

# La vie privée en ligne : utopie ou réalité ? Comprendre la vulnérabilité perçue relative aux données personnelles

Alex Deslée

IAE Lille School of Management – Laboratoire LUMEN, université de Lille

## Résumé

- **Objectif**

Cet article propose de mieux comprendre la vulnérabilité perçue relative aux données personnelles, laquelle peut générer des comportements négatifs pour les performances de l'entreprise, tels que l'évitement ou la falsification des données personnelles.

- **Méthodologie**

Des entretiens de groupe ont été menés auprès de 32 consommateurs, puis analysés à l'aune du cadre conceptuel des ressources-contrôle afin de mieux comprendre les antécédents et les conséquences de la vulnérabilité perçue relative aux données personnelles. Dans un second temps, sur la base des résultats, des entretiens avec des praticiens dans divers métiers du marketing et de la *data* ont permis de développer et d'ajuster des préconisations managériales visant à atténuer les perceptions de vulnérabilité du consommateur.

- **Résultats**

L'analyse de l'étude qualitative met au jour deux formes de ressources limitées individuelles (le manque de connaissances des usages des données personnelles et de leurs risques pour la vie privée et l'incapacité à protéger sa vie privée) ainsi que deux formes de contrôle restreints structurels (contrôle des données personnelles et transparence sur les modes de collecte et d'usages des données) qui sont considérées comme des antécédents de la vulnérabilité des consommateurs. Des manœuvres d'adaptation défensives et non-défensives à ces perceptions de vulnérabilité ont également été identifiées.

- **Implications managériales**

Des implications managériales destinées au e-commerce ont été co-développées avec des praticiens pour favoriser des pratiques marketing éthiques qui visent à réduire la vulnérabilité perçue par les consommateurs.

- **Originalité**

Cette recherche met en œuvre empiriquement le cadre conceptuel des ressources-contrôle pour offrir une analyse holistique de la vulnérabilité perçue par les consommateurs dans le contexte du commerce en ligne.

- **Mots-clés** : vie privée en ligne, données personnelles, vulnérabilité, ressources, contrôle, manœuvres d'adaptation.

---

Pour contacter l'auteur : alex.deslee@univ-lille.fr

Deslée A. (2023), La vie privée en ligne : utopie ou réalité ? Comprendre la vulnérabilité perçue relative aux données personnelles, *Décisions Marketing*, online, 28-06-23.

## **Abstract**

*Online privacy: utopia or reality? Understanding the perceived vulnerability associated with personal data*

- **Objectives / Research Questions**

This paper aims to better understand the perceived vulnerability associated with personal data, which can generate behaviors that damage business performance, such as avoidance or the falsification of personal data.

- **Methodology**

Group interviews were conducted with 32 consumers and analyzed against the conceptual framework of resource-control to better understand the antecedents and consequences of perceived vulnerability associated with personal data. Based on the results, interviews with practitioners in various marketing and data professions were then used to develop and adjust managerial recommendations aimed at mitigating consumer perceptions of vulnerability.

- **Results**

The analysis of the qualitative study uncovers two forms of individual limited resources (lack of knowledge about personal data usage and privacy risks and the inability to protect one's privacy) as well as two forms of structural limited control (control over personal data and transparency about how data is collected and used) that are considered antecedents of consumer vulnerability. Defensive and non-defensive mechanisms to cope with these perceptions of vulnerability are also identified.

- **Managerial implications**

Managerial implications for e-commerce have been identified with the collaboration of practitioners to foster ethical marketing practices that aim to reduce consumers' perceived vulnerability.

- **Originality**

This research empirically implements the conceptual framework of resource-control to provide a holistic analysis of consumer-perceived vulnerability in the context of online commerce.

- **Keywords:** online privacy, personal data, vulnerability, resources, control, coping mechanisms.

## **Remerciements**

L'auteur remercie la rédaction en chef et les trois relecteurs anonymes pour leurs conseils. Il remercie également la chaire industrielle TREND(S) qui a permis la mise en collaboration avec ses partenaires entreprises ainsi que le MIHX Lab pour la mise à disposition de l'équipement de recherche.