

Une étude



Les Français et les données post-mortem

Enquête auprès du grand public

Décembre 2024

Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Directeur des études politiques au Département Politique – Opinion

Natacha Stralla, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.3
Perdre du contenu numérique, une expérience commune et face à laquelle les Français ont connaissance de solutions	P.5
L'existence post-mortem de contenus publiés en ligne, une perspective qui divise et qui effraie	P.11
L'immortalité à travers l'IA, une perspective qui divise tout en attisant la curiosité d'une partie des Français	P.16

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **20** au **26 novembre** 2024.



Échantillon de **2112** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle**, **région** et **taille d'agglomération** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 2 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,3. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,7% et 11,3% (plus ou moins 1,3 point).



Perdre du contenu numérique, une expérience commune et face à laquelle les Français connaissent des solutions

8 Français sur 10 ont déjà perdu du contenu numérique, mais si ce phénomène touche tout le monde, il se produit à une fréquence assez faible. Les répondants déclarant le plus avoir perdu de contenus sont les moins de 35 ans, qui ont davantage recours aux ressources numériques que leurs aînés

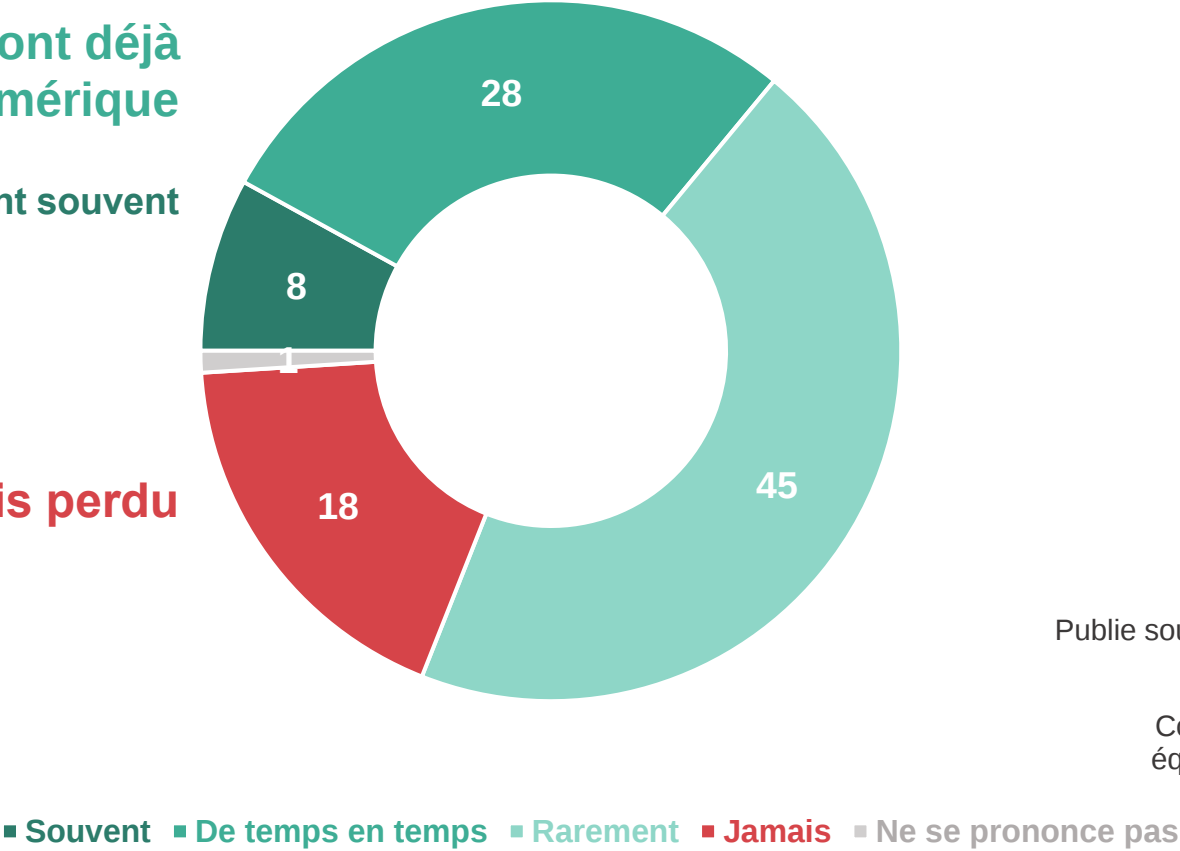
Vous arrive-t-il de perdre du contenu numérique (par exemple des photos, des vidéos, des documents personnels, etc.) ?

- À tous, en % -

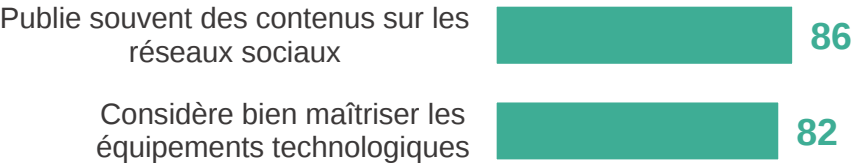
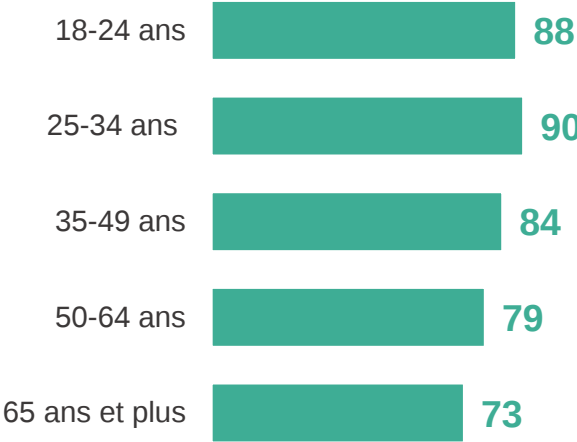
81% des Français ont déjà perdu du contenu numérique

... dont 8% en perdent souvent

18% n'en ont jamais perdu



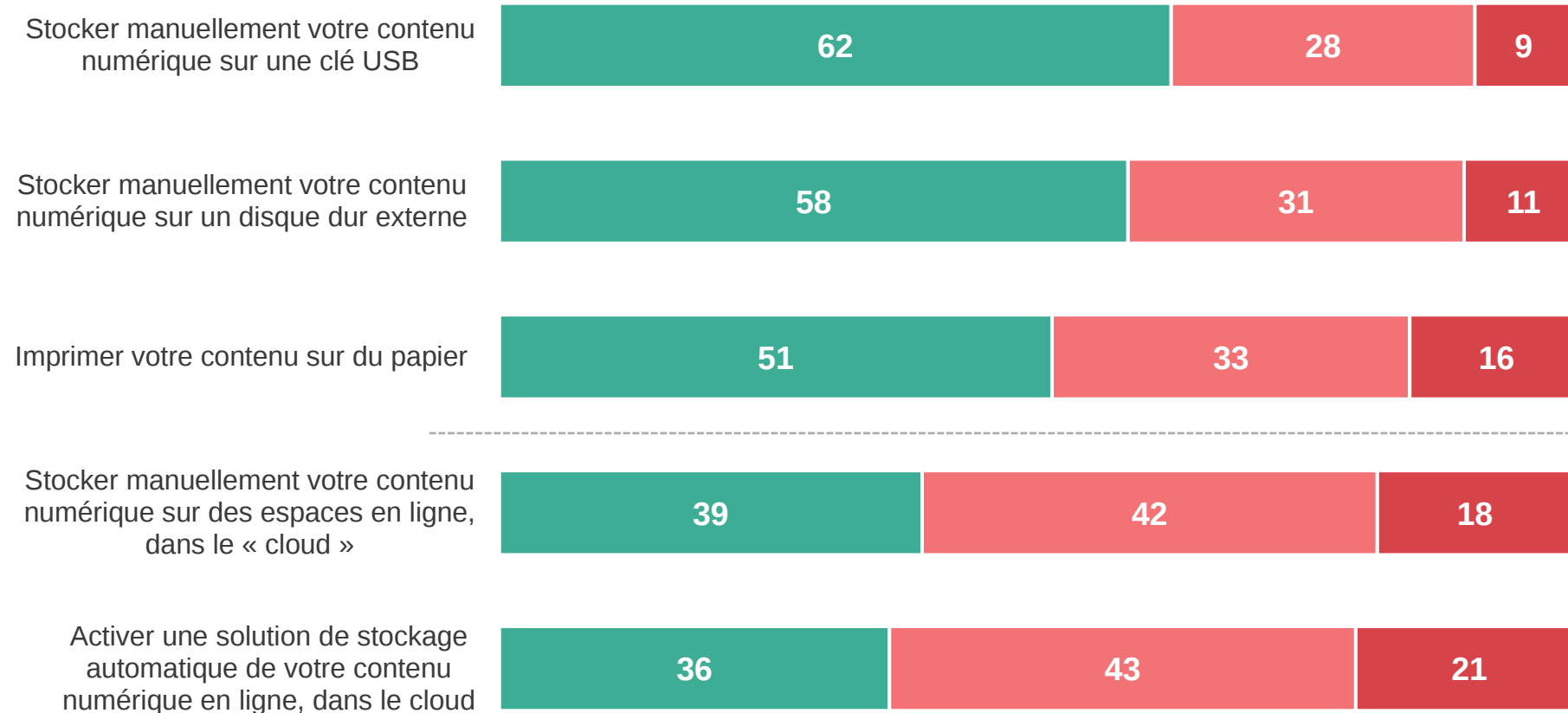
Ont déjà perdu du contenu numérique



Les solutions physiques apparaissent comme les outils les plus mobilisées dans le but de conserver du contenu numérique. Les solutions numériques n'apparaissent pas encore tout à fait maîtrisées par les Français, bien qu'un peu plus de 40% d'entre eux ne sont pas opposés à l'idée

Avez-vous déjà mis en place chacune des solutions suivantes pour ne pas perdre du contenu numérique (par exemple des photos, des vidéos, des documents personnels, etc.) ?

- À tous, en % -

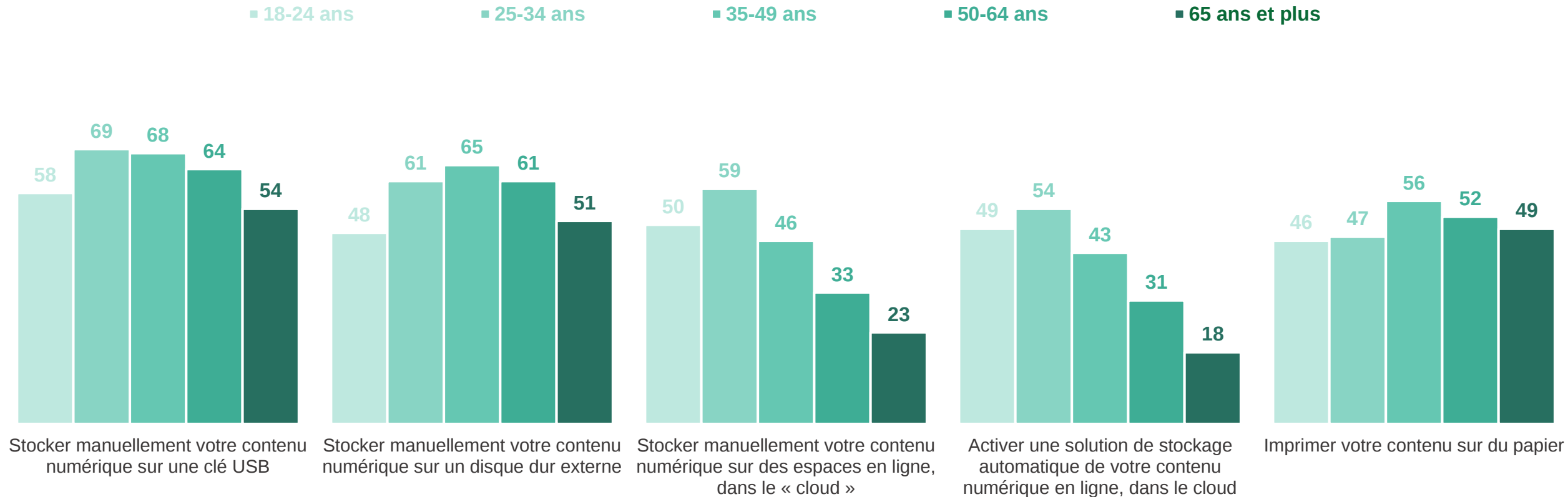


■ Oui ■ Non, mais vous pourriez le faire ■ Non et vous ne pourriez pas le faire ■ Ne se prononce pas

Les solutions physiques apparaissent comme les solutions bénéficiant du taux d'utilisation le plus stable à travers les tranches d'âge, malgré un décrochage des plus jeunes et des plus âgés. Le recours aux solutions numériques, mieux maîtrisé par les moins de 35 ans, diminue de façon importante chez les plus âgés, au profit de l'impression sur papier

Avez-vous déjà mis en place chacune des solutions suivantes pour ne pas perdre du contenu numérique (par exemple des photos, des vidéos, des documents personnels, etc.) ?

- À tous, en % -



Un peu plus de la moitié des Français déclare avoir déjà utilisé la fonctionnalité « souvenirs photographiques ».

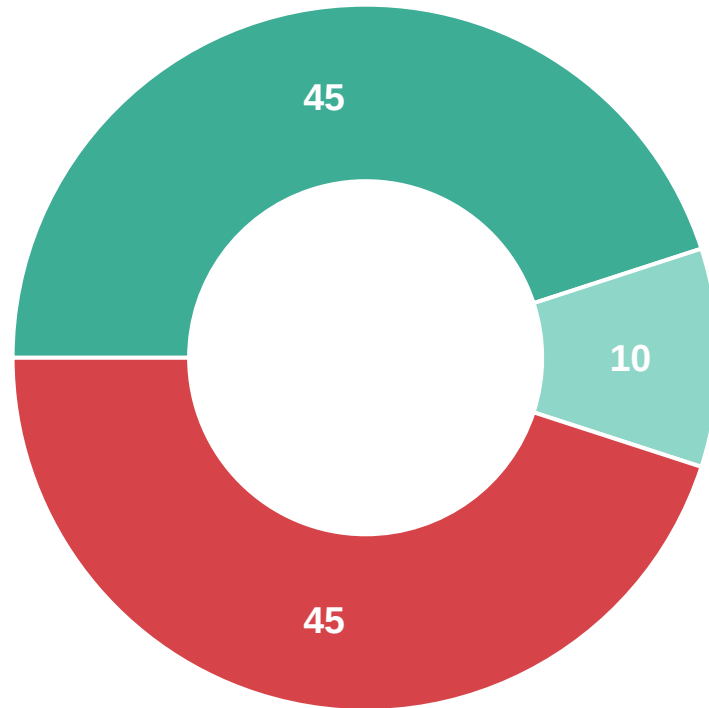
Pour la plupart, elle est activée par défaut sur leur téléphone ou réseau social. Cette fonctionnalité est plus utilisée par les plus jeunes et par les personnes très actives sur les réseaux sociaux

Avez-vous déjà utilisé la fonctionnalité « souvenirs photographiques » des applications et réseaux sociaux qui propose aux utilisateurs de revoir automatiquement certaines photos passées sous la forme de souvenirs ?

- À tous, en % -

Oui : 55%

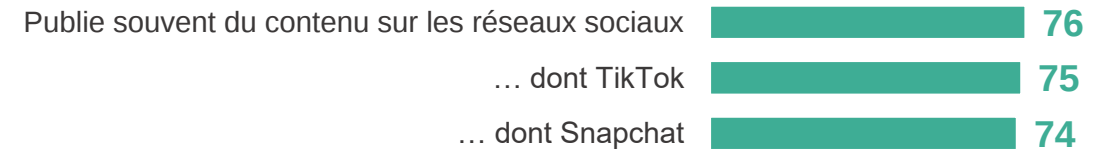
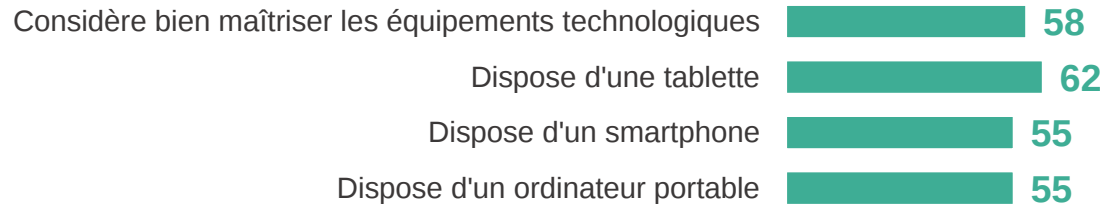
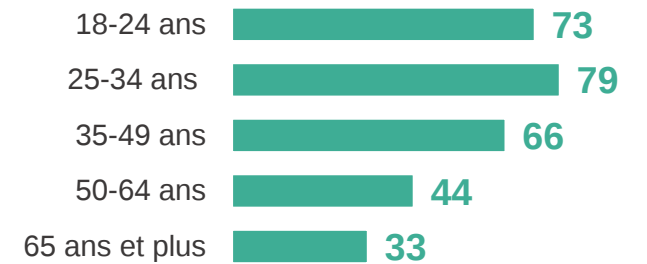
Non



■ Oui, le téléphone ou le réseau social vous la propose automatiquement sans que vous n'ayez cherché à l'activer

■ Oui, vous avez activé volontairement cette fonctionnalité

Ont déjà utilisé la fonctionnalité « souvenirs photographiques »

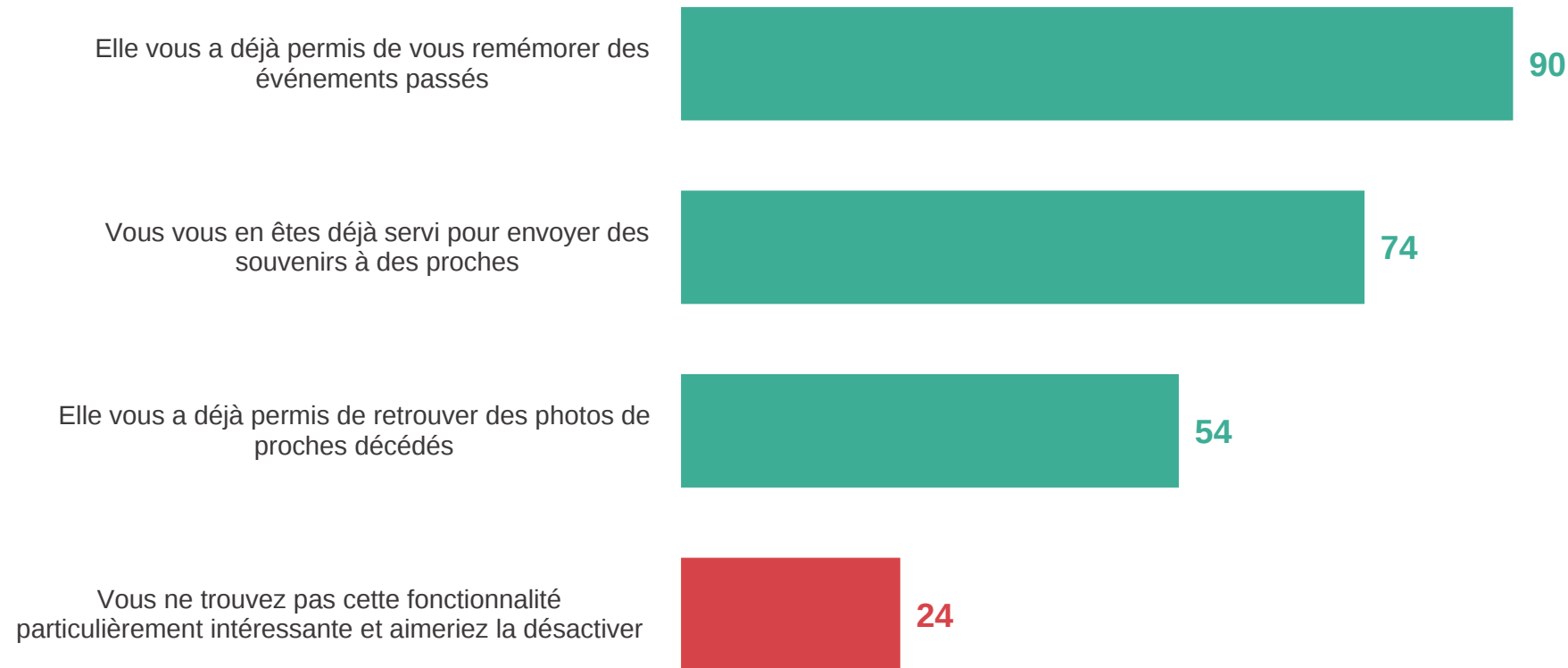


Parmi les Français ayant déjà utilisé la fonctionnalité, 90% déclarent que celle-ci leur a permis de se remémorer des évènements passés, 75% affirment s'en être servi pour envoyer des souvenirs à des proches. Seul un quart exprime un avis négatif

À propos de cette fonctionnalité « souvenirs photographiques », diriez-vous que... ?

- À ceux qui indiquent avoir déjà utilisé la fonction « souvenirs photographiques », en % de réponses « Oui » -

55% des Français affirment avoir déjà utilisé la fonctionnalité « souvenirs photographiques »

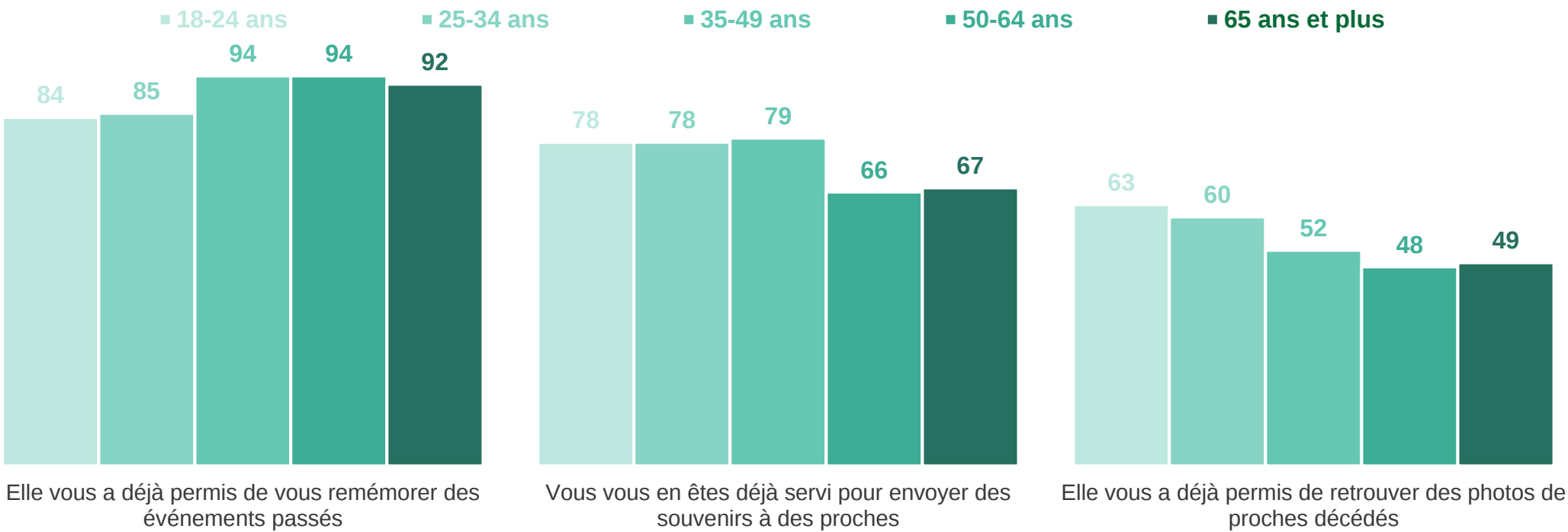


Parmi les Français ayant déjà utilisé la fonctionnalité, les plus âgés affirment plus que les autres qu'elle leur a permis de se remémorer des évènements passés

À propos de cette fonctionnalité « souvenirs photographiques », diriez-vous que... ?

- À ceux qui indiquent avoir déjà utilisé la fonction « souvenirs photographiques », en % de réponses « Oui » -

55% des Français affirment avoir déjà utilisé la fonctionnalité « souvenirs photographiques »



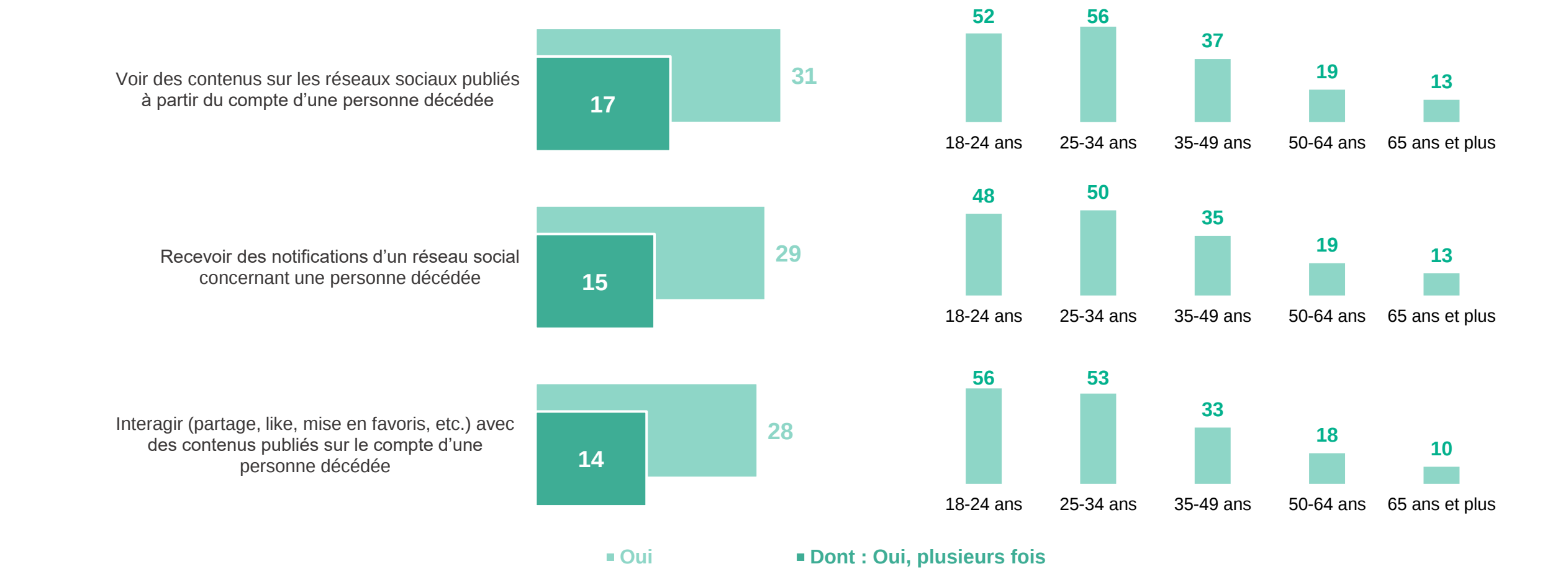


L'existence post-mortem de contenus publiés en ligne, une perspective qui divise et qui effraie

Près d'un tiers des Français déclare avoir déjà été confronté à des contenus publiés depuis le compte d'une personne décédée, une expérience particulièrement connue des tranches d'âge les plus jeunes, ces derniers étant plus actifs sur les réseaux sociaux

Avez-vous déjà été confronté(e) ou non à chacune des situations suivantes ?

- À tous, en % -

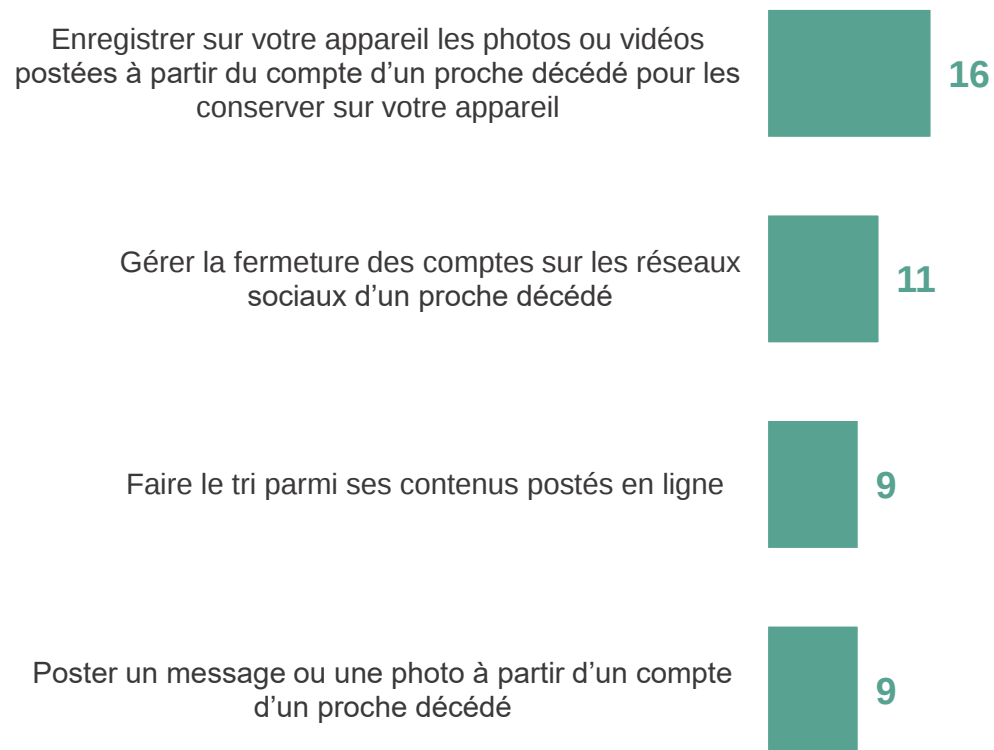


De manière générale, les moins de 35 ans, les hommes et les personnes qui publient souvent des contenus sur les réseaux sociaux sont plus susceptibles de déclarer avoir connu ces situations.

Si les actions décrites n'ont chacune été effectuées que par une minorité des Français, 30% ont effectué au moins une d'entre elles, la plus commune étant d'enregistrer sur son appareil des photos ou vidéos depuis le compte d'un proche décédé

Avez-vous déjà effectué les actions suivantes à partir du compte sur les réseaux sociaux d'un proche décédé ? – *Plusieurs réponses possibles*

- À tous -



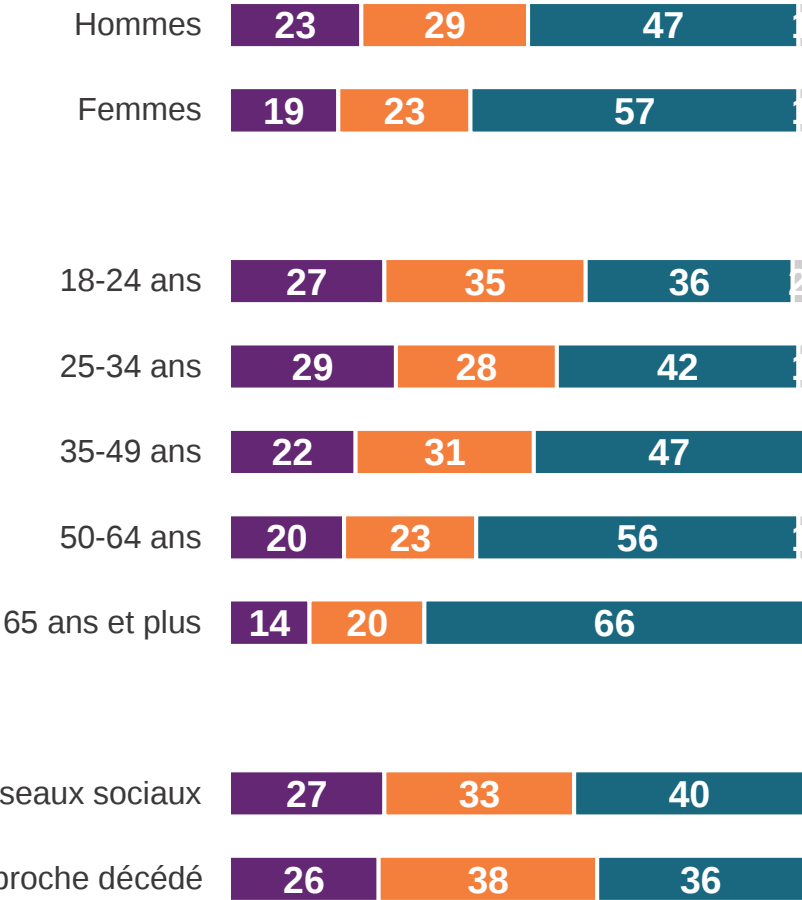
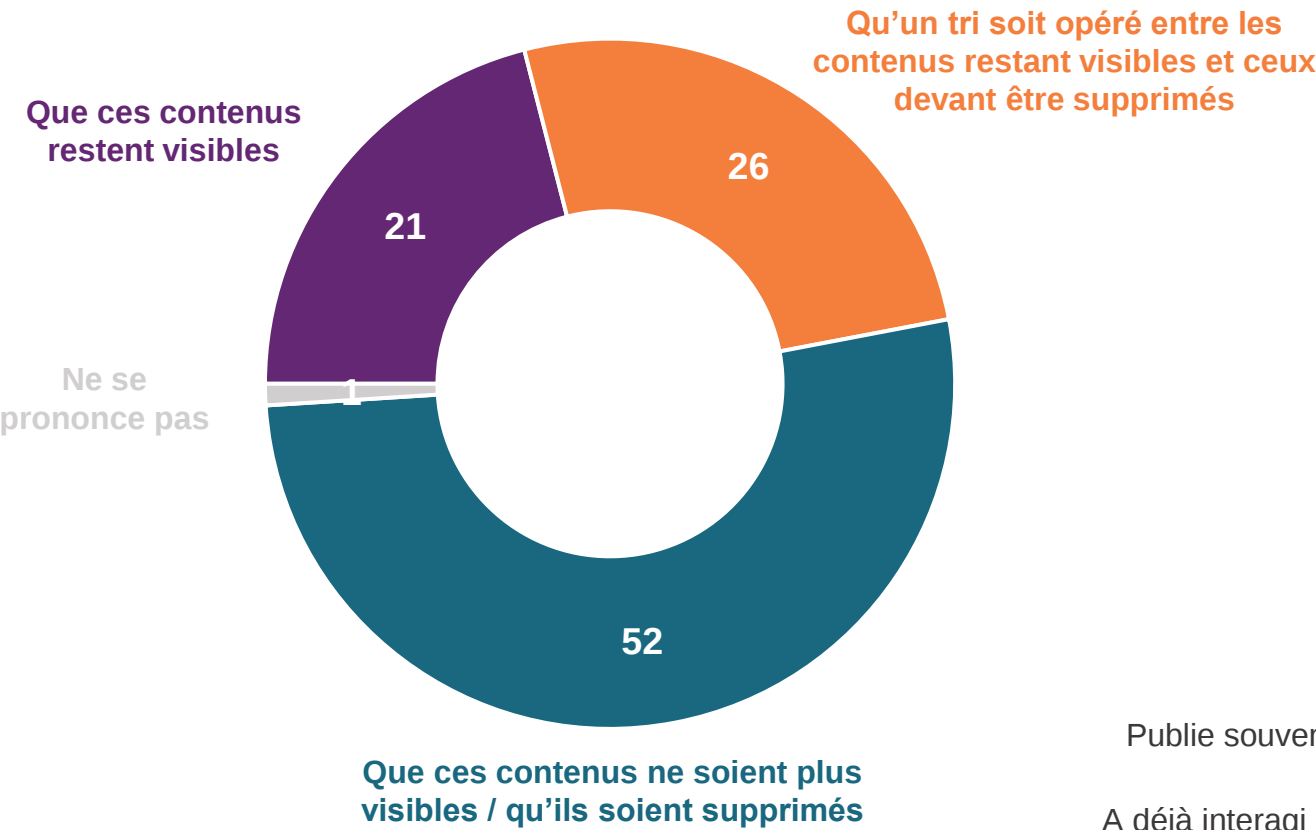
30% des Français déclarent avoir déjà **interagi depuis le compte d'un proche décédé**



Une moitié des Français préférerait que les contenus qu'ils ont publié sur les réseaux sociaux soient supprimés après leur décès, un sentiment qui est particulièrement présent chez les tranches d'âge les plus âgées.

Vous-même, concernant les contenus que vous avez publiés sur les réseaux sociaux, préféreriez-vous après votre décès... ?

- À tous, en % -



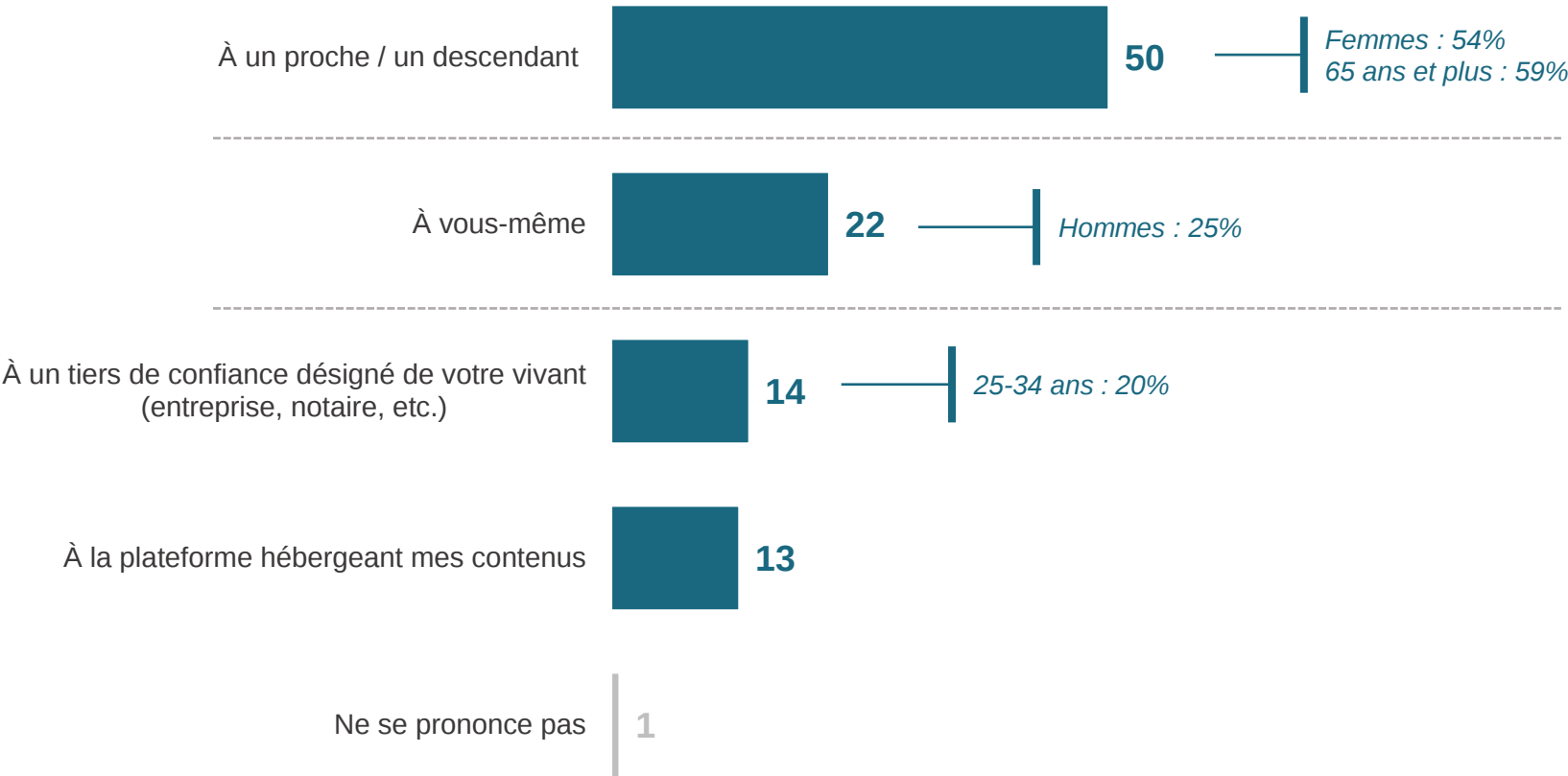
Dans le cas d'une suppression ou d'un tri des contenus publiés, la majorité des Français estime qu'il s'agirait de la responsabilité d'un proche ou d'un descendant, voire du répondant lui-même en prévision de son décès

Dans le cas d'une suppression ou d'un tri des contenus que vous avez publiés sur les réseaux sociaux, à qui devrait revenir prioritairement cette tâche selon vous... ? – 1 réponse possible

- À tous, en % -

Auprès des Français qui préféreraient que leurs contenus publiés...

Soient triés
Soient supprimés



Soient triés	Soient supprimés
53%	48%
22%	21%
17%	13%
8%	18%



**L'immortalité à travers l'IA, une perspective qui
divise tout en attisant la curiosité d'une partie des
Français**

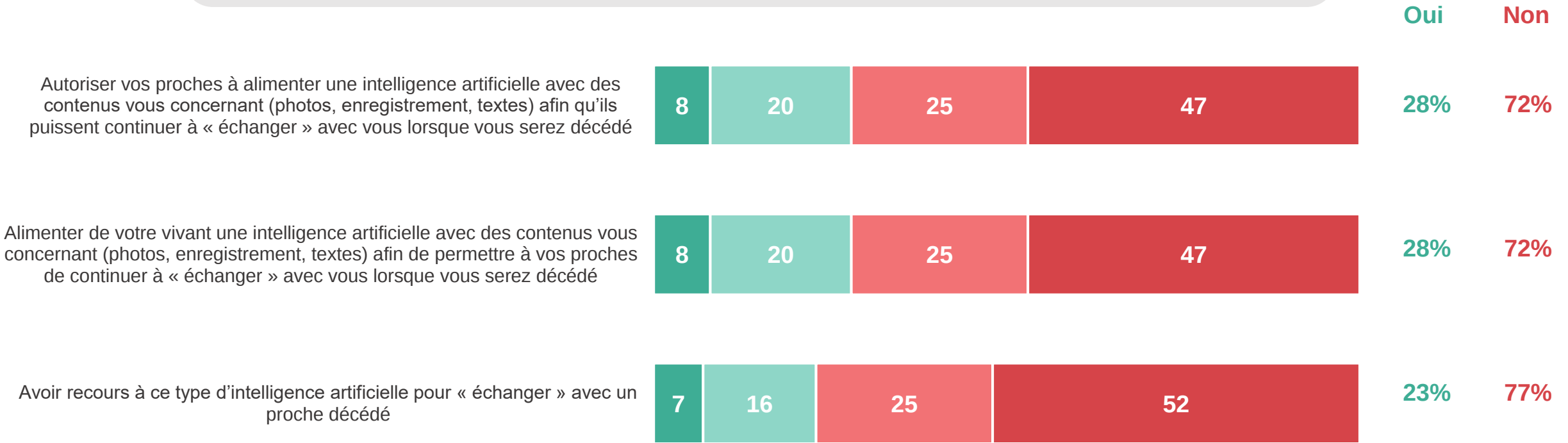
L'usage de l'intelligence artificielle pour continuer à « échanger » avec ses proches décédés / une fois décédé est un procédé qui semble intéresser une minorité (loin d'être marginale) de Français. La moitié d'entre eux affirment cependant de façon certaine qu'ils n'auraient pas recours à ce type de technologie

Pourriez-vous... ?

- À tous, en % -

Mise à niveau présentée aux répondants :

Récemment se sont développés des outils numériques basés sur l'intelligence artificielle qui permettent de répliquer les comportements de personnes défuntées. Ainsi, il est possible pour leurs proches d'échanger avec cette intelligence artificielle, par un chatbot (agent conversationnel) par exemple, qui répond comme l'aurait fait la personne disparue en se basant sur les données numériques dont elle dispose sur cette personne (photos, vidéos, enregistrements, écrits, etc.).

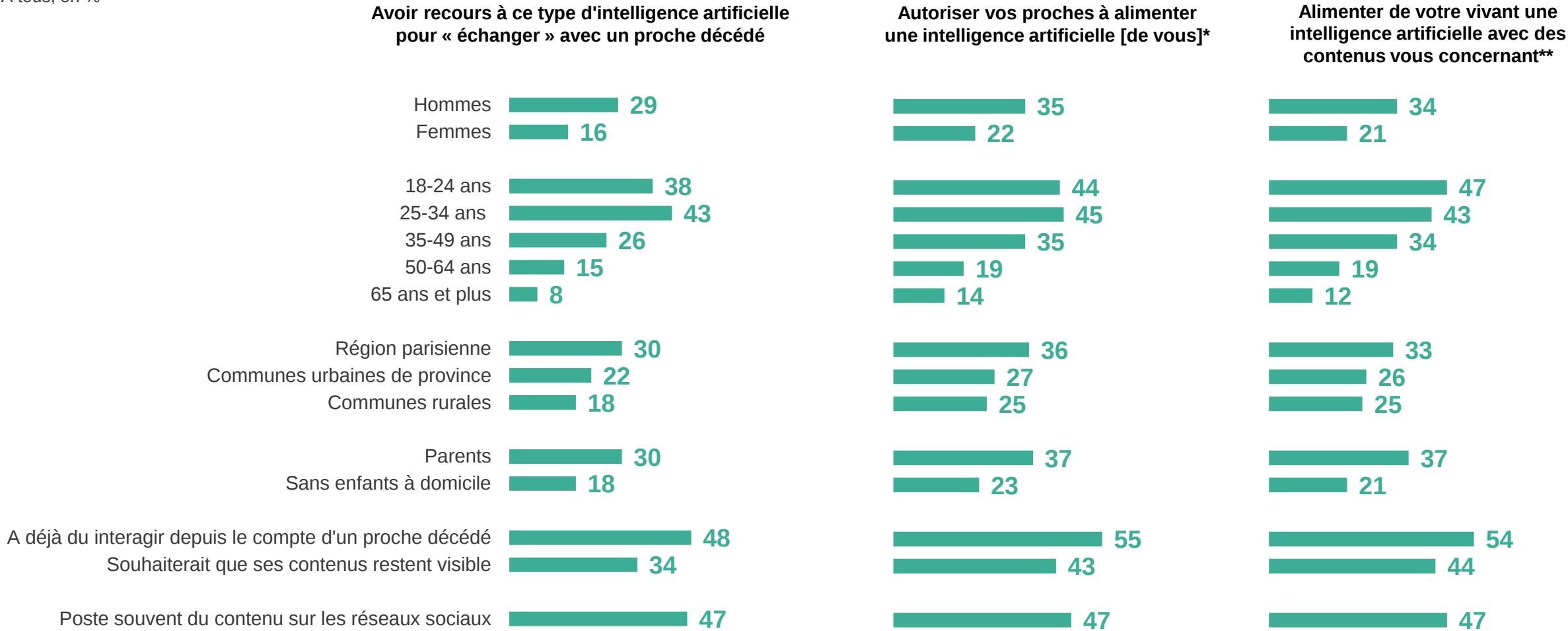


■ Oui, certainement ■ Oui, probablement ■ Non, probablement pas ■ Non, certainement pas

Les hommes, les moins de 35 ans, mais aussi les parents tendent davantage à déclarer qu'ils pourraient avoir recours à l'IA, que ce soit pour échanger avec un proche décédé ou pour laisser à leurs proches une IA d'eux-mêmes après leur mort

Pourriez-vous... ?

- À tous, en % -



Libellés complets :

*Autoriser vos proches à alimenter une intelligence artificielle avec des contenus vous concernant (photos, enregistrement, textes) afin qu'ils puissent continuer à « échanger » avec vous lorsque vous serez décédé(e)

**Alimenter de votre vivant une intelligence artificielle avec des contenus vous concernant (photos, enregistrement, textes) afin de permettre à vos proches de continuer à « échanger » avec vous lorsque vous serez décédé(e)

Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – jdlevy@harrisinteractive.fr