



# JOURNEE FUTUR & RUPTURES

15 FEVRIER 2018

#FuturetRuptures

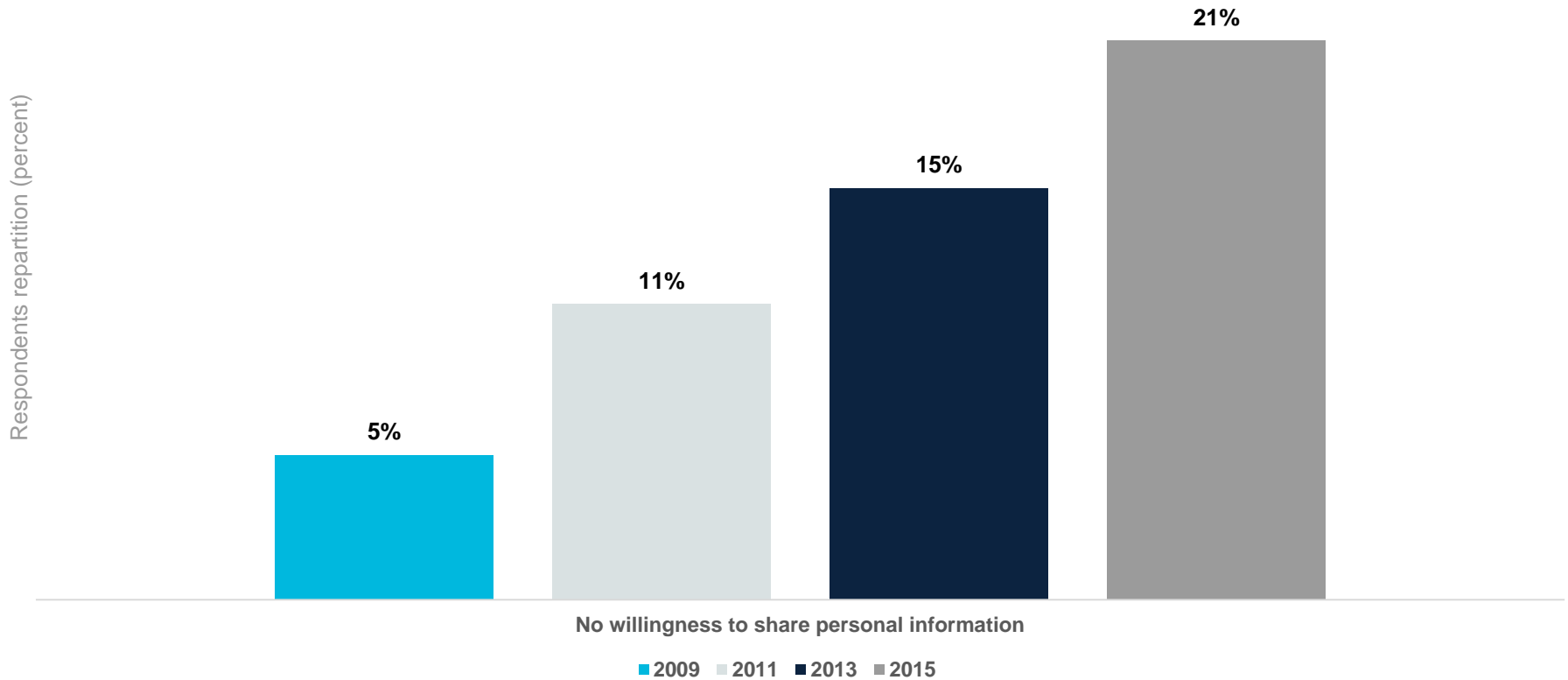


# THREE ESSAYS ON THE ECONOMICS OF PRIVACY AND FINANCIAL INFORMATION

# INTRODUCTION



## PERTE DE CONFIANCE DES INTERNAUTES



Source : Baromètre « La confiance des Français dans le numérique » - 2009 à 2015

## Craintes

## La protection des données personnelles principale crainte des Français



80%

sont gênés par l'utilisation commerciale  
des données personnelles **via les  
réseaux sociaux** (utilisateurs)



67%

n'ont pas confiance dans les réseaux  
sociaux **pour garantir la protection  
des données personnelles** (utilisateurs)



77%

estiment qu'il est risqué d'enregistrer  
ses **coordonnées bancaires en ligne**



65%

n'ont pas confiance dans les  
applications agrégant **les données de  
comptes bancaires**



70%

sont soucieux des données  
personnelles collectées  
**par leur moteur de recherche**



62%

sont gênés par le stockage des  
données collectés sur Internet **des  
objets connectés** (équipés)

Source : Baromètre « La confiance des Français dans le numérique » - 6<sup>ème</sup> vague (2017) - Harris Interactive

## LES INTERNAUTES SE PROTEGENT DE PLUS EN PLUS



**Utilisent une fausse identité ou un pseudonyme sur Internet**  
vs. 61% pour l'ensemble

65%



**Règlent les paramètres de leur compte sur les moteurs de recherche ou réseaux sociaux pour limiter les informations collectées**  
vs. 60% pour l'ensemble

65%



**Utilisent un bloqueur de publicité**  
vs. 55% pour l'ensemble

60%



**Règlent les paramètres de leur compte sur les sites d'achat en ligne pour limiter les informations collectées**  
vs. 53% pour l'ensemble

57%



**Ont déjà renoncé à l'achat ou a changé de moyen de paiement pour ne pas laisser de traces**  
vs. 35% pour l'ensemble

40%

Source : Etude Chaire CVPIP - Médiamétrie « Données personnelles et confiance :  
quelles stratégies pour les citoyens-consommateurs en 2017 ? »

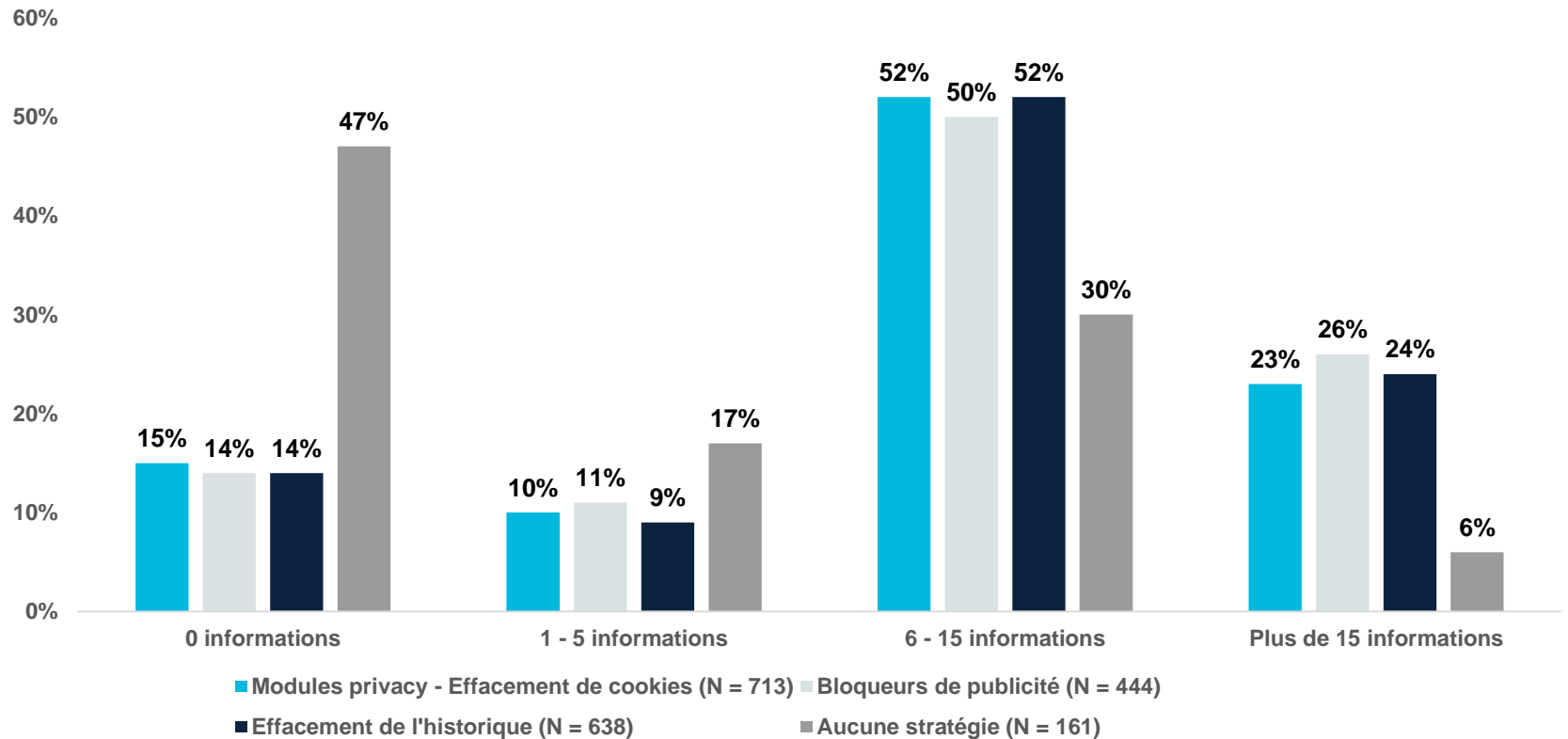
# QUELLES SONT LES CONSEQUENCES ECONOMIQUES DE CETTE PROTECTION ?



# CHAPITRE 1

## PRIVACY-ENHANCING TECHNOLOGIES (PETS) ET VOLONTE DE PARTAGE

■ Quel est l'attitude des Internautes qui se protègent vis-à-vis de l'utilisation de leurs données personnelles ?



- Résultats économétriques : la protection des données personnelles a un effet positif sur le partage d'informations
- La protection des données personnelles représente donc une opportunité économique
- Importance du rôle de la régulation

## CHAPITRE 2

# *FINANCIAL PRIVACY, MOYENS DE PAIEMENT ET COMMERCE EN LIGNE*

- *Financial privacy* : *privacy* concernant les données financières (paiements, achats, crédits, etc.)
- Certains consommateurs pourraient refuser d'acheter en ligne afin d'éviter la divulgation de telles informations
- Il existe toutefois de plus en plus de moyens de paiement non-bancaires : PayPal, Bitcoin, etc.
- Quelles conséquences sur le commerce en ligne ?

- Premier résultat : les consommateurs sensibles à la *financial privacy* utilisent plus de moyens de paiement non-bancaires
- Second résultat : cette adoption a un impact positif sur le commerce en ligne

# CHAPITRE 3

## *FINANCIAL PRIVACY, MOYENS DE PAIEMENT ET ACCES AU CREDIT*

- L'analyse de risque est au cœur de l'activité bancaire, en particulier l'attribution de crédits
- Les banques utilisent de plus en plus les données de consommation
- L'émergence de moyens de paiement non-bancaires menace donc l'activité des banques
- En particulier dans le contexte d'une hausse de la *financial privacy*



- Résultat théorique : il peut être profitable pour les banques de proposer des moyens de paiement plus respectueux de la *financial privacy*