

Communiqué de presse

Mars 2018



Les Français, grands oubliés de la RGPD : seuls 8% connaissent ce nouveau règlement.

A quelques mois de l'entrée en vigueur du règlement général relatif à la protection des données personnelles (RGPD), les principaux concernés par ces quatre lettres sont quasiment absents. iligo propose de mettre en lumière le grand public sur cette question, à travers une étude qui montre en effet que seuls 8% connaissent ce nouveau règlement européen, mais dont 74% sont demandeurs d'être informés.

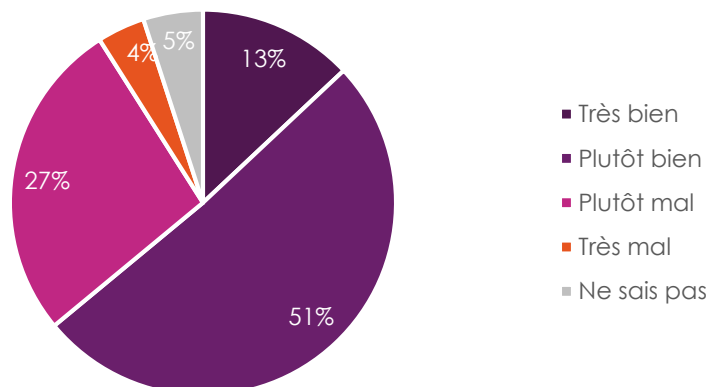
Les Français conscients de la valeur commerciale de leurs données

A 67%, les Français interrogés sont une large majorité à estimer bien maîtriser leurs informations publiées sur internet. Mieux encore, 13% des Français déclarent maîtriser « très bien » leurs données. Plus habitués à cette problématique, les 18-34 ans sont ceux qui déclarent mieux les maîtriser, à 71%.

64%

estiment bien maîtriser leurs
informations publiées sur
internet

Au global, estimez-vous que vous contrôlez et maîtrisez les informations que vous laissez ou que vous publiez sur internet ?



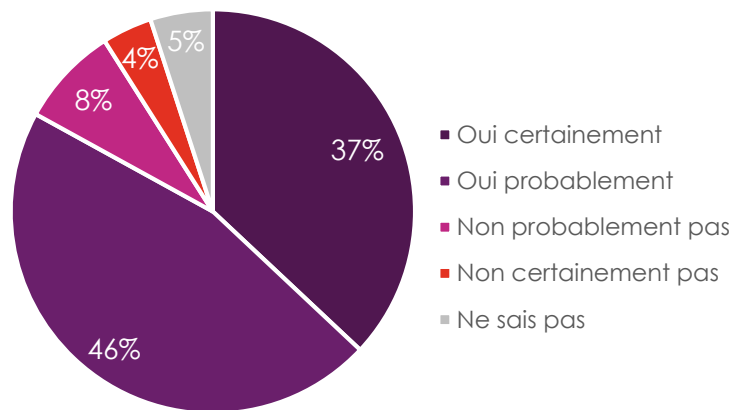
A l'inverse, ils ne sont que 33% à déclarer qu'il est facile de modifier ou de supprimer des données personnelles. Là aussi, les 18-34 ans se distinguent en étant 40% à le penser, soit 7 points de plus que la moyenne des Français.

Les Français interrogés sont une très large majorité à avoir conscience de la valeur commerciale des données personnelles : 83% aujourd'hui contre 70% en 2013.

83%

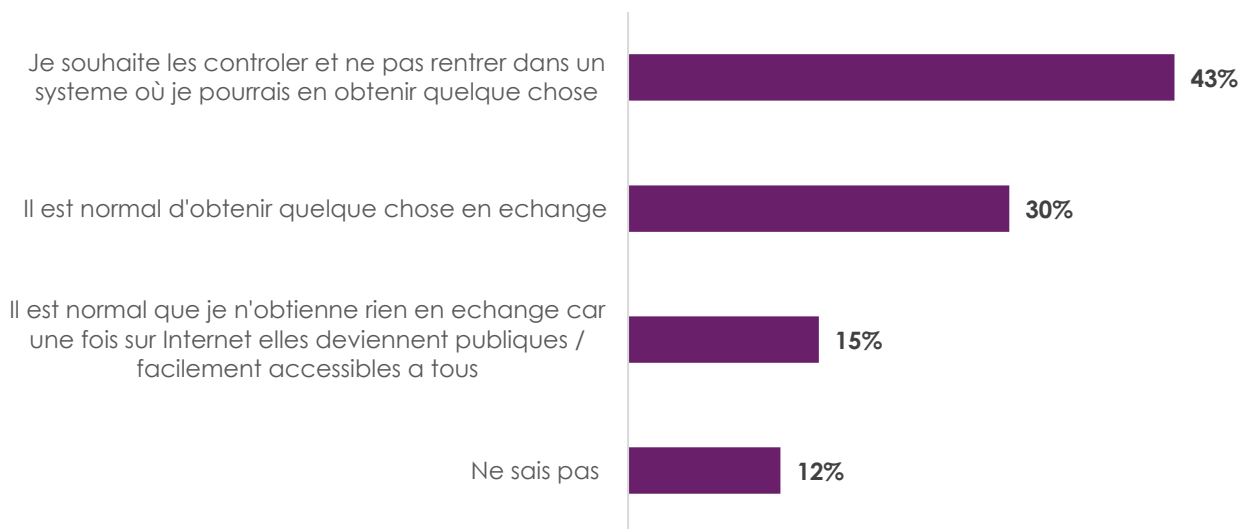
Déclarent que les données personnelles publiées sur internet ont une valeur commerciale

Concernant les données personnelles que vous laissez ou que vous publiez sur internet. Diriez-vous qu'elles ont une "valeur commerciale" pour les entreprises ?



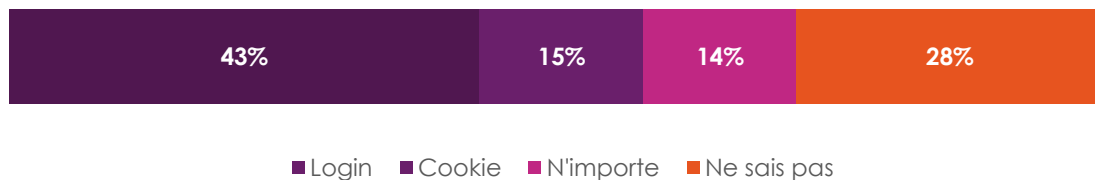
Parmi ces 83%, ils sont 43% à déclarer qu'ils souhaitent contrôler ces données, et ne pas rentrer dans un système où ils pourraient en obtenir quelque chose en échange. A l'inverse, 15% trouvent normal de ne rien obtenir en échange, partant du principe qu'une fois sur internet, les données deviennent publiques et facilement accessibles à tous.

Dans le cadre où vos données personnelles ont une "valeur" commerciale pour les entreprises, quelle phrase correspond le mieux à votre situation ?



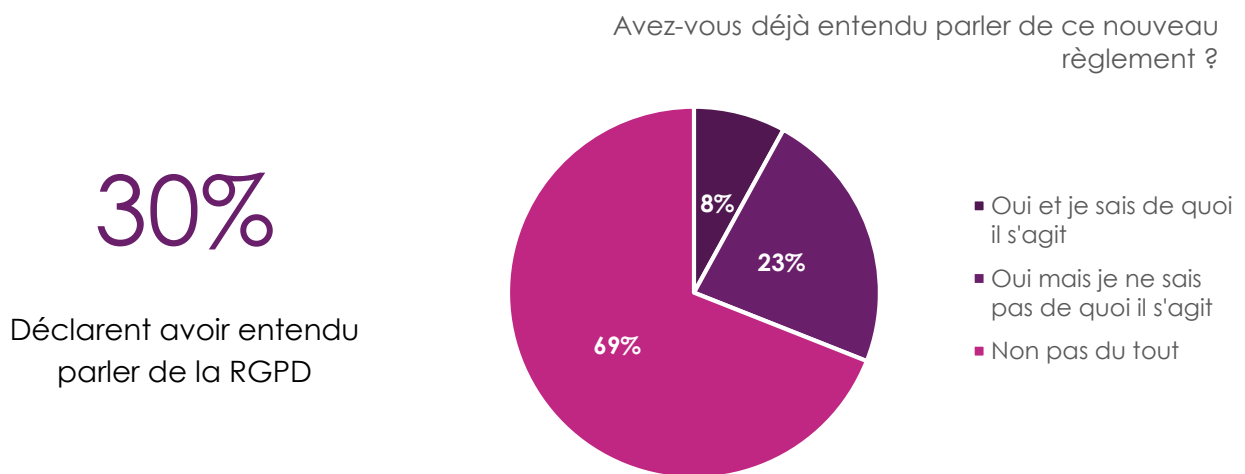
Alors que Bruxelles s'apprête à durcir les règles sur l'utilisation des données personnelles, avec un consentement plus clair des internautes au sujet de la collecte de leurs données personnelles, afin d'accéder à de l'information de manière gratuite, les français semblent faire un choix en matière de technique utilisée. Si 15% des individus interrogés préfèrent l'utilisation des cookies, ils sont 43% à choisir le login. Un choix judicieux, que sont en train de prendre de plus en plus de médias ou éditeurs, suite à des initiatives anti cookies menées par certains navigateurs.

Pour accéder à de l'information de manière gratuite, les entreprises collectent des données de deux manières : les cookies, le login. Lequel préférez-vous ? (après explication des deux techniques)



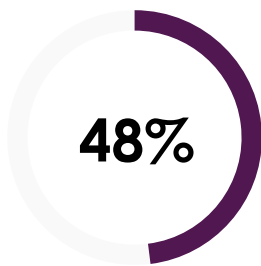
Les Français oubliés par la RGPD, mais enclins à jouer un rôle

Si le sujet de la RGPD est largement répandu dans les médias BtB aujourd'hui, il semblerait que cela le soit très peu dans les médias dont l'audience est plus grand public. En effet, à quelques mois de son entrée en vigueur, seul un tiers des Français déclarent avoir déjà entendu parler de ce nouveau règlement, et seulement 8% savent de quoi il s'agit.

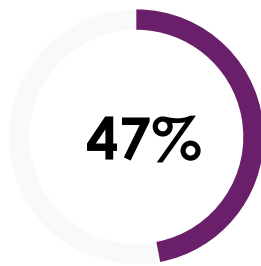


Un chiffre relativement faible, laissant une importante marge de progression en termes d'information, puisque 74% déclarent avoir l'intention de renseigner plus précisément sur cette nouvelle réglementation européenne.

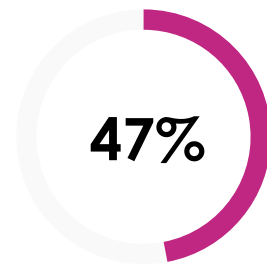
Un long travail d'information et de pédagogie est donc à prévoir à l'avenir, et qui devrait mener par trois acteurs majeurs d'internet selon les français, à savoir : les médias (48%), les FAI (47%), et la CNIL (47%).



Les Médias



Les FAI



CNIL.

L'information et la pédagogie, puisque après explication succincte du texte, 43% des individus se disent rassurés par cette nouvelle réglementation européenne, tandis que 14% expriment de l'inquiétude. Les 43% restant qui se disent indifférents ou n'expriment pas de sentiment à l'égard de ce texte, montrent là aussi une absence d'opinion, marquée par un manque d'informations.

Face à ce nouveau règlement, quel est votre sentiment ?



■ Rassurés ■ Indifférents ■ Inquiets ■ Ne sais pas



Si les Français sont en majorité attachés à l'Union Européenne, ils ne sont que 26% à avoir « plutôt confiance » en elle selon l'Eurobaromètre standard de l'automne 2016*, et 77% estiment manquer d'information sur cette grande institution.

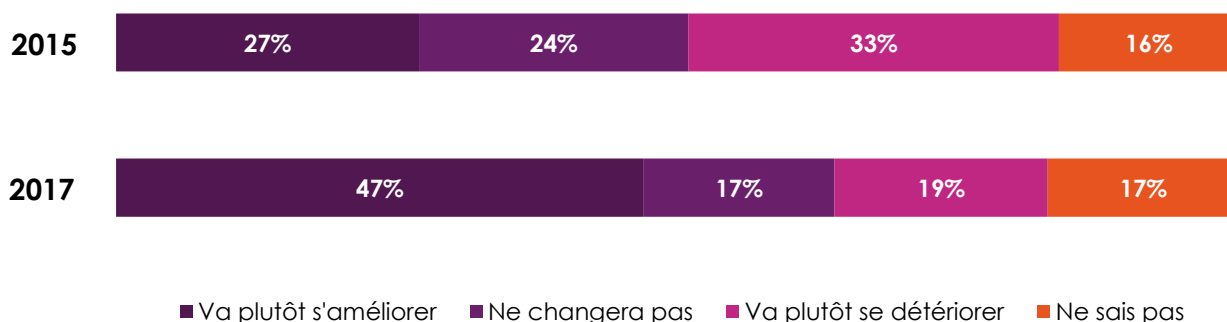
En ce qui concerne sa capacité à appliquer ce nouveau règlement, le taux de confiance monte à 47% dans notre étude.

Des résultats sans réelle surprise, qui montrent un manque d'information sur la gestion des données personnelles par l'institution, laissant une place à des acteurs plus proches des internautes français pour informer.

La RGPD, un facteur d'optimisme sur la protection des données

Pas totalement informés, ni pas totalement rassurés, les Français sont tout de même plutôt optimistes sur l'avenir de la protection des données personnelles sur internet au cours des prochaines années, suite à la présentation de la RGPD. En deux ans, la part des optimistes est passée de 27% à 47%, soit un gain de 20 pts aux dépens des pessimistes, passant de 33% à 17%.

Diriez-vous qu'au cours des prochaines années, la protection des données personnelles sur internet ?



Au cours des mois à venir et lors de la mise en place de la RGPD, l'Union Européenne et les principaux acteurs de l'internet au niveau national, ne devront ne pas oublier les principaux concernés : les internautes. Désireux de s'informer, et pas rassurés pour une majorité, les Français voient dans ce nouveau règlement une opportunité pour une meilleure régulation de l'utilisation des données personnelles, à l'heure où ce sujet fait régulièrement la une des médias de manière négative.

* https://ec.europa.eu/france/news/20170309_enquete_eurobarometre_fr



Méthodologie

Etude CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) réalisée du 6 au 9 février 2018, auprès d'un échantillon de 1205 répondants 18-69 ans représentatifs des habitants de la France entière, en termes de sexe, d'âge, CSP et régions.

A propos d'iligo

iligo est une **agence d'études** dédiée à la **compréhension des comportements de consommation et à la mesure des leviers marketing**.

- Agence, car l'**apport en conseil**, notamment d'un point de vue stratégique, est une composante des missions d'iligo.
- Etudes, car il s'agit de produire des **recommandations opérationnelles** en s'appuyant sur des données fiables, des observations quantitatives, qualitatives, passives ou hybrides. Mais la donnée n'est qu'un moyen pas une fin en soi.

iligo est particulièrement reconnue dans le domaine de l'**innovation**.

- Seule agence d'études présente dans le classement des **500 premières entreprises de la Tech française** (source : Frenchweb édition 2017)
- Agence d'étude **la plus primée** lors des Trophées Etudes & Innovations 2016 et 2017, notamment pour des protocoles avec Google, Twitter, Publicis, etc... (source : Offre Media/Syntec Etudes)

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Kévin SDRIGOTTI

01 83 64 67 64

kevin.sdrigotti@iligo.fr



@iligo_research



@iligo



@iligo.fr



@iligo_research