

Baromètre Gemalto - TNS Sofres

Les Français et les Américains exigent une amélioration de la sécurité et de la flexibilité du monde numérique

Amsterdam, 12 mars 2008 – Gemalto (Euronext NL0000400653 GTO), leader mondial de la sécurité numérique, dévoile la première édition de son baromètre des perceptions et des pratiques liées aux technologies numériques. Menée à la fois en France et aux Etats-Unis, cette étude inédite révèle une préoccupation grandissante des utilisateurs envers la sécurité des données et la protection de l'identité, ce qui engendre de fortes attentes en matière d'amélioration de la sécurité et de la flexibilité du monde numérique.

Si les Français et les Américains s'accordent à dire que les technologies numériques simplifient leur vie, celles-ci ne font pas selon eux encore leurs preuves en terme de sécurité. Quand ils font usage de leur carte bancaire, leur carte de santé, leurs dispositifs d'authentification, leur téléphone mobile ou leur ordinateur, les utilisateurs sont en demande d'un monde numérique alliant flexibilité et sécurité.

Tandis que le téléphone mobile apparaît comme l'outil numérique auquel les utilisateurs accordent la plus grande confiance, Internet – et notamment la banque et le commerce en ligne – continue de soulever de fortes inquiétudes. Les Internautes appréhendent surtout que leurs données personnelles et financières ne soient dérobées ou détournées, et que leurs ordinateurs ne soient assaillis par des virus.

La plupart des utilisateurs expriment le besoin que des organismes de confiance -leur banque ou une marque reconnue- les informent et les rassurent sur la sécurité numérique en leur proposant, par exemple, des solutions de sécurisation de leurs transactions en ligne. Ils souhaitent bénéficier d'outils qui protègent leurs données personnelles et sécurisent leurs transactions, tout en étant faciles d'utilisation et conviviaux. Interrogé dans un focus group, un sondé déclare : *« Il ya encore beaucoup de progrès à faire sur le plan de la sécurité numérique et de la protection de l'identité pour que les gens adoptent réellement les nouvelles technologies, même si elles sont très pratiques à utiliser ».*



Entre sous-information, crainte et enthousiasme...

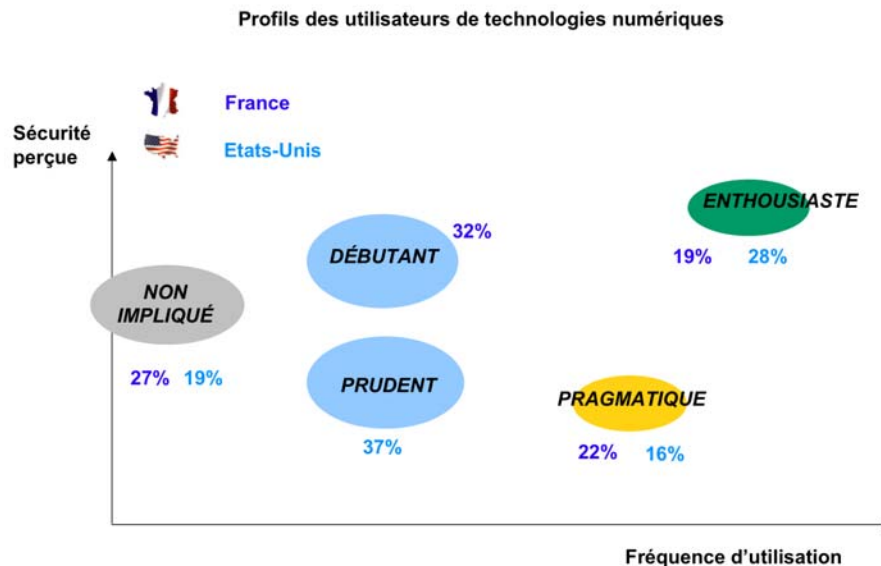
Des utilisateurs sous-informés ?

Plus d'un Français sur deux s'estime encore mal informé, contre un Américain sur trois sur les questions de sécurité numérique. Les Français déclarent notamment disposer de peu d'organismes de référence capables de les rassurer sur les questions de sécurité numérique. A ce titre, ils citent dans le désordre leur banque (17%), l'Etat (14%) ou leur opérateur téléphonique (6%).

Malgré ce sentiment de sous-information, les utilisateurs ont aujourd'hui des perceptions claires concernant la sécurité et les bénéfices des technologies numériques...

Les Français plus confiants au quotidien que les Américains

Les Français se montrent confiants, voire insoucians vis-à-vis des nouvelles technologies quand, au quotidien, ils consultent leur compte bancaire (68%), le gèrent (66%), utilisent leur carte de crédit (59%) ou leur carte de santé (80%). A contrario, les Américains, dont 21% affirment avoir déjà été victimes d'une tentative d'extorsion de leurs données bancaires, émettent de plus fortes réserves.



Des bénéfices à l'usage clairement perçus...

Indépendance, liberté, gain de temps, facilité d'utilisation, échange... Plus massivement que les Américains, les Français tendent à reconnaître les bénéfices liés à l'utilisation des technologies numériques. 80% d'entre eux associent ces technologies à la notion de liberté, contre 70% des Américains.

... mais des craintes pour l'avenir

Les Français et les Américains se rejoignent pour exprimer des craintes liées au progrès technologique qui, pour respectivement 63 et 67% des Français, pourrait provoquer dépendance et individualisme. Sans doute en lien avec le syndrome « Big Brother », la violation de l'identité s'inscrit au premier rang de ces peurs.

Des préoccupations précises exprimées par tous les utilisateurs

L'usurpation d'identité et les virus en question

La protection des données personnelles est au cœur des préoccupations des utilisateurs, qu'ils soient français ou américains. Plus de la moitié des Internautes français (58%) et trois quarts des américains (74%) redoutent ainsi une usurpation de leur identité, suite au vol de leurs données personnelles !

En France toutefois, la panne ou la déficience technologique notamment liées aux virus informatiques sont l'objet de peurs constantes : 71% des Français craignent les virus informatiques, 62% disent en avoir déjà eu et 47% sont inquiets lorsqu'ils téléchargent des documents.

Le téléphone mobile, un outil personnel rassurant

Une technologie à laquelle les Français, tout comme les Américains, accordent une grande confiance : le téléphone portable. Les trois quarts des utilisateurs des deux côtés de l'Atlantique ne sont pas inquiets lorsqu'ils utilisent leur mobile. Les virus, la perte ou le vol des données du répertoire ne sont donc pas perçus comme une réelle menace.

De fortes attentes pour une flexibilité et une sécurité accrues

Paieiment en ligne, un besoin ferme de garantie...

Lorsqu'il s'agit de payer, les craintes sont quasi-unanimes : un Français sur deux est inquiet lorsqu'il effectue une transaction en ligne.

68% des Français ont déjà renoncé à mener des achats sur un site en lequel ils n'avaient pas confiance. Si les conditions de sécurité étaient optimisées, 56% des Français déclarent qu'ils achèteraient davantage en ligne et 62% affirment qu'ils fréquenteraient plus de nouveaux sites.

Les utilisateurs se sentent donc plus en confiance pour le paiement en ligne dès lors qu'ils connaissent le site (87% des Français et des Américains), disposent de la caution d'un organisme spécialisé dans la sécurité (86% des Français, 84% des Américains) ou d'une banque sécurisant la transaction (81% des Français, 83% des Américains).

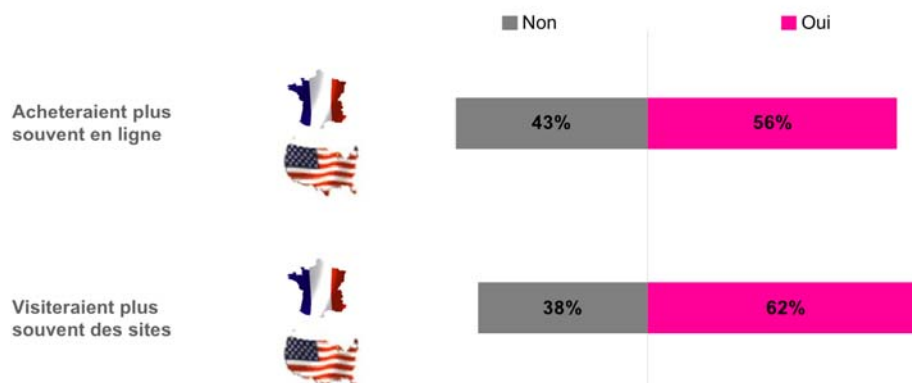
... mais avec davantage de flexibilité !

Pourtant concordants sur les bénéfices concrets des nouvelles technologies, plus de la moitié des Français déclarent que le monde numérique génère des contraintes.

68% des Internautes français disent perdre du temps avec des procédures d'enregistrement compliquées. 46% déclarent avoir déjà abandonné un paiement pour avoir trouvé la procédure trop longue. La gestion des mots de passe peut constituer une contrainte : 41% des Internautes français avouent avoir perdu ou oublié leur mot de passe ou d'autres données personnelles.

Les Français sont en attente de services sécurisés qui soient plus flexibles, leur donnant une facilité et une liberté d'utilisation accrues.

Si demain, les sites Web garantissaient des conditions de sécurité optimale, les Internautes...



Des enseignements à retenir pour favoriser l'émergence du e-commerce en France ?

Les Français demeurent plus frileux que les Américains vis-à-vis du e-commerce. Si 21% des Français et 29% des Américains sont déjà convaincus par la banque en ligne, seuls 9% des Français pratiquent régulièrement le paiement en ligne sur Internet, contre 26% des Américains !

Vis-à-vis de solutions technologiques qu'ils savent faillibles, en raison notamment des risques de panne ou de vol, les Français exigent davantage de sécurisation dans le respect de leurs libertés individuelles. De plus, ils réclament plus de facilité d'utilisation, mais veulent des garanties d'indépendance. Ils sont aujourd'hui à la recherche d'une marque de confiance qui pourrait résoudre l'ensemble de ces contradictions.

Quelle proximité avec le monde numérique en France ?

Qu'entendent les Français par monde numérique ?

Quand on parle « numérique », les Français pensent aux appareils photos, aux téléphones portables, à leurs MP3, à la télévision numérique voire à Internet et à l'informatique... Exit de cette définition, les cartes à microprocesseur qui, du téléphone portable en passant par la carte bancaire, le pass de transport ou le passeport biométrique, constituent pourtant une des pièces maîtresses du monde numérique.

Une large portion de Français demeure encore peu familière du monde numérique

Les Français ont encore une idée relativement restreinte du monde numérique et de sa sécurisation, d'autant plus que tous n'en sont pas familiers. Ce sont avant tout les moins de 35 ans et les cadres qui bénéficient au quotidien des avantages des nouvelles technologies.

31% des Français ne disposent pas d'une connexion Internet, au travail et/ou au domicile, avec une très forte disparité selon l'âge : si 3% des 18-24 ans déclarent ne pas avoir de connexion, c'est le cas de 52% des plus de 64 ans et 28% des 50-64 ans. 19% des Français n'utilisent jamais un téléphone portable, 24% le paiement par carte bancaire et 60% des Français n'ont jamais pratiqué le paiement en ligne sur Internet.



Cette première édition du baromètre de la sécurité numérique a été menée en France et aux Etats-Unis par TNS Sofres, de septembre à novembre 2007, auprès d'un échantillon représentatif de plus de 2 000 personnes.

- ***En France, cette enquête s'est déroulée selon deux phases : du 20 au 24 septembre, deux réunions de groupe, de dix personnes chacune, ont permis de recueillir les perceptions et les attentes des usagers d'Internet de 18-34 ans d'une part et de 35-55 ans d'autre part, vis-à-vis de la sécurité numérique. La seconde phase a consisté en la réalisation d'un sondage mené auprès d'un échantillon national représentatif de plus de 1000 personnes de 18 ans et plus, interrogés par téléphone, sur leurs pratiques du monde numérique.***
- ***Aux Etats-Unis, cette enquête s'est déroulée selon deux phases : le 1er octobre, deux réunions de groupe, de dix personnes chacune, ont permis de recueillir les perceptions et les attentes des usagers d'Internet de 18-34 ans d'une part, de 35-55 ans d'autre part, vis-à-vis de la sécurité numérique. La seconde phase a consisté en la réalisation, du 30 octobre au 12 novembre, d'un sondage mené auprès d'un échantillon national représentatif de plus de 1000 personnes de 18 ans et plus, interrogés par téléphone, sur leurs pratiques du monde numérique.***

A propos de TNS Sofres

Leader français et référence des études marketing et d'opinion, TNS Sofres est une société du groupe TNS, l'un des leaders mondiaux du marché et n°1 mondial des études ad hoc. Nous proposons une gamme de prestations d'études, ad hoc ou collectives, autour de 5 spécialités : compréhension des marchés et des consommateurs, innovation, gestion de la marque, communication et gestion de la relation client. L'ensemble de ces prestations est réalisé dans 11 secteurs composés d'experts dédiés à certains marchés ou clients. TNS est présent dans 70 pays dans le cadre d'un réseau intégré, et est à même de conduire des études dans plus de 100 pays.

A propos de Gemalto

Gemalto (Euronext NL 0000400653 GTO), leader de la sécurité numérique avec un chiffre d'affaires annuel pro forma 2007 de plus de 1,6 Md€ et plus de 85 bureaux dans 40 pays, compte plus de 10 000 salariés, dont 1 300 ingénieurs de Recherche & Développement.

Dans un monde où la révolution numérique transforme de plus en plus notre vie quotidienne, les solutions de Gemalto sont conçues pour rendre les interactions numériques personnelles plus conviviales, plus sûres et plus agréables.

Gemalto propose des solutions de sécurité numérique intégrées, depuis le développement de logiciels jusqu'à la création et la fabrication d'outils de sécurité numérique tels les cartes à puce, cartes SIM, passeports électroniques ou jetons ou encore la gestion et le déploiement de services pour ses clients.

Nos produits et services sont utilisés par plus d'un milliard de personnes à travers le monde pour de nombreuses applications, notamment dans les télécommunications, les services financiers, les administrations, la gestion des identités, le contenu multimédia, la gestion des droits numériques, la sécurité informatique et les transports en commun.

Parce que l'utilisation de ses logiciels et dispositifs sécurisés augmente avec le nombre de personnes qui interagissent dans le monde numérique et mobile, Gemalto est aujourd'hui idéalement positionné pour croître dans les années à venir.

Gemalto est issu du rapprochement en juin 2006 entre Axalto et Gemplus.

Pour plus d'informations, visitez notre site Internet www.gemalto.com

Contacts

Gemalto

Rémi Calvet

T.: +33 (0) 1 55 01 64 10

M.: +33 (0) 6 22 72 81 58

remi.calvet@gemalto.com

TBWA\Corporate

Sophie Mazoyer

T.: +33 (0) 1 49 09 26 87

M.: +33 (0) 6 07 21 08 77

sophie.mazoyer@tbwa-corporate.com