ACSEL

Baromètre de la confiance des Français dans le numérique

Synthèse des résultats

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

GB DOCAPOSTE GROUPE BPCE orange

ACSEL

Rappel de la méthodologie d'enquête

8ème ÉDITION

1039

Étude online

réalisée sur le panel de Harris interactive

Échantillon représentatif **des Internautes français âgés de 15 ans et plus.**

Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, taille d'agglomération et fréquence d'utilisation d'Internet

Dates de terrain :

Du 23 octobre au 12 novembre 2020

Peu et non connectés : Étude téléphonique réalisée, du 26/11/20 au 08/12/20 auprès de 100 répondants déclarant ne jamais se connecter à Internet ou se connecter moins d'une fois par semaine au total

harris interactive
a toluna company

ACSEL

@AcselDigital
#ConfianceNum

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

La crise sanitaire a accéléré les usages numériques

harris interactive
a toluna company

Les usages

La crise sanitaire
a amplifié le recours au numérique
pour maintenir les activités de notre quotidien

65%

des internautes déclarent avoir davantage utilisé Internet pendant le confinement

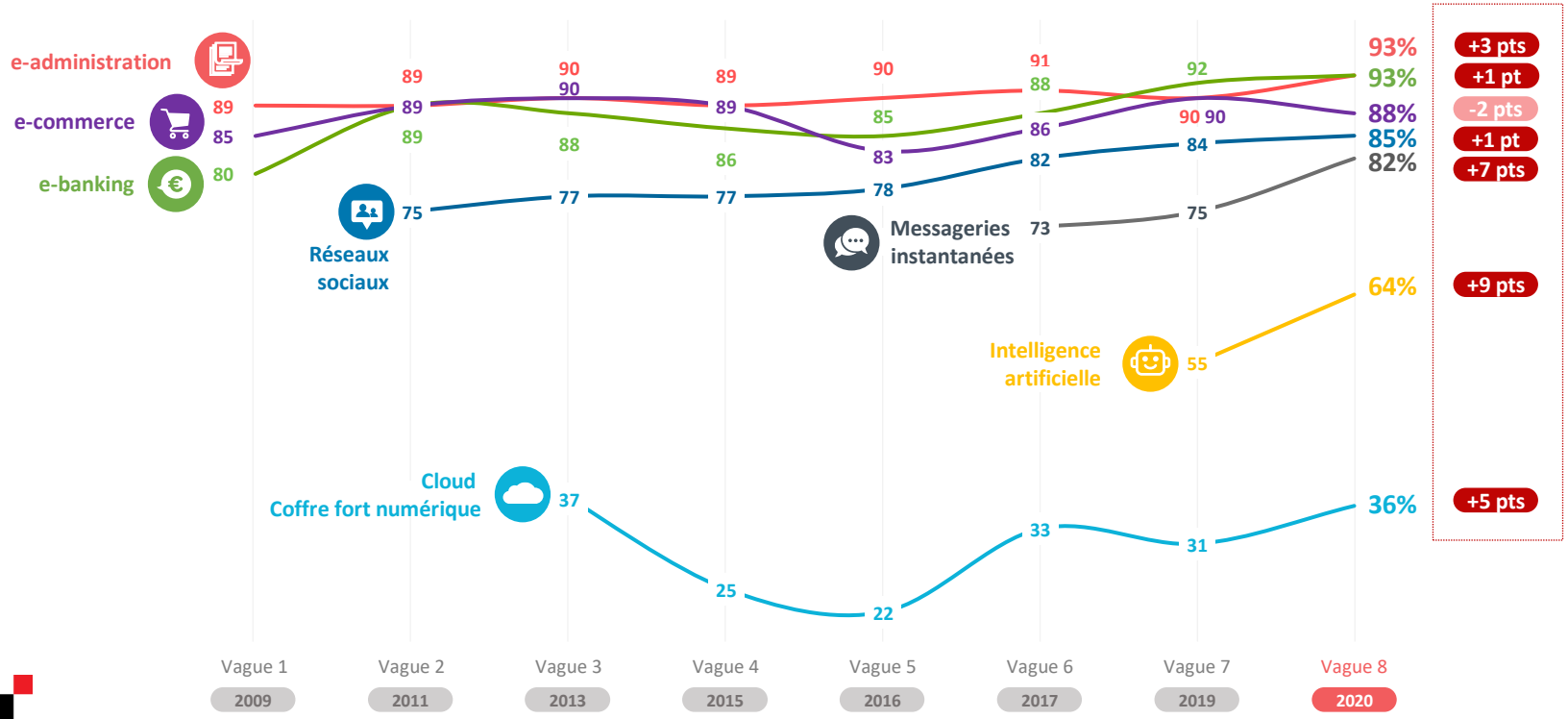
Usages accrus avec la crise

- Les loisirs, la vie privée — 57%
- L'éducation ou l'occupation des enfants — 56%
- La vie professionnelle — 42%
- Les achats — 41%
- La santé — 26%

ACSEL

Les usages

Logiquement, l'ensemble des usages **progresse aussi**



ACSEL

Les usages

ZOOM

e-commerce

Pas d'augmentation du nombre d'acheteurs en ligne, mais une **fréquence accrue** et des achats divers : des grandes plateformes en ligne aux sites des petits commerçants

17% ▲+3 pts

des Français indiquent **faire des achats en ligne chaque semaine**

A acheté au cours des 12 derniers mois...

- **Sur des plateformes existant uniquement en ligne** comme Amazon, Wish... — **83%**
- **Sur le site d'enseignes qui ont des magasins en physique** comme la Fnac, Darty, Carrefour, Auchan... — **66%**
- **Sur des plateformes d'achat entre particuliers** comme le Bon Coin... — **36%**
- **Via des applis de livraison et de réservation** du type Uber Eats, Deliveroo, La Ruche qui dit oui... — **29%**
- **Sur des sites de petits commerçants de proximité** (artisans, commerces de bouche, fleuristes...) **proposant leur propre interface** — **27%**

ACSEL

Les usages

ZOOM

e-commerce Les achats alimentaires, mais aussi non-alimentaires et le développement du click-and-collect **renforcés pendant la crise**

Usages accrus avec la crise

- ▲ **29%** Courses alimentaires
- ▲ **26%** Courses non-alimentaires
- ▲ **21%** Achats en ligne auprès de petits commerçants de proximité
- ▲ **15%** Achats en ligne de seconde main

81% livraison à domicile

48% Drive ou Click and collect

ACSEL

Les usages

ZOOM

Loisirs & Relations sociales

Un essor des plateformes et un usage accru des messageries instantanées alors qu'en 2019, les internautes étaient devenus plus méfiants

Usages accrus avec la crise

▲ **44%**

Pour rester en contact avec ses proches

▲ **34%**

Pour occuper les enfants

▲ **33%**

Pour consulter les réseaux sociaux

▲ **30%**

Pour se divertir
(notamment via des abonnements VOD, films, séries, musiques...)

ACSEL

Les usages

ZOOM

Télétravail

Un recours massif au télétravail
qui s'est globalement bien passé

ACSEL

Usages accrus avec la crise

38% déclarent télétravailler plus qu'avant la crise

55% avec des équipements et logiciels fournis par leur entreprise

22% seulement avec des équipements et logiciels personnels / en accès libre

23% avec des équipements et logiciels pros et persos

+ 8/10 SATISFAITS des équipements et logiciels mis à disposition par leur entreprise

8/10 SATISFAITS des solutions de sécurité proposées par leur entreprise

Peu d'inquiétudes face aux risques

- **23%** Cyber-attaques
- **22%** Surveillance de leur activité
- **17%** Risques liés à la sécurité des données

Les usages

ZOOM

Télémédecine

Des internautes plutôt positifs
mais encore à convaincre pour ce nouvel usage

ACSEL

Usages accrus avec la crise

23% **téléconsultations**

62%
des internautes perçoivent positivement le développement de la téléconsultation médicale

Mais des craintes persistent

51% **La crainte d'un moins bon ou d'un mauvais diagnostic**

45% **L'absence de contact direct**

15%	La difficulté à avoir un matériel (ordinateur, téléphone) de qualité et/ou une connexion internet de qualité pour la téléconsultation
14%	La crainte que ce ne soit pas de vrais médecins
14%	La peur du manque de confidentialité des échanges
13%	La peur de la complexité technique de la solution
13%	La crainte liée à la sécurité des données de santé (peur que les données puissent être piratés)
10%	La crainte que vos données soient utilisées à des fins commerciales
8%	La peur de la complexité des démarches administratives
1%	Autres

14% **Aucun**

ACSEL

@AcselDigital
#ConfianceNum

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

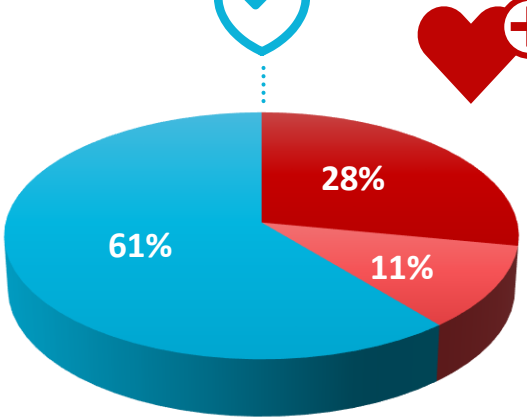
L'accélération des usages numériques a renforcé la confiance

harris interactive
a toluna company

La confiance

L'accélération des usages pendant la crise a **renforcé la confiance dans le numérique**

Impact de l'usage accru des services numériques



A renforcé la confiance concernant les usages en ligne, se sentent désormais plus en confiance pour faire toutes sortes de démarches en ligne

N'a pas changé le niveau de confiance concernant ses usages en ligne

A détérioré la confiance concernant les usages en ligne, se sentent désormais moins en confiance pour faire toutes sortes de démarches en ligne

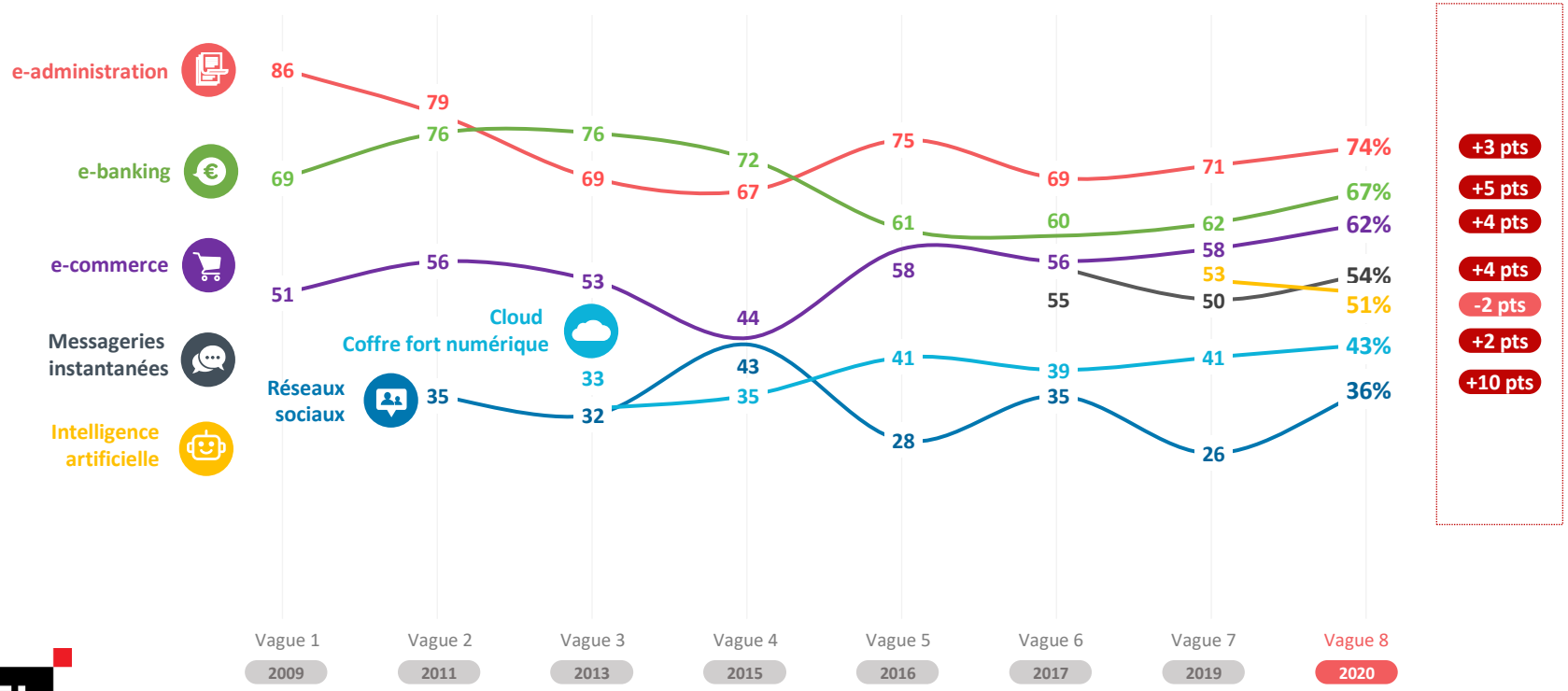
Base : nouveaux utilisateurs ou aux utilisateurs qui ont accru leurs pratiques

ACSEL

La confiance

Une augmentation de la confiance

qui se retrouve dans presque tous les usages



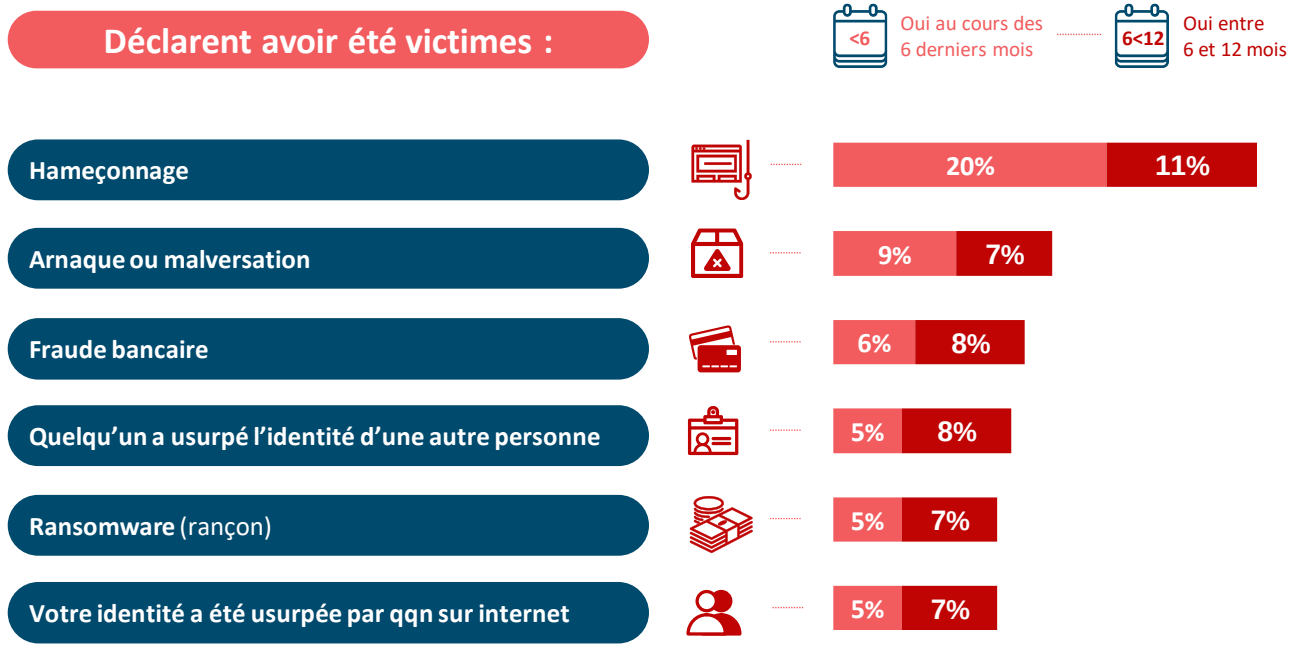
ACSEL

La confiance

ACSEL

Une confiance qui s'accroît malgré
une perception exacerbée des risques de fraudes

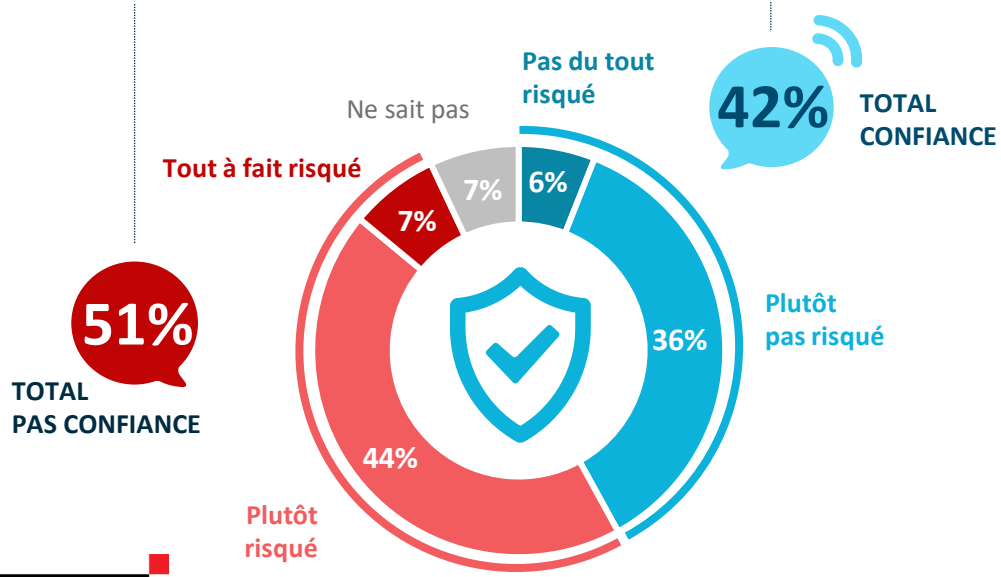
Déclarent avoir été victimes :



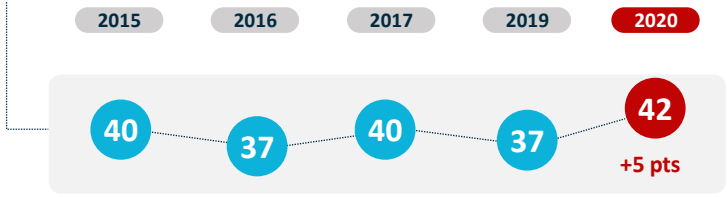
La confiance

Si **la confiance globale** envers le numérique atteint son meilleur niveau depuis 2015, **elle reste toujours minoritaire**

Confiance globale à l'égard d'Internet



Évolution total confiance



ACSEL

ACSEL

@AcselDigital
#ConfianceNum

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

Des Français toujours méfiants sur l'usage de leurs données personnelles

harris interactive
a toluna company

Stratégie d'évitement / Protection

ACSEL

Des pratiques d'évitement mises en œuvre par une majorité de Français

des Français mettent en place au moins **une stratégie d'évitement /de protection**

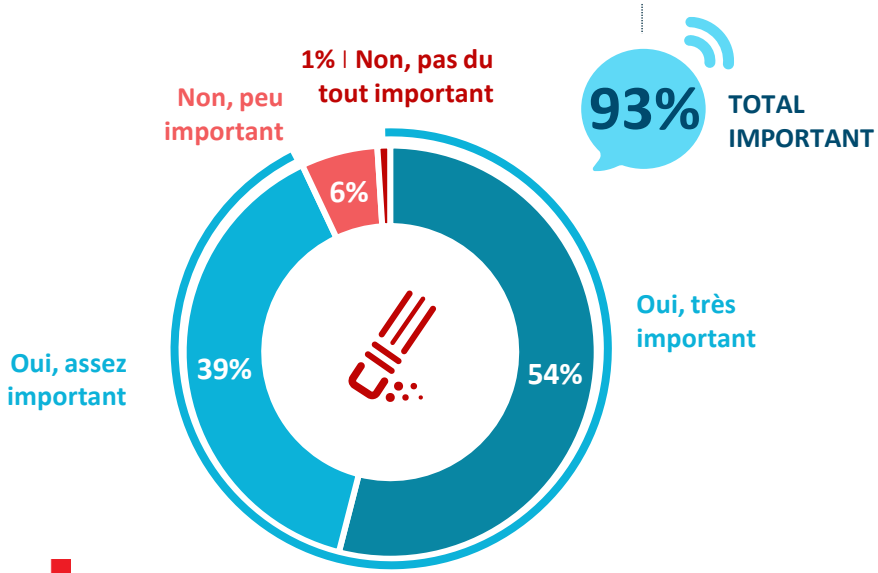
1. **Effacer les cookies ou les fichiers Internet temporaires**
2. **Effacer le cache du navigateur**
3. **Installer un bloqueur de publicité**
4. **Créer des adresses mail spécifiques**

   Adresse mail qui ne sera plus consultée par la suite; manœuvre pour se protéger de l'envoi des offres commerciales en provenance du site
5. **Fournir volontairement des données erronées**

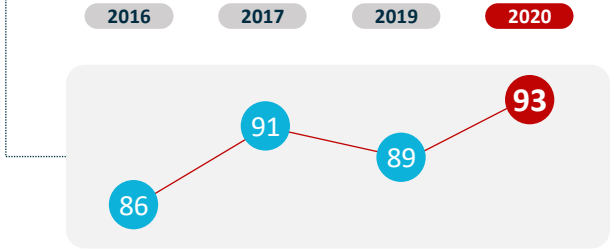
Stratégie d'évitement / Protection

La suppression des données personnelles après un certain délai : un souhait unanime

Suppression des données personnelles



Évolution Total Important



ACSEL

ACSEL

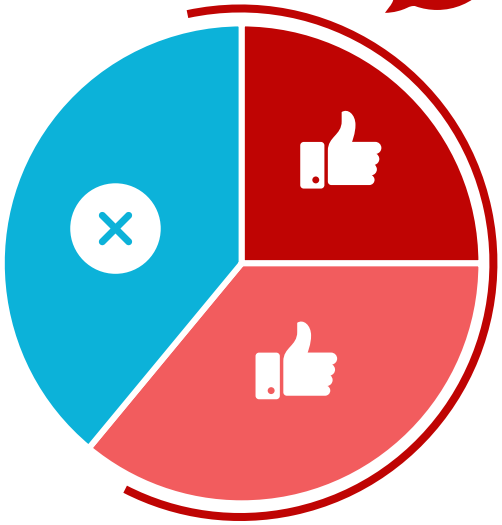
Les principaux **leviers** de confiance **demeurent inchangés**

		En 1er	Au total
1	La certitude que votre banque vous rembourse en cas de piratage de vos données bancaires	12%	29%
2	La garantie de la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés)	12%	27%
3	Des garanties techniques de sécurité	12%	24%
4	Des garanties de recours juridique	7%	22%
5	La certitude que vos données puissent être supprimées lorsque vous en faites la demande	6%	21%

Les leviers

Utilisation d'une identité numérique certifiée pour **renforcer la confiance** dans le cadre d'une relation commerciale

61% Total renforcerait la confiance ▲ +3 pts / 2019



39%
Cela n'aurait pas d'impact sur votre confiance

25% Renforcerait tout à fait votre confiance

36% Renforcerait plutôt votre confiance

ZOOM

15-24 ans	71%
25-34 ans	72%
50-59 ans	46%
60 ans et +	54%

ACSEL

Les leviers

France Connect de plus en plus connu et utilisé apparaît comme **un vecteur de réassurance**

France Connect

54% des Internautes connaissent France Connect (+9 pts)

33% sont des utilisateurs (+9 pts)

65% font confiance à France Connect (=)

61% seraient prêts à l'utiliser pour autre chose que des démarches administratives (+3pts)

ACSEL

ACSEL

@AcselDigital
#ConfianceNum

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

Une accélération des usages numériques qui s'annonce durable

harris interactive
a toluna company

Usage en temps de crise

Les Français qui ont davantage utilisé les services numériques durant la crise **projettent de conserver leurs pratiques**

	Davantage	Nouveaux utilisateurs	Utilisateurs ayant accru leurs pratiques
Consulter les réseaux sociaux	84%	54 %	*90 %*
Consulter ses comptes bancaires, faire des virements, etc.	83%	61 %	*89 %*
Acheter / vendre des biens de seconde main	79%	61 %	*91 %*
S'informer sur l'actualité	79%	49 %	*85 %*
Faire des démarches administratives	79%	56 %	*93 %*
Rester en contact avec les proches (famille et amis)	79%	56 %	*84 %*
Se divertir (VOD, films, etc.)	79%	59 %	*87 %*
Occuper les enfants	72%	56 %	*78 %*
Interagir avec des entreprises / des prestataires de services (complémentaire santé, fournisseur d'électricité, banques, etc.)	70%	52 %	*82 %*
Faire des courses non-alimentaires	69%	43 %	*80 %*
Télétravailler	69%	46 %	*83 %*
Faire des courses alimentaires	67%	45 %	*80 %*
Accompagner les enfants dans leurs apprentissages	67%	50 %	*76 %*
Faire des dons à des associations ou participer à des actions de solidarité	63%	50 %	*76 %*
Se former (formation professionnelle continue)	62%	49 %	*71 %*
Acheter des biens dans des petits commerces de proximité	61%	38 %	*78 %*
Consulter des professionnels de santé (téléconsultation)	58%	45 %	*73 %*

Base aux nouveaux utilisateurs ou utilisateurs ayant accru leurs pratiques – en %

ACSEL

ACSEL

@AcselDigital
#ConfianceNum

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

Le numérique a joué un rôle de soutien à la continuité des activités pendant la crise

harris interactive
a toluna company

Usage en temps de crise

Le numérique **un soutien pendant la crise**

Internet et le numérique ont permis …

ACSEL

ACSEL

@AcselDigital
#ConfianceNum

Crise sanitaire

Quel impact sur la confiance numérique ?

La crise sanitaire n'a pas incité les peu ou non-connectés à recourir davantage aux services numériques

harris interactive
a toluna company

ACSEL

Par rapport à la moyenne nationale, les peu ou non connectés sont plus souvent **des femmes, des personnes âgées, inactives et vivant en milieu rural**

	Population totale	Non / Peu connectés
Hommes	48%	43%
Femmes	52%	57%

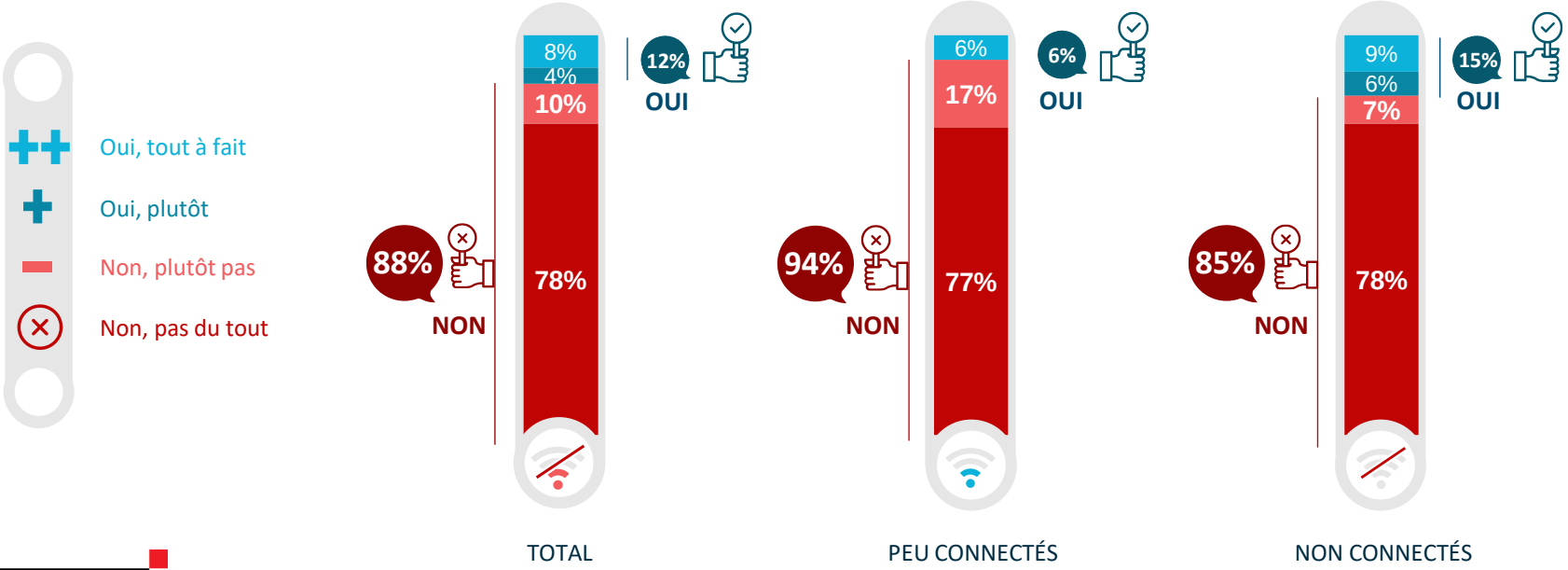
	Population totale	Non / Peu connectés
CSP+	30%	5%
CSP-	30%	21%
Inactifs	40%	74%

	Population totale	Non / Peu connectés
18-24 ans	11%	-
25-34 ans	15%	2%
35-49 ans	26%	3%
50-64 ans	25%	29%
65 ans et plus	23%	66%

	Population totale	Non / Peu connectés
Zone rurale	21%	34%
2 000 à 19 999	16%	16%
20 000 à 199 999	22%	23%
199 999 +	24%	17%
Agglo parisienne	17%	10%

Focus non ou peu connectés

La crise sanitaire **n'a pas réellement incité les peu ou non-connectés** à recourir (davantage) à Internet



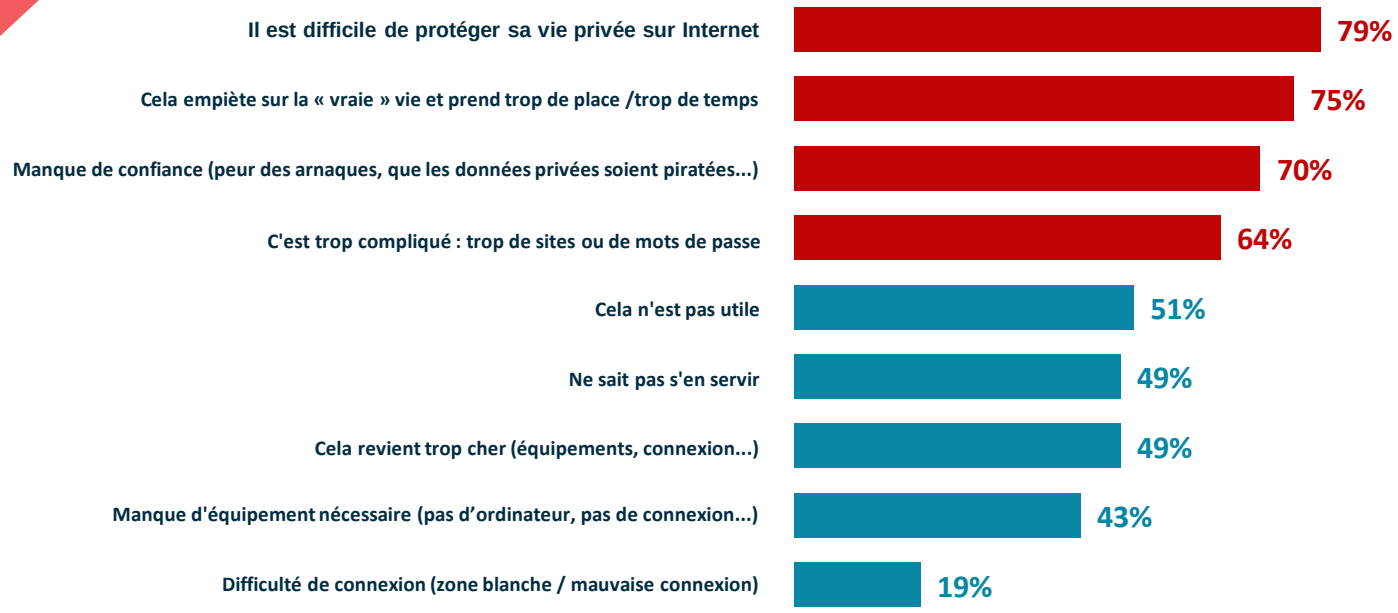
ACSEL

Base peu / non connectés

Focus non ou peu connectés

Les principaux motifs de **non ou faible usage** sont liés à un **déficit de confiance**

Raisons de non ou faible usage d'Internet



	Peu connectés	Non connectés
Il est difficile de protéger sa vie privée sur Internet	77%	79%
Cela empiète sur la « vraie » vie et prend trop de place /trop de temps	79%	74%
Manque de confiance (peur des arnaques, que les données privées soient piratées...)	71%	70%
C'est trop compliqué : trop de sites ou de mots de passe	45%	73%
Cela n'est pas utile	68%	42%
Ne sait pas s'en servir	41%	54%
Cela revient trop cher (équipements, connexion...)	35%	56%
Manque d'équipement nécessaire (pas d'ordinateur, pas de connexion...)	38%	45%
Difficulté de connexion (zone blanche / mauvaise connexion)	10%	25%

ACSEL

Base peu / non connectés

Focus non ou peu connectés

Environ **3 personnes sur 10** parmi les non ou peu-connectés **se sentent limitées et exclues** en raison de leur faible usage d'Internet

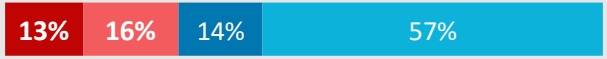
- ++ Oui, tout à fait
- + Oui, plutôt
- − Non, plutôt pas
- × Non, pas du tout

Vous limite, vous gêne dans vos démarches

32% TOTAL OUI

Vous donne le sentiment d'être isolé / exclu de la société

29% TOTAL OUI



Peu connectés	Non connectés
38%	28%
21%	33%

ACSEL

Base peu / non connectés

Incitation

Une meilleure prise en charge des risques, des formations, des équipements adaptés et des aides financières **sont les principaux leviers**

	TOTAL OUI	Peu connectés	Non connectés
Une meilleure prise en charge, de meilleures assurances en cas de fraude, arnaque, etc……	26%	32%	24%
Des équipements adaptés (par exemple tablette pour senior …)	19%	19%	19%
Des formations pour utiliser Internet	18%	22%	16%
Un tarif social proposé par les opérateurs Internet	17%	22%	14%
Une garantie/un certificat sur les sites concernant la protection des données	16%	19%	14%
Davantage de lieux pour accéder gratuitement à Internet et être aidé (du type maisons de services au public)	15%	15%	15%
Une assistance téléphonique pour des problèmes liés à l'utilisation d'Internet, ou une démarche en ligne	12%	14%	10%
Des assistants virtuels (robots d'aide en ligne) un site, sur une application mobile	9%	5%	11%
Des aides financières pour les équipements ou la connexion Internet	7%	9%	5%
Autre	4%	4%	4%
Rien	41%	33%	45%

ACSEL

Base peu / non connectés