

L'observatoire de la dématérialisation®

Les Français, les Anglais et les Espagnols
face à la numérisation des supports

Vague 2



Etude en souscription

Mai 2011

Contexte

- ▶ OpinionWay a lancé en 2010 le premier Observatoire portant sur l'ensemble des pratiques dématérialisées des Français. Cette étude a permis de mieux cerner les attentes et perceptions des consommateurs vis-à-vis des nouvelles technologies.
- ▶ **Un des enseignements majeurs** de cette première vague consiste à comprendre que c'est prioritairement la relation et la vision de l'outil Internet qui structurent les représentations et perceptions liées à la dématérialisation. En effet, la dématérialisation renvoie implicitement et parfois quasi exclusivement à l'utilisation d'Internet et ses multiples avantages à savoir la liberté, l'exploration et la gratuité.
- ▶ Les bénéfices mis en avant par la dématérialisation concernent surtout l'impact positif sur l'environnement, la praticité au quotidien ou encore le gain de place. En revanche, le développement des relations humaines et la confidentialité des échanges sont très nettement moins bien perçus. A ce titre, les nouveaux supports multimédias, considérés comme une avancée, sont jugés comme insécurisant et parfois contraignants.
- ▶ Parallèlement, **la dématérialisation pose 4 questions majeures** qui peuvent fonctionner comme des freins et qui engendrent des comportements spécifiques :
 1. La question de la « possession »
 2. La question de la réassurance, selon deux aspects : le « cambriolage virtuel » et la peur de la perte des données numériques
 3. La question de nouveaux gestes à adopter, comme celui du « classement virtuel »
 4. Et surtout, la question de la valeur attribuable aux contenus dématérialisés

Enjeux & bénéfices

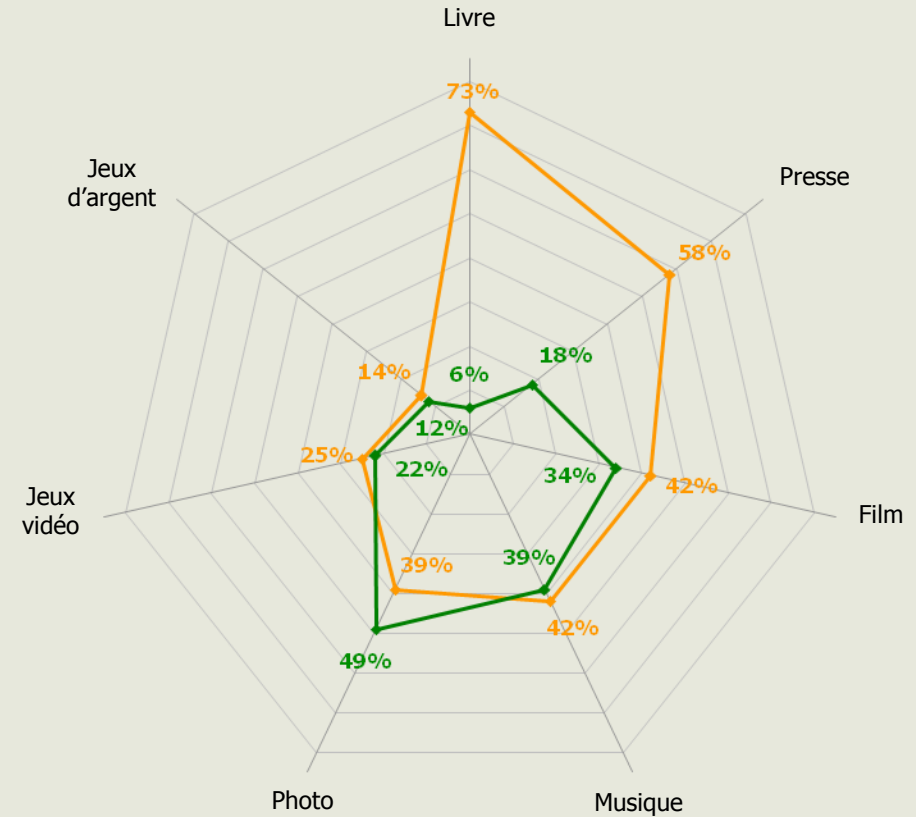
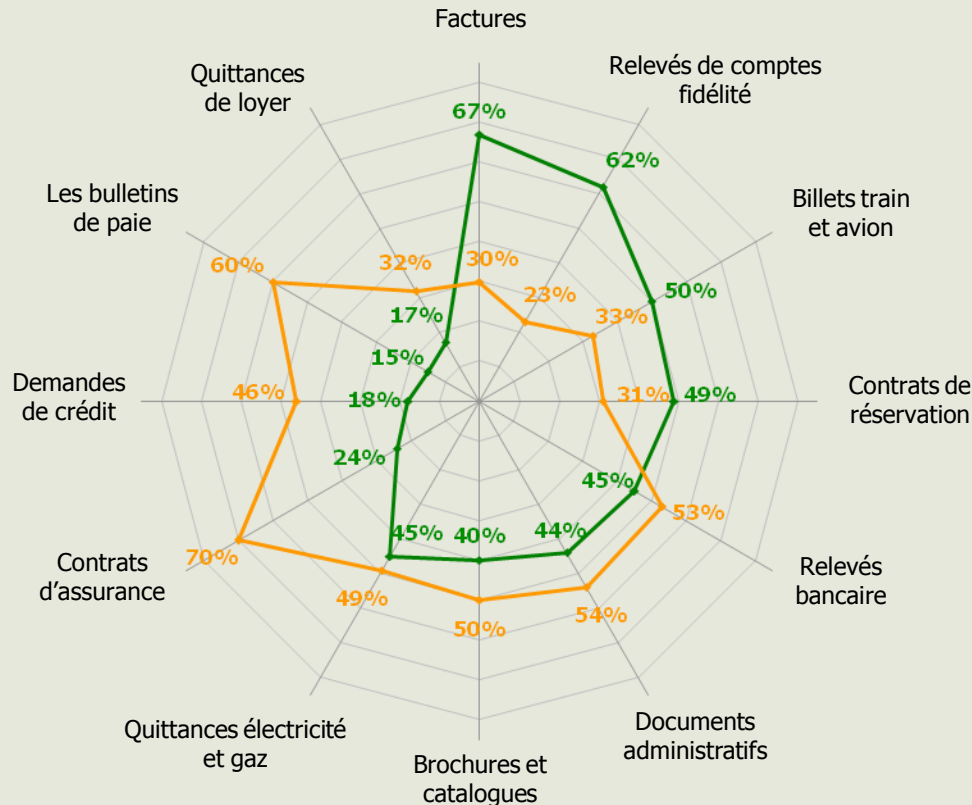
- ▶ En quelques années, la dématérialisation est devenue un axe de développement majeur pour la plupart des entreprises mais les consommateurs, qui sont encore en période d'acquisition voire de découverte des nouvelles possibilités offertes au quotidien, ont besoin d'être rassurés avant d'adopter de nouveaux comportements.
- ▶ Dans ce contexte, nous lançons la deuxième vague de l'observatoire étendue à l'Angleterre (pays anglo saxon) et l'Espagne (pays du sud de l'Europe) pour :
 - **identifier les attentes** des consommateurs en matière de produits ou services numériques pour tous les actes de la vie quotidienne,
 - **cerner leurs motivations et freins** vis à vis de la dématérialisation,
 - **suivre l'évolution** des comportements dans le temps,
 - **comparer les pratiques** sur des pays culturellement différents,
 - **analyser le positionnement** numérique de votre marque.



Résultats vague 1 (extraits)

Q : Entre un support électronique et un support physique, où se situe votre préférence pour chacun des documents ou produits suivants :

Base : 2000 répondants



Légende :
- Préférence support électronique
- Préférence support physique

Objectifs

- 1. Mesurer et suivre l'impact de la dématérialisation** dans la vie quotidienne des Français, Anglais et Espagnols en termes de motivations et freins
- 2. Évaluer l'image d'entreprises** en matière d'offres ou services dématérialisés actuels ou futurs (France uniquement)
- 3. Identifier les pratiques futures** et les limites possibles de la dématérialisation sur les modes de vie des Européens

Mesure quantitative sur Internet

**Enquêtes auprès d'un échantillon de 2 000 Français,
1 000 Anglais et 1 000 Espagnols**

- Etudes réalisées auprès d'échantillons représentatifs dans chacun des pays concernés sur des populations âgées de 18 ans et plus
- Pour la réalisation de ces enquêtes nous aurons recours à notre propre panel pour la France et à un panel spécialisé pour l'Angleterre et l'Espagne
- Les panélistes recevront un e-mail les invitant à répondre au questionnaire d'une durée de 15 mn environ
- Les questionnaires seront traduits dans chacune des langues concernées par un prestataire spécialisé
- La représentativité des échantillons sera assurée selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, et de lieu d'habitation

Trame du questionnaire

1. Comportements et pratiques

Les documents dématérialisés*

- Niveau d'utilisation
- Origine de la démarche
- Niveau de préférence
- Perception détaillée
- Supports de stockage utilisés
- Impression des documents

Les produits dématérialisés**

- Niveau d'utilisation
- Niveau de préférence
- Perception détaillée

2. La dématérialisation en situation de mobilité

- Niveau de préférence carte à puce
- Niveau de préférence clé USB
- Niveau de préférence téléphone mobile
- Evaluation des systèmes de paiement (nouvelle question)

3. Impact social et sociétal

- Perception détaillée
- Fidélité aux marques

4. Positionnement des marques (option)

- Notoriété
- Légitimité
- Confiance
- Innovation

5. Style de vie et équipements possédés

- Type d'équipement
- Fréquence d'utilisation
- Rapport aux nouvelles technologies
- Usages internet

6. Profil socio démographique

* 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

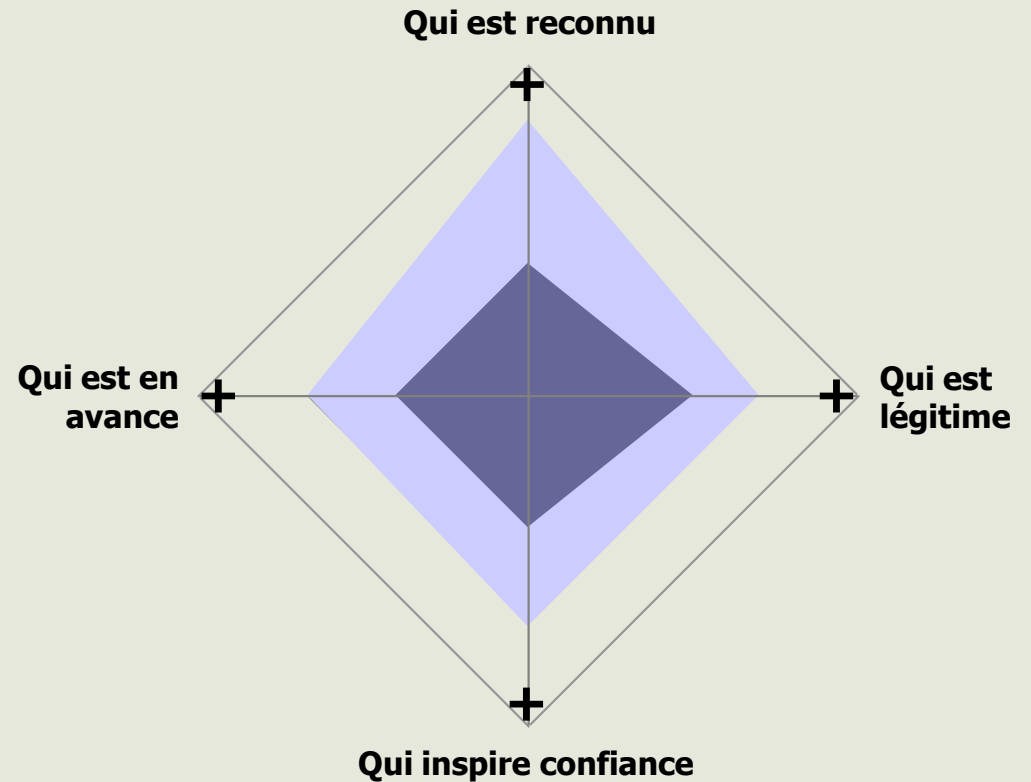
Positionnement de votre marque (option)

Nous proposons d'étudier **plus de 50 marques** parmi les secteurs d'activité suivants :

- Bancassurance
- Presse
- Energie
- Telecom
- Informatique
- Hôtellerie
- Distribution

**Liste des marques :
nous contacter**

A partir d'indicateurs clefs, nous explorerons le **territoire de votre marque** en terme de positionnement numérique.



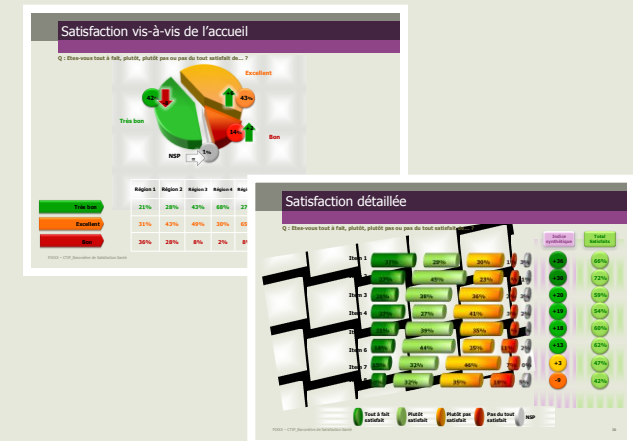
Votre entreprise

Votre secteur

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 **sur la France, l'Angleterre et l'Espagne.**



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

Budget et calendrier

Souscription vague 2 (FR)	5 500 € HT
Souscription vague 2 (FR, UK, ESP)	7 000 € HT

▶ **Phase quantitative**

▪ 2 000 interviews en ligne sur France	inclus
▪ 1 000 interviews en ligne sur UK et Espagne	inclus
▪ 2 questions confidentielles	inclus
▪ 1 présentation orale des résultats	inclus
▪ Question complémentaire	500 € HT

▶ Option : positionnement de votre marque	1 500 € HT
▪ Benchmark par secteur d'activité	inclus
▪ Périmètre : France uniquement	

Souscription vagues 1 + 2 (FR)	7 000 € HT
Souscription vagues 1 + 2 (FR, UK, ESP)	8 500 € HT

Lancement terrain	Juin 2011
Premiers résultats	Juillet 2011
Remise du rapport et présentation	Septembre 2011

Pour un pays supplémentaire : nous contacter [avant fin mai](#).

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® - vague 2 - 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* (vague 2 sur France)**
- 7 000 €HT* (vague 2 sur 3 pays)**
- 7 000 €HT* (vagues 1+2 sur France)**
- 8 500 €HT* (vagues 1+2 sur 3 pays)**
- Option : 1 500 €HT* (positionnement marque)**

* cochez la case correspondante

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 Défaillance 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

Philippe le Magueresse

Directeur BU études marketing

plmagueresse@opinion-way.com

01 78 94 89 96

“*opinionway*”

15 place de la République, 75003 Paris

tel : 01 78 94 90 00

fax : 01 78 94 90 19

www.opinionway.com