

Microsoft/GFK : Vie privée en ligne : entre conscience et insouciance !

Microsoft

Posté par : JulieM

Publié le : 15/5/2013 13:30:00

Microsoft publie les résultats d'une enquête internationale menée en avril dernier auprès de plus de 4000 personnes par l'institut de sondage **GFK** * sur la confidentialité et la protection des données en ligne. Ce sujet majeur sur lequel Microsoft est fortement engagé fait l'objet d'une campagne nationale en radio/TV/web qui a démarré hier.

Où placer le curseur de notre vie en ligne ?

Si 84% des répondants déclarent s'inquiéter pour leur vie privée en ligne, il existe cependant un décalage entre l'inquiétude exprimée et les actions menées : ainsi, moins d'une personne sur deux (47%) déclare prendre des mesures pour protéger sa vie privée.

Les internautes partagent toujours largement leurs informations personnelles en ligne. Spécificité française : la date de naissance. 63% des répondants français la partagent (contre 56% des Américains, 48% des Anglais et 47% des Allemands) et apprécient tout particulièrement de souffler leurs bougies virtuelles ! Ils divulguent également leur nom de famille (49%) leur ville de résidence (47%) et leur adresse email (34%).



Microsoft

En matière de protection de la vie privée, les Britanniques apparaissent les plus vigilants (51%), suivis de près par les Américains (48%), les Français (46%) et les Allemands (44%).

Intransigeants, procrastinateurs ou insouciants : à chacun son profil !

42% des répondants sont des « internautes prudents » : ils protègent leurs données personnelles avec soin. Il s'agit majoritairement de femmes (57%) de 50 ans ou plus (53%) mariées (53%). 34% ont un enfant de moins de 18 ans.

15% des répondants sont des « procrastinateurs » : conscients des risques, ils n'ont pas encore pris les mesures adéquates pour se protéger en ligne. Ils se sentent souvent perdus et ne savent pas par où commencer. Ils sont majoritairement âgés de 18 à 45 ans, 44% d'entre eux sont mariés et 47% ont un enfant de moins de 18 ans.

19% des personnes interrogées sont des « internautes insouciants » : très actifs en ligne, ils ne s'inquiètent pas du fait de partager leurs données personnelles et des conséquences que cela pourrait avoir. Étonnement, il n'y a pas de profil type : homme ou femme, jeune ou senior, cette catégorie balaye un large spectre de personnes.

Comme le souligne **Marc Mossé**, directeur des affaires publiques et juridiques de Microsoft France « *la protection de la vie privée et des données personnelles est un enjeu de société et constitue pour Microsoft un engagement de long terme et un choix différent par rapport à d'autres acteurs du marché. Nous soutenons activement tout ce qui va vers plus de transparence et de simplification au bénéfice des utilisateurs* ».

[Pour savoir quel genre d'internaute êtes-vous ? Faites le test.](#)

La protection de la vie privée : une priorité pour Microsoft

Pour rappeler l'importance que nous accordons au droit à la vie privée et à l'ère du tout-connecté, et afin de sensibiliser le grand public et de mettre en valeur les bonnes pratiques, Microsoft a lancé depuis hier une grande campagne de communication, TV, print et web sur le thème de la protection de la vie privée.

Cette campagne publicitaire corporate s'inspire des situations les plus courantes de la vie numérique afin d'entrer en résonance avec le quotidien de chacun d'entre nous.

Parce que sur Internet on aime partager mais pas tout dévoiler.

[Découvrez ici le spot TV](#) de la campagne présente actuellement sur les écrans ainsi que le site dédié à la campagne. Très bientôt, la campagne presse sera déclenchée en PQN jusqu'à fin juin.

* Étude réalisée du 13 au 19 avril 2013 auprès d'un panel en ligne représentatif de 4015 personnes en France, en Allemagne, en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Les données finales ont été pondérées selon le sexe, l'âge, la région, l'éducation et les origines des personnes interrogées. La marge d'erreur pour l'échantillon total est de 1,6% au seuil de confiance de 95%.