

DATA PRIVACY DAY - 28 JANVIER 2023

Baromètre les Français et leur vie privée sur internet

**72% des Français ont conscience de divulguer des informations personnelles lors de leur navigation sur Internet et 86% d'entre eux aimeraient être accompagnés pour mettre en place des solutions pour protéger leurs données.**

À l'occasion du Data Privacy Day (journée européenne de la protection des données personnelles), les sociétés **Qwant, Proton, Olvid et Murena**, révèlent les résultats de leur baromètre réalisé avec Kantar « Les Français et leur vie privée sur internet » et publient [un guide pratique](#) pour nous aider à garder nos données vraiment privées.

- Dans le cadre du Data Privacy Day lancé à l'initiative du Conseil Européen, les sociétés [Qwant](#), [Proton](#), [Olvid](#) et [Murena](#), publient le premier baromètre sur les Français et leur vie privée en ligne.
- Les quatre acteurs européens qui proposent des services numériques sans collecte de données personnelles, défendent un internet éthique et transparent, et souhaitent sensibiliser l'opinion pour faire émerger davantage le sujet de la protection des données personnelles dans le débat public.
- Trois tendances fortes ressortent de l'étude :
  - Les Français sont 92% à se déclarer conscients et préoccupés par l'utilisation de leurs données confidentielles. Toutefois, seuls 35% déclarent renoncer à un service numérique (site ou application) pour protéger leurs données personnelles.
  - 48% des sondés déclarent mettre en place des solutions pour protéger leurs données, comme la désactivation de la localisation (44%) ou encore la navigation privée (25%) ; privilégiant ainsi très souvent la simplicité et l'immédiateté vs la protection de leurs données.
  - 86% des Français aimeraient être accompagnés pour mettre en place des solutions pour protéger leurs données : ils ont de fortes attentes pour mieux comprendre les enjeux et mettre en place les bonnes pratiques. Le *privacy paradox*, cette opposition entre la prise de conscience et la réalité des usages, est donc un phénomène toujours bien réel, mais le souhait des Français d'être accompagnés témoigne d'un changement en cours.
- Pour aider les internautes à comprendre pourquoi et comment protéger leur vie privée en ligne et garder leurs données vraiment privées, Qwant, Proton, Olvid et Murena, publient un [guide pratique](#) avec des conseils, des définitions et des solutions concrètes pour naviguer en toute confidentialité.

Infographie

Baromètre

Guide : protéger votre vie privée sur internet

Site dédié

## Les Français sont préoccupés par l'utilisation de leurs données personnelles mais accordent peu de valeur aux données les moins tangibles.

Les internautes sont conscients de partager des données lorsqu'ils sont en ligne : **ils sont 92% à se déclarer concernés par le sujet et 72% à avoir conscience de divulguer des informations personnelles lors de leur navigation sur Internet.**

Cette prise de conscience s'explique certainement par l'actualité forte autour de la protection des données personnelles, plaçant le sujet au cœur des enjeux sociétaux : les demandes de consentement sont clairement visibles lors de la navigation, depuis la mise en place de la réglementation générale de la protection des données (RGPD), les GAFAs sont pénalisés avec des amendes record pour collecte ou utilisation abusive des données personnelles, les autorités commencent à limiter l'utilisation des outils des géants du numérique notamment à l'école, et la mise en place du Digital Market Act européen avance, pour créer des conditions plus équitables, entre autres sur le marché des moteurs de recherche et des navigateurs, et préserver la liberté de choix des internautes.

Les Français interrogés hiérarchisent clairement la valeur qu'ils donnent à leurs données personnelles et placent les données tangibles en priorité, estimant qu'elles représenteraient un plus grand risque si elles étaient exposées en ligne. En effet, dans **le top 4 des informations les plus importantes à protéger**, les informations relatives aux finances personnelles arrivent en tête pour 76% des sondés, suivies par les informations relatives à l'identification personnelle (69%), les informations médicales (37%), et les photos/vidéos de moi et/ou de mes amis (37%).

En fin de classement on retrouve leurs recherches effectuées sur le web (11%), leur agenda / calendrier (5%) et les informations liées à leur opinion politique (4%). Ces données semblent moins sensibles pour les Français qui leur accordent une valeur plus limitée. Néanmoins, au-delà d'un simple outil de gestion de l'emploi du temps, les calendriers donnent des informations incroyablement détaillées sur la vie des gens, et ces informations très sensibles méritent la même protection que les e-mails et les fichiers.

## Bienvenue dans le *privacy paradox* : bien que conscients de l'utilisation de leurs données, les Français ne s'engagent pas dans leur protection.

**Si 68% des interrogés déclarent connaître des moyens pour protéger leurs données en ligne, ils sont 48% à en utiliser : un décalage entre connaissance et pratique qui se retrouve dans l'ensemble des résultats du baromètre.**

Leurs premières préoccupations sont la sécurisation de leur boîte mail (66%), de leurs réseaux sociaux (59%), de leur navigateur (47%), et de leur moteur de recherche (46%).

Pour autant, interrogés sur les solutions effectivement mises en place, ils citent des solutions de paramétrage faciles d'accès, qui ne correspondent pas toujours à leur besoin de protection, cités en priorité : 44% désactivent le suivi de la localisation sur leurs appareils (54% chez les 18-24 ans), 39% utilisent un bloqueur de cookies, 25% utilisent la navigation privée (42% chez les 18-24 ans), et 13% utilisent un VPN (21% chez les 18-24 ans).

Pourtant mentionnés en priorité des usages à protéger, l'utilisation d'un moteur de recherche privé n'est citée que par 8% des interrogés et le passage à une messagerie privée, par 6% d'entre eux seulement.

Les Français agissent, et les Millenials plus que les autres, démontrant une prise de conscience grandissante autour des enjeux de protection des données personnelles. Mais les solutions, lorsqu'elles sont utilisées, ne sont pas les plus adéquates. Elles correspondent en grande majorité à l'utilisation de paramètres préinstallés dans les appareils (localisation, bloqueur, navigation privée), sans qu'une réelle démarche avec des solutions différentes et adaptées soit engagée de la part des internautes. Se protéger grâce à des services numériques privés nécessite une démarche engagée de la part de l'utilisateur, plus coûteuse en temps et parfois en argent, qu'un paramétrage des appareils..

**Ce décalage récurrent révèle bien que les Français, sensibles à l'utilisation de leurs données personnelles et conscients de leurs traces numériques, baissent les bras face à la complexité perçue de la démarche à entreprendre pour se protéger.** C'est ce que l'on appelle le *privacy paradox*.

Les Français connaissent pourtant des solutions pour protéger leurs données, mais ils n'utilisent pas les services les plus adéquats ou performants, principalement en raison d'une méconnaissance d'un sujet qui semble, à tort, réservé aux experts.

Ils privilégient ainsi la plupart du temps, leur besoin de résultat immédiat ou d'accès à une fonctionnalité, au détriment de la protection de leurs données :

- 64% des Français déclarent ne pas renoncer à un service numérique pour des raisons de protection de leurs données personnelles.
- Et 51% continuent d'accepter les cookies lors de leur navigation sur internet.

## **Comprendre les enjeux et connaître les bons réflexes : une attente clairement exprimée.**

La prise de conscience est significative : **86% des Français interrogés aimeraient mieux comprendre et être accompagnés pour mettre en place des solutions pour protéger leurs données personnelles numériques.** C'est l'un des résultats les plus forts de ce Baromètre.

[Qwant](#), [Proton](#), [Olvid](#) et [Murena](#) sont quatre acteurs européens du numérique éthique qui ont fait de la non-collecte des données personnelles leur mission. Pour aider les internautes à comprendre les enjeux de la vie privée sur internet et leur donner surtout les bons réflexes à adopter et les pièges à éviter, ils publient un **[guide simple et complet](#) avec des définitions, des conseils et des solutions concrètes pour naviguer en toute confidentialité.**

*« Le Baromètre que nous publions révèle que le privacy paradox est encore un phénomène bien réel. Les Français sont conscients de la nécessité de protéger leurs données, mais ne parviennent pas à se protéger concrètement, principalement par méconnaissance. Le chiffre que nous retenons est le besoin d'accompagnement exprimé très clairement : 86% des Français aimeraient mieux comprendre et être accompagnés pour mettre en place des solutions pour protéger leurs données numériques ! En tant que moteur de recherche français et leader européen qui ne collecte pas les données personnelles, nous sommes engagés dans cette mission. C'est pourquoi nous publions le guide pratique de la protection de nos données numériques avec nos partenaires. Oui, il est possible de reprendre le contrôle de notre trace numérique ! »* **Corinne Lejbowicz, Présidente et Raphaël Auphan, Directeur général de Qwant.**

**Andy Yen, PDG et fondateur de Proton, indique :** *« Il y a eu une prise de conscience générale ces dernières années quant à la collecte et l'exploitation abusive des données personnelles des utilisateurs à des fins lucratives. Les utilisateurs réalisent le véritable coût des services gratuits et du caractère profondément personnel et privé de leurs données et sont maintenant à la recherche d'alternatives plus respectueuses de leur vie privée. L'étude met en évidence ce changement d'attitude, mais beaucoup de personnes ne connaissent pas encore ces alternatives. Au fur et à mesure que Proton et d'autres entreprises centrées sur la protection de la vie privée améliorent et développent leurs offres de produits, nous pensons qu'il y aura de moins en moins d'obstacles pour les utilisateurs qui veulent passer à une technologie respectueuse de leur vie privée. »*

*"Le Baromètre nous adresse un message clair : les Français s'inquiètent de la divulgation de leurs données personnelles, mais ne sont néanmoins pas prêts à renoncer aux services numériques pour les protéger. Notre objectif est évident : ne pas les obliger à choisir. Proposer des outils respectueux des données de leurs utilisateurs ne suffira pas, en soi, à ce qu'ils soient adoptés par le plus grand nombre. Ces outils doivent être parfaitement fonctionnels et agréables à utiliser. Si la sécurité et l'honnêteté technique est primordiale, la facilité d'usage l'est tout autant. L'objectif pour Olvid ? Inventer de nouvelles expériences*

*géniales qui permettront à tous nos utilisateurs de bénéficier de l'aspect « privé » de notre messagerie instantanée sans difficulté. Mission acceptée !* » complète **Thomas Baignères, CEO d'Olvid**.

*« L'étude que nous publions montre que la protection des données personnelles est au cœur des préoccupations des Français, qui manifestent le désir d'être accompagnés sur ce volet. À travers le guide de la protection des données élaboré avec nos partenaires, nous avons souhaité donner des clés pour aller vers une utilisation du numérique plus vertueuse et plus respectueuse de la vie privée de chacun. Cet engagement s'inscrit dans notre mission en tant qu'acteur du numérique responsable, mobilisé pour offrir à nos utilisateurs des solutions qui puissent garantir la confidentialité de leurs données personnelles avec leur smartphone et dans le Cloud »,* déclare **Gaël Duval, CEO et fondateur de Murena**.

**Méthodologie de l'étude :** Etude omnibus réalisée par Kantar, du 7 au 14 décembre 2022, auprès de 1 000 internautes représentatifs de la population française.

---

### **À propos de Qwant**

Développé en France et leader en Europe, Qwant est le moteur de recherche qui respecte la vie privée de ses utilisateurs en ne collectant aucune donnée personnelle.

Qwant développe sa propre technologie d'indexation du web, conçue pour donner des résultats de recherche impartiaux, exhaustifs et non profilés. Qwant assure ainsi un service de recherche internet avec zéro tracking des recherches, zéro tracking publicitaire et zéro vente de données personnelles.

Au-delà des services [Qwant Search](#), [Qwant Maps](#), offre de cartographie, et [Qwant Junior](#), moteur de recherche dédié aux 6-12 ans, Qwant propose [Qwant VIPrivacy](#), une extension de navigateur permettant de parcourir le web sans subir de tracking publicitaire.

Qwant est disponible sur le web : [www.qwant.com](http://www.qwant.com), ou grâce aux extensions de navigation. Le navigateur Qwant est disponible sur applications mobiles iOS et Android.

Qwant comptabilise 6 millions d'utilisateurs mensuels.

Qwant ne sait rien sur vous, et ça change tout !

[www.qwant.com](http://www.qwant.com)

### Contact :

Adélaïde Mauger - Qwant – [a.mauger@qwant.com](mailto:a.mauger@qwant.com)

Théo Vidal – Agence Clé – [qwantpress@agencecle.fr](mailto:qwantpress@agencecle.fr) – 06 47 49 32 17

### **À propos de Proton :**

L'entreprise Proton a été fondée en Suisse en 2014 par des scientifiques qui se sont rencontrés à l'Organisation européenne pour la recherche nucléaire (CERN). Notre vision est de créer un internet où la protection de la vie privée est la règle absolue, grâce à un écosystème de services accessibles à tous, partout, tout le temps. Notre premier produit, Proton Mail, est désormais le plus grand service de messagerie chiffrée au monde. Les produits qui ont suivi, Proton VPN, Proton Calendar et Proton Drive s'appuient sur le même chiffrement de bout-en-bout qui permet à nos utilisateurs de contrôler totalement comment et avec qui leurs données sont partagées. Nos produits sont open source, développés par une équipe de 400 personnes et soutenus par une communauté active dans plus de 180 pays. Aujourd'hui, Proton rend la protection de la vie privée accessible à tous avec plus de 70 millions de comptes utilisateurs, qu'il s'agisse de journalistes, de certaines des plus grandes organisations mondiales ou de personnes du monde entier. <https://proton.me/fr>

### Contact :

Vincent Darricarrere – Proton - [media@proton.me](mailto:media@proton.me)

### **À propos d'Olvid :**

Créée en 2019, Olvid est une société experte en chiffrement des communications et propose la seule messagerie instantanée certifiée par l'ANSSI. L'excellence des protocoles cryptographiques permet de prouver mathématiquement

l'impossibilité pour un tiers de prendre connaissance des communications. Plus besoin de se déplacer pour retrouver le niveau de sécurité d'une conversation physique à huis-clos.

Olvid propose une version gratuite de son application et des options payantes (appels sécurisés, intégration annuelle, console d'administration... et prochainement version Desktop : <https://www.olvid.io/entreprise/fr/>).

Contact :

Jacques-André Bondy – Olvid - [presse@olvid.io](mailto:presse@olvid.io) - 06 61 57 64 51

**À propos de Murena**

Fondée en 2018 par Gaël Duval, expert de l'open source à l'initiative du lancement de "Mandrake Linux", Murena est une start-up engagée dans la protection de la vie privée des utilisateurs, avec des produits et services transparents et de qualité qui utilisent les technologies open source. Concepteur du système d'exploitation mobile /e/OS et de Murena Cloud, un ensemble de services en ligne associé, Murena propose à la vente des smartphones Fairphone, Gigaset et Teracube déGooglisés avec le système /e/OS préinstallé.

Murena développe également son propre smartphone, le Murena One, disponible à la vente aux États-Unis, au Canada, en Europe, au Royaume-Uni et en Suisse.

<https://murena.com/fr/>

Contact

Mathilde Gosselin –Agence Look Sharp - [mathilde.gosselin@looksharp.fr](mailto:mathilde.gosselin@looksharp.fr) - 06 32 44 84 02