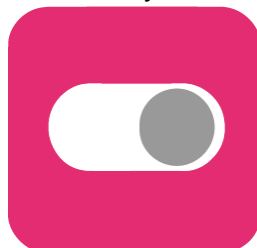


“*opinion*way

LES FRANÇAIS ET LE RESPECT DE LEUR VIE PRIVEE SUR INTERNET

Note de synthèse



Décembre 2018

Vos contacts chez OpinionWay :

Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

15, place de la République

75003 PARIS

Tel: 01 81 81 83 00

Fax : 01 81 81 83 99

fmicheau@opinion-way.com



NOTE METHODOLOGIQUE

L'étude *Les Français et le respect de leur vie privée sur Internet* réalisée pour **Misakey**, est destinée à comprendre et analyser les comportements et les attentes des Français vis-à-vis de leurs données personnelles.

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 1060 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **les 21 et 22 novembre 2018**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour Misakey** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1,5 à 3 points** au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.



A. Une prise de conscience forte chez les Français sur l'enjeu des données personnelles...

- **Texte de loi mis en application depuis mai 2018 pour encadrer le traitement et la circulation des données à caractère personnel, le RGPD (Règlement général sur la protection des données) a sensibilisé le grand public à l'enjeu des données personnelles à l'ère du digital.** Malgré l'introduction de ce nouveau cadre réglementaire, la majorité des Français estiment que les entreprises ne font pas de la protection des données personnelles qu'elles collectent une priorité (60%). 15% considèrent même que ce n'est *pas du tout* une priorité pour les entreprises.
 - Seuls les jeunes âgés de 18 à 24 ans sont une majorité à estimer que les entreprises font attention aux données personnelles qu'elles collectent (58% contre 35% pour les personnes âgées de 35 ans et plus).
- **Dans ce contexte, les Français se montrent très critiques envers le comportement des entreprises.** Ils jugent ainsi qu'il n'est pas possible de savoir ce que font les entreprises des données personnelles qu'elles collectent (89%, 43% *tout à fait d'accord*) et qu'elles exploitent, sans leur consentement, les données personnelles de personnes n'étant pas leurs clients/utilisateurs (87%) ou même celles de leurs propres clients/utilisateurs (86%).
 - Même les personnes qui considèrent que les entreprises font attention aux données personnelles qu'elles collectent se montrent très critiques vis-à-vis de l'usage qu'elles font de ces données : 89% déclarent ainsi qu'on ne peut pas savoir ce qu'elles font exactement de ces données.
- Aux yeux du grand public, la question de la collecte des données personnelles par les entreprises et les administrations est considérée comme un enjeu majeur pouvant mettre en danger les libertés individuelles. La collecte des données personnelles est particulièrement menaçante pour le respect de leur vie privée (86%, 51% jugeant même qu'il s'agit d'une menace *très importante*). Par ailleurs, 80% des Français y voient une menace pour au moins une des libertés testées : une menace pour la liberté d'opinion (73%), la liberté d'expression (73%), la liberté de circulation (68%) ou encore la liberté de réunion ou d'association (66%). **Au final, la majorité des Français voient dans l'utilisation de leurs données à la fois une menace importante pour le respect de leur vie privée et toutes leurs libertés individuelles testées (57%).**
 - Les jeunes âgés de 25 à 34 ans se montrent particulièrement conscients du danger que fait peser sur les libertés et le droit à la vie privée la collecte de leurs données personnelles : 62% y voient une menace importante.



B. ...qu'ils ne parviennent pas à traduire en un comportement vigilant

- **On observe que cette situation de collecte de leurs données personnelles est subie par les Français.** 60% des personnes interrogées déclarent ainsi que les entreprises ne laissent pas le choix à leurs clients/utilisateurs sur les données personnelles qu'elles collectent, quand 77% d'entre elles se montrent réalistes en déclarant que l'on ne peut pas effacer complètement ses traces sur Internet.
Dans cette logique, l'absence de consentement est pointée du doigt : neuf Français sur dix jugent que les entreprises sollicitent les personnes sans leur consentement pour des démarchages, emailings ou autre (91%, 55% *tout à fait d'accord*).
 - Les personnes âgées de 35 ans et plus se montrent plus réalistes que leurs benjamins : pour 81% d'entre eux, il n'est pas possible d'effacer complètement ses traces sur Internet (contre 66% des jeunes âgés de moins de 35 ans). On note ainsi que les jeunes âgés de moins de 35 ans ne sont que 50% à considérer que les entreprises ne laissent pas le choix à leurs clients/utilisateurs sur les données personnelles qu'elles collectent (contre 63% pour leurs aînés).
- **Conscients des difficultés dans le rapport de forces qui les oppose aux entreprises collectant leurs données, les Français se montrent malgré tout peu vigilants dans leurs pratiques pour le contrôle de l'utilisation de leurs données.** On note ainsi que la politique de confidentialité et de cookies des sites visités est acceptée sans lecture des conditions générales (72% des Français interrogés), tandis que seule une minorité lit systématiquement les mentions légales d'un site Internet avant de s'y inscrire (45%). Par ailleurs, seules 20% des personnes interrogées auraient le réflexe de contacter les entreprises pour obtenir des informations sur l'utilisation des données personnelles qu'elles récoltent sur elles.

Pourtant, s'ils éprouvent des difficultés à maîtriser l'utilisation qui est faite de leurs données personnelles, les Français interrogés n'hésiteraient pas à agir en cas de doute trop important ou de preuve d'utilisation abusive de leurs informations personnelles : 65% affirment boycotter les entreprises qui sont connues pour ne pas respecter la vie privée de leurs clients. 50% contacteraient une association de protection des données ou la CNIL s'ils constataient un abus sur l'utilisation de leurs données personnelles.

En conclusion, cette étude révèle quelques grands enseignements :

- Les Français sont conscients de la menace que représente la collecte de leurs données personnelles par les entreprises et les administrations sur le respect de leur vie privée et leurs libertés individuelles. La possibilité de naviguer sur le web en toute liberté sans laisser de traces ne leur apparaît pas possible.
- Ils se montrent démunis face à cette situation : considérant que les entreprises ne font pas de la protection de leurs données personnelles une priorité, ils observent que ces dernières collectent des informations sans leur consentement et sans leur laisser le choix.
- Dans ce contexte où ils ont le sentiment de subir cette situation, ils ont tendance à accepter la politique de confidentialité des sites sans les lire. Toutefois, ils n'hésitent pas à boycotter les entreprises qui sont connues pour ne pas respecter la vie privée de leurs clients.