



# Plus d'un tiers des salariés français peine à faire la distinction entre vraies et fausses informations

**Paris, 4 avril 2018** : Tandis que les fausses nouvelles (Fake news) ne cessent de se propager, plus d'un tiers (39%) des salariés français admettent avoir des difficultés à différencier les informations réelles des manipulations selon une étude menée par Qlik, leader du marché de la Data & Analytics. Plus préoccupant encore, plus d'un quart des individus (28%) continuent de prendre l'information dans les médias et sur leur lieu de travail pour argent comptant tout en sachant que les fake news sont légions sur Internet.

## Les Français submergés par les données dans leur vie quotidienne... et au travail

Face à ce flot continu d'informations, deux tiers (64%) des Français se sentent submergés dans leur vie personnelle. Parmi les informations qui les préoccupent surgissent en priorité : l'épargne (21%), les données liées aux dépenses quotidiennes (20%), les réseaux sociaux (19,5%) et la presse (19%).

L'analphabétisme liée aux données, c'est à dire l'incapacité à interpréter des données, est un frein dans la vie quotidienne des employés, mais elle a également des répercussions sur leurs performances au travail. La maîtrise de la donnée est devenue un atout indéniable puisque que plus des trois quarts (77%) des personnes possédant de solides compétences en matière de données excellent dans leur poste actuel, comparativement à 35,5% de l'effectif total.

## Les 16-24 ans sont les plus vulnérables face à la donnée

Malgré leur réputation d'utilisateurs avertis, les 16-24 ans sont ceux qui luttent le plus (59%) pour différencier le vrai du faux. Ils sont également les plus touchés par l'afflux du nombre de données dans leur vie personnelle. Ils sont les moins aptes à l'acquisition de données : moins d'un sur cinq (10%) a entièrement confiance en leurs compétences en matière de données, ce qui nuit à leur capacité à faire face aux tâches quotidiennes.

Angelica Reyes, Directrice marketing France chez Qlik, déclare : « Notre quotidien est envahi par une masse de données, chaque jour plus importante (réseaux sociaux, capteurs, données externes...). Mais en prenant le contrôle, nous pouvons les utiliser à notre avantage - par exemple en améliorant notre productivité au travail. »

« Le fait de pouvoir exploiter convenablement l'avalanche de données à laquelle nous sommes confrontés est déjà un premier pas pour distinguer le vrai du faux. Aujourd'hui, les formations et les outils existants permettent ce premier niveau d'analyse et de discernement. Les solutions analytiques liés aux objets connectées qui remontent des données sur la santé, ou nos performances sportives sont un bon exemple de cette évolution et de notre appropriation de l'analyse de nos données dans notre quotidien » ajoute Angelica Reyes

Rejoignez la campagne [www.dataequality.org](http://www.dataequality.org) et faites le test pour découvrir votre relation aux données par rapport à vos pairs.

## À propos de l'étude

La recherche a été menée par Censuswide pour le compte de Qlik. La recherche portait sur 1 054 salariés français. La recherche a été effectuée entre le 24 août 2017 et le 14 septembre 2017



## À propos de Qlik

Qlik®, plateforme leader du marché de la Data & Analytics, est pionnière de l'informatique décisionnelle centrée sur l'utilisateur. Son portefeuille de produits, accessibles via le cloud ou on-premise, répond aux besoins croissants des entreprises, du reporting à l'analyse visuelle en libre-service en passant par l'analyse guidée, intégrée et personnalisée, pour exploiter toutes les données, où qu'elles soient. Les entreprises qui utilisent Qlik Sense®, QlikView® et Qlik® Cloud peuvent recouper des informations provenant de sources multiples, leur donner du sens et révéler des relations cachées entre les données pour faire des découvertes qui mènent à de nouvelles idées. Basé à Radnor, en Pennsylvanie (USA), Qlik est présent dans plus de 100 pays et compte plus de 45 000 clients dans le monde.

###

© 2018 QlikTech International AB. Tous droits réservés. Qlik®, Qlik Sense®, QlikView®, QlikTech®, Qlik® Cloud, Qlik® DataMarket, Qlik® Analytics Platform et les logos QlikTech sont des marques déposées de QlikTech International AB dans plusieurs pays. Les autres marques et logos mentionnés sont des marques ou des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.

### **Contacts presse :**

#### **Agence onechocolate communications**

Xavier Delhôme

[xavier@onechocolate.fr](mailto:xavier@onechocolate.fr)

Tél : 01 41 31 75 09

Laure Guyon

[laure@onechocolate.fr](mailto:laure@onechocolate.fr)

Tél : 01 41 31 75 07

Alexandra Corbelli

[alexandra@onechocolate.fr](mailto:alexandra@onechocolate.fr)

Tel : 01 41 31 75 01