Que sont prêts à accepter les Français de leurs données personnelles ?

	Que sont prêts à accepter les Français de leurs données personnelles ?

Havas Media Group France vient de publier les résultats d'une étude qui dresse l'état des lieux du rapport entre les Français et la Data. Des Français conscients et inquiets mais qui n'hésitent pas à donner leur données ; à condition d'obtenir des contreparties.

Des Français inquiets…

Havas Media a interrogé 1000 internautes représentatifs de la population française, agés de 15 à 64 ans. Le premier enseignement est qu'ils sont parfaitement conscients de la transmission de leurs données à des tiers. 93% savent qu'elles sont captées et 84% s'en inquiètent. Trois craintes se dégagent : 74% des internautes ont peur de l'usage frauduleux des données, 53% ont peur que des détails de leur vie intime soient révélés et 47% craignent la surveillance des autorités.

… mais opportunistes

Cependant, 46% des Français voient cette utilisation de leurs données comme une opportunité. 45% sont prêts à laisser les entreprises suivre leurs données, moyennant une contrepartie financière. Près de 42% des internautes interrogés sont prêts à l'accepter contre une contrepartie non-financière.

La typologie des Français vis-à-vis de leurs données personnelles

Grâce aux réponses fournies par l'échantillon interrogé, Havas Media a pu segmenter les internautes en cinq profils distincts. Chaque groupe a des comportements et des attentes spécifiques.

Data Natives – 24%. Une population plutôt jeune (15 à 25 ans), consciente de la captation des données personnelles mais peu inquiète. Pour eux, c'est normal, habituel, ils ne se protègent ni plus ni moins que les autres et n'attendent pas grand chose de la transmission des données.

Data Stratèges – 9%. Ils sont plus âgés (35 à 49 ans) et tout à fait conscients. Ils font plus attention aux données qu'ils fournissent et cherchent à obtenir des contreparties.

Data Fatalistes – 27%. Cette population est assez jeune, consciente, inquiète mais fataliste. Ils savent que leurs données sont captées mais ne maîtrisent pas vraiment la confidentialité de leurs données. Ils se protègent peu, par négligence.

Data Parano – 36%. Ils sont plus âgés, conscients et très inquiets. Ils ne voient aucun intérêt dans la captation de leurs données personnelles. Ils craignent tout : l'utilisation frauduleuse de leurs données, la surveillance généralisée et la diffusion de données privées. Ils ne comprennent pas tout mais cherchent à se protéger du mieux qu'ils peuvent.

Data Détendus – 4%. Cette population est indifférente au phénomène. Ces internautes sont peu conscients et donc peu inquiets. Ils pensent pouvoir tirer un bénéfice de la captation de leurs données mais restent passifs et fournissent de nombreuses données personnelles.

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :
http://www.blogdumoderateur.com/etude-havas-media-francais-donnees-personnelles/