



Notoriété et attentes vis-à-vis des algorithmes

Sondage Ifop pour la CNIL

Janvier 2017

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour la CNIL

Echantillon



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1001** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Méthodologie



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil



Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) du 9 au 11 Janvier 2017.

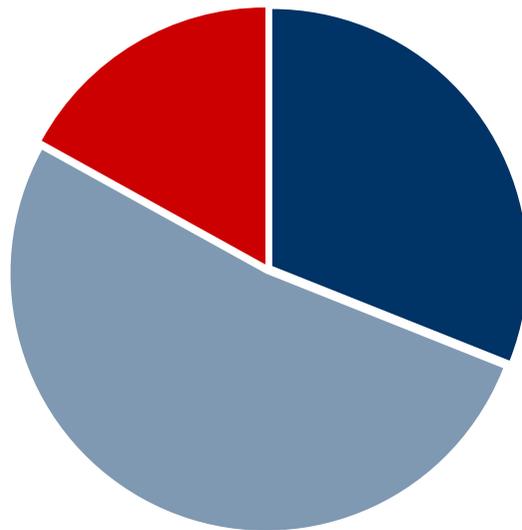
2 | Les résultats de l'étude

QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler des algorithmes ?

Non
17%

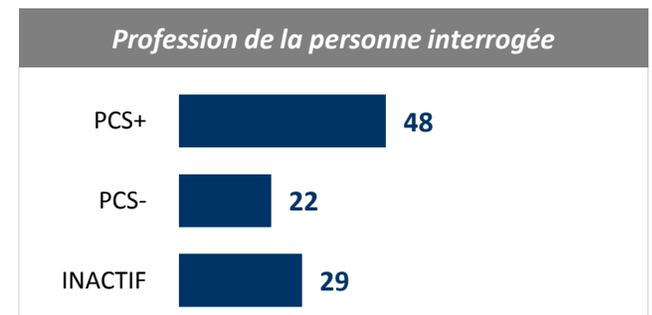
TOTAL Oui
83%

Oui, et vous voyez précisément de quoi il s'agit
31%



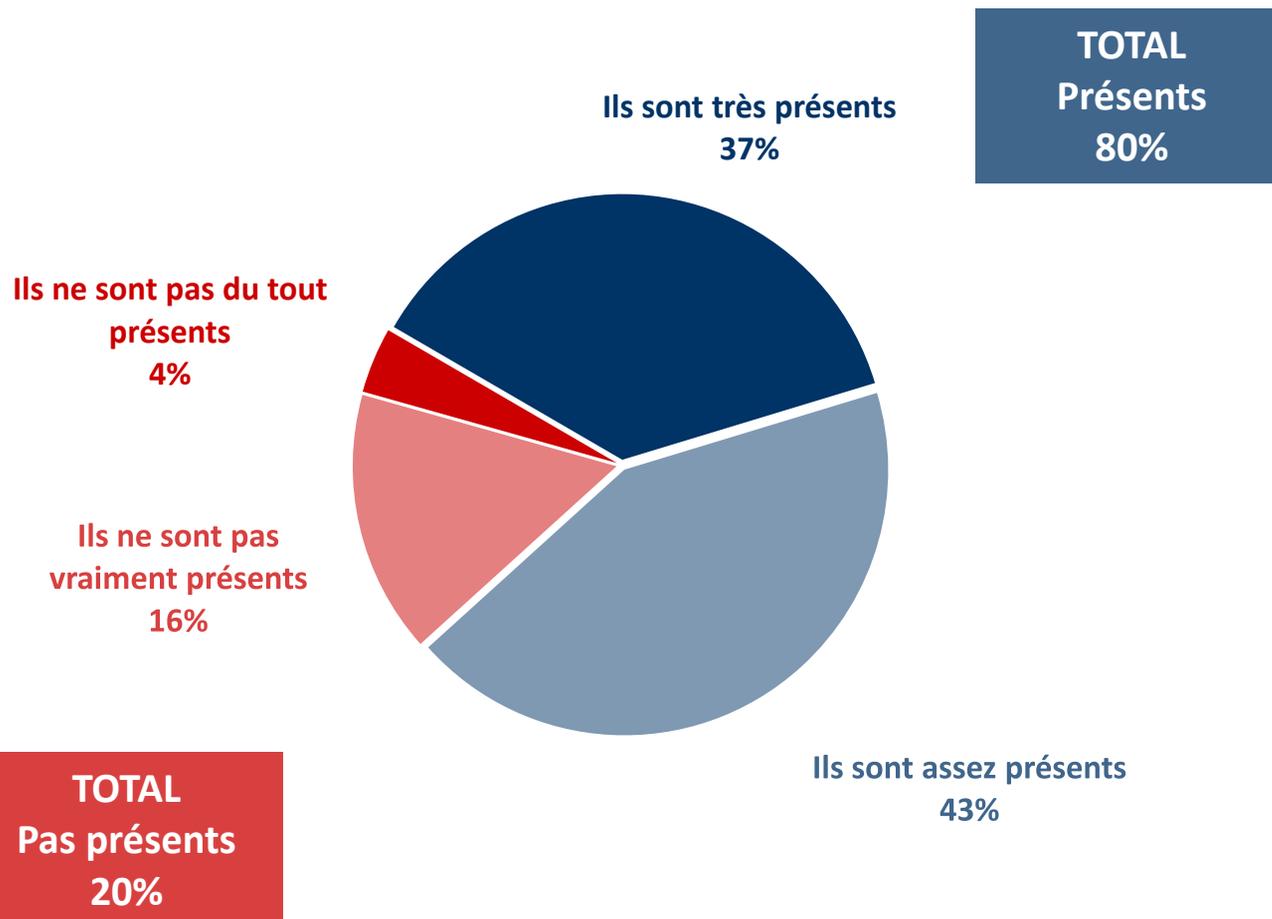
Oui, mais vous ne voyez pas précisément de quoi il s'agit
52%

Focus « Oui, et vous voyez précisément de quoi il s'agit »



Mise à niveau : Un algorithme est une formule mathématique rassemblant des instructions en vue de l'exécution de tâches. Les algorithmes sont employés pour établir des modèles statistiques à partir d'une quantité importante de données et les appliquer en temps réel à des cas concrets. Ils élaborent des prévisions sur des comportements ou des préférences permettant de devancer les besoins des consommateurs, d'orienter une personne vers le choix jugé le plus approprié pour elle... Les algorithmes peuvent par exemple être utilisés pour proposer des restaurants sur un moteur de recherche ou pour attribuer une place à l'université.

QUESTION : Selon vous, les algorithmes sont-ils actuellement présents ou pas présents dans la vie de tous les jours ?

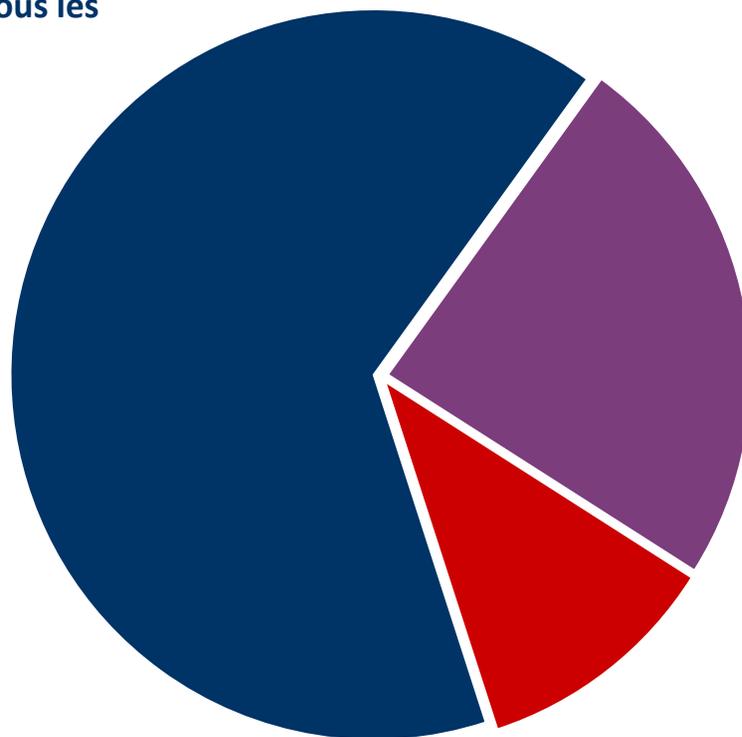


Profession de la personne interrogée	
PCS+	89
PCS-	74
INACTIF	76

QUESTION : Et, dans les années qui viennent, estimez-vous que les algorithmes auront plus d'influence ou moins d'influence qu'à présent dans la vie de tous les jours ?

Ils auront plus d'influence qu'à présent dans la vie de tous les jours
65%

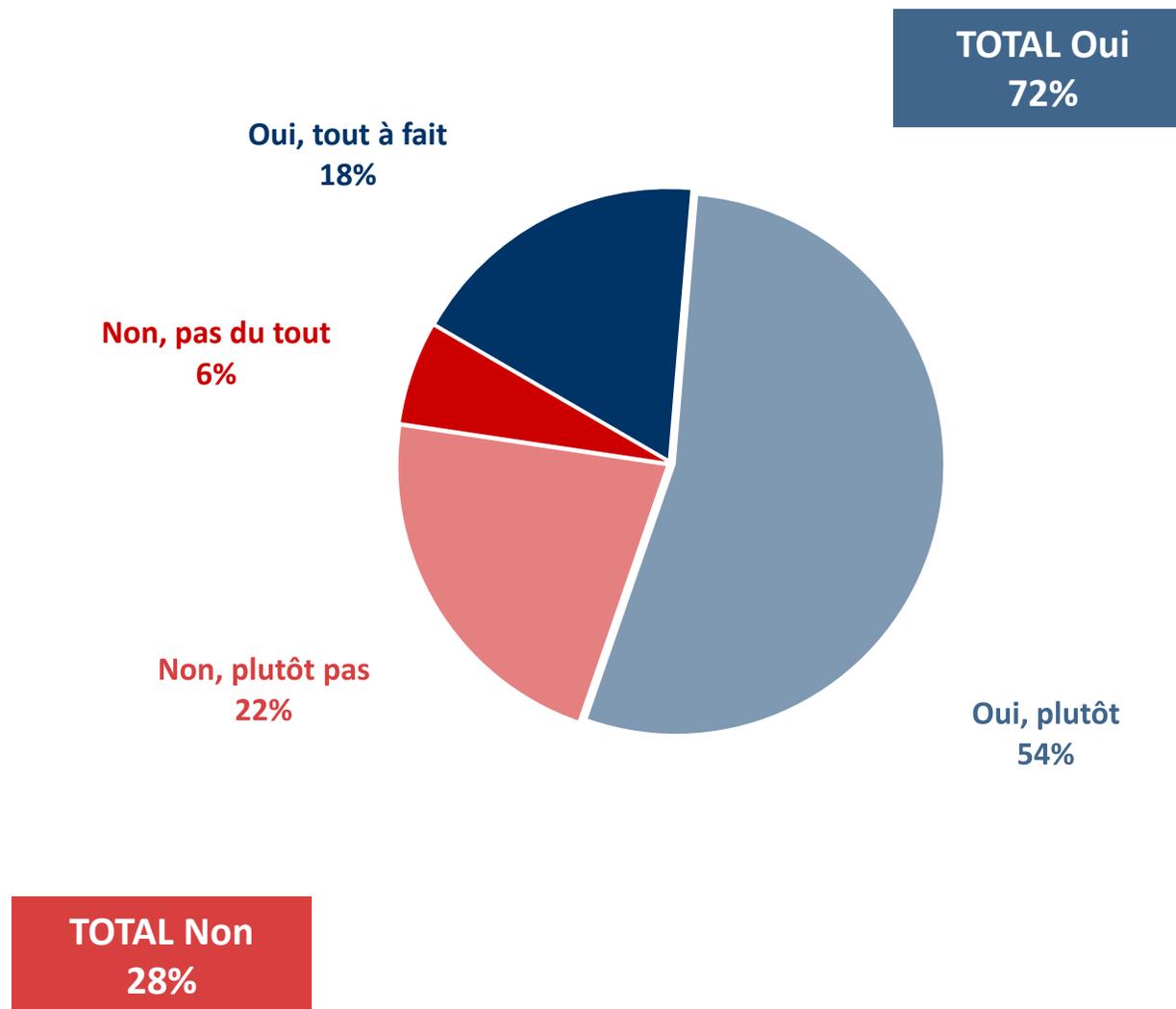
▲ CSP + individus : 73%



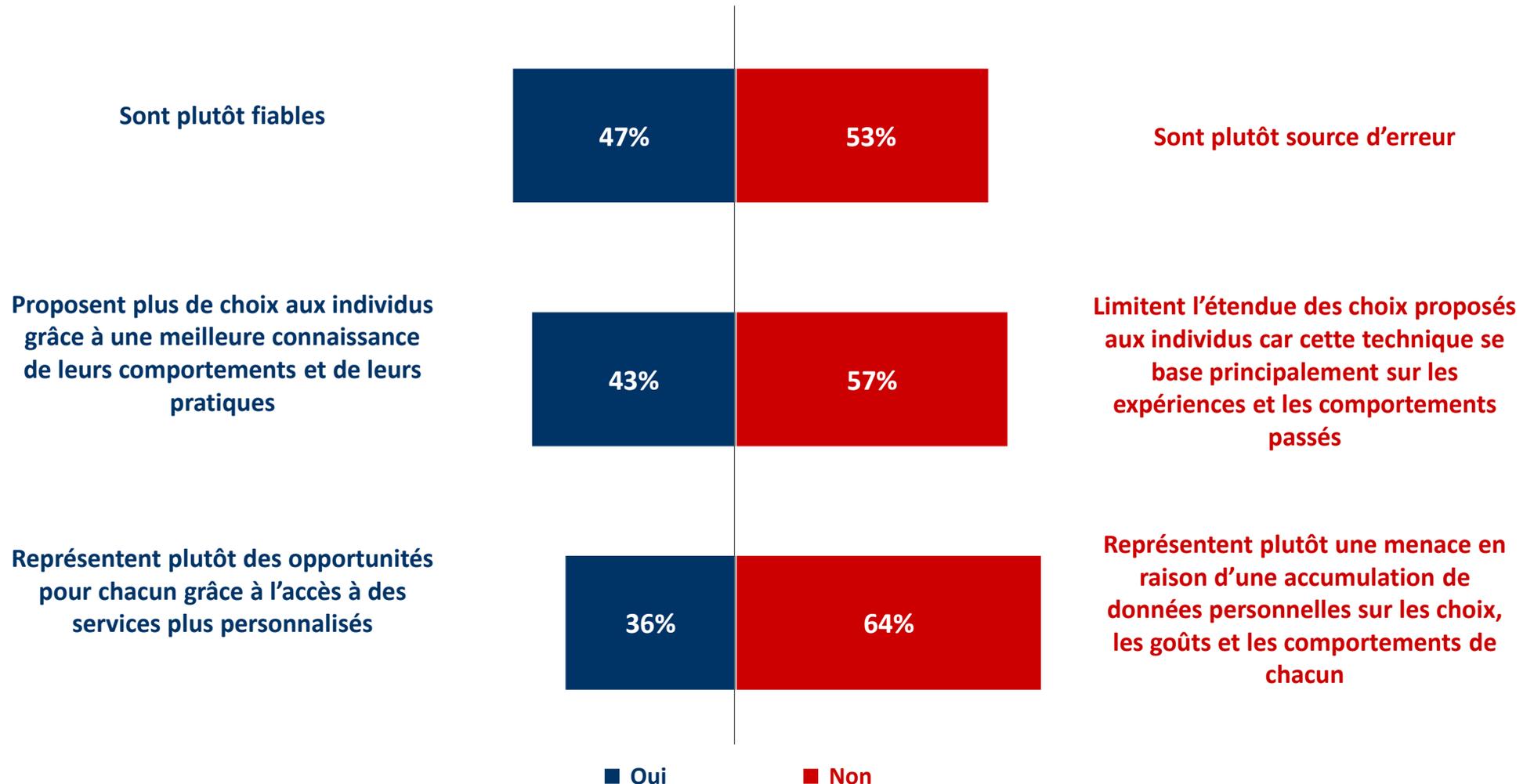
Ils auront autant d'influence qu'à présent dans la vie de tous les jours
24%

Ils auront moins d'influence qu'à présent dans la vie de tous les jours
11%

QUESTION : Selon vous, les algorithmes sont-ils un enjeu de société ?



QUESTION : Selon vous, les algorithmes, aujourd'hui... ?



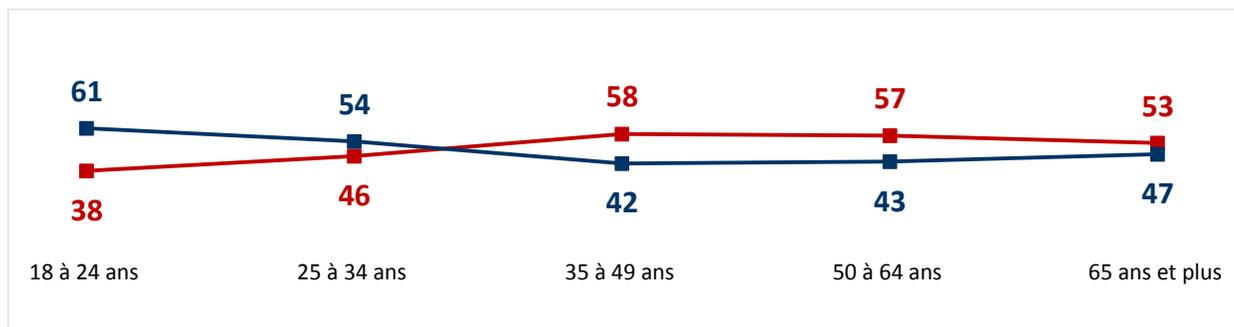


L'opinion détaillée sur les algorithmes selon l'âge de la personne interrogée

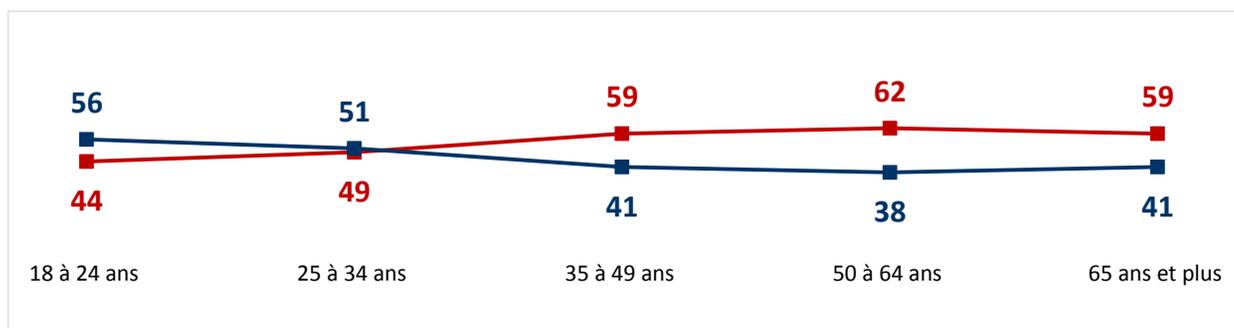
QUESTION : Selon vous, les algorithmes, aujourd'hui... ?

Sont plutôt source d'erreur

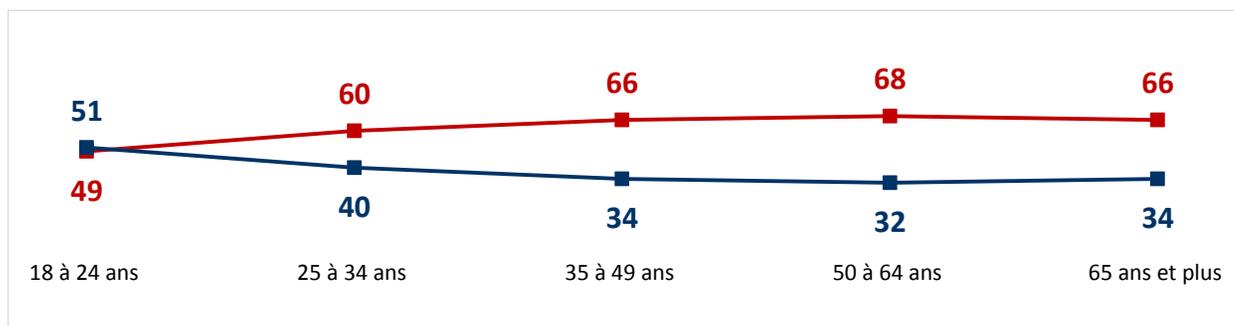
Sont plutôt fiables



Limitent l'étendue des choix proposés aux individus car cette technique se base principalement sur les expériences et les comportements passés
Proposent plus de choix aux individus grâce à une meilleure connaissance de leurs comportements et de leurs pratiques



Représentent plutôt une menace en raison d'une accumulation de données personnelles sur les choix, les goûts et les comportements de chacun
Représentent plutôt des opportunités pour chacun grâce à l'accès à des services plus personnalisés



3 | Les principaux enseignements



Une présence à l'esprit des algorithmes élevée mais confuse

83% des Français ont déjà entendu parler des algorithmes. Mais leur niveau de connaissance est imprécis. 52% (soit 63% des connaisseurs) ne voient pas précisément de quoi il s'agit contre 31% (37% des connaisseurs) qui en ont une idée précise. Dans le cadre d'un nouveau concept, deux cibles « leaders d'opinion » sont intéressantes à observer : les CSP+, mieux informés et les jeunes, plus réceptifs à la nouveauté, notamment en ce qui concerne le numérique. En termes de niveau de connaissance, ce constat se vérifie ici sur les CSP+. Près de la moitié (48%) ont une idée précise des algorithmes. Les niveaux de connaissance sont en revanche homogènes selon les âges. Plus spécifique à ce sujet, 40% des hommes en ont une idée précise contre 22% des femmes.

Une présence déjà jugée massive dans la vie de tous les jours et en plus appelée à se renforcer

Après remise à niveau, c'est-à-dire rappel à tous de la définition précise des algorithmes, 80% des Français affirment qu'ils sont actuellement présents dans la vie de tous les jours. Plus impressionnant est l'intensité perçue de leur présence, 37% estimant qu'ils sont « très présents » alors que symétriquement, seuls 4% estiment qu'ils ne sont « pas du tout présents ». Là encore, les CSP+ mettent plus en avant cette forte présence (49% vs 37% au global).

De surcroît, les 2/3 (65%) des Français considèrent que les algorithmes auront plus d'influence dans les années qui viennent. Seuls 24% estiment qu'ils auront autant d'influence et 11% moins. En termes d'impact générationnel, ce sont ici surtout les personnes âgées, un peu moins concernées par l'influence actuelle des algorithmes, qui estiment que ce phénomène est amené à prendre de l'ampleur (73% des 65 ans et plus). De leur côté, les CSP+, malgré des perceptions déjà élevées de leur influence actuelle, estiment que la dynamique va encore s'accroître (73% partagent cet avis).

Un enjeu de société prééminent

L'importance actuelle des algorithmes dans la vie de tous les jours ne signifie pas pour autant qu'ils représentent un enjeu de société c'est-à-dire qu'ils s'imposent comme un sujet susceptible d'attirer l'attention de l'opinion publique. Or, 72% des Français estiment qu'ils représentent un enjeu de société. Le constat est cette fois-ci partagé de façon relativement homogène que les personnes perçoivent beaucoup ou peu leur rôle actuel. Les cadres et professions intellectuelles supérieures sont toutefois un peu plus convaincus (78%).

Le débat scientifique clive les Français

Une courte majorité (53%) estime que les algorithmes sont plutôt sources d'erreur contre 47% qui pensent qu'ils sont plutôt fiables. La population étant partagée, des écarts de perception émergent d'autant plus facilement selon les cibles. Certaines populations considèrent en effet majoritairement que les algorithmes sont plutôt fiables et notamment :

- Les hommes (51%) vs 44% des femmes ;
- Les moins de 35 ans (57% dont 61% des 18-24 ans) vs 47% des 65 ans et plus ;
- Les cadres et professions intellectuelles supérieures (56%).

Par ailleurs, la confiance à l'égard des algorithmes s'élève à mesure que son niveau de connaissance progresse. 60% des personnes déclarant bien connaître les algorithmes considèrent qu'ils sont plutôt fiables. **Un effort de pédagogie pour expliciter davantage le rôle des algorithmes peut donc contribuer à renforcer la confiance qui leur est accordée .**

Vu sous un angle marketing, le débat est un peu moins clivant.

57% des Français pensent en effet que les algorithmes limitent l'étendue des choix proposés aux individus car cette technique se base principalement sur les expériences et les comportements passés. 43% considèrent à l'inverse qu'ils proposent plus de choix grâce à une meilleure connaissance des comportements et des pratiques. Un phénomène générationnel se dessine ici, les plus jeunes renversant cette tendance. 53% des moins de 35 ans et 56% des 18-24 ans mettent en effet en avant le fait que les algorithmes proposent plus de choix contre 41% des 65 et plus.

C'est sous l'angle de la perception politique et citoyenne des algorithmes que l'opinion est la plus tranchée.

2/3 des Français (64%) considèrent que les algorithmes représentent plutôt une menace en raison d'une accumulation de données personnelles sur les choix, les goûts et les comportements de chacun contre 36% qui estiment qu'ils représentent plutôt des opportunités pour chacun grâce à l'accès à des services plus personnalisés. Là encore, les moins de 35 ans ont un jugement plus nuancé, 44% d'entre eux soulignant que les algorithmes représentent une opportunité. Les 18-24 inversent même une tendance nettement affirmée par la population dans son ensemble (51% estiment que les algorithmes représentent une opportunité contre seulement 34% des 65 ans et plus).

- **En matière d'information**, les CSP + connaissent plus précisément les algorithmes et perçoivent plus nettement leur importance.
- **En matière de réceptivité**, les « moins de 35 ans », dont une bonne partie peut-être considérée comme des « Digital Native » sont plus convaincus des opportunités, de la fiabilité et de l'étendue de choix que les algorithmes proposent