



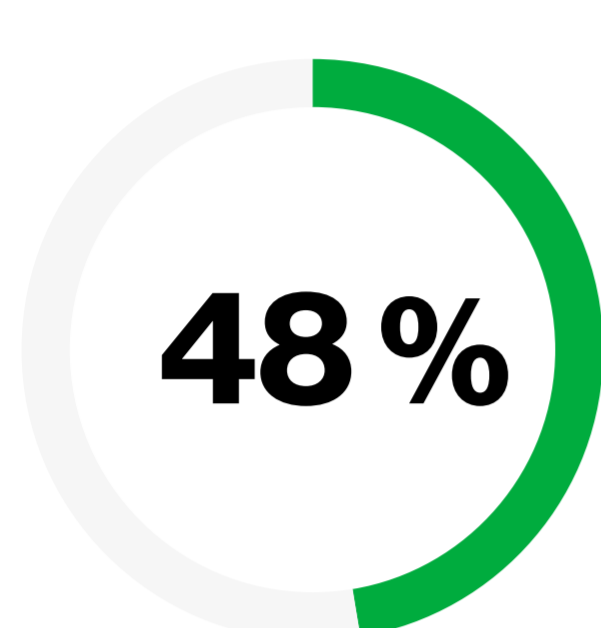
# Question de confiance

Rassurez les consommateurs sur les nouvelles technologies et le partage de leurs données

**À l'heure où la pandémie mondiale a accéléré la numérisation de l'économie, les consommateurs ont tendance à partager leurs données personnelles plus que jamais avec les marques.**

Qu'en pensent les consommateurs ?

Pour connaître leur ressenti sur leurs interactions digitales avec les marques et le partage de leurs données, nous avons interrogé 6 000 d'entre eux dans 15 pays.

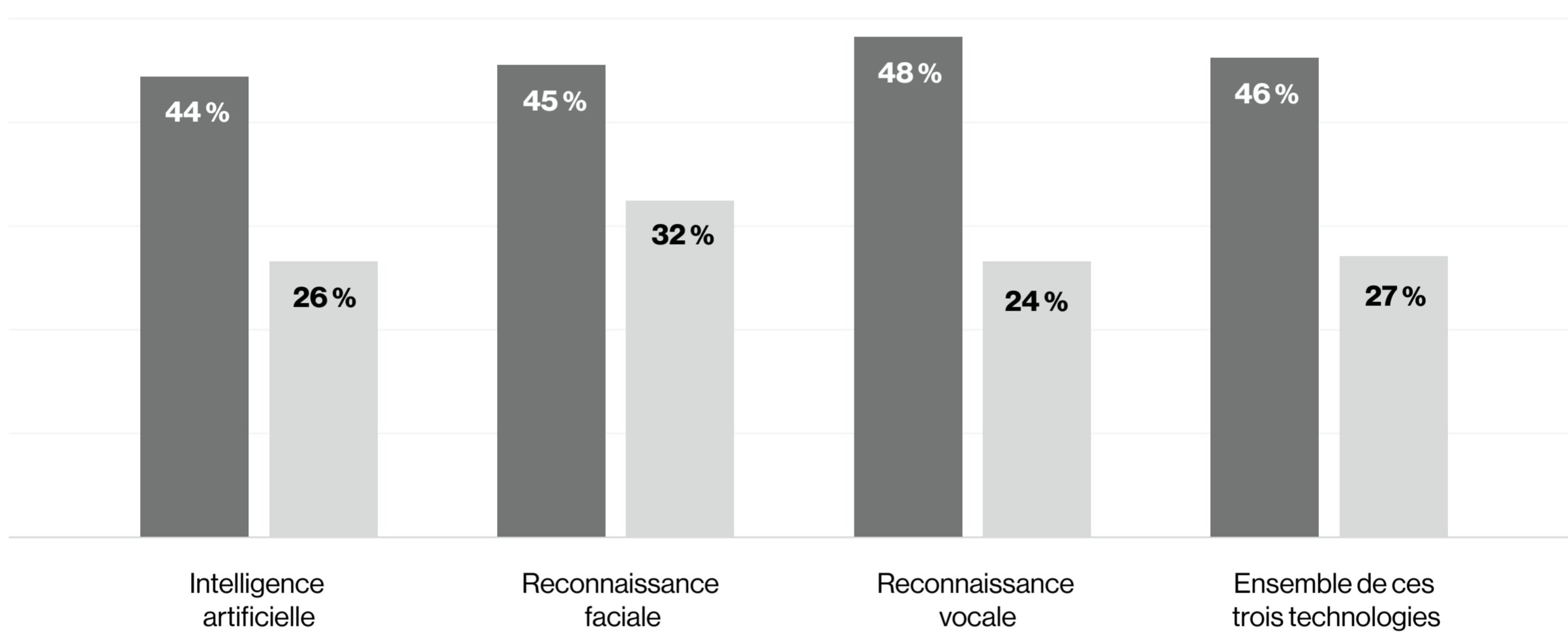


**Comment les consommateurs perçoivent-ils le partage de leurs données personnelles avec les marques ?**

Tous pays confondus, 48 % des sondés se disent relativement, voire parfaitement à l'aise avec cette idée.

**Comment les consommateurs perçoivent-ils l'utilisation de l'intelligence artificielle et des technologies de reconnaissance faciale et vocale ?**

■ À l'aise ■ Mal à l'aise



**Que pensent les consommateurs de la personnalisation des publicités et des offres produits qu'ils reçoivent ?**

**42 %**

la voient d'un bon œil.

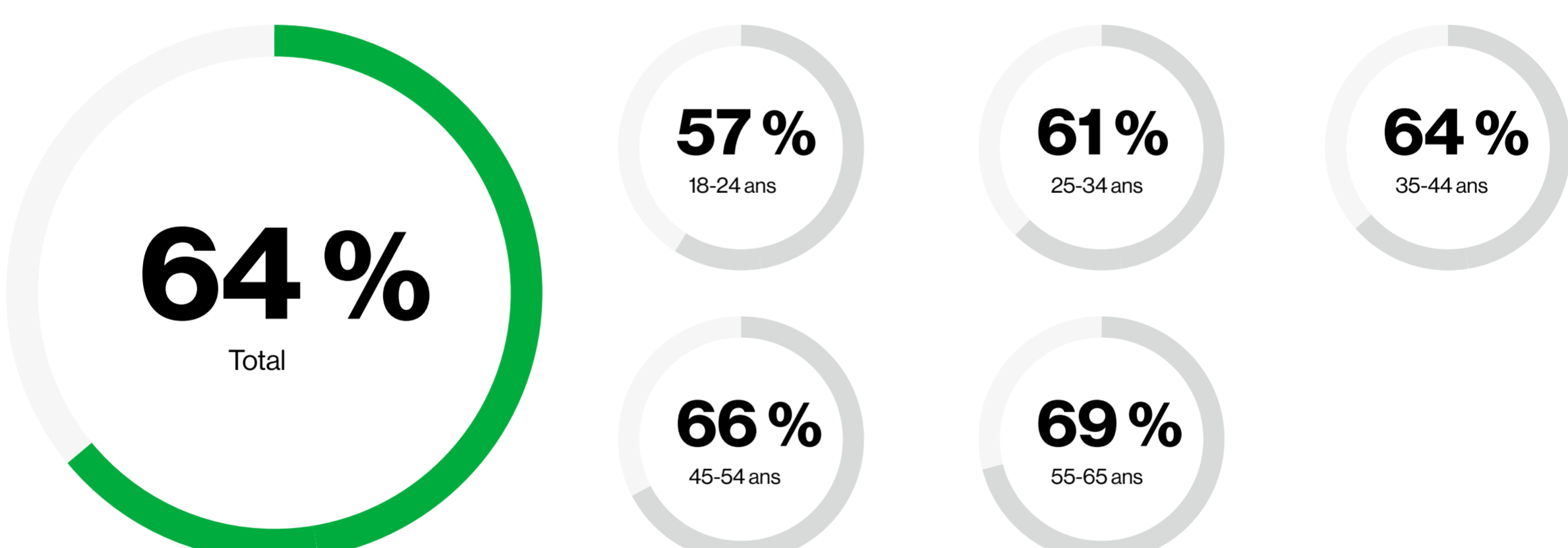
**27 %**

la voient d'un mauvais œil.

**31 %**

sont sans opinion.

**Que pensent les consommateurs de l'utilisation de données de sources externes ?**



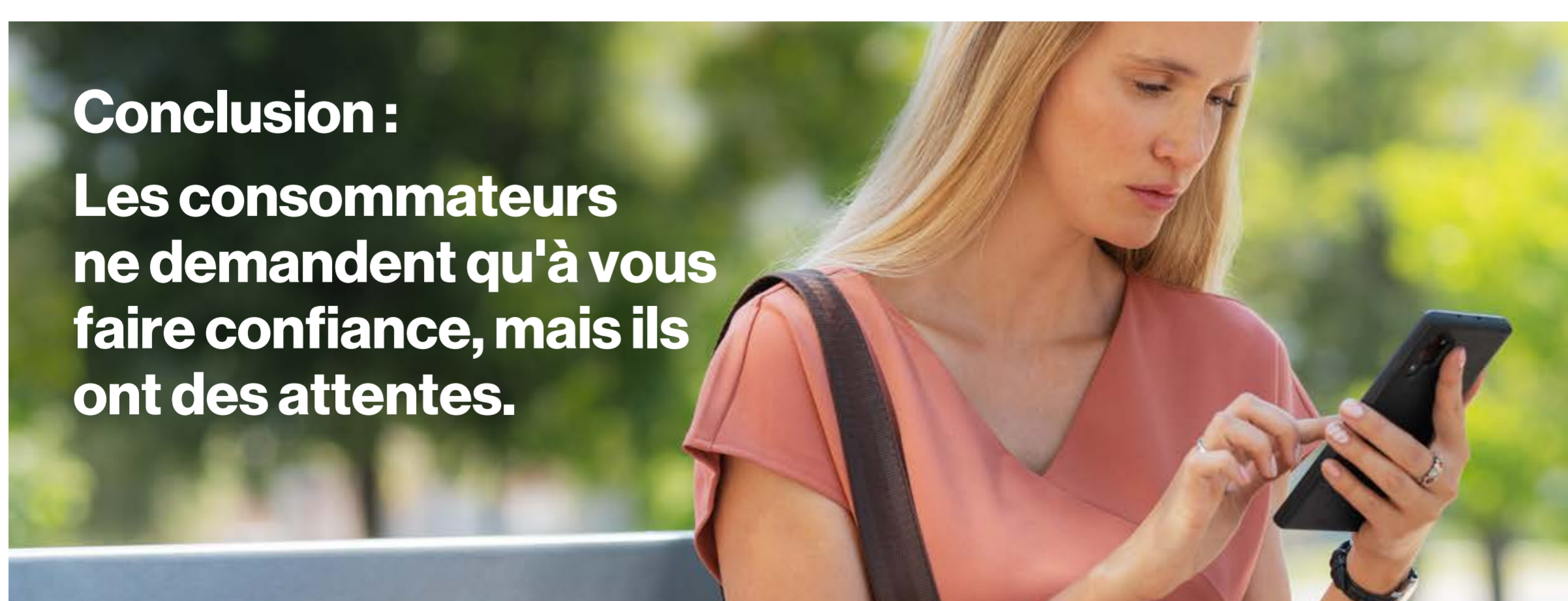
**Part des sondés qui se déclarent assez d'accord ou totalement d'accord avec l'affirmation suivante :**

« Je ne veux pas que les entreprises avec lesquelles je suis en contact obtiennent des données me concernant à partir d'autres sources (externes). »

**Que pensent les consommateurs des marques qui sont victimes d'une compromission ou font un mauvais usage de leurs données ?**

Pour regagner leur confiance après des événements de ce type, les marques doivent :

- S'engager à ne plus partager leurs données avec des tiers à l'avenir
- Reconnaître les éventuelles compromissions de données
- S'expliquer sur les mesures prises pour améliorer leurs pratiques de gestion et protection des données.



**Les quatre grands points à retenir :**

1. Si vous utilisez des données de sources externes, faites preuve de transparence.
2. Laissez aux consommateurs le choix des modes d'interaction.
3. Donnez aux consommateurs le contrôle sur leurs données.
4. En cas de compromission, réagissez vite et en toute honnêteté.

