



Web Observatoire - 4^{ème} trimestre 2020

Plus de 8 internautes sur 10 acceptent de partager leurs données personnelles

Alors que les foyers sont de plus en plus connectés à internet, que les usages numériques et la circulation de data s'accroissent, le débat public autour des données personnelles s'intensifie.

La nouvelle vague de l'étude **Web Observatoire** révèle que les Français sont plutôt enclins à partager une partie de leur vie privée puisque plus de **8 internautes sur 10 (82%)** ayant surfé sur le web au cours du dernier mois, acceptent de partager leurs données personnelles. **43%** le font « seulement lorsqu'ils le jugent nécessaire », tandis que pour **près d'un tiers (31%)** cela dépend du site consulté. Un partage encore plus répandu chez les utilisateurs de tablettes ou TV connectées, qui sont plus de **85%** à accepter cette pratique.

« Avec un usage numérique omniprésent, les données personnelles se multiplient. Les internautes sont désormais conscients de la valeur de ces données et de la nécessité de les protéger. Ils sont néanmoins prêts à les partager avec les marques mais pas dans n'importe quelles conditions. Deux prérequis pour ce partage : qu'il y ait une relation préalable entre l'internaute et la marque d'une part et d'autre part que ce dernier y trouve un intérêt, tel que bénéficier d'une offre promotionnelle, d'un bon plan ou d'une exclusivité », commente Charlotte Leboucher, Directrice d'études chez Médiamétrie.

► Cookies supprimés et géolocalisation acceptée

Pour protéger leurs données personnelles sur internet, **8 internautes sur 10 (80%)** déclarent supprimer les cookies et données de navigation au cours du dernier mois. **Plus de la moitié** d'entre eux (**52%**) utilisent cette technique pour nettoyer leur équipement (ordinateur/téléphone/tablette), tandis que **16%** le font à chaque fois qu'ils quittent leur navigateur.

La géolocalisation s'ancre dans le quotidien des Français avec la part croissante de l'utilisation du mobile pour consulter internet. Ainsi, **76%** des mobinautes interrogés acceptent d'être géolocalisés. Parmi eux, **9%** acceptent systématiquement et **plus des deux tiers (67%)** lorsqu'ils le « jugent nécessaire ». La raison principale avancée : par simplicité d'usage afin d'éviter de remplir les coordonnées de leur position et de localiser les services autour d'eux.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Web Observatoire - 4^{ème} trimestre 2020

Plus de 8 internautes sur 10 acceptent de partager leurs données personnelles



Qui sont les adeptes de la navigation privée ?

Plus de 7 internautes sur 10 (73%) ont utilisé la navigation privée au cours du dernier mois : pour **plus d'un tiers d'entre eux (36%)** lorsqu'ils l'ont « jugé nécessaire » et pour **24%** en fonction du site. Les hommes ont plus tendance à recourir à cette pratique que les femmes (**76%** versus **70%**), ainsi que les jeunes : **81%** des internautes entre 15 et 24 ans sont adeptes de la navigation privée (versus **68%** des 65 ans ou plus).

Les Français et la pollution numérique

Les Français se montrent sensibles à la pollution numérique. En effet, **plus de 3 internautes sur 4 (78%)** ont réalisé au cours du dernier mois au moins une action dont l'objectif est de réduire leur empreinte écologique. Pour la grande majorité d'entre eux (**63%**), il s'agit notamment de vider leur boîte mail et de se désinscrire des newsletters pour limiter le stockage.

« La préoccupation autour des données personnelles et de la pollution numérique, combinée à des actions telles que la suppression de cookies, la navigation privée ou le partage de la géolocalisation représentent un ensemble de facteurs qui montrent bien le niveau de maturité élevée que les Français ont atteint dans leurs utilisations du numérique et leur grande maîtrise d'un outil devenu inéluctable », conclut Charlotte Leboucher.

A propos de Web Observatoire

L'étude Web Observatoire a pour objectif d'analyser les usages web au global, ainsi que sur les supports suivants : ordinateur, téléphone mobile/smartphone, tablette tactile et TV connectée.

L'ensemble des usages Internet détaillés sur chacun des supports, le suivi de nouveaux usages web, ainsi que l'approfondissement de certains usages et comportements sur Internet sont étudiés dans Web Observatoire, au travers notamment des modules suivants : la publicité, la vidéo sur Internet, les réseaux sociaux, la social TV, la radio en ligne, le gaming, l'achat en ligne, les données personnelles et les actualités.

A noter

Un travail de refonte et d'enrichissement du questionnaire a été réalisé pour le 4^{ème} trimestre 2020 afin de refléter au mieux la réalité des usages des internautes.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Web Observatoire - 4^{ème} trimestre 2020

Plus de 8 internautes sur 10 acceptent de partager leurs données personnelles



Méthodologie de l'étude



Etude menée auprès de **5 412 Internaute**s tous supports dernier mois et utilisateurs principaux de téléphone mobile âgés de 15 ans et plus et vivant en France



Echantillon interrogé **en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview)



Période d'enquête : Octobre - Décembre 2020



Afin de garantir une représentativité optimale, les interviews sont redressées sur la base des études de référence suivantes : Observatoire des Usages Internet, Téléphonie et Services Mobiles et Home Devices

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : @mediametrie.official

Contacts Presse :

Stéphanie Haoun

Tél : 01 71 09 93 18

shaoun@mediametrie.fr

Imane Antri Bouzar

iantribouzar@mediametrie.fr