

## Acsel : Baromètre 2023 de la confiance des Français dans le numérique

### *Une confiance qui grandit avec l'usage... Jusqu'à un certain point !*

- 46 % des Français ont confiance dans le numérique (taux le plus haut depuis 10 ans)
- Mais 71 % estiment les escroqueries de plus en plus fréquentes
- Les 15-24 ans se détournent des sites de e-commerce classiques, ils ne sont plus que 13 % à acheter par ce biais
- 57% des 15-24 ans se disent prêts à évoluer dans le Metavers
- 65% des moins de 35 ans se déclarent confiants face à l'IA
- L'identité numérique certifiée reste le principal levier de confiance et de protection selon les Français : 58 % utilisent l'identification FranceConnect



La synthèse du Baromètre est disponible [ici](#)

L'Acsel, principale association multisectorielle et transversale de l'économie numérique en France, mesure depuis plus de 10 ans la confiance des Français dans les usages numériques<sup>1</sup>. Premier enseignement de cette 10ème édition : la confiance n'a jamais été aussi forte. Cette progression est à mettre notamment en parallèle avec un usage renforcé du numérique depuis la pandémie auprès de l'ensemble de la population. Plus exposés, les Français se montrent également plus méfiants mais font preuve de maturité en se tournant vers la technologie lorsqu'elle s'avère utile. Les jeunes, à qui l'ACSEL consacre cette année un volet complet de son baromètre, ont également clairement conscience des risques, même si cette défiance n'empêche pas le recours au numérique surtout lorsqu'il innove (Metavers, cryptomonnaies...).

#### **Un niveau de confiance au plus haut même s'il reste minoritaire dans un fort contexte d'insécurité**

Les résultats de l'édition 2022 du baromètre de l'ACSEL sont sans appel ! **Les Français n'ont jamais eu autant confiance dans le numérique : 46 %, soit 3 points de plus qu'en 2021 et même 9 pts de plus qu'en période précovid.** Quant à ceux qui se montrent plus méfiants, 41 % estiment le risque modéré, tandis qu'ils ne sont que 6 % à considérer une navigation en ligne comme « tout à fait risquée ». Une hausse de la confiance clairement liée à l'augmentation des usages numériques.

Toutefois, utiliser davantage le numérique, c'est aussi s'exposer plus fortement aux risques. Ainsi, **les escroqueries sont perçues comme de plus en plus fréquentes par une large majorité de Français (71 % en hausse de 7 pts vs 2021).** Ce ressenti se traduit dans les faits, puisque le nombre de personnes interrogées qui se déclarent victimes d'une escroquerie en ligne (arnaque à l'assurance maladie, phishing, piratage, fraude à la carte bancaire, virus...) augmente lui aussi de 3 pts vs 2021 (45 %).

#### **Malgré leur défiance, les 15-24 ans jouent un rôle déterminant dans les nouveaux usages**

Fait marquant du baromètre, **les jeunes se détournent des sites de e-commerce classiques**, ils ne sont plus que 13 % à acheter par ce biais contre 23 % lors du dernier baromètre : une chute sévère de 10 points ! Près de 1 sur 2 déclare ainsi un manque de confiance dans ce modèle (46 %). **Ils sont également plus méfiants que la moyenne quant à la capacité des réseaux sociaux à garantir la protection de leurs données personnelles** (54 % pour les 15-24 ans, soit -6 pts vs 2021). Ils sont d'ailleurs à peine plus de la moitié (51 % en chute de 9pts) à faire confiance à ces plateformes pour mieux réguler leurs contenus (éviter les faux comptes et la diffusion de fake news, lutter contre le harcèlement en ligne...).

---

<sup>1</sup> Baromètre réalisé par Harris Interactive du 14 au 29 novembre 2022 auprès de 1 247 internautes français.es âgés.es de 15 ans et plus

Cette défiance n'empêche cependant pas l'usage. Ainsi, **les jeunes sont moteurs dans l'achat et la vente sur les réseaux sociaux**, même si ce canal reste encore embryonnaire : 42 % déclarent l'avoir déjà pratiqué, contre 31 % pour l'ensemble de la population.

Par ailleurs, 70% d'entre eux sont abonnés à des influenceurs (vs 35% pour la population globale). Ils sont également plus ouverts à l'usage des cryptomonnaies dans lesquelles ils sont prêts à investir pour 43 % d'entre eux (27 % pour l'ensemble du panel) ou pour réaliser des paiements (44 %) contre 26%. 15% des 15-24 ans utilisent les NFT contre 9% pour l'ensemble des Français.

Ils se montrent également **très intéressés par le Métavers dans lequel ils se disent prêts à évoluer (57 %)**, contrairement à la population générale réticente à l'idée de s'y installer (35 %).

**Enfin face à l'IA, au cœur de l'actualité avec ChatGPT, les moins de 35 ans se déclarent confiants à 65%** (54% pour la moyenne des répondants).

### **Une vulnérabilité accrue par un sentiment de manque de protection**

Lorsque l'on demande aux Français s'ils se sentent convenablement informés sur les manières de se prémunir contre les escroqueries en ligne, ils sont encore 59 % à estimer l'être suffisamment, voire « très bien » ; mais ce chiffre est en baisse de 3 points vs 2021. S'ils se sentent plutôt bien armés contre le piratage de leurs données bancaires (49 %) et les tentatives de phishing (49 %), ils craignent en revanche davantage les usurpations d'identité (42 % seulement s'en disent protégés), les abonnements cachés (42 %) et les ventes de contrefaçons en ligne (39 %). Sur tous ces points, en dehors du piratage de données bancaires, l'impression d'être protégé chute.

Pour autant, si le sentiment de risque augmente, les Français se révèlent plutôt passifs. Ainsi, 46 % seulement ont renforcé leur vigilance sur Internet depuis l'an dernier (52 % des 65 ans et plus) ; 30 % ont installé des logiciels ou applications de type antivirus, pare-feu ou VPN.

### **Une acceptation de la technologie pour les usages « utiles ou adaptés »**

La santé est une préoccupation majeure des Français. 69% des personnes interrogées estiment aujourd'hui avoir confiance dans les dispositifs numériques qui permettent de faire de la prévention dans ce domaine (applications sur smartphone, objets connectés...). Cette confiance est, là encore, renforcée par l'usage (72% des utilisateurs sont confiants).

Les technologies numériques sont également bien perçues dès lors qu'elles viennent soutenir les actions en faveur de la protection de l'environnement ou de la consommation énergétique. 68 % des répondants leur font notamment confiance pour suivre, maîtriser et réduire ce type de dépense et leur empreinte carbone.

De la même façon, la transmission de leurs données personnelles n'est pas un véritable souci dès lors qu'elle leur est utile : 76 % l'acceptent dans le cadre de la simplification de leurs démarches administratives ; 68% pour améliorer leur suivi médical ; 66 % pour sécuriser leurs transactions.

Les nouveaux moyens de paiements sont, quant à eux, plutôt bien accueillis, même si la défiance augmente envers ceux qui sont jugés non essentiels : le paiement via smartphone n'enregistre ainsi que 41 % de confiance (en chute de 5 pts vs 2021), quand le paiement sans contact via les objets connectés (montre, bracelet...) n'est jugé sécurisant qu'à 32 %.

En revanche dès que la technologie ne se révèle pas essentielle, les Français s'en détournent, ainsi la géolocalisation à des fins commerciales n'intéresse que 39% des sondés (en chute de 7 points vs 2021). La possibilité d'évoluer dans le Métavers est jugée adaptée pour 45% aux loisirs mais peu adaptée pour les transactions bancaires selon 23% des répondants.

### **Quelques leviers plébiscités pour consolider la confiance**

**L'un des principaux leviers de confiance et de protection selon les Français reste l'identité numérique certifiée, 58 % des répondants déclarent utiliser l'identification FranceConnect** (en hausse forte de 13 pts vs 2021). Les nouvelles méthodes d'authentification lors du paiement ont également un impact favorable sur la confiance, 56% des personnes se déclarent rassurées et 61% satisfaites et rassurées. Lorsqu'on leur demande ce qui pourrait leur donner plus confiance, les Français souhaitent en premier lieu avoir la certitude d'être remboursés en cas de piratage de leurs données bancaires (30 %). Ils veulent aussi avoir l'assurance que leurs données seront bien supprimées s'ils en font la demande (24 %). Ainsi 66% sont prêts à accepter systématiquement les cookies s'ils les protègent contre l'usurpation de compte.

Il est enfin intéressant de noter que la souveraineté des données n'influe pas sur la confiance : seuls 9% sont rassurés par le fait que leurs données soient stockées en France ou en Europe et 8% qu'elles soient partagées uniquement en France ou en Europe.

**A propos de l'ACSEL ([www.acsel.eu](http://www.acsel.eu))**

L'Acsel est la principale association multisectorielle et transversale du numérique en France dont la mission est l'accélération de la transformation numérique. Elle réunit l'ensemble des acteurs de l'économie numérique, des entreprises et des organismes publics, de toutes tailles (grands groupes, PME, TPE, ETI, startups) et œuvre à leur mise en relation par des événements de networking.

Avec sa Think Factory, l'Acsel analyse l'impact du numérique sur les différents secteurs de l'économie, anticipe les défis à venir et partage les bonnes pratiques.

Les thématiques traitées portent sur la mise en place d'un cadre de confiance dans les relations numériques ; le décryptage des (r)évolutions en cours dans tous les domaines et en particulier pour les secteurs bancaires et paiement, commerce, assurance, santé ; la veille sur la transformation des organisations, des compétences et des métiers autour du numérique ; l'analyse de l'apport des technologies connectées dans la vie quotidienne et dans les écosystèmes ; l'anticipation et la mise en œuvre des évolutions réglementaires qui impactent le digital.

**Contacts presse**

Sandra Laberrenne – [slaberenne@meiji-communication.com](mailto:slaberenne@meiji-communication.com) - 06 43 19 13 88