

L'observatoire de la dématérialisation®

Les Français face à la **numérisation**
des supports et des échanges



Etude en souscription

Octobre 2010

Contexte

- ▶ Télédéclarer des impôts, lire un article sur Internet, utiliser un GPS, stocker des photos sur son ordinateur, télécharger un album de musique, télétransmettre une feuille de soin, faire un virement bancaire sur Internet, consulter une fiche de paie électronique, utiliser un coffre fort numérique...
- ▶ Quel que soit le support utilisé (ordinateur, téléphone mobile, carte), toutes ces pratiques ont un même point commun : **la dématérialisation.**
- ▶ L'essor des nouvelles technologies et d'Internet a profondément modifié notre rapport au « matériel » ainsi que notre notion du temps. Ce phénomène s'est traduit par une dématérialisation croissante des échanges permettant toujours plus de mobilité, de communication et d'interactivité.
- ▶ En quelques années, la dématérialisation est devenue un axe de développement majeur pour toutes les entreprises. Les bénéfices attendus sont nombreux et les enjeux de plus en plus stratégiques pour les entreprises qui souhaitent innover sur un marché en constante mutation : enjeux économiques, environnementaux, technologiques...
- ▶ Comment se traduit ce phénomène dans les comportements d'achat des Français ? Quels sont les nouveaux usages et attentes de demain ? Quels sont les impacts sur votre marché, votre circuit de distribution, vos produits ?

Enjeux

- ▶ Dans ce contexte, nous vous proposons de :
 - **comprendre les attentes** des consommateurs en matière de produits ou services numériques pour tous les actes de la vie quotidienne
 - **cerner leurs perceptions, motivations et freins** vis à vis des nouvelles technologies et de la dématérialisation en particulier.
- ▶ Pour ce faire, OpinionWay propose une approche globale afin de mesurer l'impact de la dématérialisation sur les modes de vie et anticiper les pratiques futures.
- ▶ Cette étude vous permettra de :
 - Identifier les tendances de fond sur le sujet (supports et contenus)
 - Evaluer les risques ou opportunités vis-à-vis de produits ou services de demain
 - Définir le positionnement numérique de votre entreprise
 - Comparer votre marque à votre secteur d'activité, vos concurrents
 - Analyser le profil et le potentiel de vos clients en termes de nouveaux comportements

Définition

- ▶ La **dématérialisation d'un support** consiste à lui retirer son caractère physique et concret. Elle fait l'objet de deux approches :
 - La numérisation d'originaux papier pour consultation ou archivage
 - La production, dès l'origine, d'informations numériques
- ▶ Par extension, on évoque aussi la **dématérialisation des échanges** quand, de physiques, ceux-ci deviennent virtuels.
- ▶ Ces opérations concernent bien entendu l'achat de biens ou de services en ligne, mais aussi le téléchargement d'œuvres musicales ou cinématographiques, la gestion en ligne de comptes bancaires et même la participation à un réseau social...
- ▶ Au-delà de la réduction des coûts, la dématérialisation est avant tout un moyen de fluidifier les processus d'échanges grâce à l'usage des outils informatiques et des moyens de communication.



Objectifs du baromètre

- 1. Comprendre et mesurer l'impact** de la dématérialisation dans la vie quotidienne des Français en termes d'usages et d'attitudes
- 2. Définir une typologie** selon les comportements vis-à-vis de la dématérialisation
- 3. Évaluer l'image** d'entreprises / institutions en matière d'offres ou services dématérialisés actuels ou futurs
- 4. Explorer les pratiques futures** et les limites possibles de la dématérialisation sur les modes de vie

Méthodologie

Phase qualitative exploratoire

Blog participatif sur les 15/25 et 30/50 ans

Phase quantitative sur Internet

Echantillon représentatif de 2000 Français

Phase qualitative ethno visuelle

Interviews filmées (vox pop)

Phase prospective et sociétale

Entretiens qualitatifs auprès d'experts



Objectifs

Comprendre et explorer l'impact de la dématérialisation et des nouvelles technologies dans la vie quotidienne des Français

Mesurer les usages et attitudes des Français en matière de dématérialisation et dresser des profils types

Évaluer l'image d'entreprises en matière de positionnement numérique

Explorer les pratiques futures et limites possibles de la dématérialisation sur les modes de vie et de consommation

Descriptif des phases (1/2)

Phase qualitative exploratoire

Blog participatif auprès de 2 cibles 15/25 ans et 30/50 ans

- L'avantage du blog est de permettre une investigation en profondeur et interactive des motivations et représentations des participants
- Tous les participants (10 par groupe) seront invités à se réunir quotidiennement
- Les animateurs aborderont un thème pré-établi tous les 2 jours (5 à 6 thèmes sur une durée de 10 jours)
- Les participants répondent au fur et à mesure permettant une grande autonomie de réponse (animation non directive)
- Les participants seront invités à déposer des photos et autres éléments visuels sur le blog

Mesure quantitative sur Internet

Enquête auprès d'un échantillon de 2 000 Français

- Etude réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus
- Pour la réalisation de cette enquête, nous aurons recours à notre propre panel, newpanel®, composé de 60 000 individus français
- Les panélistes recevront un e-mail les invitant à répondre au questionnaire d'une durée de 15 mn environ
- La représentativité de l'échantillon sera assurée selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région de résidence et de catégorie de commune

Descriptif des phases (2/2)

Phase qualitative ethno visuelle

Interviews filmées (vox pop ou micro trottoir)

- Méthode d'investigation qui recueille des réactions spontanées pour une exploitation sous forme d'extraits vidéo ou mini film
- Ce mode de recueil audiovisuel in situ permettra de compléter et d'illustrer la phase quantitative en creusant voire en générant d'autres pistes
- 20 personnes sélectionnées selon des critères de sexe et de catégories socioprofessionnelles seront interrogées dans la rue.
- 4 questions ouvertes par répondant (entretiens semi directifs en face à face filmés)

Phase prospective et sociétale

Entretiens qualitatifs auprès d'experts et professionnels

- Intervenants sélectionnés selon un champ de compétences spécifiques (tendance, économie, sociologie, informatique) permettant un regard croisé voire décalé sur le sujet
- Chaque expert, professionnel ou universitaire exposera sa vision actuelle et future de la dématérialisation ainsi qu'un décryptage des tendances de demain
- Nous proposons d'interroger 3 à 4 experts. Chaque entretien durera 45 mn environ et pourra être filmé
- La discussion sera étayée par les principaux résultats obtenus lors des phases qualitative et quantitative

Plan du rapport

1. Perceptions transversales

- Bénéfices et freins de la dématérialisation
- Question de la valeur

2. Focus sur les documents dématérialisés*

- Utilisation en format électronique
- Préférence entre format physique et dématérialisé
- Origine de la démarche
- Réimpression des documents dématérialisés
- Stockages utilisés
- Perceptions transversales

3. Focus sur les loisirs dématérialisés**

- Utilisation en format électronique
- Préférence entre format physique et dématérialisé
- Perceptions vis-à-vis des jeux
- Perceptions vis-à-vis de la musique et du cinéma

4. Focus sur l'information dématérialisée

- Perceptions vis-à-vis de la presse
- Perceptions vis-à-vis de l'information

5. Impact sociétal de la dématérialisation

- Craintes génériques
- Perception comparée

6. Pratiques en situation de mobilité

- Perceptions transversales
- Attentes en matière de supports mobiles

7. Positionnement numérique des entreprise (option)

- Notoriété
- Légitimité
- Confiance
- Innovation

** factures, relevés de compte fidélité, billets de train et d'avion, contrats de réservation, relevés de compte bancaire, documents administratifs, catalogues et brochures, quittances d'électricité et de gaz, contrats d'assurance, demandes de prêt, bulletins de paie, quittances de loyer*

*** livre, presse, film, musique, photo, jeux vidéo, jeux d'argent*

4 questions posées par entreprise :

- Selon vous, cette entreprise propose-t-elle des produits ou services numériques à ses clients ?
- Trouvez-vous cette entreprise légitime pour proposer/vendre des produits ou services numériques ?
- Avez-vous confiance dans cette entreprise pour acheter/utiliser des produits ou services numériques ?
- Trouvez-vous cette entreprise innovante en matière de produits ou services numériques ?

PRESSE

CHALLENGES
LE POINT
CAPITAL
L'EXPANSION
L'EQUIPE
LA TRIBUNE
LE PARISIEN
LES ECHOS
LE FIGARO
LE MONDE
LIBERATION
METRO
20 MINUTES
DIRECT MATIN

TELECOM

SFR
ORANGE
BOUYGUES TELECOM
JEUX & LOISIRS
FRANCAISE DES JEUX
PMU
PATHE GAUMONT
SERVICE PUBLIC
EDF
GDF SUEZ
LA POSTE
DISTRIBUTION
FNAC
VIRGIN

BANCASSURANCE

ALLIANZ
AXA
MAIF
CAISSE D'EPARGNE
CREDIT AGRICOLE
CREDIT MUTUEL
GENERALI
MACIF
LCL
MAAF
MMA
LA BANQUE POSTALE
GROUPAMA
SOCIETE GENERALE
BNP PARIBAS

HOTELLERIE

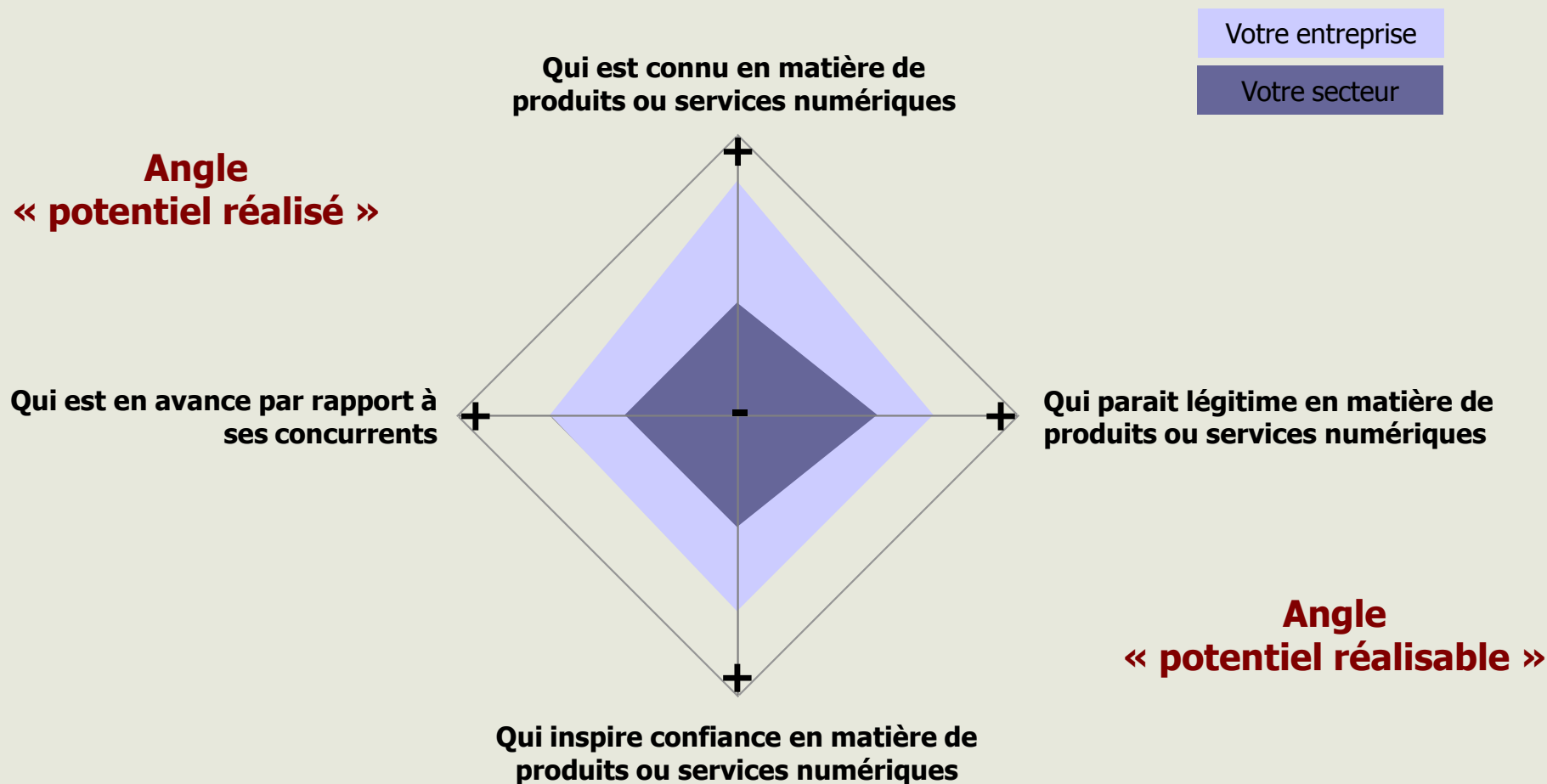
ACCOR
CLUB MED

INFORMATIQUE

APPLE
SONY
THOMSON
TOSHIBA
ALCATEL
HEWLETT PACKARD
IBM
SIEMENS

**Possibilité de rajouter
des marques ou des
secteurs : nous
contacter**

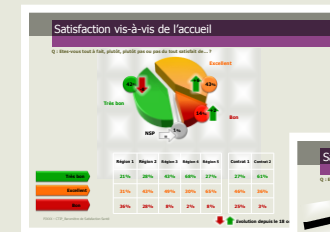
- ▶ A partir des questions spécifiques, nous proposerons d'explorer le **territoire des marques** en termes de positionnement numérique.



Livrables

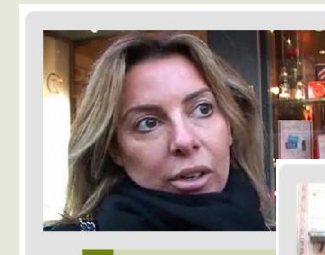
► Chaque souscripteur disposera d'un rapport directement opérationnel, complet et détaillé, comprenant l'intégralité des résultats (sous format PowerPoint).

- **Des illustrations graphiques, tableaux de bord, classement avec les résultats d'ensemble mais aussi des tris par profil.**



- Des analyses croisant les enseignements **quali & quanti** ainsi que des **extraits vidéo** illustrant les résultats.

► Une **présentation orale** des résultats par l'équipe d'OpinionWay.



Budget et calendrier

Souscription à l'observatoire **5 500 € HT**
Pour chaque secteur souscrit (ou 5 entreprises au choix) **2 000 € HT en option**

- ▶ **Phase qualitative**
 - 2 blog online de 15 participants inclus

- ▶ **Phase quantitative**
 - 2000 interviews en ligne inclus

- ▶ **Phase ethno visuelle**
 - 20 interviews filmés (vox pop) inclus

- ▶ **Phase prospective**
 - 3 entretiens qualitatifs auprès d'experts inclus

- ▶ Remise du rapport et présentation **Octobre 2010**

*Pour une vague supplémentaire dans l'année ou la mise en place d'un benchmark international : nous contacter.
Toute diffusion sur les questions standards ne pourra se faire qu'avec le consentement préalable d'OpinionWay.*

Bon de commande

L'observatoire de la dématérialisation® - OpinionWay

Veillez nous retourner la présente datée et signée avec le tampon de la société et la mention "BON POUR ACCORD" par courrier postal/ fax au 01 78 94 90 19.

En nous la retournant signée, vous confirmez avoir pris connaissance des conditions générales de vente d'OpinionWay ci-après et y adhérer entièrement. Par ailleurs, vous confirmez avoir pris connaissance et adhérer entièrement aux obligations mutuelles concernant les codes éthiques, dispositions légales et règles de confidentialité.

Budget :

Le budget à prévoir pour le dispositif d'étude tel que décrit ci-avant est de :

5 500 €HT*

..... secteurs spécifiques

* Euros Hors Taxes (TVA = 19,6%)

Modalités de règlement : Paiement à réception de facture.

Modalités de facturation :

Raison sociale à facturer :

Adresse de facturation :

Nom du responsable :

Pour Client

Pour OpinionWay

Conditions Générales de Vente

ARTICLE 1

Les présentes conditions générales sont systématiquement adressées ou remises par la Société à chaque client pour lui permettre de passer commande.

En conséquence, le fait de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve du client à ces conditions générales à l'exclusion de tout autre document tels que prospectus, catalogues émis par la Société et qui n'ont qu'une valeur indicative.

Aucune condition particulière ne peut, sauf acceptation formelle et écrite de la Société, prévaloir contre les conditions générales. Toute condition contraire posée par le client sera donc, à défaut d'acceptation expresse, inopposable à la Société, quel que soit le moment où elle aura pu être portée à sa connaissance.

Le fait que la Société ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes conditions générales, ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

ARTICLE 2 - COMMANDE

Les commandes ne sont définitives que lorsqu'elles ont été confirmées par un écrit.

La Société n'est liée par les commandes prises par ses représentants ou ses employés que sous réserve d'une confirmation écrite et signée. Toute modification ou annulation de commande demandée par le client ne peut être prise en considération qu'après accord écrit de la Société.

Si la Société n'accepte pas la modification ou l'annulation, les acomptes versés ne pourront pas être restitués.

ARTICLE 3 - PRESTATION

La Société s'engage à apporter tous les soins nécessaires pour réaliser les études et enquêtes qui lui sont confiées. La Société n'est tenue que d'une obligation de moyen.

Toute commande adressée à la Société implique l'adhésion par le client aux méthodologies et techniques qui sont mises en œuvre par la Société pour réaliser les travaux et études objets de ladite commande, le client pouvant demander le cas échéant, toute explication utile concernant lesdites méthodologies et techniques.

ARTICLE 4 - LIVRAISON

4.1 Délais : Les délais contractuels sont indiqués aussi exactement que possible. Les dépassements de délai de livraison ne peuvent donner lieu à dommages intérêts, à retenue ni à annulation des commandes en cours. Toutefois, si trois mois après la date indicative de livraison la prestation n'a pas été fournie pour toute autre cause qu'un cas de force majeure, la prestation pourra être résolue à la demande de l'une ou l'autre partie : le client pourra obtenir restitution de son acompte à l'exclusion de tout autre indemnité ou dommage intérêt.

4.2 Force majeure : Chacune des parties ne pourra être tenue responsable d'un manquement quelconque à ses obligations, si ce manquement est dû à la survenance d'un cas de force majeure. Par force majeure, on entend toute modification intervenant dans la législation ou la réglementation régissant l'activité de l'une ou l'autre partie et/ou tout fait d'une quelconque autorité publique extérieure aux deux parties qui empêcherait pratiquement l'exécution du présent contrat. La partie affectée par un tel cas de force majeure devra immédiatement prévenir l'autre partie en lui notifiant dans les cinq (5) jours la survenance d'un tel évènement. A défaut d'accord entre les parties permettant de reprendre l'exécution du contrat dans les quinze (15) jours, le présent contrat sera résilié de plein droit.

4.3 Obligations des parties : En toute hypothèse, la livraison n'interviendra dans les délais que si le client est à jour de ses obligations envers la Société quelle qu'en soit la cause.

ARTICLE 5 - MODALITES DE PAIEMENT ET DE REGLEMENT

5.1 Règlement des prestations : Le règlement des prestations se fait sur facturation par OpinionWay, par le versement de 100% à la commande. Les factures sont payables par le client à réception.

5.2 Pénalités de retard : En cas de retard de paiement, la Société pourra suspendre toutes les commandes en cours, sans préjudice de toute autre voie d'action. Toute somme non payée à l'échéance prévue par la facture et par les présentes conditions générales de vente donnera lieu de plein droit et sans mise en demeure préalable au paiement des intérêts de retard selon le taux d'intérêt en vigueur à la date de la communication des présentes conditions générales de vente, augmenté de 1,5%. Ces intérêts courront du jour de l'échéance des factures jusqu'au complet paiement.

5.3 Défaut de paiement, résolution et restitution : En cas de défaut de paiement 48 heures après une mise en demeure restée infructueuse, la prestation de service sera résiliée de plein droit si bon semble à la Société qui pourra demander la restitution des travaux livrés sans préjudice de tous autres dommages-intérêts. Le client sera en outre tenu de verser à la Société 20% du montant TTC des factures dues.

La résolution pourra frapper non seulement la commande en cause mais aussi toutes les commandes impayées antérieures, qu'elles soient livrées ou en cours de livraison et que leurs paiements soient échus ou non.

Dans le cas de défaut de paiement, les sommes qui seraient dues pour d'autres livraisons ou pour toute autre cause, deviendront immédiatement exigibles si la Société n'opte pas pour la résolution des commandes correspondantes.

Toute détérioration du crédit du client pourra justifier l'exigence de garantie ou d'un règlement comptant par chèque ou virement avant l'exécution des commandes reçues. Ce sera notamment le cas si une modification intervient dans la capacité du client, dans son activité professionnelle, dans la personne de ses dirigeants ou dans sa forme juridique.

Le client s'interdit d'utiliser ou d'exploiter les travaux livrés par la Société avant leur complet paiement, la Société se réservant le droit d'en exiger leur restitution en cas de non-paiement du prix à l'échéance convenue.

ARTICLE 6 - DROIT D'EXPLOITATION DES ETUDES ET TRAVAUX DE LA SOCIETE

La société conserve la propriété des techniques, des méthodes, du savoir-faire, des outils, des matériels et des logiciels, qu'elle aurait développé et qui lui sont propres ou dont elle aurait fait l'acquisition, et qu'elle mettrait en œuvre, à titre onéreux ou gratuit, à l'occasion de la réalisation de l'étude, objet du contrat.

Tous les résultats en souscription de cette étude restent la propriété d'OpinionWay. Les résultats en souscription sont strictement confidentiels et réservés à un usage uniquement interne. Toute publication ou divulgation, de tout ou partie des informations contenues dans cette étude à un tiers, devra faire l'objet d'un accord préalable et écrit d'OpinionWay.

En cas de divulgation, reproduction ou publication, même autorisée, altérant ou dénaturant la signification ou l'interprétation et études de la société, cette dernière pourra faire par les voies les plus appropriées, toute réserve, communiqué ou mise au point nécessaire pour protéger ses droits, et sans préjudice de toutes autres actions ou mesures. Ce, sans limite de temps ou de territorialité.

ARTICLE 7 – JURIDICTION COMPETENTE

Seront seuls compétents en cas de litiges de toute nature ou de contestation relative à la formation ou à l'exécution de la commande, les tribunaux de Paris.

Codes éthiques, dispositions légales et règles de confidentialité :

OpinionWay travaille en conformité avec les règles et les principes formulés par le Syntec études marketing et opinion, et le Code International CCI/ESOMAR de Pratique Loyales en matière d'Etudes de Marché et d'Opinion, ainsi qu'avec les législations en vigueur, nationales et internationales, notamment la législation sur la protection des données personnelles.

A ce titre, OpinionWay travaille en conformité avec les règles prévues dans le cadre de la Loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

Contacts

Aurélien GRAGNIC

Directeur Conseil

Responsable de l'observatoire

agragnic@opinion-way.com

01 78 94 89 91

Charles Henri d'AUVIGNY

Directeur général adjoint

chdauvigny@opinion-way.com

01 78 94 89 93

Frédéric ALBERT

Directeur adjoint du développement

falbert@opinion-way.com

01 78 94 90 20

“opinionway

15 place de la République, 75003 Paris

tel : 01 78 94 90 00

fax : 01 78 94 90 19

www.opinionway.com