

Tome 2

Christophe
Benavent

Eric
Dagiral

Caroline
Miltgen

Sarah
Medjek

RAPPORT DE RECHERCHE MESINFOS

Juin 2014





SOMMAIRE

01 - RAPPEL DES OBJECTIFS RAPPORT 1 & 2

1.1 Introduction

02 - PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE N°2

- 2.1 Profil des répondants
- 2.2 Évolution du Privacy Concern
- 2.3 Évolution de la confiance
- 2.4 Évolution du bénéfice attendu
- 2.5 Évolution du Privacy self efficacy
(efficacité à protéger ses données personnelles)

03 - PRÉSENTATION DES NOUVEAUX RÉSULTATS

04 - CONCLUSION

05 - ANNEXES

01

RAPPEL DES OBJECTIFS RAPPORT 1 & 2

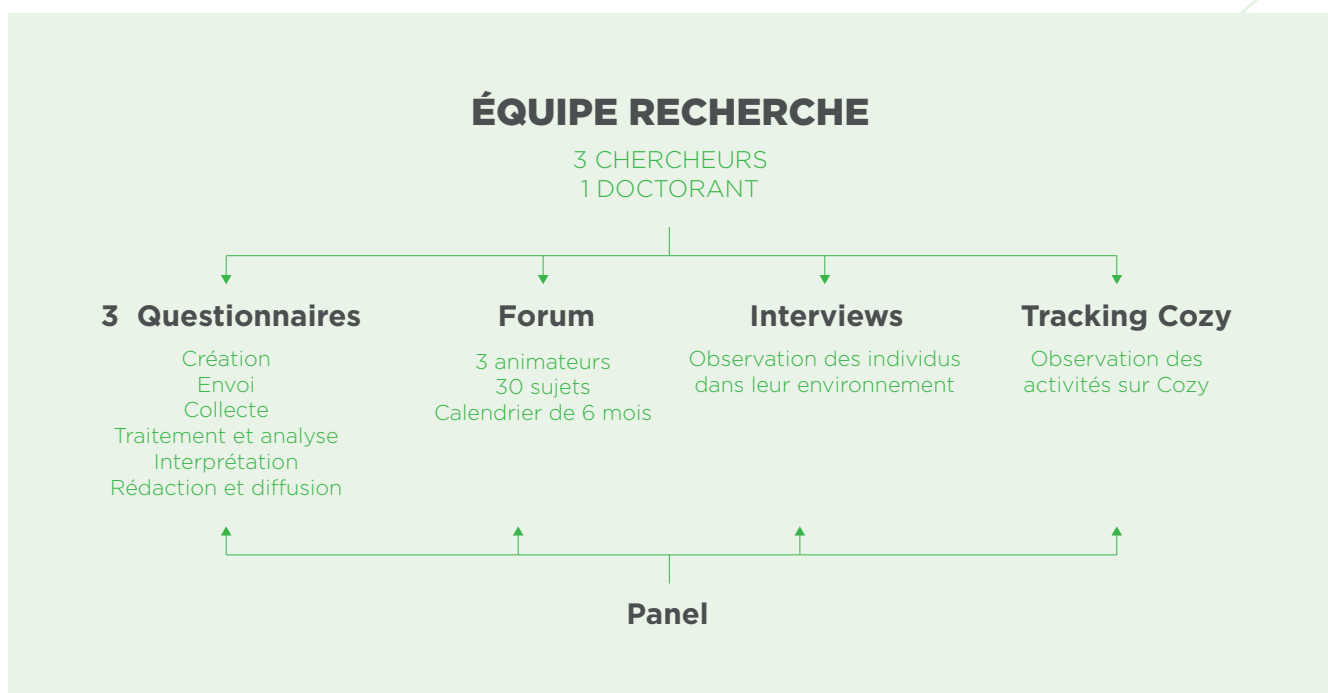
1.1 - INTRODUCTION

Il y a quelques semaines, le rapport N°1 de l'équipe recherche MesInfos a été envoyé aux partenaires de l'expérimentation. Ce rapport se proposait de présenter le dispositif de recherche mis en place dans le cadre de l'expérimentation afin d'observer les individus composant le panel (attentes, impres-

sions, comportement), et de récolter toutes les informations permettant d'apporter des réponses aux différentes questions soulevées par un projet tel que MesInfos.

Les schémas 1 et 2 détaillent les principales composantes et actions de ce dispositif.

SCHÉMA N°1



Ce rapport était aussi l'occasion de présenter quelques résultats de la première enquête menée auprès du panel MesInfos avant la réception des données par les testeurs. Ce premier questionnaire visait à mesurer :

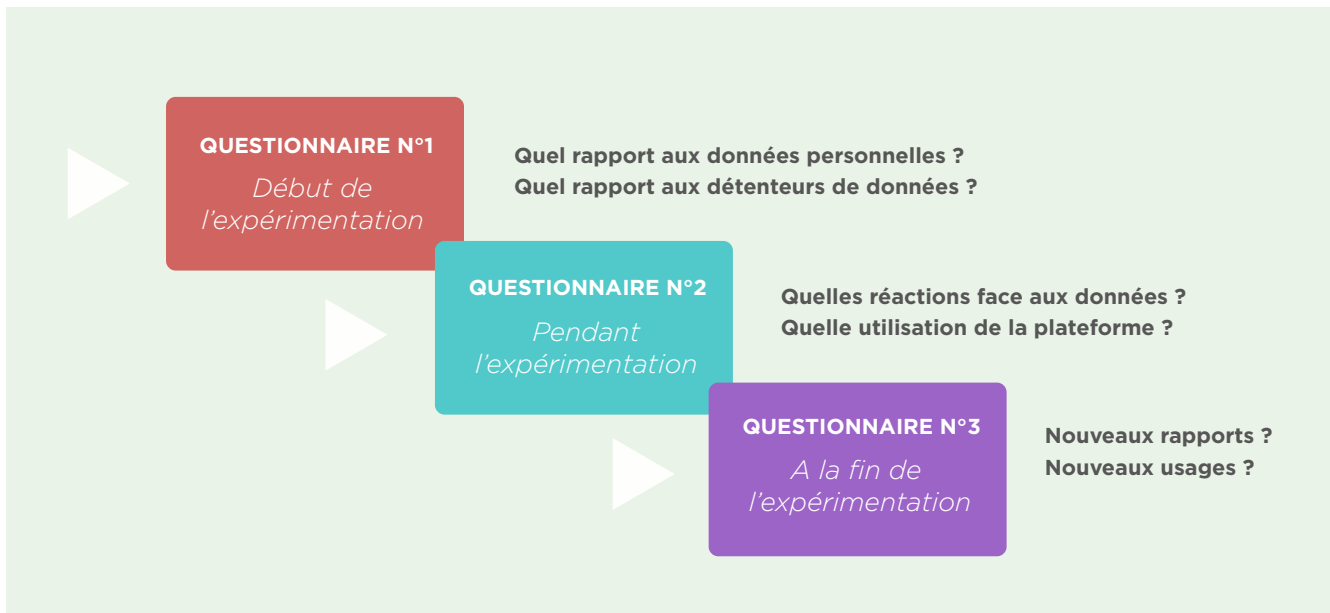
- La préoccupation des individus par rapport à leurs données.
- Leur confiance envers les entreprises détentrices de leurs données personnelles.
- Leur confiance en leurs capacités à protéger leurs propres données personnelles.

Dans ce second rapport nous allons nous attacher à présenter les résultats de la seconde enquête qui a été menée auprès de notre communauté de testeurs.

Le questionnaire N°2 a été envoyé à la communauté de testeurs en février 2014, soit quatre semaines après la mise à disposition de leurs espaces personnels MesInfos. Il avait pour objectif d'observer l'attitude des testeurs face à la restitution de leurs données personnelles, en mesurant les possibles évolutions en terme de Privacy Concern, Confiance, Perception des bénéfices, Confiance en soi, et cela **après réception des données personnelles**.

L'hypothèse des chercheurs était alors qu'une fois face à leurs propres données personnelles, les individus allaient pouvoir changer de perception et d'avis sur des questions de privacy ou de confiance. Les résultats de ce questionnaire seront détaillés dans les prochaines sections de ce rapport.

SCHÉMA N°2



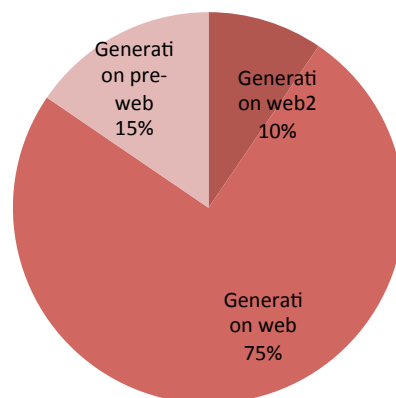
02

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE N°2

2.1 - PROFIL DES RÉPONDANTS

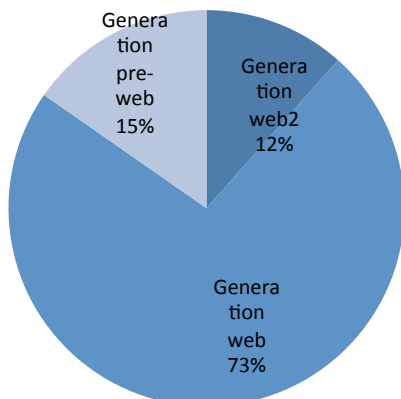
Le questionnaire N°2 a été envoyé à tous les membres de la communauté MesInfos, 320 personnes,. 26 % y ont répondu soit 84 répondants. Ces derniers restent tout à fait représentatifs du panel initial en terme d'utilisation d'Internet comme le démontrent les résultats ci-dessous :

4.PROFIL SELON EXPÉRIENCE UTILISATION INTERNET

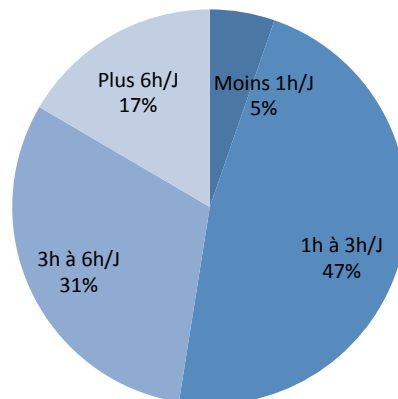


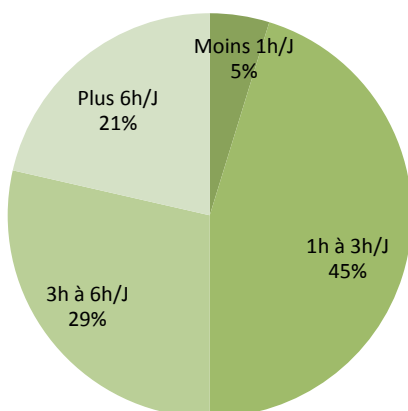
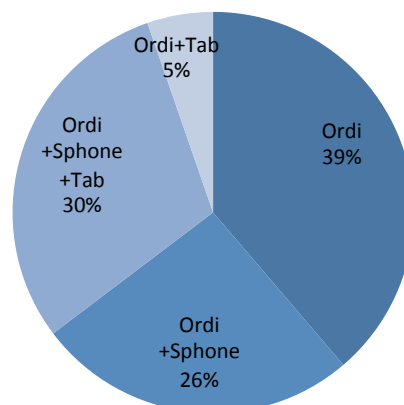
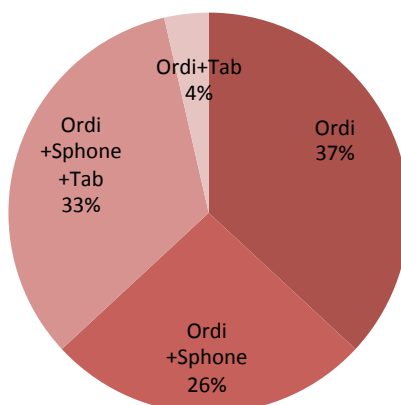
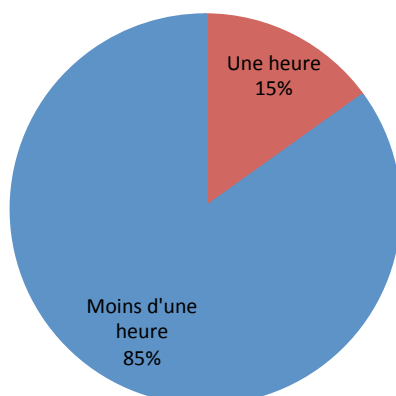
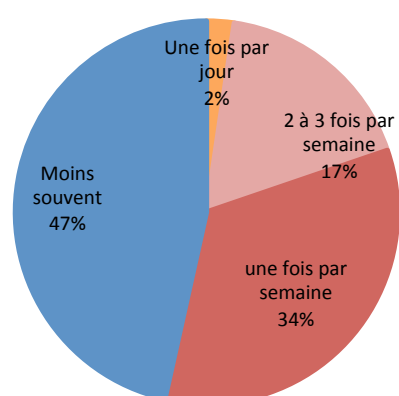
A - PROFIL DES RÉPONDANTS SELON UTILISATION INTERNET

3.PROFIL DES TESTEURS SELON EXPÉRIENCE



5.PROFILS DES TESTEURS SELON DURÉE DE CONNEXION

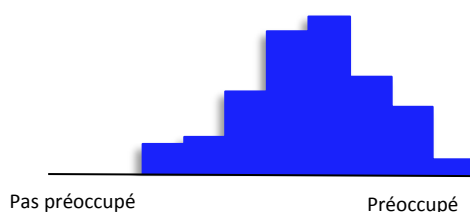


6. PROFIL DES TESTEURS DURÉE DE CONNEXION QUOTIDIENNE**7. PROFILS DES TESTEURS SELON SUPPORTS DE CONNEXION****8. PROFIL DES TESTEURS SELON SUPPORTS UTILISÉS****B - PROFIL DES RÉPONDANTS SELON UTILISATION DE LA PLATEFORME****9. DURÉE DE CONNEXION À LA PLATEFORME****10. FRÉQUENCE DE CONNEXION À LA PLATEFORME**

2.2 - ÉVOLUTION DU PRIVACY CONCERN ¹

Comme mentionné plus haut, un des principaux objectifs de la seconde enquête était de mesurer l'impact de la restitution des données sur le privacy concern. Pour cela, seuls les résultats des 84 répondants au Questionnaire N°2 ont été pris en compte. Après avoir isolé les 84 réponses au sein des 322 réponses du questionnaire 1, le travail d'analyse par les chercheurs a débuté.

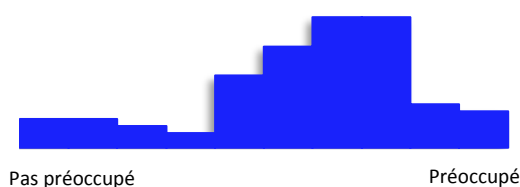
NB : À noter que dans le cadre de cette enquête les modalités de réponses s'étendaient sur une échelle allant de 1 à 10, le 1 représentant le « Pas du tout d'accord » et le 10 le « tout à fait d'accord »



11. PRIVACY CONCERN - Q1

La variable du Privacy Concern ou « Préoccupation à l'égard des données personnelles » mesure, comme son nom l'indique, le niveau de préoccupation des individus à l'égard de leurs données : sont-ils préoccupés par ce sujet ? S'inquiètent-ils de l'utilisation de leurs données personnelles ?

Lors de la première enquête menée au début de l'expérimentation, 24 % des panélistes ont répondu être peu ou pas du tout préoccupés par leurs données personnelles contre 76% des panélistes qui ont répondu être assez ou très préoccupés par ce sujet.



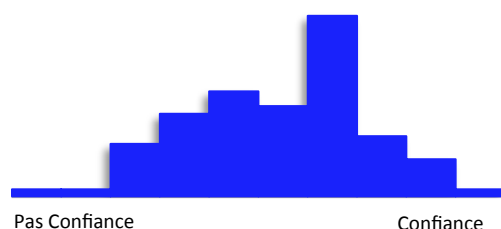
12. PRIVACY CONCERN - Q2

Lors de la seconde enquête nous avons pu constater une légère évolution. En effet, 27% des panélistes ont indiqué être peu ou pas du tout préoccupés, alors que 73% des panélistes indiquaient être assez ou très préoccupés par leurs données personnelles, soit un écart de 3%. Ainsi, le nombre de personnes dont le niveau d'inquiétude est élevé a baissé ; serait-ce dû à la restitution des données ? A ce stade, il est trop tôt pour se prononcer. Une enquête menée à la fin de l'expérimentation nous permettra d'avoir une réponse plus complète.

1. La préoccupation des individus envers l'utilisation de leurs données personnelles et l'impact que cela peut avoir sur leur vie privée

2.3 - ÉVOLUTION DE LA CONFIANCE

Cette variable visait à mesurer la confiance des membres du panel envers les entreprises détentrices de leurs données : confiance en termes de politique de confidentialité, d'utilisation des données et de stockage des données.



Pas Confiance

Confiance

13. CONFIANCE- Q1

Les premiers résultats avaient démontré que 60% des panélistes avaient peu ou pas du tout confiance dans les entreprises détentrices de leurs données personnelles, contre 40% des panélistes faisant confiance aux entreprises détentrices de leurs données.

Les seconds résultats démontrent que seuls 51% des panélistes répondent avoir peu ou pas du tout confiance, contre 49% qui indiquent avoir assez ou beaucoup de



Pas confiance

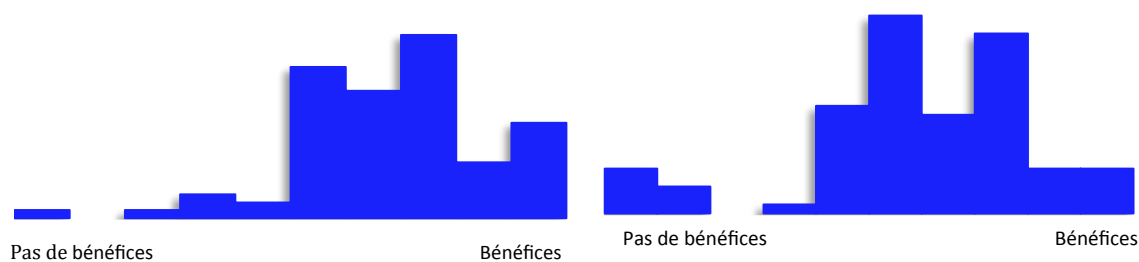
Confiance

14. CONFIANCE - Q2

confiance envers les entreprises détentrices de leurs données personnelles, soit un écart de 9%. Ainsi, le nombre de personnes ayant confiance envers les organisations augmente. Nous émettons comme hypothèse que la restitution des données a été perçue comme une preuve de transparence, cette dernière étant un élément important dans la confiance des consommateurs envers les entreprises.

2.4 - ÉVOLUTION DU BÉNÉFICE ATTENDU

Cette variable permettait de mesurer l'impact du bénéfice attendu par les individus sur la divulgation de leurs données personnelles. Est ce que lorsqu'il y a un bénéfice (qui peut intéresser l'individu) à la clé, ce dernier accepte plus facilement de divulguer ses données personnelles ou est ce que cela n'a aucune influence sur sa décision ?



15. BÉNÉFICES ATTENDUS - Q1

16. BÉNÉFICES ATTENDUS - Q2

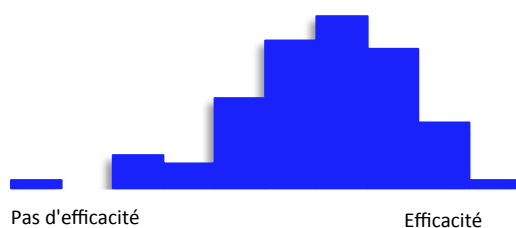
Lors de la première enquête 6% des panélistes ont répondu qu'ils acceptaient de divulguer leurs données sans attendre de bénéfices en retour, au même moment les 94% autres ne communiquaient leurs données personnelles que s'ils obtenaient un avantage ; avantage pouvant être d'ordre matériel (bon de réduction) ou de convenance (mise en relation avec des personnes partageant les mêmes centres d'intérêt)

Dans la seconde enquête, une évolution significative a été observée. En effet, 25% des panélistes ont indiqué communiquer leur données sans attente de bénéfices alors que 75% ont répondu le contraire. Cela signifie que le pourcentage d'individus acceptant de communiquer leurs données personnelles sans attente de bénéfice passe de 6% en T1 à 25% en T2, soit un écart de 19%.

2.5 - ÉVOLUTION DU PRIVACY SELF EFFICACY (EFFICACITÉ À PROTÉGER SES DONNÉES PERSONNELLES)

Le Privacy self efficacy désigne la capacité des individus à protéger tout ce qui est en lien avec leurs données personnelles et leur vie privée. Cette variable a été sélectionnée pour mesurer l'impact de la confiance en soi

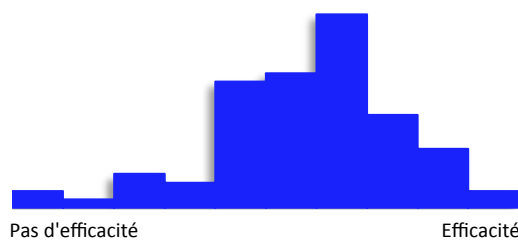
sur la divulgation des données personnelles. Est-ce que les personnes ayant confiance en leurs capacité(s) à protéger leurs données personnelles acceptent plus facilement de divulguer leurs données ou non?



17. ÉFFICACITÉ - Q1

Lors de la première enquête 10% des panélistes avaient répondu entre 1 et 5, estimant ainsi ne pas être en mesure de protéger leurs données personnelles, tandis que les 90% restant estimaient être à-même de protéger leurs données personnelles.

Lors de la seconde enquête, 30% des panélistes ont répondu ne pas avoir les capacités nécessaires pour protéger leurs données contre 70% qui estimaient en être capable,



18. ÉFFICACITÉ - Q2

soit un écart de 20%. Est-ce que suite à la restitution des données, les testeurs se sont rendus compte que les entreprises avaient plus de données sur eux que ce qu'ils pensaient, leur faisant prendre conscience que leurs capacités de se protéger n'étaient pas si élevées ? Cette question fera objet d'une attention particulière lors de l'enquête N°3.

03

PRÉSENTATION DES NOUVEAUX RÉSULTATS

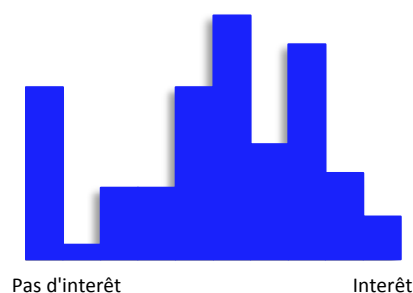
La seconde partie du questionnaire avait pour objectif d'observer l'attitude des panélistes face à la restitution de leurs données personnelles, et plus précisément :

- L'intérêt des panélistes pour leurs données personnelles : ont-ils porté un intérêt aux données en les consultant, analysant et étudiant ?
- Les réactions des panélistes lors de la réception des données : ont-ils été surpris par la quantité ou la nature des données restituées ?
- La sympathie des panélistes envers leurs données personnelles : ont-ils trouvé les données intéressantes ? Cela leur a-t-il permis d'apprendre de nouvelles choses sur eux-mêmes ?
- Leur perception des entreprises partenaires de MesInfos : est-ce que l'initiative de restitution des données peut contribuer à augmenter la confiance des panélistes envers ces entreprises ?
- La capacité des panélistes à mieux utiliser Internet grâce à MesInfos : se sentent-ils plus en capacité de comprendre Internet suite à l'expérimentation MesInfos ?

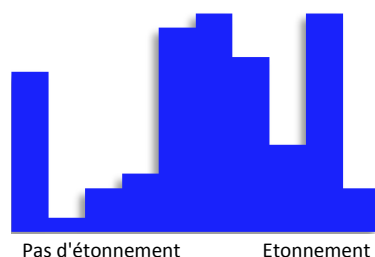
Voici les résultats :

Comme mentionné plus haut, la variable « intérêt » avait pour objectif de mesurer l'intérêt des panélistes pour leurs données personnelles restituées par les partenaires MesInfos. Ont-ils consulté immédiatement leurs données ? Ont-ils passé du temps à les analyser ou à les étudier ?

Le schéma 19 démontre que 42% des panélistes prêtent peu ou pas du tout d'intérêt aux données contre 58% qui prêtent assez ou beaucoup d'intérêt à leurs données personnelles.



19. INTÉRÊT POUR LES DONNÉES



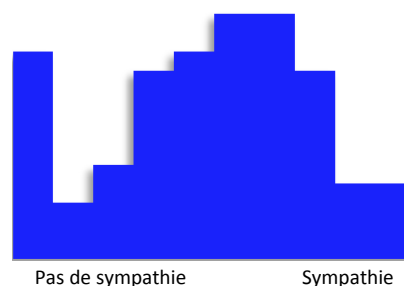
20. ÉTONNEMENT

Quelle a été la réaction des panélistes lorsqu'ils ont consulté leurs données personnelles ? Ont-ils été surpris par la quantité de données restituées ? Ont-ils trouvé que cela constituait beaucoup d'informations les concernant ? Certaines données les ont-elles surpris/étonnés ? Si oui, lesquelles ? Voici les questions auxquelles la variable « étonnement » a tenté de répondre et en voici les résultats :

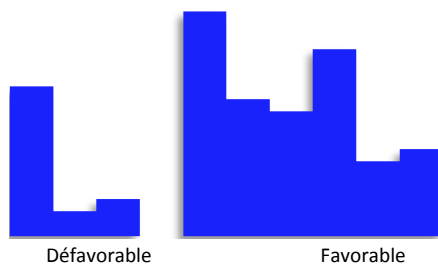
39% des panélistes ont donné des réponses se situant entre 1 et 5, cela signifie qu'ils ont été peu ou pas du tout surpris, tandis que 61% des panélistes ont répondu entre 5 et 10 révélant ainsi avoir été surpris par la quantité ou la nature des données qui leur ont été restituées.

A travers la variable « sympathie » les chercheurs ont souhaité savoir ce que les panélistes pensaient des données restituées, une fois qu'ils se sont intéressés à ces données, une fois qu'ils les ont étudiées et analysées, qu'en ont-ils pensé ? Est-ce que les données leur paraissent intéressantes ? Leur ont-elles apporté de nouvelles connaissances ? Leur ont-elles ouvert les portes de nouveaux usages de l'Internet ?

À ces questions les réponses des panélistes ont été mitigées. En effet, 48% des testeurs ont indiqué avoir peu ou pas du tout de sympathie envers ces données, contre 52% des testeurs qui indiquent avoir assez ou beaucoup de sympathie envers les données restituées.

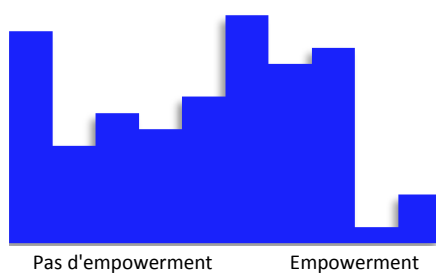


21. SYMPATHIE



22. ÉVALUATION DES MARQUES

« Est-ce que vous pensez que le fait que les entreprises partenaires de MesInfos vous aient restitué vos données personnelles puisse augmenter votre confiance envers ces entreprises ? » Voici la question posée par les chercheurs : est-ce que la restitution des données peut influencer le niveau de confiance d'un individu envers une entreprise dont il est client, la confiance étant un élément particulièrement important dans la relation client/marque. A cette question les panélistes ont répondu en majorité entre 5 et 10. En effet 58% d'entre eux pensent que cela peut augmenter leur confiance, cependant 42% d'entre eux pensent que cela a peu ou pas du tout d'impact sur leur niveau de confiance envers les entreprises partenaires de MesInfos.



23. CONSUMER EMPOWERMENT

Est ce que l'expérimentation MesInfos (restitution des données + plateforme et applications) a permis aux testeurs de mieux appréhender Internet et de mieux maîtriser son usage ? à ceci 51 % des testeurs répondent peu ou pas du tout, contre 49% qui répondent assez ou beaucoup.

À ce stade de l'expérimentation (milieu d'expérimentation) les avis des testeurs ne sont pas encore tranchés. Cette question sera abordée une nouvelle fois avec les testeurs dans le questionnaire N°3 afin d'obtenir des réponses après une utilisation de la plateforme plus approfondie

04

CONCLUSION

Comme nous avons pu le constater, en ce qui concerne les quatre variables testées à l'issue de la première et de la seconde enquête, l'évolution entre le T1 et le T2 n'est pas particulièrement significative dans son ensemble. De même, l'impact de la restitution des données et de la mise à disposition des espaces personnels MesInfos n'ont pas eu un impact parlant sur certaines variables comme l'évaluation des marques, ou encore le consumer empowerment et les avis des panélistes n'étaient pas tout à fait tranchés. Est-ce dû au fait que le questionnaire soit intervenu tôt dans l'expérimentation MesInfos ? En effet, ce dernier est intervenu seulement quelques semaines après la mise à disposition de la plateforme MesInfos. A ce stade, toutes les applications n'étaient pas encore disponibles sur la plateforme et les panélistes n'avaient donc pas encore eu le temps de découvrir tous les services que la plateforme pouvait leur proposer.

Néanmoins, le pourcentage d'individus ayant reçu favorablement les apports de l'expérimentation MesInfos reste assez important. En effet, 58% des panélistes répondent que l'initiative de restitution des données personnelles peut augmenter leur confiance envers les entreprises ayant accepté de les leur restituer.

L'enquête N°3 nous apportera certainement des compléments de réponses. Cette enquête interviendra dans un stade final de l'expérimentation, les testeurs auront alors eu l'opportunité de tester toutes les applications développées dans le cadre de l'expérimentation MesInfos et participé aux différentes animations. D'une part, cela donnera aux panélistes une meilleure vision de ce que l'expérimentation peut ou ne peut pas leur apporter ; d'autre part, cela apportera aux chercheurs des réponses plus précises concernant l'impact de MesInfos sur la perception par les individus de leurs données personnelles, des entreprises détentrices des données et sur la modification de leurs usages de l'Internet.

05

ANNEXES

ANNEXE 1

Intérêt pour les données

J'ai consulté mes données personnelles dès que j'ai pu accéder à l'espace MesInfos.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
J'ai passé beaucoup de temps à étudier mes données personnelles sur l'espace MesInfos.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
Je consulte mes données à chaque fois que je me connecte sur mon espace MesInfos.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord

Étonnement/surprise

Certaines informations m'ont beaucoup étonné(e).	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
J'ai été surpris(e) par la quantité d'informations que les entreprises ont sur moi.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
Je trouve que les entreprises possèdent beaucoup de données personnelles me concernant.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
J'ai été surpris(e) de voir que AXA, La Société Générale, Intermarché, Orange, La Banque Postale, Google et Le Crédit Coopératif acceptent de partager toutes ces données avec moi.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
Certaines informations m'ont beaucoup étonné(e).	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord

Sympathie

Je suis content d'avoir pu récupérer des données personnelles me concernant.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
Les données personnelles qui m'ont été restituées sont très intéressantes.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
La restitution de mes données personnelles m'a permis de découvrir des choses nouvelles me concernant.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
Le fait que les entreprises récoltent autant d'informations sur leurs clients est tout à fait compréhensible.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
La restitution de mes données personnelles me donne envie de créer mes propres applications.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord

Évaluation des marques

Je pense que le fait que La Société Générale, AXA, Intermarché, Orange, La Banque Postale Google et Le Crédit Coopératif m'aient restitué mes données personnelles pourrait augmenter ma confiance en eux.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
--	--

Empowerment

Je maîtrise mieux Internet avec MesInfos.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
L'espace MesInfos me permet une utilisation plus agréable de l'Internet.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord
L'espace MesInfos me permet de mieux comprendre ce que je fais sur Internet.	Pas du tout d'accord 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Tout à fait d'accord

EN SAVOIR PLUS

TOUT SAVOIR SUR LE PROJET ET LE CONCOURS MESINFOS

Le Site - <http://mesinfos.fing.org>

Le Blog - <http://mesinfos.fing.org/blog>

CONTACT

Marine Albarède - malbarede@fing.org

Renaud Francou - rfrancou@fing.org

Sarah Medjek - smedjek@fing.org

PARTENAIRES



PARTENAIRES ASSOCIÉS

