



Les Français et le Règlement Général pour la Protection des Données personnelles

Sondage Ifop pour Send in Blue

Février 2018

N° 115210

Contacts Ifop :

Fabienne Gomant – Directrice Adjointe

Marion Chasles-Parot – Chef de Groupe

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

Prenom.nom@ifop.com

Sommaire

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

- A. Usages des internautes et protection des données personnelles
- B. Notoriété et image du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles
- C. Impacts perçus du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles

1 | La méthodologie



Etude réalisée par l'Ifop pour Send in Blue

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
		
<p>Echantillon de 1001 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p>	<p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.</p>	<p>Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) du 8 au 12 février 2018.</p>

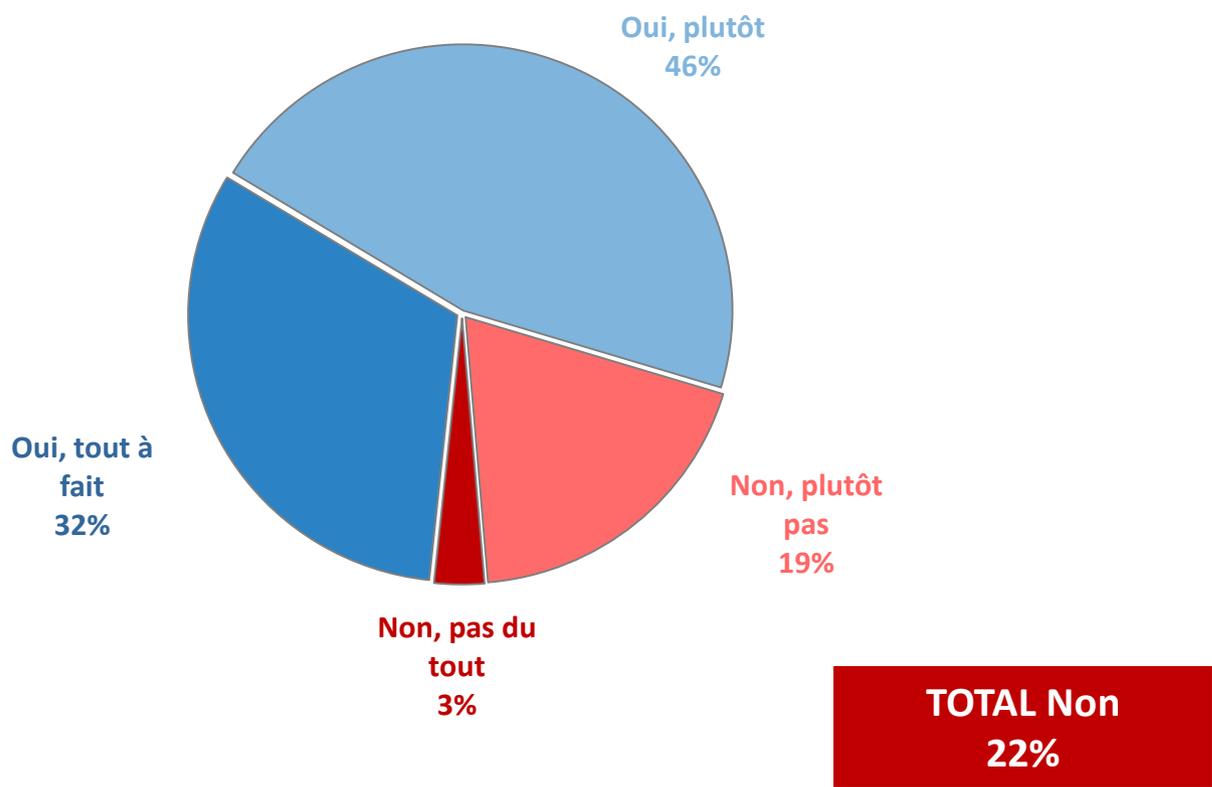
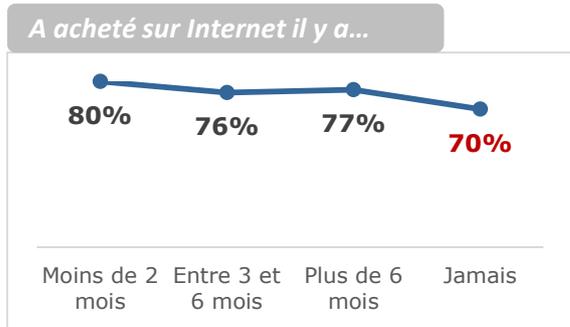
2 | Les résultats de l'étude



A | Usages des internautes et protection des données personnelles

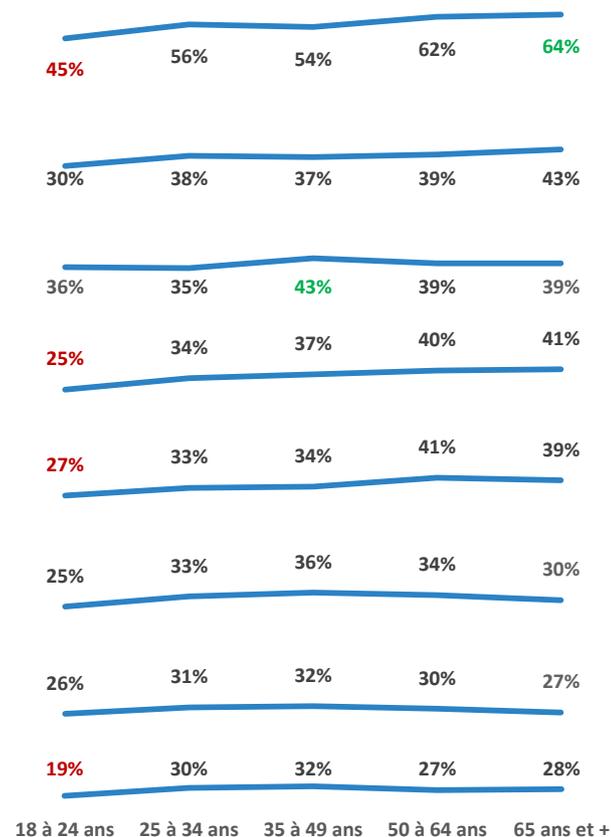
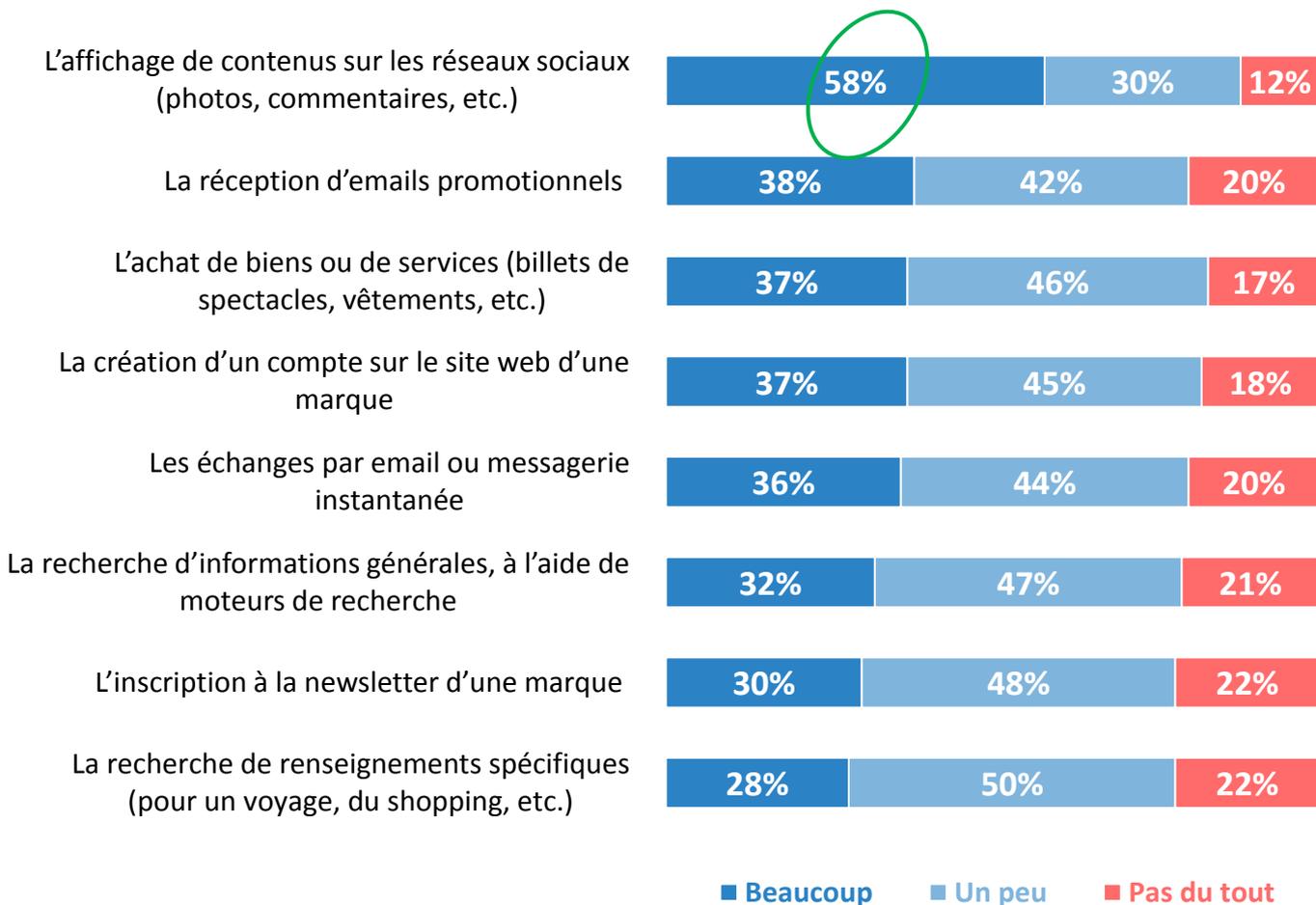
QUESTION : De manière générale, lorsque vous utilisez Internet, vous souciez-vous de la collecte et de l'usage qui peuvent être faits de vos données personnelles ?

**TOTAL Oui
78%**



QUESTION : Et plus précisément, pour chacune des actions suivantes qui peuvent être menées sur Internet, veuillez indiquer si, lorsque vous les réalisez, vous vous inquiétez beaucoup, un peu ou pas du tout de la collecte et de l'usage qui peuvent être faits de vos données personnelles.

FOCUS
« Beaucoup » selon l'âge...



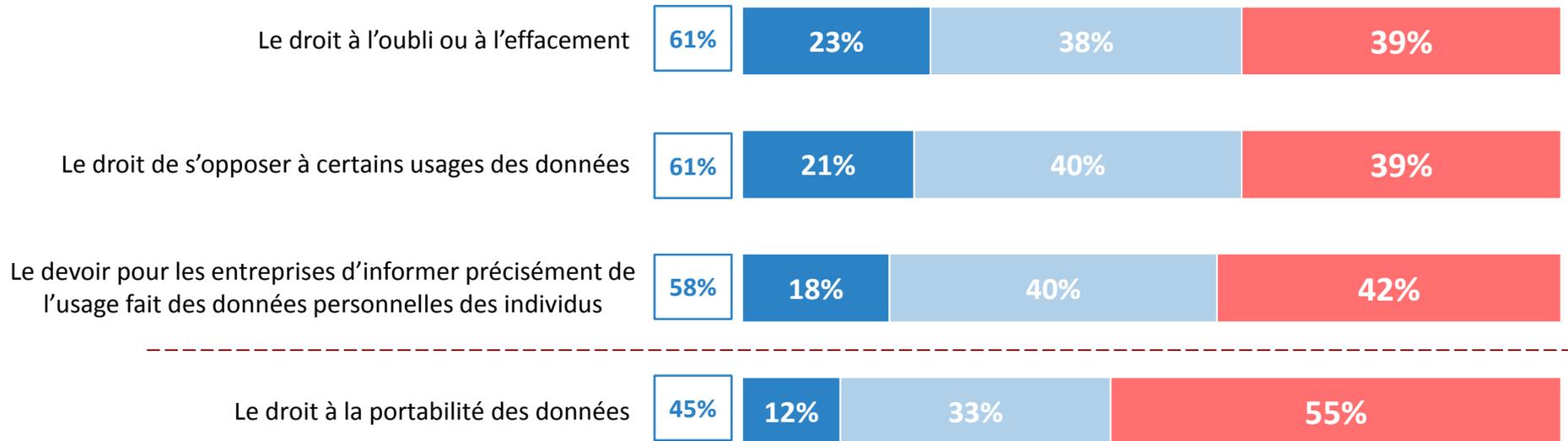
B | **Notoriété et image du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles**

QUESTION : En mai 2018 entrera en vigueur le Règlement Général pour la Protection des Données personnelles (RGPD) à destination de toutes les entreprises qui détiennent ou traitent des données personnelles de citoyens européens. En avez-vous entendu parler ?



QUESTION : Ce règlement a pour objectif d'accroître la protection des données à caractère personnel notamment en accordant de nouveaux droits aux individus. Pour chacun des droits ou devoirs suivants contenus dans le RGPD, précisez si... ?

FOCUS
« En a entendu parler »

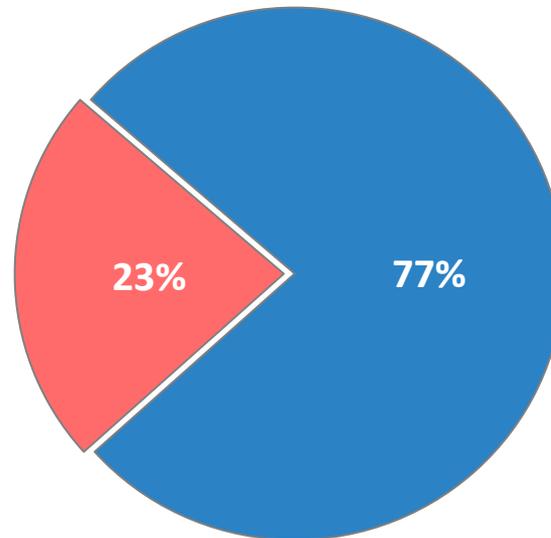


- Vous en avez entendu parler et savez précisément ce dont il s'agit
- Vous en avez entendu parler mais ne savez pas précisément ce dont il s'agit
- Vous n'en avez jamais entendu parler

C | Impacts perçus du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles

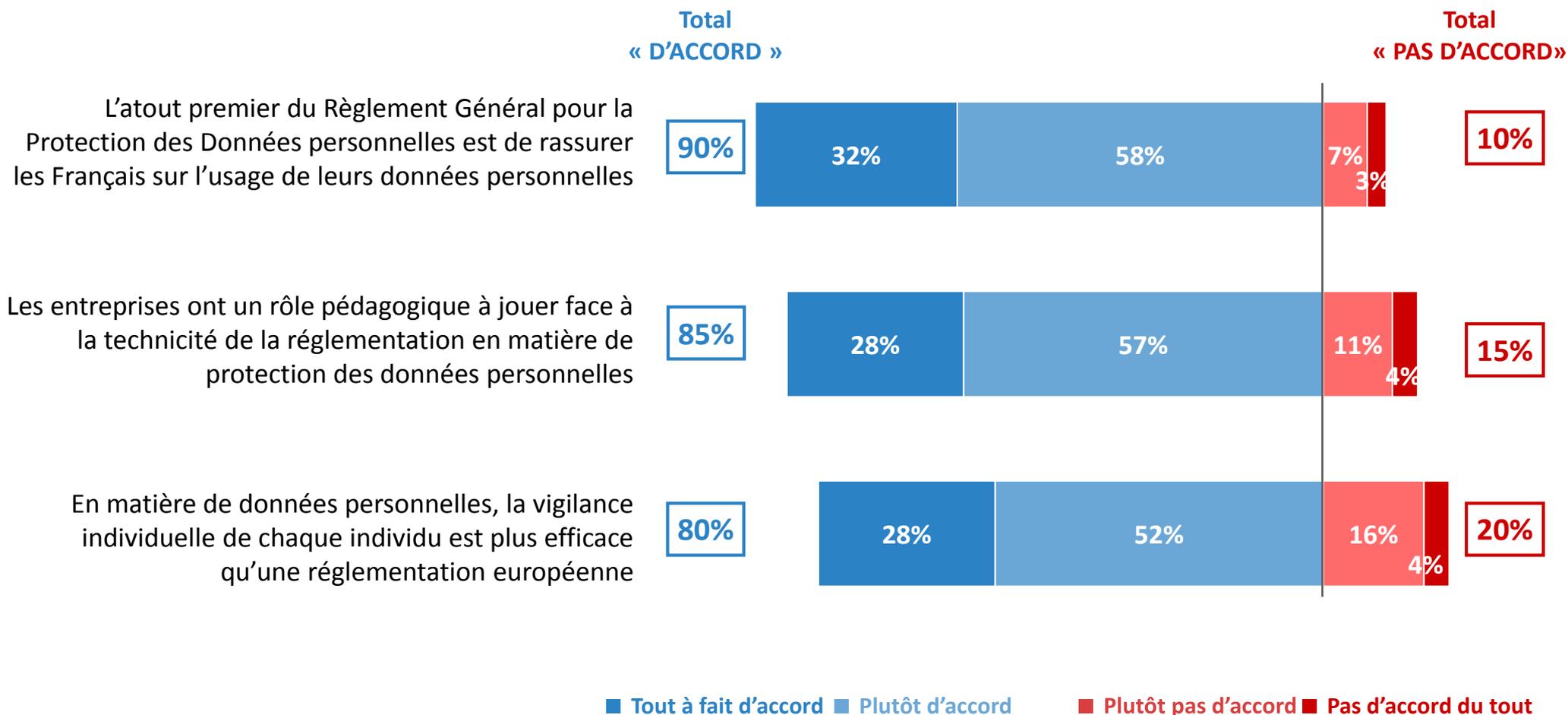
QUESTION : De ces deux propositions, quelle est celle que vous partagez le plus ? Le Règlement Général pour la Protection des Données personnelles est avant tout... ?

Une contrainte pour les entreprises qui doivent désormais se mettre en conformité et se soumettre à de nombreuses obligations

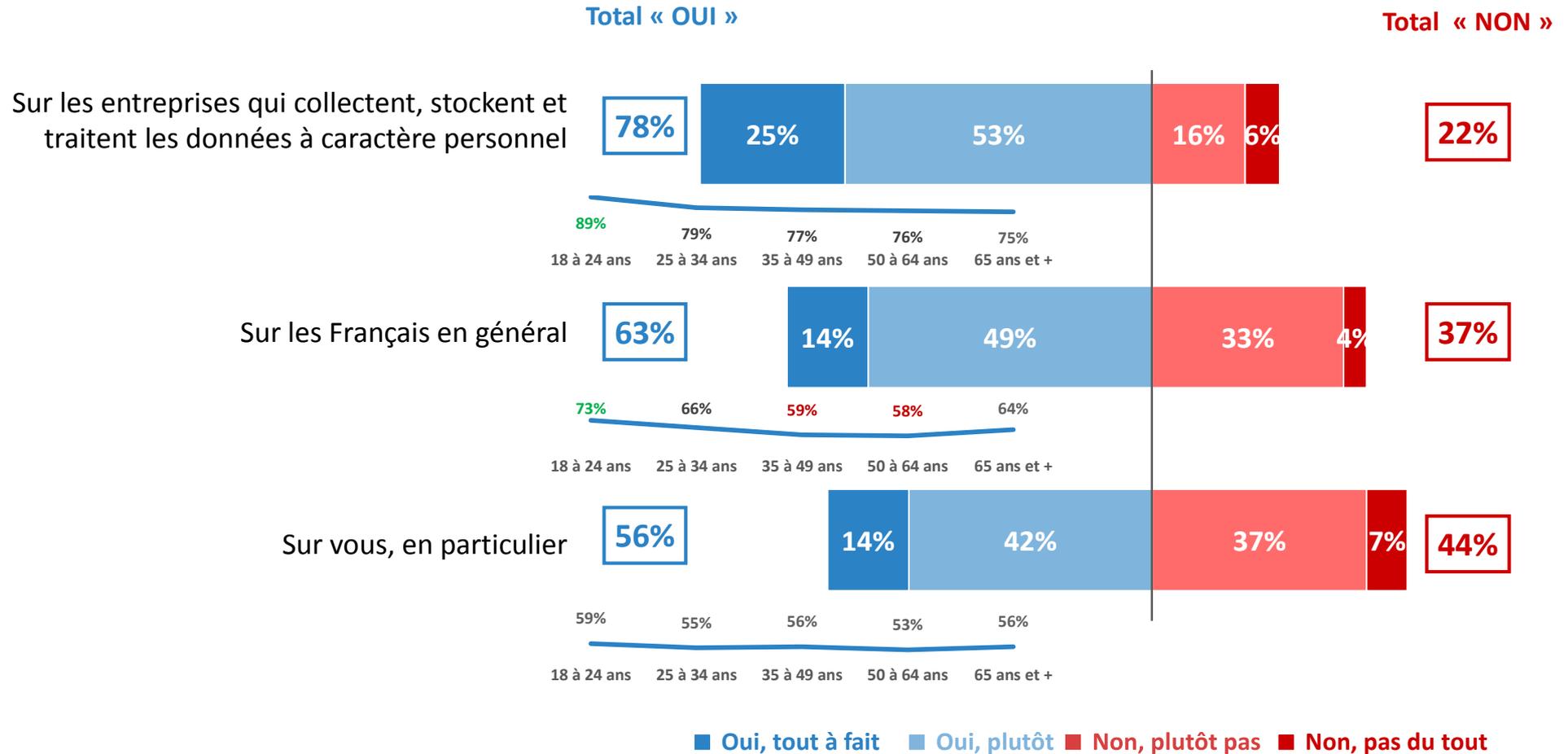


L'occasion pour les entreprises de conclure un nouveau pacte de confiance avec leurs prospects et clients, en étant transparentes et pédagogiques

QUESTION : Voici différentes affirmations s'agissant de la protection des données personnelles et du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles (RGPD). Pour chacune d'entre elles, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout.



QUESTION : De manière générale, estimez-vous que cette nouvelle réglementation aura des impacts... ?

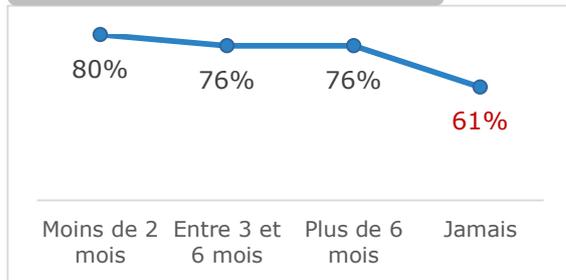


QUESTION : Pensez-vous que le fait qu'une entreprise affiche une politique claire et transparente en matière de gestion des données personnelles, entrera à l'avenir dans vos critères d'achat ?

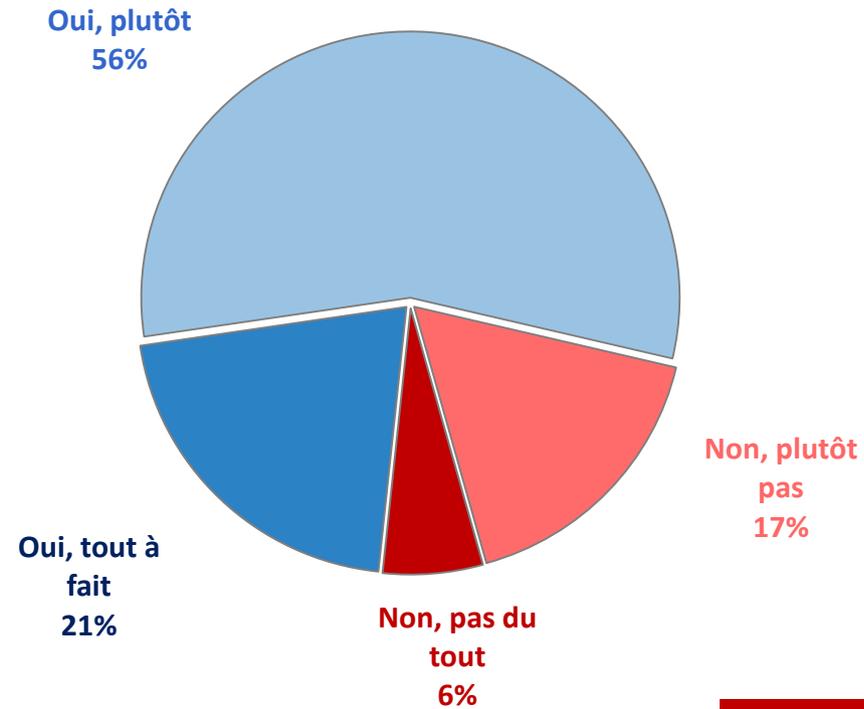
**TOTAL Oui
77%**



A acheté sur Internet il y a...



▲ 65 ans et plus (83%)



**TOTAL Non
23%**

Des Français concernés par l'usage de leurs données personnelles

Trois quarts des Français affirment se soucier de la collecte et de l'usage qui peuvent être faits de leurs données personnelles (78%), un tiers affirmant même être particulièrement préoccupé par le sujet (32%).

Toutefois, **cette inquiétude déclarée demeure aujourd'hui assez abstraite dans les faits**. En effet, **exception faite de l'affichage de contenus sur les réseaux sociaux - pour lequel plus de la moitié des interviewés affirme s'inquiéter beaucoup de la collecte et de l'usage des données personnelles qu'il rend possible (58%)** - les autres actions qui peuvent être menées sur Internet ne sont sources que de préoccupations assez relatives :

- Les échanges par email ou messagerie instantanée entre particuliers font l'objet d'inquiétudes pour quatre interviewés sur cinq (80%), mais dans moins de la moitié des cas à un niveau élevé (36% disent s'inquiéter beaucoup). Il en va de même pour les relations avec des marques sur Internet comme la réception d'emails promotionnels (au total 80% s'en préoccupent mais 38% s'inquiètent beaucoup), l'achat de biens ou de services (respectivement 83% et 37%), la création d'un compte sur le site web d'une marque (respectivement 82% et 37%). Il convient d'observer que l'inscription à la newsletter d'une marque inquiète un peu moins (respectivement 78% et 30%).
- La simple recherche d'informations générales ou spécifiques (pour un voyage, du shopping, etc.) constitue l'action pour laquelle les Français se préoccupent le moins de la collecte et de l'usage qui peuvent être faits de leurs données personnelles (respectivement 32% et 28% affirment beaucoup s'en préoccuper).

A titre subsidiaire, notons que **le niveau d'inquiétude déclaré semble relativement homogène, tout au plus les 18-24 ans s'avèrent-ils tendanciellement moins soucieux que leurs aînés**.

La faible notoriété du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles...

A peine un quart des Français affirme avoir entendu parler du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles (24%).

De plus, si **les droits contenus dans cette nouvelle réglementation européenne s'avèrent, au moins en surface, familiers pour environ la moitié des personnes interrogées, il n'en demeure pas moins que peu savent précisément ce dont il s'agit**. Ainsi, près de six interviewés sur dix déclarent avoir entendu parler du droit à l'oubli ou à l'effacement (61%), du droit à s'opposer à certains usages des données (61%) ou du devoir pour les entreprises d'informer précisément de l'usage fait des données personnelles (58%), mais moins d'un quart estime savoir ce que ces droits recouvrent (respectivement 23%, 21%, 18%). **Le droit à la portabilité des données, dont la dénomination est plus abstraite, est connu par moins d'un interviewé sur deux** (45% en ont entendu parler et seuls 12% savent ce dont il s'agit).

...et les attentes, à l'égard des entreprises, en matière de pédagogie

Conscients de la nécessité de mieux connaître leurs droits, les Français attendent des entreprises qu'elles endossent un rôle pédagogique face à la technicité de la nouvelle réglementation (85% estiment qu'elles ont un rôle à jouer). En conséquence de quoi, plus des trois quarts d'entre eux entendent dans le texte l'occasion pour ces acteurs économiques de conclure un nouveau pacte de confiance avec leurs prospects et clients, en étant transparentes et pédagogues (77%), bien plus qu'une contrainte et une source d'obligations (23%). Dans le même temps, une même proportion considère que le fait qu'une entreprise affiche une politique claire et transparente en matière de gestion des données personnelles entrera à l'avenir dans leurs critères d'achat (77%), notamment les 65 ans et plus (83%).

La rassurance des internautes comme objectif premier du Règlement Général pour la Protection des Données personnelles

Les Français s'accordent quasiment tous autour de l'idée que l'atout premier du règlement est de les rassurer sur l'usage de leurs données personnelles (90%).

En revanche, ils doutent un peu plus de ses impacts concrets sur les pratiques des particuliers : à peine deux tiers estiment que la nouvelle réglementation aura des impacts sur les Français en général (63%) et encore moins sur eux-mêmes en particulier (56%), seuls 14% en étant à chaque fois convaincus. Les interviewés perçoivent toutefois davantage de conséquences pour les entreprises qui collectent, stockent et traitent les données à caractère personnel (78%), assez logiquement compte tenu du fait qu'elles sont soumises à de nouvelles obligations. **Tout semble donc se passer comme si, aux yeux des Français, l'encadrement de la collecte et de l'usage des données personnelles aurait des effets concrets pour l'ensemble des acteurs, mais beaucoup moins pour eux personnellement.** Pour se protéger d'ailleurs, ils semblent davantage compter sur leur vigilance individuelle que sur une réglementation européenne (80%).