

Publication d'une étude sur les internautes et leur vie privée sur la toile

**75% des 16-25 ans préoccupés par l'exploitation commerciale
de leur identité numérique**

Près de 60% des mères internautes inquiètes pour leurs enfants

Paris, le 23 novembre 2010,

Les **internautes sont-ils vraiment conscients des traces qu'ils laissent sur le net** pour remplir un formulaire on-line, échanger des informations sur un réseau social, commander un article sur internet, animer un blog... ? Réalisée en octobre 2010, l'étude exclusive iligo Nimjan révèle que les **internautes français ont le sentiment de maîtriser les données personnelles** qu'ils dévoilent sur internet. S'ils ont confiance en eux pour « piloter » la gestion de leur propre identité numérique, **la « conduite » des autres à l'égard des données de la vie privée suscite par contre beaucoup plus de craintes.**

61% des internautes estiment bien contrôler les informations personnelles qu'ils laissent ou qu'ils publient sur internet.

Comment gèrent-ils leur e-réputation ?

En pratiquant une « veille » de leur identité numérique sur les moteurs de recherche : 72% des internautes disent avoir fait au moins une recherche sur eux-mêmes sur internet.

Une veille encore plus « automatique » dès lors que les internautes sont fortement impliqués dans les réseaux sociaux : ce chiffre atteint 88% pour les membres ayant un nombre de contacts supérieur à 100.

En entreprenant des actions pour préserver leurs informations personnelles sur les sites communautaires pour 92% des membres de réseaux sociaux.

Parmi les actions entreprises par plus d'un membre sur deux :

- 78% n'acceptent pas toutes les demandes de contact
- 66% ont déjà modifié leurs paramètres de confidentialité

Le suicide virtuel qui consiste à se désinscrire d'un réseau n'intervenant qu'en dernier recours (28%).



Les jeunes et les membres des réseaux sociaux soucieux de l'utilisation commerciale de leur identité numérique

Si les internautes ont confiance en leur propre capacité à gérer leurs données personnelles, leur degré d'inquiétude se précise dès lors que l'on évoque l'utilisation de leur identité numérique par des entreprises. Bien que plus « exhibitionniste », la génération des 16-24 ans n'en est pas moins consciente des risques et les scores d'inquiétude s'en ressentent.

70% des internautes et jusqu'à 75% des 16-24 ans et des membres de réseaux sociaux sont inquiets de l'utilisation de leurs données à des fins commerciales.

La politique de confidentialité des réseaux sociaux est notamment une source d'inquiétude : 80% des membres de réseaux sociaux ne lui font pas confiance. Les dernières actualités relatives à la fuite des données personnelles sur Facebook n'amélioreront pas cette perception. En octobre, le Wall Street Journal révélait ainsi que des applications sur Facebook transmettaient des données personnelles à des sociétés spécialisées dans les publicités ciblées.

Près de 60% des mères internautes inquiètes du non respect de la vie privée de leurs enfants sur internet

La médiatisation de plus en plus fréquente de faits divers, la prise de conscience de l'exploitation commerciale de l'identité numérique des internautes font réfléchir....

Si les internautes restent globalement peu inquiets pour eux-mêmes (40%), **le curseur de leur inquiétude est placé plus haut quand il s'agit d'un membre de leur famille (50%).**

Les mamans internautes se révèlent à ce titre les plus inquiètes (58%).

Elles-mêmes dévoilent des facettes de leur vie familiale sur internet mais ont le sentiment de maîtriser ce qu'elles publient. Leur **inquiétude se porte** par contre **sur les données que dévoilent leurs enfants**. C'est pourquoi elles font notamment plus de recherche sur les membres de leur famille que la moyenne des internautes.

L'éducation aux réseaux sociaux est à n'en pas douter un **enjeu majeur pour les parents**. Et un sujet d'actualité : un guide récemment publié vise ainsi à aider à encadrer l'usage d'Internet par les jeunes, et à leur faire comprendre ses risques potentiels... (*« Enfants et adolescents face au numérique, comment les protéger et les éduquer » de Jean-Charles Nayebi*)



A propos d'iligo et de Nimjan



iligo est une société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies. iligo privilégie une démarche transversale, articulée autour de trois expertises : Consumer Insight, Media Insight, Communication Insight. iligo a notamment publié en 2010 une étude de référence sur la Trace Digitale des marques.

nimjan

Nimjan est une jeune société internet française qui donne la possibilité à l'internaute d'exercer un meilleur contrôle sur la protection de ses données personnelles. Depuis sa création en mars 2010, Nimjan s'est focalisée sur le développement de l'application Upik, connectée sur le compte Facebook de l'internaute (compatible aujourd'hui avec le navigateur internet Firefox). Upik permet aux membres du célèbre réseau social, d'avoir une vue complète et détaillée, en un seul et même endroit, des regroupements de ses contacts (amis, amis d'amis, membres de réseaux, listes d'amis), des informations renseignées dans sa fiche profil, des réglages de ses paramètres de confidentialité, en gardant toujours un oeil sur son fil d'actualité Facebook. Nimjan garantit par ailleurs ne pas avoir accès aux données personnelles de l'internaute.

Pour plus d'informations, visitez : www.upik.net et suivez notre blog qui vous éduquera aux réseaux sociaux.

Pour en savoir plus

Contact iligo

Olivier Goulet
+33 (0)1 53 00 92 84
olivier.goulet@iligo.fr

Contact Nimjan

Arnaud Le Ruyet
+33 (0)1 42 01 25 47
aleruyet@nimjan.com



Note méthodologique

Cette enquête a été auto-administrée en ligne auprès d'un échantillon représentatif de la population française des internautes de 16 à 65 ans.

Le terrain s'est déroulé du 15 au 22 octobre.

Iligo a interrogé un échantillon de 1003 internautes de 16-65 ans dont la représentativité a été assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région

5 réseaux sociaux ont été étudiés : Copains d'avant, Facebook, LinkedIn, Myspace, Twitter, Viadéo

