

“opinionway pour popcarte

Les Français, les cartes postales et l'intelligence artificielle

Juillet 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie



Echantillon de **1037 personnes représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 14 au 15 juin 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Popcarte »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : *INSEE*



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	26%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



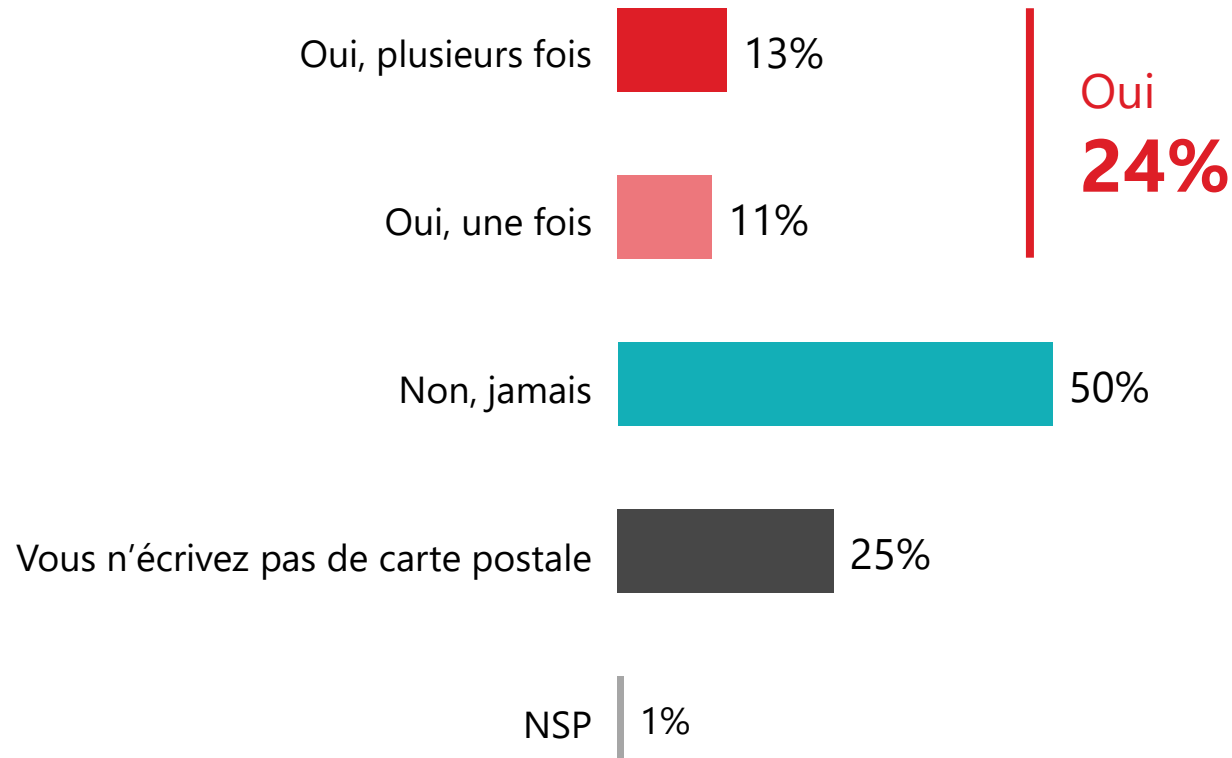
Les résultats



Le renoncement à écrire une carte postale par manque d'inspiration (1/2)



Q. Avez-vous déjà renoncé à écrire une carte postale par manque d'inspiration ?

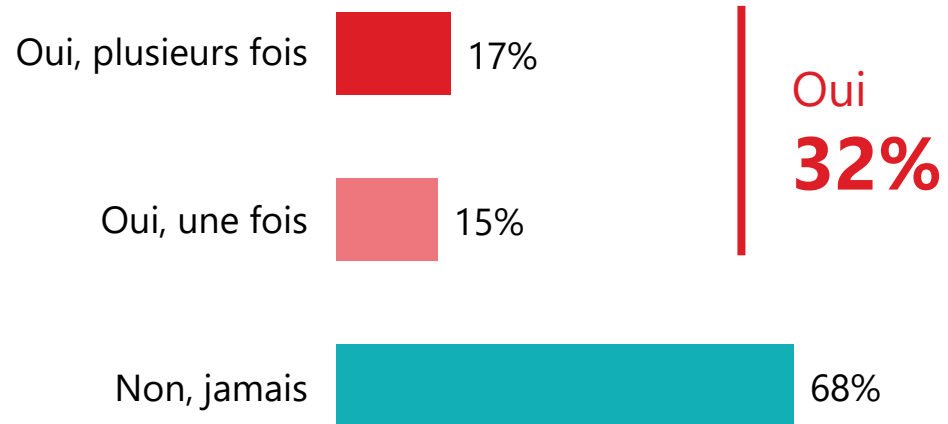


Le renoncement à écrire une carte postale par manque d'inspiration (2/2)



Q. Avez-vous déjà renoncé à écrire une carte postale par manque d'inspiration ?

Question présentée sur la base des réponses des personnes qui écrivent des cartes postales, soit 74% de l'échantillon.



Le renoncement à écrire une carte postale par manque d'inspiration (1/2)



Q. Avez-vous déjà renoncé à écrire une carte postale par manque d'inspiration ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	24%	21%	26%	38%	32%	22%	22%	16%	26%	22%	22%
<i>Oui, plusieurs fois</i>	13%	11%	14%	9%	11%	15%	14%	12%	14%	12%	12%
<i>Oui, une fois</i>	11%	10%	12%	29%	21%	7%	8%	4%	12%	10%	10%
Non, jamais	50%	53%	48%	36%	45%	50%	54%	57%	50%	52%	51%
Vous n'écrivez pas de carte postale	25%	25%	25%	21%	23%	27%	24%	27%	24%	25%	26%

Le renoncement à écrire une carte postale par manque d'inspiration (2/2)



Q. Avez-vous déjà renoncé à écrire une carte postale par manque d'inspiration ?

Question présentée sur la base des réponses des personnes qui écrivent des cartes postales, soit 74% de l'échantillon.

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	32%	28%	35%	51%	42%	31%	29%	21%	35%	29%	31%
<i>Oui, plusieurs fois</i>	17%	15%	19%	12%	15%	21%	18%	16%	19%	16%	17%
<i>Oui, une fois</i>	15%	13%	16%	39%	27%	10%	11%	5%	16%	13%	14%
Non, jamais	68%	72%	65%	49%	58%	69%	71%	79%	65%	71%	69%



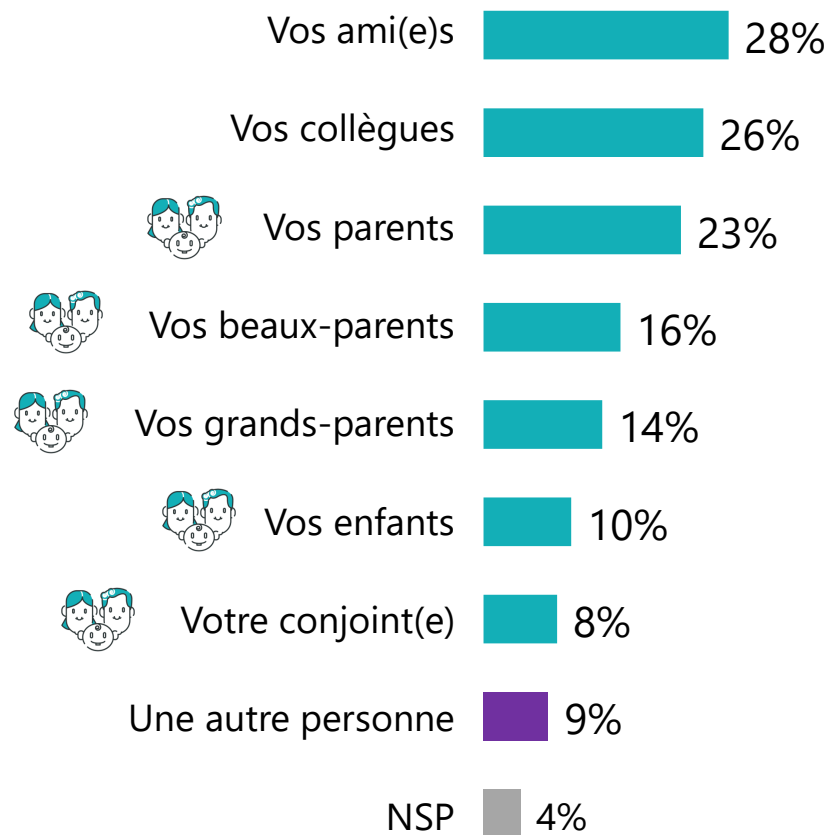
Les personnes pour qui il est difficile de trouver l'inspiration



Q. Lorsque vous écrivez vos cartes postales, pour quelles personnes est-ce le plus difficile de trouver l'inspiration ?

Question posée uniquement aux personnes qui écrivent des cartes postales soit 74% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



54%
À un membre
de leur famille
ou belle-
famille





Les personnes pour qui il est difficile de trouver l'inspiration



Q. Lorsque vous écrivez vos cartes postales, pour quelles personnes est-ce le plus difficile de trouver l'inspiration ?

Question posée uniquement aux personnes qui écrivent des cartes postales soit 74% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total A un membre de leur famille ou belle-famille	54%	56%	51%	68%	69%	56%	48%	42%	59%	55%	49%
Vos parents	23%	24%	22%	25%	32%	29%	26%	8%	32%	27%	14%
Vos beaux-parents	16%	14%	18%	29%	13%	18%	14%	12%	16%	14%	17%
Vos grands-parents	14%	14%	14%	28%	30%	14%	6%	5%	14%	15%	13%
Vos enfants	10%	13%	8%	-	9%	7%	10%	18%	7%	10%	13%
Votre conjoint(e)	8%	9%	6%	4%	9%	10%	6%	7%	11%	7%	5%
Vos ami(e)s	28%	29%	28%	21%	22%	28%	33%	32%	26%	32%	28%
Vos collègues	26%	23%	28%	24%	31%	23%	22%	29%	24%	22%	29%



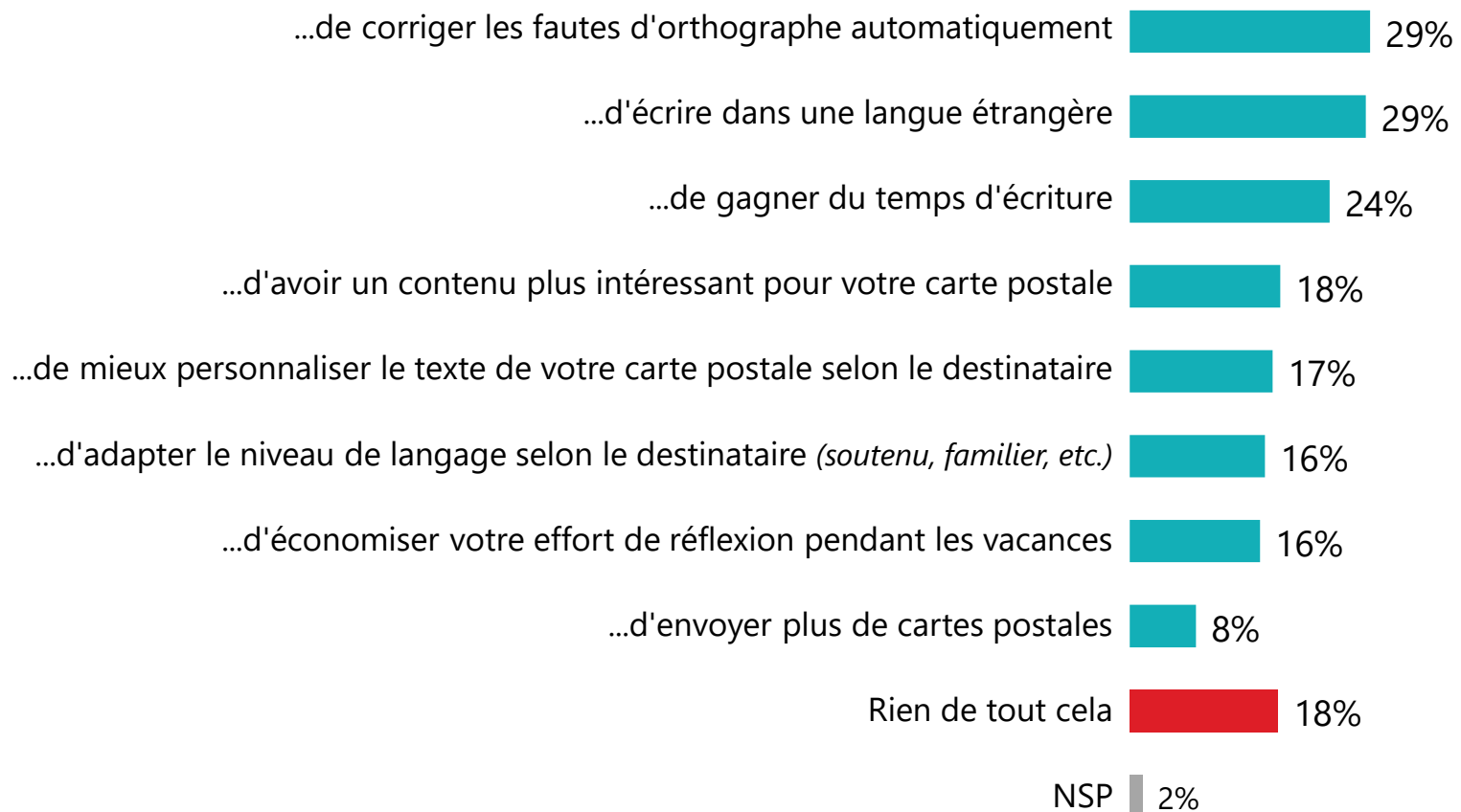
Les bénéfices de l'intelligence artificielle pour écrire une carte postale



Q. L'intelligence artificielle peut aujourd'hui vous accompagner à générer des textes en fonction de critères que vous lui donnez. Quels seraient les bénéfices pour vous ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

L'intelligence artificielle en tant qu'assistant vous permettrait...



80%

Y trouvent au moins un avantage



Les bénéfices de l'intelligence artificielle pour écrire une carte postale



Q. L'intelligence artificielle peut aujourd'hui vous accompagner à générer des textes en fonction de critères que vous lui donnez. Quels seraient les bénéfices pour vous ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...de corriger les fautes d'orthographe automatiquement	29%	29%	29%	39%	45%	24%	26%	24%	26%	33%	28%
...d'écrire dans une langue étrangère	29%	27%	30%	33%	32%	26%	29%	27%	29%	30%	27%
...de gagner du temps d'écriture	24%	28%	21%	38%	21%	27%	21%	21%	26%	23%	24%
...d'avoir un contenu plus intéressant pour votre carte postale	18%	17%	19%	19%	17%	21%	17%	17%	19%	17%	19%
...de mieux personnaliser le texte de votre carte postale selon le destinataire	17%	17%	18%	17%	23%	17%	15%	17%	16%	19%	17%
...d'adapter le niveau de langage selon le destinataire (<i>soutenu, familier, etc.</i>)	16%	16%	17%	25%	24%	15%	14%	12%	17%	16%	16%
...d'économiser votre effort de réflexion pendant les vacances	16%	19%	13%	21%	12%	13%	14%	20%	14%	15%	18%
...d'envoyer plus de cartes postales	8%	8%	8%	9%	10%	8%	8%	6%	10%	8%	7%
Rien de tout cela	19%	19%	20%	7%	9%	19%	24%	27%	19%	17%	21%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com