

Enquête Unisys Security Insights : 2015

Point de vue des consommateurs français



L'opinion des consommateurs français sur :

- Le niveau de sécurité des données personnelles pour chaque industrie
- Les organisations collectant des données personnelles via les appareils connectés

Les recherches menées par

LIEBERMAN

Sommaire

Synthèse	3
Le regard d'Unisys	4
Résultats détaillés : (1) Probabilités de fuites de données	5
Différences démographiques par Industrie	6
Résultats détaillés : (2) Préoccupations relatives à la vie privée	7
Différences démographiques par Industrie	7
Point de vue d'Unisys en matière de sécurité	8
Méthodologie de l'enquête	9
À propos de Lieberman Research Group	10
À propos d'Unisys	11

Synthèse

Unisys joue un rôle important et reconnu dans la lutte contre les risques liés à la sécurité grâce aux technologies des produits et des services qu'il fournit à ses clients français. L'engagement d'Unisys pour la protection et la sécurité, publiques et financières, sont à l'origine de cette étude.

Le rapport UNISYS Security Insights dresse un panorama de l'opinion des Français sur la sécurité dans différents secteurs de l'industrie. Il fournit un outil de mesure statistique de l'inquiétude des consommateurs, permettant aux organisations de prendre des décisions adéquates en termes de sécurité. Cette enquête a été menée par le leader des études de marchés, Lieberman Research Group.

Pour cette enquête, les consommateurs français ont donné leur opinion sur :

- Le niveau de sécurité des données personnelles pour chaque industrie
- Les organisations collectant des données personnelles via les appareils connectés

Les consommateurs ont été interrogés sur la probabilité que leurs données personnelles - détenues par des organisations telles que les compagnies aériennes, les banques et institutions financières, le gouvernement, les organismes de santé, les commerces et distributeurs, les opérateurs téléphoniques et les services publics - soient rendues accessibles à une personne non autorisée dans l'année qui suit.

La peur d'une fuite des données personnelles détenues par les opérateurs téléphoniques est très forte avec 67% des personnes interrogées qui s'attendent à un tel événement dans les 12 prochains mois. Les services de santé sont perçus comme les moins vulnérables avec uniquement 29% des sondés s'attendant à ce que leurs informations personnelles soient divulguées.

L'inquiétude liée à la protection de la vie privée sur les terminaux mobiles est très grande au sein de la population française. En effet 90% des sondés ont exprimé leur inquiétude quant à la possibilité que ces données personnelles puissent être collectées via leurs appareils électroniques (téléphone, tablette connectée à Internet).

Ces résultats permettent de rappeler aux entreprises et institutions françaises l'importance de contrôler et de déployer des mesures de sécurité avancées, de manière à protéger les consommateurs des menaces aussi bien physiques que sur internet. Un regard proactif sur la sécurité est au cœur de la capacité d'une organisation à réduire les situations à risques. La sécurité selon Unisys va au-delà des bits et des octets, en reconnaissant que les solutions les plus efficaces sont celles qui seront élaborées en prenant en compte les intérêts de chacun. Voir également : www.unisys.com/securityinsights

Pour plus d'informations sur l'offre sécurité d'Unisys, rendez-vous sur : www.unisys.com/security

Le regard d'Unisys

Les Français font peu confiance aux opérateurs téléphoniques et aux banques lorsqu'il s'agit de la protection de leurs données personnelles

Les résultats du rapport Unisys Security Insights 2015 indiquent que les consommateurs français font peu confiance aux opérateurs téléphoniques ainsi qu'aux banques pour protéger leurs données personnelles, avec respectivement 67% et 50% des sondés qui s'attendent à une fuite des données dans ces secteurs dans les 12 prochains mois. A l'inverse, la menace d'une fuite de données personnelles est moins ressentie pour les services de santé (29%) et les compagnies aériennes (34%).

Les résultats indiquent que les consommateurs ont relativement peu d'attentes concernant les organisations détenant les données personnelles et qu'ils ont peu confiance dans les contrôles de sécurité. Les organisations devraient avoir pour objectif de protéger les données des consommateurs en déployant des solutions qui non seulement améliorent la sécurité de l'entreprise, mais aussi inspirent la confiance aux consommateurs.

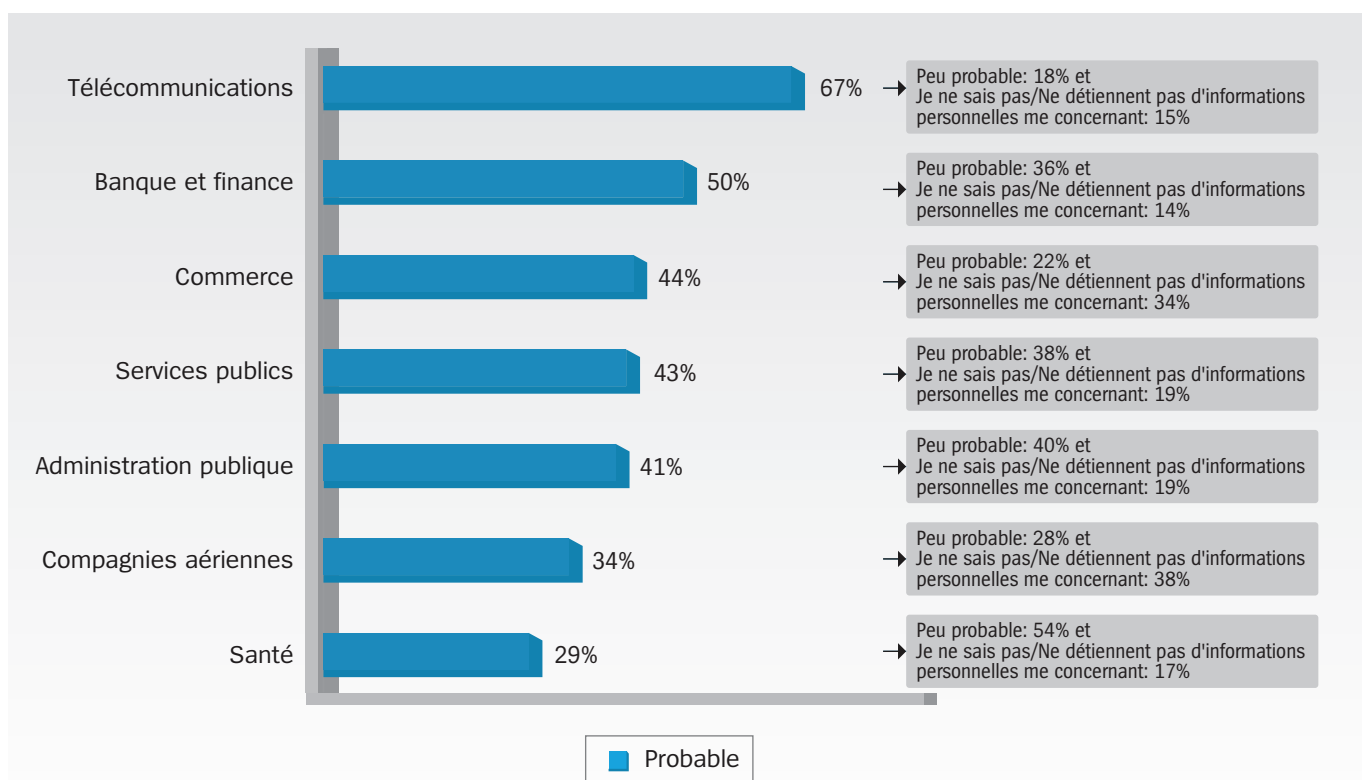
Une grande partie des Français s'inquiètent de la préservation de leur vie privée

Dans le cadre de l'enquête Unisys Security Insights, les consommateurs ont aussi été interrogés sur leurs inquiétudes concernant leurs appareils électroniques ayant la capacité de collecter des informations sur eux via internet. L'enquête révèle qu'une grande majorité des sondés (90%) est préoccupée par la possibilité que les organisations comme les banques ou les compagnies d'assurances puissent collecter des informations sur eux afin de construire des profils personnels ou détenir des détails sur leur mode de vie ou leurs habitudes.

Dans le monde connecté, les consommateurs ont peur des vols d'identité et veulent avoir l'assurance que leurs données personnelles sont protégées. Sachant que l'inquiétude parmi les consommateurs est forte, les organisations doivent chercher à mettre en place des moyens de sécurité avancés pour réduire les craintes liées à la préservation de la vie privée et gagner la confiance des consommateurs.

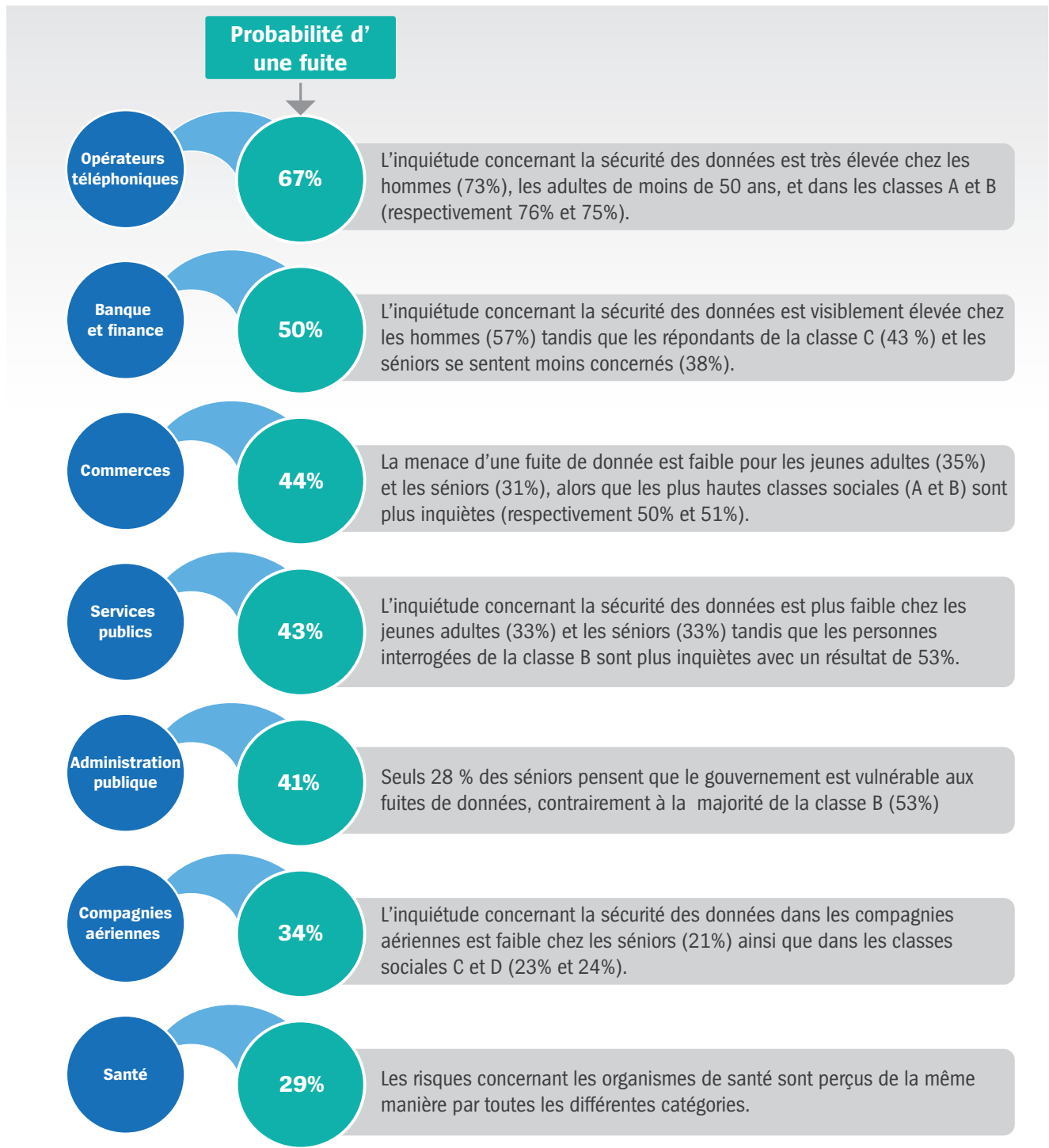
Résultats détaillés : (1) Pour chacun des types d'organisations collectant vos informations personnelles proposés ci-dessous, quel est selon vous le risque qu'une personne non autorisée y accède accidentellement ou délibérément au cours des 12 prochains mois?

Dans les esprits des adultes français, deux tiers (67%) d'entre eux s'attendent en effet à une fuite de données au cours des 12 prochains mois.



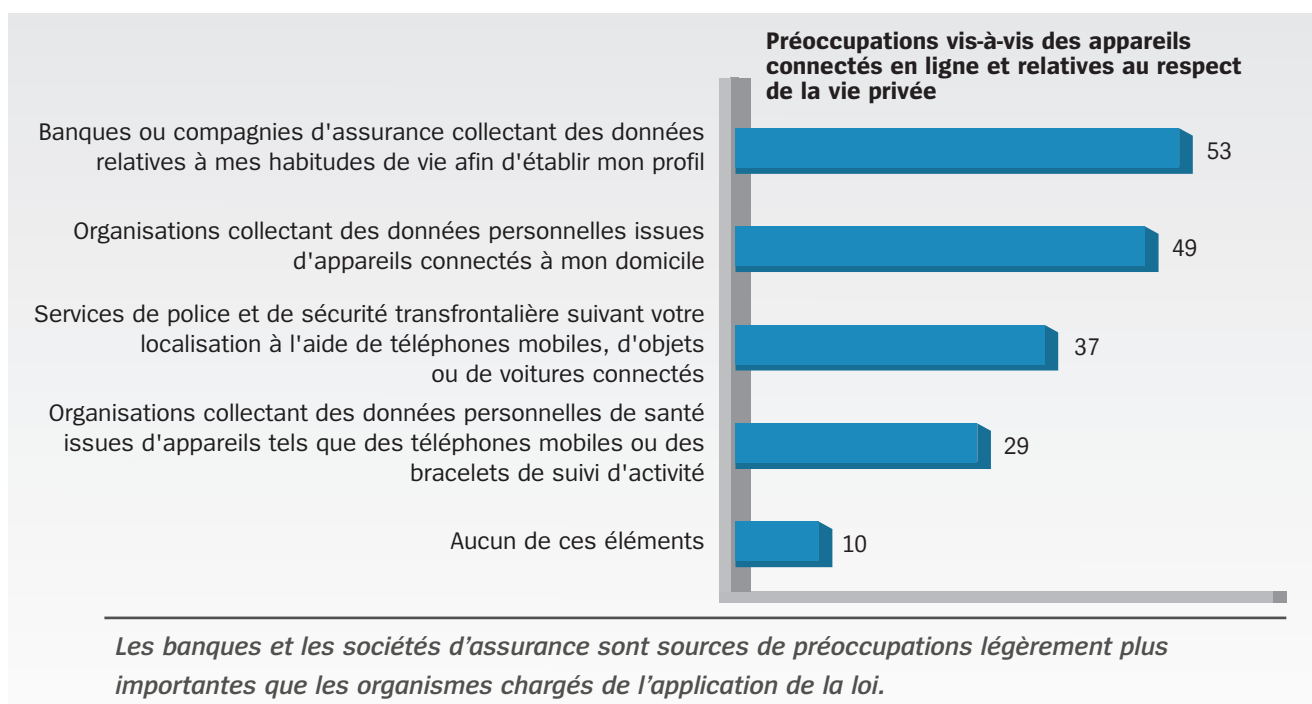
Différences démographiques par Industrie

Les réponses des consommateurs ont été classées par catégories démographiques : le sexe, l'âge et la classe sociale. Les catégories d'âge sont 18-34, 35-49, 50-64 et 65 ans et + Les classes sociales sont les classes A (la plus aisée), B, C et D (la plus basse)



Résultats détaillés : (2) Vos appareils électroniques sont connectés à internet et peuvent récupérer des informations vous concernant. Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent le plus?

Près de la totalité (90%) des personnes interrogées en France ont mentionné au moins une inquiétude relative à la protection de leur vie privée. Près de la moitié des individus sont préoccupés par la collecte de données personnelles et relatives à leurs habitudes de vie, tandis que les données de santé issues des smartphones ou des bracelets de suivi d'activité sont moins problématiques sur le plan du respect de la vie privée.



Différences démographiques par Industrie

Inquiétudes liées à la préservation de la vie privée pour :

Banques et assurances	L'inquiétude est clairement plus forte chez les adultes âgés de 35 à 49 ans et plus basse chez les séniors (43%)
Appareils connectés à la maison	Les séniors sont ceux qui sont le moins inquiets de la protection de leur vie privée (39%)
Localisation par les autorités	L'inquiétude est la plus forte chez les hommes que chez les femmes (respectivement 41% et 33%)
Données de santé sur les téléphones portables	Les séniors sont les moins inquiets à propos de la confidentialité des données de santé sur les téléphones mobiles (22%)

Point de vue d'Unisys en matière de sécurité

Les résultats de l'enquête suggèrent que les consommateurs sont évidemment préoccupés par le fait que leurs données personnelles soient entre les mains d'organisations. Leur confiance envers les sociétés de télécommunication, les administrations du secteur public et les banques est généralement faible, ces organisations n'étant pas parvenues à réinstaurer avec eux un climat de confiance. À l'heure où les consommateurs sont de plus en plus connectés via une variété de plateformes numériques, les mécanismes traditionnels de protection des données personnelles sensibles face aux attaques complexes s'avèrent insuffisants. Pour récupérer la confiance des consommateurs dans un tel contexte d'insécurité, les organisations doivent :

- **Adopter une approche de sécurité physique et logique**

Dans un contexte de convergence des dispositifs de sécurité physique et logique, les entreprises leaders du monde entier doivent chercher à résoudre les problématiques critiques au point de convergence. Cela permettra notamment l'intégration de capteurs, la consolidation des données, la mise en place d'un système de commande et de contrôle central ou décentralisé, l'utilisation d'informations d'identification, ainsi que la prise en charge de fonctionnalités d'analyse en temps réel et hors ligne. Un système de sécurité convergé permet d'assurer une supervision sans faille et complète sur l'ensemble du périmètre de l'entreprise, et jusqu'aux données.

- **Mettre en place des systèmes biométriques pour une meilleure identification**

Une stratégie de sécurité efficace se doit d'intégrer des méthodes d'authentification forte pour plus de sûreté. L'authentification peut être assurée à l'aide de systèmes biométriques tels que la reconnaissance faciale, la comparaison d'ADN, les empreintes digitales, la reconnaissance vocale ou la structure de réseau veineux de la main.

Tout comme les entreprises, les appareils mobiles proposent également des méthodes d'authentification avancées afin d'éviter les intrusions et le vol d'informations. Les organisations ont l'opportunité de se développer conformément aux préférences des consommateurs, tout en assurant des niveaux de protection des plus élevés.

- **Isoler et placer les données dans des compartiments afin de les protéger**

Protéger les informations sensibles des accès non autorisés est le principal objectif de toute stratégie de sécurité. Cela implique typiquement deux activités majeures : identifier le champ des tâches de protection des données ; et isoler les individus, processus et technologies interagissant avec les données sensibles. L'isolement des données est possible à l'aide de fonctions de contrôle des accès et de chiffrement. Les données sensibles sont ainsi uniquement disponibles aux systèmes et aux utilisateurs autorisés. En outre, la séparation des groupes d'utilisateurs permet également de réduire les menaces.

- **Mettre en place une stratégie globale de sécurité**

Entretenir des capacités supérieures de supervision, de visibilité ainsi que de création de rapports sur la sécurité, tout cela dans le cadre d'un dispositif de cybersécurité global, permet de protéger les données et réseaux des menaces venant aussi bien de l'intérieur que de l'extérieur. Une stratégie de sécurité complète doit regrouper des fonctions de prévision, de prévention, de détection et d'analyse rétrospective.

Pour plus de renseignements sur les offres de sécurité d'Unisys, visitez l'adresse :

www.unisys.com/security

Méthodologie de l'enquête

L'enquête Unisys Security Insights a été réalisée entre le 17 et le 19 avril 2015 au moyen de questionnaires individuels auto administrés. Le sondage a été mené comme suit :

- 1 011 questionnaires complétés par des français de 18 ans et plus.
- L'étude a été faite en français sur un panel de foyers représentatif de la population française.
- Les données de cette étude ont été pondérées pour assurer la projection des données à l'ensemble des français.

Les pourcentages sont basés sur des échantillons de 1 011 personnes. Des différences entre les catégories sont relevées si elles sont statistiquement significatives avec un niveau de confiance de 95%.

À propos de Lieberman Research Group

Lieberman Research Group est un cabinet d'études de marché de premier plan et reconnu à l'échelle nationale

au service des marchés B2B et grand public. La valeur de ce cabinet de recherches personnalisées fondé en 1966 atteint aujourd'hui 30 millions de dollars. Ses centres d'enquêtes à Manhattan et Brooklyn sont désormais en mesure de réaliser des entretiens dans plus de 20 langues.

Lieberman Research est l'unique représentant des États-Unis au sein de la Global Research Alliance, un consortium international de cabinets d'études de marché indépendants issus de plus de 20 pays. Cette alliance met à disposition des centres d'enquêtes dans le monde entier, et fournit des connaissances locales et des renseignements essentiels pour mener à bien des enquêtes internationales.

Dans le cadre de ses activités aux États-Unis et dans le monde, Lieberman Research fournit des services de recherche personnalisée et d'analyse d'informations à ses clients sur une large gamme de thèmes, parmi lesquels la satisfaction des clients et des employés, la fidélisation, le marketing multiculturel et ethnique, le développement de nouveaux produits, les politiques publiques, la publicité, les relations publiques, etc.

Lieberman Research Group est fier d'être membre du Conseil des organismes de recherche par sondage américain (CASRO). Faisant partie des 150 sociétés membres du CASRO aux États-Unis, nous en respectons le Code de conduite des recherches par sondage.

Ce code a été élaboré afin d'encourager le respect des niveaux de déontologie les plus élevés en matière d'enquêtes. Il protège nos clients et garantit un contexte de respect et de coopération de la part du grand public (notre source d'informations dans la plupart de nos enquêtes) dans le cadre de nos sondages d'opinion.

Bien que les sociétés non membres puissent observer les mêmes standards élevés que celles du CASRO, l'appartenance à cette organisation est une preuve que notre entreprise prend très au sérieux le respect des normes éthiques les plus strictes dans le cadre de ses activités.



www.casro.org

À propos d'Unisys

Unisys est une société internationale de technologie de l'information qui résout les problèmes informatiques et défis commerciaux les plus critiques. Avec plus de 20 000 employés au service des clients dans le monde, notre offre inclut des services de Cloud et d'infrastructure, des services d'applications, des services d'externalisation de processus opérationnels et une technologie de serveur haut de gamme.

Nous fournissons des solutions pour 10 des 15 premières banques au monde, 15 des 25 premières compagnies aériennes dans le monde, et plus de 200 compagnies aériennes dans le monde. 10 millions d'incidents chez nos clients sont gérés et ce dans 26 langues différentes chaque année et 130 millions de transactions de service à la personne et service de santé sont traités chaque année par les systèmes Unisys. Nos procédés sont complètement conformes à l'ITIL v3 et certifiés Global ISO 20000, 27001 et 9001. Unisys détient plus de 1 500 brevets américains et non-américains.

Les gouvernements et les entreprises commerciales dans le monde entier font confiance à Unisys pour fournir une sécurité avancée pour contrer les menaces complexes. Comme les menaces de sécurité physique et logique convergent, les entreprises les plus importantes au monde recherchent un partenaire qui peut leur apporter de nouvelles manières de résoudre les défis essentiels au moment où elle converge. Notre gamme de service professionnels, de produits et de services gérés récompensés et à l'épreuve du temps fournissent une sécurité essentielle, aide les clients à diminuer les risques en réduisant la complexité, les coûts et les guidant pour respecter les exigences de conformité.

Pour plus de renseignements, visitez www.unisys.com

© 2015 Unisys Corporation. Tous droits réservés.

Unisys, les produits et services Unisys mentionnés dans ce document ainsi que leurs logos respectifs sont des marques ou des marques déposées d'Unisys Corporation. Toutes les autres marques citées dans le présent document appartiennent à leur propriétaire respectif.