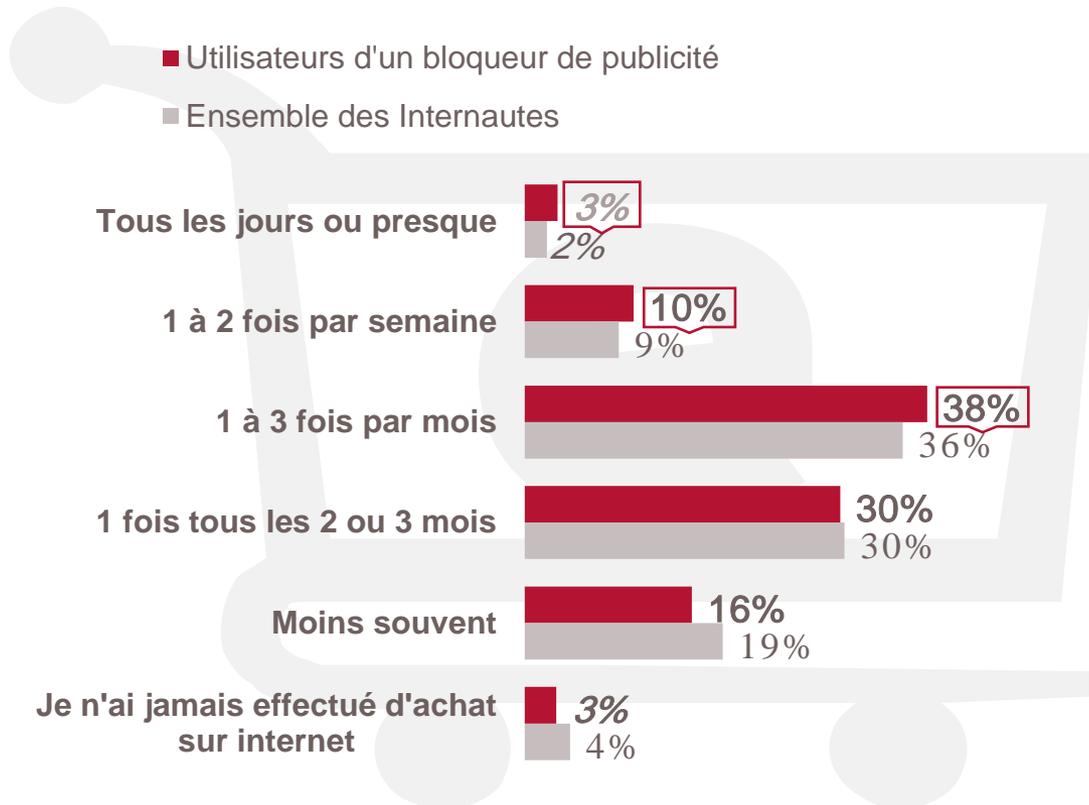
► Question : Pour quelle(s) raison(s) utilisez-vous un bloqueur de publicité (adblocker) ?

► Base : Internaut es de 15 ans et plus et qui utilise un bloqueur de publicité (n=1 126)

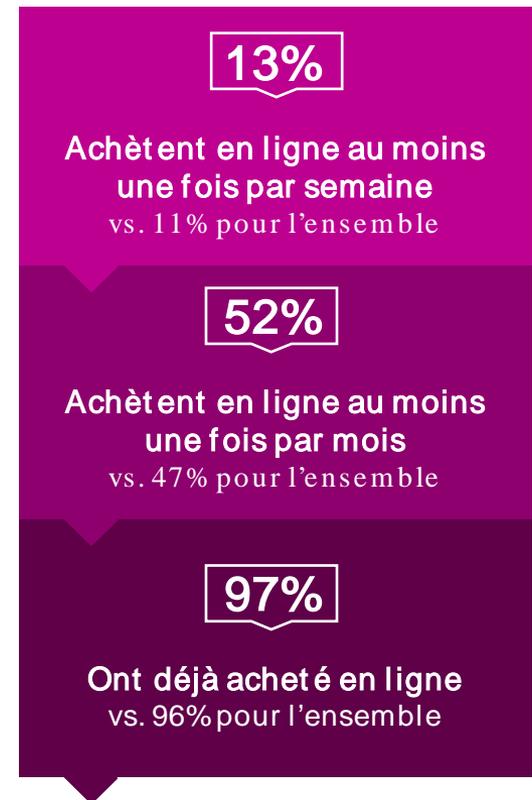


## Fréquence d'achat en ligne des utilisateurs d'un bloqueur de publicité

Les utilisateurs d'un bloqueur de publicité achètent plus fréquemment sur Internet que l'ensemble des Internautes. Le fait de se protéger des publicités sur Internet n'est pas un frein à l'achat, mais un moyen d'acheter plus confortablement en ligne.



### Utilisateurs d'un bloqueur de publicité



**27%** des utilisateurs d'un bloqueur de publicité ont déjà **changé de moyen de paiement** pour ne pas laisser de traces sur Internet (vs. 22% pour l'ensemble)



Ecart significatif par rapport à l'ensemble des Internautes

- ▶ Question : En moyenne, à quelle fréquence effectuez-vous un achat en ligne ?
- ▶ Base : Internautes de 15 ans et plus et qui utilise un bloqueur de publicité (n=1 126)

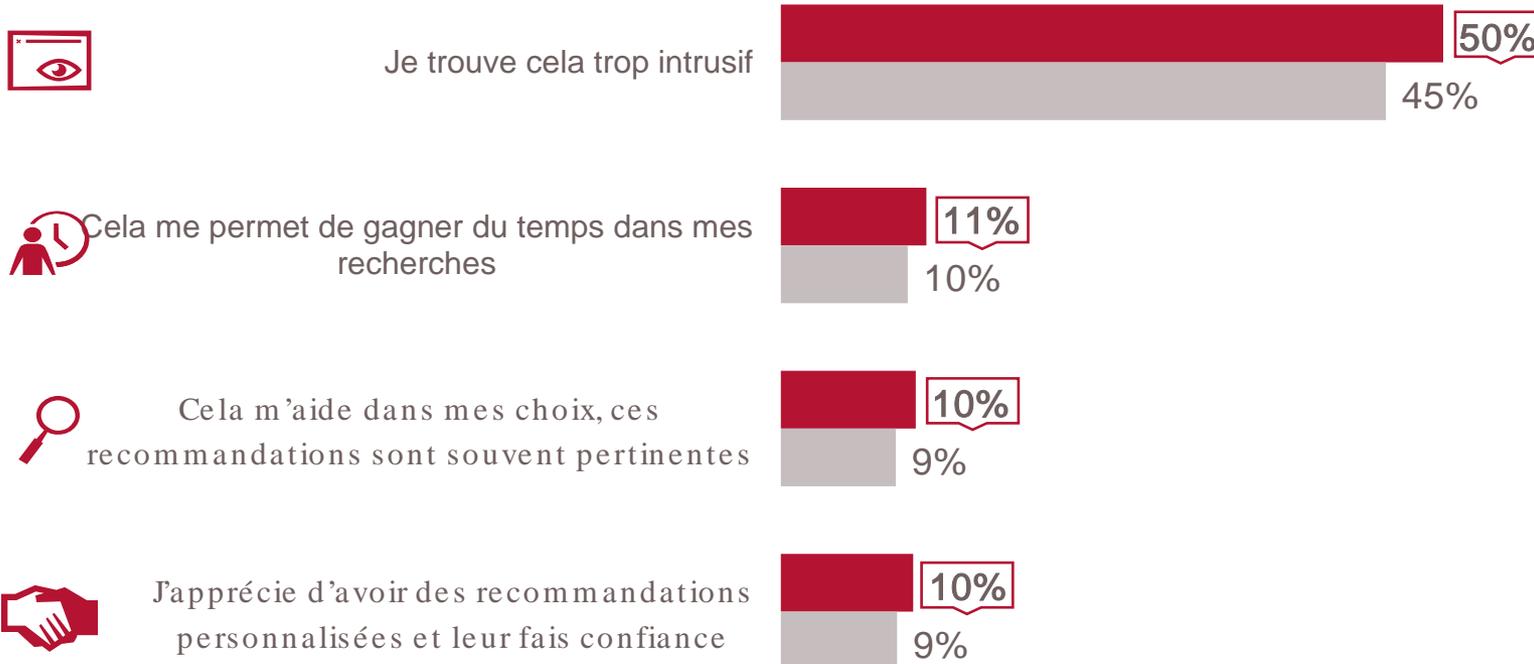


## Opinion sur les systèmes de recommandation par les utilisateurs d'un bloqueur de publicité

Les utilisateurs d'un bloqueur de publicité apprécient particulièrement les avantages offerts par les systèmes de recommandation, mais ils sont également plus nombreux que l'ensemble des Internautes à trouver ces systèmes intrusifs.

■ Utilisateurs d'un bloqueur de publicité  
■ Ensemble des Internautes

### Tout à fait d'accord avec les affirmations suivantes relatives aux systèmes de recommandation



Ecart significatif par rapport à l'ensemble des Internautes

▶ Question : Certains sites vous recommandent des produits ou services, d'après vos habitudes de navigation sur Internet, qui sont susceptibles de vous intéresser. Que pensez-vous de ces systèmes de recommandations ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus et qui utilise un bloqueur de publicité (n=1 126)

## Paramétrage des comptes en ligne des utilisateurs d'un bloqueur de publicité

Les utilisateurs d'un bloqueur de publicité sont davantage vigilants, que l'ensemble des Internaute, au paramétrage de leurs différents comptes sur Internet, notamment pour limiter les informations les concernant pouvant être collectées.

- Utilisateurs d'un bloqueur de publicité
- Ensemble des Internaute

### Règlent les paramètres de leur compte sur Internet ...

Sur les moteurs de recherche ou sur les réseaux sociaux



Sur les sites d'achat en ligne



Sur les services de musique en ligne



### Utilisateurs d'un bloqueur de publicité

Dont **68%** pour limiter les informations collectées  
60% pour l'ensemble des Internaute

Dont **58%** pour limiter les informations collectées  
53% pour l'ensemble des Internaute

Dont **49%** pour limiter les informations collectées  
vs. 45% pour l'ensemble des Internaute

Ecart significatif par rapport à l'ensemble des Internaute

▶ Question : Pour quelles raisons réglez-vous les paramètres de confidentialité et de préférence de vos comptes sur Internet ?

▶ Base : Internaute de 15 ans et plus et qui utilise un bloqueur de publicité (n=1 126)

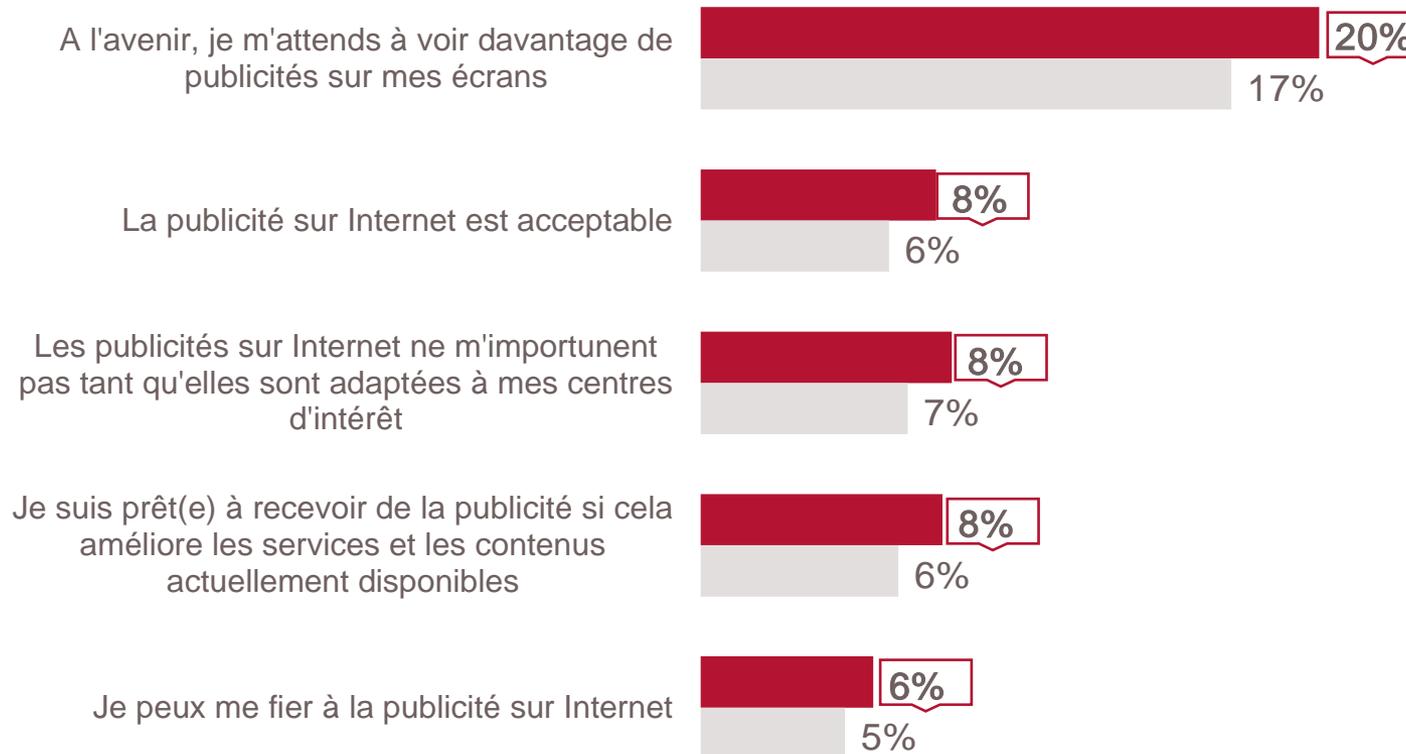


## Opinion sur la publicité en ligne des utilisateurs d'un bloqueur de publicité

Les utilisateurs d'un bloqueur de publicité, moins exposés à la publicité que l'ensemble des Internautes, sont de fait plus indulgents vis-à-vis des quelques publicités en ligne qu'ils reçoivent malgré l'installation d'un adblocker.

- Utilisateurs d'un bloqueur de publicité
- Ensemble des Internautes

### Tout à fait d'accord avec les affirmation suivantes relatives à la publicité sur Internet



 Ecart significatif par rapport à l'ensemble des Internautes

► Question : Dans quelles mesures êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus et qui utilise un bloqueur de publicité (n=1 126)

# 4

## Evolution du comportement face aux nouveaux usages



## Vigilance sur Internet

Près de la moitié des Internautes estiment ne pas être plus vigilants qu'avant sur Internet, par rapport à il y a quelques années.



54%

Des Internautes sont plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années

46%

Des Internautes ne sont pas plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années



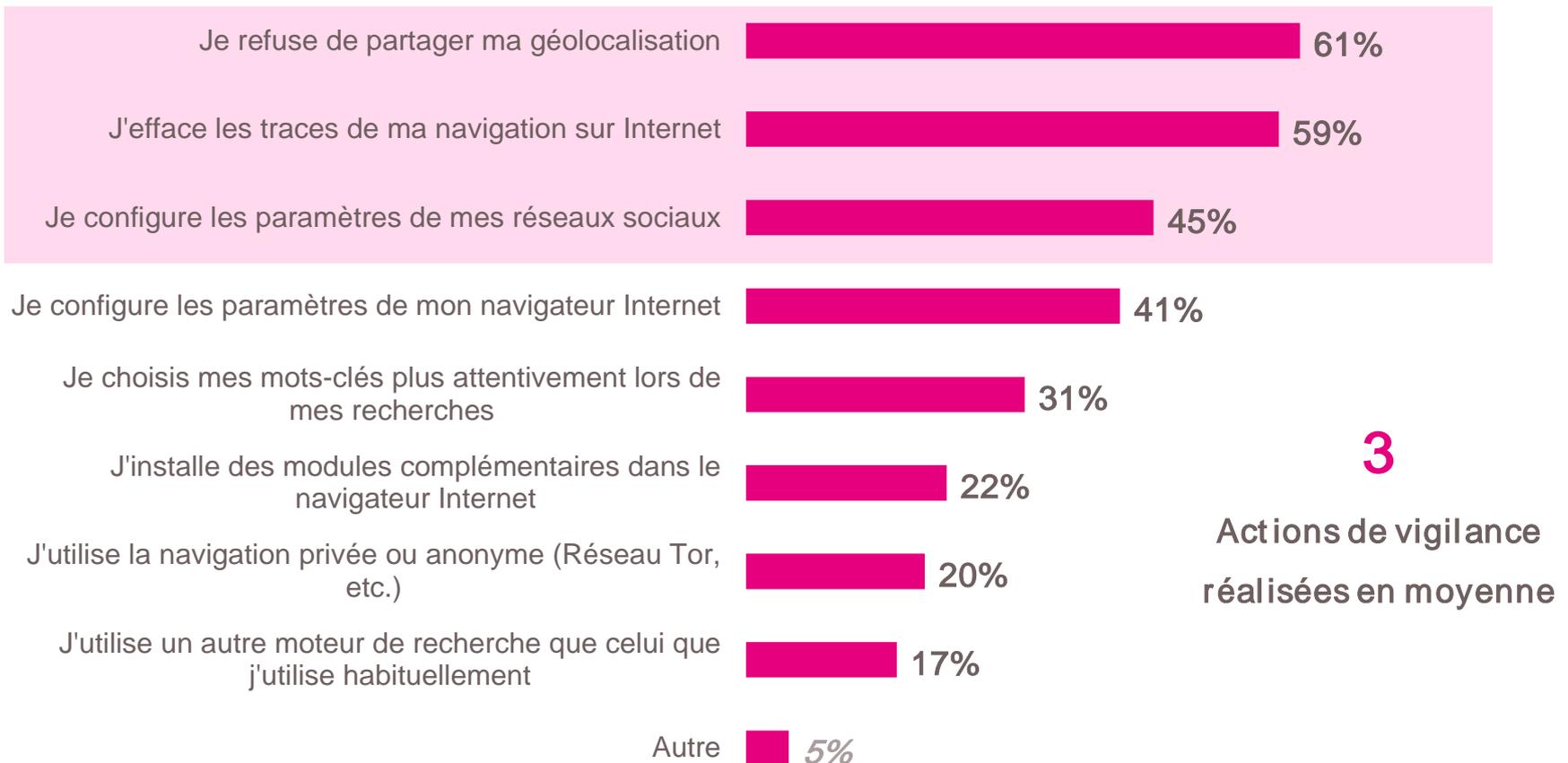
- ▶ Question : Pensez-vous être plus vigilant sur Internet par rapport à il y a quelques années ?
- ▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Actions réalisées en étant plus vigilant sur Internet par rapport à avant

L'augmentation de la vigilance des Internautes porte principalement sur la désactivation du partage de localisation, la suppression de traces de navigation sur Internet et le paramétrage de son compte sur les réseaux sociaux.

**54%** Des Internautes sont plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années. Parmi eux...



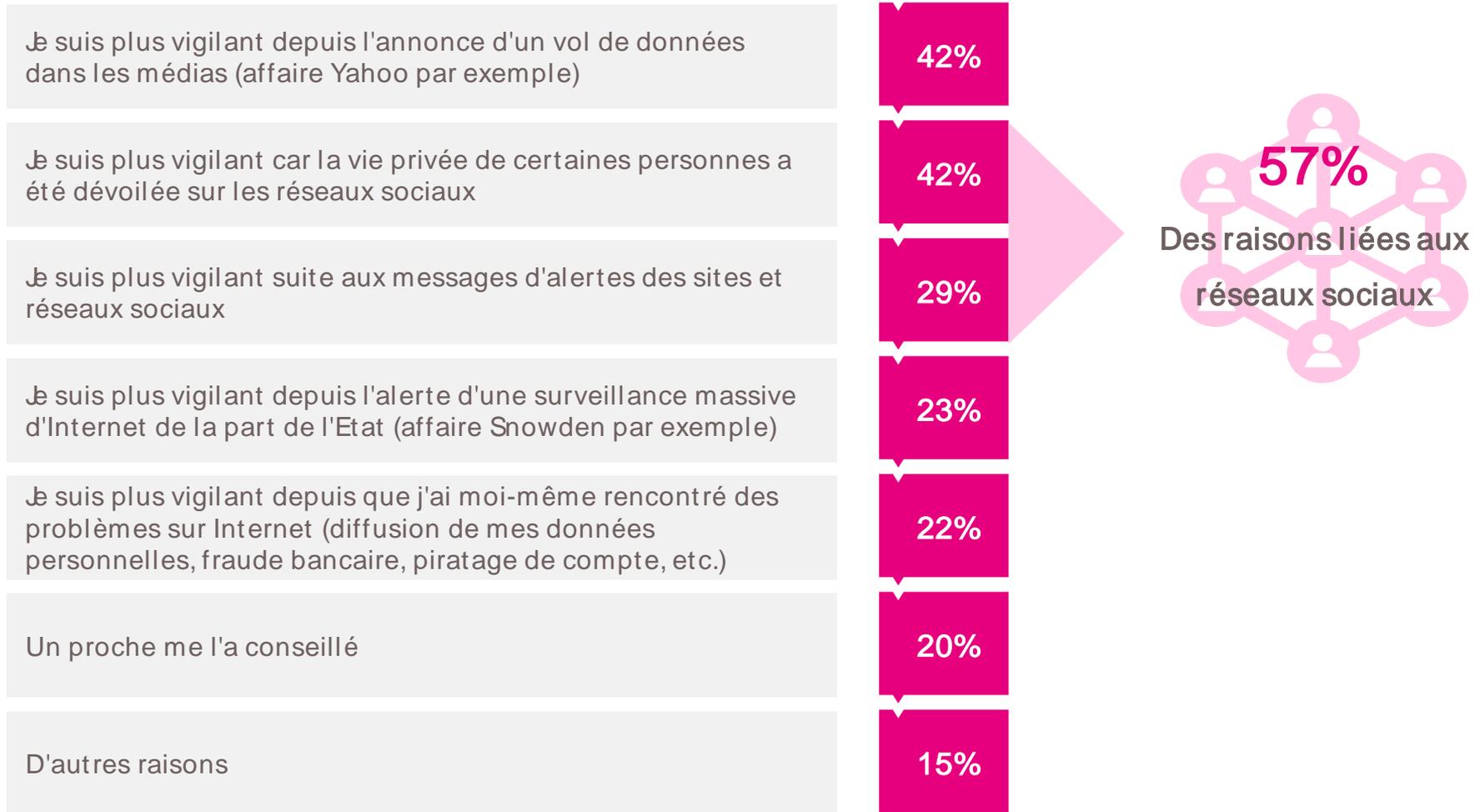
► Question : En quoi êtes-vous plus vigilant ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus qui sont plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années (n=1099)



## Raisons d'être plus vigilant sur Internet par rapport à avant

L'annonce d'un vol de données dans les médias a fortement incité les Internautes à être plus vigilants sur Internet. La prolifération des différents problèmes de vie privée sur les réseaux sociaux a également incité les Internautes a être plus vigilants qu'avant sur Internet.



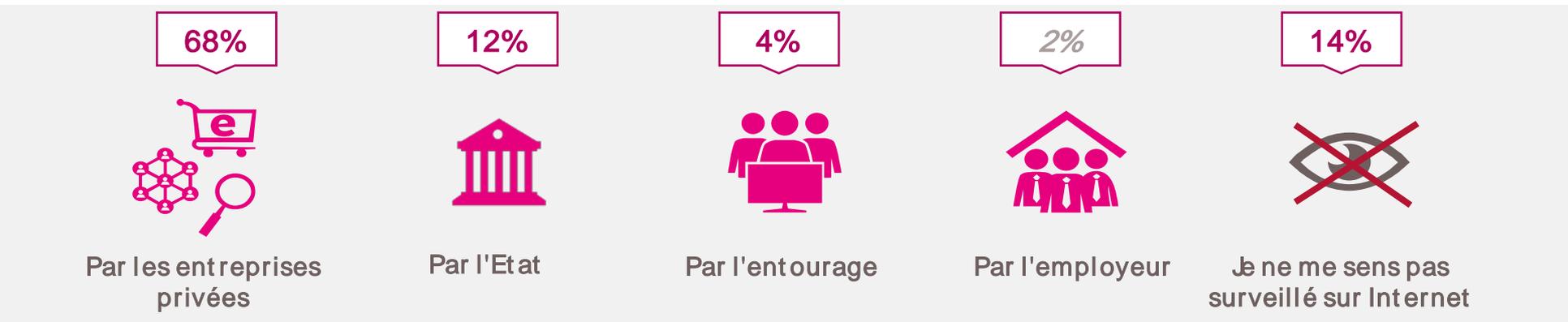
► Question : Pour quelle raison êtes-vous plus vigilant ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus qui sont plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années (n=1 099)



## Sentiment de surveillance sur Internet

Le sentiment de surveillance sur Internet concerne près de 9 Internautes sur 10. Les entreprises privées sont les premières soupçonnées de surveillance par les Internautes (moteurs de recherche, réseaux sociaux, sites de commerce électronique, etc.).



(moteurs de recherche, réseaux sociaux, sites de commerce électronique, etc.)



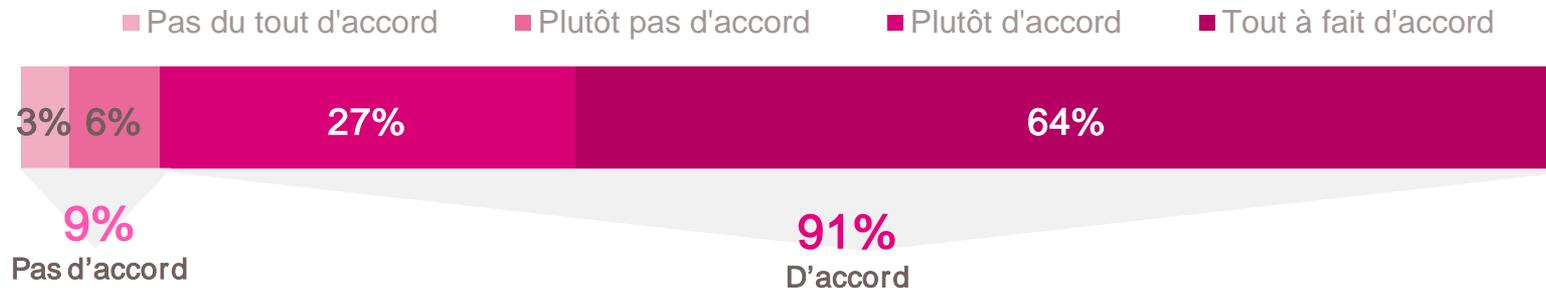
► Question : Par quel acteur vous sentez-vous le plus surveillé sur Internet ?  
► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



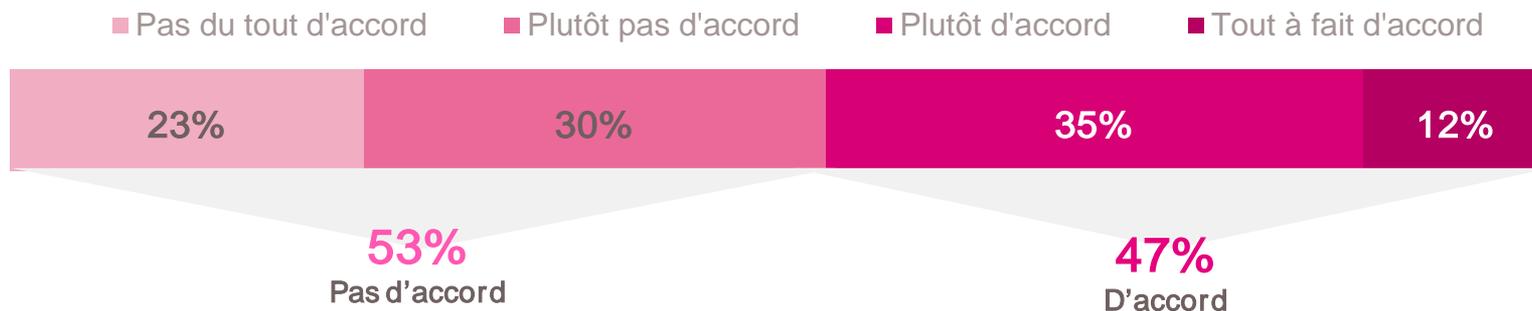
## Résignation du contrôle de ses données personnelles sur Internet

La quasi-totalité des Internautes s'accordent sur le fait qu'ils souhaitent conserver le contrôle de leurs informations sur Internet. Moins de la moitié se résignent à accepter l'idée qu'ils ont finalement peu de contrôle sur ce que les entreprises peuvent apprendre à leur sujet en ligne.

**Je veux garder le contrôle**  
sur ce que les entreprises et acteurs du numérique peuvent apprendre en ligne à mon sujet.



**J'accepte finalement l'idée que j'ai peu de contrôle**  
sur ce que les entreprises peuvent apprendre en ligne à mon sujet.



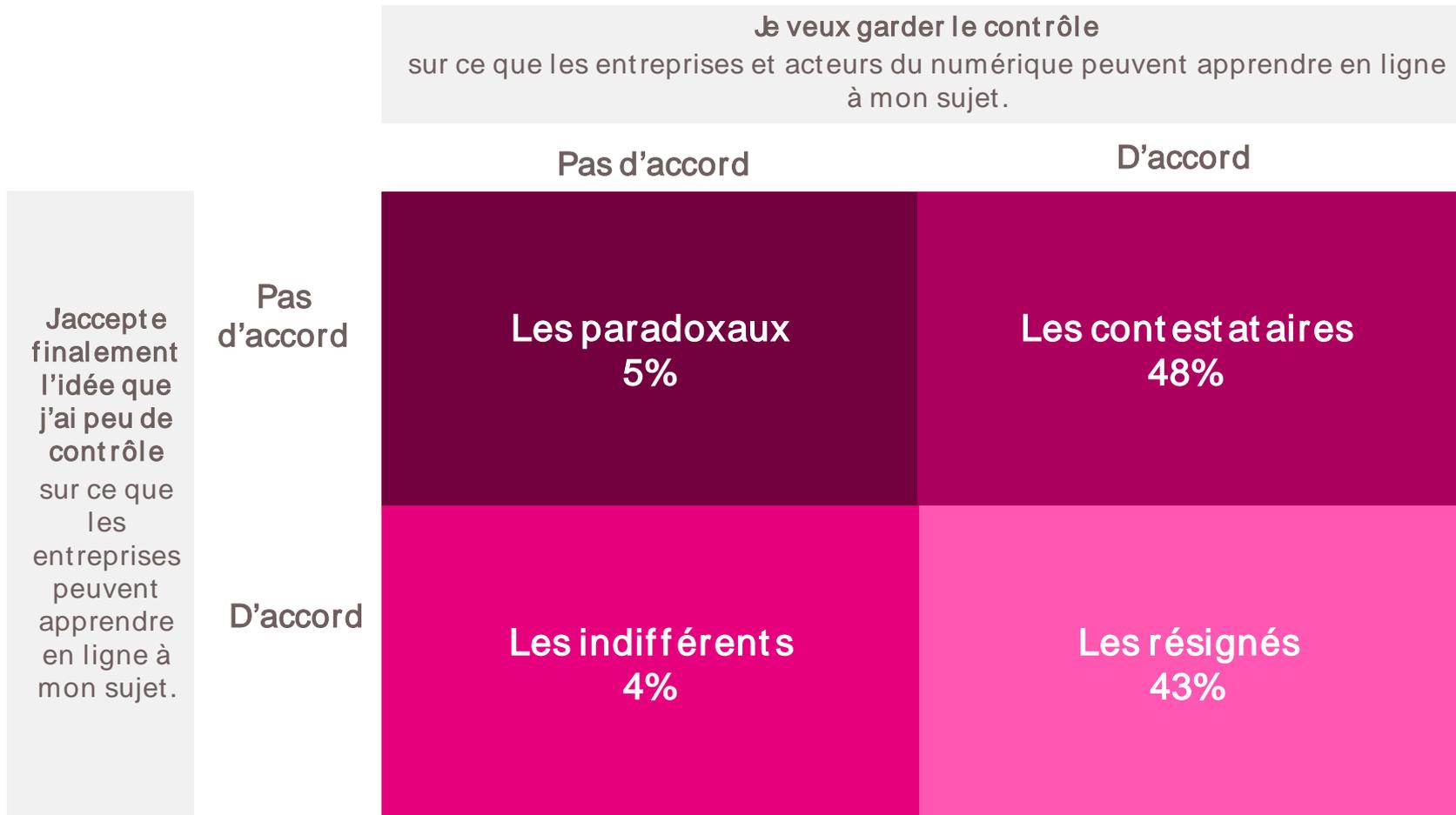
▶ Question : Etes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)



## Résignation du contrôle de ses données personnelles sur Internet

Plus de 4 Internaute sur 10 sont résignés, c'est-à-dire qu'ils ont la volonté d'avoir le contrôle sur ce que les entreprises et acteurs du numérique peuvent apprendre en ligne à leur sujet, mais acceptent que finalement, ils ont en réalité peu de contrôle sur leurs informations.



► Question : Etes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ?

► Base : Internaute de 15 ans et plus (n=2 051)



## Focus sur les caractéristiques des Internautes plus vigilants qu'avant (1/2)

Les Internautes plus vigilants qu'avant sur Internet sont plus méfiants vis-à-vis des acteurs présents sur Internet. Ils sont plus nombreux que l'ensemble des Internautes à souhaiter garder le contrôle sur leurs informations en ligne, mais ils sont également davantage résignés à admettre avoir finalement peu de contrôle.



**Veulent garder le contrôle sur leurs informations en ligne**  
vs. 91% pour l'ensemble

**94%**



**Se sentent surveillés sur Internet**  
vs. 86% pour l'ensemble

**89%**



**Tout à fait d'accord sur le fait que les systèmes de recommandation sont trop intrusifs**  
vs. 45% pour l'ensemble

**48%**



**Tout à fait d'accord sur le fait d'admettre avoir peu de contrôle sur leurs informations sur Internet**  
vs. 12% pour l'ensemble

**15%**

Tous les résultats inscrits présentent un écart significatif par rapport à l'ensemble des Internautes

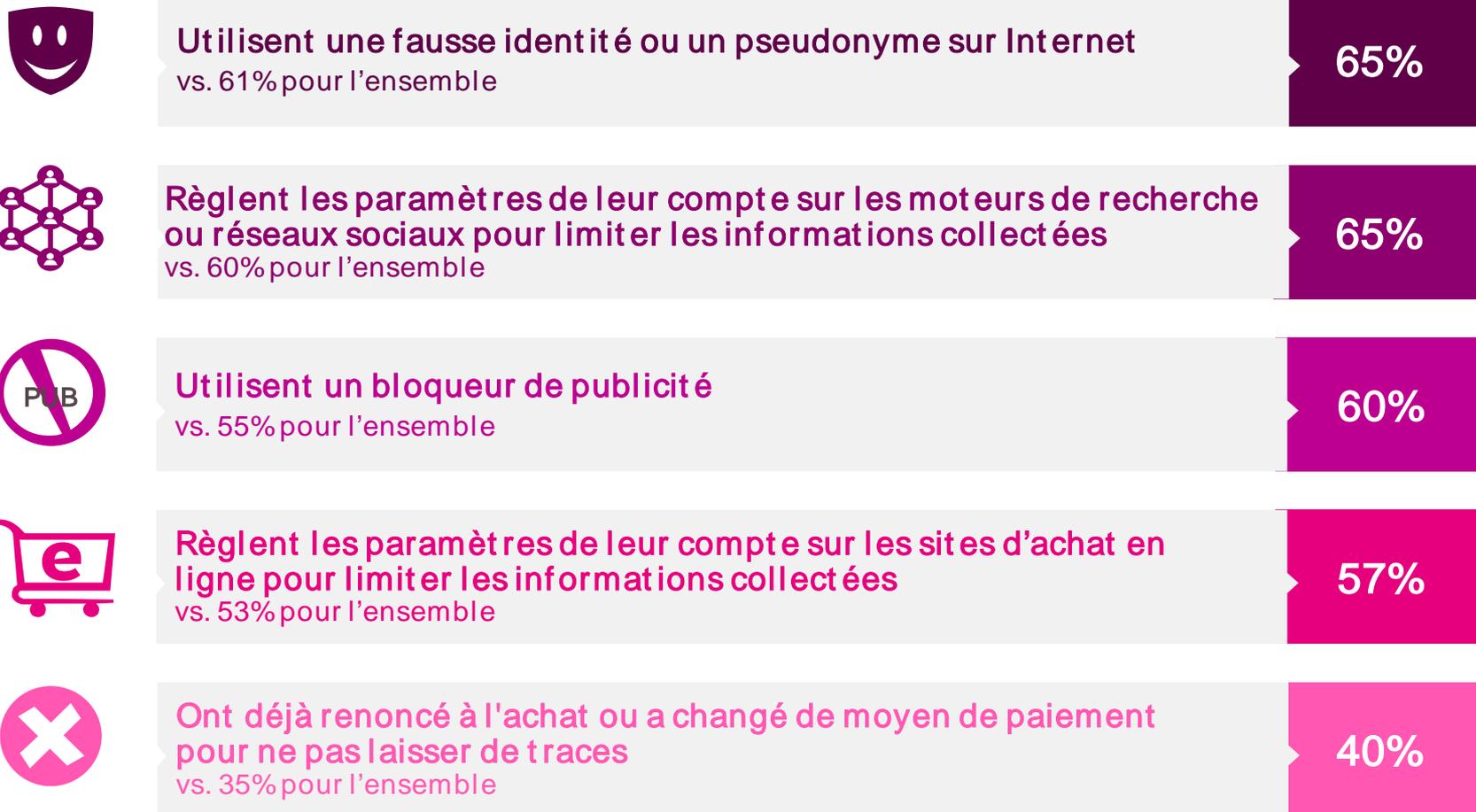
▶ Question : Pensez-vous être plus vigilant sur Internet par rapport à il y a quelques années ?

▶ Base : Internautes de 15 ans et plus qui sont plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années (n=1099)



## Focus sur les caractéristiques des Internautes plus vigilants qu'avant (2/2)

Les Internautes plus vigilants qu'avant sur Internet multiplient les paramétrages de leurs différents comptes en lignes et utilisent les différents outils à leur disposition pour garder au mieux le contrôle de leurs données personnelles.



Tous les résultats inscrits présentent un écart significatif par rapport à l'ensemble des Internautes

► Question : Pensez-vous être plus vigilant sur Internet par rapport à il y a quelques années ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus qui sont plus vigilants sur Internet par rapport à il y a quelques années (n=1099)



## Focus sur les « ultra-vigilants »

Près d'un tiers des Internautes sont particulièrement prudents sur Internet en utilisant une fausse identité ou un pseudonyme, en utilisant un bloqueur de publicité et en étant plus vigilant qu'avant sur Internet.

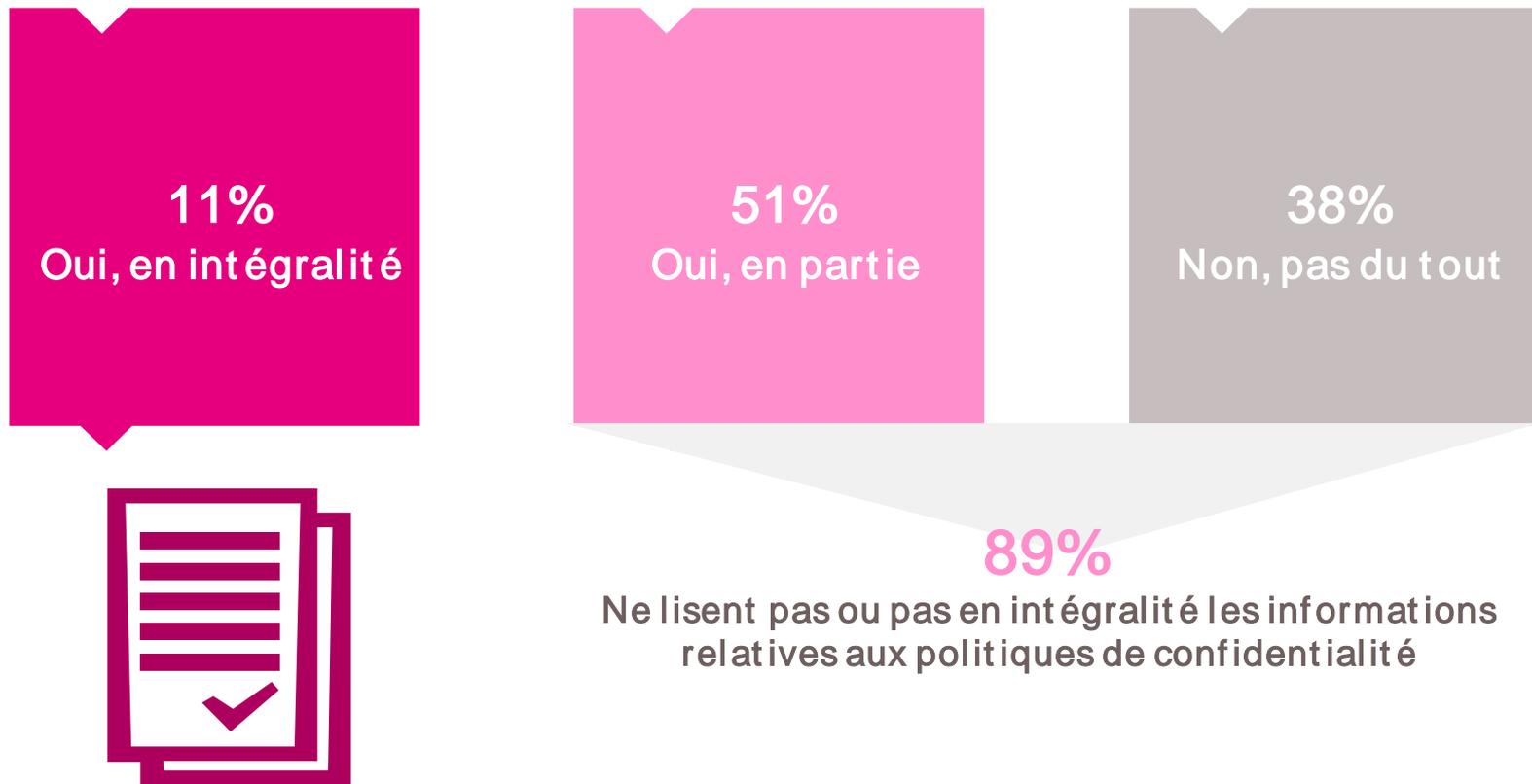


\* Utilisent une fausse identité ou un pseudonyme sur Internet ET utilisent un bloqueur de publicité ET sont plus vigilants qu'avant sur Internet

- ▶ Question : Pensez-vous être plus vigilant sur Internet par rapport à il y a quelques années ?
- ▶ Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2051)

## Lecture des informations relatives à la politique de confidentialité

1 Internaute sur 10 lit en intégralité les informations relatives aux politiques de confidentialité.



► Question : Lors de l'installation d'un programme, d'une application, ou d'une inscription sur un site Internet, il peut vous être demandé de lire et d'approuver les informations relatives à la politique de confidentialité. En général, lisez-vous ces documents ?

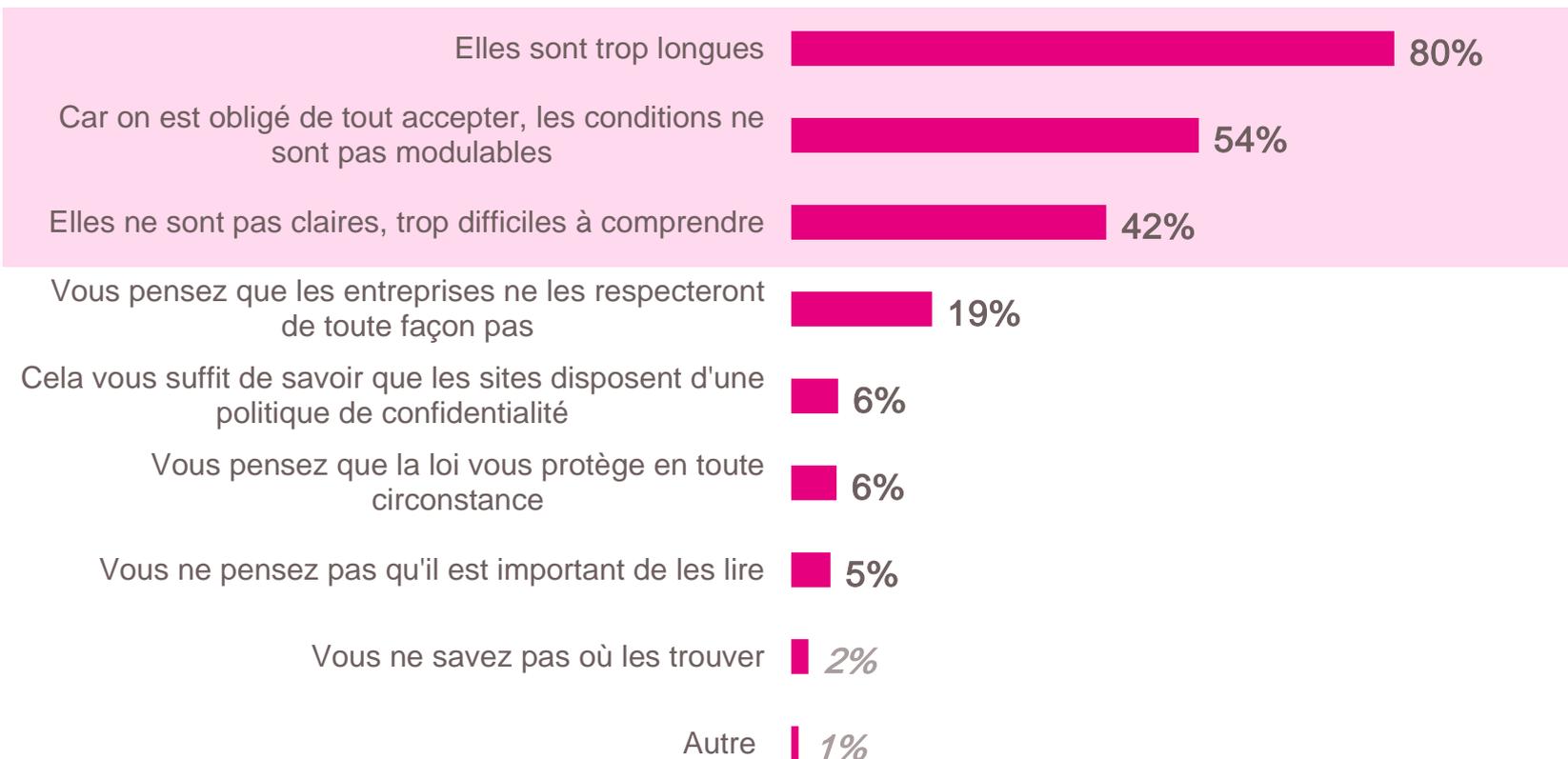
► Base : Internaute de 15 ans et plus (n=2 051)



## Raisons de non-lecture des informations relatives aux politiques de confidentialité

Près de 9 internautes sur 10 ne lisent pas ou pas en intégralité les politiques de confidentialité, car celles-ci sont généralement trop longues ou difficile à comprendre, mais aussi car aucun recours n'est possible, il y a une obligation d'accepter les conditions pour accéder au service.

**89%** Ne lisent pas ou pas en intégralité les informations relatives aux politiques de confidentialité.  
Parmi eux...



► Question : Pour quelles raisons ne lisez-vous habituellement pas ou pas en entier ces informations ?

► Base : Internautes de 15 ans et plus (n=2 051)

