

LA PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES SUR INTERNET PERÇUE PAR LES FRANÇAIS

A l'occasion de la table ronde ESOMAR du mardi 24 mars à Paris sur le thème de la protection des données personnelles sur Internet, ESOMAR dévoile les résultats d'une étude* exclusive sur la perception qu'ont les Français de la protection de leurs données personnelles sur Internet.

Près de l'unanimité des personnes interrogées (91 % - source ESOMAR mention obligatoire) dont quasiment la moitié est inscrite à un réseau social **pensent que les données personnelles qu'elles laissent sur Internet risquent d'être utilisées sans qu'elles le sachent.**

Si les données personnelles laissées sur Internet étaient utilisées, **82 %** des personnes interrogées pensent qu'elles le seraient à des **fins publicitaires et commerciales**. Les jeunes de 15 à 24 ans, les catégories sociales supérieures et les personnes inscrites sur les réseaux sociaux retiennent presque unanimement ces deux finalités respectivement à 92 %, 87 % et 88 %. L'utilisation des données à des fins malveillantes et frauduleuses a été citée en 2^{ème} position par 65 % des personnes interrogées.

Plus des 3/4 des personnes interrogées (79 %) ont conscience qu'elles n'ont pas la mainmise sur leurs données personnelles et que la suppression et la modification des données personnelles ne se répercutent pas sur le reste de la toile. Les sites où sont laissés le plus d'informations personnelles ou sensibles sont assimilés aux services Internet les plus capables techniquement de récupérer des données avec en premiers lieux les réseaux sociaux cités par 72 % des répondants et les sites Internet d'achat par 70 % d'entre eux. Les personnes inscrites à des réseaux sociaux sont particulièrement alertées sur la capacité technique des réseaux sociaux à récupérer des données personnelles (82 %). Serait-ce un paradoxe ?

Ces chiffres cachent la réalité d'une identité numérique alternative où d'un point de vue sociologique s'exhibent différents types d'utilisateurs avec des nouvelles formes d'impudeur (des plus conventionnelles au plus problématiques). L'identité numérique implique une valeur légale qui, face à certains risques tels que les atteintes provenant de tiers permet des recours juridiques (mais à quel prix ?) qui s'appuient sur la réglementation locale en l'absence de cohésion juridique internationale. Face aux risques de détournement d'informations personnelles, les solutions envisagées sont par exemples « l'anonymisation », une méthode développée par Microsoft qui efface toute traçabilité Internet, « l'obfuscation » ie la diffusion de fausses informations personnelles à destination des moteurs de recherche, une des pistes observées par la FING. Appliquée au métier des études et des sondages, la protection des données personnelles passe notamment selon Harris Interactive par un cadre législatif strict et un pacte de confiance sur les thèmes sensibles (racial, religieux, médical...).

A travers une récente étude, Harris Interactive a observé que seuls 59% des Français lisent les textes relatifs à la protection des données personnelles. Une étude réalisée par l'institut pour Symantec montre que 20 % des enfants reconnaissent en 2008 faire sur Internet des choses que leurs parents désapprouveraient et 20 % cette année déclarent s'être fait prendre.

Autour du modérateur Maître Olivier Itéanu, la table ronde a réuni de nombreux experts tels que Dominique Cardon (Mr), sociologue au Laboratoire des Usages d'Orange Labs, co-auteur de l'étude « Sociogeek » publiée en janvier 2009, Maître Vincent Dufief, avocat au barreau de Paris spécialiste des questions de droit pénal des nouvelles technologies et de droit de la vie privée, Jean Gonié, responsable des affaires institutionnelles Microsoft France, Charles Nepote, directeur du programme Identités Actives de la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération) et Nathalie Perrio-Combeaux, co-fondatrice et directrice associée de Harris Interactive France.

* Etude online ESOMAR réalisée du 13 au 16 mars 2009 (avec le concours de l'institut de sondage GfK), auprès d'un échantillon de 506 individus de 15 ans et plus, représentatif de la population française.

A propos d'ESOMAR

ESOMAR regroupe aujourd'hui 5000 membres, à la fois entreprises et instituts d'études dans plus de 100 pays, issus de nombreux secteurs industriels dont la publicité, les médias, la gestion gouvernementale, la grande consommation, l'environnement, l'éducation et le social.

Depuis plus de 60 ans, ESOMAR joue un rôle primordial dans l'évolution du marché des études marketing et des enquêtes d'opinion ainsi que dans le développement du secteur d'activité. Préconisateur de l'auto-réglementation du secteur, ESOMAR à l'origine de la charte mondiale de bonnes pratiques de la profession afin de promouvoir dans cette industrie des critères techniques et éthiques de haut niveau.

Au travers de « l'Alliance pour les études de marchés », ESOMAR entretient des rapports privilégiés avec les organismes de législation et agit en tant qu'élément moteur dans le développement de la réglementation du secteur des études de marché.

ESOMAR s'efforce de faciliter les échanges en terme d'expériences et de connaissances entre les fournisseurs et les utilisateurs d'études de marché, afin d'optimiser l'emploi de la recherche marketing dans le système décisionnaire.

Si vous souhaitez le détail de cette étude :

Contacts Presse

Beau Fixe

Florence Delpyrou / Hélène Mirbeau

+33 (0)1 53 53 41 65

+33 (0)6 62 96 01 56

h.mirbeau@beaufixerp.com