

Paris, le 5 octobre 2022

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Étude : les Français face à la cybersécurité¹ Perceptions et comportements

A l'occasion du Cybermoi/s, le mois européen de la cybersécurité, la Fédération bancaire française (FBF) dévoile les résultats de son étude inédite menée avec Harris Interactive sur les perceptions et les comportements des Français en matière de cybersécurité. Les résultats montrent que les Français ont globalement conscience des risques puisque 89% jugent leurs données bancaires sensibles. 51% ont d'ailleurs déjà été confrontés à une tentative d'arnaque aux données bancaires. Pour renforcer la vigilance des Français face à ces risques, la FBF lance en octobre une campagne de sensibilisation avec un spot de prévention « Sur Internet, votre sécurité commence par votre vigilance ».

Les données bancaires reconnues sensibles par les Français

89% des Français estiment que leurs données bancaires sont des données sensibles. Un sentiment qui croît avec l'âge. En effet, si 73% des 18-24 ans jugent ces données sensibles, ce chiffre atteint 95% pour les plus de 65 ans.

L'étude montre par ailleurs que les Français sont prudents en ce qui concerne le partage de leurs données personnelles, particulièrement à distance. Ainsi, 65% se disent réticents à communiquer tout ou une partie de leurs données personnelles en physique et 88% à distance (sur Internet, par e-mail, téléphone ou sms).

De même, les Français se déclarent très majoritairement inquiets face aux cyber-risques : 88% craignent l'usurpation d'identité à partir du piratage de leurs données personnelles, 86% les attaques de leurs données bancaires et 83% se disent inquiets face aux arnaques possibles sur Internet et sur les réseaux sociaux.

Les comportements des Français face aux tentatives d'arnaques

Lorsque les Français reçoivent des messages suspects (par e-mail, Internet ou sms) proposant une offre attractive, un remboursement ou une alerte sur un mouvement bancaire, leurs comportements diffèrent. 1 Français sur 2 n'ouvre pas le message, mais 49% le consultent ou le transmettent. Les jeunes prennent davantage de risques puisque 73% des 18-24 ans consultent ou transmettent ces messages. Au contraire, seuls 28% des 65 ans et plus le font.

De façon générale, les Français apparaissent plutôt prudents face aux tentatives d'arnaques :

- 78% ne donnent pas suite aux e-mails proposant un investissement rentable et sans risque,
- 66% ne donnent pas suite aux e-mails ou sms de leur banque les invitant à cliquer sur un lien,
- 63% ne cliquent pas sur des publicités douteuses sur les réseaux sociaux.

¹ Étude réalisée en ligne par Harris Interactive du 14 au 15 septembre 2022 pour la Fédération bancaire française, auprès de 1 014 personnes représentatifs des Français âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

Par ailleurs, lorsqu'ils reçoivent une sollicitation de leur banque qu'ils jugent douteuses, 67% contactent directement leur banquier.

L'étude montre également que les tentatives frauduleuses sont fréquentes : 51% des Français déclarent avoir déjà été confrontés à une tentative d'arnaque aux données bancaires (parmi eux, 44% ont su détecter la fraude et l'éviter, 7% ont été arnaqués). Les jeunes sont les plus exposés puisque 65% des 18-25 ans disent y avoir été confrontés.

Les Français et les mesures de cyberprotection

Face aux dangers d'Internet, la plupart des Français mettent en place des mesures de protection, mais pas systématiquement. Ainsi, 76% vérifient que les sites qu'ils utilisent sont sécurisés (cadenas, adresse URL...), 74% consultent les messages de sécurité envoyés par leur banque et 74% se renseignent sur un site avant d'acheter, mais 41% ne consultent pas ou rarement les conditions et garanties lors de leurs achats en ligne.

De même, 84% des Français ayant accès à leur compte bancaire en ligne disent avoir un mot de passe exclusif et spécifique et 61% déclarent le changer régulièrement. Pour autant, 27% reconnaissent enregistrer leurs données bancaires sur les sites de vente en ligne. Enfin, 48% des Français mémorisent le mot de passe d'accès à leur compte bancaire, mais 51% le notent ou l'enregistrent sur un support.

Une campagne de sensibilisation auprès des Français

Pour Maya Atig, Directrice générale de la FBF : « *Les résultats de cette étude montrent que la pédagogie reste indispensable pour une meilleure protection cyber. Les tentatives malveillantes sont variées et nombreuses. Les détecter et prévenir, c'est se prémunir contre la fraude. Les banques mettent en place un grand nombre de mesures pour protéger les fonds et les données de leurs clients, c'est une priorité pour elles. Pour une efficacité totale, il est essentiel que les clients redoublent de vigilance, notamment avec leurs données sur Internet, comme dans leur vie de tous les jours. Nous sommes tous acteurs de notre propre sécurité, notamment numérique : c'est pourquoi nous nous joignons à la campagne du Cybermoi/s pour promouvoir des gestes simples.* »

La Fédération bancaire française est partenaire de l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) et participe à l'opération nationale de sensibilisation à la sécurité du numérique. Durant le mois d'octobre, la FBF mène ainsi une campagne de sensibilisation avec un spot dédié diffusé en TV et sur Internet. Plus d'informations : <https://www.lesclesdelabanque.com/>.

Contacts service de presse

Agence Entre nous soit dit

Claire MATHURIN : 01 40 29 15 54 – cmathurin@entrenoussoitdit.fr

Florine LIETIN : 06 95 59 21 62 – flietin@entrenoussoitdit.fr

Fédération bancaire française

Benoît DANTON : 01 48 00 50 70 – bdanton@fbf.fr

Jenny SENSIAU : 01 48 00 50 52 – jsensiau@fbf.fr

FBFservicepresse@fbf.fr

Suivez-nous sur Twitter



[@FBFFrance](https://twitter.com/FBFFrance)

[@clesdelabanque](https://twitter.com/clesdelabanque)