

Mobilière #Baromètre Numérique 2022

La voix de la
population suisse

Initié et
mis en œuvre par

FONDATION
RISIKO_DIALOG
CONCEVOIR NOTRE AVENIR. ENSEMBLE.

Contenu

1_Introduction

Page 8

2_Numérisation en Suisse

Page 10

3_Besoin de Participation

Page 16

4_L'avenir du travail

Page 22

5_Données numériques

Page 30

6_La formation de l'opinion numérique

Page 36

7_Conclusion

Page 44

8_Méthode

Page 48

Mentions légales

www.digitalbarometer.ch

Editrice

Stiftung Risiko-Dialog
Zweierstrasse 25
CH-8004 Zürich
+41 (0)58 255 25 70
info@risiko-dialog.ch
www.risiko-dialog.ch

Auteurs_Autrices

Anna-Lena Köng
Lucien Schriber
Matthias Holenstein

Graphisme_Illustrations

www.sechstagerwerk.ch

Janvier 2022

Dans le cadre de l'initiative «Numérisation et société», la fondation Risiko-Dialog réfléchit sur la manière de réussir la transformation numérique en collaboration avec les personnes concernées, en tenant compte des opportunités et des dangers. Dans ce contexte, elle anime le dialogue relatif à la numérisation, développe et accompagne des solutions participatives, créatives et proches de la vie quotidienne et les transfère dans la société. Depuis sa création en 1989, la fondation Risiko-Dialog développe des solutions afin de comprendre les innovations technologiques, les évolutions économiques et sociétales ainsi que les changements dans l'environnement et de les façonner conjointement. Son objectif est d'améliorer la compétence individuelle et sociétale en matière de risques en coopération avec le public, l'économie, la politique, les autorités et d'autres acteurs.

Remerciements

L'équipe de la Fondation Risiko-Dialog remercie la coopérative la Mobilière qui, dans le cadre de son engagement sociétal, a apporté son soutien lors de la création de l'initiative «Numérisation et société» et par conséquent au Baromètre Numérique, et leur a permis de s'établir. Nous remercions tout particulièrement Urs Berger, président du conseil d'administration, Michèle Rodoni, CEO et Dorothea Strauss, responsable de l'engagement sociétal.

Nous remercions également les personnes interviewées, Nikki Böhler, Jonathan Noack et Janik Leuenberger, ainsi que les représentant(e)s de l'organisation à but non lucratif YES, qui nous ont apporté un éclairage sur certains résultats du point de vue des jeunes. Nous remercions LeeWas, Sir Mary, GoEast, Sechstagerwerk et Ruff Productions pour leur soutien opérationnel.

We love digital?

L'influence de la numérisation est globalement perçue de manière plus positive qu'au cours des années précédentes. Par ailleurs, la population suisse a développé des opinions plus claires sur la numérisation.

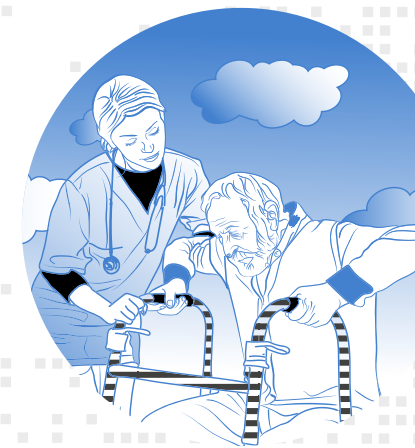
Pour plus d'informations voir chapitre 2



Trois thèmes en comparaison

L'accent est mis sur les trois thèmes suivants: «L'avenir du travail», «Données numériques» et «La formation de l'opinion numérique».

Pour plus d'informations voir les chapitres 4–6



La population demande à être impliquée!

Au lieu d'être simplement informés, les personnes souhaitent participer de plus en plus activement.

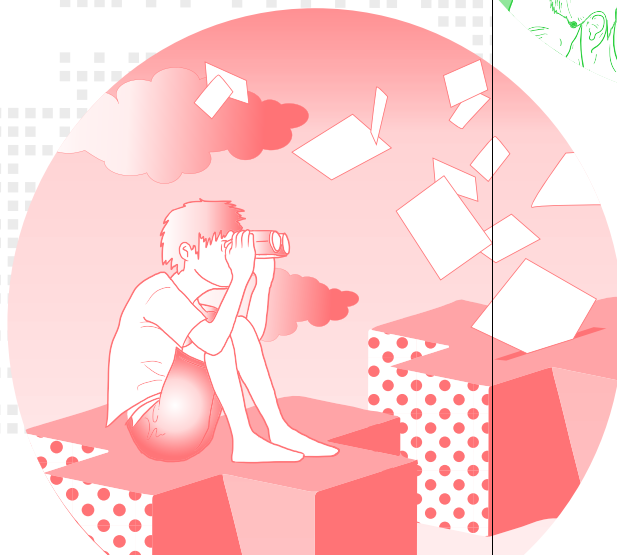
Pour plus d'informations voir chapitre 3



Faiblesse de l'engagement politique

Les attentes politiques n'ont pas été satisfaites et les personnes interrogées considèrent l'engagement politique dans le contexte de la numérisation comme un des points faibles de la Suisse.

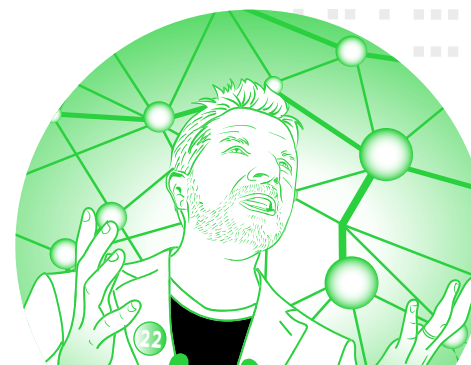
Pour plus d'informations voir chapitre 2



Les jeunes sous la loupe – entre affinité et surestimation de soi

L'influence de la numérisation sur la vie personnelle est jugée positive, contrairement à l'influence sur la société. Les jeunes sont-ils réellement bien informés sur ces sujets? Où faudrait-il davantage remettre en question le sentiment de sécurité et les sensibiliser?

Pour plus d'informations voir les chapitres 4–6



1_Introduction

**Le Mobilière Baromètre Numérique
2022 apporte une impulsion nouvelle
à travers la perspective de la jeunesse.**

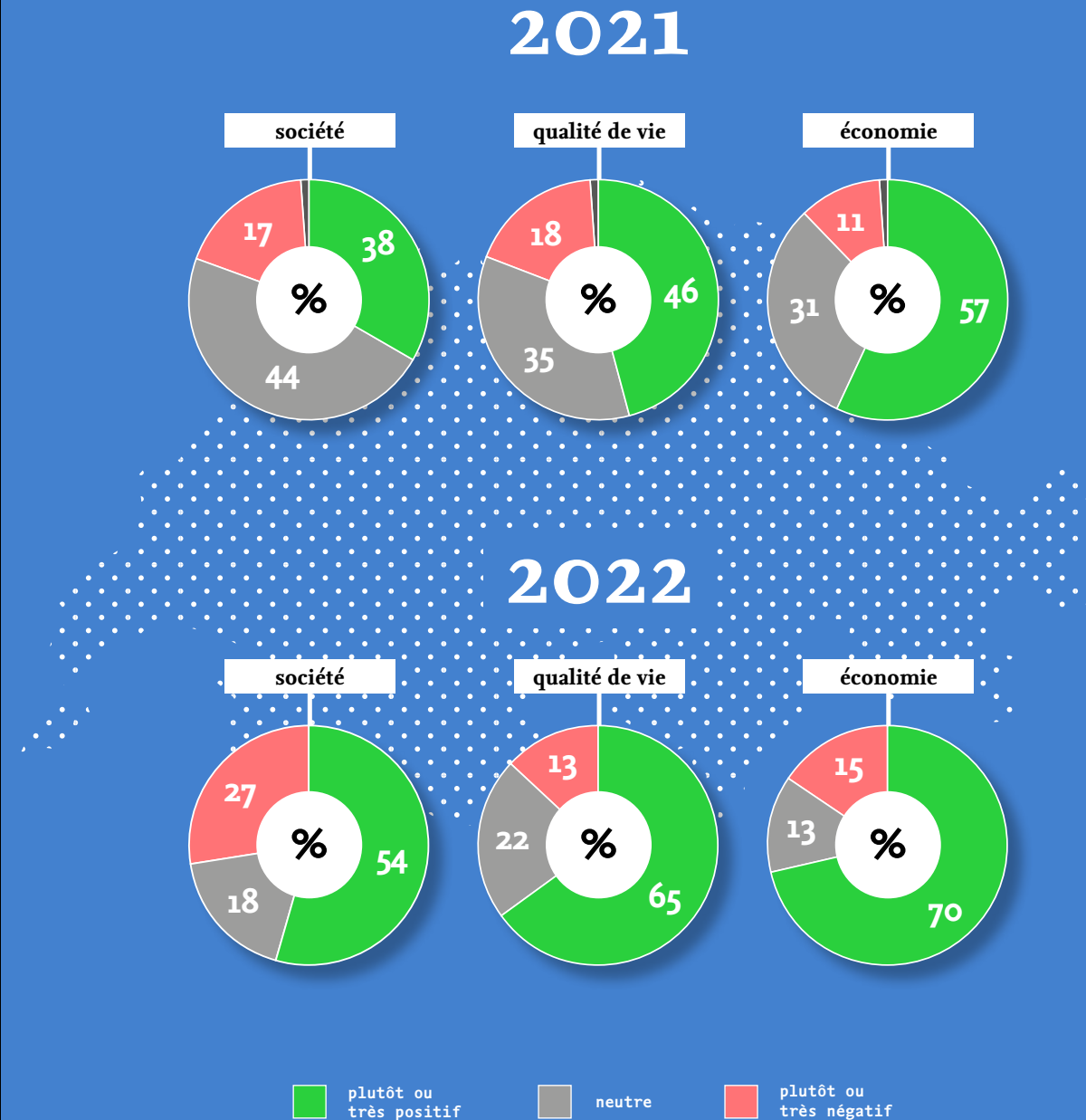
Cette étude représentative prend pour la première fois en compte la voix des jeunes de 16 et 17 ans. Les jeunes d'aujourd'hui – fortement marqués par un environnement numérique et notamment par les deux dernières années de pandémie – se distinguent à bien des égards par une perception différente des dangers et donc des besoins. Seule une observation plus poussée permettra de déterminer dans quelle mesure les effets d'âge ou de génération sont à l'œuvre. Indépendamment de cela, il s'agit de prendre au sérieux leurs perceptions et leurs besoins, car ils sont des acteurs essentiels de notre société et contribueront à façonner l'avenir de manière décisive!

Le Mobilière Baromètre Numérique, qui paraît chaque année, étudie depuis maintenant trois ans les perceptions et les besoins de la population dans différents domaines de la numérisation. Sur la base des résultats, il est possible d'identifier des points d'ancrage pour des projets qui permettront de soutenir la population dans le processus de transformation et d'en déduire les implications correspondantes pour l'organisation sociale de la numérisation. Dans la troisième édition du Mobilière Baromètre Numérique, l'accent est mis non seulement sur la perspective de la jeunesse, mais aussi sur les changements intervenus au cours des dernières années.

2_Numérisation en Suisse

La population suisse perçoit la numérisation de manière plus positive que l'année dernière. Plus de la moitié d'entre elle voit des opportunités dans l'influence de la numérisation sur sa propre vie. La pandémie a fait découvrir à chacun de nous bien plus de liens entre notre vie et le monde numérique.

2.1 Impact société, économie, qualité de vie



Par conséquent, de nombreuses personnes considèrent la numérisation comme un thème qui s'étend à tous les domaines de la vie et n'est plus seulement associé à certaines applications. Mais l'intensité des débats a également mis en évidence l'importance des interactions physiques. A l'avenir, la question sera de savoir où et comment nous voulons évoluer par voie numérique et où de manière physique.

Les opinions sur l'influence de la numérisation sont devenues plus accentuées. La part des réponses «autant d'opportunités que de dangers» a sensiblement diminué par rapport aux années précédentes. La pandémie a permis aux outils numériques et donc aux interactions numériques de faire partie de notre quotidien. C'est surtout dans notre vie privée et au travail que le besoin s'est clairement manifesté et que les personnes interrogées perçoivent davantage d'opportunités. Il est intéressant d'observer que l'influence de la numérisation sur la société est soit clairement associée à des dangers, soit clairement à des opportunités. Seuls 18 % ont indiqué qu'ils associaient autant d'opportunités que de dangers à ce thème, alors qu'ils étaient encore 44 % l'année dernière. Cela reflète-t-il entre autres les inquiétudes suscitées par les tendances à la polarisation et les débats sur la théorie du complot autour du Covid-19, dont il a été beaucoup question l'an dernier? La question de savoir dans quelle mesure la crainte d'une division de la société, souvent exprimée dans un passé récent, est favorisée par les plateformes numériques, en particulier les médias sociaux, reste scientifiquement controversée. Mais le fait est que la perception des dangers s'est accrue. Cette «alerte» peut-elle être utilisée de manière positive pour sensibiliser aux défis numériques basés sur des faits et définir des stratégies pour y faire face? C'est ce que tente, par exemple de faire, le Projet «Digital Literacy»¹, extrait du Baromètre Numérique 2019.

Les jeunes perçoivent l'influence de la numérisation sur leur propre vie de manière aussi positive que les personnes plus âgées. En ce qui concerne l'influence sur l'économie, ils sont même 96 % à la juger plutôt positive ou exclusivement positive. En ce qui concerne l'influence sur la société, elle dévie toutefois dans la direction opposée. 60 % des jeunes de 16 et 17 ans y voient des dangers au premier abord. Ils ont un regard critique, bien que cette génération grandisse avec la présence permanente d'appareils et d'outils numériques. Ou peut-être est-ce justement à cause de cela?

Les entretiens et les interviews montrent que cette génération apprend à se familiariser avec le monde numérique par la méthode essais-erreurs sur l'espace Web, pour une large part sans filtre. Cela conduit régulièrement à des expériences négatives et confronte les jeunes à certains dangers. Les expériences tirées de différents projets, dont ceux de la fondation Risiko-Dialog montrent également que de nombreux jeunes surestiment leurs propres capacités dans l'espace numérique et ne sont pas suffisamment confrontés à des thèmes tels que le big data, la publicité ciblée ou l'accessibilité permanente.² Cela peut aussi expliquer en partie l'écart entre l'impact estimé positif sur sa propre vie et l'impact estimé négatif sur la société.

¹ Le projet «Digital Literacy» a été développé par la fondation Risiko-Dialog et le thinktank Dezentrum. À l'aide d'une simulation spécialement conçue à cet effet, des phénomènes en ligne tels que les fausses informations, les trolls, les bots, etc. sont expérimentés et discutés ensemble. Le format est largement applicable dans les classes, les entreprises, les manifestations, etc. www.digital-literacy.live/

² Dans le cadre du projet «Digital Literacy» ainsi que pour le baromètre numérique, la fondation Risiko-Dialog a recueilli différentes voix de jeunes âgés de 14 à 19 ans.

2.2 Points forts et points faibles de la Suisse

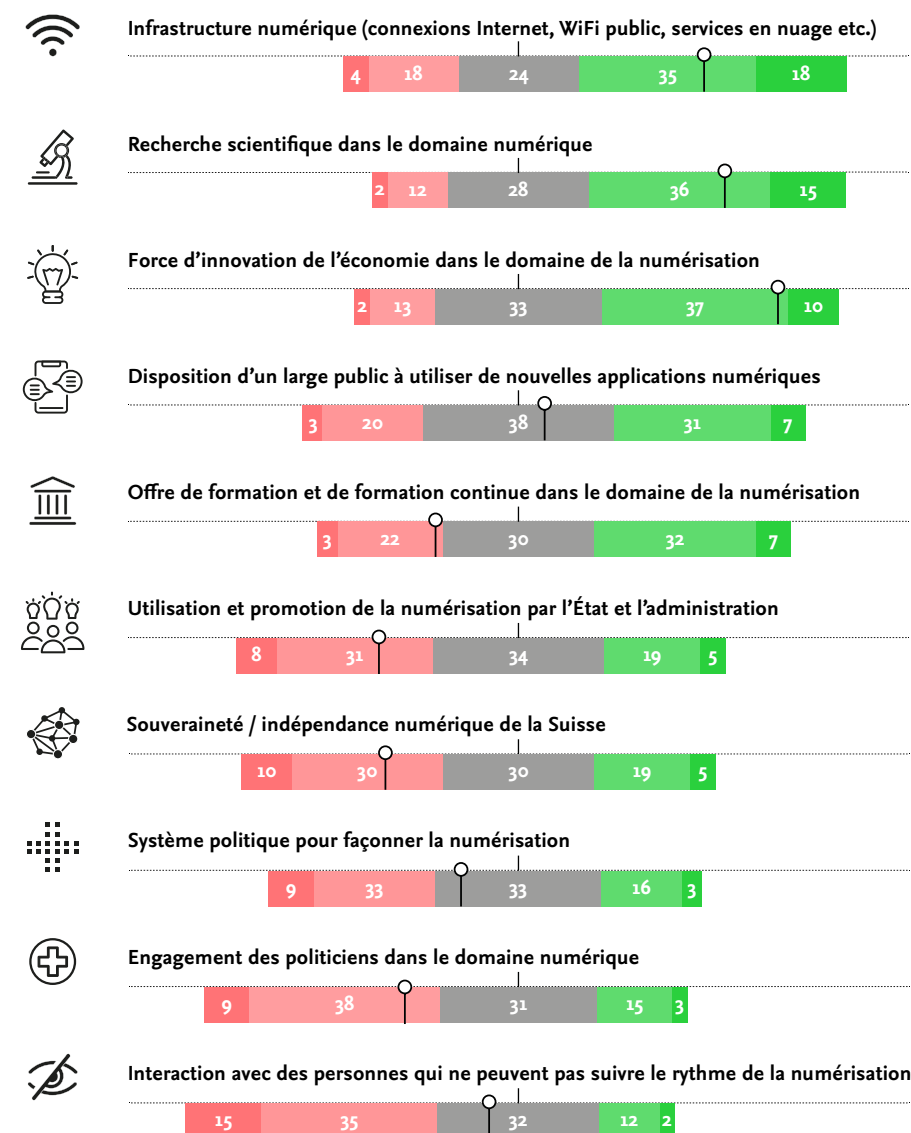
Comme l'année précédente, la population suisse perçoit surtout des points forts dans la recherche, l'économie et l'infrastructure. Les faiblesses apparaissent dans la politique, l'administration et les thèmes sociétaux tels que la souveraineté numérique ou le traitement des personnes qui ne peuvent pas suivre le rythme de la numérisation. L'évaluation négative de la politique dans le contexte de la numérisation coïncide avec les résultats d'autres études. Ainsi, une étude récente de Swico³ conclut: «L'État numérise sans tenir compte des principaux besoins de la population». Une perception qui a sans doute été influencée par les deux dernières années de gestion des pandémies. En conclusion, la Suisse est bien positionnée sur le plan technologique et entrepreneurial, mais la culture sociale et surtout politique doit encore être développée pour le monde numérique.

Il est intéressant de constater que les jeunes perçoivent davantage de points faibles dans les offres de formation et dans la volonté de la population à utiliser de nouvelles applications numériques. Cela se confirme également dans les discussions et les interviews. C'est justement à l'école qu'il existe encore un potentiel pour aborder la thématique de l'influence de la numérisation et son utilisation. Les compétences relatives à l'utilisation de logiciels spécifiques ou les informations sur la protection des données sont des éléments importants. Toutefois, les jeunes exigent aussi que l'on traite des questions sociales complexes et les risques que comporte la numérisation. Il est positif de constater que de plus en plus de contenus de qualité sont disponibles pour les enseignants.⁴ Dans l'espace germanophone et plus spécifiquement en Suisse, il existe toutefois encore un potentiel de rattrapage.

³ Étude Sotomo «L'État numérique en Suisse» sur mandat de la Swico, janvier 2022. www.swico.ch/

⁴ Exemples (en allemand et en anglais): Fake-Off matériel de formation (Erasmus+): www.fake-off.eu, «So Geht Medien» (BR): www.br.de/sogehmedien/index.html, «Debunk The Virus» (Digitaler Kompass): www.digitalerkompass.at/debunkthevirus/, «MediaWise» (Poynter): www.poynter.org/mediawise/, «Civic Online Reasoning» (Stanford University): www.cor.stanford.edu/

Voici comment la Suisse s'évalue par rapport aux pays voisins



plutôt faible ou faible

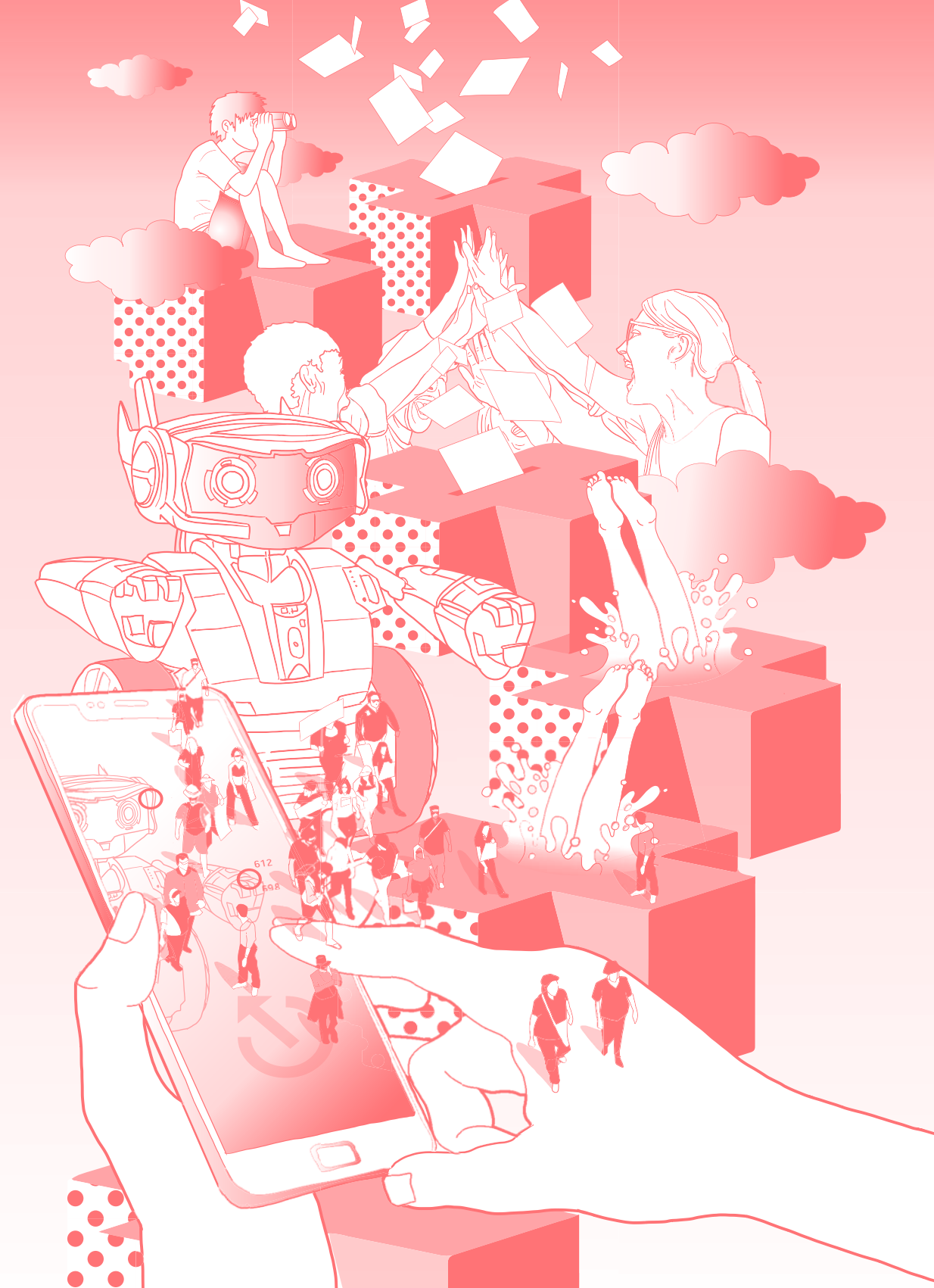
à peu près autant l'un que l'autre

plutôt forte ou forte

moyenne des jeunes de 16 et 17 ans

3_Besoin de Participation

La pandémie a montré combien il est important d'aller chercher tous les groupes de population et de les impliquer pour parvenir à soutenir des solutions durables. Les conditions semblent réunies pour cet objectif. Dans le contexte de la numérisation également, la population suisse ne souhaite plus seulement s'informer et n'avoir qu'une implication passive, mais participer de plus en plus activement à l'élaboration de la politique.



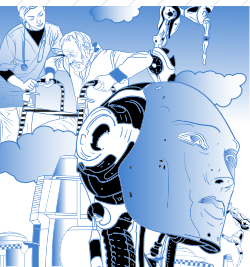
La deuxième année de pandémie semble avoir eu un impact sur la volonté de participation. Par rapport à l'année dernière, les personnes interrogées veulent davantage participer à la construction de notre avenir numérique. Ainsi, 35 % veulent participer activement au thème «Avenir du travail», 29 % souhaitent se former et 34 % veulent s'informer. Dans le domaine des «données numériques», 54 % des personnes interrogées souhaitent même participer davantage aux décisions et 46 % veulent s'informer. Ce n'est que pour le thème «Formation d'opinion numérique» que l'information (48 %) prime sur la participation (28 %), ce qui s'explique en partie par le fait qu'il y a moins d'options de conception commune (perceptibles).

Les jeunes se distinguent ici aussi des autres groupes d'âge par des opinions plus extrêmes. 69 % souhaitent participer à la définition de «l'avenir du travail», 80 % à la définition des «données numériques» et seulement 6 % à la définition de «Formation de l'opinion numérique» (contre 76 % qui souhaitent avant tout s'informer).

Ces chiffres constituent des indicateurs importants pour savoir où et comment nous pouvons, à l'avenir, aller chercher la population suisse intéressée. Le fort besoin de participation reflète finalement aussi un intérêt élevé pour le sujet, condition essentielle pour développer ensemble des solutions durables.

3 domaines thématiques – 3 perceptions

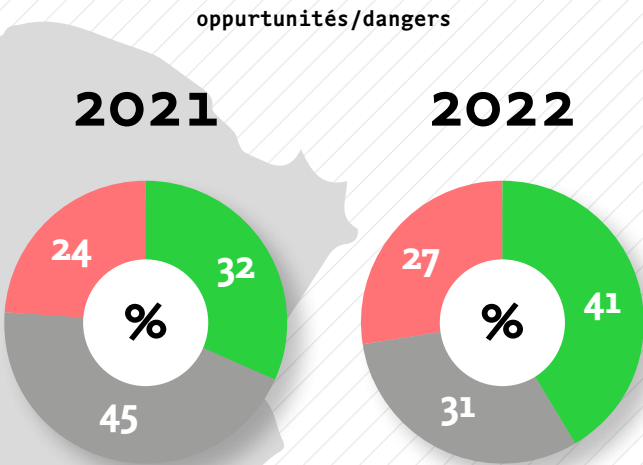
Perception des chances et des dangers en comparaison 2021/22



L'avenir du travail

«Tendance à l'agilité – deux tiers demandent des conditions de travail flexibles.»

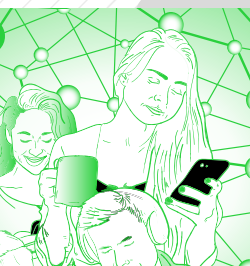
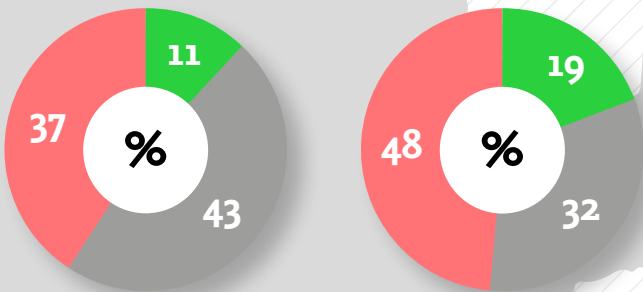
- Automatisation du monde du travail
- Travail indépendant du lieu et de l'heure
- Analyse de données des employé(e)s



Données numériques

«De plus en plus de personnes souhaitent décider de l'utilisation de leurs données personnelles.»

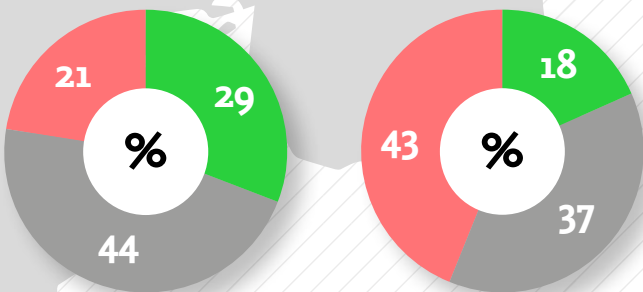
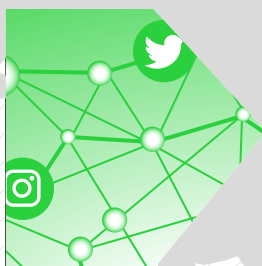
- Données de santé
- Données sociodémographiques
- Données relatives au comportement de consommation personnel
- Collecte et traitement de la communication numérique publique



Formation de l'opinion numérique

«Bienvenue dans l'époque des Fake News?»

- Formation d'opinion politique
- Formation de l'opinion dans le domaine de la consommation
- Modification de la culture de discussion sur Internet
- Inégalité numérique



plutôt ou seulement des opportunités des opportunités et des dangers à parts égales plutôt ou seulement des dangers

4_L'avenir du travail

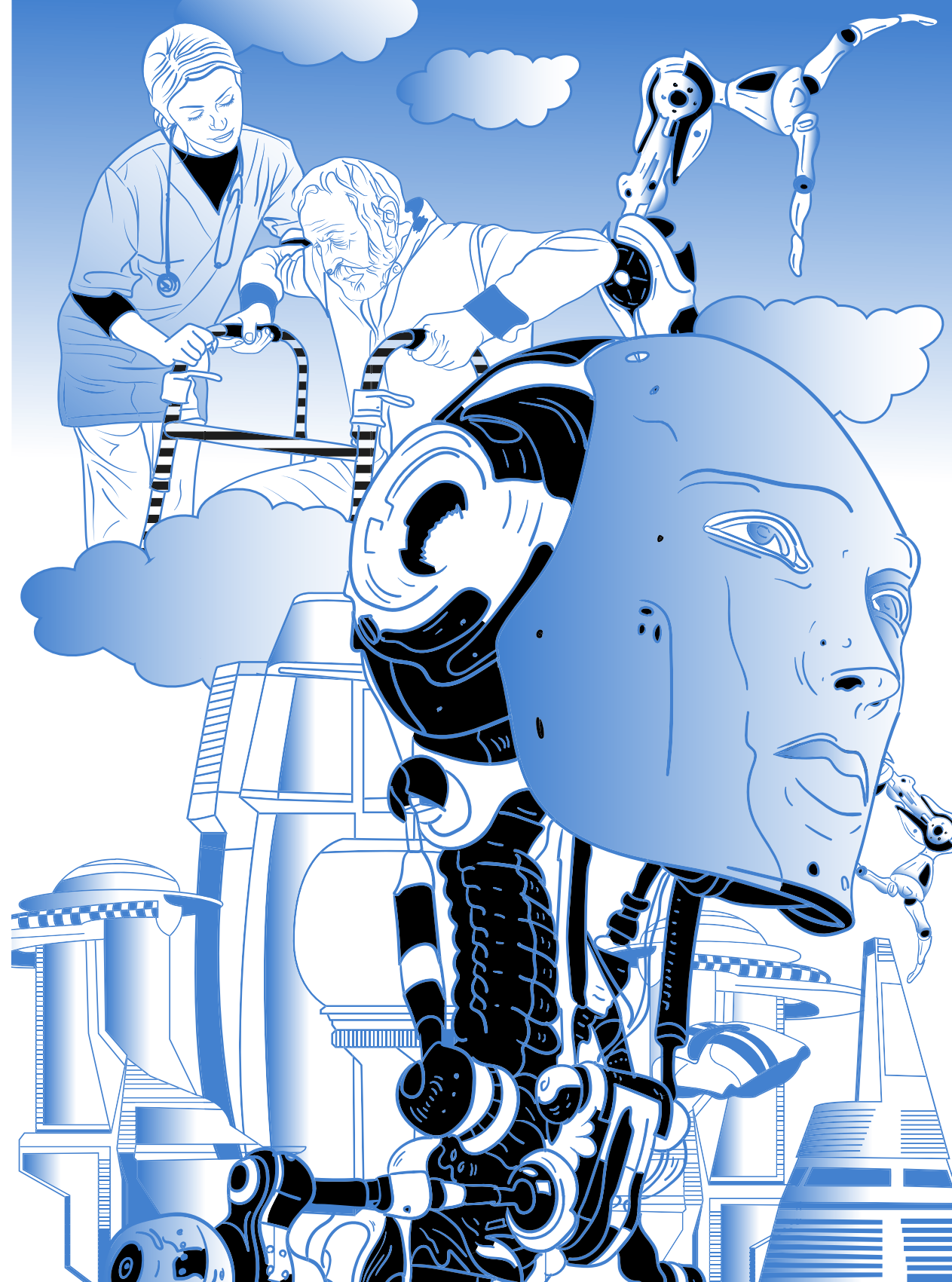
Les sous-thèmes suivants ont été mis en lumière:

Automatisation du monde du travail

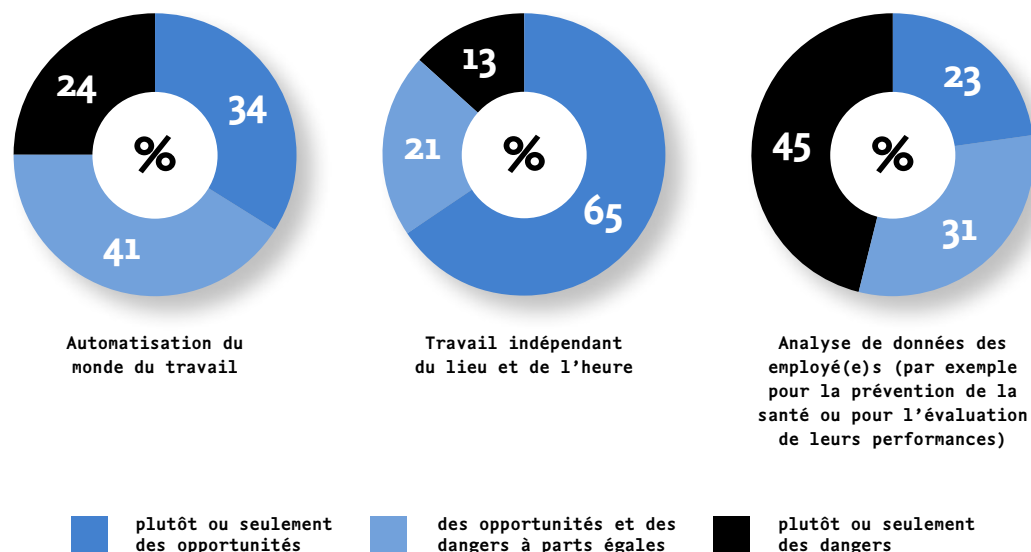
Travail indépendant du lieu et de l'heure

Analyse de données des employé(e)s
par exemple pour la prévention de la santé ou pour l'évaluation de leurs performances

Les technologies telles que l'intelligence artificielle et la robotique entraînent une modification des profils professionnels, ce qui représente de nouveaux défis pour les salariés. L'automatisation croissante nous libère des tâches de routine. De nouveaux métiers apparaissent, d'autres disparaissent.



Perception des chances / des dangers par sous-thèmes



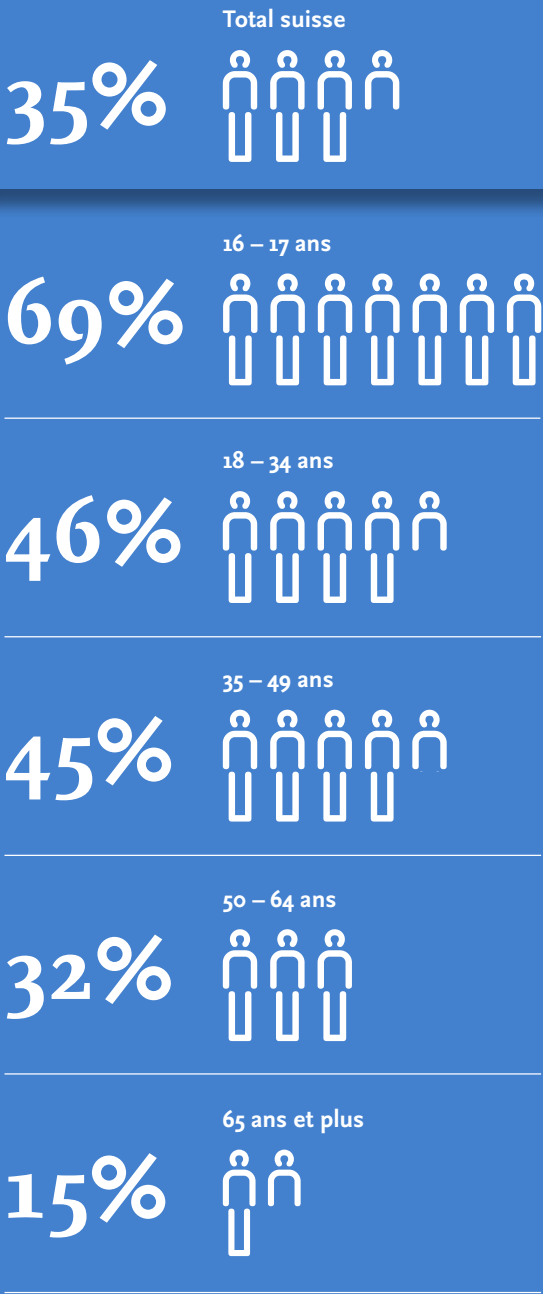
Le sondage de l'année dernière a montré que la population suisse accorde la plus grande importance au thème de «l'avenir du travail». La question de la perception des opportunités et des dangers a toutefois révélé une grande ambivalence. 45 % des personnes interrogées ont indiqué que le thème comporte «autant de dangers que d'opportunités». Le Mobilière Baromètre numérique 2022 a analysé ces résultats, en interrogeant désormais la perception sur trois aspects spécifiques: «l'automatisation du monde du travail», «travailler en tout lieu et à tout moment» et «l'exploitation des données des salariés (par ex. dans le cadre de la prévention de la santé ou l'évaluation des performances)». L'aspect **«automatisation»** révèle une forte ambivalence: 41 % indiquent qu'ils perçoivent autant d'opportunités que de dangers. Le mélange d'arguments positifs et négatifs en matière de processus d'automatisation se reflète également dans la communication médiatique et dépend certainement de la situation personnelle. L'efficacité et l'allègement de la charge de travail d'une part, et les préoccupations concernant la diminution des interactions personnelles et la perte de poste de travail d'autre part, nourrissent le débat public, qui se reflète aussi dans les données disponibles. Aucune différence n'a été constatée entre les secteurs, les niveaux de formation, etc.

Le fait de **travailler en tout lieu et à tout moment** est jugé clairement positif – malgré ou justement à cause des deux années de pandémie? Deux tiers (65 %) considèrent avant tout ce fait comme une opportunité. Les nouvelles expériences avec des outils et des processus de travail numériques ont certainement montré le potentiel de la numérisation dans de nombreux domaines professionnels. Les nombreuses semaines passées en télétravail ont toutefois aussi clairement mis en évidence les limites et les problèmes du travail quotidien purement numérique. Le fait qu'autant de Suisses associent cette forme de travail à une opportunité témoigne d'un transfert majoritairement bien réussi des modes de travail et de la grande capacité d'adaptation de la société à de nouvelles situations – du moins dans l'univers du travail.

La **collecte des données des employés** déclenche le scepticisme. 45 % y voient une augmentation des dangers. Les données qualitatives montrent qu'à cet égard, un nouveau rapport de confiance doit être établi entre les salariés et leurs employeurs. Les salariés ne sont souvent pas conscients des données qui peuvent être collectées à leur sujet et cette incertitude crée de la méfiance.

Les Suisses souhaitent-ils/elles faire participer activement à l'organisation de leur travail?

Concernant le besoin de participation active, on constate de nettes différences en fonction de l'âge. Plus les personnes interrogées sont jeunes, plus elles demandent une participation active à leur poste de travail. La question qui se pose est la suivante: la participation en tant qu'instrument d'implication est-elle tout simplement plus intériorisée chez les jeunes ou y a-t-il un besoin de changement fondamentalement plus important? 80 % des jeunes de 16 et 17 ans ont également indiqué qu'ils aimeraient s'impliquer socialement ou politiquement en tant que citoyens dans l'organisation de leur futur poste de travail. Cette constatation s'inscrit dans le cadre des études sur la jeunesse climatique. Les jeunes souhaitent observer clairement les conséquences de leurs propres actions. Des entretiens qualitatifs approfondis montrent également que les jeunes associent justement la participation et l'activisme à un plus grand potentiel de changement.



Offres souhaitées sur le lieu de travail

Top 3 des jeunes:



Le Mobilière Baromètre Numérique 20/21⁵ a montré que beaucoup d'entre eux considèrent qu'il est de leur responsabilité et de celle des politiciens de suivre le rythme de la numérisation et des évolutions qui l'accompagnent, ou de créer les cadres d'action correspondants. Mais que souhaitent obtenir les Suisses de leurs employeurs? Cette question a été reprise dans le Baromètre Numérique 2022. Tous les groupes d'âge ont indiqué leur priorité absolue: les salariés souhaitent des conditions de travail flexibles leur permettant de concilier vie professionnelle et vie privée. Les deux et trois premières réponses indiquent ce que cela signifie exactement.

Alors que la moyenne place au premier plan des règles claires concernant la disponibilité et les aides financières pour la formation continue, les jeunes ont une perspective légèrement différente. Pour eux, les temps de sport et de détente ainsi que la protection de la sphère privée sur le lieu de travail figurent en tête de liste. Les entretiens qualitatifs montrent ici qu'il s'agit moins de compenser un (trop) grand stress que de suivre la tendance largement observable en matière de santé. Le sport, l'alimentation, la détente ont une importance énorme dans la vie des jeunes.

En ce qui concerne la disponibilité, les limites s'estompent de plus en plus – les besoins d'une séparation stricte étant ici probablement aussi liés au bien-être au travail. Plus l'identification avec le poste et l'équipe de travail est forte, moins la disponibilité permanente arrive au premier plan. Ce qui importe avant tout, c'est la flexibilité et la possibilité d'exercer des activités équilibrantes. Les entretiens qualitatifs montrent en outre que les jeunes n'ont souvent pas encore appris à gérer la disponibilité permanente avant d'occuper leur premier emploi. C'est également là que se cristallise une responsabilité importante des employeurs, celle de thématiser ces attentes.

La Suisse souhaite une participation active des jeunes sur leur lieu de travail, et ce dès leur plus jeune âge. Les entreprises sont tenues de collecter et de répondre aux attentes spécifiques des groupes cibles, d'établir une relation de confiance et de stimuler la participation. Une condition essentielle pour aborder de manière proactive les changements apportés par la numérisation (p. ex. accessibilité croissante, exploitation des données et processus d'automatisation).

Dans le monde professionnel, les processus d'information passent de moins en moins par des organisations classiques comme les associations. Dans un monde où l'on a l'impression d'être surchargé d'informations, l'environnement personnel gagne en importance et beaucoup l'entretiennent via des plates-formes de médias sociaux professionnels notamment LinkedIn.

De nombreuses opérations sont réalisables par voie numérique – la pandémie nous l'a montré. Les collaborateurs ont néanmoins aussi besoin de contacts analogues – où et comment cela varie beaucoup selon les individus. Chacun a ses propres préférences, qu'il doit identifier lui-même. Pour les entreprises, il s'agit d'écouter ces besoins, de donner l'exemple d'un équilibre sain et, dans une certaine mesure, de l'imposer, pour le bien de la majorité.

La flexibilité est une nécessité. À l'avenir, il faudra proposer davantage de modèles de travail flexibles.

⁵ www.digitalbarometer.ch/de/digitalbarometer/2020

5_Données numériques

Les sous-thèmes suivants ont été mis en lumière:

Données de santé

données des patients, données d'autodiagnostic, etc.

Données relatives au comportement de consommation personnel

panier d'achat, plateformes vidéo, streaming musical, etc.

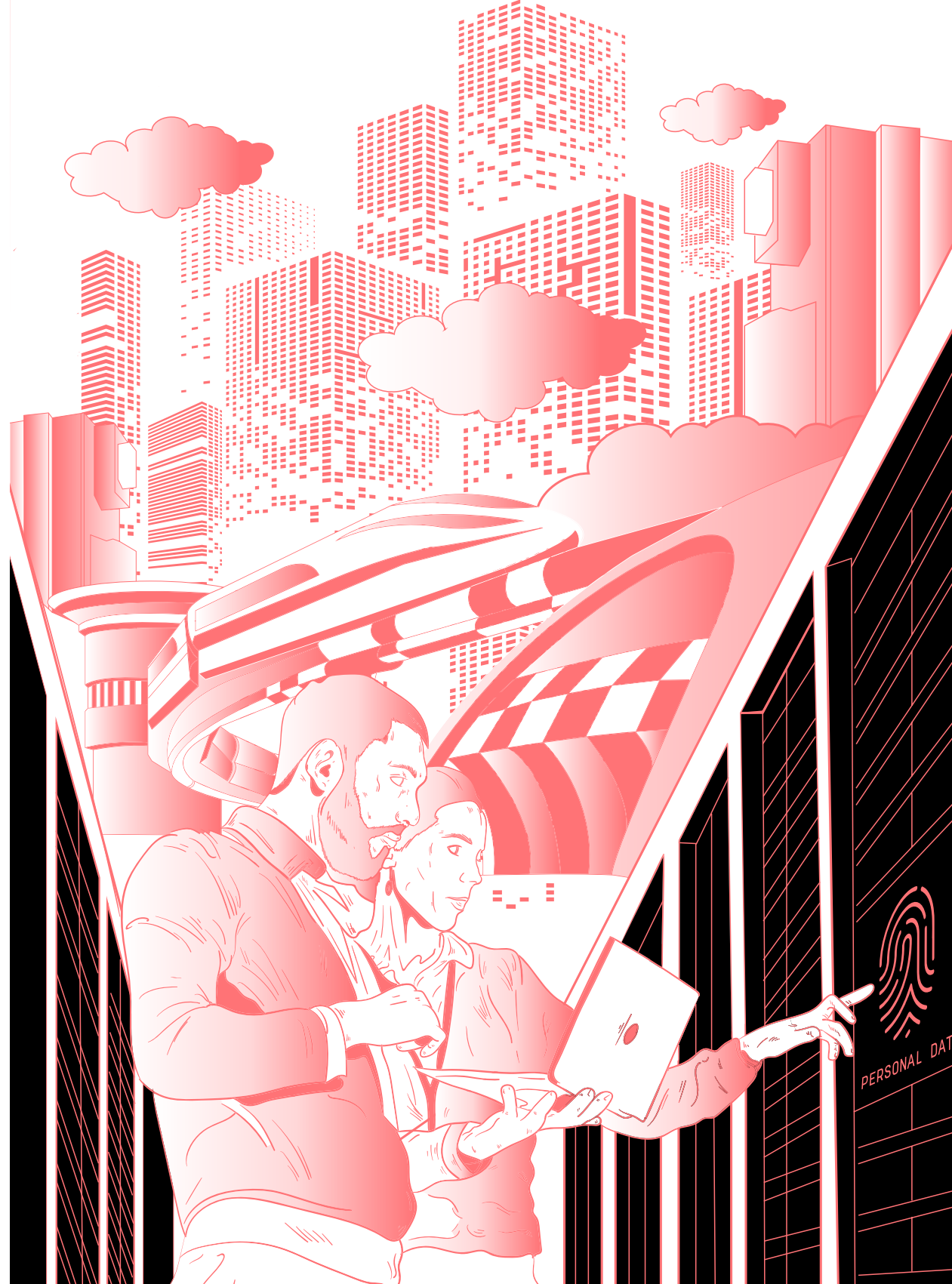
Données sociodémographiques

lieu de résidence, famille, contacts téléphoniques, etc.

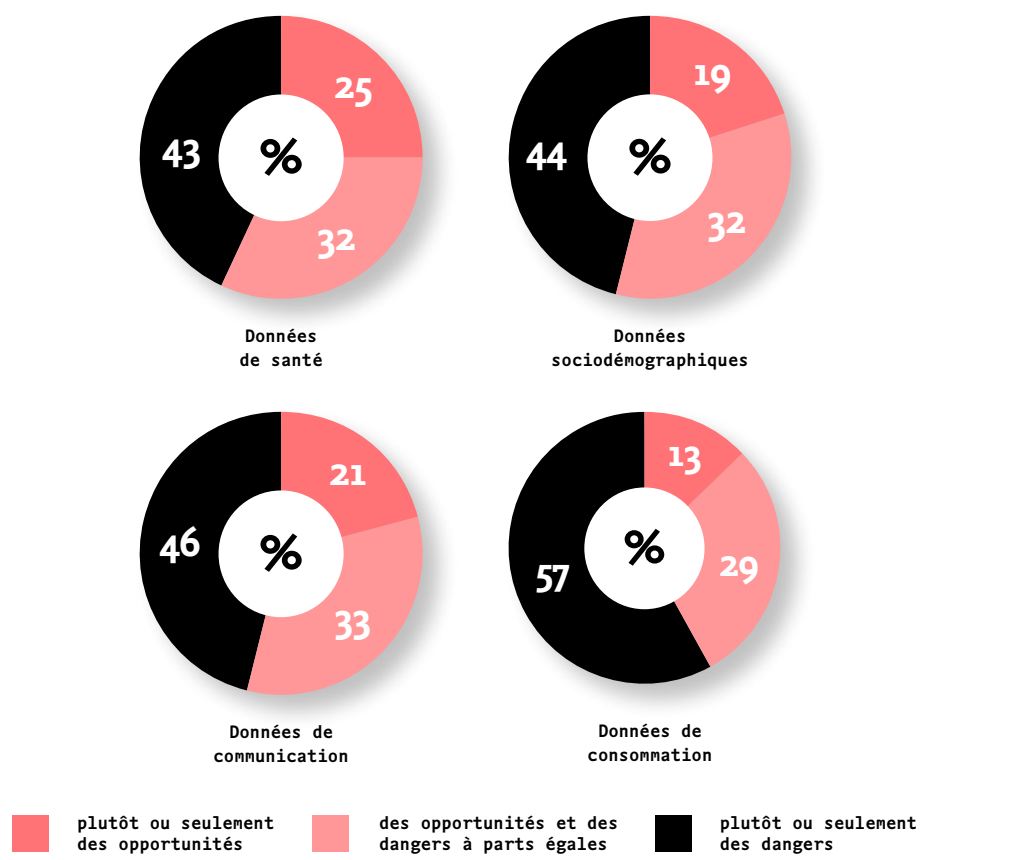
Collecte et traitement de la communication numérique publique

opinions, déclarations, clics sur le bouton «J'aime», etc.

Toute personne qui utilise des services en ligne «paie» généralement avec des données personnelles. Celles-ci peuvent être utilisées pour des études client et à des fins de marketing, en vue de personnaliser les offres. Le confort des utilisateurs s'en trouve amélioré. Parallèlement, la question de la vie privée se pose.

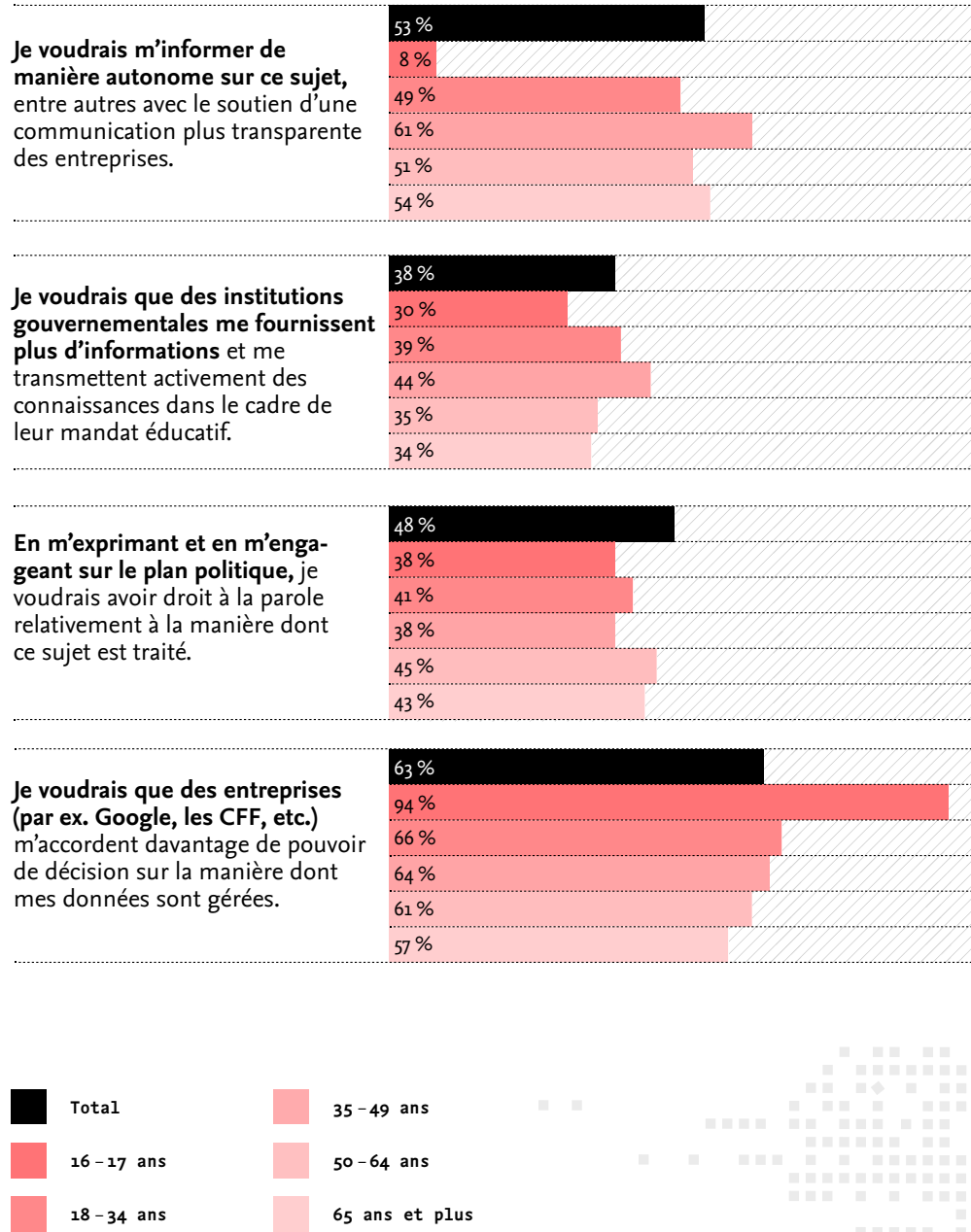


Perception des chances / des dangers par sous-thèmes



Les «données numériques» restent le thème le plus souvent associé aux dangers du baromètre numérique. Dans l'ensemble, le thème est évalué de manière plus positive que l'année précédente et il y a moins d'appréciations «neutres» et plus d'opinions tranchées. Il est surprenant de constater que les jeunes perçoivent nettement plus de dangers que le reste de la population suisse en ce qui concerne les **données relatives à la santé** (70 % considèrent majoritairement qu'il existe des dangers), les **données sociodémographiques** (73 % considèrent majoritairement qu'il existe des dangers) et les **données de communication** (76 % considèrent majoritairement qu'il existe des dangers) (voir camemberts ci-dessous). En revanche, la collecte de **données de consommation** n'est associée à des dangers que par près d'un jeune sur cinq (19 %). Plus des trois quarts (76 %) y voient surtout des opportunités.

C'est de cette manière que la population suisse veut se pencher sur le sujet



Le débat sur le thème des données est de plus en plus fréquent chez les jeunes. Les Digital Natives (natifs du numérique) sont très conscients des avantages de certaines offres, notamment lorsqu'il s'agit d'applications personnalisées comme les services de streaming. Cela montre une fois de plus que la collecte de données est acceptée lorsqu'elle représente un grand avantage pour l'individu. Les entretiens qualitatifs révèlent en outre que les jeunes sont peu conscients de la différence entre les données sensibles et non sensibles. Beaucoup n'accordent aucune valeur aux données collectées parce qu'elles ne présentent pas d'intérêt pour l'individu. Les risques sont ainsi souvent occultés parce que le service proposé offre une utilité apparemment plus grande. Aux yeux de la majorité des personnes, il n'existe guère d'alternatives valables pour de nombreux services utilisés. C'est précisément dans ce domaine qu'une sensibilisation et une participation actives sont nécessaires. Lorsque l'utilité immédiate n'est pas très claire et pour certaines données (par exemple les données de santé), les dangers sont plus facilement perçus et thématiques.

En ce qui concerne le besoin de participation, il s'avère que les jeunes exigent également une participation accrue à la gestion des données (80 %). Concrètement, les entreprises devraient assumer davantage de responsabilités et donner aux utilisateurs le pouvoir de décider de l'utilisation de leurs propres données (94 %). Cette exigence existe également chez les personnes interrogées plus âgées (moyenne: 63 %). Contrairement aux jeunes, les groupes d'âge plus avancés ont également un grand besoin d'information (46 % des Suisses en moyenne contre 13 % chez les jeunes). Le pouvoir de décision requis et la perception élevée des dangers en matière de données de communication reflètent également les débats de l'année dernière. Ce fut, par exemple, le cas pour la modification des conditions d'utilisation de WhatsApp début 2021 qui ont déclenché de vives discussions. Lorsqu'il existe des options valides et faciles à mettre en œuvre, elles sont de plus en plus utilisées. Cela oblige les grands fournisseurs comme Meta (anciennement Facebook) ou Google (également mis au défi par des services de recherche alternatifs) à traiter différemment la thématique de la protection des données.

Les politiciens doivent créer des cadres d'action pour permettre l'émergence d'une concurrence effective sur le terrain numérique. Ces derniers ne parviendront à réunir une majorité d'avis favorables que lorsque des alternatives qui n'impliquent pas de pertes de capacités importantes verront le jour. Par ailleurs, il convient d'aborder politiquement des thèmes clés tels que la souveraineté des données, car les individus ne disposent pas d'une grande capacité d'action dans ce domaine. Cela implique également la promotion active de plateformes de données alternatives telles que «Posmo» ou «BitsaboutMe», qui soutiennent l'autodétermination numérique.

Pendant la pandémie, l'utilité mais aussi le manque de données utiles ont été démontrés. Un potentiel se dessine pour les systèmes de dons de données participatifs, qui sont réalisés avec le consentement libre et éclairé. Cette approche répond au besoin de participation et offre des avantages directs aux organisations. C'est ainsi que le Baromètre 20/21 a donné naissance à un projet sur ce thème.

Concernant la transmission des contenus et des stratégies, l'utilisation des canaux classiques semble difficilement atteindre les jeunes. La demande d'informations complémentaires sur les dangers et les stratégies existe pourtant. Il faut donc s'adresser différemment aux jeunes. Les contenus doivent être courts, interactifs et adaptés à leurs intérêts et préoccupations quotidiennes.⁶

⁶ Le projet «Datenkooperation CH» teste de nouvelles approches dans le don participatif de données dans le cadre d'une collaboration entre la fondation Risiko-Dialog, l'université de Zurich et la ville de Zurich: www.risiko-dialog.ch/datenspende/

6_La formation de l'opinion numérique

Les sous-thèmes suivants ont été mis en lumière:

Formation d'opinion politique
portée, informations personnalisées, etc. dans l'espace numérique

Formation de l'opinion dans le domaine de la consommation
publicité personnalisée, campagnes publicitaires numériques

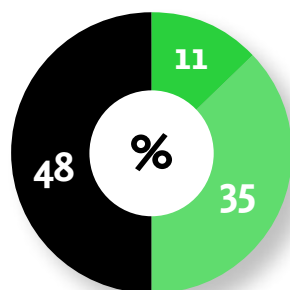
Modification de la culture de discussion sur Internet
plus rapide, plus large, plus anonyme, plus directe, etc.

Inégalité numérique
tout le monde n'a pas la possibilité d'utiliser les nouvelles possibilités de la même manière

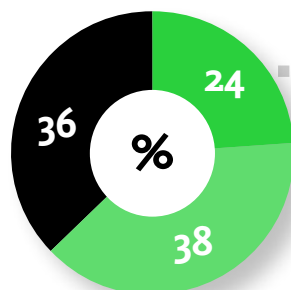
Internet offre de nombreuses possibilités de s'informer sur des sujets et de faire connaître ses opinions. Mais ces processus sont également liés à des défis, notamment l'identification de fausses informations, la gestion des trolls, l'affichage individualisé des contributions, etc.



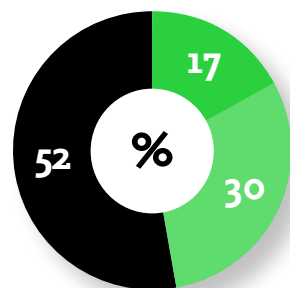
Perception des chances / des dangers par sous-thèmes



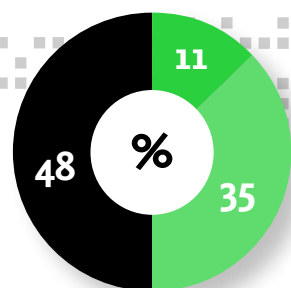
Formation d'opinion
politique



Formation de l'opinion
dans le domaine
de la consommation



Modification de la culture
de discussion sur Internet



Inégalité numérique

■ plutôt ou seulement des opportunités
 ■ des opportunités et des dangers à parts égales
 ■ plutôt ou seulement des dangers

La polarisation autour de thèmes comme la vaccination Covid-19 a-t-elle ébranlé notre perception positive de la formation de l'opinion numérique? Cette année, la «formation de l'opinion politique» numérisée est notamment perçue de manière plus négative que l'année précédente.

Des études récentes montrent également l'importance croissante des plateformes Internet telles que Google, Facebook, YouTube, TikTok ou Twitter et l'impact de leur utilisation sur la formation de l'opinion de la population suisse.⁷ La formation de l'opinion numérique offre un fort potentiel positif, comme le renforcement de la liberté d'expression, la participation facilitée pour tous à la communication publique et l'augmentation de la diversité des informations et des opinions publiques visibles. Mais cette année, ce sont les aspects négatifs qui ont été mis en avant, notamment par les médias. Les discours de haine, les fausses informations, la quasi-censure et le manque de transparence sont identifiés comme des domaines problématiques dans l'étude ci-dessus.

⁷ L'étude OFCOM («Intermédiaires et plateformes de communication. Rapport de l'OFCOM»: www.bakom.admin.ch) examine comment le comportement des intermédiaires et l'utilisation des plates-formes par le public ont un impact sur la communication publique en Suisse et sur la formation de l'opinion de la population suisse. L'étude Digivox de l'Université de Zürich (<https://democracy.dsi.uzh.ch/project/digivox/>) examine l'influence des différentes plateformes sur Internet et de la numérisation sur la politique.

C'est de cette manière que la population suisse veut se pencher sur le sujet

Les résultats de la présente enquête montrent également que les dangers liés à la «formation de l'opinion numérique» sont considérés comme élevés. Contrairement aux domaines thématiques, «L'avenir du travail» et «Données numériques», le besoin d'acquérir des connaissances et des stratégies, autour d'un processus de formation de l'opinion numérique de base, arrive ici en premier lieu. Le désir de participation – tant sur le plan politique que dans le cadre d'expériences, d'ateliers, etc. – est moins prioritaire.

Par rapport à toutes les autres catégories d'âge, les jeunes perçoivent plus d'opportunités en matière de formation de l'opinion numérique. Cela peut s'expliquer en grande partie par une perception prononcée des avantages. La communication numérique sur les canaux en ligne fait partie intégrante de leur quotidien. De même, seuls 6 % de tous les jeunes ont indiqué faire confiance aux médias de service public pour se forger une opinion. Un chiffre étonnamment bas. Le taux d'approbation total de seulement 27 % était également très bas. Lors des entretiens qualitatifs, les médias de service public ont néanmoins été régulièrement cités lorsqu'il s'agissait d'informations de qualité. Parallèlement, il apparaît aussi que seule une minorité (12 %) est prête à payer des entreprises privées (par exemple des sociétés médiatiques) pour des informations argumentées. D'autres approches sont donc nécessaires.

actif

54%

Je voudrais acquérir davantage de connaissances et de stratégies de manière autonome afin d'être en mesure de me forger une opinion éclairée dans l'espace numérique.

12%

Je suis prêt(e) à payer pour que des entreprises privées (par ex. des diffuseurs) me fournissent les bases me permettant de me forger une opinion plus différenciée dans l'espace numérique.

19%

Par une participation active à des expériences et des ateliers, j'aimerais contribuer à la configuration du sujet (manière de gérer les défis dans le processus de formation d'opinion dans l'espace numérique).

passif

41%

Je voudrais que les autorités publiques et les établissements éducatifs me fournissent des informations à ce sujet et qu'ils m'aident à me forger une opinion éclairée dans l'espace numérique.

27%

Pour me forger une opinion dans l'espace numérique, je fais confiance aux diffuseurs publics (SSR).

37%

En participant à la vie politique, j'aimerais avoir droit à la parole relativement à la manière de gérer les défis dans le cadre du processus de formation de l'opinion dans l'espace numérique.

Où faut-il renforcer les compétences?

Tous les groupes d'âge et toutes les régions linguistiques semblent s'accorder sur le fait qu'il s'agit avant tout de développer des compétences individuelles permettant de reconnaître les fausses informations. L'ère des «fake news» a-t-elle commencé? Les résultats qualitatifs montrent également de manière impressionnante que toutes les générations sont confrontées à ce phénomène. Mais il apparaît également que les moyens et les stratégies d'amélioration des compétences doivent être adaptés aux différents groupes cibles. Souvent, les jeunes générations rencontrent ces fausses informations dans le cadre de services de messagerie privés, c'est-à-dire par le biais d'amis et de membres de la famille. Par ailleurs, le choix de la plateforme et des informations qui sont partagées est souvent influencé par la culture et la langue.



Conclusion et recommandations

Le processus de formation approfondie de l'opinion numérique requiert un large ensemble de compétences, qu'il convient de renforcer. Celles-ci incluent par exemple la reconnaissance de phénomènes tels que les fausses informations, les trolls, les bots etc. sur différents médias et plateformes. Par ailleurs, la gestion de ces phénomènes doit être apprise et exercée dans différents contextes, notamment au travail, dans l'environnement privé ou à l'école.

La formation de l'opinion numérique se présente différemment pour les jeunes générations. Les influenceurs et la communication peer-to-peer sont des éléments centraux et les informations sont de plus en plus traitées sous forme abrégée (p. ex. TikTok). Les modèles classiques de financement et de publicité disparaissent souvent. L'enquête montre également que la disposition à payer pour une information approfondie est faible au sein de la population. La question des modèles de financement durables reste ouverte.⁸

Le nombre de sources augmente à l'infini. La vérification des faits devient donc de plus en plus importante. Les experts s'accordent à dire que les fausses informations peuvent souvent être rapidement réfutées par une lecture croisée (c'est-à-dire la consultation rapide de différentes sources sur Internet). Une stratégie déterminante dans la nouvelle ère des fake news.

⁸ Voir également le projet spin-off «Digital Literacy», qui se concentre sur la transmission de connaissances et de stratégies par le biais du numérique. www.digital-literacy.live
Des projets similaires existent également dans d'autres institutions. Par exemple, «So geht Medien» des chaînes ARD et ZDF. www.br.de/sogehmedien

7_Conclusion

La numérisation fait désormais partie de notre quotidien. Le Mobilière Baromètre Numérique 2022 montre que la population dans son ensemble perçoit quelles sont les opportunités utiles dans son quotidien professionnel ainsi que les nouvelles possibilités pour les entreprises. Les avantages pour la vie privée sont également reconnus. Comme de nombreuses autres innovations, la numérisation évolue vers la consolidation après une phase d'engouement.

La confrontation avec le réel a eu lieu, notamment sous l'impulsion de la pandémie, et les limites apparaissent de plus en plus clairement: entretenir des relations personnelles uniquement par voie numérique n'est souvent pas satisfaisant. De même, l'esprit d'équipe professionnel et la créativité collective sans éléments analogiques présentent des failles. Il apparaît de plus en plus clairement qu'il n'existe pas de recette universelle pour définir quels outils numériques combiner avec quelle quantité d'analogique. Les individus et les organisations doivent trouver l'équilibre au cas par cas, en fonction de leurs besoins spécifiques.

Le Mobilière Baromètre Numérique indique que les effets de la numérisation sur la société sont toutefois perçus de manière critique. Les arguments ne sont pas nouveaux: exigences professionnelles fortement modifiées, exigences élevées pour se forger une opinion éclairée dans le monde numérique ou pour gérer ses propres données de manière souveraine. En revanche, ce qui est nouveau, c'est que les opinions se sont accentuées. Soit la numérisation est considérée comme une grande chance, soit comme un danger.

Cela pourrait compliquer le débat futur sur les cadres d'action politiquement viables. C'est pourquoi le Mobilière Baromètre Numérique de l'année dernière avait déjà lancé un appel clair au monde politique pour qu'il agisse encore plus activement. Les attentes n'ont pas été satisfaites et les personnes interrogées y voient une faiblesse de la Suisse. Ce constat est sans doute alimenté par le besoin de rattrapage identifié, à savoir l'abandon d'une culture administrative au profit de solutions agiles. Celles-ci sont plus adaptées au rythme accéléré de la numérisation et favorisent les solutions innovantes. Le fédéralisme, souvent critiqué, offre ici aussi des opportunités, par exemple pour mettre en œuvre des prototypes cantonaux et en tirer des enseignements.

Comment les jeunes vivent-ils la numérisation? Le Mobilière Baromètre Numérique de cette année a posé directement la question. Sans surprise, les jeunes se montrent correctement familiarisés avec de nombreux aspects de la numérisation. Sur de nombreux aspects, les jeunes ont des opinions encore plus tranchées que les autres groupes de population. Dans l'ensemble, la numérisation est jugée encore plus positivement que par le reste de la population. En revanche, son influence sur l'ensemble de la société est jugée de manière plus critique. Mais ce sont surtout les jeunes qui veulent participer activement à la numérisation, ce qui se traduit par un fort besoin de partici-

pation. Cette constatation s'inscrit dans les exigences générales de la jeunesse climatique pour participer à la conception commune de l'avenir. La manière dont elle doit concrètement intervenir dans les champs thématiques tels que l'aménagement des futurs environnements de travail ou la formation de l'opinion doit être clarifiée pas à pas, de manière participative, tout en tenant compte des besoins.

Généralement, le Mobilière Baromètre Numérique a trouvé peu de différences dans l'évaluation de la numérisation en termes de dimensions sociodémographiques souvent débattues dans les médias, notamment «ville et campagne» ou «niveau de formation». De même, les différences ci-dessus «jeunes et vieux» sont moins à considérer comme des oppositions que comme des besoins spécifiques. Il est possible que les différences se situent davantage au niveau des valeurs et des attitudes individuelles. Par conséquent, des milieux sociaux – au sens de groupes de personnes ayant les mêmes préférences – pourraient changer ou même se former. Cette question mérite d'être approfondie.

Comment les choses vont-elles évoluer dans le futur? Nous vivons dans un monde de plus en plus marqué par l'incertitude. En tant que société, nous commençons à (ré)apprendre à vivre avec l'imprévu, comme nous y a contraints la pandémie de COVID-19. Une évolution qui promet également des opportunités. La diminution des possibilités de planification, la mise en évidence des risques et des limites favorisent l'agilité et la spontanéité de la société. Ce sont des compétences clés, notamment dans les processus de transformation. Parallèlement, de grands progrès sont réalisés – parfois de manière discrète – non seulement dans le domaine numérique, mais aussi dans les technologies énergétiques, l'approvisionnement mondial ou la médecine. Il faut donc étudier les deux: le besoin de gérer les dangers de manière compétente, mais aussi prendre en compte des visions pleines d'espoir et l'exploitation d'opportunités. Cela vaut également pour la numérisation, qui est un thème qui touche beaucoup d'aspects de notre vie et avec lequel nous sommes déjà confrontés au quotidien. Nous avons besoin d'un regard critique sur les évolutions, mais aussi de promouvoir des compétences de manière ciblée et ainsi de concevoir des solutions collectivement, afin de pouvoir évoluer efficacement dans le numérique, non seulement en tant qu'individu, mais aussi en tant qu'organisation. C'est à cela que le «Mobilière Baromètre Numérique» veut contribuer à l'avenir, à travers la mise en œuvre de divers projets.

8_Méthode

Le Mobilière Baromètre Numérique 2022 se concentre sur les trois champs thématiques suivants «L'avenir du travail», «Données numériques» et «Formation de l'opinion numérique». Pour ces trois thèmes ainsi que quelques questions d'ordre général, un sondage quantitatif et représentatif a été réalisé pour la Suisse. Des entretiens qualitatifs complémentaires réalisés avec une sélection de jeunes ont permis de mettre en lumière et de classer les résultats obtenus sur la perception des jeunes.

Etude quantitative

Entre le 1er et le 24 septembre 2021, la fondation Risiko-Dialog a mené une enquête représentative dans toute la Suisse sur trois thèmes liés à la numérisation. La société LeeWas GmbH a été chargée de la collecte et de l'analyse des données. Des critères de pondération géographiques (région linguistique, zone d'habitation) et sociodémographiques (âge, sexe, formation) ont été utilisés. Pour la première fois, des jeunes de 16 et 17 ans ont été interrogés dans le cadre de l'enquête de cette année.

La pondération permet d'obtenir une représentativité élevée de la population résidente en Suisse. L'imprécision statistique est de +/- 2,7 points de pourcentage pour les estimations basées sur l'ensemble de l'échantillon.

Les résultats suivants se basent sur 1'779 réponses de participants à l'enquête, modélisées selon des variables démographiques et géographiques (1'336 de Suisse alémanique, 401 de la Romandie et 42 du Tessin).

Le présent rapport est volontairement concis. L'ensemble complet de données et le Codebook sont disponibles et utilisables librement par tous sous forme d'Open Data sur www.digitalbarometer.ch/2022.

Approfondissement qualitatif

Les résultats des jeunes interrogés (16 et 17 ans) divergeaient parfois fortement des résultats des autres catégories d'âge. Pour apporter des éclaircissements sur le point de vue des jeunes concernant ces résultats, des interviews complémentaires ont été menées en janvier 2022. En plus d'une enquête de rue, Nikki Böhrer, directrice d'Opendata.ch, Jonathan Noak, product owner (propriétaire de produit) chez Liip et Janik Leuenberger, Youth Host chez Tages-Anzeiger Youth Lab, ont été interrogés sur les résultats des trois domaines thématiques et un atelier a été organisé avec des représentants de l'organisation à but non lucratif YES.

