

L'identité accélère la confiance numérique



Dans un monde toujours plus digitalisé, les consommateurs sont contraints de partager leurs données personnelles, sous de nouvelles formes et à de nouvelles fins. Bien qu'ils acceptent, pour la plupart, d'interagir en ligne, ils s'attendent à ce que des services sûrs et constants leur soient fournis en échange de leurs informations personnelles.

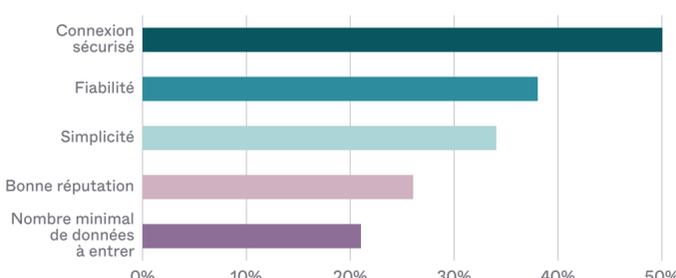
Ces expériences sans frictions sont essentielles pour garantir la confiance numérique, qui ne peut s'établir sans identité protégée.

Des connexions sécurisées, critère #1 de la confiance numérique

La confiance démarre dès la première interaction : la possibilité de se connecter de manière sécurisée arrive en tête des mesures favorisant la confiance numérique chez les consommateurs français.

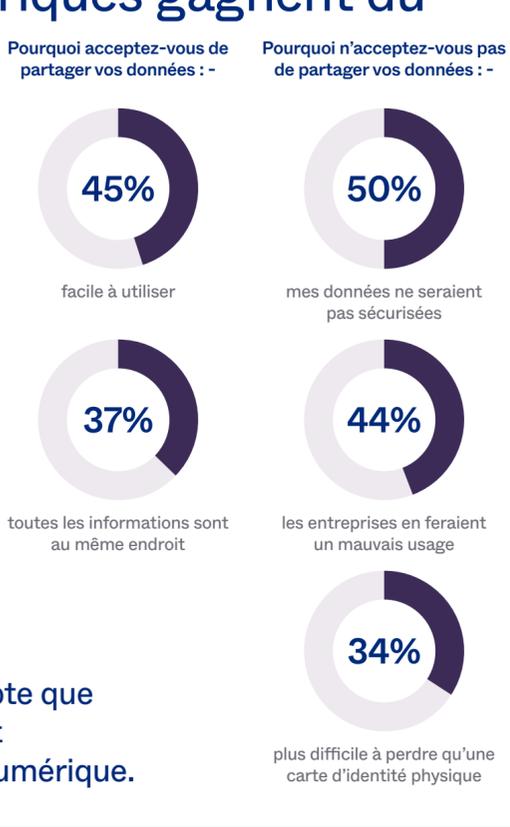
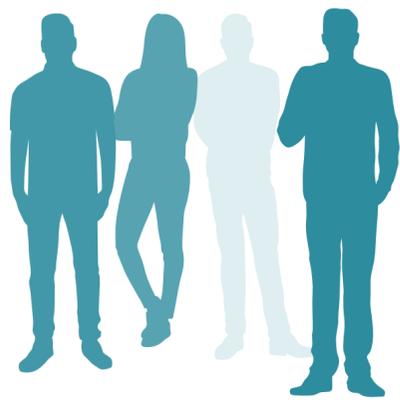
Les mesures en tête du classement pour garantir la confiance lors d'interactions en ligne

Données moyennes des secteurs étudiés : commerce, services financiers, voyages, services administratifs, de santé, publics.



Les identités numériques gagnent du terrain en France

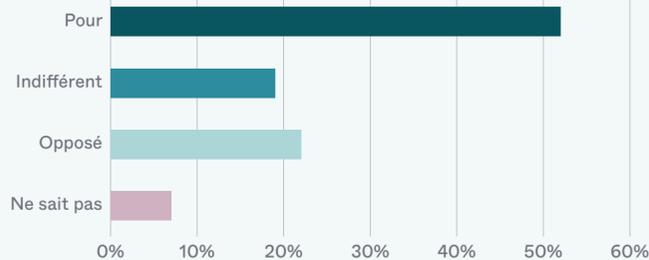
Pour les gouvernements, la confiance dans l'identité numérique et les passeports vaccinaux est cruciale pour protéger les citoyens de la pandémie.



1 Français sur 2 accepte que ses données personnelles soient incorporées dans une identité numérique.

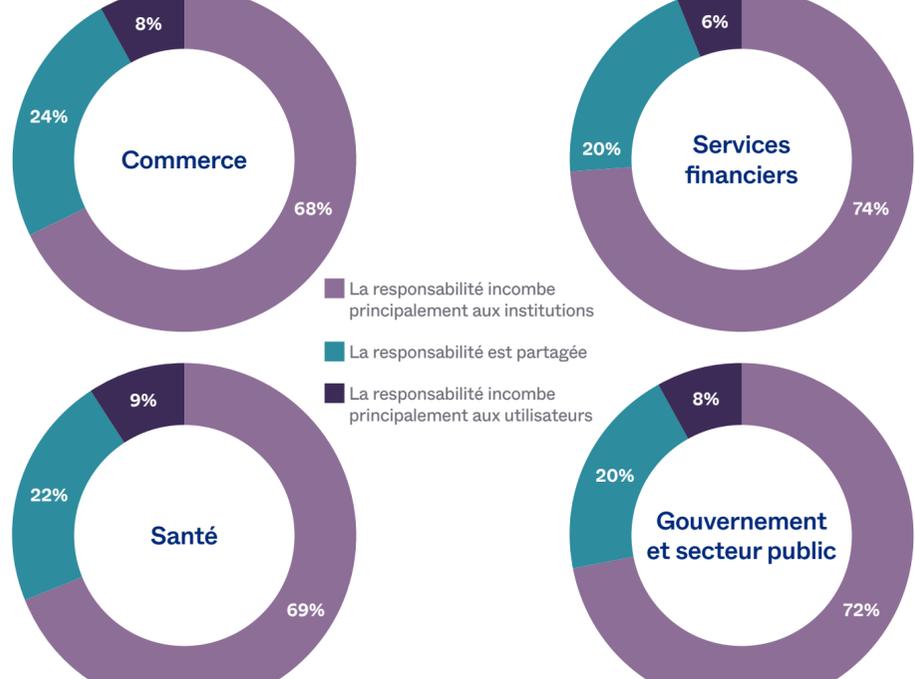
Quel est le sentiment de la population vis-à-vis des technologies liées aux passeports vaccinaux, mis en place par le gouvernement ?

Pour une majorité de Français, les passeports vaccinaux sont leur première expérience d'identité numérique, seule une minorité s'y oppose.



Les consommateurs français considèrent que les organisations sont responsables de leurs données personnelles.

Quel que soit le secteur d'activité, la majorité des consommateurs français estime que la responsabilité de protéger leur identité numérique et leurs données incombe principalement aux institutions.



5 méthodes pour assurer la confiance grâce au CIAM

Des expériences numériques sans couture renforcent la confiance. Pour transformer la vôtre et stimuler la croissance sur du long terme, voici 5 méthodes que permet une solution de gestion des accès et des identités client (CIAM) comme celle d'Okta.

- Miser sur UX**
Permettre une connexion simple et rapide en intégrant un minimum de données
- Développer des outils de sécurité ultra-performants**
Renforcer la confiance grâce à l'authentification multifactor
- Offrir une expérience personnalisée**
Créer un référentiel unique « single source of truth » pour chaque client
- Automatiser le respect des réglementations**
Assurer une confidentialité des données grâce à une gestion des consentements automatisée
- Garder une constance**
Créer des expériences exceptionnelles sur tous vos appareils et marques



Pour en savoir plus sur la confiance numérique en Europe, découvrez l'intégralité du rapport, La Confiance Numérique en 2021.

[Découvrez l'intégralité du rapport](#)

Créer des expériences numériques sécurisées avec Okta

L'identité est essentielle pour créer des expériences clients sécurisées. Okta offre plus de 7 000 intégrations clés en main pour applications et fournisseurs d'infrastructures, grâce auxquelles ses clients peuvent adopter facilement et en toute sécurité les technologies répondant à leurs besoins. Plus de 14 000 entreprises font confiance à Okta pour les aider à protéger l'identité de leurs collaborateurs et de leurs clients.

* Okta et Statista ont interrogé plus de 1 500 personnes en France sur la confiance qu'elles accordent aux services numériques dans les services publics, les commerces, les services bancaires et les systèmes de santé.