



BNP PARIBAS



# DIGITAL : CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS

*1ère édition du BAROMÈTRE DIGITAL BNP Paribas, avec CSA Research  
Novembre 2016*

# DIGITAL : CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS

## BAROMÈTRE DIGITAL BNP PARIBAS, AVEC CSA RESEARCH

Les innovations technologiques, le mobile en tête, ont bouleversé les habitudes des Français. Plus équipés, plus connectés - parfois en continu, parfois *via* différents terminaux -, éventuellement géolocalisés, les Français sont de plus en plus captifs des contenus que le numérique rend accessibles. Internet, où nous sommes sans cesse invités, pour accéder à des services, à nous identifier, peut-il encore être considéré comme quelque chose dont on se connecte et se déconnecte ?

En ouvrant le champ des possibles, en élargissant le champ des pratiques, le nouveau monde numérique accroît aussi le champ des incertitudes. L'actualité (Snowden, Yahoo, LinkedIn), le développement de certaines pratiques (industrialisation de la relation client, usage des données personnelles sans retour aux individus, débat autour du droit à l'oubli) peuvent alimenter un sentiment de vulnérabilité dû aux traces laissées sur Internet (nos finances, nos données, nos déplacements, nos communications et relations, nos historiques de navigation et de consommation).

Dans le même, de nouveaux espaces de confiance apparaissent aussi sur le numérique - forums d'échanges entre internautes, sites d'évaluation ou d'avis – nourrissant une approche qui peut être ambivalente d'internet.

**Quel est l'état des pratiques digitales des Français ? Sont-elles différentes chez les plus jeunes ou chez les professionnels ?**

**Quel est le niveau de maîtrise et de protection des informations partagées virtuellement ? Les Français connaissent-ils les conséquences de leurs actions et pensent-ils se mettre en danger au quotidien ?**

**Où en est la confiance des internautes ? Leur sécurité et celle de leurs données est-elle devenue une préoccupation ? En qui ont-ils confiance pour les accompagner et sur quels sujets les attendent-ils en particulier ?**

**BNP Paribas, en partenariat avec l'institut CSA RESEARCH, donne la parole aux Français, particuliers et professionnels, dans le cadre de la première édition de son baromètre digital.**



# FICHE TECHNIQUE DE LA 1<sup>ÈRE</sup> ÉDITION DU BAROMÈTRE « DIGITAL » DE BNP PARIBAS, AVEC CSA RESEARCH



## MODE DE RECUEIL

Volet *Français* réalisé **EN LIGNE SUR PANEL**  
Volet *Professionnels* réalisé **PAR TÉLÉPHONE**



## DATES DE TERRAIN

SEPTEMBRE 2016

20

OCTOBRE 2016

4

## CIBLES INTERROGÉES



### 1008 Français

*représentatifs de la population nationale  
âgée de 15 ans et +*

Échantillon redressé selon la méthode des quotas  
sur le sexe, l'âge, la profession, après stratification  
géographique (taille d'agglomération et région)



### 502 Professionnels

*(artisans, commerçants, auto-entrepreneurs  
et chefs d'entreprise de - de 10 salariés)*

Échantillon redressé selon la méthode des quotas  
sur le secteur d'activité, la taille de l'entreprise  
et la région



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>ère</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research



*Que retenir ?*



BNP PARIBAS

CSA  
RESEARCH

**6h30**



Le **TEMPS MOYEN** que les Français passent **PAR JOUR SUR INTERNET**

**LE SMARTPHONE,**

**1ER DEVICE**

**81% des Français sont ÉQUIPÉS**



**73%** évaluent le **NIVEAU DE RISQUE** actuel sur Internet **PLUS ÉLEVÉ QU'IL Y A 10 ANS**



OR, **52%** ont **DÉJÀ LIVRÉ** LEURS DONNÉES PERSONNELLES que ce soit bancaires ou coordonnées, sur Internet



**16%** des Français ont déjà **ÉTÉ PIRATÉS** au cours des 12 derniers mois

dont **UN QUART** seulement ont **PORTÉ PLAINTÉ**



Plus de 2 Français sur 3 **plébiscitent** les **BANQUES**

comme premier partenaire de confiance pour les accompagner dans la **protection de leurs données bancaires (77%)** et plus largement, de leurs données **personnelles (63%)**

# PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS LES PRATIQUES DIGITALES DES FRANÇAIS

**PLUS D'UN QUART DE LA JOURNÉE DES FRANÇAIS EST NUMÉRIQUE  
LE SMARTPHONE, 1<sup>ER</sup> DEVICE AVEC 81% D'ÉQUIPÉS**

**6h30 : c'est le temps passé en moyenne chaque jour sur Internet, quel que soit le device. Soit plus d'un quart de journée !** 3 heures passées sur son ordinateur portable, 2 heures et demie sur son ordinateur fixe, 2 heures sur son smartphone et 1 heure et demie sur sa tablette.

**En parallèle, les taux d'équipement sont importants :** 81% des Français âgés de 15 ans et plus déclarent posséder un smartphone, devant l'ordinateur portable (79%), le fixe (66%) ou la plus récente tablette (58%).

**Des Français très actifs, notamment en internet mobile :** sur leur smartphone, 61% nous disent avoir une application de géolocalisation / transports, 55% accèdent à leurs réseaux sociaux, 51% à leur messagerie. 43% ont une appli de contenu média, 41% consultent les informations et 40% pratiquent des jeux. Enfin, 1 équipé sur 4 a téléchargé une appli shopping ! En plus d'être à la fois boussole et GPS, l'outil devient donc symbole de nos nouvelles mobilités, couteau suisse dès lors qu'on veut échanger, s'informer, se divertir et consommer.



# PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

## LA CONFIANCE NUMÉRIQUE DES FRANÇAIS

LA CONSCIENCE DES RISQUES NE FAIT PAS DISPARAÎTRE LES PRATIQUES QUI EXPOSENT PLUS D'1 FRANÇAIS SUR 2 A DÉJÀ TRANSMIS SES DONNÉES PERSONNELLES

**73% des Français évaluent le niveau de risque actuel sur Internet plus élevé qu'il y a 10 ans**, proportion plus importante encore chez les moins de 25 ans (81%) et chez les plus de 65 ans (81%). A l'inverse, 17% des Français estiment que le niveau de risque est équivalent et 10% qu'il est moins élevé. Les opportunités offertes par la révolution digitale s'accompagneraient donc de nouveaux « embarras numériques » présents à l'esprit et d'une prise de conscience de l'impact de nos actions en ligne.

« Nous connaissons actuellement une période d'immense basculement » constatait Michel Serres dès 2012 : les Français, rapidement immergés dans un nouveau monde, ne semblent déjà plus au temps de la découverte ou de la prise de premiers repères.

**Des « gros mots » d'Internet, les Français témoignent ainsi une relative bonne connaissance** : « antivirus » (« connaît très bien » à 91%), « historique de navigation » (87%), « géolocalisation » (82%), « paramètres de confidentialité » (79%), ou encore les témoins de connexion ou « cookies » (78%). Ils sont en revanche seulement 59% à savoir ce qu'est le « Cloud » et, parmi les mots moins connus, on trouve « phishing » (ou hammeçonnage) (56%) et « https » (55%), deux mots-clés de la cybersécurité.

**L'identification de risques potentiels ne signifie pas la connaissance de la mécanique du risque.** Les Français avouent leur méconnaissance du fonctionnement d'Internet, notamment du stockage des données : 78% n'ont aucune idée d'où pourrait être stockée une photo postée sur un réseau et 56% d'où le Cloud conserve leurs données (y compris chez les utilisateurs).

**Les Français sont prompts à se méfier** : invités à identifier ce qu'ils considèrent comme particulièrement risqué sur Internet, les Français sont clairs : « ouvrir un mail inconnu avec une pièce jointe » et « surfer sans antivirus » sont deux comportements perçus comme les plus risqués (77% et 75% de « très risqué »). S'ils ne connaissent pas, ou moins que d'autres, le mot « phishing », ils connaissent la mécanique et savent qu'un tel mail peut viser à voler les informations confidentielles.



# PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

## LA CONFIANCE NUMÉRIQUE DES FRANÇAIS

« Communiquer ses coordonnées personnelles » est sans ambiguïté perçu comme « très risqué » par 2 Français sur 3. Et plus d'1 sur 2 craint le surf « sans vérifier le format https des sites visités » (55%) et le fait de « payer en ligne en enregistrant ses coordonnées bancaires sur ses sites marchands » (50%). 46% flèchent l'utilisation d'un mot de passe identique pour différents comptes, 36% l'identification sur photos sans autorisation, 32% la case « Se souvenir de moi » (qui évite de saisir identifiant et mot de passe à chaque connexion sur un même site). S'inscrire quelque part via un compte Facebook ou Gmail, ou, de façon générale, effectuer un paiement ou un virement, surfer sans lire les conditions d'utilisation des sites visités ni vider son historique et laisser un commentaire sur Facebook sont des pratiques perçues comme « très risquées » par au moins 1 Français sur 5. Quel que soit le comportement proposé dans cette liste, la perception d'un « risque » reste plus élevée chez les seniors (50 ans et plus ).

**Au quotidien, les Français se disent donc attentifs :** sur leurs réseaux, une moitié (47%) ne rend ses publications visibles qu'aux amis ; 1 acheteur online sur 2 (52%) n'enregistre pas ses coordonnées bancaires et 43% ne consignent ces données que sur des sites déjà fréquentés. Au travail, par prudence, 64% préfèrent ne pas transférer de contenus professionnels vers un appareil personnel. Et plus encore, en ce qui concerne la gestion de leur(s) compte(s) en banque, la vigilance est de mise : 78% consultent en effet chez eux (plutôt que « n'importe où »).

**Pourtant, la conscience des risques ne fait pas totalement disparaître les pratiques qui exposent.** Les Français font ce qu'ils estiment eux-mêmes être « risqué » : 68% ont déjà surfé sans lire aucune condition d'utilisation, 59% sans effacer leur historique, 51% ont déjà coché « se souvenir de moi ». 48% utilisent partout le même mot de passe et 47% ne vérifient pas le caractère sécurisé des sites visités. Enfin, 40% ont déjà payé en ligne en enregistrant leurs coordonnées bancaires et 31% ont déjà communiqué leurs coordonnées. C'est donc 1 Français sur 2 (52%) qui a déjà transmis ses données personnelles.

**Au final, 16% des Français disent avoir été victimes de piratage (41% vol d'information, 37% extorsion d'argent, 26% usurpation d'identité) cette année – soit 1 Français sur 6.** Ceux qui transfèrent de la donnée professionnelle vers leurs propres devices, ceux qui enregistrent à coup sûr leurs coordonnées, ceux qui ont déjà ouvert un mail inconnu avec pièce jointe, utilisent le Cloud, jouent en ligne ou, plus largement, les 50 ans et plus seraient les populations les plus touchées. Suite à ce piratage, la grande majorité désactive le compte concerné (73%), 43% se tournent vers leur entourage pour conseil. L'achat d'un antivirus n'intervient qu'à 39%. Surtout, seuls 27% ont contacté la police et 17% ont fait appel à la CNIL !





# PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

## LA RECHERCHE DE PARTENAIRES DE CONFIANCE

**PLUS QUE D'INFORMATION, LES FRANÇAIS ATTENDENT UN ACCOMPAGNEMENT  
PLUS DE 2 FRANÇAIS SUR 3 PLÉBISCITENT LES BANQUES COMME PREMIER PARTENAIRE POUR LA PROTECTION DE LEURS DONNÉES**

**Familiarisés mais pas encore aguerris à la cybersécurité, les Français expriment un besoin clair d'accompagnement par un tiers de confiance.** Quand on leur demande à quel moment ils ont « la cybersécurité à l'esprit », la réponse est nette : 48% parlent de l'instant où ils ont à communiquer leurs données bancaires, plus que quand ils transmettent leurs données personnelles (8%), quand ils sont sur les réseaux sociaux ou qu'ils téléchargent du contenu (5%), qu'ils surfent sur des sites Internet qui fonctionnent par géolocalisation ou qu'ils stockent sur le cloud (3%).

**Logiquement, 61% veulent être personnellement accompagnés sur la protection de leurs données bancaires, mais la proportion est similaire pour la protection de leurs données personnelles (60%).** Ces attentes se font plus pressantes chez des profils d'internautes occasionnels : acheteurs en ligne (66% sécurisation des transactions bancaires), utilisateurs du cloud (67% protection des données personnelles) et ceux qui n'enregistrent qu'occasionnellement leurs données bancaires (65% protection des données bancaires).

**La banque apparaît comme le partenaire de référence pour la protection des données bancaires.** Ainsi, lorsqu'on demande aux Français en quels acteurs ils ont le plus confiance pour la protection des données bancaires, ils citent à 77% les banques, loin devant le second intervenant, les opérateurs mobiles, cités à 24%. On retrouve un écart similaire à propos de la sécurisation des transactions bancaires, domaine pour lequel les banques sont à nouveau en pôle position (citées à 71% devant notamment les opérateurs mobiles à 22%).

**La banque apparaît comme le premier partenaire de confiance pour la protection des données personnelles.** Elles sont citées à 63% devant les opérateurs mobiles (48%), les sites de ventes en ligne ou les moteurs de recherche (21%) et arrivent également en premier pour **la non-transmission des données pour un usage commercial** (citées à 62%).

**Les Français font ainsi confiance aux banques comme LE rempart contre les menaces supposées ou réelles de la cybercriminalité, et en particulier le partenaire de confiance pour la protection de leurs données, principale préoccupation concernant leurs usages digitaux.**



# FOCUS : TROIS POPULATIONS CLÉS

## LES MOINS DE 25 ANS, GÉNÉRATION DIGITAL NATIVE

Nos plus jeunes répondants, nés avec la révolution numérique et ses nouveaux outils, semblent témoigner de sentiments paradoxaux, reflets de leurs propres usages : confiance, prudence, curiosité cohabitent.

**On les sait en « hyperconnexion » (90% ont un smartphone, y passant au moins 4h par jour), ils semblent aussi en « hyperactivité » numérique** : 80% utilisent une appli réseau, 84% sont inscrits sur Facebook, 59% sur Snapchat et 44% sur Instagram. Et les jeunes se montrent volontiers partageurs : 35% ont pour habitude de poster des photos d’eux-mêmes et 1 sur 4 de poster des photos de leurs proches.

**Les 15-25 ans sont LA génération active en termes de consommation de contenus** : 90% regardent des films en streaming (on tombe à 77% après 25 ans) et 84% téléchargent. 78% regardent la télévision sur smartphone, ordinateur ou tablette – oublié, le vieux poste de télé. Internet est aussi pour eux un gaming center : 38% jouent « régulièrement » en ligne – 9 points de plus que la moyenne nationale. Pour continuer dans leurs pratiques, 44% utilisent une solution de stockage Cloud (contre 35% en moyenne) et 22% (contre 13%) se sont déjà inscrits à des sessions de cours mis en ligne gratuitement (les « MOOC »)... l’avenir est déjà présent. Rien d’étonnant à ce que comme tous, 52% aient déjà cédé en ligne leurs données personnelles – identité, adresses...

**Pourtant, les jeunes se disent plutôt prudents** : ils sont nombreux (plus encore que leurs aînés) à évaluer le risque actuel « plus élevé qu’il y a 10 ans ». Et la perception du caractère risqué des comportements testés, reste en tout point identique à celle de l’ensemble de la population : les mêmes moments sont perçus comme « dangereux » par les plus jeunes.



# FOCUS : TROIS POPULATIONS CLÉS

## LE SMARTPHONE, ATTRIBUT ESSENTIEL DE L'INDIVIDU MOBILE CONTEMPORAIN

Omniprésent dans notre manière de communiquer, disruptif dans notre façon de consommer, le smartphone est aujourd'hui indispensable pour évoluer dans le monde connecté. Dans ce contexte, le baromètre se penche sur les usages des équipés smartphone.

**Le smartphone, en plus d'être le « couteau suisse » de nos existences numériques, est la nouvelle « boussole », l'outil de notre mobilité.** 61% des équipés smartphone, personnel ou professionnel, évoquent d'abord leur appli de localisation géographique / transports. 49% se laissent d'ailleurs géolocaliser par leurs applis de cartographie.

**Les applications les plus symboliques du « savoir-vivre mobile » sont sur plus d'1 smartphone sur 2.** 55% des personnes équipées en smartphone parlent de leurs applis de réseaux sociaux et 51% de messagerie instantanée. 76% déclarent être inscrits sur Facebook, 45% sur Youtube mais aussi 45% sur Twitter, 21% sur LinkedIn, 22% sur Snapchat et 19% sur Instagram, 12% sur Viadeo.

Pour les autres applis utilisées, les réponses illustrent les grandes dimensions de nos vies numériques : multimédia (43%), 69% regardent films, vidéos et séries en streaming (contre 47% chez les non équipés) et 64% en téléchargement (contre 39%), et 67% regardent la télévision (contre 45%) ; informations (41%) ; jeux (40%) - 59% de gamers parmi les équipés (contre 46% chez les non équipés) ; vie pratique (33%) ; shopping (25%) ; plateforme de partage de photos et vidéos et messagerie cryptée (19%) ; canal d'achat, 97% des équipés mobile ont déjà réalisé des achats sur Internet (7 points de plus que parmi les non-équipés en smartphone). L'usage est donc polyvalent - parce qu'il offre de plus en plus de possibilités - et polymorphe - parce que chacun compose le menu des fonctions dont il a besoin.

Très saillant également, 9 équipés sur 10 (92%) consultent leurs comptes bancaires en ligne et 83% leurs documents administratifs : couteau suisse, boussole... et outil d'intendance !

**Autrement dit, le smartphone est l'outil indispensable du quotidien par son intégration toujours plus marquée dans nos parcours commerciaux, administratifs ou sociétaux :** de facilitateur de mobilité, il est devenu le levier de mutation des comportements. Il ne change plus seulement la manière de « communiquer à distance » mais aussi de consommer, de s'informer, de se faire une opinion, d'être en lien avec les autres.

**Et puisqu'« il le faut », sur smartphone, pour terminer un acte d'achat ou bénéficier d'un service, 56% ont déjà renseigné ou partagé leurs données personnelles.**



# FOCUS : TROIS POPULATIONS CLÉS

## LES PROFESSIONNELS, ACTEURS DE LA NOUVELLE ÉCONOMIE

**Les professionnels, artisans, commerçants, auto-entrepreneurs et chefs d'entreprise de moins de 10 salariés sont 7 sur 10 à se dire aujourd'hui équipés en smartphone.**

**Ils reconnaissent en nombre qu'Internet occupe une place importante quand ils gèrent leurs opérations financières** (45% « place importante »), quand ils s'informent des pratiques sectorielles (33%) et quand il leur faut prévoir un déplacement (32%). 28% indiquent qu'Internet occupe une place importante pour ce qui a trait au stockage des fichiers et autres documents administratifs. A l'inverse, seuls 12% évoquent la place d'Internet quand il s'agit de recruter.

Pour la gestion de leur entreprise, 24% se sont ainsi inscrits sur le réseau Facebook, 13% sont inscrits sur LinkedIn et 7% sur Twitter. Les grands noms sont d'ores et déjà présents sur Facebook. Au point qu'on ne parle plus de « réseaux sociaux », mais de « médias sociaux ». Et de plus en plus de PME les ont rejoint : alors plateforme de gestion, mais aussi de promotion de leur activité : 31% des professionnels déclarent utiliser Facebook avec cet objectif !

**En matière d'attaques, 1 professionnel sur 10 (11%) se déclare victime de piratage dans les 12 derniers mois.** Les attaques sont visiblement de nature différente des piratages décrits par le grand public : d'abord l'extorsion d'argent (47%), puis vient le vol d'informations (38%) et l'usurpation d'identité (24%).

**Néanmoins, à la suite du piratage, 1 victime sur 3 seulement dit avoir contacté la police.** Un score légèrement plus élevé qu'auprès des particuliers mais le silence, côté grand public et professionnels, reste souvent la principale attitude adoptée en cas d'actes de piratage.





## ***Les pratiques numériques des Français***

*En moyenne par Français, un quart de journée passé sur Internet*

*Le smartphone, 1er device*



BNP PARIBAS

CSA  
RESEARCH

# ABSORBÉS SUR INTERNET PLUS DE 6 HEURES PAR JOUR



**TEMPS MOYEN** passé **PAR JOUR** par les Français **SUR INTERNET**

*Par device...*



**3 heures PAR JOUR**  
sur Internet

*Base : équipés ordinateur portable personnel*



**2,5 heures PAR JOUR**  
sur Internet

*Base : équipés ordinateur fixe personnel*



**2 heures PAR JOUR**  
sur Internet

*Base : équipés smartphone personnel*



**1,5 heures PAR JOUR**  
sur Internet

*Base : équipés tablette personnelle*

**UN QUART DE JOURNÉE, *passé sur Internet quel que soit le device***



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>o</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# DE QUELS OUTILS NUMÉRIQUES LES FRANÇAIS DISPOSENT-ILS ?



**81% SMARTPHONE**

77% à titre personnel  
9% à titre professionnel



**79% ORDINATEUR PORTABLE**

74% à titre personnel  
10% à titre professionnel



**66% ORDINATEUR FIXE**

58% à titre personnel  
13% à titre professionnel



**58% TABLETTE TACTILE**

56% à titre personnel  
2% à titre professionnel

**LE SMARTPHONE, 1<sup>er</sup> DEVICE**



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# LA BOÎTE MAIL PERSO, OUVERTE AU BUREAU

## Au travail, vous arrive-t-il de... ?

Question posée aux équipés smartphone – % Oui

CSP + : 61%

50%

Vous connecter à  
votre messagerie  
personnelle

*Rester « connecté », même au bureau*

*La porosité vie pro – vie perso : plus qu'une question d'âge, une attitude liée à la profession*

24%

Consulter vos  
comptes bancaires  
en ligne

21%

Vous connecter à vos  
comptes personnels  
de réseaux sociaux

19%

Gérer vos documents  
administratifs

17%

Faire vos achats sur  
Internet

6%

Jouer en ligne

6%

Regarder en  
streaming des films,  
vidéos, séries

5%

Télécharger de la  
musique, des vidéos,  
des livres



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research



# LES FRANÇAIS CONSOMMENT



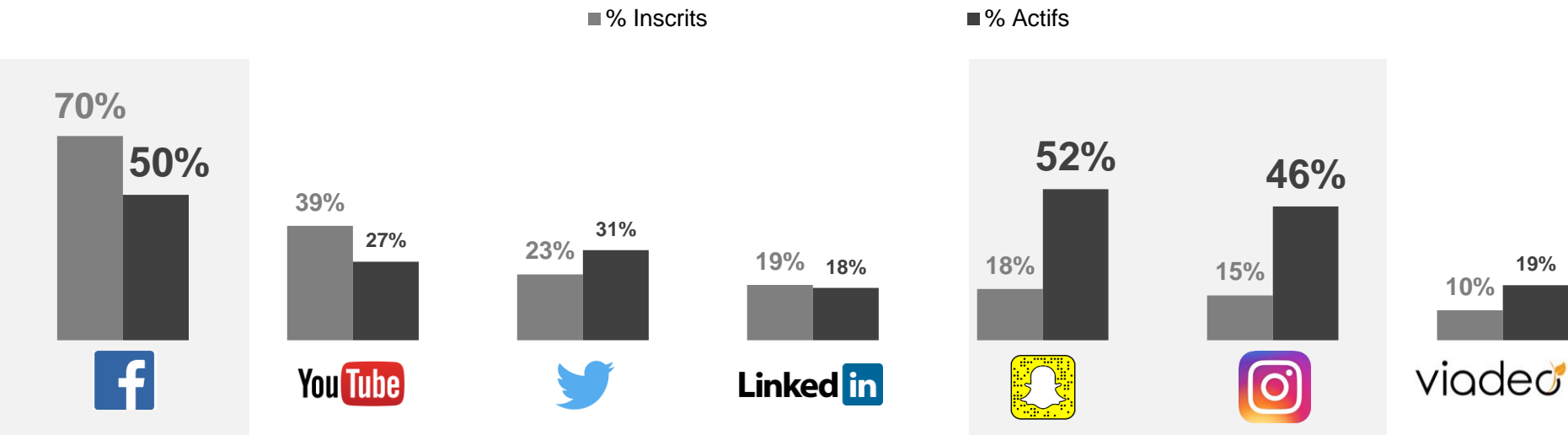
**95%**

des Français font des **ACHATS SUR INTERNET**

→ dont **54%** régulièrement



# LES FRANÇAIS ÉCHANGENT SUR LES RÉSEAUX...



*Plus seulement inscrit... on est **ACTIF**, en partageant ou commentant au moins **PLUSIEURS FOIS PAR SEMAINE** !*

## ... ET PARTAGENT LEURS PHOTOS



**56%** des Français postent des **PHOTOS D'EUX-MÊMES**  
→ dont **18%** au moins régulièrement



**56%** des Français postent des **PHOTOS DE LEURS PROCHES**  
→ dont **17%** au moins régulièrement

# INTERNET, PLATEFORME MULTIMEDIA INCONTOURNABLE... ET GAMING CENTER



**64%** des Français regardent **EN STREAMING** des films, vidéos, séries...  
→ dont **26%** au moins régulièrement



**62%** des Français regardent **LA TÉLÉVISION** sur smartphone, ordinateur, tablette  
→ dont **22%** au moins régulièrement



**58%** des Français **TÉLÉCHARGENT** de la musique, des vidéos, des livres  
→ dont **22%** au moins régulièrement



**56%** des Français **JOUENT EN LIGNE**  
→ dont **29%** au moins régulièrement



# LES FRANÇAIS STOCKENT

**35%**  
des Français utilisent **LE CLOUD**



**79%** des utilisateurs de cloud  
y stockent des photos

**34%** des documents administratifs

**28%** des documents de travail



# LES FRANÇAIS SE FORMENT



**13%** des Français se sont déjà inscrits  
à des **SESSIONS DE COURS MIS EN LIGNE GRATUITEMENT (MOOC)**

*Parents : 16%*

*Des cours pour soi... ou ses enfants ?*



# ET AU-DELÀ, INTERNET DANS NOS VOITURES, NOS MAISONS, NOS VÊTEMENTS



**16%**

des Français utilisent de **L'ÉLECTRONIQUE EMBARQUÉE DANS LEUR VOITURE**

*Hommes : 21%*



6% une montre connectée / smartwatch

3% un bracelet connecté

1% des vêtements, chaussures ou autres textiles connectés





## ***La confiance numérique des Français***

*La conscience des risques ne fait pas disparaître les pratiques qui exposent  
Plus d'1 français sur 2 a déjà transmis ses données personnelles*



BNP PARIBAS

CSA  
RESEARCH



# LE SENTIMENT UNANIME QUE LE RISQUE NUMÉRIQUE A « PROGRESSÉ » DEPUIS 10 ANS

**73%**  
évaluent le risque actuel sur Internet  
**PLUS ÉLEVÉ QU'IL Y A 10 ANS**



Moins de 25 ans : **81%**  
.... Et les 65-74 ans : **81%**

**17%**  
évaluent ce risque  
**IDENTIQUE À IL Y A 10 ANS**



**10%**  
évaluent ce risque  
**MOINS ÉLEVÉ**



# INTERNET: UN VOCABULAIRE AUJOURD'HUI (PRESQUE) MAÎTRISÉ

91%

déclarent **TRÈS BIEN SAVOIR**  
ce que signifie « ANTIVIRUS »

87%

ce que signifie  
« HISTORIQUE DE NAVIGATION »

79%

ce que signifie  
« PARAMÈTRES DE CONFIDENTIALITÉ »

78%

ce que signifie  
« COOKIES »

*Mais aussi...* (% « Je sais très bien de quoi il s'agit »)

75%



Conditions  
d'utilisation d'un site

75%



Login

74%



Paramètres de  
navigation

66%



Streaming

59%



Cloud

56%



Phishing

55%



HTTPS

54%



Pop up



Des mobinautes et les équipés smartphone  
encore plus **TECH SAVY**



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# DES COMPORTEMENTS PERÇUS COMME « RISQUÉS » PAR LES FRANÇAIS



**77%\***

Considérer qu'ouvrir un mail inconnu avec pièce jointe est **TRÈS RISQUÉ**

**75%**

Surfer sans avoir d'antivirus

**61%**

Communiquer ses coordonnées personnelles en ligne

**55%**

Surfer sans vérifier le format sécurisé HTTPS des sites visités

**50%**

Payer en ligne en enregistrant ses coordonnées bancaires sur ses sites marchands préférés

**46%**

Utiliser les mêmes mots de passe et login pour ses différents comptes

*\*Notes de risque de 8 à 10 sur une échelle de 1 (« pas du tout risquée ») à 10 (« très risquée »)*



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>o</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# DES COMPORTEMENTS PERÇUS COMME « RISQUÉS » PAR LES FRANÇAIS



Mais **AUSSI** (% comportement jugé par les Français **TRES RISQUÉ**)

**36%\***

Identifier des personnes sur des photos mises en ligne sans leur autorisation

**32%**

Cocher « Se souvenir de moi » pour éviter de saisir identifiant et mot de passe à chaque connexion

**31%**

S'inscrire sur un site via son compte Facebook ou Gmail

**26%**

Effectuer un paiement en ligne, de manière générale

**26%**

Effectuer un virement sur Internet, de manière générale

**26%**

Surfer sans lire les conditions d'utilisation des sites visités

**22%**

Surfer sans effacer régulièrement son historique de navigation

**20%**

Commenter un statut / une photo sur Facebook

Des seniors (50 ans et plus) **PLUS PRÉOCCUPÉS** quel que soit l'item

\*Notes de risque de 8 à 10 sur une échelle de 1 (« pas du tout risquée ») à 10 (« très risquée »)



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# POURTANT, DES PRATIQUES QUI EXPOSENT

**68%** ont déjà surfé sur Internet  
**SANS LIRE LES CONDITIONS D'UTILISATION  
DES SITES**

Inscrit sur Instagram : 83%  
Utilise le cloud : 77%  
Fait des achats sur Internet : 70%

**59%** ont déjà surfé sur Internet  
**SANS EFFACER LEUR HISTORIQUE  
DE NAVIGATION**

Inscrit sur Snapchat : 66%  
Publications visibles par tous  
sur les réseaux sociaux : 68%

**51%** ont déjà coché  
**« SE SOUVENIR DE MOI »  
SUR UNE PAGE D'IDENTIFICATION**

Mais aussi...



**52%** des Français ont déjà **LIVRÉ**  
**LEURS DONNÉES PERSONNELLES**, bancaires ou coordonnées en ligne



# 1 FRANÇAIS SUR 6 VICTIMÉ D'UN PIRATAGE CETTE ANNÉE



**16%** des français  
ont déjà été **PIRATÉS** au cours des 12 derniers mois

*Transfère régulièrement des données pro vers appareil perso : **38%***

*Enregistre systématiquement ses coordonnées sur Internet : **34%***

*Actif sur réseaux sociaux professionnels : **33%***

*A déjà ouvert un mail inconnu avec une pièce jointe : **28%***

*Utilise le cloud : **20%***

*Joue en ligne : **19%***

*50 ans et + : **19%***

## QUEL TYPE de piratage ?

**41%**

Vol d'information, de contenu

**37%**

Extorsion d'argent

**26%**

Usurpation d'identité



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>o</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# DÉSARMÉS, DÉMUNIS ?

## 27% SEULEMENT PORTENT PLAINTE

Suite à ce **PIRATAGE...**



**78%**

Ont désactivé / supprimé  
les comptes piratés

**43%**

Ont demandé  
des conseils à un proche

**39%**

Ont acheté un antivirus

**27%** Ont contacté la police

**17%** Ont contacté la CNIL

*Très peu ont* **PORTÉ PLAINTÉ !**



# POUR SE PROTÉGER SUR INTERNET, LE TOTEM QUI RASSURE

Les Français se sentent **D'ABORD RASSURÉS** par :

Les certifications (HTTPS etc...),  
les codes d'authentification



**73%**

*Un terme parmi les moins maîtrisés,  
mais un véritable **TALISMAN** contre la cyberinquiétude ?*

La renommée de la plateforme



Les possibilités de recours en cas  
de litige



L'avis des internautes/utilisateurs



Le droit à l'oubli



Les conditions d'utilisation



*Plusieurs réponses possibles*





# ET À SON NIVEAU, AU QUOTIDIEN L'IMPRESSION DE SE PROTÉGER

## SUR LEURS RÉSEAUX



**47%**

des Français  
ne rendent leurs publications  
**VISIBLES QUE PAR LEURS AMIS**



**23%**

des Français  
ne rendent leurs publications  
**VISIBLES QUE PAR EUX-MÊMES**

## POUR LEURS ACHATS

**52%**

des acheteurs *online*  
**N'ENREGISTRENT PAS**  
leurs données bancaires

**43%**

des acheteurs *online*  
n'enregistrent ces données  
**QUE SUR LES SITES  
QU'ILS FRÉQUENTENT  
SOUVENT**

## AU TRAVAIL



**64%**

des actifs  
ne **TRANSFÈRENT JAMAIS** des  
données professionnelles  
vers leurs appareils personnels



# MAIS LA MÉCONNAISSANCE DE CERTAINS ASPECTS DU FONCTIONNEMENT D'INTERNET



**78%** des Français  
ne savent pas **OÙ EST STOCKÉE UNE PHOTO** postée par eux sur les réseaux sociaux  
*50 ans et + : 83%*



**56%** des Français  
ne savent pas **OÙ SONT STOCKÉES LEURS DONNÉES** sur le cloud  
*Utilisateur occasionnel du cloud : 62%*

**LA ZONE D'OMBRE : où sont STOCKÉES les données ?**





## ***Les partenaires de confiance***

*Plus que d'information, les français attendent un accompagnement*

*Plus de 2 français sur 3 plébiscitent les banques comme premier partenaire pour la protection de leurs données*



BNP PARIBAS



# UNE ATTENTE D'ACCOMPAGNEMENT

Souhaiteriez-vous être personnellement informé(e) et accompagné(e) sur... ? % « oui, je souhaite être accompagné »

61%



La protection de vos données bancaires

60%



La protection des données personnelles

59%



La sécurisation de vos transactions bancaires

58%



La suppression des données en fin d'utilisation du service

58%



La non-transmission de vos données pour un usage commercial

58%



La lutte contre le piratage/ Le phishing ou email frauduleux

56%



La navigation sans risque

→ D'abord sur la sécurité de La DATA BANCAIRE



# CAR LES FRANÇAIS GÈRENT LEURS COMPTES EN LIGNE



**9 Français sur 10**

consultent leurs comptes en ligne,  
*dont 7 sur 10 plus d'une à deux fois par semaine*



# LA VIGILANCE EST DE MISE EN LA MATIÈRE



**78%**

consultent leurs comptes  
plutôt **CHEZ EUX** ou **DANS UN LIEU PRIVÉ**



**56%**

consultent leurs comptes plutôt  
sur leur **ORDINATEUR FIXE**



# LA DATA BANCAIRE, LA TRACE NUMÉRIQUE À PROTÉGER



**48%**

Ont « la cybersécurité à l'esprit »  
quand ils communiquent des **DONNÉES BANCAIRES**

*50 ans et + : 56%*

*Consulte ses comptes uniquement sur ordinateur : 51%*

*Consulte ses comptes uniquement chez soi ou dans un lieu privé : 50%*

**19%**

... quand ils réalisent des achats online  
auprès de **sites marchands professionnels**

**10%**

... quand ils réalisent des achats online  
auprès de **particuliers**

**8%**

... quand ils communiquent  
leurs **données personnelles**

**5%**

... quand ils sont  
**sur les réseaux sociaux**

**5%**

... quand ils **téléchargent**  
des contenus

**3%**

... quand ils surfent sur des sites Internet  
qui fonctionnent **par géolocalisation**

**3%**

... quand ils stockent  
**des données sur le cloud**



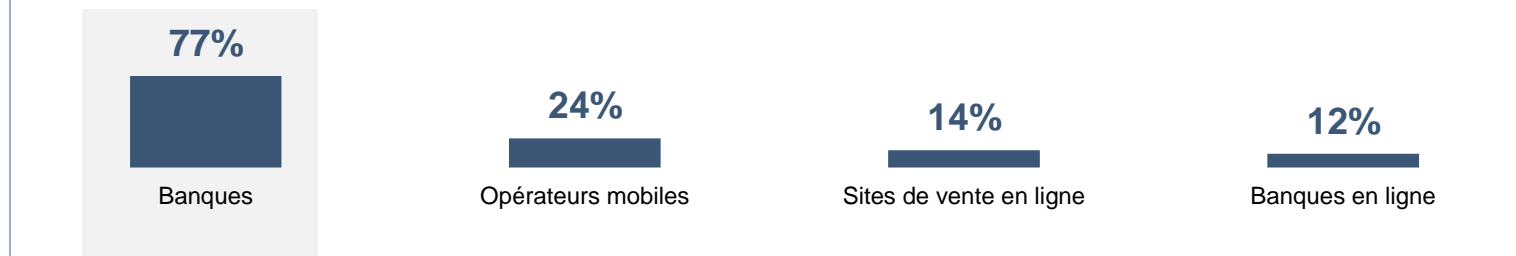
# LA BANQUE, LE PARTENAIRE DE RÉFÉRENCE POUR LA PROTECTION DES DONNÉES BANCAIRES...



Plus précisément, quels sont les trois acteurs auxquels vous faites LE PLUS CONFIANCE pour... ?

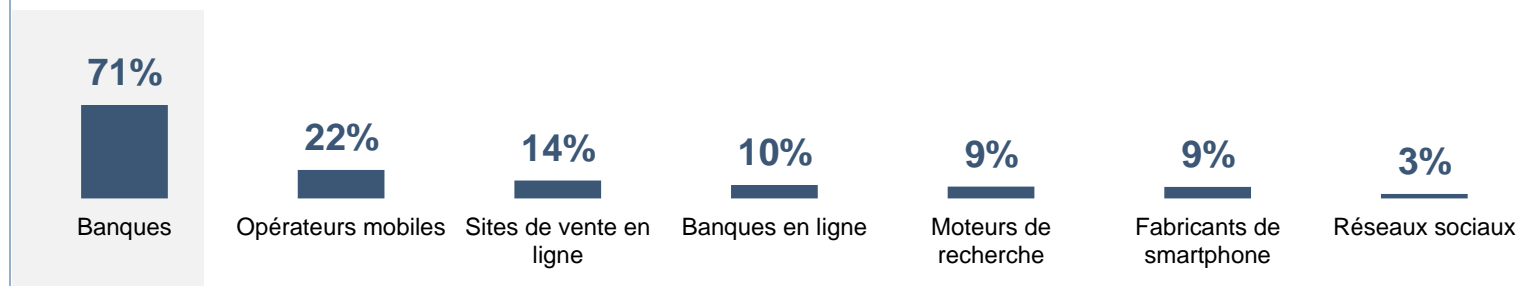
Protection des **DONNÉES BANCAIRES** → 1ER SUJET – attentes d'accompagnement

Citien



Sécurisation des **TRANSACTIONS BANCAIRES**

Citien



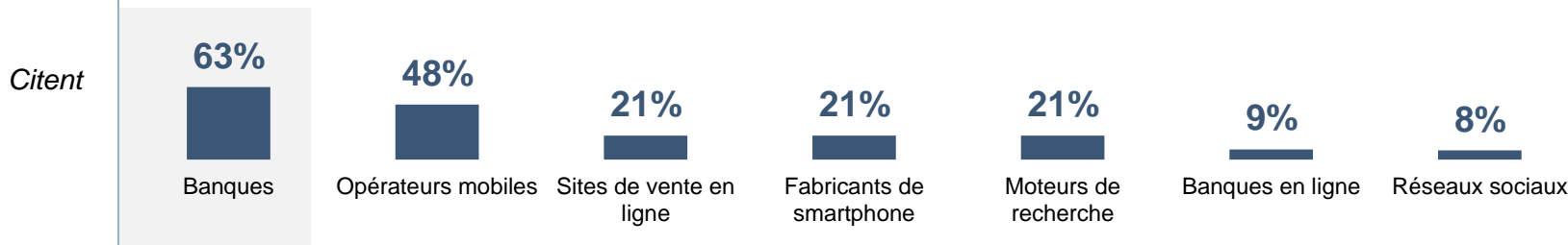


# ... ET PLUS GLOBALEMENT POUR TOUTES LES DONNÉES PERSONNELLES

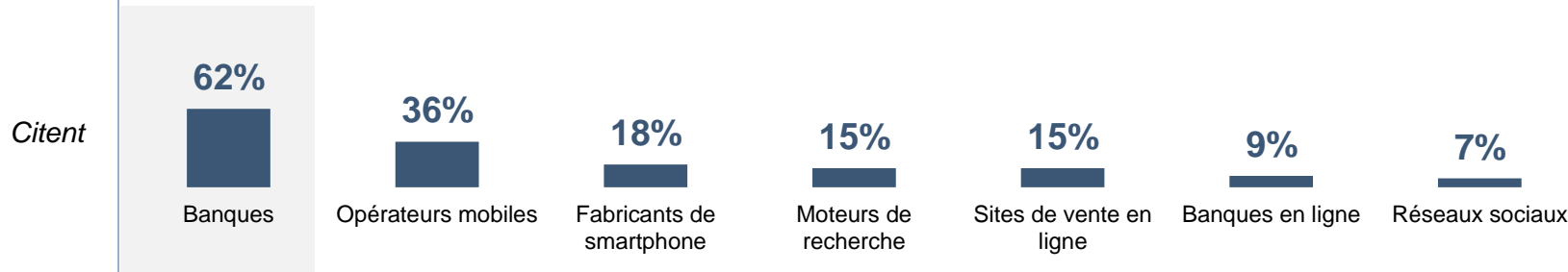


Plus précisément, quels sont les trois acteurs auxquels vous faites LE PLUS CONFIANCE pour... ?

## Protection des **DONNÉES PERSONNELLES**



## **NON-TRANSMISSION** des données pour un usage commercial



**EN MOYENNE, 2 FRANÇAIS SUR 3 ONT CONFIANCE  
DANS LES BANQUES POUR PROTÉGER LEURS DONNÉES**



*Pour aller plus loin :*



## ***Focus trois populations clés***

- ***Les moins de 25 ans, génération digitale native***
- *Le smartphone, « doudou », boussole, couteau suisse...*
- *Confiance et pratiques numériques des professionnels*



BNP PARIBAS

CSA  
RESEARCH

# QUE FONT LES JEUNES SUR INTERNET ?



Ils se **DIVERTISSENT**

Ils se **FORMENT**

Ils **TRAVAILLENT**

Ils **ADMINISTRENT**

Ils **STOCKENT**

Ils **ÉCHANGENT**



# LES JEUNES ÉCHANGENT EN HYPERACTIVITÉ « NUMÉRICO-SOCIALE »



Une population **SURÉQUIPÉE**...



**90%** ont un smartphone

Ils y passent en moyenne **4h PAR JOUR**



**80%** utilisent  
une application de **RÉSEAU SOCIAL**

...et **PLUS QUE PRÉSENTE** sur les réseaux sociaux



**84%** inscrits



**59%** inscrits



**44%** inscrits

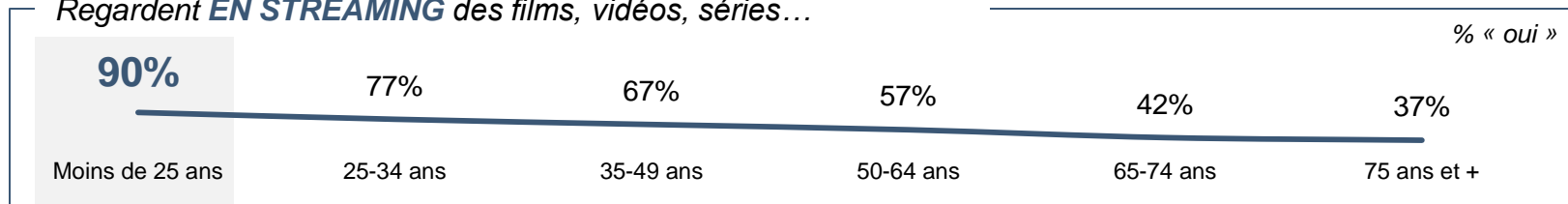
Une génération **digital native** !



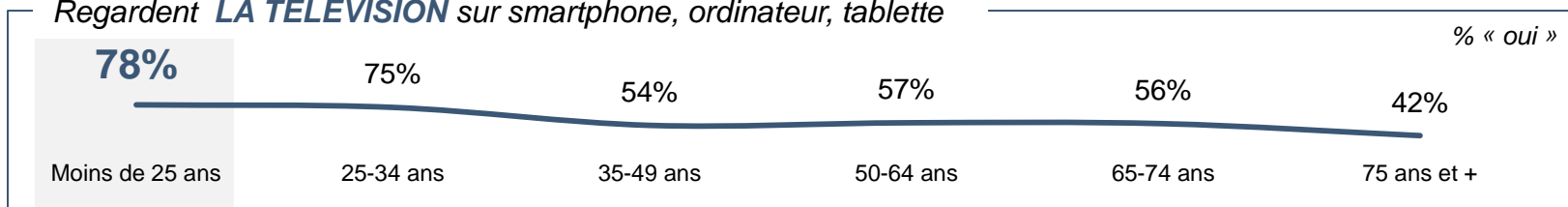
# LES JEUNES SE DIVERTISSENT L'ÂGE MULTIMÉDIA ?



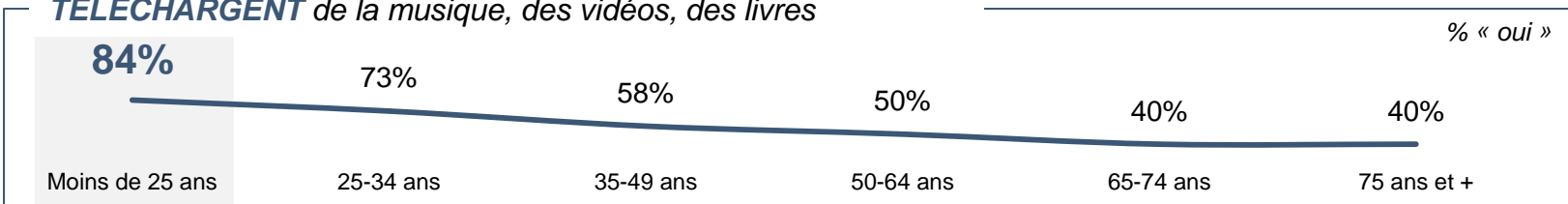
Regardent **EN STREAMING** des films, vidéos, séries...



Regardent **LA TÉLÉVISION** sur smartphone, ordinateur, tablette



**TÉLÉCHARGENT** de la musique, des vidéos, des livres

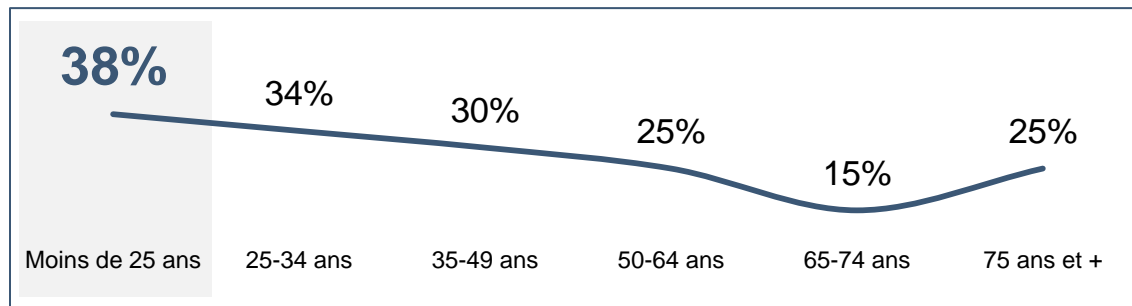


# LES JEUNES SE DIVERTISSENT INTERNET, UN VÉRITABLE GAMING CENTER!



**56%** des Français **JOUENT EN LIGNE**, dont **29% régulièrement**

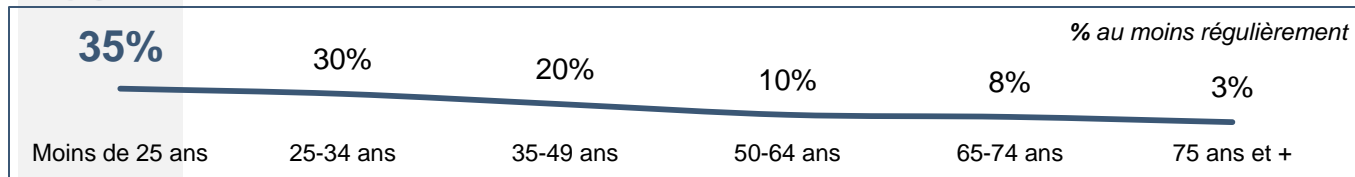
Une GÉNÉRATION Z  
accro à l'online gaming ?



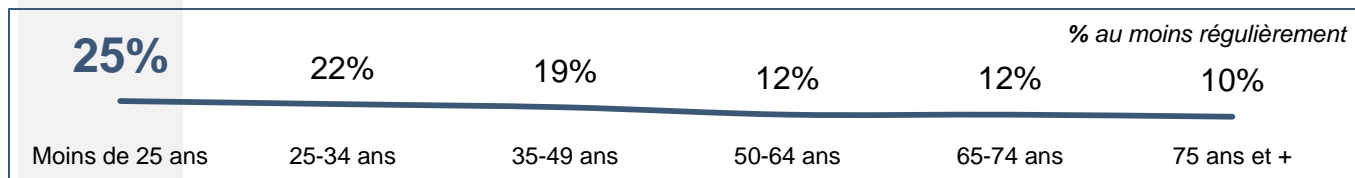
# LES JEUNES ÉCHANGENT L'ÈRE SELFIE ?



**56%** des Français postent des photos d'eux-mêmes  
→ dont **18%** au moins régulièrement



**56%** des Français postent des photos de leurs proches  
→ dont **17%** au moins régulièrement



Pour les moins de 25 ans,  
« Je selfie donc je suis »

Au-delà d'un genre visuel, un **OUTIL DE SOCIABILISATION**



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# LES JEUNES SE FORMENT PLUS D'1 SUR 5 DÉJÀ INSCRIT SUR UN MOOC



**22%** des moins de 25 ans se sont déjà inscrits  
à des **SESSIONS DE COURS MIS EN LIGNE GRATUITEMENT (MOOC)**

VS **13%** des Français

*Parents : 16%*

*Des cours pour soi... ou ses enfants ?*





# LES JEUNES STOCKENT LE CLOUD, OU L'AVENIR DÉJÀ PRÉSENT



**44%**

des moins de 25 ans utilisent **LE CLOUD** Vs **35% Français**

- 68%** y stockent des photos
- 42%** des documents de travail
- 37%** des films, vidéos, musique
- 24%** des documents administratifs
- 9%** des livres électroniques



# ET POURTANT, LÀ ENCORE, DES PRATIQUES QUI EXPOSENT



**79%** ont déjà surfé sur Internet  
**SANS LIRE  
LES CONDITIONS D'UTILISATION  
DES SITES**

**69%** ont déjà surfé sur Internet  
**SANS EFFACER LEUR HISTORIQUE  
DE NAVIGATION**

**68%** se sont déjà inscrits  
**SUR UN SITE INTERNET VIA LEUR  
COMPTE FACEBOOK OU GMAIL**

**67%** ont déjà surfé  
**SURFÉ SANS VÉRIFIER LE FORMAT  
SÉCURISÉ HTTPS DES SITES VISITÉS**

**62%** ont déjà utilisé  
**LES MÊMES MOTS DE PASSE  
ET LOGIN POUR LEURS DIFFÉRENTS  
COMPTES**

**36%** ont déjà payé  
**EN ENREGISTRANT LEURS  
COORDONNÉES BANCAIRES SUR  
SITE MARCHAND**

**31%** ont déjà communiqué  
**LEURS COORDONNÉES  
PERSONNELLES**

**52%** *des jeunes ont déjà livré leurs données personnelles,  
bancaires ou coordonnées, en ligne*



*Pour aller plus loin :*



## ***Focus trois populations clés***

- *Les moins de 25 ans, génération digitale native*
- ***Le smartphone, « doudou », boussole, couteau suisse...***
- *Confiance et pratiques numériques des professionnels*



BNP PARIBAS

**CSA** RESEARCH

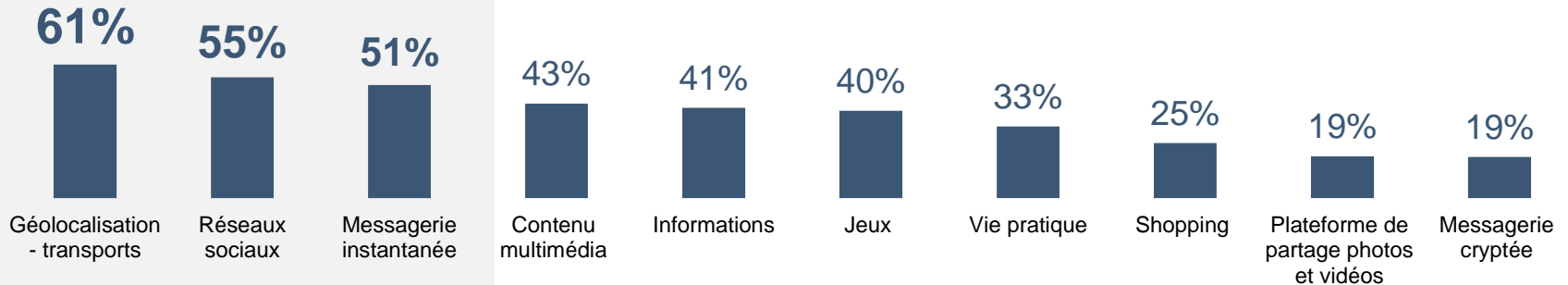
# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE, ACCROS AUX APPLIS



## Quel(s) type(s) d'application utilisez-vous ?

Question posée aux équipés smartphone – Plusieurs réponses possibles

Un réflexe MAPS – SOCIAL – CHAT



Le smartphone, la nouvelle « **BOUSSOLE** »



BNP PARIBAS



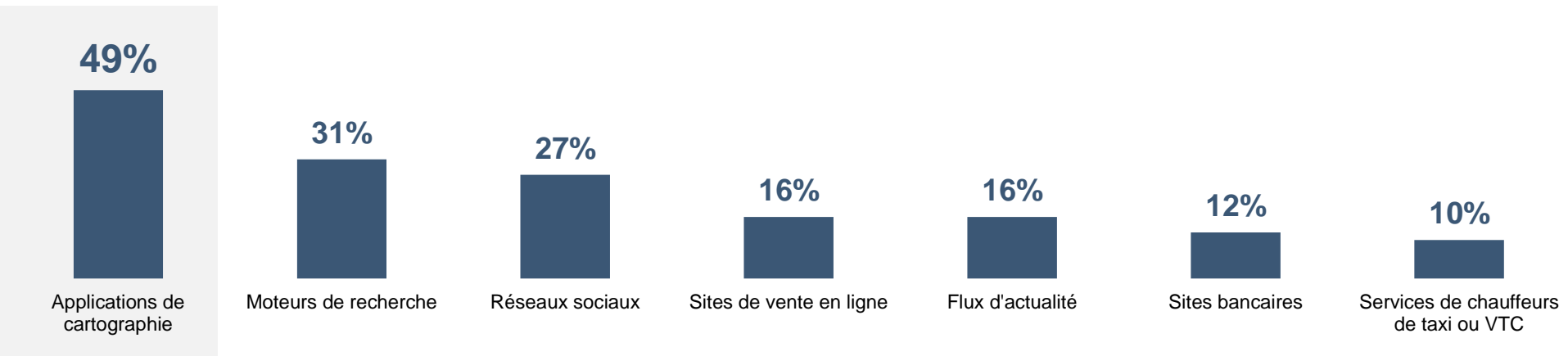
DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# ET AU-DELÀ... LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE SE LAISSENT GÉOLOCALISER



**Sur votre smartphone, avez-vous déjà autorisé un des services suivants à vous géolocaliser ?**

*Question posée aux équipés smartphone – % Oui*



*Et d'abord pour* **SE REPÉRER**

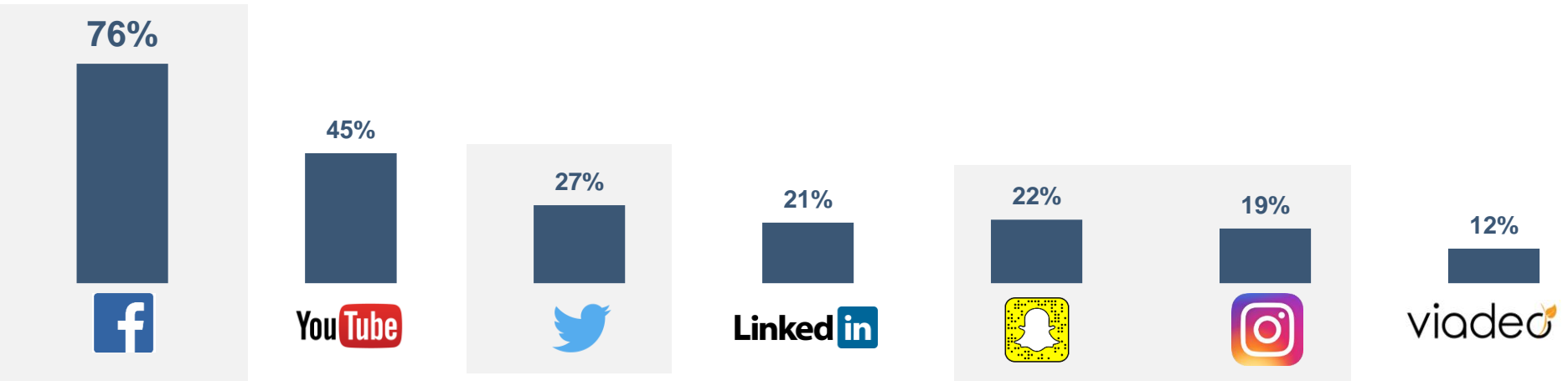


# LES ÉQUIPES SMARTPHONE ÉCHANGENT FACEBOOK... ET DÉSORMAIS SNAPCHAT & INSTAGRAM, OUTILS-CLÉS DE LA SOCIABILITÉ NUMÉRIQUE



## Etes-vous inscrit sur... ?

Question posée aux équipés smartphone - % Oui



# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE ACHÈTENT TOUS E-SHOPPERS !



**97%** des équipés smartphone font des achats **SUR INTERNET**  
VS **90%** *non-équipés*



# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE ADMINISTRENT INTERNET MOBILE, PREMIER OUTIL D'INTENDANCE



**9 équipés smartphone sur 10 (92%)**

consultent leurs **COMPTES EN LIGNE**,  
VS **83%** non-équipés



**83%** des équipés smartphone gèrent en ligne **LEURS DOCUMENTS ADMINISTRATIFS**

VS **72%** non-équipés





# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE SE DIVERTISSENT LA PLATEFORME MULTIMEDIA INCONTOURNABLE



**69%** des équipés smartphone regardent **EN STREAMING** des films, vidéos, séries...  
*VS 47% non-équipés*



**67%** des équipés smartphone regardent **LA TÉLÉVISION** sur smartphone, ordinateur, tablette  
*VS 45% non-équipés*



**64%** des équipés smartphone **TÉLÉCHARGENT** de la musique, des vidéos, des livres  
*VS 39% non-équipés*

Mais aussi...

**62%** postant des photos d'eux-mêmes  
*VS 36% non-équipés*

**60%** postant des photos de leurs proches  
*VS 41% non-équipés*



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE SE DIVERTISSENT DEPUIS CANDY CRUSH, TOUS CASUAL GAMERS !



**59%** des équipés smartphone **JOUENT EN LIGNE**



**46%**  
*Non équipés smartphone perso*



# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE TRAVAILLENT

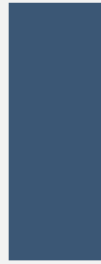
## LA BOÎTE MAIL PERSO, TOUJOURS OUVERTE AU BUREAU



### Au travail, vous arrive-t-il de... ?

Question posée aux équipés smartphone – % Oui

52%



Vous connecter à votre messagerie personnelle

26%



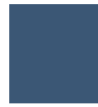
Consulter vos comptes bancaires en ligne

23%



Vous connecter à vos comptes personnels de réseaux sociaux

20%



Gérer vos documents administratifs

19%



Faire vos achats sur Internet

7%



Jouer en ligne

7%



Regarder en streaming des films, vidéos, séries

5%



Télécharger de la musique, des vidéos, des livres



# LES ÉQUIPÉS SMARTPHONE STOCKENT LE CLOUD, OU LA PHOTOTÈQUE NOMADE



**41%**

des équipés smartphone utilisent **LE CLOUD** Vs **16%** Non-équipés

**80%** y stockent des photos

**35%** des documents administratifs

**28%** des documents de travail

*Équipés smartphone pro : 44%*



# PLUS D'UN ÉQUIPÉ SMARTPHONE SUR DEUX A DÉJÀ TRANSMIS SES DONNÉES PERSONNELLES



**73%** ont déjà surfé sur Internet  
**SANS LIRE  
LES CONDITIONS D'UTILISATION  
DES SITES**  
VS **54%** Non-équipés

**61%** ont déjà surfé sur Internet  
**SANS EFFACER LEUR HISTORIQUE  
DE NAVIGATION**  
VS **52%** Non-équipés

**54%** ont déjà coché  
**« SE SOUVENIR DE MOI »  
SUR UNE PAGE D'IDENTIFICATION**  
VS **40%** Non-équipés

**43%** ont déjà payé  
**EN ENREGISTRANT LEURS  
COORDONNÉES BANCAIRES SUR  
SITE MARCHAND**

**33%** ont déjà communiqué  
**LEURS COORDONNÉES  
PERSONNELLES**

**56%** des équipés smartphone ont déjà livré leurs données personnelles,  
bancaires ou coordonnées, en ligne



*Pour aller plus loin :*



## ***Focus trois populations clés***

- *Les moins de 25 ans, génération digitale native*
- *Le smartphone, « doudou », boussole, couteau suisse...*
- ***Confiance et pratiques numériques des professionnels***



BNP PARIBAS



# DE QUELS OUTILS NUMÉRIQUES LES PROFESSIONNELS DISPOSENT-ILS ?



68%  
SMARTPHONE PRO



68%  
ORDINATEUR PORTABLE PRO



68%  
ORDINATEUR FIXE PRO



31%  
TABLETTE TACTILE PRO

*Globalement, des professionnels **TRÈS** équipés*



# INTERNET, OUTIL-CLÉ DE GESTION POUR LES PROFESSIONNELS



Internet occupe une **PLACE IMPORTANTE** chez les professionnels pour :



**45%**

Gérer leurs opérations financières professionnelles



**33%**

Se tenir informé des *best practices* de leur secteur d'activité



**32%**

Prévoir leurs déplacements professionnels



**28%**

Stocker leurs fichiers & autres documents administratifs

Mais aussi...

**25%**

Apprendre, s'auto-former

**21%**

Réaliser ses objectifs de production

**20%**

Dénicher des bons plans business

**12%**

Leur permettre de recruter de nouveaux collaborateurs / associés





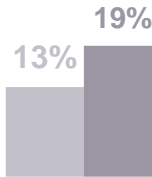
# LES PROFESSIONNELS ÉCHANGENT FACEBOOK DOMINE COMME PLATEFORME DE GESTION FAVORITE DES PROFESSIONNELS...



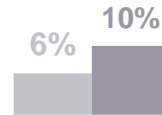
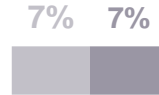
## Inscription sur les RÉSEAUX SOCIAUX

■ % Inscrit pour la gestion de l'entreprise   ■ % Inscrit pour la gestion de la carrière

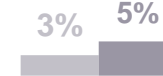
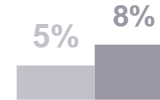
24%  
33%



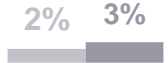
LinkedIn



viadeo



YouTube



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>re</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research



## RÉSEAUX SOCIAUX *utilisés pour faire la promotion de* L'ACTIVITÉ

% « utilise »

31%



8%

LinkedIn

5%



4%



3%

viadeo

3%

YouTube

1%





**21%**

des professionnels utilisent **LE CLOUD**

**65%** y stockent des documents liés  
à l'activité de leur entreprise

**62%** des documents administratifs

**62%** des photos

# 1 PROFESSIONNEL SUR 10 VICTIME D'UN PIRATAGE CETTE ANNÉE



**11%** des professionnels  
ont déjà été **PIRATÉS** au cours des 12 derniers mois

## QUEL TYPE de piratage ?

**38%**

Vol d'information, de contenu

**47%**

Extorsion d'argent

**24%**

Usurpation d'identité



*Suite à ce PIRATAGE...*

**33%** Ont contacté la police



BNP PARIBAS



DIGITAL: CONFIANCE & PRATIQUES DES FRANÇAIS  
1<sup>o</sup> édition du BAROMÈTRE BNP Paribas / CSA Research

## Vos contacts **CSA Research** – *Pôle SOCIETY*

Jérémie PIQUANDET – *Directeur de clientèle* – [jeremie.piquandet@csa.eu](mailto:jeremie.piquandet@csa.eu)  
Baptiste FOULQUIER – *Chargé d'études senior* – [baptiste.foulquier@csa.eu](mailto:baptiste.foulquier@csa.eu)



**Crédits pictogrammes** : analysis by artworkbean / article by azis / Binary by Stephen Copinger / Broken Lock by Effach / Campaign by PJ Souders / Checkmark by Andrew Peel / Cloud Games by icon dots / Cloud Loading by icon dots / Cloud Photos by LeftHandedGraphic / Compass by Gregor Črešnar / Connected car by Dalpat Prajapati / Cybercrime by Krisada / Delete by Alex Auda Samora / Download App by Spicy Icons / Download by Schmidt Sergey / Grade by Berkay Sargin / Handshake by Dan Hetteix / Laptop by Tinashe Mugayi / Mail by Cee-j / Mobile Loyalty Account by L Recker / Money Transfer by Rockicon / Networking by Yamini Chandra / New Window by Garrett Knoll / Online Bank by Artem Kovyazin / Photograph by Gregor Črešnar / Poor by Jens Tärning / Secure Payment by Delwar Hossain / Selfie by corpus delicti / SEO Internet Browser by AlfredoCreates.com / Shield Add by arjuazka / Smartphone by Ugendran Letchiman / Tablet by Arthur Shlain / Telecommuting by Andrew McKinley / Time Management by Tomas Knopp / TV by Stephen Plaster / User Remove by shashank singh / Video by Ami / Warning by Mister Pixel