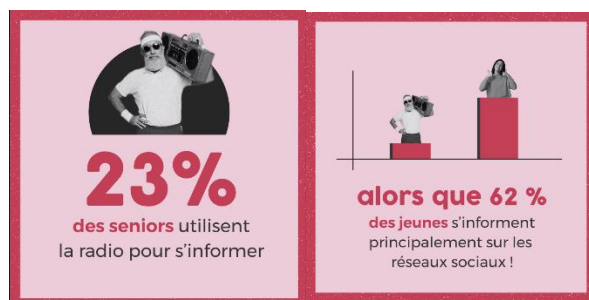


## [ETUDE MAIF-MES DATAS ET MOI] : POUR LUTTER CONTRE LES FAKE NEWS, L'URGENCE DE L'EDUCATION AU NUMERIQUE

Depuis 2015, MAIF s'engage dans la prévention et la meilleure connaissance des risques numériques avec le dispositif « Mes Datas et Moi\* » en partenariat avec Reputation Squad. S'appuyant sur les données collectées grâce à ses différents projets et initiatives, MAIF met à disposition une étude pour tenter de décrypter les mécanismes à l'œuvre dans la propagation des Fake news (infx en français). L'étude a également l'ambition de rappeler les outils existants ou à développer pour inciter chacun à vérifier l'information plutôt que de se laisser persuader par une opinion.

### Dis-moi comment tu t'informes, je te dirai qui tu es

Les modes de consommation des médias sont très différents suivant les générations. Ainsi, seuls **6% des seniors considèrent les réseaux sociaux comme une source d'information fiable. Les jeunes de leur côté utilisent deux fois moins la radio que leurs aînés** pour s'informer et privilégient les réseaux sociaux.



La différence entre générations tient aussi aux plateformes digitales utilisées pour s'informer. **Les adultes privilégient ainsi Facebook (38%) alors qu'un jeune sur deux lui préfère Instagram et YouTube.**

### L'infx se nourrit de la défiance des français vis-à-vis des médias

L'infx peut se définir comme une opinion qui revêt l'apparence d'une véritable information. Elle envahit notamment les réseaux sociaux, mais touche également certains médias plus conventionnels.

L'étude menée par MAIF prouve que **le développement des infx prend racine dans la défiance croissante vis-à-vis des médias**. Ces derniers sont parfois soupçonnés d'être complice du pouvoir politique, ou de privilégier l'information « spectacle » (plus d'un tiers des français), loin de la neutralité et du devoir d'objectivité des médias.

Ainsi, **52% des sondés<sup>1</sup> considèrent qu'il y a des informations erronées dans la presse**, et plus d'un tiers pense que les médias font preuve de trop de sensationnalisme.

**L'indépendance est ainsi une valeur recherchée** par les répondants, qui considèrent **le Canard enchaîné et Médiapart comme les deux premiers médias de confiance**. Les jeunes pour leur part assument leur intérêt pour des médias digitaux à la ligne éditoriale subjective proposant des formats courts 100% vidéo comme Konbini, Brut, Vice ou Melty.

### La Fake news, une réelle influence ?

L'étude révèle que **13% des jeunes sont susceptibles d'adhérer à une rumeur infondée parce qu'ils "en ont déjà entendu parler"** et 7% d'entre eux font spontanément confiance à une information partagée par un proche. Les jeunes ne sont pas les seuls à ne pas vérifier les informations. 10% des adultes

<sup>1</sup> Etude IPSOS, Global Advisor

reconnaissent céder à « l'effet gourou », à savoir adhérer à une information diffusée par une personne en qui ils ont confiance. Dans ce contexte, comment lutter contre les Fake news pour éviter qu'Internet ne soit le terreau d'une « démocratie des crédules » ?

## **L'éducation et l'esprit critique, meilleures armes contre les infox**

Aujourd'hui, 54 % des adultes considèrent l'éducation à l'information comme un enjeu primordial. Et il reste du travail, **15% des jeunes et 5% des adultes déclarant ne pas savoir comment vérifier une information.**

Des solutions existent par ailleurs pour faire face aux infox comme la vérification de l'information, à travers de nombreux sites de fact-checking (Les Décodeurs, Hoaxbuster, Check News, etc) qui font partie du top 20 des médias de prédilection cités par les répondants. Le web en général est vu comme ayant un impact positif sur le niveau d'information de 2/3 des répondants.

Dans cette lutte contre les infox, le rôle de la presse se révèle primordial et les Français considèrent que les journalistes sont les premiers acteurs à devoir s'engager<sup>2</sup>, aidés par le législateur (8 français sur 10 se disent favorables à une loi visant à lutter contre les fake news). Chaque citoyen doit enfin interroger la façon dont il reçoit et vérifie une information et s'il fait preuve de suffisamment d'esprit critique avant de la partager ou d'y adhérer.

MAIF a pleinement pris conscience de ce nouvel enjeu de société et travaille au quotidien avec le dispositif « Mes Data et Moi » (détaillé ci-après) à l'éducation au numérique. Durant les deux dernières années, les ateliers et conférences du MAIF Numérique Tour qui ont pour objectif de sensibiliser tous les publics et de les aider à prendre conscience des opportunités comme des risques offerts par le numérique, ont rassemblé plus de 100 000 visiteurs.

## **Analyse d'un cas d'école : la controverse anti-vaccins**

L'étude a par ailleurs analysé en détail l'image qu'ont nos concitoyens sur les vaccins. 43%<sup>3</sup> des sondés considèrent la nocivité des vaccins volontairement dissimulée par les pouvoirs publics à la solde de l'industrie pharmaceutique.

De nombreux items ont été étudiés pour comprendre comment l'opinion publique en est arrivé à douter à ce point de l'importance de la vaccination, comme la couverture médiatique des controverses anti-vaccins, le référencement des ouvrages sur le sujet, les pétitions et tribunes publiées, ou encore la sociologie des communautés sur Twitter.

**Découvrez les résultats en détail dans l'étude accessible via ce lien**  
**<https://mesdatasetmoi.fr/infoc>**

**\*MAIF, acteur engagé sur les risques numériques et la protection des données personnelles avec « Mes Datas et Moi ».**

Omniprésent dans la vie quotidienne, le numérique met en circulation une grande quantité de données personnelles. Pour aider ses sociétaires et plus largement les français à comprendre et maîtriser le risque numérique, la MAIF met à disposition de tous « Mes Datas et Moi », créé en partenariat avec Reputation squad. Ce dispositif s'articule autour de quatre sites et offre la possibilité à chacun de (re)prendre la main sur son identité numérique au travers :

- d'un observatoire, pour mieux comprendre les usages liés au numérique et faire grandir l'intelligence collective
- d'une expérience interactive pour comprendre ce qu'il advient de nos données en une journée et découvrir les bons comportements à adopter
- d'un site permettant d'évaluer son e-réputation et d'être e-réprochable sur les réseaux sociaux.
- d'une immersion dans ses données grâce à un casque de réalité virtuelle pour prendre conscience de leur existence et de l'utilisation qui peut en être faite.
- d'une application (AppStore ou Google Play) permettant de s'informer, et d'être alerté lorsque son adresse email est corrompue.

<sup>2</sup> Sondage Odoxa Dentsu Consulting pour franceinfo et le Figaro

<sup>3</sup> Etude Ifop pour la Fondation Jean Jaurès et Conspiracy Watch

- enfin, depuis 2017, la MAIF a lancé sur les routes de France le MAIF numérique Tour, un camion et son village digital qui partent à la rencontre des Français pour leur offrir de nouvelles expériences pédagogiques.

### À propos de MAIF

6<sup>ème</sup> assureur automobile et 1<sup>er</sup> assureur du secteur associatif, MAIF couvre l'ensemble des besoins de plus de 3 millions de sociétaires (assurances de biens, prévoyance, santé, assistance, épargne, crédit...). La mutuelle est régulièrement plébiscitée en matière de relation clients où elle arrive en tête des sociétés françaises dans la catégorie assurance. En 2018, le groupe MAIF a réalisé un chiffre d'affaires de 3,6 milliards d'euros. Plus d'informations sur : [www.maif.fr](http://www.maif.fr)

### Contacts Presse MAIF

---

Garry Menardeau  
[garry.menardeau@maif.fr](mailto:garry.menardeau@maif.fr)  
05.49.73.75.86

Simon Vuillemin  
[simon.vuillemin@maif.fr](mailto:simon.vuillemin@maif.fr)  
05.49.73.89.76

### ANNEXE - Méthodologie

Les enseignements de cette étude ont été construits grâce au croisement de différentes sources :

- une enquête réalisée par la MAIF et Villes Internet et un questionnaire de mise en situation diffusé auprès des visiteurs du Maif Numérique Tour
- d'une analyse data de la communauté anti-vaccins sur Twitter
- de la compilation d'études externes

Plus précisément, l'enquête MAIF - Villes Internet a permis d'interroger une large majorité de répondants seniors. C'est une consultation citoyenne en ligne, mise à disposition via les médias MAIF, Villes internet, les sites de communes et agglomérations, etc. Précisément :

- 3459 répondants au 18 juin 2019
- 75% de plus de 50 ans, 11% de plus de 40 ans
- plus de 50% de retraités

Questionnaire expérientel MAIF Numérique Tour - ciblant en priorité les enfants et les adolescents 565 répondants

- 30% de collégiens, 27% de lycéens, 8% d'étudiants
- 18% de parents d'élève, de professeurs ou d'animateurs
- 17% d'adultes "autres"

Les répondants collégiens, lycéens et étudiants sont qualifiés de "juniors" ou "jeunes". Les parents d'élèves, professeurs, animateurs et "autres" sont qualifiés d'adultes"