

# CYBERVIOLENCE ET CYBERHARCÈLEMENT : ETAT DES LIEUX D'UN PHÉNOMÈNE RÉPANDU



## VOS CONTACTS IPSOS

Etienne Mercier ; [etienne.mercier@ipsos.com](mailto:etienne.mercier@ipsos.com)  
Adeline Merceron ; [adeline.merceron@ipsos.com](mailto:adeline.merceron@ipsos.com)  
Sophie Morin ; [sophie.morin@ipsos.com](mailto:sophie.morin@ipsos.com)  
Amélie Marmuse ; [amelie.marmuse@ipsos.com](mailto:amelie.marmuse@ipsos.com)

GAME CHANGERS



# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

Echantillon grand public de **1 008** français âgés de 18 ans et plus.



## DATE DE TERRAIN

02 au 04 novembre 2021.



## MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.

### Méthode des quotas :

sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.

Certaines sous cibles sont présentées dans ce document : les différences statistiquement significatives (95%) sont indiquées en couleur pour une meilleure lisibilité des résultats sur ces sous-populations d'intérêt.

**XX / XX** Résultats significativement **SUPÉRIEURS** OU **INFÉRIEURS** par rapport à la moyenne des répondants

**!** Ce symbole indique une base faible (effectifs inférieurs à 40 répondants) et des résultats à interpréter avec prudence



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 Etudes de marché, études sociales et d'opinion.

Ce rapport a été relu par Adeline Merceron, Responsable activité Santé (Ipsos Public Affairs).

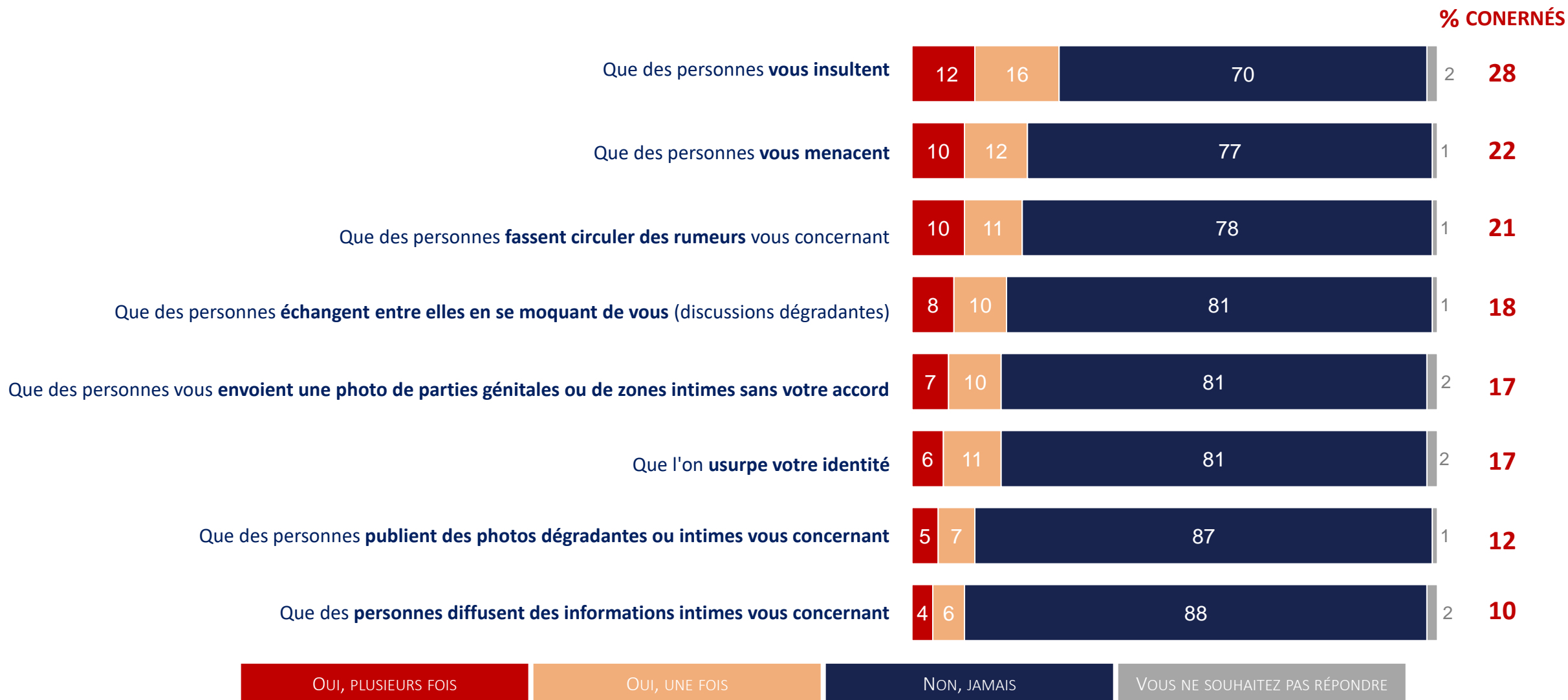
The background image shows a young woman with blonde hair, wearing a white long-sleeved shirt and dark shorts, sitting on the floor in a locker room. She is leaning forward with her head down, appearing distressed. The locker room lockers are visible in the background. Overlaid on the image are several glowing digital icons: a blue speech bubble with three dots, a yellow sad face emoji, a pink speech bubble with three dots, a yellow sad face emoji with a frown, a pink speech bubble with three dots, a yellow sad face emoji, a pink lightning bolt icon, a black cloud with the text "#Bully", a yellow sad face emoji, a yellow sad face emoji, a yellow sad face emoji, and a yellow sad face emoji. A large blue number '1' is on the left side of the image.

# 1 LA CYBERVIOLENCE, UN PHÉNOMÈNE TRÈS RÉPANDU



PLUS DE 4 FRANÇAIS SUR 10 ONT DÉJÀ ÉTÉ VICTIMES DE CYBERVIOLENCE : UNE RÉALITÉ QUI CONCERNE PLUS PARTICULIÈREMENT LES TRANCHES D'ÂGE LES PLUS JEUNES (JEUNES ADULTES & ENFANTS, DES SEGMENTS TRÈS PRÉSENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX)

Les insultes, les menaces et les rumeurs sont parmi les situations les plus fréquemment subies par les français. 1 Français sur 10 y a même été confronté plusieurs fois.

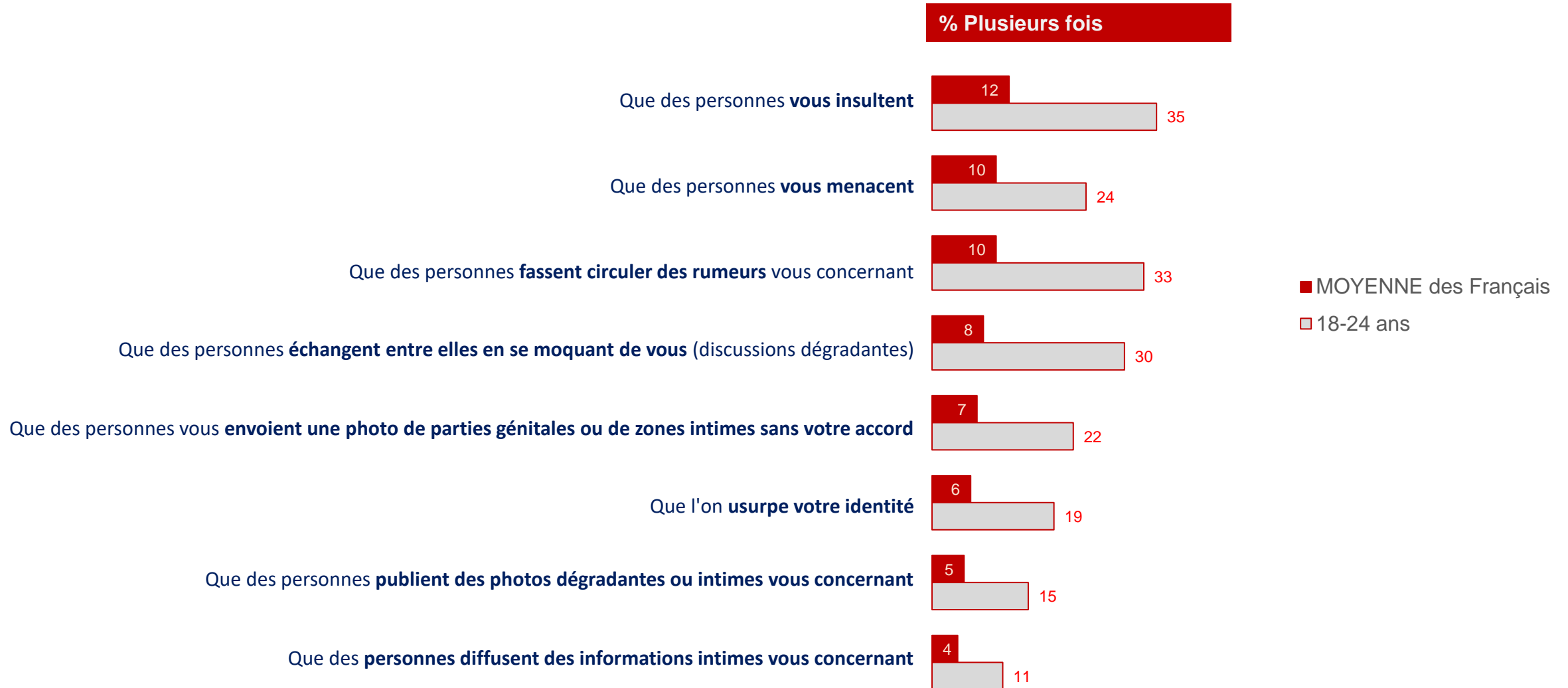


Question 6 : Avez-vous déjà vécu les situations suivantes que ce soit sur un réseau social, sur une messagerie instantanée ou par SMS... ?

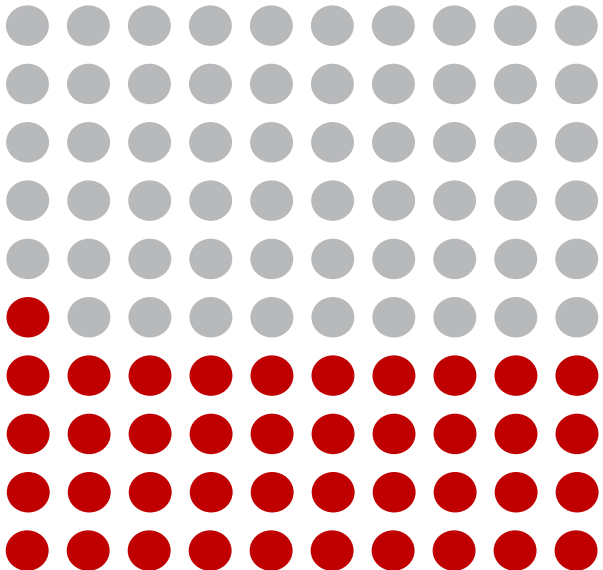
Base : Ensemble de l'échantillon, (N= 1 008)



Résultats en %

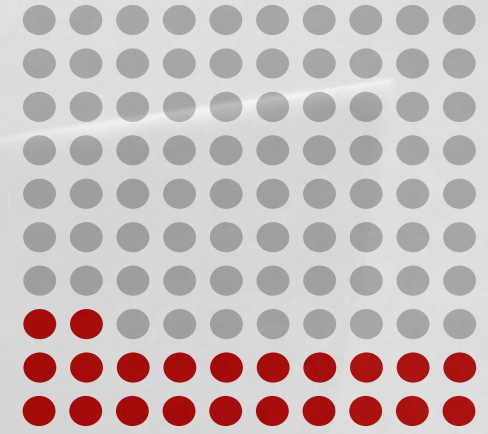






**41%** des Français déclarent avoir vécu ne serait-ce qu'une fois, au moins une situation de cyberviolence, que ce soit sur un réseau social, sur une messagerie instantanée ou par SMS (parmi les situations suivantes)

- Insultes
- Menaces
- Victimes de rumeurs
- Moqueries
- Réception de dick pic
- Usurpation d'identité
- Publication des photo dégradantes ou intimes
- Diffusent d'informations personnelles

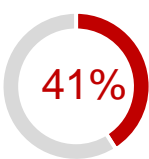


**22%** y ont été confrontés PLUSIEURS FOIS

**87%** chez les 18-24 ans !

**67%** chez les 18-24 ans

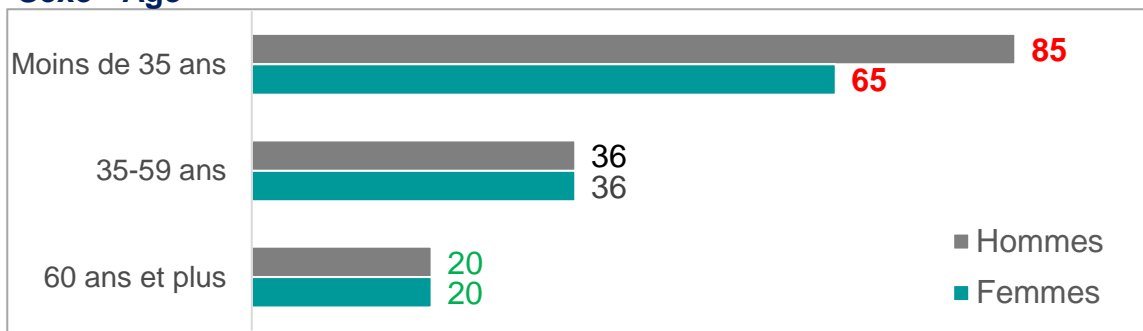




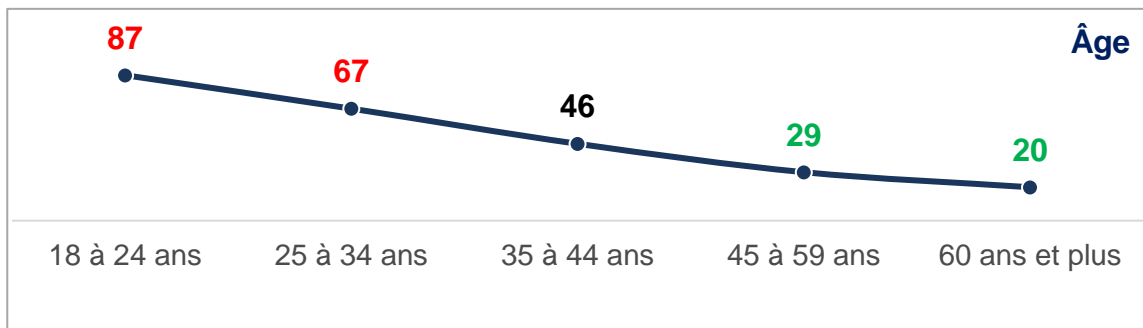
des Français déclarent avoir vécu ne serait-ce qu'une fois, au moins une situation de cyberviolence.

Qui sont-ils ?

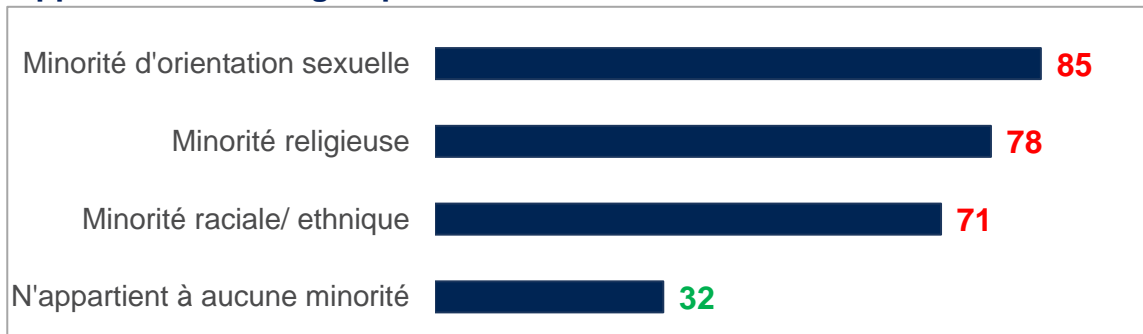
Sexe \* Âge



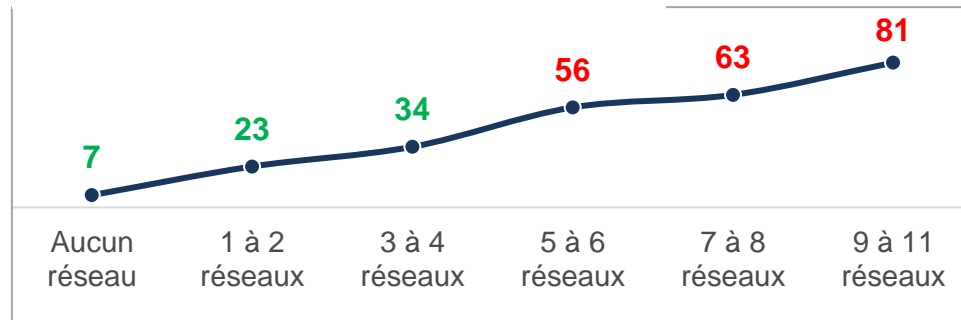
Âge



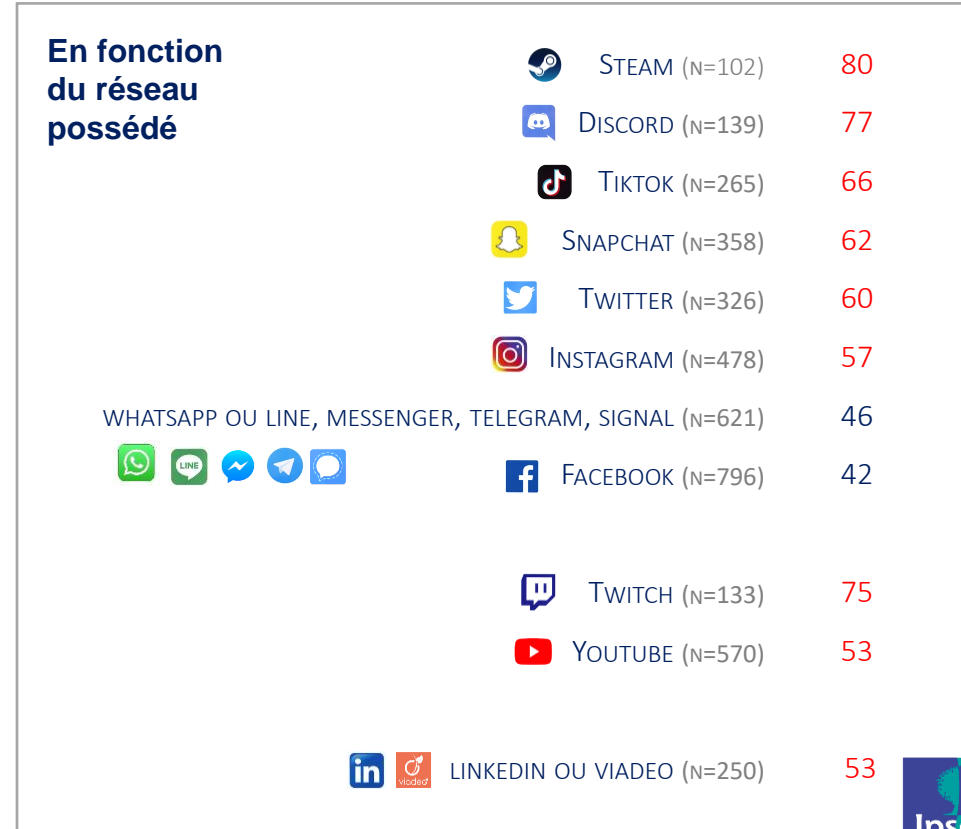
Appartenance à un groupe minoritaire



Nombre de réseaux sociaux possédés



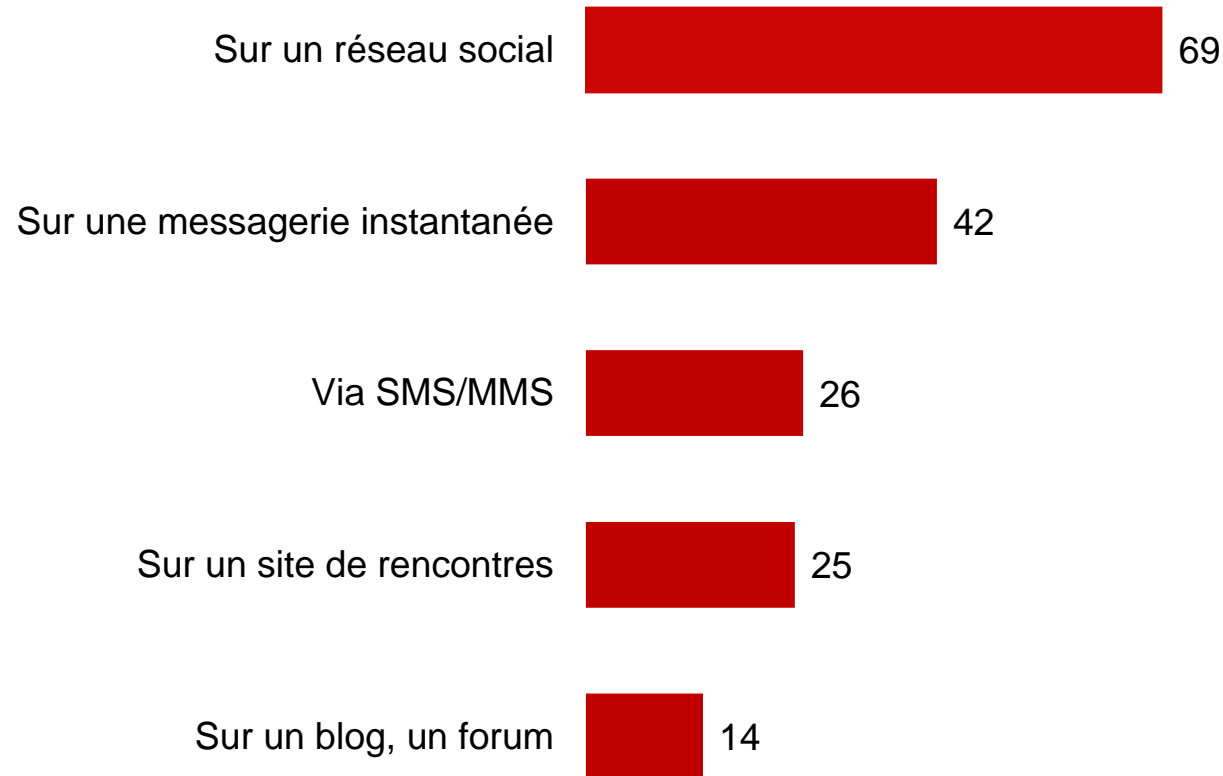
En fonction du réseau possédé





# Les réseaux sociaux apparaissent comme les plus propices à la cyberviolence, devant les messageries instantanées et les SMS / MMS...

*Base: Personnes ayant déjà été victimes de cyberviolence, soit 41% de l'échantillon*



- + 18-24 ans : 85
- + Personnes possédant 9 à 11 RS : 85
- + personnes publiant sans se restreindre les contenus suivants :
  - Photos avec des amis : 86
  - Posts sur l'actualité des people : 86
  - ! Messages liés à sa vie amoureuse : 87
  - Posts en lien avec les loisirs : 82

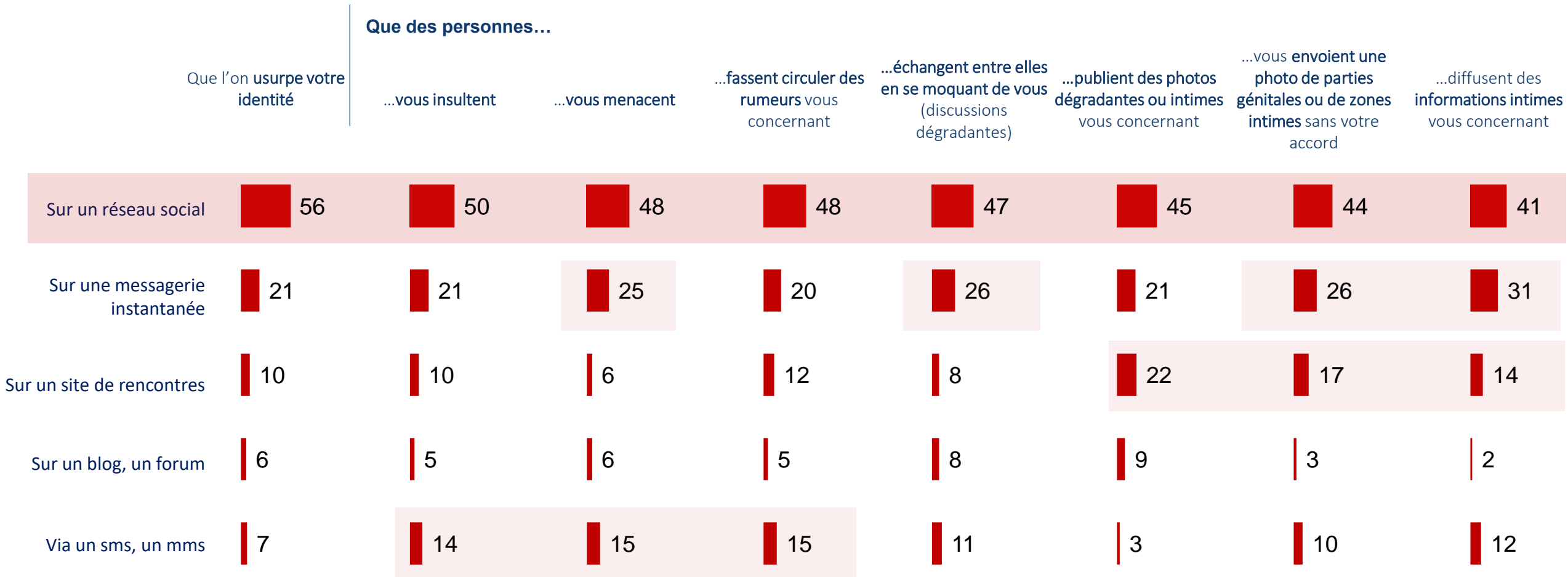
*Total supérieur à 100, la question était posée pour chaque situation de violence. Il s'agit là de sous-totaux*

Question 7 : Lorsque vous avez rencontré les situations suivantes, où cela s'est-il passé, le plus souvent ?

# DETAIL

... et ce, quel que soit le type de violence. Les messageries instantanées se révèlent également être un espace significatif de la cyberviolence.

*Base: Personnes ayant déjà été victimes de cyberviolence, soit 41% de l'échantillon*

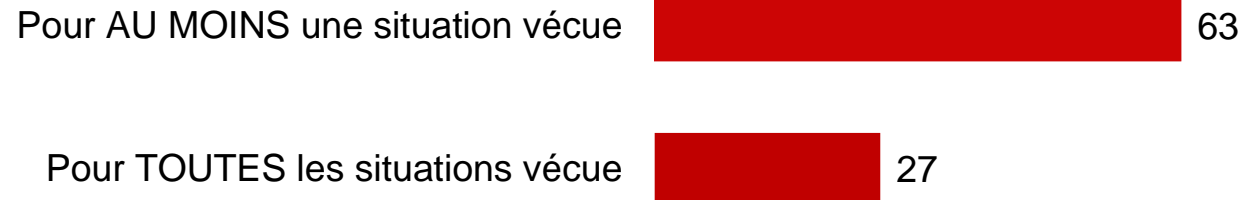


Question 7 : Lorsque vous avez rencontré les situations suivantes, où cela s'est-il passé, le plus souvent ?

Dans près des deux tiers des cas, les victimes de cyberviolence, connaissent la véritable identité de l'agresseur, une tendance qui varie particulièrement selon les réseaux...

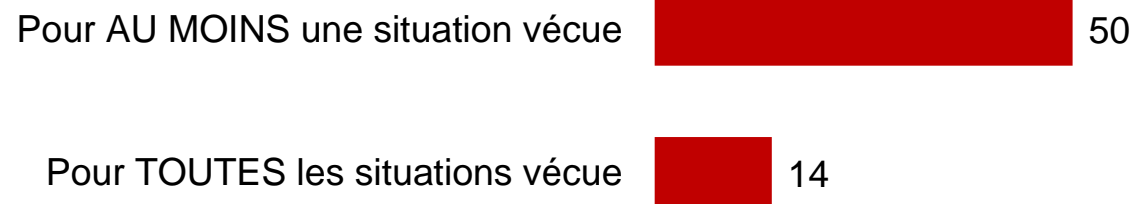
*Base: Personnes ayant déjà été victimes de cyberviolence, soit 41% de l'échantillon*

### Connaissance de la véritable identité du harceleur



- + Moins de 35 ans : 74
- + Utilisateur de Snapchat : 72
- + A déjà porté plainte : 82

### Agressions via des profils avec pseudonymes



- + Moins de 35 ans : 61
- + Utilisateur de Discord : 68
- + Utilisateur de Steam : 72
- + Utilisateur de Twitch : 70
- + Utilisateur de TikTok : 63
- + Personnes présentes sur 9 à 11 RS : 69

*Total supérieur à 100, la question était posée pour chaque situation de violence. Il s'agit là de sous-totaux*

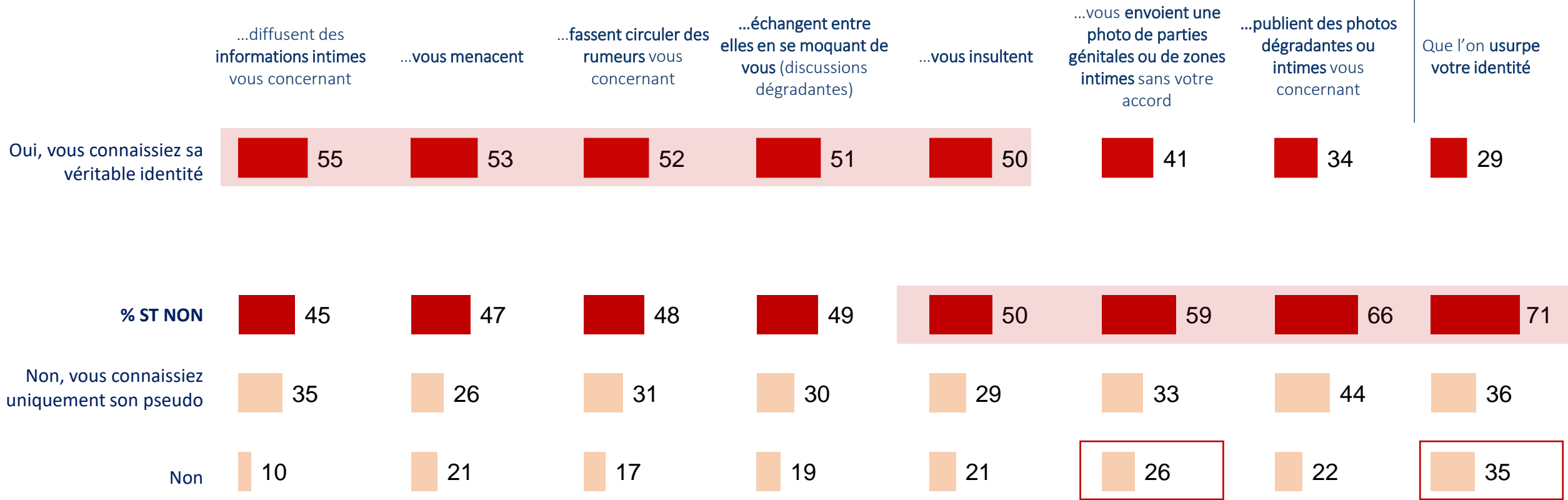
Question 8 : Pour chacune des situations auxquelles vous avez été exposé(e), connaissiez-vous la ou les personne(s) qui ont fait ça ?

# DETAIL

... et selon la nature des agressions. Lorsque celles-ci sont les plus personnalisées, dans un cas sur deux, l'identité de l'agresseur est plus souvent connue.

*Base: Personnes ayant déjà été victimes de cyberviolence, soit 41% de l'échantillon*

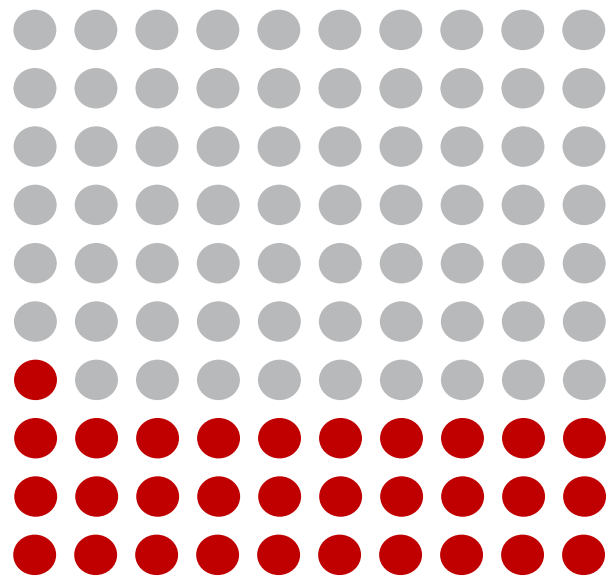
## Que des personnes...



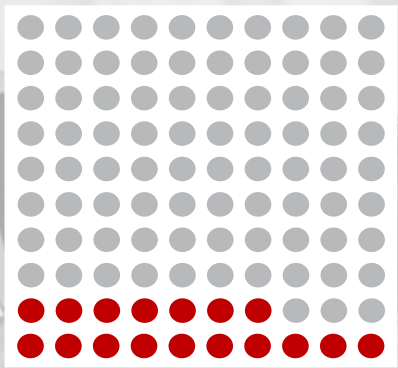
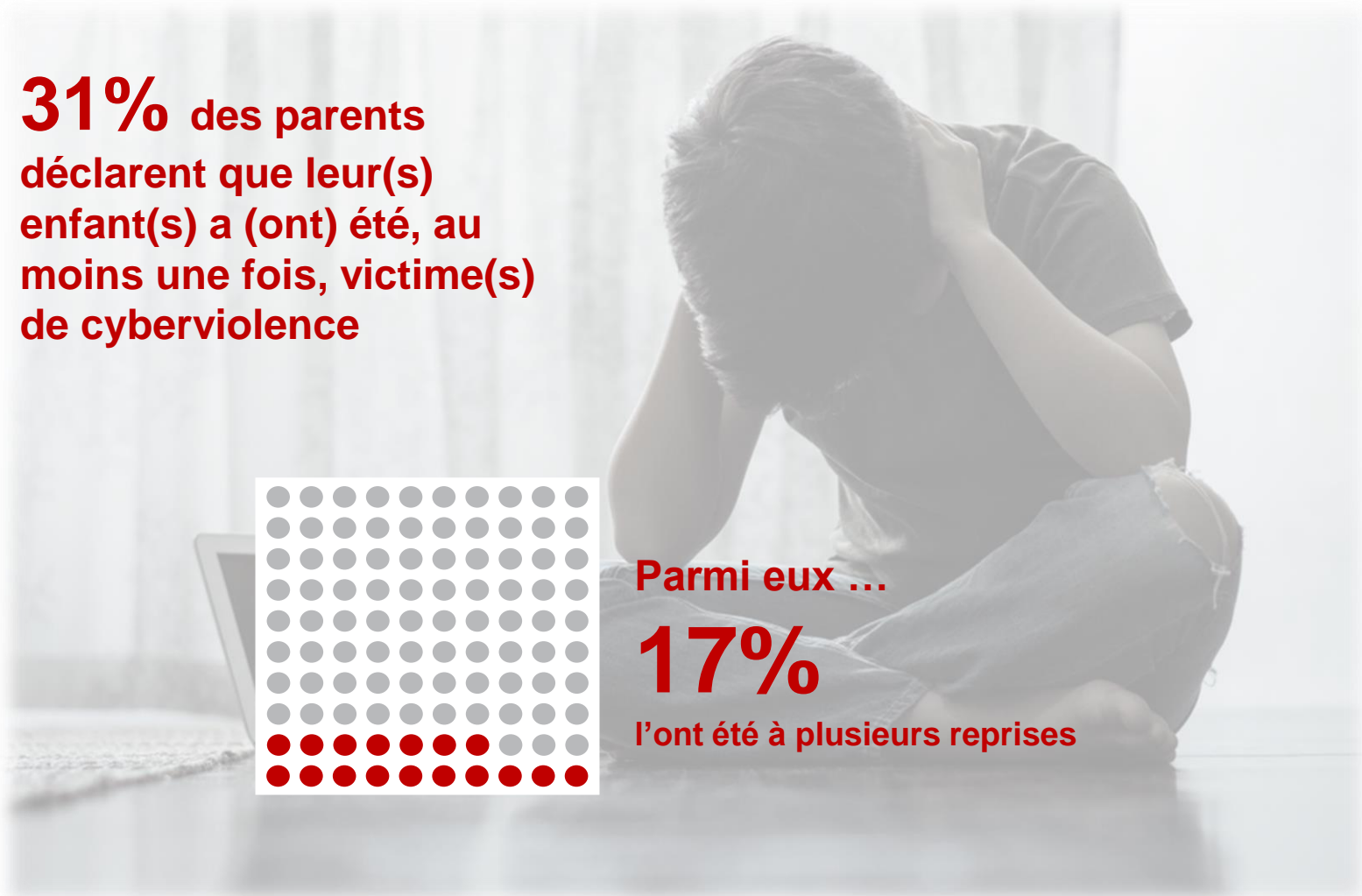
Question 8 : Pour chacune des situations auxquelles vous avez été exposé(e), connaissiez-vous la ou les personne(s) qui ont fait ça ?

Question : Est-ce que l'un de vos ENFANTS a déjà vécu les situations suivantes, que ce soit sur un réseau social, sur une messagerie instantanée ou par SMS... ?

Base: Aux parents, soit 34% de l'échantillon



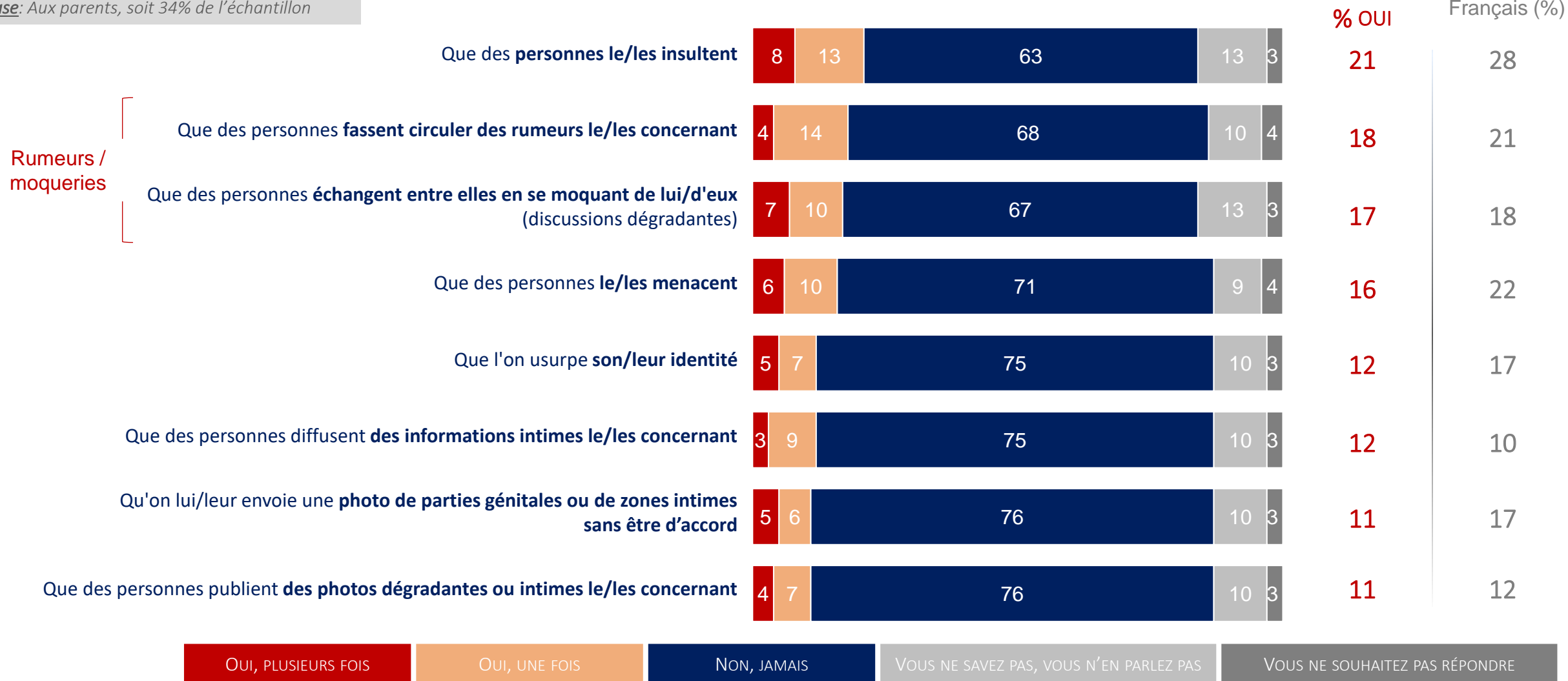
**31%** des parents déclarent que leur(s) enfant(s) a (ont) été, au moins une fois, victime(s) de cyberviolence



Parmi eux ... **17%** l'ont été à plusieurs reprises

Selon les parents, leurs enfants sont concernés par la cyberviolence dans des proportions assez proches de la moyenne des Français, notamment en ce qui concerne les rumeurs et les moqueries. Environ 1 parent sur 10 admet ne pas savoir réellement ce qu'il en est pour son enfant.

Base: Aux parents, soit 34% de l'échantillon

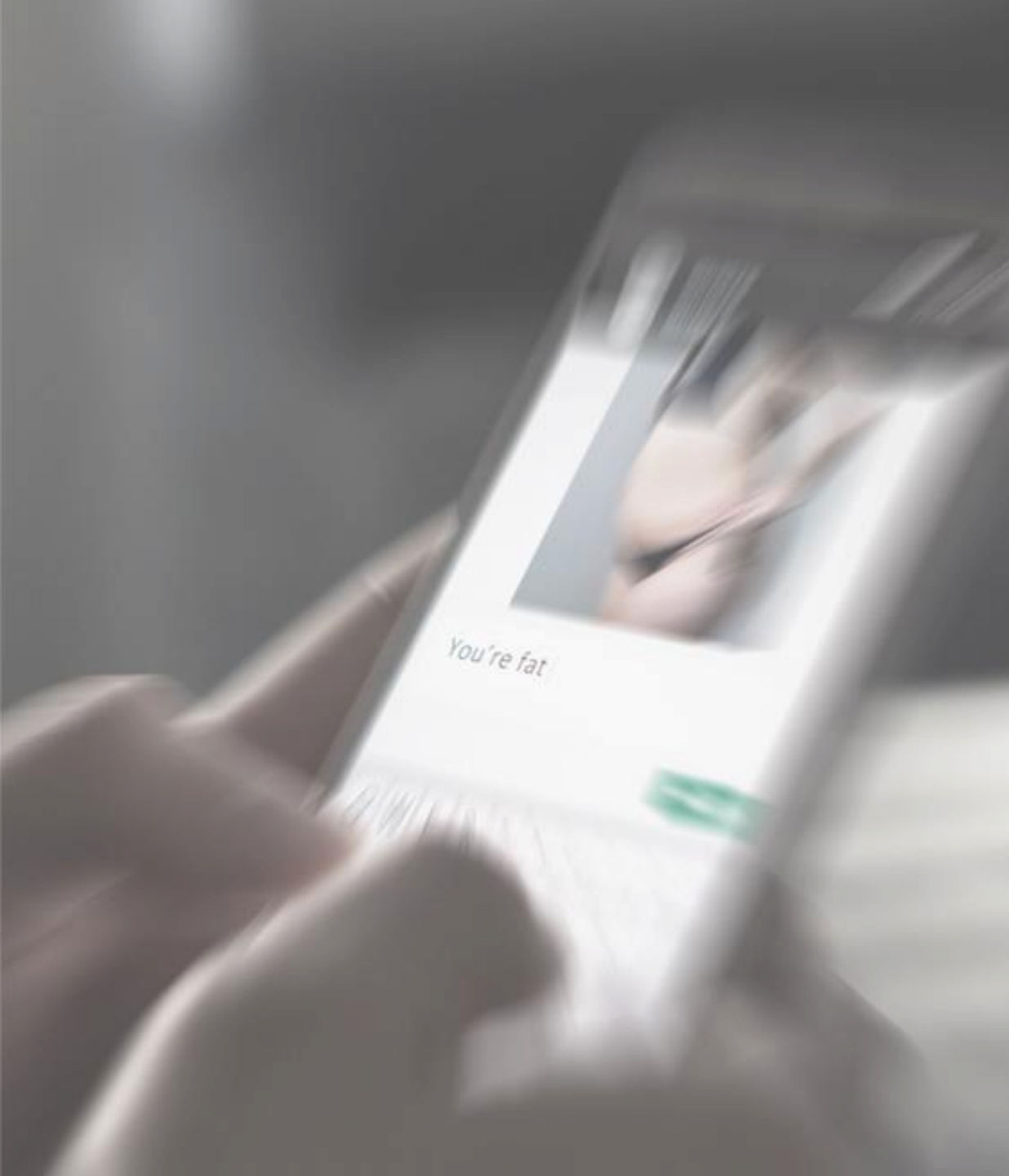


Question 9 : Est-ce que l'un de vos enfants a déjà vécu les situations suivantes, que ce soit sur un réseau social, sur une messagerie instantanée ou par SMS... ?



Résultats en %





LES CONSÉQUENCES  
PSYCHIQUES ET SOCIALES DE  
CETTE CYBERVIOLENCE SONT  
NOMBREUSES ET  
SIGNIFICATIVES CHEZ LES  
VICTIMES ET PLUS ENCORE  
LORSQU'IL S'AGIT D'ENFANTS

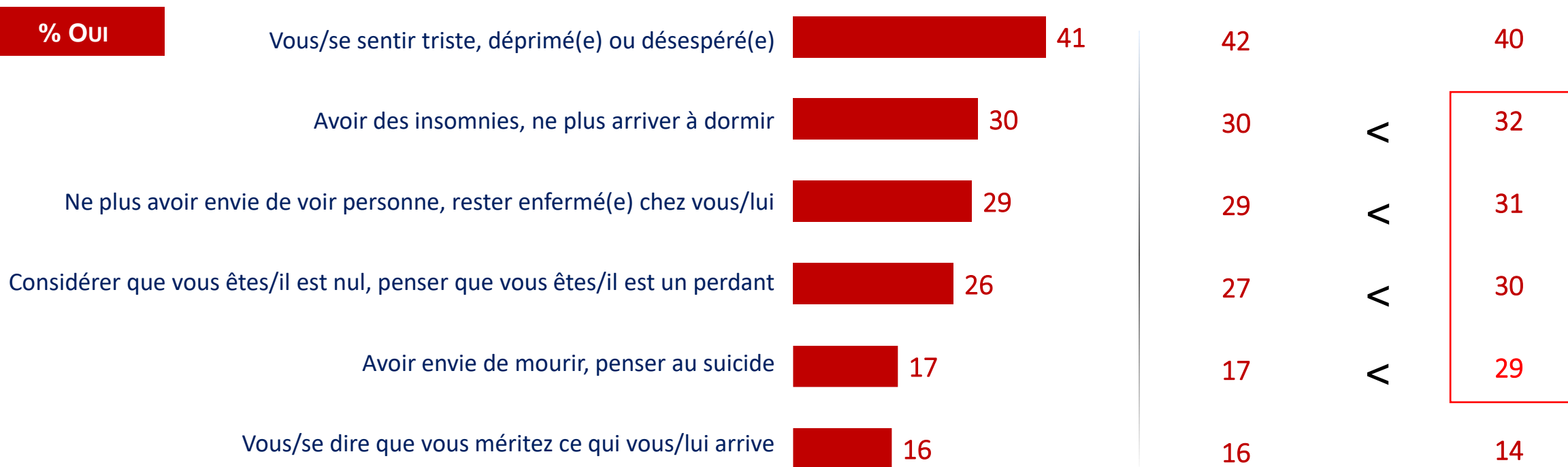
# Des impacts très violents chez les personnes victimes de cyberharcèlement : 41% se sont senties déprimées, 17% ont pensé au suicide et 16% qu'elles méritaient ce qui leur arrivait

*Base: Ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence et/ou dont les enfants ont été victimes de cyberviolence, soit 42% de l'échantillon*

A été directement concerné  
(n=390)

Un enfant a été concerné  
(n=104)

**Ont ressenti AU MOINS une de ces émotions 59% 60% 69%**



**Question 16 :** A la suite de ces comportements dont vous avez été victime/ votre enfant a été victime sur les réseaux sociaux, les messageries instantanées ou par SMS, avez-vous/a-t-il rencontré les problèmes suivants ?



L'impact des cyberviolences varie en fonction de leur nature. Le point commun : la récurrence de ces agressions a des conséquences très fortes sur les victimes.

**Type de cyberviolences subies par eux personnellement**  
(de la plus fréquente, à la moins fréquente)

**% A RESSENTI LES ÉMOTIONS SUIVANTES**

	ENSEMBLE	Insultes		Menaces		Rumeurs		Moqueries		Envoi de dick pic sans accord		Usurpation d'identité		Publication de photos dégradantes ou intimes		Diffusion d'informations intimes	
		Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois
Vous/se sentir triste, déprimé(e) ou désespéré(e)	41	57	38	63	47	57	47	64	39	64	29	44	40	50	44	62	40
Avoir des insomnies, ne plus arriver à dormir	30	39	25	44	35	36	38	41	28	45	29	36	30	35	31	47	40
Ne plus avoir envie de voir personne, rester enfermé(e) chez vous/lui	29	41	26	60	30	55	33	49	35	54	23	42	28	38	39	45	39
Considérer que vous êtes/il est nul, penser que vous êtes/il est un perdant	26	43	23	49	31	48	32	46	28	41	24	34	26	27	39	43	35
Avoir envie de mourir, penser au suicide	17	28	18	32	19	34	16	41	14	35	17	28	18	45	17	49	26
Vous/se dire que vous méritez ce qui vous/lui arrive	16	21	15	25	17	26	19	35	16	21	17	22	15	32	25	33	27

Deux autres critères apparaissent particulièrement clivants, l'âge (corrélé au genre) et l'appartenance à une minorité.

**% A RESSENTI LES ÉMOTIONS SUIVANTES**

	ENSEMBLE	Homme Moins de 35 ans	Femme Moins de 35 ans	Minorité raciale/ ethnique	Minorité d'orientation sexuelle	Minorité religieuse	Une autre minorité que celles-ci	N'appartient à aucune minorité
Vous/se sentir triste, déprimé(e) ou désespéré(e)	41	43	59	44	53	52	74	38
Avoir des insomnies, ne plus arriver à dormir	30	34	36	54	42	34	37	26
Ne plus avoir envie de voir personne, rester enfermé(e) chez vous/lui	29	33	45	41	63	39	55	23
Considérer que vous êtes/il est nul, penser que vous êtes/il est un perdant	26	27	41	30	49	38	44	22
Avoir envie de mourir, penser au suicide	17	21	21	35	31	33	34	11
Vous/se dire que vous méritez ce qui vous/lui arrive	16	21	22	31	30	19	49	9

Les conséquences concrètes de ces cyberviolences sont elles aussi significatives et génèrent le plus souvent un isolement social dans la vie digitale (arrêt des réseaux sociaux), mais aussi dans la vie réelle (perte d'amis, rupture avec l'école et le monde du travail). Plus d'1 victime sur 10 déclare avoir cherché à se suicider, une réalité qui touche d'autant plus les plus jeunes.

*Base: Ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence et/ou dont les enfants ont été victimes de cyberviolence, soit 42% de l'échantillon*

A été directement concerné  
(n=390)

Un enfant a été concerné  
(n=104)

**AU MOINS UNE de ces conséquences**

**41%**

**41%**

**55%**



Question 17 : Et ces comportements dont vous avez/ il a été victime ont-ils eu les conséquences suivantes ?



Si là encore la récurrence de ces cyberviolences a des conséquences très concrètes sur la vie sociale des victimes, la diffusion de contenus intimes apparaît comme particulièrement dévastatrice.

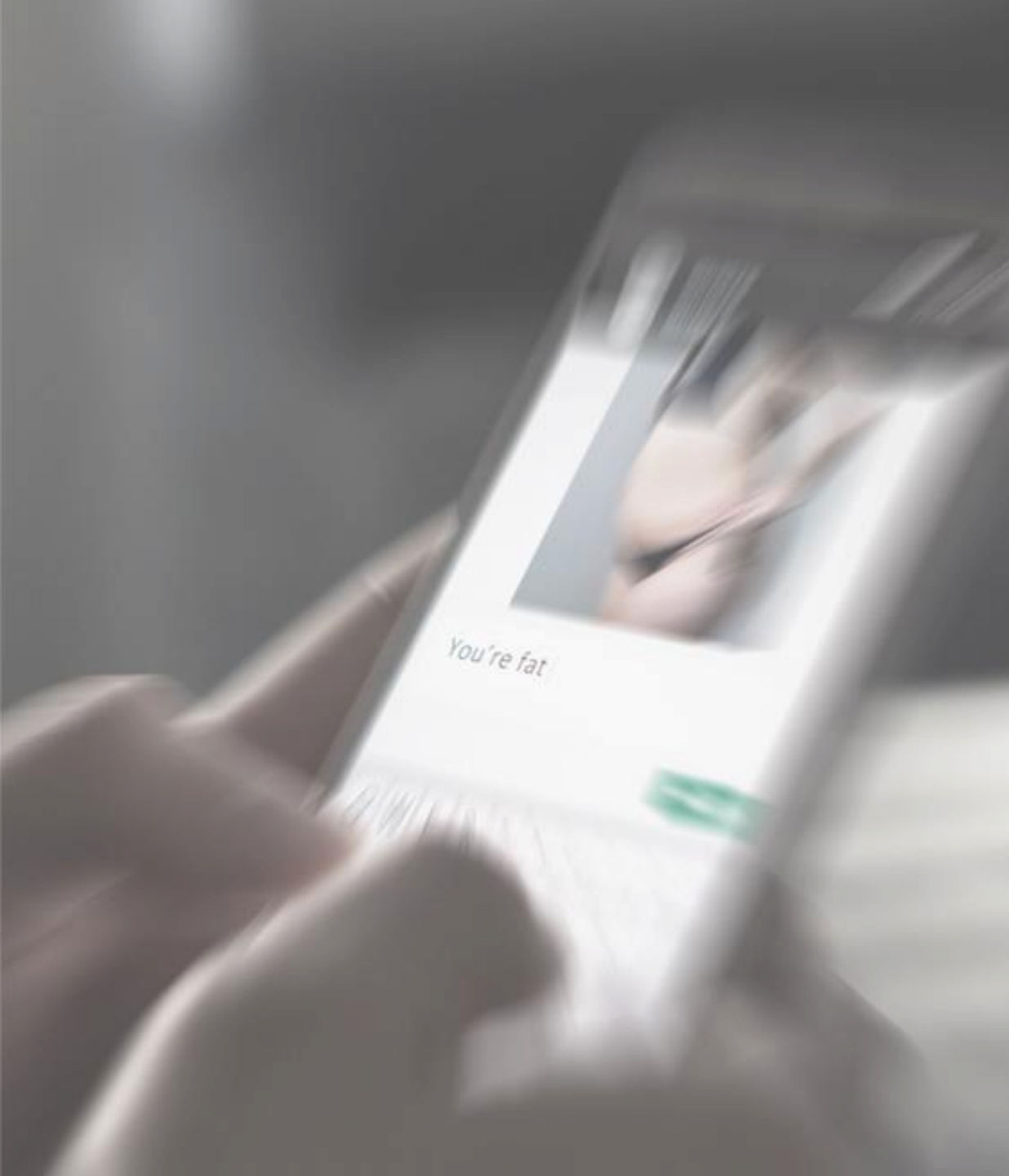
Type de cyberviolences subies par eux personnellement

(de la plus fréquente, à la moins fréquente)

% A CONNU LES CONSÉQUENCES SUIVANTES

	Insultes		Menaces		Rumeurs		Moqueries		Envoi de dick pic sans accord		Usurpation d'identité		Publication de photos dégradantes ou intimes		Diffusion d'informations intimes		
	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	
<b>ENSEMBLE</b>																	
Vous/se désinscrire des réseaux sociaux, des messageries instantanées	22	28	23	33	24	30	25	31	21	38	18	37	26	29	32	35	27
Perdre tout ou une partie de vos/ses amis	21	36	19	40	22	43	23	46	22	41	19	32	22	48	20	50	23
Ne plus pouvoir aller au travail, à l'école	19	32	17	37	17	33	22	39	16	41	17	44	18	46	24	42	25
Vous/lui faire perdre votre/son emploi, rater vos/ses études	11	21	7	25	11	24	13	28	10	24	9	19	14	30	18	34	18
Commettre une tentative de suicide	11	21	7	26	11	25	12	23	13	23	11	21	12	34	14	37	19

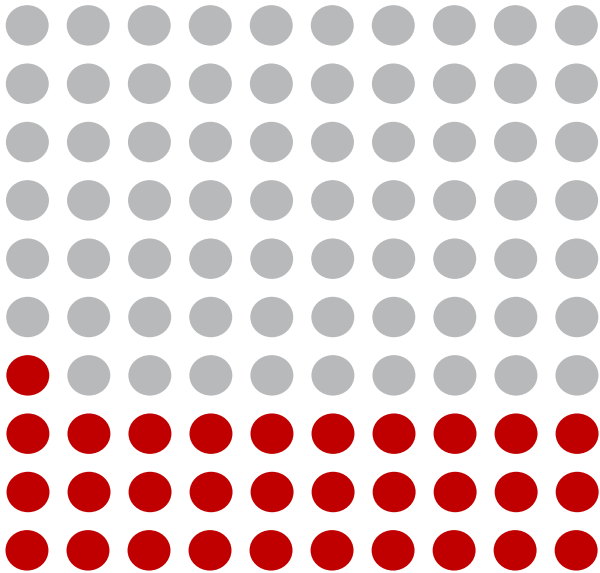




DES FRANÇAIS QUI SONT  
AUSSI, POUR PRÈS DU TIERS  
D'ENTRE EUX AGRESSEURS, UN  
STATUT DONT ILS N'ONT  
PROBABLEMENT PAS TOUS  
CONSCIENCE

...

UNE PROPORTION TIRÉE VERS LE HAUT  
PAR LA FOUILLE DU TÉLÉPHONE DU  
CONJOINT, CONSIDÉRÉE COMME LA  
SITUATION LA MOINS GRAVE, MAIS LA  
PLUS FRÉQUENTE

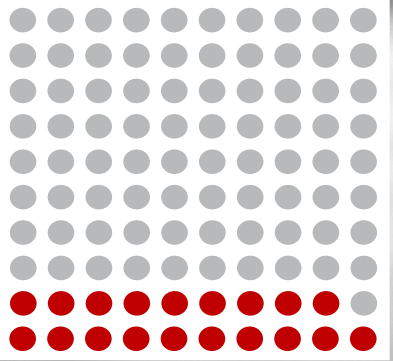


**31%** des Français ont déjà été à l'origine d'une situation relevant de cyberviolence

→ **23%** hors « surveiller, fouiller le téléphone de leur conjoint sans son autorisation »

Parmi eux ...

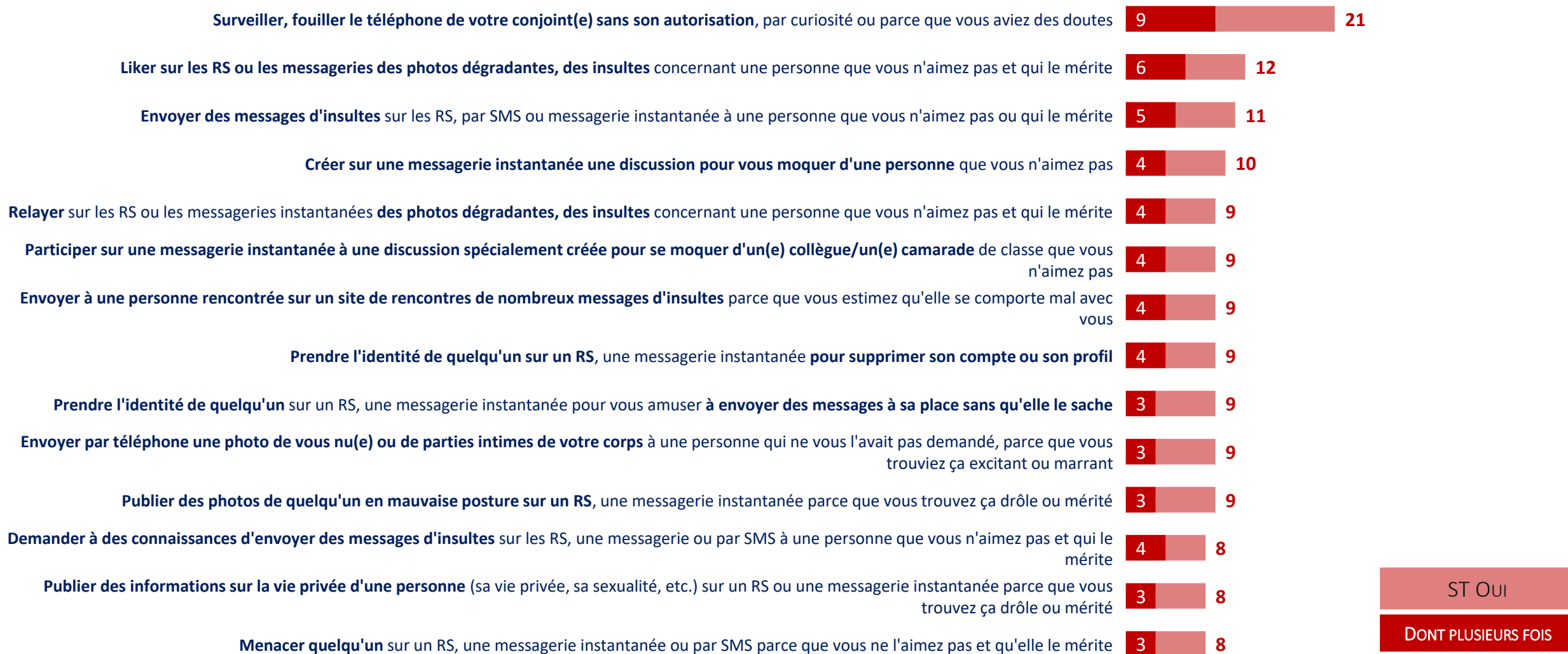
**19%**  
Déclarent l'avoir fait plusieurs fois



Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



1 Français sur 5 déclare avoir déjà surveillé, fouillé le téléphone de son/ sa conjoint(e) sans son autorisation. Pour toutes les autres situations, 1 Français sur 10 admet l'avoir déjà fait et même plusieurs fois pour une partie d'entre eux.

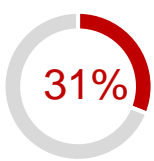


Question 4 : Avez-vous déjà fait les choses suivantes ?

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



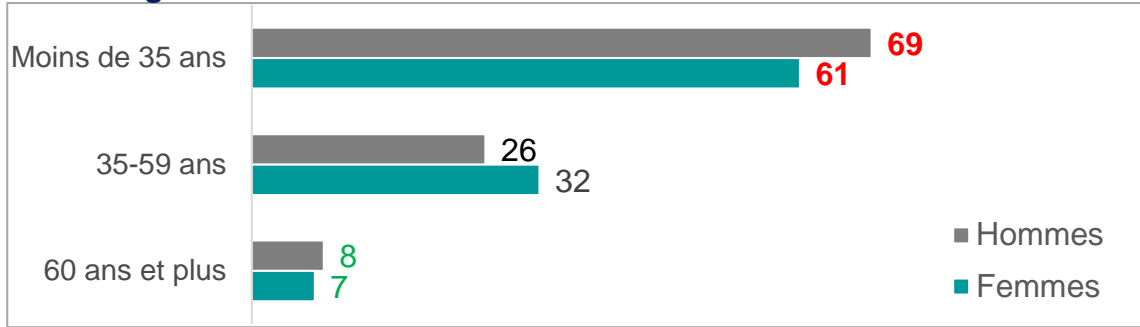
Résultats en %



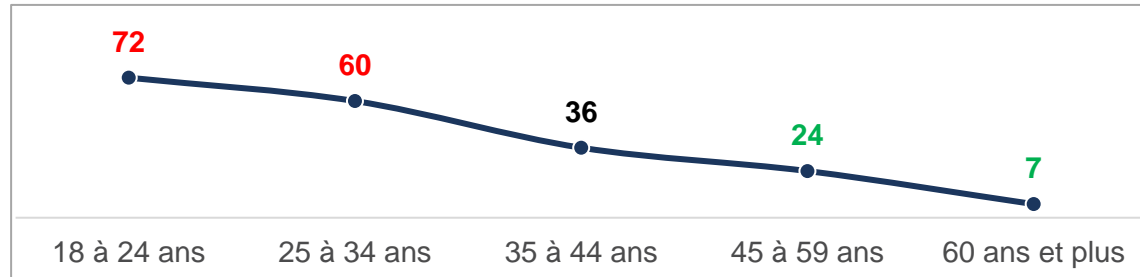
# des Français ont déjà été à l'origine d'une situation de cyberviolence

Qui sont-ils ?

## Sexe \* Âge



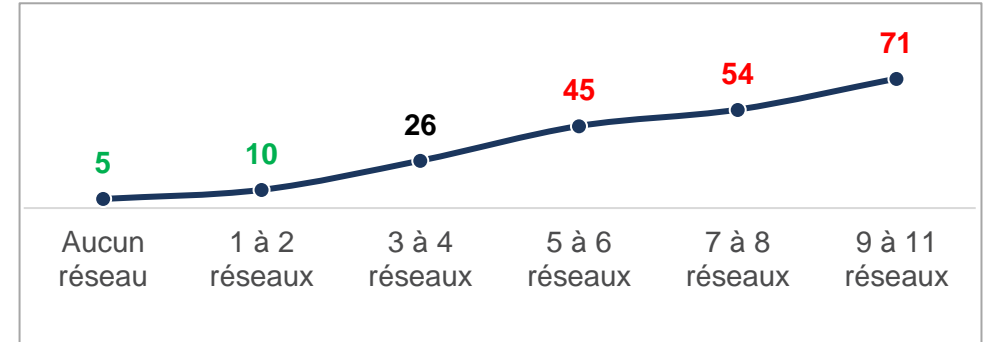
## Âge



## Selon leur expérience de la cyberviolence:

- Ceux qui ont vécu une situation de cyberviolence, ne serait-ce qu'une fois : **58**
- Ceux qui ont vécu au moins une situation de cyberviolence, plusieurs fois : **69**
- Ceux qui n'ont pas vécu de situation de cyberviolence : **12**

## Nombre de réseaux sociaux possédés



## En fonction du réseau possédé



# 2

## CYBERVIOLENCE / CYBERHARCÈLEMENT : CE QU'EN SAVENT LES FRANÇAIS

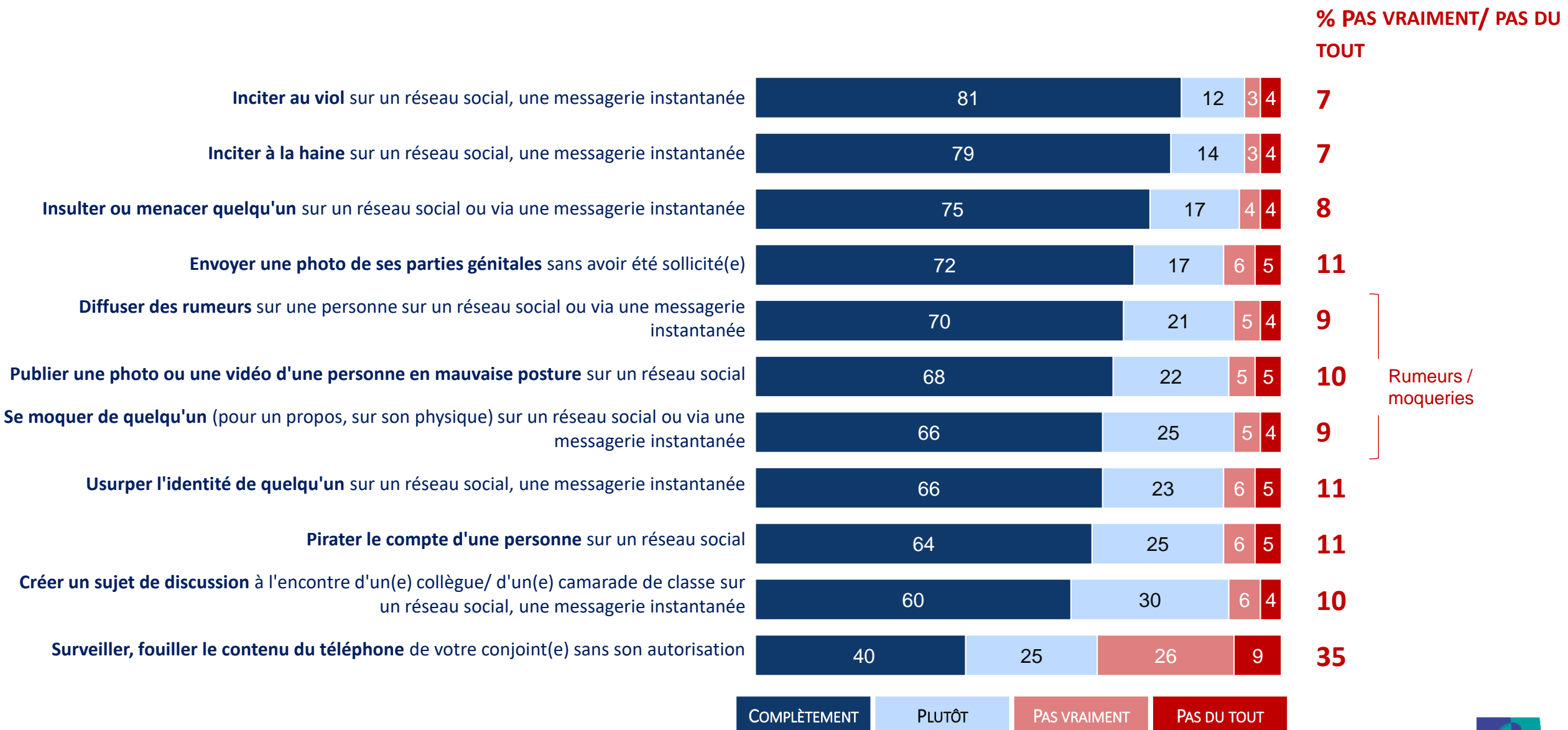




SI LA GRANDE MAJORITÉ DES FRANÇAIS A CONSCIENCE DE CE QU'EST LE CYBERHARCÈLEMENT, LE FAIT QUE CES ACTIONS TOMBENT SOUS LE COUP DE LA LOI EST SOUVENT MOINS CONNU.



# les Français perçoivent plutôt bien ce qui relève des comportements cyberviolents même si certains sont perçus comme l'étant « plutôt »



Question 11 : Pour chacune des situations suivantes, diriez-vous que cela relève d'une situation de cyberviolence ou pas ?



A peine plus du quart des Français associe l'ensemble de ces situations à des actes de cyberviolence. Les plus familiers des réseaux sociaux (les jeunes, les personnes présentes sur beaucoup de réseaux) sont ceux qui ont le plus de difficultés à reconnaître ces situations relevant de la cyberviolence.

**26%** des Français associent  
« complètement » TOUTES ces situations à  
de la cyberviolence

*Profils significatifs :*

- 18-24 ans : 10
- 60 ans et plus : 36
- Personnes inscrites sur 9 à 11 RS : 15
- Personnes inscrites sur 1 à 2 RS : 33
- Ceux qui ont déjà été à l'origine d'une situation de cyberviolence : 9
- Ceux qui n'ont jamais été à l'origine d'une situation de cyberviolence : 33
- Ceux qui ont vécu au moins une situation de cyberviolence, plusieurs fois : 13
- Ceux qui n'ont pas vécu de situation de cyberviolence : 33

En revanche et c'est particulièrement inquiétant, beaucoup de Français ne savent pas ou considèrent que de nombreux comportements de cyberharcèlement tombent sous le coup de la loi / punis par la loi : une méconnaissance qui pourrait les légitimer chez certains.



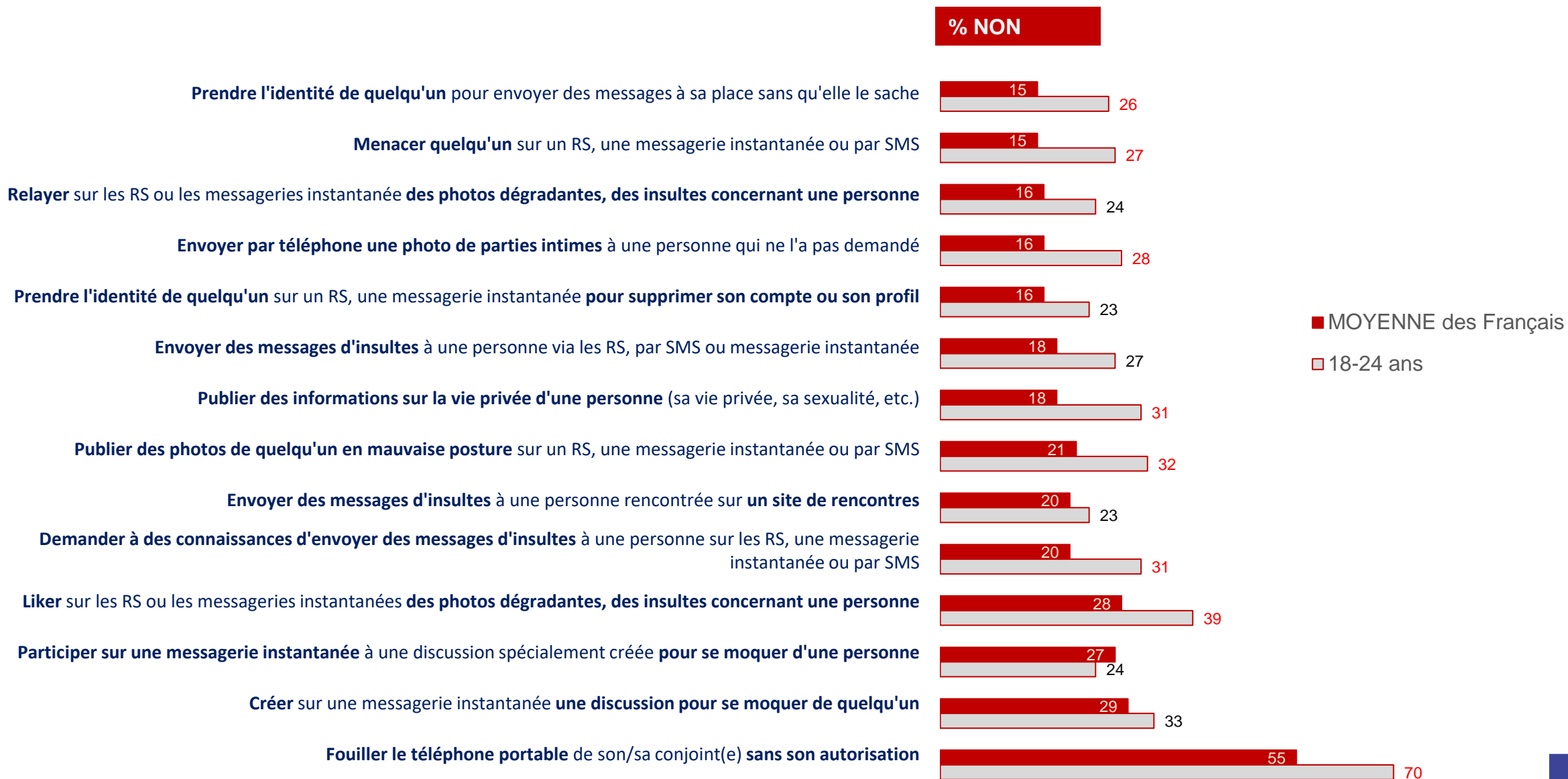
Question 20 : Et selon vous, les situations suivantes sont-elles punies par la loi ?

Oui

NON

VOUS NE SAVEZ PAS





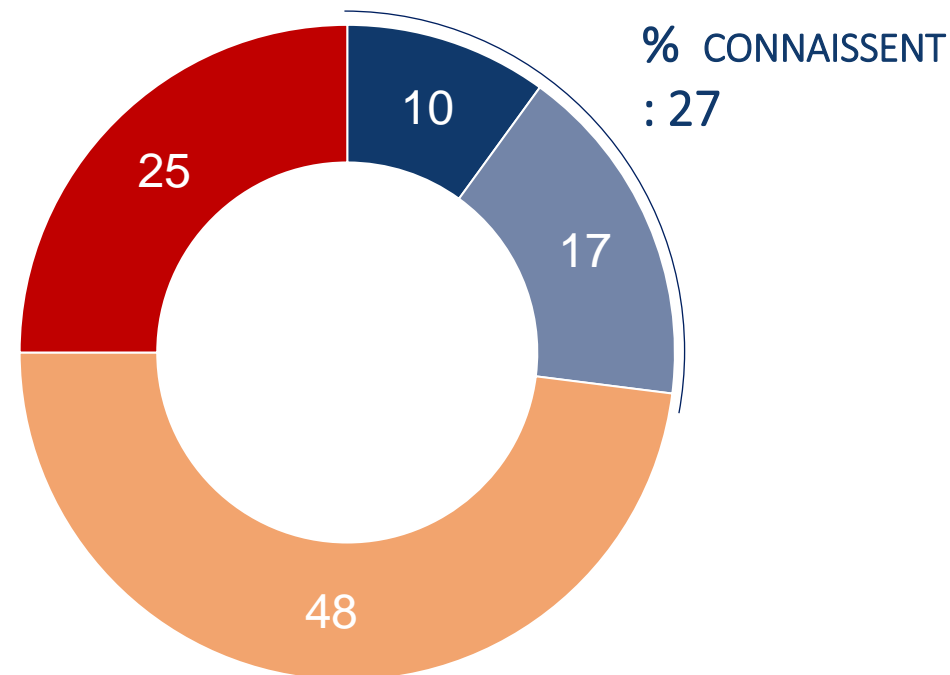


Après définition du cyberharcèlement, plus des ¾ des français admettent ne pas connaître les risques encourus lorsqu'un acte de cyberviolence ou de cyberharcèlement est commis.

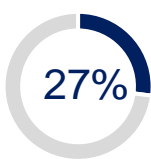
**Avant de poser cette question, une définition du cyberharcèlement à été présentée :**

*Avant d'aller plus loin dans le questionnaire, nous souhaitons vous rappeler ce que l'on entend par cyberharcèlement. Le cyberharcèlement s'effectue via internet et correspond au fait de tenir des propos ou d'avoir des comportements répétés ayant pour but ou effet une dégradation des conditions de vie de la victime. C'est la fréquence des propos et leur teneur insultante, obscène ou menaçante qui constitue le harcèlement. Les propos en cause peuvent être des commentaires d'internautes, des vidéos, des montages d'images, des messages sur des forums...*

**% NE  
CONNAISSENT  
PAS : 73**





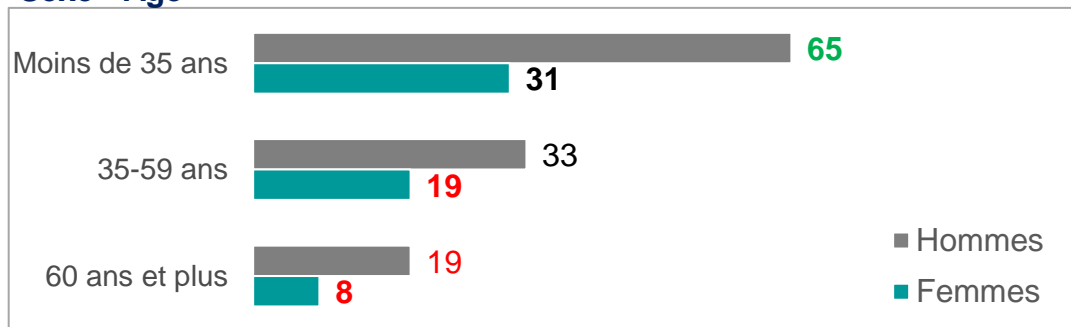


# des Français déclarent connaître les risques encourus pour une personnes ayant commis un acte de cyberviolence ou de cyberharcèlement

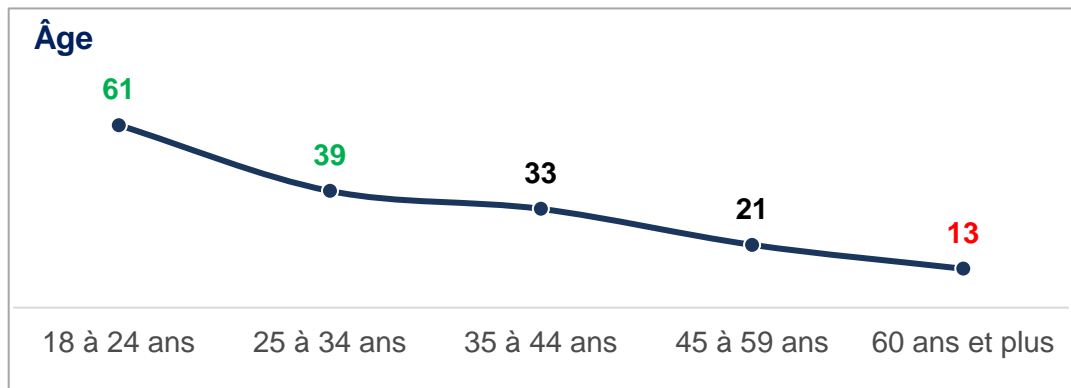
Qui sont-ils ?

Hommes : **37**  
Femmes : **18**

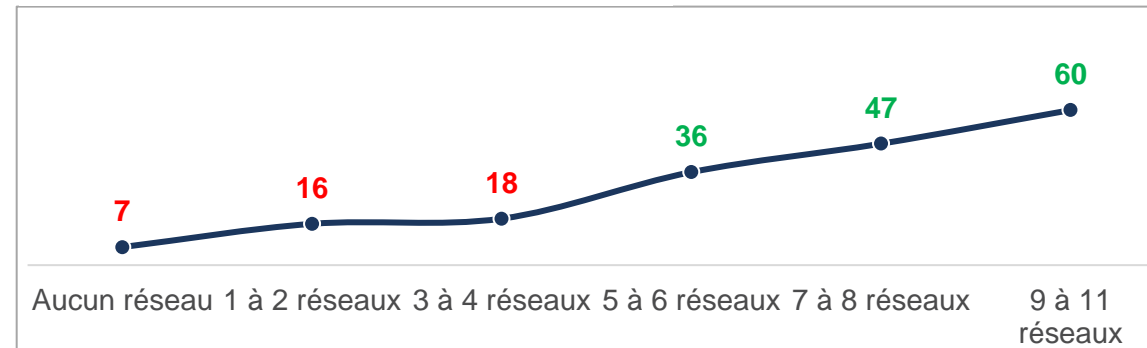
## Sexe \* Âge



## Âge



## Nombre de réseaux sociaux possédés



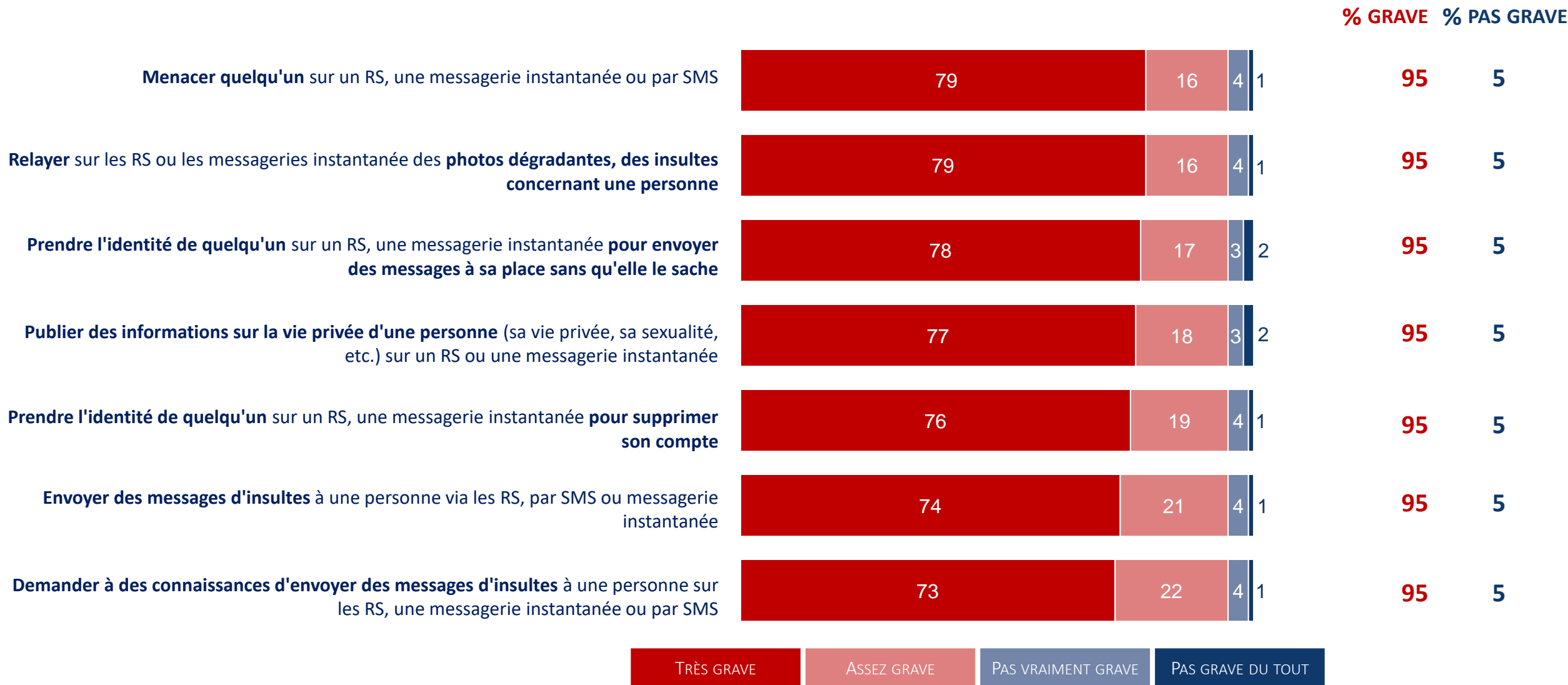
- **Ceux qui ont déjà été à l'origine d'une situation de cyberviolence : 49**
- Ceux qui n'ont jamais été à l'origine d'une situation de cyberviolence : **17**
- **Ceux qui ont vécu une situation de cyberviolence, ne serait-ce qu'une fois : 42**
- **Ceux qui ont vécu au moins une situation de cyberviolence, plusieurs fois : 49**
- Ceux qui n'ont pas vécu de situation de cyberviolence : **17**
- Personnes ayant déjà déposé plainte : **60**
- Personnes ayant déjà signalé un contenu malveillant ou inapproprié : **45**



LES FRANÇAIS ONT TOUTEFOIS  
BIEN CONSCIENCE DE LA  
GRAVITÉ DES FAITS QUI  
RELÈVENT DU  
CYBERHARCÈLEMENT



# Plus de 9 Français sur 10 considèrent que l'ensemble des situations sont graves et même très graves pour les 3/4 d'entre eux...



TRÈS GRAVE ASSEZ GRAVE PAS VRAIMENT GRAVE PAS GRAVE DU TOUT

Question 5 : Selon vous, est-ce que faire les choses suivantes, c'est grave ou pas ?

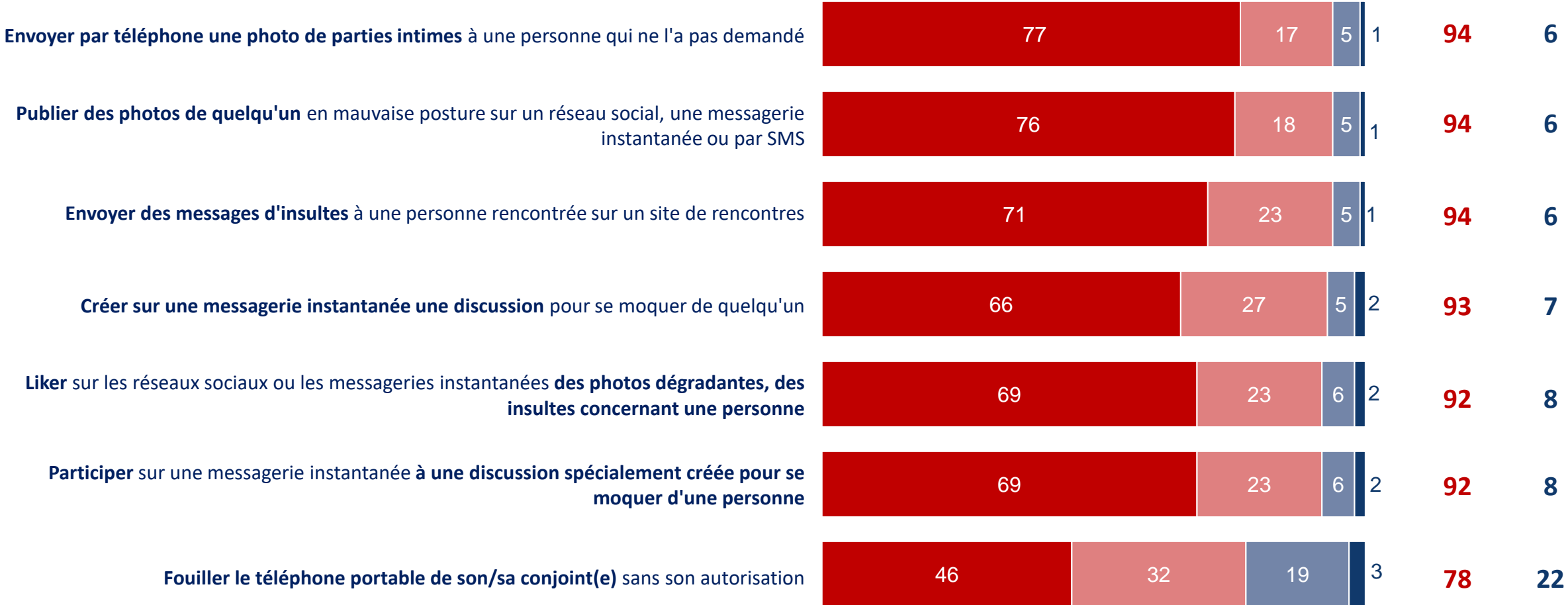
Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



Résultats en %

Seul le fait de fouiller le téléphone de son/sa conjoint(e) est considéré comme étant sensiblement moins grave.

% GRAVE % PAS GRAVE

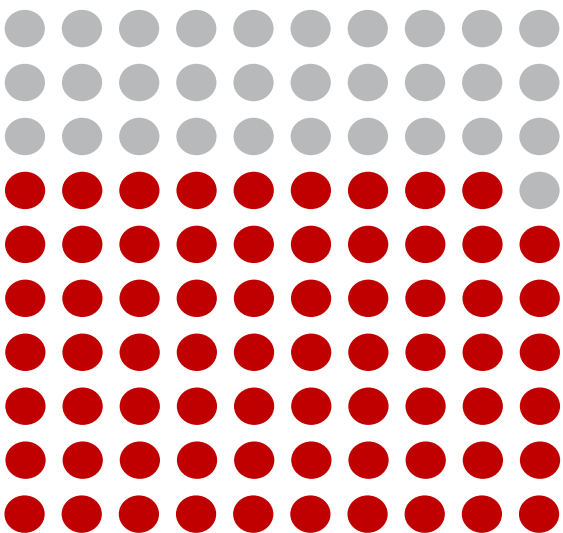


Question 5 : Selon vous, est-ce que faire les choses suivantes, c'est grave ou pas ?

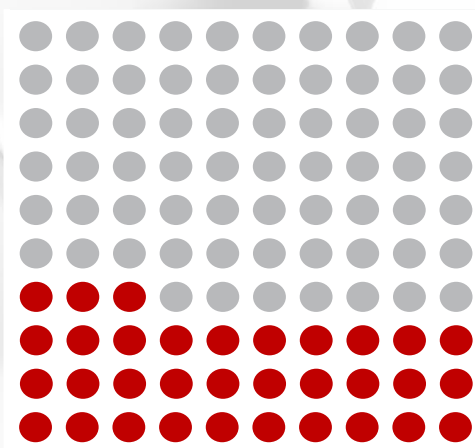
Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)







**69%** des Français considèrent  
que toutes ces situations sont graves  
(« très grave »+ « assez grave »)



**33%** considèrent même qu'elles sont  
**TOUTES TRES GRAVES**

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)

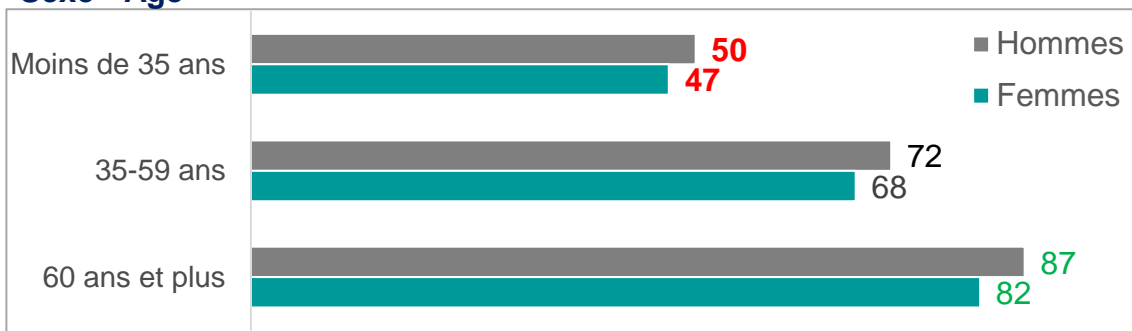




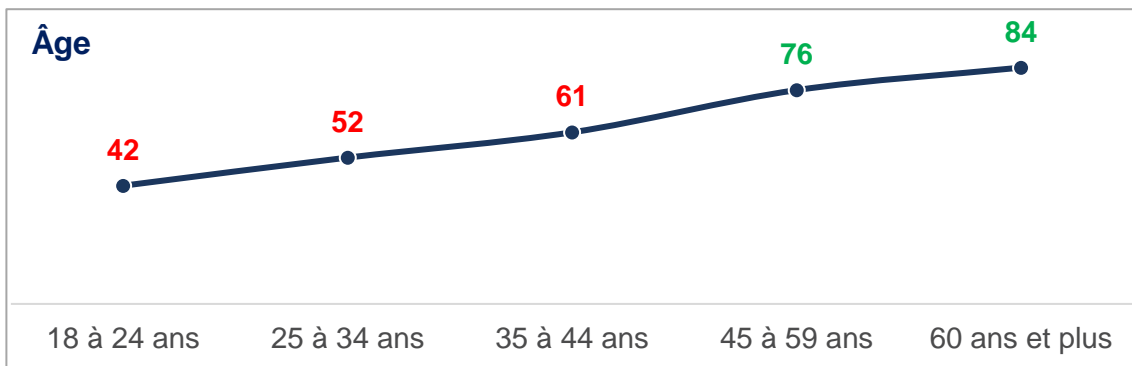
## des Français considèrent que toutes ces situations sont graves.

Qui sont-ils ?

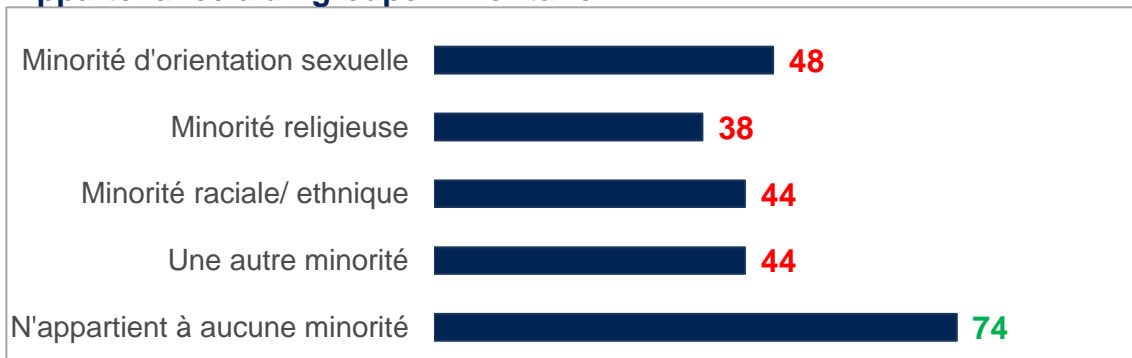
### Sexe \* Âge



### Âge

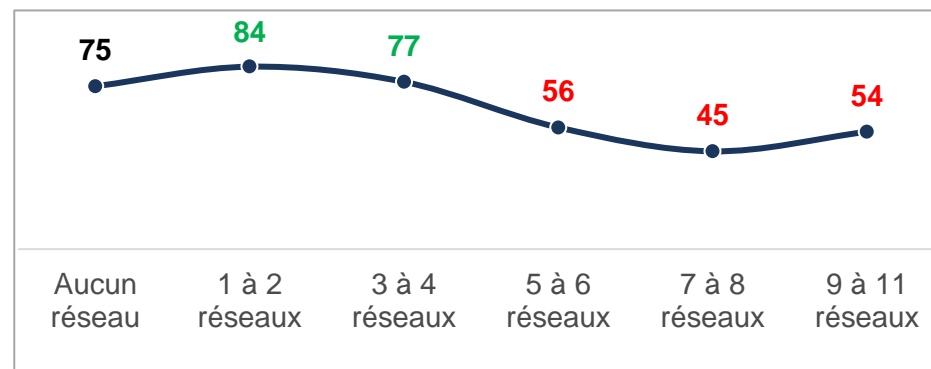


### Appartenance à un groupe minoritaire



La grande majorité des jeunes a beau savoir que les comportements de cyberharcèlement sont punis par la loi, seulement 1 sur 2 considère que toutes ces situations sont graves. La répression ne sera pas suffisante.

### Nombre de réseaux sociaux possédés



- **Ceux qui ont déjà été à l'origine d'une situation de cyberviolence : 39**
- Ceux qui n'ont jamais été à l'origine d'une situation de cyberviolence : 84
- Ceux qui ont vécu une situation de cyberviolence, ne serait-ce qu'une fois : 55
- Ceux qui ont vécu au moins une situation de cyberviolence, plusieurs fois : 46
- Ceux qui n'ont pas vécu de situation de cyberviolence : 80

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



Résultats en %



A stack of three books is visible in the upper left corner. In the foreground, a brass scale of justice sits on a dark, textured wooden surface. The scale has two pans hanging from a central beam. The background is a blurred wooden surface.

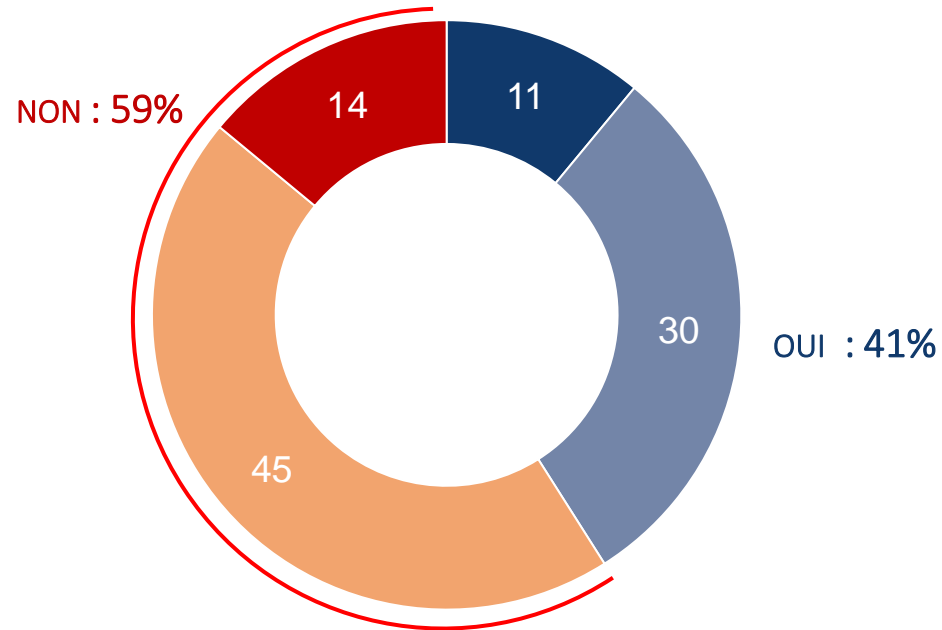
**3**

**COMMENT SE PROTÉGER FACE À LA  
CYBERVIOLENCE ?  
QUELLES STRATEGIES ADOPTER ?**

En majorité, qu'ils aient été victimes ou non de cyberharcèlement, les Français témoignent d'une certaine méconnaissance et ne savent pas à qui s'adresser en cas de cyberviolence ou de cyberharcèlement.

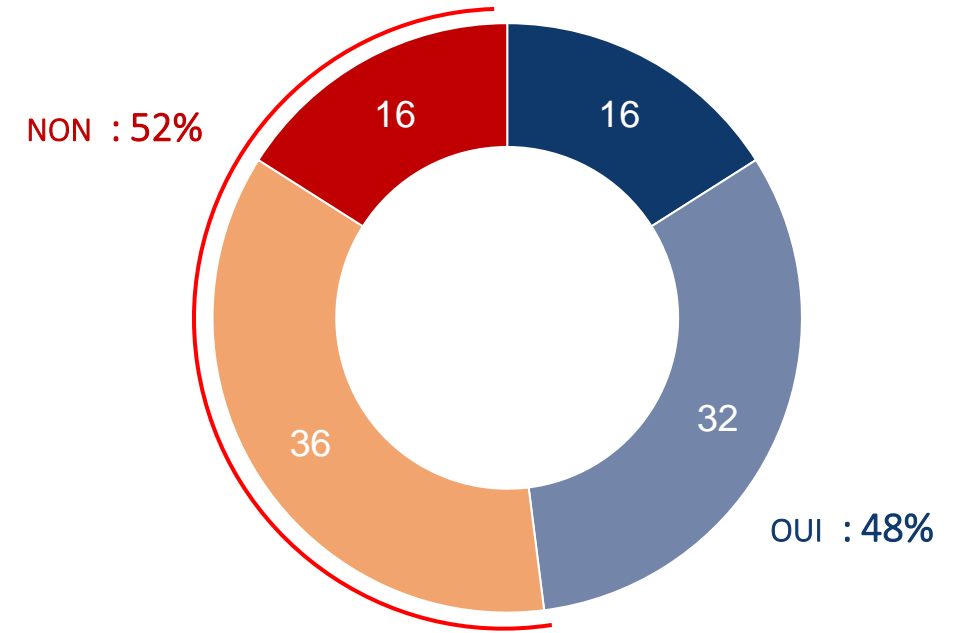
**Question 25A :** Si vous étiez victime d'un acte de cyberviolence ou de cyberharcèlement, sauriez-vous comment réagir ? A qui vous adresser ?

**Base:** Ceux qui n'ont jamais été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement, soit 58% de l'échantillon



**Question 25B :** Lorsque vous avez été victime d'un acte de cyberviolence ou de cyberharcèlement, avez-vous su comment réagir ? A qui vous adresser ?

**Base:** Ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement, soit 41% de l'échantillon



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PAS VRAIMENT

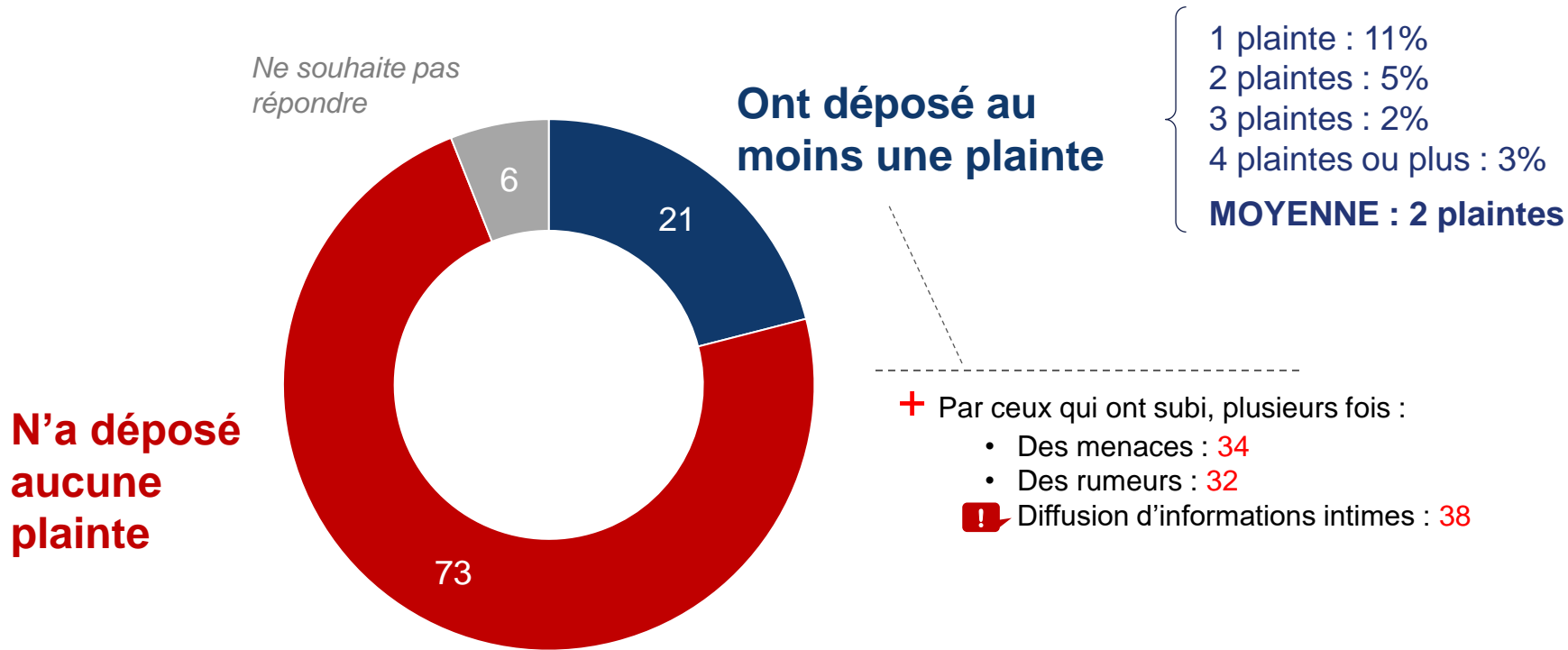
NON, PAS DU TOUT



EN CAS DE  
CYBERVIOLENCE, LE  
DÉPÔT DE PLAINTE EST  
ENCORE TRÈS RARE

Seule 1 victime sur 5 déclare s'être rendue à la police ou à la gendarmerie pour porter plainte, une proportion nettement plus élevée (quoique toujours minoritaire) lorsque la victime était un enfant.

*Base: Ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement et/ou dont les enfants ont été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement, soit 42% de l'échantillon*



**39%** ont déposé une plainte lorsque la situation de cyberharcèlement a concerné un de leur enfant

- + Par ceux qui ont subi, plusieurs fois :
  - Des menaces : 34
  - Des rumeurs : 32
  - ! Diffusion d'informations intimes : 38



Au global, ce sont 9% des Français qui ont déjà déposé plaintes pour des faits liés au cyberharcèlement

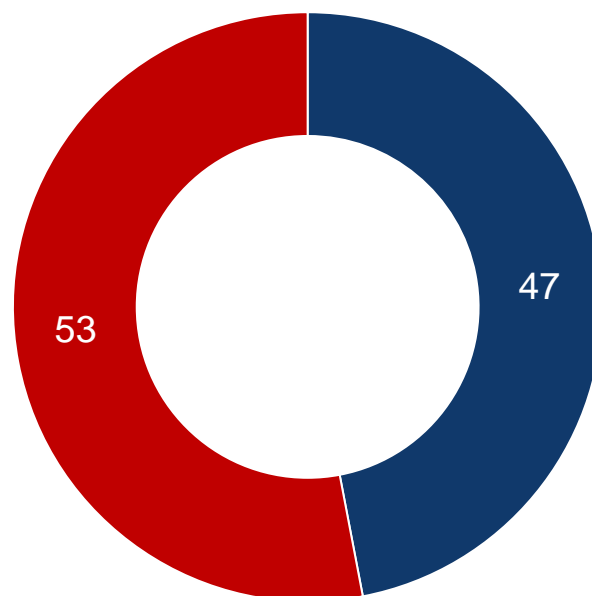
Question 12 : En tenant compte de toutes les situations que vous avez vécues, combien de fois (que ce soit pour vous ou vos enfants) êtes-vous allé(e) porter plainte à la police ou à la gendarmerie ? Si vous ne l'avez pas fait, répondez 0



Moins de la moitié des plaintes déposées a donné lieu à des poursuites judiciaires.

**!** *Base: Ceux qui ont déjà porté plainte, soit 21% de ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence et/ou dont les enfants ont été victimes de l'échantillon (n=84)*

**53% des plaintes n'ont pas donné lieu à des poursuites**



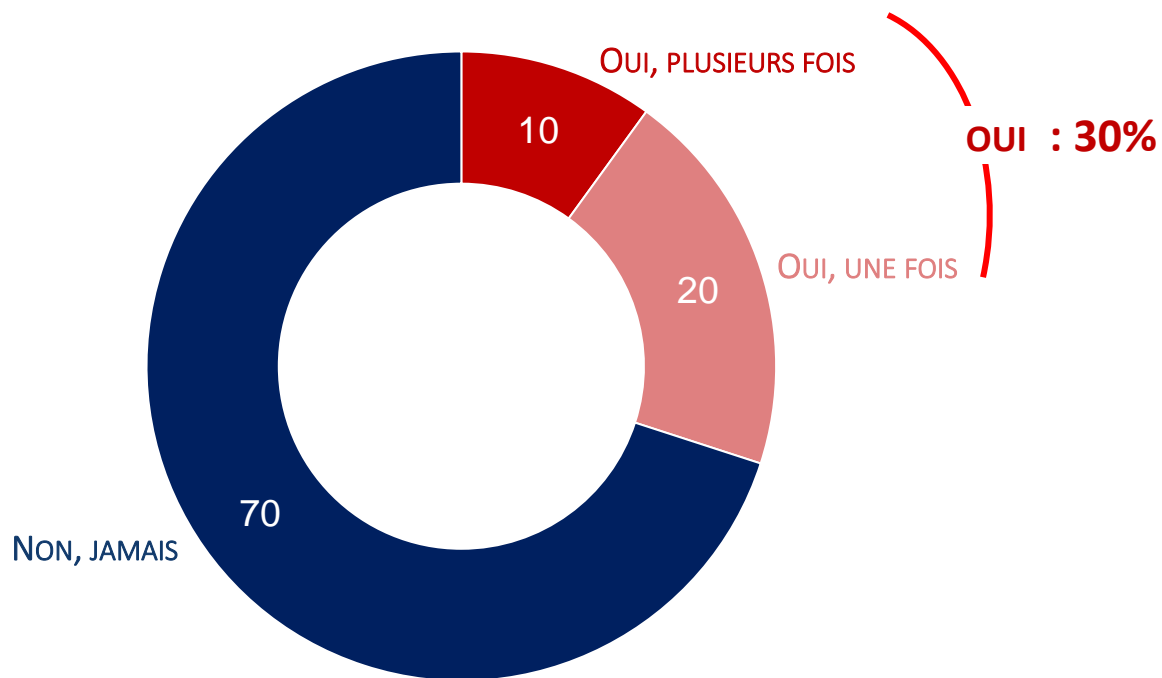
**47% ont donné lieu à des poursuites**

+ Ceux qui ont subi, plusieurs fois :

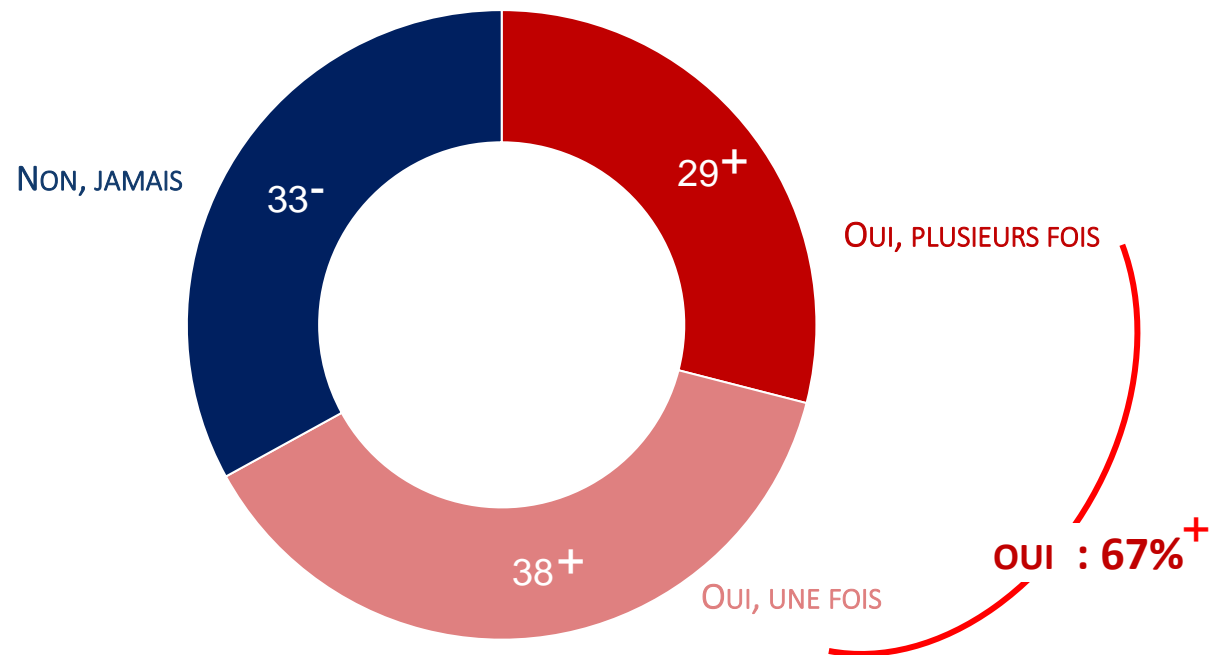
**!** Envoi de dick pic sans accord : 79

D'autant plus que 3 victimes sur 10 se sont déjà vues refuser ou ont été dissuadées de porter plainte. Par ailleurs, 2/3 de ceux qui ont fait la démarche d'aller porter plainte se sont vus refuser ce dépôt.

*Base: Ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement et/ou dont les enfants ont été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement, soit 42% de l'échantillon*



*Base: Ceux qui ont déjà porté plainte, soit 9% de l'échantillon*



Question 14 : Et est-il arrivé que l'on refuse de prendre votre plainte ou que l'on vous dissuade de porter plainte au commissariat ou à la gendarmerie ?

+/- = résultats significatifs par rapport à la moyenne

! = base faible



Résultats en %

Ceux qui ne sont pas allés porter plainte sont notamment partis du postulat que cela ne servirait à rien et que la situation n'était pas assez grave (alors même que la gravité des différentes situations était largement perçue). Dans 1 cas sur 10, ils avaient peur que la situation empire et des conséquences de la plainte...

*Base: ceux qui n'ont pas porté plainte, soit 70% de ceux qui ont déjà été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement et/ou dont les enfants ont été victimes de cyberviolence/cyberharcèlement*



Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

Question 15 : Et parmi les raisons suivantes, quelles sont celles qui expliquent le mieux que vous ne soyez pas allé(e) porter plainte ?

**DETAIL**

Les victimes minimisent la gravité des situations auxquelles elles ont été confrontées et doutent de l'efficacité d'une plainte. Selon les situations, les craintes des conséquences ou la peur d'aggraver les situations sont un frein réel, d'autant plus si les plaintes sont classées sans suite.

**Type de cyberviolences subies par eux ou par leur(s) enfant(s)**  
*(de la plus fréquente, à la moins fréquente)*

*Base: ceux qui n'ont pas porté plainte,*

	ENSEMBLE	Insultes		Menaces		Rumeurs		Moqueries		Envoi de dick pic sans accord		Usurpation d'identité		Publication de photos dégradantes ou intimes		Diffusion d'informations intimes	
		Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois	Plusieurs fois	Une fois
Parce que vous pensez que cela ne sert à rien	35	41	33	39	43	37	39	35	27	45	26	38	30	22	35	29	37
Parce que cela n'était pas assez grave	34	29	37	34	29	21	33	25	43	28	38	26	28	35	25	23	23
Parce que vous avez eu peur que la situation empire	13	14	15	14	19	17	18	22	17	23	12	7	20	7	21	23	20
Parce que vous avez eu peur des conséquences si vous portiez plainte	10	16	8	19	10	20	8	26	7	17	14	13	15	36	18	35	20
Parce que vous ne saviez pas que vous pouviez le faire	9	6	10	7	9	15	11	10	11	9	17	9	10	6	19	12	19
Parce que vos proches vous ont convaincu(e) de ne pas le faire	4	4	7	2	8	6	4	11	2	5	8	9	3	11	14	2	11



Question 15 : Et parmi les raisons suivantes, quelles sont celles qui expliquent le mieux que vous ne soyez pas allé(e) porter plainte ?

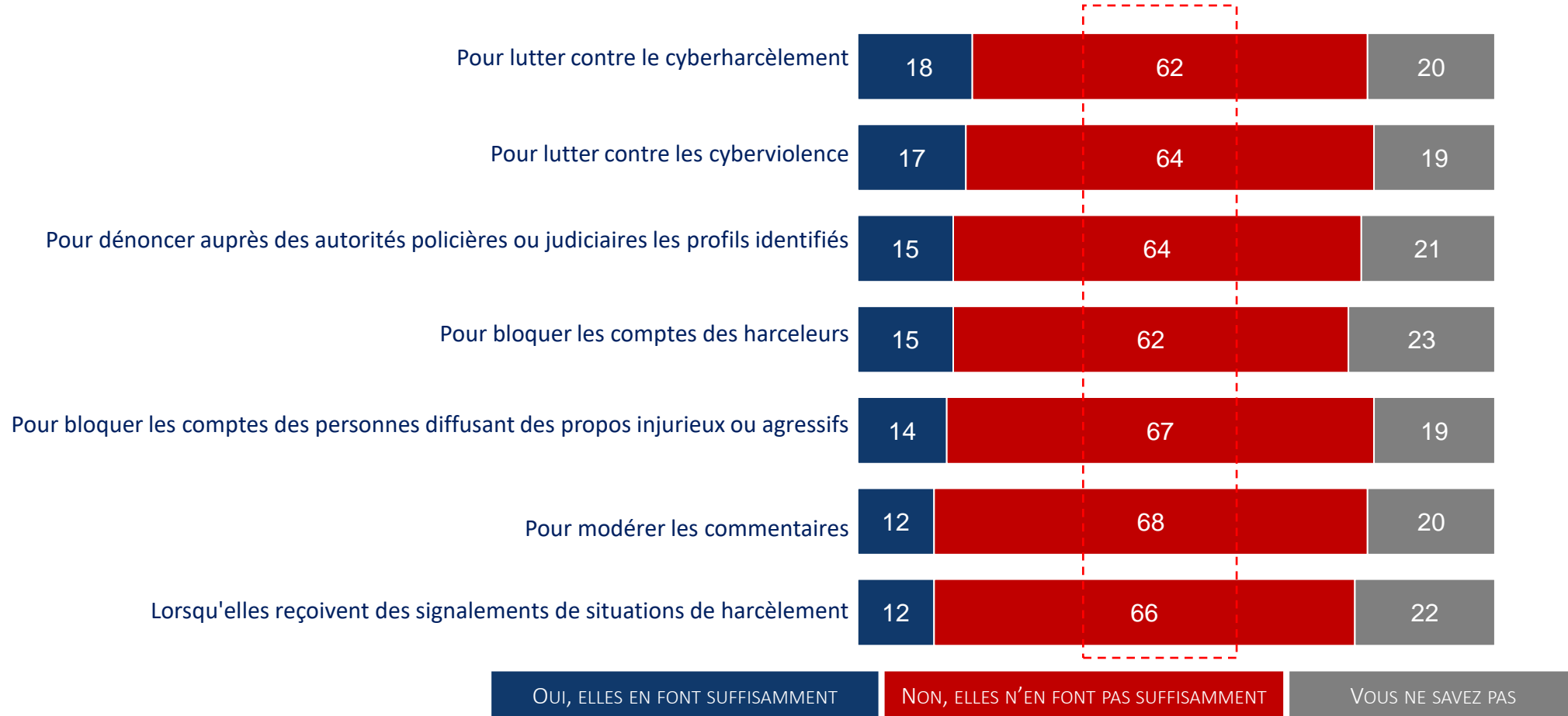




LE SOUTIEN DES  
PLATEFORMES DE RÉSEAUX  
SOCIAUX EN MATIÈRE DE  
LUTTE CONTRE LE  
CYBERHARCÈLEMENT EST  
MAJORITAIREMENT PERÇU  
COMME INSUFFISANT

Le constat est sans appel, environ les 2/3 des Français estiment que les plateformes n'en font pas suffisamment en matière de cyberharcèlement et de cyberviolence.

## 45% des Français considèrent que les plateformes n'en font pas suffisamment pour TOUTES ces situations



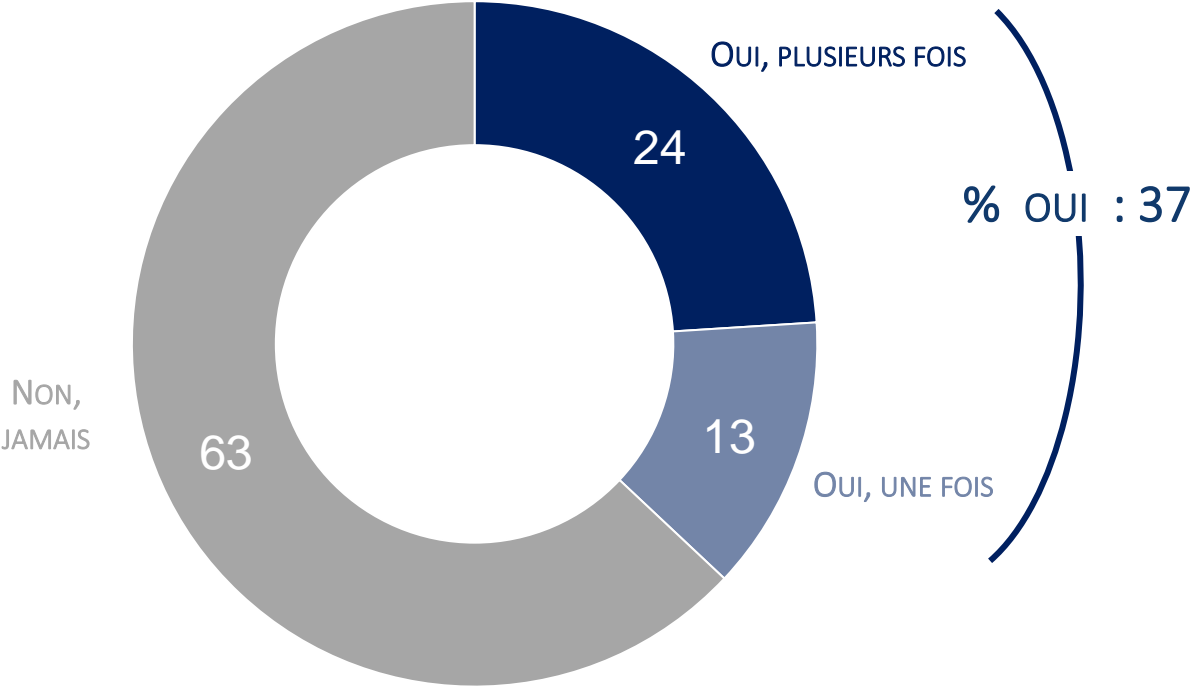
Question 21 : D'après vous, les plateformes qui gèrent les réseaux sociaux en font-elles assez ou non...?

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)

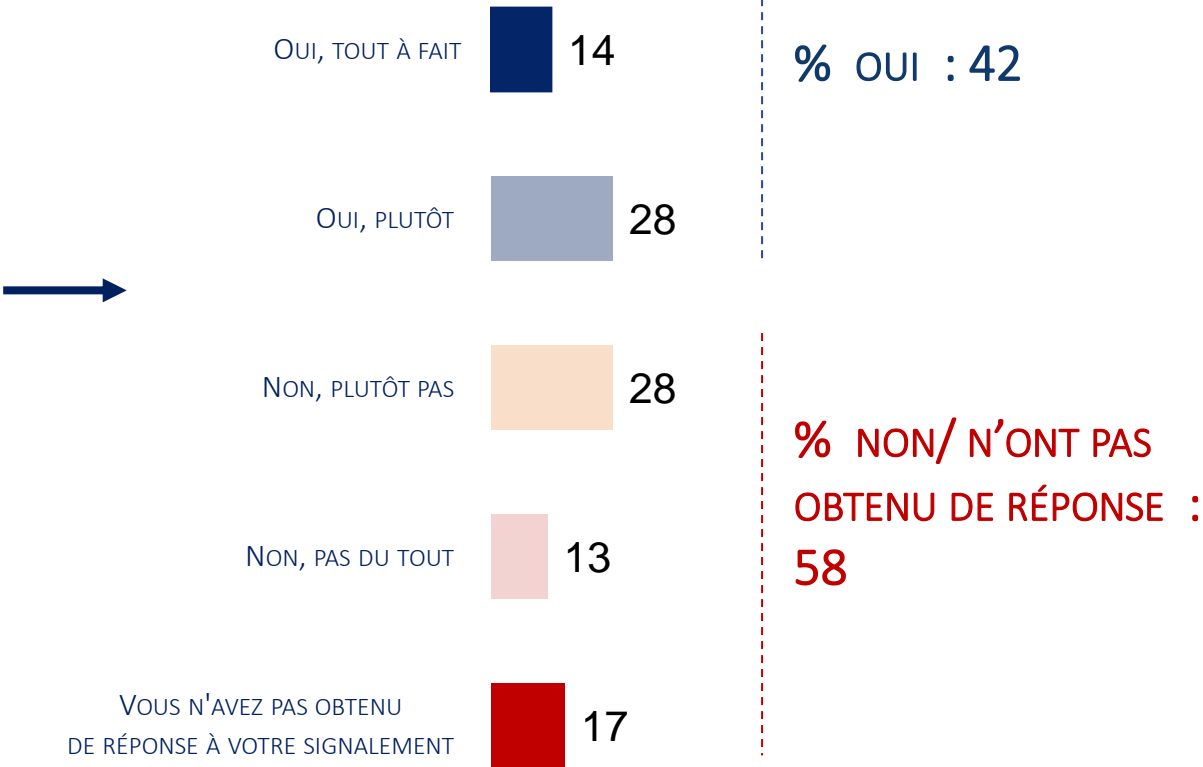


Résultats en %

Plus d'1 Français sur 3 déclare avoir déjà fait la démarche de signaler un contenu ou un profil qu'ils considéraient malveillant ou inapproprié, MAIS le plus souvent, soit le réseau social n'a pas répondu, soit sa réponse a été insatisfaisante.



**Question 22 :** Avez-vous déjà fait la démarche de signaler un contenu ou un profil que vous avez considéré malveillant ou inapproprié sur un réseau social ?

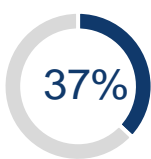


**Question 23 :** La réponse du réseau social à la suite de votre signalement vous a-t-elle parue satisfaisante ?

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



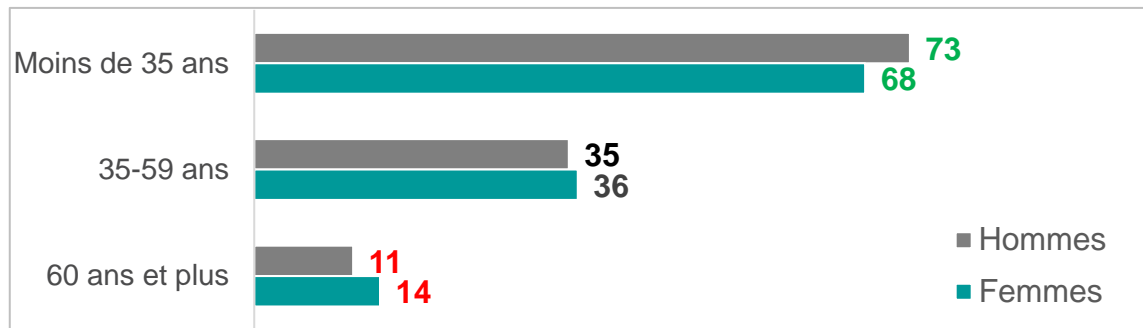
Résultats en %



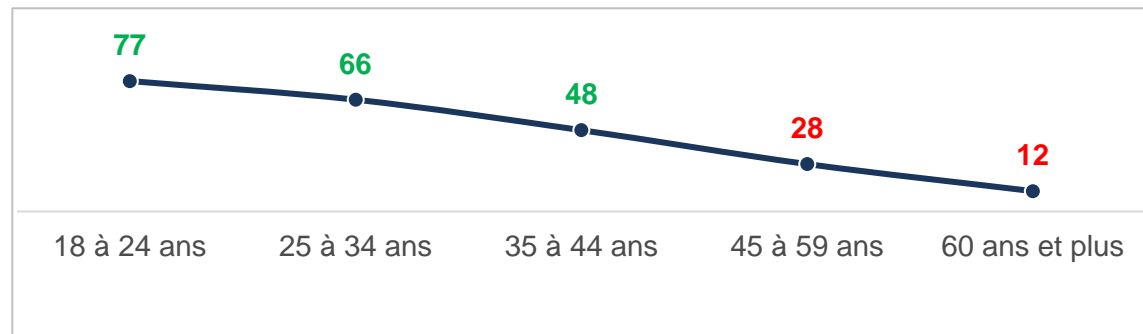
# Des Français ont déjà fait la démarche de signaler un contenu ou un profil qu'ils considéraient malveillant ou inapproprié sur un réseau social

Qui sont-ils ?

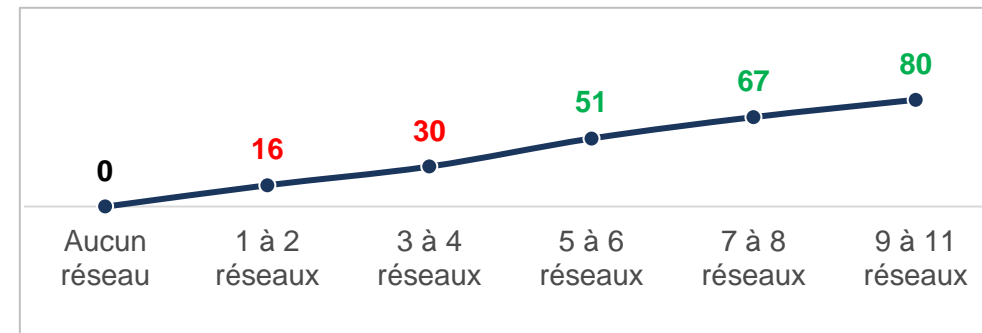
## Sexe \* Âge



## Âge



## Nombre de réseaux sociaux possédés



- Ceux qui ont vécu une situation de cyberviolence, ne serait-ce qu'une fois : **64**
- Ceux qui ont vécu au moins une situation de cyberviolence, plusieurs fois : **75**
- Ceux qui n'ont pas vécu de situation de cyberviolence : **18**

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



Résultats en %

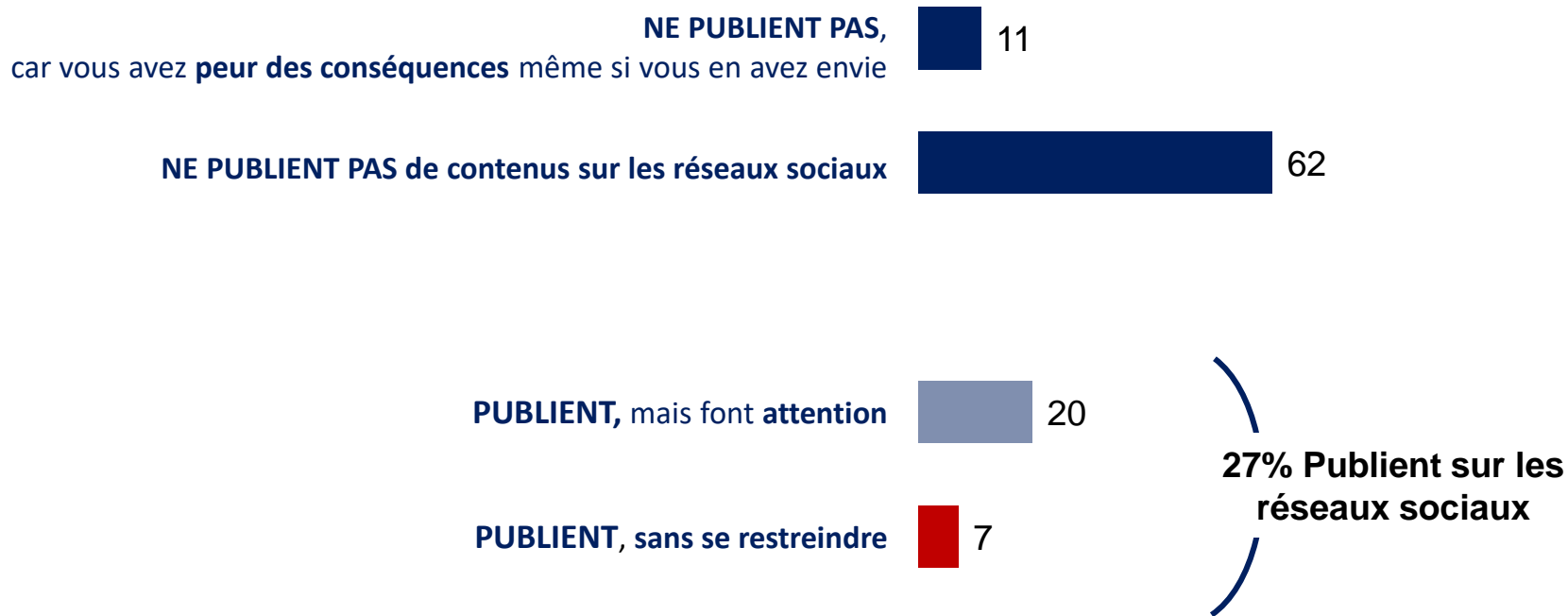


AUTRE SOLUTION POUR  
SE PRÉMUNIR DU  
CYBERHARCÈLEMENT :  
SE RESTREINDRE DANS LA  
PUBLICATION DE SES  
CONTENUS, UNE  
STRATÉGIE ADOPTÉE PAR  
UNE MAJORITÉ DES  
FRANÇAIS

6 Français sur 10, pourtant utilisateurs d'au moins un réseau social, déclarent ne rien publier. Pour 1 utilisateur sur 10, ils ne le font pas par peur des conséquences malgré leur envie de publier. Enfin, ceux qui publient déclarent faire attention. Seule une minorité publie des contenus sans se restreindre.

*Base: Ceux qui possèdent un ou des réseaux sociaux, soit 93% de l'échantillon*

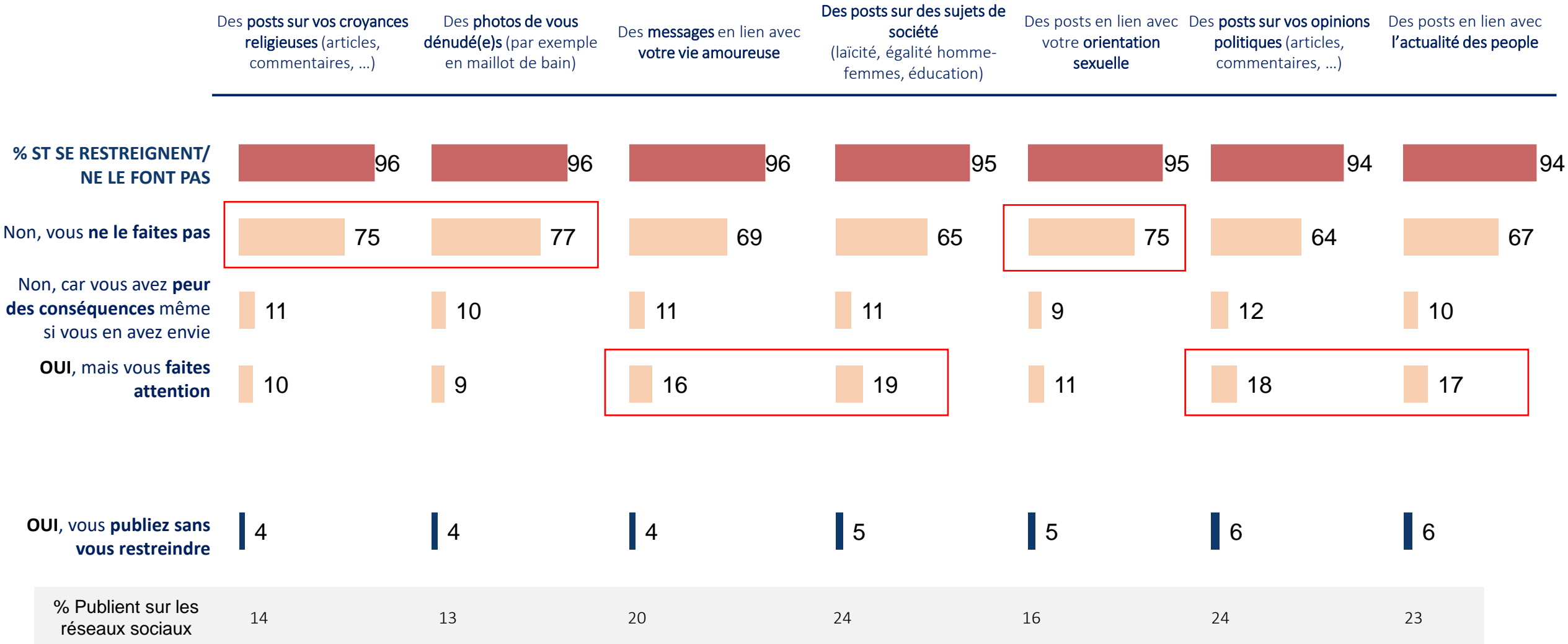
### Au global, tous éléments confondus



Question 18 : Est-ce que vous publiez les éléments suivants sur les réseaux sociaux?

# Ce sont les posts sur les croyances religieuses, l'orientation sexuelle et les photos dénudées sur lesquels les utilisateurs des réseaux sociaux se restreignent le plus.

Base: Ceux qui possèdent un ou des réseaux sociaux, soit 93% de l'échantillon



Question 18 : Est-ce que vous publiez les éléments suivants sur les réseaux sociaux?

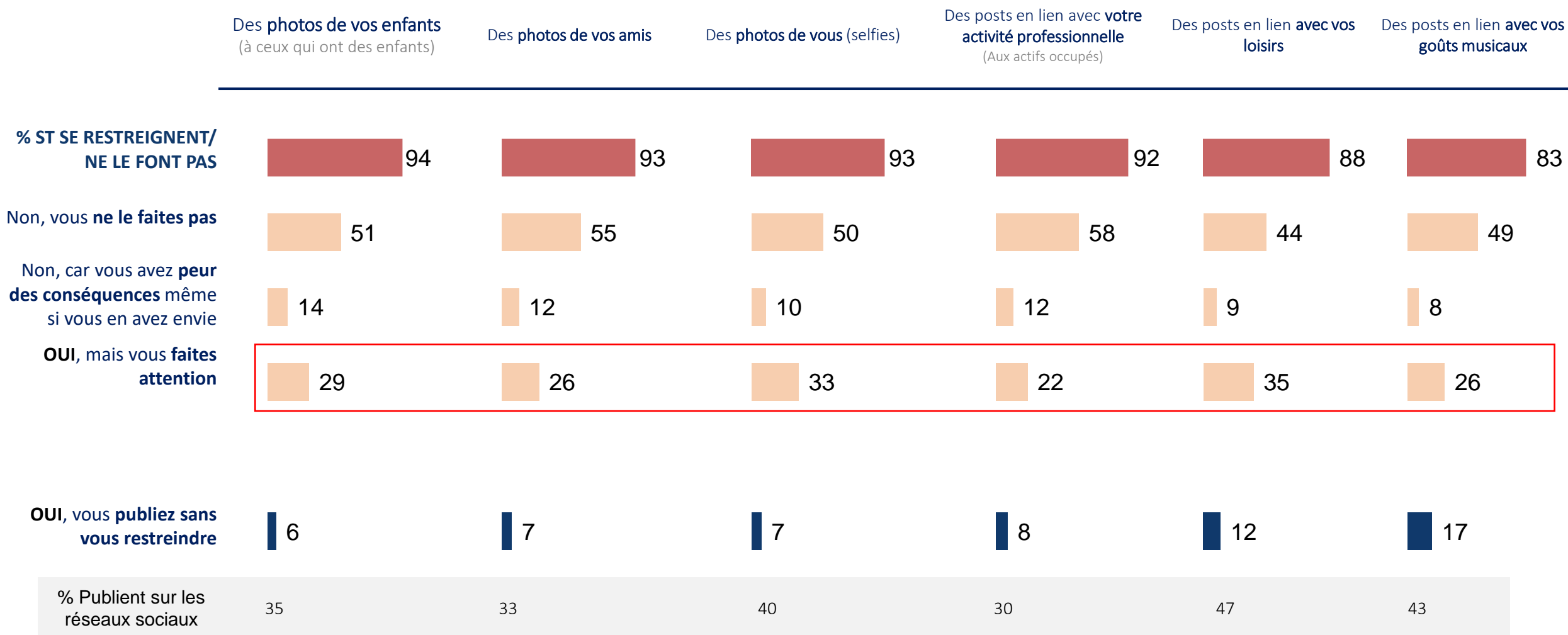


Résultats en %



A contrario, pour les contenus type selfies ou qui ont attrait aux loisirs aux goûts musicaux ou à l'activité professionnelle, les utilisateurs sont plus nombreux à publier, mais avec une certaine vigilance.

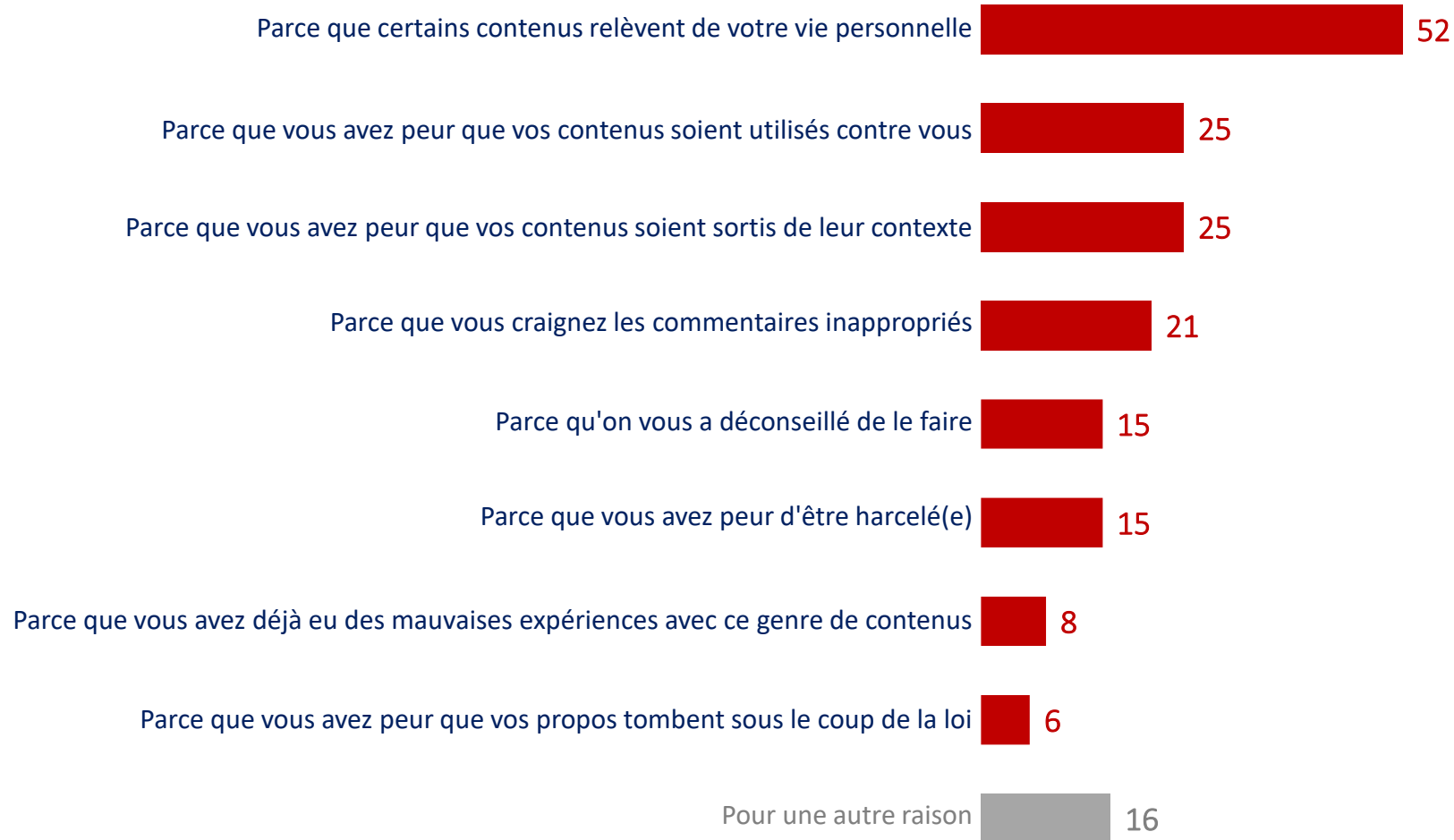
*Base: Ceux qui possèdent un ou des réseaux sociaux, soit 93% de l'échantillon*



Question 18 : Est-ce que vous publiez les éléments suivants sur les réseaux sociaux?

Ceux qui se restreignent dans leurs publications déclarent que c'est avant tout parce que certains contenus relèvent de leur vie personnelle. Par ailleurs, pour près d'un quart d'entre eux, ils ont peur que leurs contenus soient utilisés contre eux, qu'ils soient sortis de leur contexte et craignent de recevoir des commentaires inappropriés.

*Base: Ceux qui se restreignent dans leurs publications, soit 93% de ceux qui ont au moins un réseau social*



Question 19 : Pour quelles raisons vous restreignez-vous dans la publication de vos contenus ?

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

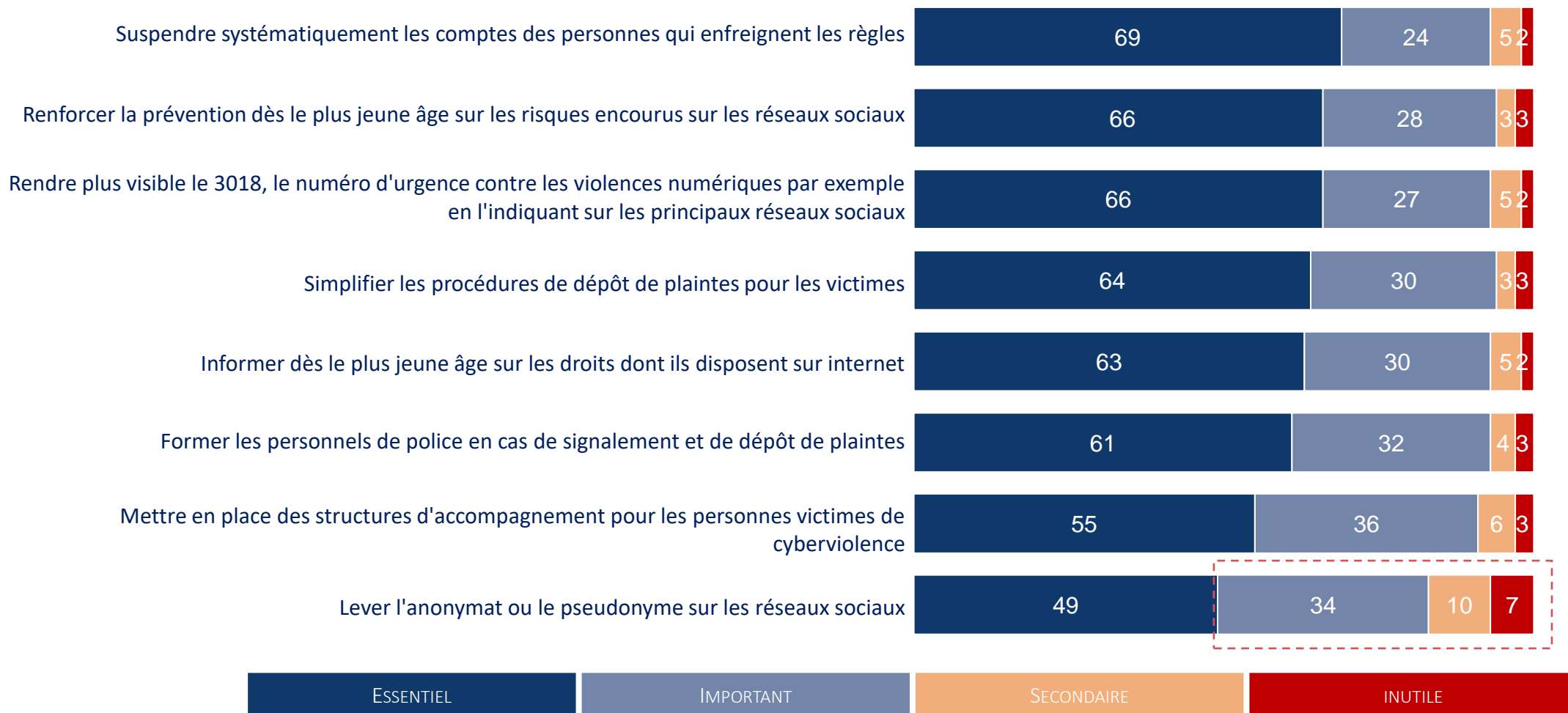
A woman with long dark hair and glasses is sitting on the floor in a modern living room. She is wearing a white shirt and dark pants. In front of her is a black metal coffee table with a laptop, a notebook, and a pen. To her right is a grey tufted sofa. The background shows a kitchen area with white cabinets and a wooden countertop. The overall atmosphere is calm and focused.

**4**

**QUELLES SONT LES ATTENTES DES  
FRANÇAIS EN MATIÈRE DE LUTE  
CONTRE LE CYBERHARCÈLEMENT ?**

De nombreux leviers apparaissent essentiels pour les Français:

Un rôle à prendre de la part des plateformes notamment avec la suspension des comptes qui enfreignent les règles. Le renforcement de la prévention apparaît également essentiel pour améliorer la connaissance des Français et notamment des plus jeunes. Tout comme la mise en avant du 3018 ou la simplification du dépôt de plainte pour mieux accompagner les victimes. Néanmoins, la levée de l'anonymat ou du pseudonyme leur paraît moins essentielle.



Question 26 : Parmi les mesures suivantes, dites si elles vous paraissent essentielles ou non pour lutter contre la cyberviolence et le cyberharcèlement ?

Base : Ensemble de l'échantillon, (N=1 008)



Résultats en %

# **ANNEXES**

# **ENGAGEMENT IPSOS**



# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

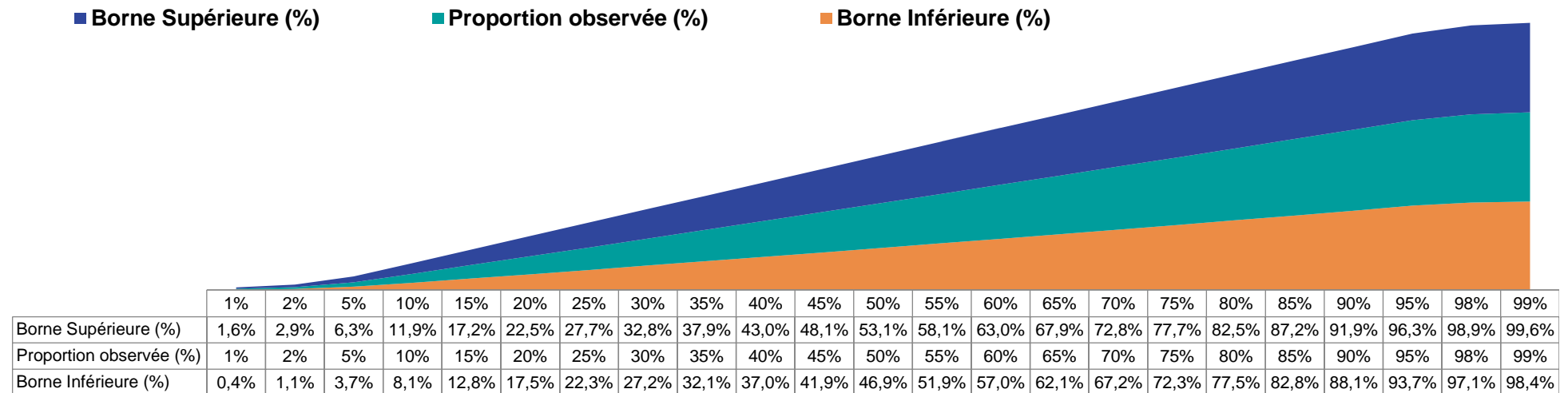


## Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1008**

Les proportions observées sont comprises entre :







# NOS ENGAGEMENTS

## Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants:

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), European Society for Opinion and Market Research,

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales



# FICHE TECHNIQUE

## Étude CAWI sur panel IIS



### ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Hommes/femmes âgés de 18 ans et plus.
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge, régions, CSP, agglomération (données INSEE)



### COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 02 au 04 novembre 2021
- **Taille de l'échantillon final** : 1008 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple)
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.



### TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré suivant la méthode de Rim Weighting.
- Critères de pondération : sexe , âge, régions, CSP, agglomération

# FICHE TECHNIQUE

## Organisation (Étude sur panel online)



### LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse



### LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données

## LE MATÉRIEL D'ÉTUDE LE QUESTIONNAIRE



Fichier PDF

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage**: Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain**: La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# À PROPOS D' IPSOS

---

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:  
**You act better when you are sure.**