

DIGITAL : CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS

SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS DE LA 1ÈRE ÉDITION DU BAROMÈTRE DIGITAL BNP PARIBAS, AVEC CSA RESEARCH

NOVEMBRE 2016

Les innovations technologiques, le mobile en tête, ont bouleversé les habitudes des Français. Plus équipés, plus connectés - parfois en continu, parfois *via* différents terminaux -, éventuellement géolocalisés, les Français sont de plus en plus captifs des contenus que le numérique rend accessibles. Internet, où nous sommes sans cesse invités, pour accéder à des services, à nous identifier, peut-il encore être considéré comme quelque chose dont on se connecte et se déconnecte ?

En ouvrant le champ des possibles, en élargissant le champ des pratiques, le nouveau monde numérique accroît aussi le champ des incertitudes. L'actualité (Snowden, Yahoo, LinkedIn), le développement de certaines pratiques (industrialisation de la relation client, usage des données personnelles sans retour aux individus, débat autour du droit à l'oubli) peuvent alimenter un sentiment de vulnérabilité dû aux traces laissées sur Internet (nos finances, nos données, nos déplacements, nos communications et relations, nos historiques de navigation et de consommation).

Dans le même, de nouveaux espaces de confiance apparaissent aussi sur le numérique - forums d'échanges entre internautes, sites d'évaluation ou d'avis - nourrissant une approche qui peut être ambivalente d'internet.

Quel est l'état des pratiques digitales des Français ? Sont-elles différentes chez les plus jeunes ou chez les professionnels ?

Quel est le niveau de maîtrise et de protection des informations partagées virtuellement ? Les Français connaissent-ils les conséquences de leurs actions et pensent-ils se mettre en danger au quotidien ?

Où en est la confiance des internautes ? Leur sécurité et celle de leurs données est-elle devenue une préoccupation ? En qui ont-ils confiance pour les accompagner et sur quels sujets les attendent-ils en particulier ?

BNP Paribas, en partenariat avec l'institut CSA RESEARCH, donne la parole aux Français, particuliers et professionnels, dans le cadre de la première édition de son baromètre digital.

LES PRATIQUES DIGITALES DES FRANÇAIS

PLUS D'UN QUART DE LA JOURNÉE DES FRANÇAIS EST NUMÉRIQUE LE SMARTPHONE, 1^{ER} DEVICE AVEC 81% D'ÉQUIPÉS

6h30 : c'est le temps passé en moyenne chaque jour sur Internet, quel que soit le device. Soit plus d'un quart de journée ! 3 heures passées sur son ordinateur portable, 2 heures et demie sur son ordinateur fixe, 2 heures sur son smartphone et 1 heure et demie sur sa tablette.

En parallèle, les taux d'équipement sont importants : 81% des Français âgés de 15 ans et plus déclarent posséder un smartphone, devant l'ordinateur portable (79%), le fixe (66%) ou la plus récente tablette (58%).

Des Français très actifs, notamment en internet mobile : sur leur smartphone, 61% nous disent avoir une application de géolocalisation / transports, 55% accèdent à leurs réseaux sociaux, 51% à leur messagerie. 43% ont une appli de contenu média, 41% consultent les informations et 40% pratiquent des jeux. Enfin, 1 équipé sur 4 a téléchargé une appli shopping ! En plus d'être à la fois boussole et GPS, l'outil devient donc symbole de nos nouvelles mobilités, couteau suisse dès lors qu'on veut échanger, s'informer, se divertir et consommer.

LA CONFIANCE NUMÉRIQUE DES FRANÇAIS

LA CONSCIENCE DES RISQUES NE FAIT PAS DISPARAÎTRE LES PRATIQUES QUI EXPOSENT PLUS D'1 FRANÇAIS SUR 2 A DÉJÀ TRANSMIS SES DONNÉES PERSONNELLES

73% des Français évaluent le niveau de risque actuel sur Internet plus élevé qu'il y a 10 ans, proportion plus importante encore chez les moins de 25 ans (81%) et chez les plus de 65 ans (81%). A l'inverse, 17% des Français estiment que le niveau de risque est équivalent et 10% qu'il est moins élevé. Les opportunités offertes par la révolution digitale s'accompagneraient donc de nouveaux « embarras numériques » présents à l'esprit et d'une prise de conscience de l'impact de nos actions en ligne.

« Nous connaissons actuellement une période d'immense basculement » constatait Michel Serres dès 2012 : les Français, rapidement immergés dans un nouveau monde, ne semblent déjà plus au temps de la découverte ou de la prise de premiers repères.

Des « gros mots » d'Internet, les Français témoignent ainsi une relative bonne connaissance : « antivirus » (« connaît très bien » à 91%), « historique de navigation » (87%), « géolocalisation » (82%), « paramètres de confidentialité » (79%), ou encore les témoins de connexion ou « cookies » (78%). Ils sont en revanche seulement 59% à savoir ce qu'est le « Cloud » et, parmi les mots moins connus, on trouve « phishing » (ou hammeçonnage) (56%) et « https » (55%), deux mots-clés de la cybersécurité.

L'identification de risques potentiels ne signifie pas la connaissance de la mécanique du risque. Les Français avouent leur méconnaissance du fonctionnement d'Internet, notamment du stockage des données : 78% n'ont aucune idée d'où pourrait être stockée une photo postée sur un réseau et 56% d'où le Cloud conserve leurs données (y compris chez les utilisateurs).

Les Français sont prompts à se méfier : invités à identifier ce qu'ils considèrent comme particulièrement risqué sur Internet, les Français sont clairs : « ouvrir un mail inconnu avec une pièce jointe » et « surfer sans antivirus » sont deux comportements perçus comme *les plus* risqués (77% et 75% de « très risqué »). S'ils ne connaissent pas, ou moins que d'autres, le mot « phishing », ils connaissent la mécanique et savent qu'un tel mail peut viser à voler les informations confidentielles. « Communiquer ses coordonnées personnelles » est sans ambiguïté perçu comme « très risqué » par 2 Français sur 3. Et plus d'1 sur 2 craint le surf « sans vérifier le format https des sites visités » (55%) et le fait de « payer en ligne en enregistrant ses coordonnées bancaires sur ses sites marchands » (50%). 46% flèchent l'utilisation d'un mot de passe identique pour différents comptes, 36% l'identification sur photos sans autorisation, 32% la case « Se souvenir de moi » (qui évite de saisir identifiant et mot de passe à chaque connexion sur un même site). S'inscrire quelque part via un compte Facebook ou Gmail, ou, de façon générale, effectuer un paiement ou un virement, surfer sans lire les conditions d'utilisation des sites visités ni vider son historique et laisser un commentaire sur Facebook sont des pratiques perçues comme « très risquées » par au moins 1 Français sur 5. Quel que soit le comportement proposé dans cette liste, la perception d'un « risque » reste plus élevée chez les seniors (50 ans et plus).

Au quotidien, les Français se disent donc attentifs : sur leurs réseaux, une moitié (47%) ne rend ses publications visibles qu'aux amis ; 1 acheteur online sur 2 (52%) n'enregistre pas ses coordonnées bancaires et 43% ne consignent ces données que sur des sites déjà fréquentés. Au travail, par prudence, 64% préfèrent ne pas transférer de contenus professionnels vers un appareil personnel. Et plus encore, en ce qui concerne la gestion de leur(s) compte(s) en banque, la vigilance est de mise : 78% consultent en effet chez eux (plutôt que « n'importe où »).

Pourtant, la conscience des risques ne fait pas totalement disparaître les pratiques qui exposent. Les Français font ce qu'ils estiment eux-mêmes être « risqué » : 68% ont déjà surfé sans lire aucune condition d'utilisation, 59% sans effacer leur historique, 51% ont déjà coché « se souvenir de moi ». 48% utilisent partout le même mot de passe et 47% ne vérifient pas le caractère sécurisé des sites visités. Enfin, 40% ont déjà payé en ligne en enregistrant leurs coordonnées bancaires et 31% ont déjà communiqué leurs coordonnées. C'est donc 1 Français sur 2 (52%) qui a déjà transmis ses données personnelles.

Au final, 16% des Français disent avoir été victimes de piratage (41% vol d'information, 37% extorsion d'argent, 26% usurpation d'identité) cette année – soit 1 Français sur 6. Ceux qui transfèrent de la donnée professionnelle vers leurs propres devices, ceux qui enregistrent à coup sûr leurs coordonnées, ceux qui ont déjà ouvert un mail inconnu avec pièce jointe, utilisent le Cloud, jouent en ligne ou, plus

largement, les 50 ans et plus seraient les populations les plus touchées. Suite à ce piratage, la grande majorité désactive le compte concerné (73%), 43% se tournent vers leur entourage pour conseil. L'achat d'un antivirus n'intervient qu'à 39%. Surtout, seuls 27% ont contacté la police et 17% ont fait appel à la CNIL !

LA RECHERCHE DE PARTENAIRES DE CONFIANCE

PLUS QUE D'INFORMATION, LES FRANÇAIS ATTENDENT UN ACCOMPAGNEMENT PLUS DE 2 FRANÇAIS SUR 3 PLÉBISCITENT LES BANQUES COMME PREMIER PARTENAIRE POUR LA PROTECTION DE LEURS DONNÉES

Familiarisés mais pas encore aguerris à la cybersécurité, les Français expriment un besoin clair d'accompagnement par un tiers de confiance. Quand on leur demande à quel moment ils ont « la cybersécurité à l'esprit », la réponse est nette : 48% parlent de l'instant où ils ont à communiquer leurs données bancaires, plus que quand ils transmettent leurs données personnelles (8%), quand ils sont sur les réseaux sociaux ou qu'ils téléchargent du contenu (5%), qu'ils surfent sur des sites Internet qui fonctionnent par géolocalisation ou qu'ils stockent sur le cloud (3%).

Logiquement, 61% veulent être personnellement accompagnés sur la protection de leurs données bancaires, mais la proportion est similaire pour la protection de leurs données personnelles (60%). Ces attentes se font plus pressantes chez des profils d'internautes occasionnels : acheteurs en ligne (66% sécurisation des transactions bancaires), utilisateurs du cloud (67% protection des données personnelles) et ceux qui n'enregistrent qu'occasionnellement leurs données bancaires (65% protection des données bancaires).

La banque apparaît comme le partenaire de référence pour la protection des données bancaires. Ainsi, lorsqu'on demande aux Français en quels acteurs ils ont le plus confiance pour la protection des données bancaires, ils citent à 77% les banques, loin devant le second intervenant, les opérateurs mobiles, cités à 24%. On retrouve un écart similaire à propos de la sécurisation des transactions bancaires, domaine pour lequel les banques sont à nouveau en pôle position (citées à 71% devant notamment les opérateurs mobiles à 22%).

La banque apparaît comme le premier partenaire de confiance pour la protection des données personnelles. Elles sont citées à 63% devant les opérateurs mobiles (48%), les sites de ventes en ligne ou les moteurs de recherche (21%) et arrivent également en premier pour la **non-transmission des données pour un usage commercial** (citées à 62%).

Les Français font ainsi confiance aux banques comme LE rempart contre les menaces supposées ou réelles de la cybercriminalité, et en particulier le partenaire de confiance pour la protection de leurs données, principale préoccupation concernant leurs usages digitaux.

FOCUS : TROIS POPULATIONS CLÉS

- **LES MOINS DE 25 ANS, GÉNÉRATION DIGITALE NATIVE**

Nos plus jeunes répondants, nés avec la révolution numérique et ses nouveaux outils, semblent témoigner de sentiments paradoxaux, reflets de leurs propres usages : confiance, prudence, curiosité cohabitent.

On les sait en « hyperconnexion » (90% ont un smartphone, y passant au moins 4h par jour), **ils semblent aussi en « hyperactivité » numérique** : 80% utilisent une appli réseau, 84% sont inscrits sur Facebook, 59% sur Snapchat et 44% sur Instagram. Et les jeunes se montrent volontiers partageurs : 35% ont pour habitude de poster des photos d'eux-mêmes et 1 sur 4 de poster des photos de leurs proches.

Les 15-25 ans sont LA génération active en termes de consommation de contenus : 90% regardent des films en streaming (on tombe à 77% après 25 ans) et 84% téléchargent. 78% regardent la télévision sur smartphone, ordinateur ou tablette – oublié, le vieux poste de télé. Internet est aussi pour eux un gaming center : 38% jouent « régulièrement » en ligne – 9 points de plus que la moyenne nationale. Pour continuer dans leurs pratiques, 44% utilisent une solution de stockage Cloud (contre 35% en moyenne) et 22% (contre 13%) se sont déjà inscrits à des sessions de cours mis en ligne gratuitement (les « MOOC »)... l'avenir est déjà présent. **Rien d'étonnant à ce que comme tous, 52% aient déjà cédé en ligne leurs données personnelles – identité, adresses...**

Pourtant, les jeunes se disent plutôt prudents : ils sont nombreux (plus encore que leurs aînés) à évaluer le risque actuel « plus élevé qu'il y a 10 ans ». Et la perception du caractère risqué des comportements testés, reste en tout point identique à celle de l'ensemble de la population : les mêmes moments sont perçus comme « dangereux » par les plus jeunes.

- **LE SMARTPHONE, « DOUDOU », BOUSSOLE, COUTEAU SUISSE...**

Omniprésent dans notre manière de communiquer, disruptif dans notre façon de consommer, le smartphone est aujourd'hui indispensable pour évoluer dans le monde connecté. Dans ce contexte, le baromètre se penche sur les usages des équipés smartphone.

Le smartphone, en plus d'être le « couteau suisse » de nos existences numériques, est la nouvelle « boussole », l'outil de notre mobilité. 61% des équipés smartphone, personnel ou professionnel, évoquent d'abord leur appli de localisation géographique / transports. 49% se laissent d'ailleurs géolocaliser par leurs applis de cartographie.

Les applications les plus symboliques du « savoir-vivre mobile » sont sur plus d'1 smartphone sur 2. 55% des personnes équipées en smartphone parlent de leurs applis de réseaux sociaux et 51% de messagerie instantanée. 76% déclarent être inscrits sur

Facebook, 45% sur Youtube mais aussi 45% sur Twitter, 21% sur LinkedIn, 22% sur Snapchat et 19% sur Instagram, 12% sur Viadeo.

Pour les autres applis utilisées, les réponses illustrent les grandes dimensions de nos vies numériques : multimédia (43%), 69% regardent films, vidéos et séries en streaming (contre 47% chez les non équipés) et 64% en téléchargement (contre 39%), et 67% regardent la télévision (contre 45%) ; informations (41%) ; jeux (40%) - 59% de gamers parmi les équipés (contre 46% chez les non équipés) ; vie pratique (33%) ; shopping (25%) ; plateforme de partage de photos et vidéos et messagerie cryptée (19%) ; canal d'achat, 97% des équipés mobile ont déjà réalisé des achats sur Internet (7 points de plus que parmi les non-équipés en smartphone). L'usage est donc polyvalent - parce qu'il offre de plus en plus de possibilités - et polymorphe - parce que chacun compose le menu des fonctions dont il a besoin.

Très saillant également, 9 équipés sur 10 (92%) consultent leurs comptes bancaires en ligne et 83% leurs documents administratifs : couteau suisse, boussole... et outil d'intendance !

Autrement dit, le smartphone est l'outil indispensable du quotidien par son intégration toujours plus marquée dans nos parcours commerciaux, administratifs ou sociétaux : de facilitateur de mobilité, il est devenu le levier de mutation des comportements. Il ne change plus seulement la manière de « communiquer à distance » mais aussi de consommer, de s'informer, de se faire une opinion, d'être en lien avec les autres.

Et puisqu'« il le faut », sur smartphone, pour terminer un acte d'achat ou bénéficier d'un service, 56% ont déjà renseigné ou partagé leurs données personnelles.

- **CONFIANCE ET PRATIQUES NUMÉRIQUES DES PROFESSIONNELS**

Les professionnels, artisans, commerçants, auto-entrepreneurs et chefs d'entreprise de moins de 10 salariés sont 7 sur 10 à se dire aujourd'hui équipés en smartphone.

Ils reconnaissent en nombre qu'Internet occupe une place importante quand ils gèrent leurs opérations financières (45% « place importante »), quand ils s'informent des pratiques sectorielles (33%) et quand il leur faut prévoir un déplacement (32%). 28% indiquent qu'Internet occupe une place importante pour ce qui a trait au stockage des fichiers et autres documents administratifs. A l'inverse, seuls 12% évoquent la place d'Internet quand il s'agit de recruter.

Pour la gestion de leur entreprise, 24% se sont ainsi inscrits sur le réseau Facebook, 13% sont inscrits sur LinkedIn et 7% sur Twitter. Les grands noms sont d'ores et déjà présents sur Facebook. Au point qu'on ne parle plus de « réseaux sociaux », mais de « médias sociaux ». Et de plus en plus de PME les ont rejoint : alors plateforme de

gestion, mais aussi de promotion de leur activité : 31% des professionnels déclarent utiliser Facebook avec cet objectif !

En matière d'attaques, 1 professionnel sur 10 (11%) se déclare victime de piratage dans les 12 derniers mois. Les attaques sont visiblement de nature différente des piratages décrits par le grand public : d'abord l'extorsion d'argent (47%), puis vient le vol d'informations (38%) et l'usurpation d'identité (24%).

Néanmoins, à la suite du piratage, 1 victime sur 3 seulement dit avoir contacté la police. Un score légèrement plus élevé qu'auprès des particuliers mais le silence, côté grand public et professionnels, reste souvent la principale attitude adoptée en cas d'actes de piratage.