



Attitude et consommation des français face aux nouvelles technologies

*Typologie des individus
26 novembre 2013*

BJ9670

Date : 21 novembre 2013

A : Charlene Poupin

De : Annabelle Bouillon – Pascal Novais / OpinionWay

OpinionWay, 15 place de la République, 75003 Paris. Tél : 01 78 94 90 00



Contexte et objectifs



L'agence **SC Conseil** a souhaité mettre en place une étude quantitative visant à **identifier les grandes tendances de consommation des Français en matière de Nouvelles Technologies.**

L'objectif recherché est de **construire une typologie des Français dans leur rapport aux nouvelles technologies en investiguant leur profil, leur usage, ainsi que leur perception et attitudes en matière de High Tech et d'établir par la suite un quizz permettant à chacun, en répondant aux questions, de retrouver son groupe d'appartenance.**

Cette étude doit **servir de base à des campagnes RP et de promotion sur le site Crucial.com**, site spécialisé dans l'optimisation de la performance informatique.

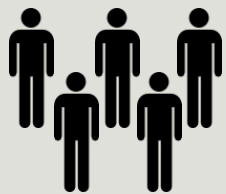


Crucial.com est un site e-commerce leader dans la vente de modules de mémoire pour ordinateurs (RAM) et de disques durs SSD (Solid State Drive). C'est **l'une des activités « online » de Micron Technology**, l'un des plus grands fabricants mondiaux de DRAM et de NAND.

Méthodologie



Méthodologie



Cible

Echantillon de **1002 Internaute**s français âgés de 18 ans et plus, représentatif de la population française selon la méthode des quotas



Mode de recueil

L'échantillon a été interrogé en ligne sous système **CAWI** (Computer Assisted Web Interview)



Zone géographique

France



Période d'enquête

Les interviews ont été réalisées entre **le 29 octobre et le 5 novembre 2013**

Clé de lecture des résultats : Les significativités sont calculées à 95%.

Elles sont mentionnées de la façon suivante (les bases faibles ne permettant pas toujours la lecture par sous-cibles):

Résultat significativement supérieur à l'échantillon total : ●
Résultat significativement inférieur à l'échantillon total : ●

Résultats de l'étude



1

Profil des répondants



Profil des répondants



Base : 1002

Total

1 Les technophiles

2 Les utilisateurs avisés

3 Les prudents

4 Les pragmatiques

5 Les technophobes

	Total	1 Les technophiles	2 Les utilisateurs avisés	3 Les prudents	4 Les pragmatiques	5 Les technophobes	
Sexe	Un homme	48%	78%	58%	40%	41%	25%
	Une femme	52%	22%	42%	60%	59%	75%
Age	18-24 ans	11%	10%	16%	8%	8%	10%
	25-34 ans	16%	17%	18%	14%	12%	26%
	35-49 ans	27%	34%	26%	28%	26%	27%
	50-64 ans	25%	21%	21%	29%	27%	24%
	65 ans et +	21%	18%	19%	21%	27%	13%
	Moyenne d'âge	47,3 ans	46	44,6	50	50,7	43,8
CSP	CSP A	14%	24%	19%	10%	9%	10%
	CSP B	15%	13%	19%	13%	12%	16%
	CSP C	32%	26%	28%	31%	36%	37%
	Inactifs	39%	37%	34%	46%	43%	37%
Région	Région Parisienne	18%	19%	19%	21%	14%	20%
	Nord Ouest	23%	19%	20%	29%	23%	22%
	Nord Est	23%	16%	28%	19%	23%	23%
	Sud Ouest	11%	14%	11%	9%	11%	14%
	Sud Est	25%	32%	22%	22%	29%	21%

Profil des répondants



Base : 1002

Total

1 Les technophiles

2 Les utilisateurs avisés

3 Les prudents

4 Les pragmatiques

5 Les technophobes

	Total	1 Les technophiles	2 Les utilisateurs avisés	3 Les prudents	4 Les pragmatiques	5 Les technophobes	
<i>Vous êtes :</i>	Célibataire	22%	25%	27%	20%	17%	19%
	Marié(e)	48%	45%	44%	49%	50%	48%
	Pacsé(e)	6%	6%	7%	6%	5%	6%
	En concubinage	16%	15%	15%	15%	17%	22%
	Divorcé(e)	6%	6%	5%	8%	8%	3%
	Veuf(ve)	2%	2%	2%	2%	4%	3%
<i>Personnes dans foyer:</i>	1	19%	19%	19%	19%	21%	16%
	2	43%	37%	38%	46%	49%	37%
	3	19%	15%	22%	16%	17%	25%
	4	11%	18%	10%	14%	6%	13%
	5	6%	8%	9%	3%	5%	9%
	6 et plus	2%	3%	2%	1%	3%	1%
<i>Enfants dans foyer:</i>	Aucun	70%	67%	66%	72%	78%	65%
	Un	15%	14%	17%	14%	12%	18%
	Deux	11%	10%	13%	12%	7%	12%
	Trois	3%	7%	3%	1%	2%	5%
	Quatre et plus	1%	2%	1%	1%	1%	-
<i>Revenu annuel:</i>	ST Moins de 12 000 euros	8%	6%	5%	7%	9%	15%
	ST De 12 000 à 23 999 euros	24%	20%	24%	25%	23%	25%
	ST De 24 000 à 41 999 euros	35%	37%	33%	35%	39%	33%
	ST 42 000 euros et plus	20%	22%	24%	21%	17%	15%
	Je ne sais pas	13%	15%	14%	12%	12%	12%

2

Typologie : Présentation des groupes

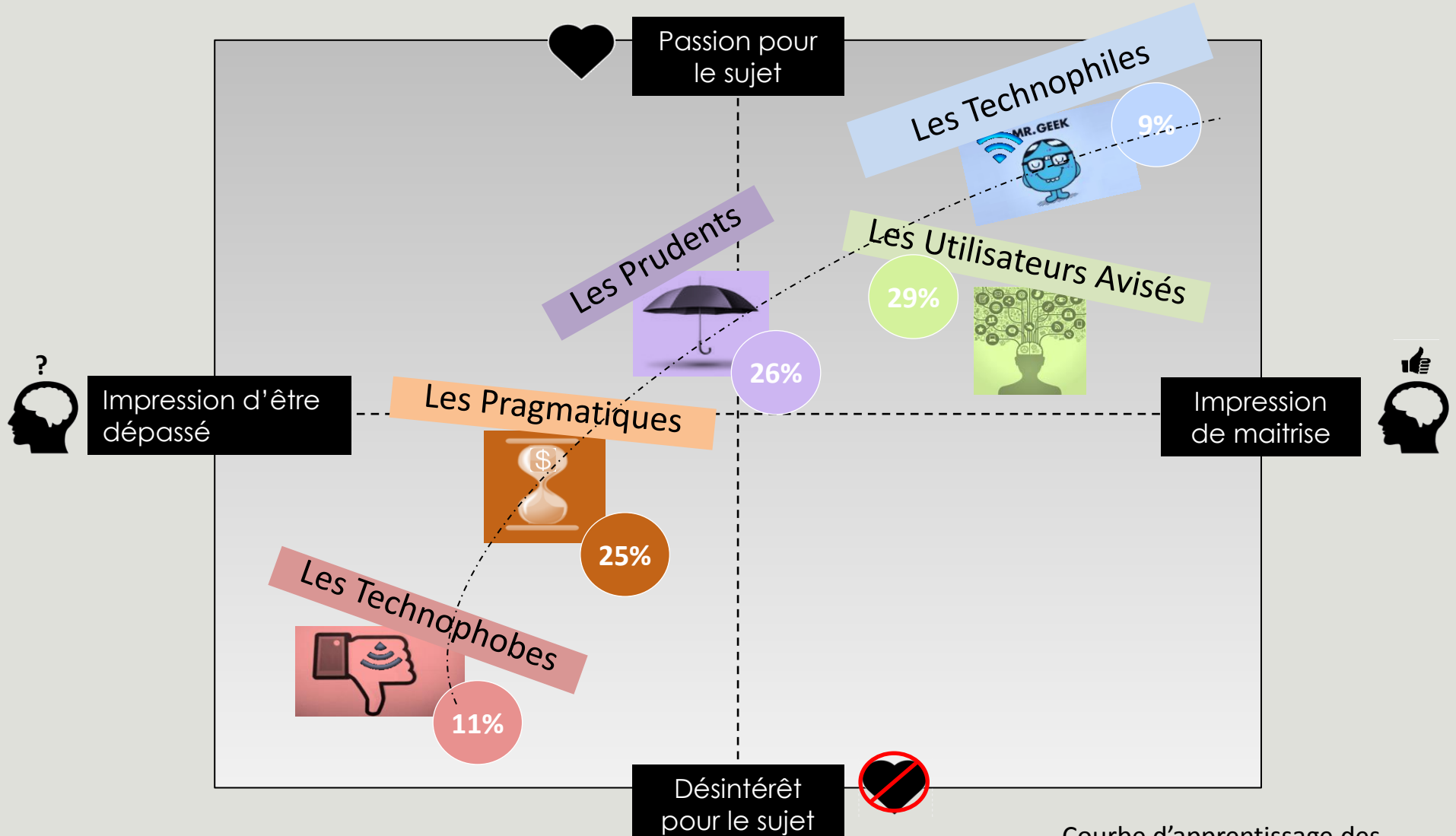


Qu'est-ce qu'une typologie

“

- Une typologie est une analyse statistique secondaire visant à constituer des groupes d'individus au sein desquels on observera des comportements, attitudes ou opinions vis-à-vis du sujet de l'étude les plus proches possibles, ces groupes devant être le plus distinct possible les uns des autres.
- Pour ce, une sélection de variables a priori discriminantes entre les individus est effectuée (à la lecture du tri à plat et des tris croisés des informations), ces variables sont dites actives : ce sont à partir de ces dernières que les groupes seront constitués.
- En fonction de différentes itérations est trouvé le nombre de groupes d'individus au-dessous duquel on ne distingue pas assez de différences entre les groupes et au-dessus duquel ces différences deviennent trop ténues pour que l'on puisse réellement parler d'un type de clients à part entière.

Les Français et les nouvelles technologies



Groupe 1 : Les Technophiles

Descriptif : Les Technophiles sont des individus suréquipés, qui sont passionnés par les nouvelles technologies et sont une référence pour leur entourage. Ils aiment passer du temps à se renseigner sur l'actualité en matière de nouvelles technologies et sont enclins à tester les nouveaux produits, dès leur arrivée sur le marché afin d'être toujours à la pointe.



9% des répondants



Quels pratiques ? (Q6)

Très actifs sur Internet :

Regarder vidéos (95% vs 83%), écouter musique (81% vs 63%), partager photos (70% vs 50%), télécharger fichiers (90% vs 70%), réseaux sociaux (81% vs 69%), participer blogs/forum (73% vs 55%)

Pratiquent le multi-tasking (84% vs 54%)

Plus grande utilisation du côté multimédia du téléphone :

Utiliser flash-code (71% vs 37%)
télécharger applis payantes (49% vs 29%), payer comme une CB (27% vs 13%), recherche info en magasin (80% vs 51%)

Quel rapport au High Tech? (Q14, Q16 & Q17)

Passionnés par les nouvelles technologies (100%) - Se considèrent comme experts (17% vs 2%) ou bien pratiquant confirmé (68% vs 35%)

Les NT sont un plaisir pour eux (95% vs 61%) ; Ils aiment passer du temps à comprendre comment les NT fonctionnent (95% vs 37%) ; Ils donnent des conseils à leurs proches (86% vs 42%) ; Ils aiment avoir ce qui se fait de mieux (77% vs 40%) ; les NT permettent d'exprimer leur personnalité (55% vs 29%) ; Ils expriment leur avis sur les blogs/forums (30% vs 17%)

Qui ?

♂ 78% d'hommes (vs 48%)
🏠 + CSPA (24% vs 14%)

Quel équipement ? (Q1)



Plus d'équipements (9 produits en moyenne vs 7) :

imprimante (83% vs 74%), ordinateur bureau (78% vs 65%), Smartphone (81% vs 62%), lecteur MP3 (61% vs 45%), tablette (58% vs 35%), Console Nextgen (44% vs 27%), ...

Source d'informations (Q13)

Les sites d'actualité spécialisés (55% vs 33%)

Les blogs, forums sur le HT (52% vs 35%)

Les sites fabricants (49% vs 35%)

En mineur la presse papier spécialisée (23% vs 13%), les salons HT (8% vs 3%)

Quels comportements d'achat? (Q7 & Q8 & Q12)

Lieux d'achat Internet : sites généralistes (65% vs 45%) ou sites spécialisés (53% vs 28%)

Ils décident seuls (68% vs 44%)

Même si la plupart attendent avant d'acheter, ils sont plus nombreux que les autres à acheter dès la sortie du produit (20% vs 7%)

Quels critères d'achat? (Q9)

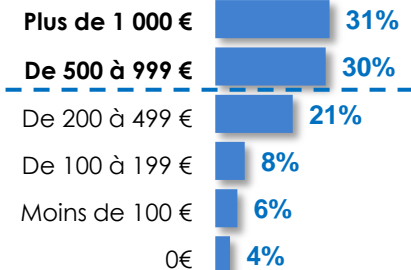
Top 4 : prix, qualité, performance (43% vs 34%), fonctionnalités

En mineur l'avis des experts (16% vs 11%) l'innovation (16% vs 6%)



Niveau de dépenses

(12 derniers mois) (Q10)



Groupe 2: Les utilisateurs avisés

Descriptif : Les utilisateurs avisés sont des individus très équipés qui se sentent en maîtrise par rapport aux nouvelles technologies. Ils se renseignent régulièrement sur l'actualité dans les nouvelles technologies et aiment donner des conseils à leur entourage. C'est un plaisir pour eux ainsi qu'un bon moyen de resserrer les liens avec leurs proches.



29% des répondants



Quels pratiques ? (Q6)

Actifs sur Internet :

Regarder vidéos (90% vs 83%), écouter musique (72% vs 63%), partager photos (60% vs 50%), télécharger fichiers (83% vs 70%), réseaux sociaux (77% vs 69%), participer blogs/forum (68% vs 55%)

Pratiquent le multi-tasking (70% vs 54%)

Plus grande utilisation du côté multimédia du téléphone :

Utiliser flash-code (52% vs 37%)
télécharger applis payantes (43% vs 29%), payer comme une CB (20% vs 13%), recherche info en magasin (65% vs 51%)

Quel rapport au High Tech? (Q14, Q16 & Q17)

Intéressés par les nouvelles technologies (91% vs 66%) – ils se considèrent comme des **pratiquant confirmé** (96% vs 35%)
Les NT un **plaisir** pour eux (79% vs 61%); Ils aiment **passer du temps pour comprendre** comment les Nt fonctionnent (74% vs 63%), **Ils donnent des conseils à leurs proches** (69% vs 42%) ; aiment avoir **ce qui se fait de mieux** (57% vs 40%) ; les NT leur permettent de **resserrer les liens avec leurs proches** (56% vs 48%) ; ils **achètent toujours les mêmes marques** (55% vs 48%); **expriment leur avis sur les blogs/forums** (27% vs 17%)

Qui ?

♂ + d'hommes (58% vs 48%)
🏠 + CSP+ (38% vs 29%)

Quel équipement ? (Q1)



Plus d'équipements (8 produits en moyenne vs 7) :

Ordinateur portable (82% vs 76%), imprimante (80% vs 74%), Smartphone (77% vs 62%), lecteur MP3 (57% vs 45%), tablette (41% vs 35%), Console Nextgen (33% vs 27%), ...

Source d'informations (Q13)

L'entourage
Les comparateurs de prix
Les forums et les sites d'actualités
En mineur **les émissions TV** (14 vs 10%)

Quels comportements d'achat? (Q7 & Q8 & Q12)

Lieux d'achat Internet : Enseignes de grande distribution, sites généralistes (52% vs 45%) ou sites spécialisés (35% vs 28%)

Ils ont tendance à attendre que le produit ait fait ses preuves avant d'acheter (49% vs 43%)

Quels critères d'achat? (Q9)

Top 4 : prix, qualité, performance, fonctionnalités

En mineur l'**avis des experts** (14% vs 11%) et le **design** (11% vs 8%)

€ Niveau de dépenses (12 derniers mois) (Q10)

Plus de 1 000 € 13%

De 500 à 999 € 29%

De 200 à 499 € 28%

De 100 à 199 € 15%

Moins de 100 € 11%

0€ 4%

Groupe 3 : Les prudents

Descriptif : Les prudents se définissent avant tout comme des débutants. Intéressés par les nouvelles technologies, ils cherchent à se perfectionner en dépit du fait qu'ils trouvent ce secteur compliqué et difficile à suivre. Ils s'avèrent par conséquent assez prudents dans leur comportement d'achat préférant attendre qu'un nouveau produit ait fait ses preuves avant de l'acheter.



26% des répondants



Quels pratiques ? (Q6)

Dans la moyenne en terme d'activité sur Internet.

Pratiquent moins le **Multi-tasking** (47% vs 54%)

Moins attirés par le multimédia sur téléphone :

Téléchargement d'applications payantes pour votre Smartphone (21% vs 29%), obtenir des informations sur Internet via un flash-code ou un code-barres (30% vs 37%)

Quel rapport au High Tech? (Q14, Q16 & Q17)

Intéressés par les nouvelles technologies (82% vs 66%), ils se considèrent encore comme **novices cherchant à se perfectionner** (98% vs 49%). **Les nouvelles technologies changent trop rapidement pour eux** (61% vs 54%). Ils estiment du coup que **maîtriser les nouvelles technologies c'est compliqué** (52% vs 43%). En conséquence, ils **donnent moins souvent des conseils à leurs proches** (30% vs 42%) et **donnent moins souvent leurs avis sur Internet, dans le cadre de forums, blogs, réseaux sociaux** (12% vs 17%).

Qui ?

♀+ de Femmes (60% vs. 52%)

Quel équipement ? (Q1)



Autant d'équipement que la moyenne (6,9 produits en moyenne vs 7) mais **plus faible** : Smartphone permettant de se connecter à Internet (55% vs 62%) et Lecteur MP3 (36% vs 45%)

Source d'informations (Q13)

Top 5 : Les comparateurs de prix sur Internet (54% vs 46%), l'entourage/les proches, les sites de fabricants, Les forums/blogs/sites communautaires.

Quels comportements d'achat? (Q7 & Q8 & Q12)

Achètent plus en Grande distribution (73% vs 62%) et généralement l'achat est **décidé conjointement avec les proches** (61% vs 44%)

Ils **préfèrent attendre que le produit ait fait ses preuves avant d'acheter** (74% vs 43%)

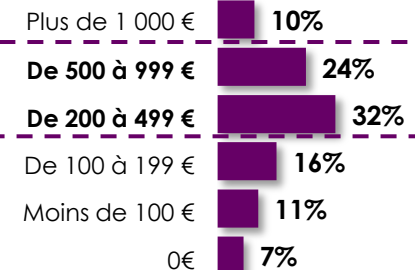
Quels critères d'achat? (Q9)

Top 3 : Prix, Performance (49% vs 34%), Qualité du produit

En mineur le **Coût à l'usage** (17% vs 12%)

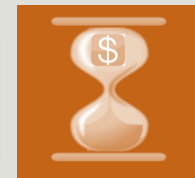


Niveau de dépenses (12 derniers mois) (Q10)



Groupe 4 : Les pragmatiques distants

Descriptif : Plus distants à l'égard des nouvelles technologies que la moyenne des Français, les pragmatiques se singularisent par leur plus grande sensibilité au prix. Se percevant comme des novices cherchant à se perfectionner, ils ne sont pas forcément à la recherche de ce qui se fait de mieux dans un secteur qu'ils jugent compliqué et trop changeant : leur principal critère est économique.



25% des répondants



Qui ?

- + de Femmes (59% vs 52%)
- + âgés (50,7 ans vs 47,3 ans),
- + d'Inactifs (37% vs 31%)

Quel équipement ? (Q1)



Moins équipés que la moyenne sur tous les produits (6,4 produits en moyenne vs 7) : Ordinateur portable (70% vs 76%), Smartphone (54% vs 62%), Lecteur MP3 (38% vs 45%), Tablette (28% vs 35%), Console de jeu vidéo Nextgen (18% vs 27%), Caméscope numérique (17% vs 25%), Electroménager intelligent (17% vs 23%), Lecteur Blu-Ray (16% vs 24%), Home cinéma (15% vs 21%), TV 3D (7% vs 11%)

Source d'informations (Q13)

Top 5 : L'entourage/les proches (57% vs 51%), les comparateurs de prix sur Internet, les sites de fabricants, Les forums/blogs/sites communautaires, les sites d'actualité spécialisés

Quels comportements d'achat? (Q7 & Q8 & Q12)

Achètent moins sur les sites Internet spécialisé (16% vs 28%).
Ils préfèrent attendre que le prix du produit ait baissé avant d'acheter (89% vs 50%)

Quels critères d'achat? (Q9)

Top 4 : Prix, qualité du produit, facilité d'utilisation (38% vs 24%), fonctionnalités

Quels pratiques ? (Q6)

Moins actifs sur Internet :

Regarder des vidéos (77% vs 83%), Ecouter de la musique (55% vs 63%), Partager des photos ou des vidéos (42% vs 50%), Télécharger des fichiers (56% vs 70%), Pratiquer le multi-tasking (40% vs 54%)...

Une utilisation plus faible du côté multimédia du téléphone :

Télécharger des applications payantes (18% vs 29%), payer en utilisant le téléphone portable comme une carte bancaire (7% vs 13%), obtenir des informations via un flash-code/code-barres (26% vs 37%), Rechercher des informations en magasin (37% vs 51%)

Quel rapport au High Tech? (Q14, Q16 & Q17)

Plus distants que la moyenne des Français (Les NT ne les intéressent pas vraiment (32% vs 22%), ils se considèrent encore comme novices cherchant à se perfectionner (87% vs 49%) ou dépassés (10% vs 3%), car les NT changent trop rapidement pour eux (71% vs 54%) et ils les considèrent comme étant trop compliquées (61% vs 43%). Ainsi, ils aiment moins passer du temps pour comprendre comment fonctionne une nouvelle technologie (52% vs 63%) : c'est moins un plaisir pour eux (43% vs 61%) et n'aiment pas forcément avoir ce qui se fait de mieux en NT (20% vs 40%).

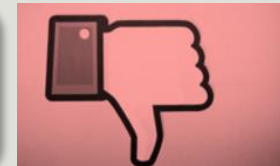


Niveau de dépenses (12 derniers mois) (Q10)



Groupe 5 : Les technophobes

Descriptif : Désintéressés, les technophobes se définissent comme des novices qui ne cherchent pas à en apprendre davantage. Moins équipés que la moyenne des Français, ils sont plus nombreux à déclarer pouvoir se passer de nouvelles technologies. C'est bien trop compliqué et changeant à leurs yeux.



11% des répondants



Qui ?

♀ + de Femmes (75% vs. 25%)
👤 + jeunes (43,8 ans vs. 47,3 ans), vivant plus en couple :
un autre adulte du foyer (48% vs. 29%)

Quel équipement ? (Q1)



Moins équipés que la moyenne (5,7 produits en moyenne vs 7) :

Un appareil photo (78% vs. 86%), TV écran plat (63% vs. 82%) Ordinateur de bureau (54% vs 65%), Smartphone (43% vs 62%), GPS (47% vs. 58%), Lecteur MP3 (36% vs 45%), Tablette (23% vs 35%), console de jeu vidéo Nextgen (22% vs 27%)...

Sources d'information (Q13)

Top 5 : L'entourage/les proches (64% vs 51%), Les comparateurs de prix sur Internet, Les sites de fabricants, Les forums/blogs/sites communautaires, la publicité TV, radio, affichage, presse

Quels pratiques ? (Q6)

Beaucoup moins actifs sur Internet :

Regarder vidéos (71% vs 83%), écouter musique (47% vs 63%), partager photos (31% vs 50%), télécharger fichiers (52% vs 70%), réseaux sociaux (59% vs 69%), participer blogs/forum (40% vs 55%)

Faible utilisation du côté multimédia du téléphone :

Utiliser flash-code (16% vs 37%)
télécharger applis payantes (13% vs 29%),
payer comme une CB (7% vs 13%),
recherche info en magasin (31% vs 51%)

Quel rapport au High Tech? (Q14, Q16 & Q17)

Pas intéressés par les nouvelles technologies (79% vs 22%), ils ne sont pas dans une démarche d'apprentissage. **Aucun d'entre eux ne souhaitent en savoir davantage.** Ils **jugent les nouvelles technologies compliquées** (62% vs. 43%) et ce d'autant plus **qu'ils n'aiment pas passer du temps pour comprendre comment fonctionne** une nouvelle technologie (21% vs. 63%). Les nouvelles technologies ne sont **clairement pas un plaisir** pour eux (16% vs. 61%)

Quels comportements d'achat? (Q8 & Q11 & Q12)

Achètent moins d'objets High Tech, quelque soit le lieu d'achat : Grandes enseignes (48% vs. 62%) sites généralistes (26% vs 45%) ou sites spécialisés (14% vs 28%)...

Ils décident davantage avec leurs proches (69% vs 55%)

Ils préfèrent attendre que le prix du produit ait baissé avant d'acheter (63% vs 50%)

Quels critères d'achat? (Q9)

Top 3 : prix, qualité, **facilité d'utilisation (38% vs. 24%)**
En mineur **l'utilité du produit pour vos proches** (12% vs 7%)



Niveau de dépenses
(12 derniers mois) (Q10)



3

L'équipement des internautes Français



Des internautes Français très équipés en produit High Tech avec plus de 7 produits possédés en moyenne.

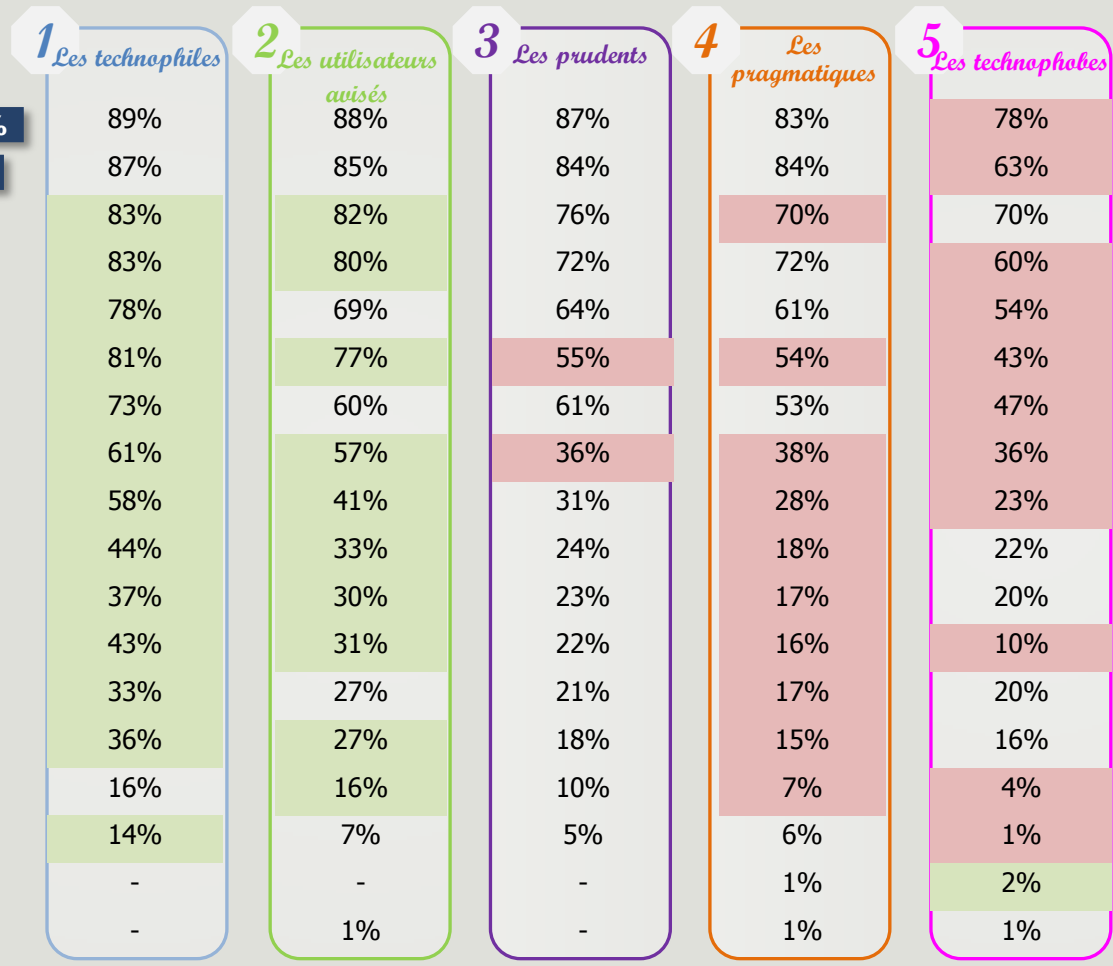
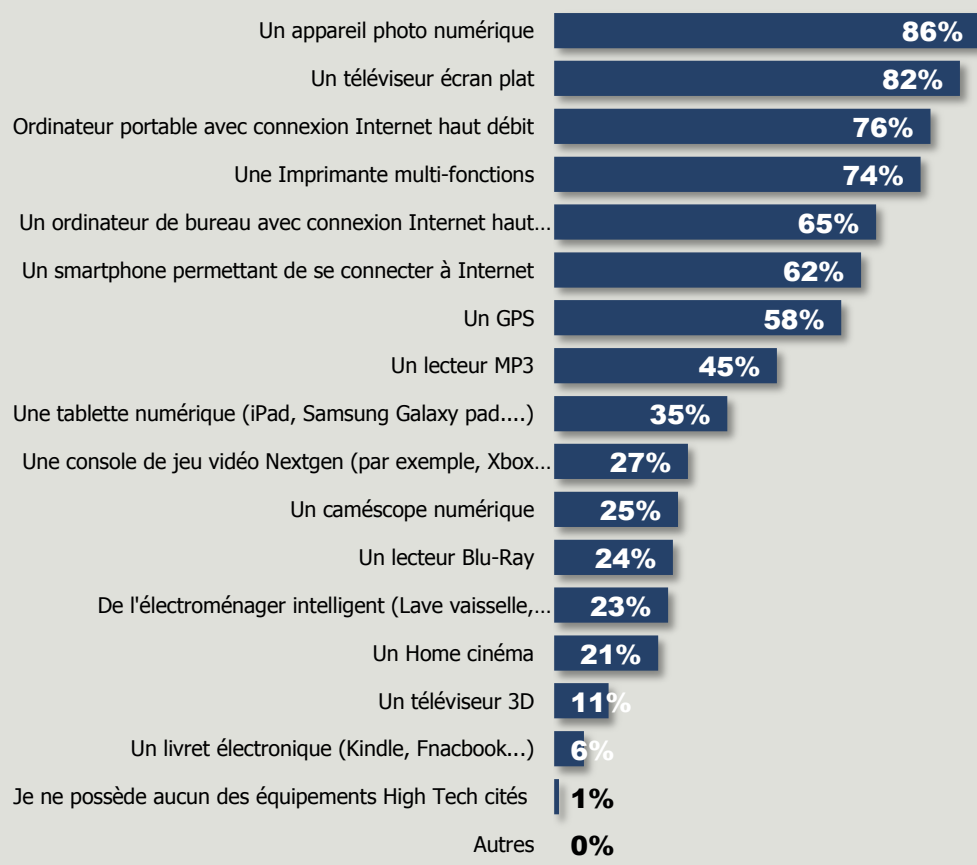
Base globale



Q1 : Pour commencer, parmi les équipements High Tech suivants, lesquels possédez-vous au sein de votre foyer ?

Base : 1002

plusieurs réponses possibles



Une tendance au multi-équipement qui concernent près de 2/3 des internautes Français.

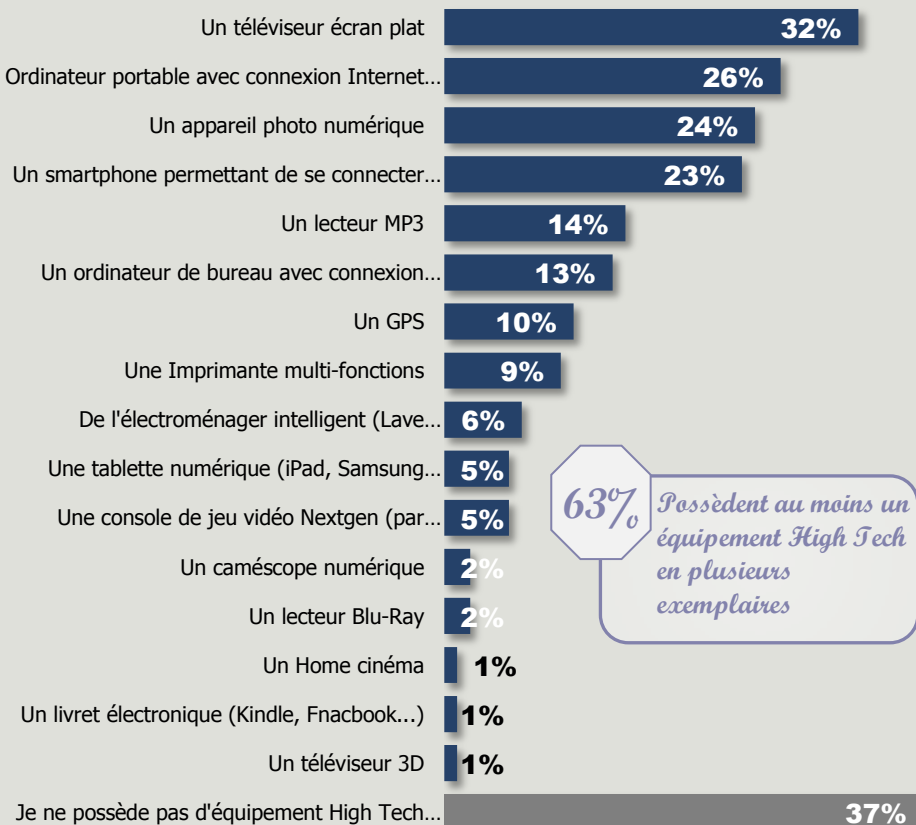
Base possesseurs d'au moins un équipement High Tech



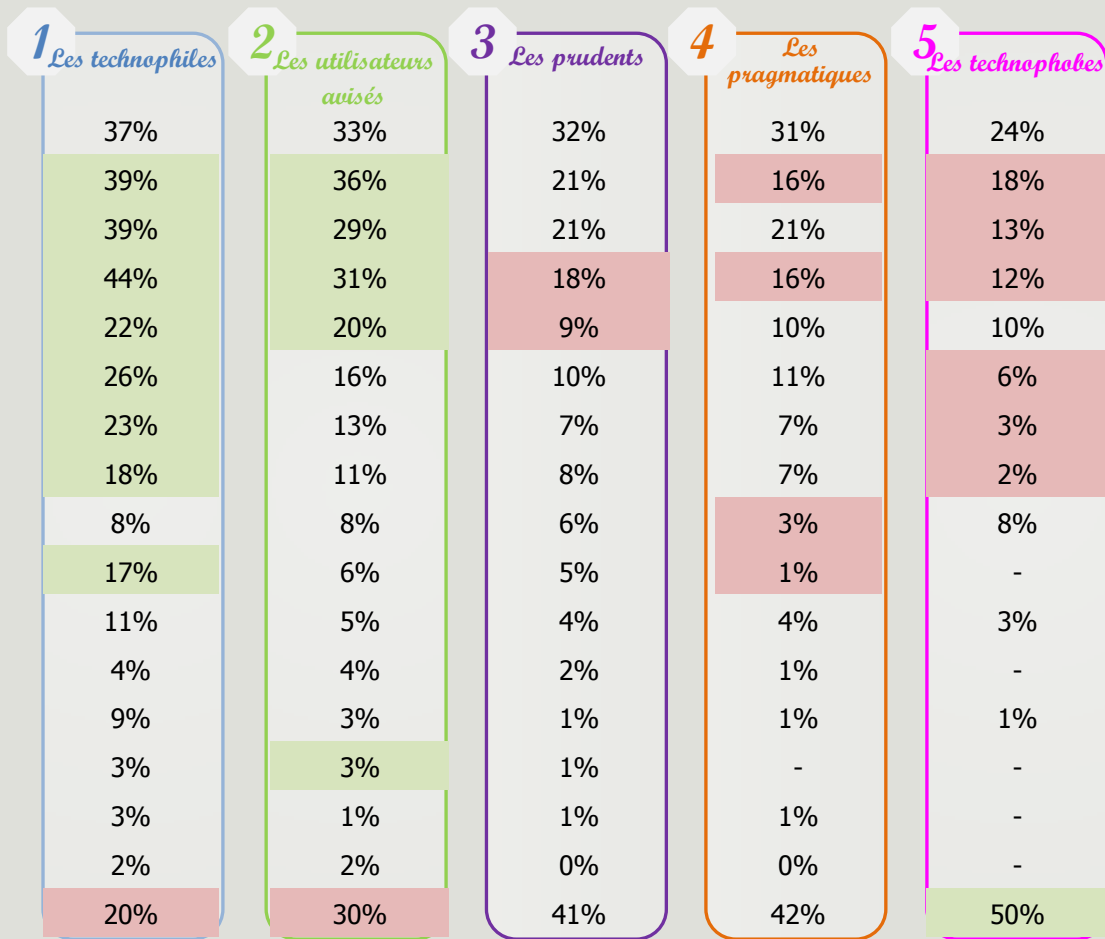
Q2 : Parmi les équipements High Tech que vous possédez dans votre foyer, indiquez-nous ceux que vous possédez en plusieurs exemplaires ?

Base : 997

plusieurs réponses possibles



63% Possèdent au moins un équipement High Tech en plusieurs exemplaires



La moitié des internautes Français ont l'intention d'acheter un équipement supplémentaire au cours des 6 prochains mois.

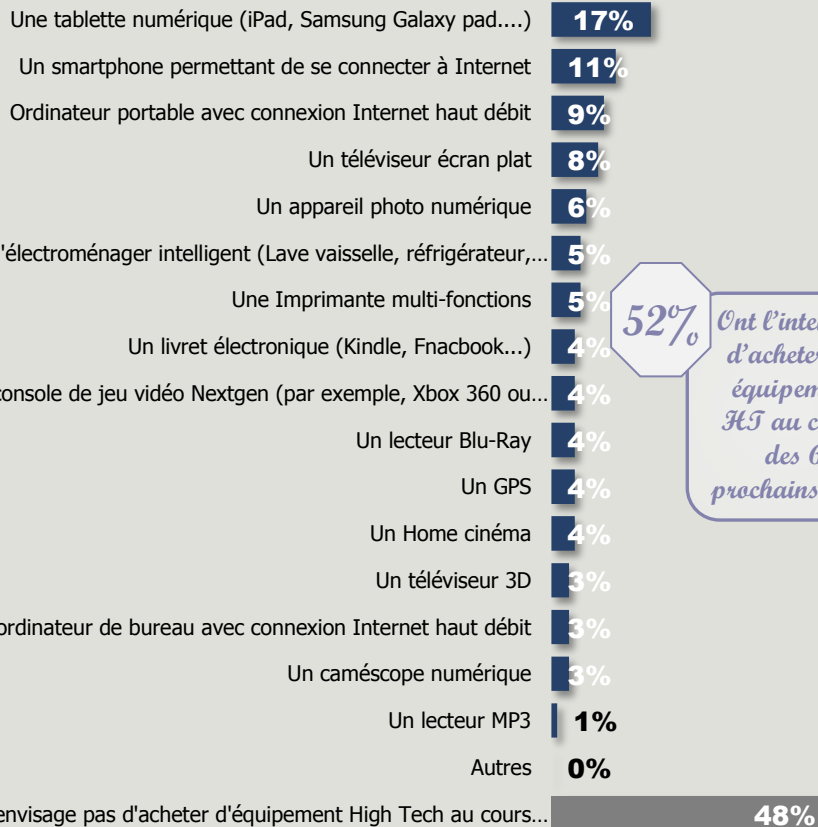
Base globale



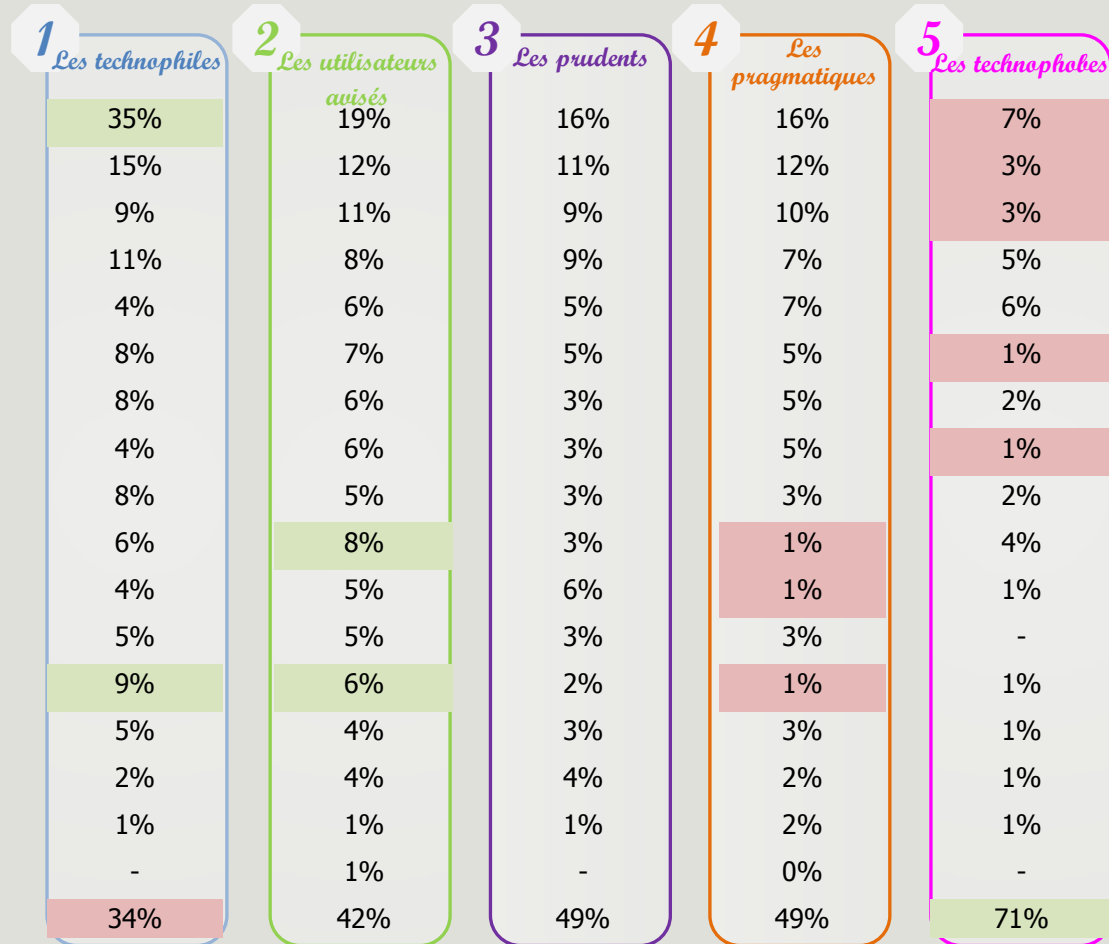
Q3 : Parmi les équipements High Tech suivants, lesquels envisagez-vous d'acheter au cours des 6 prochains mois ?

Base : 1002

plusieurs réponses possibles



52%
Ont l'intention d'acheter un équipement HT au cours des 6 prochains mois



4

Les usages des Nouvelles Technologies



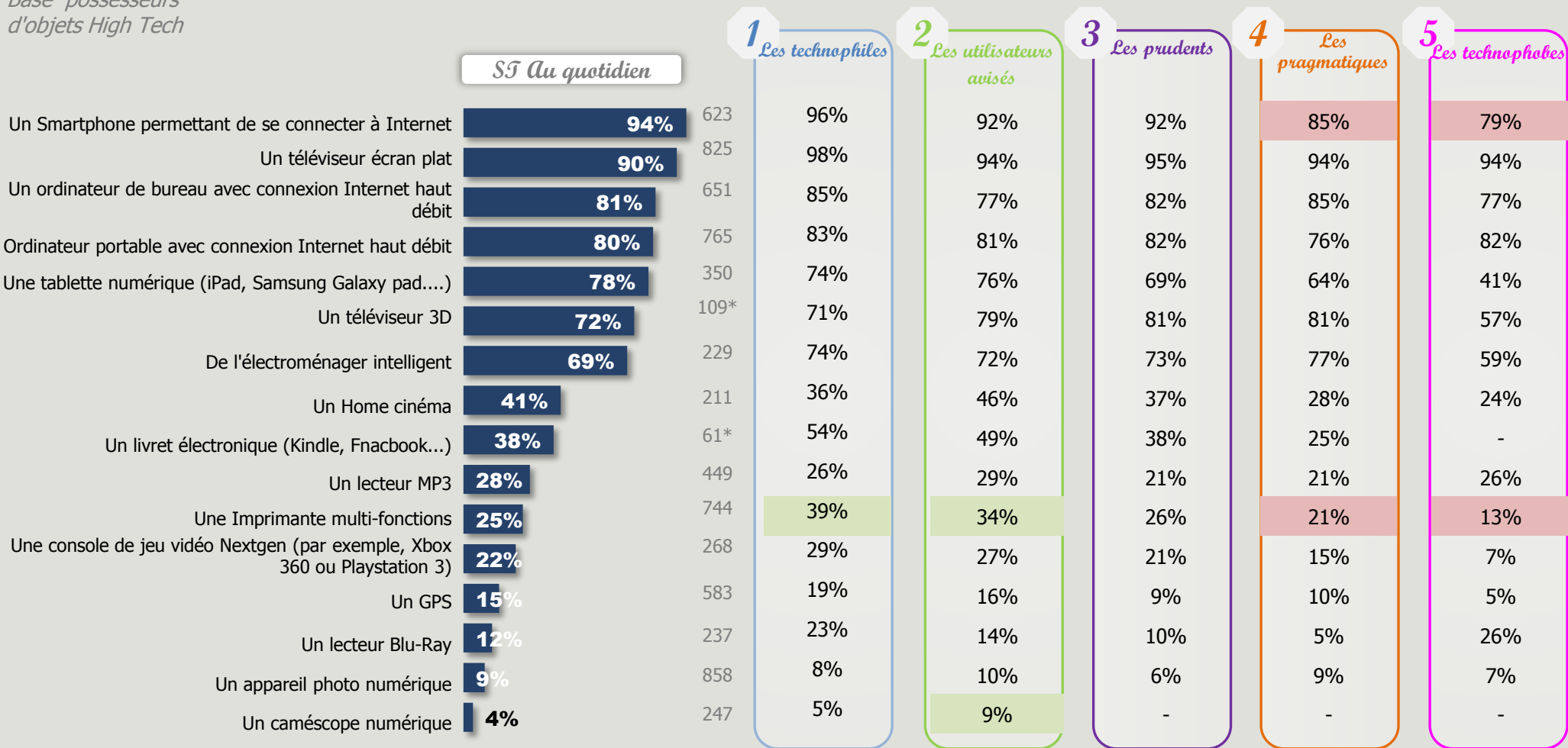
Smartphone, TV et ordinateur sont utilisés quotidiennement

Reprise des équipements possédés



Q4 : A quelle fréquence utilisez-vous chacun des objets high Tech que vous possédez ?

Base possesseurs
d'objets High Tech



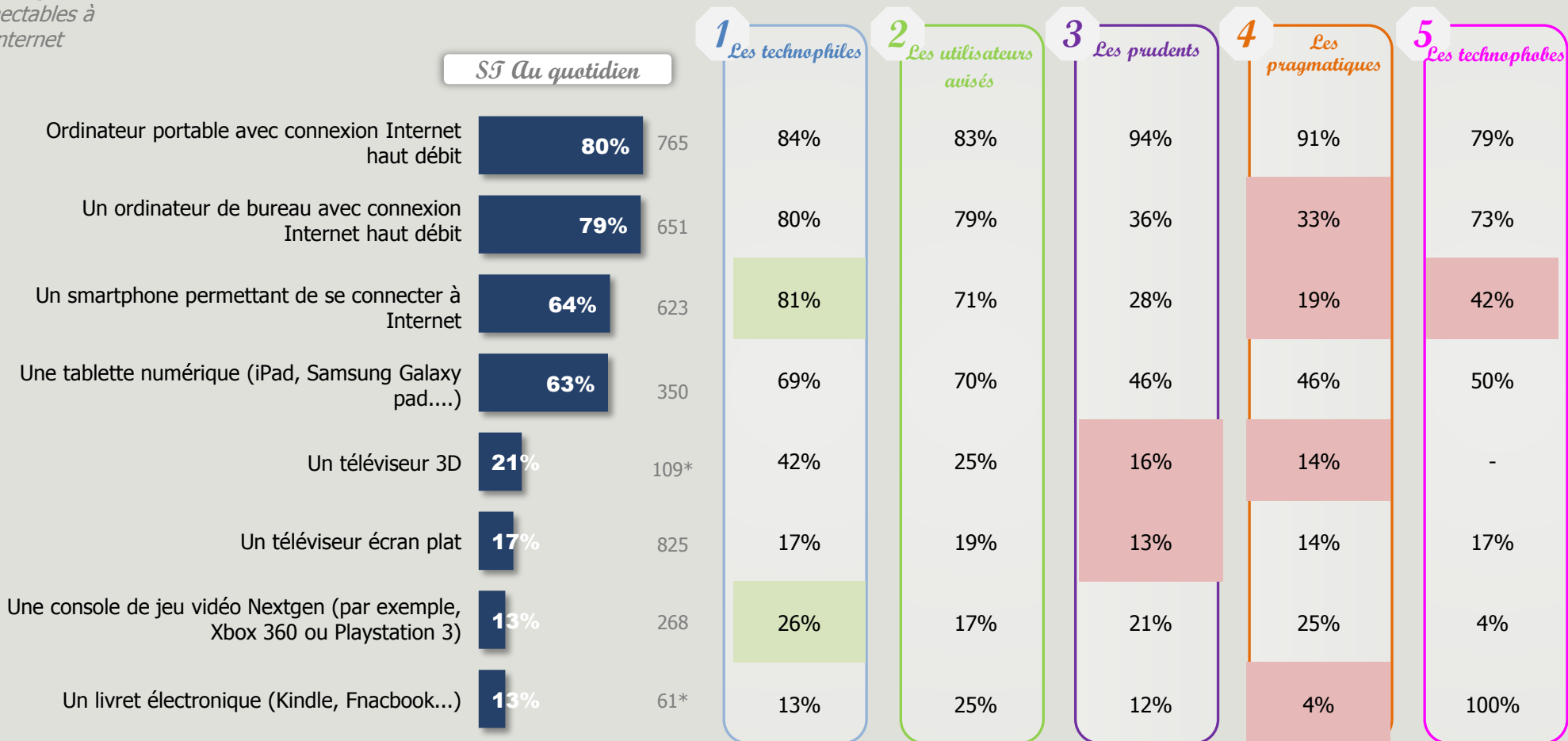
Une connexion à Internet qui se fait au quotidien, majoritairement depuis un ordinateur

Base possesseurs d'équipements connectables à Internet



Q5 : Diriez-vous que vous vous connectez à Internet depuis ...

Base possesseurs
d'objets High Tech
connectables à
Internet



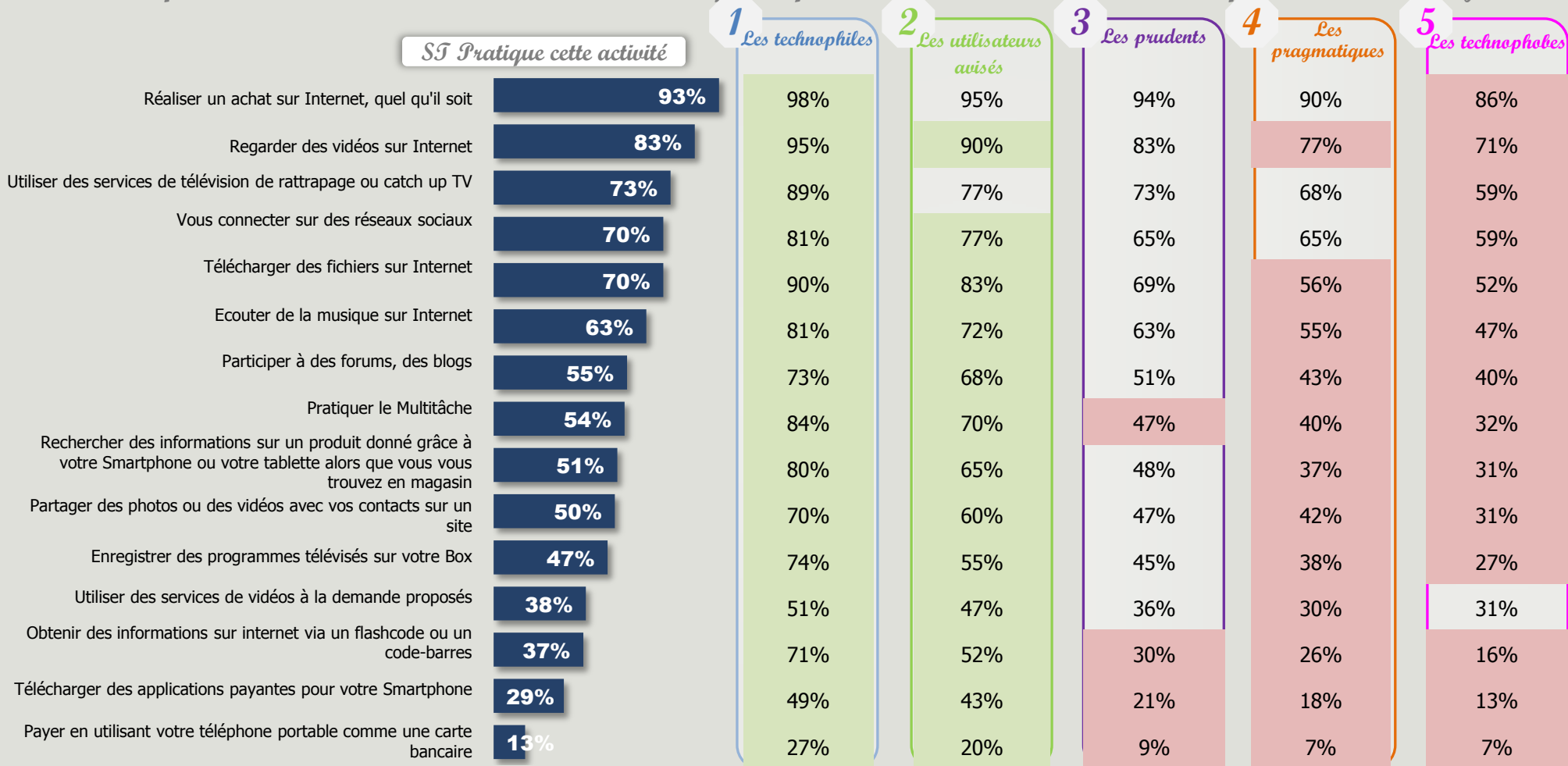
L'achat sur Internet et le visionnage des vidéos sur Internet sont 2 activités qui sont rentrés dans le quotidien des internautes Français.

Base globale



Base : 1002

Q6 : Voici une série d'activités que l'on peut faire avec les nouvelles technologies. Dites-nous pour chacune d'entre elles si vous les pratiquez souvent, de temps en temps, rarement ou jamais



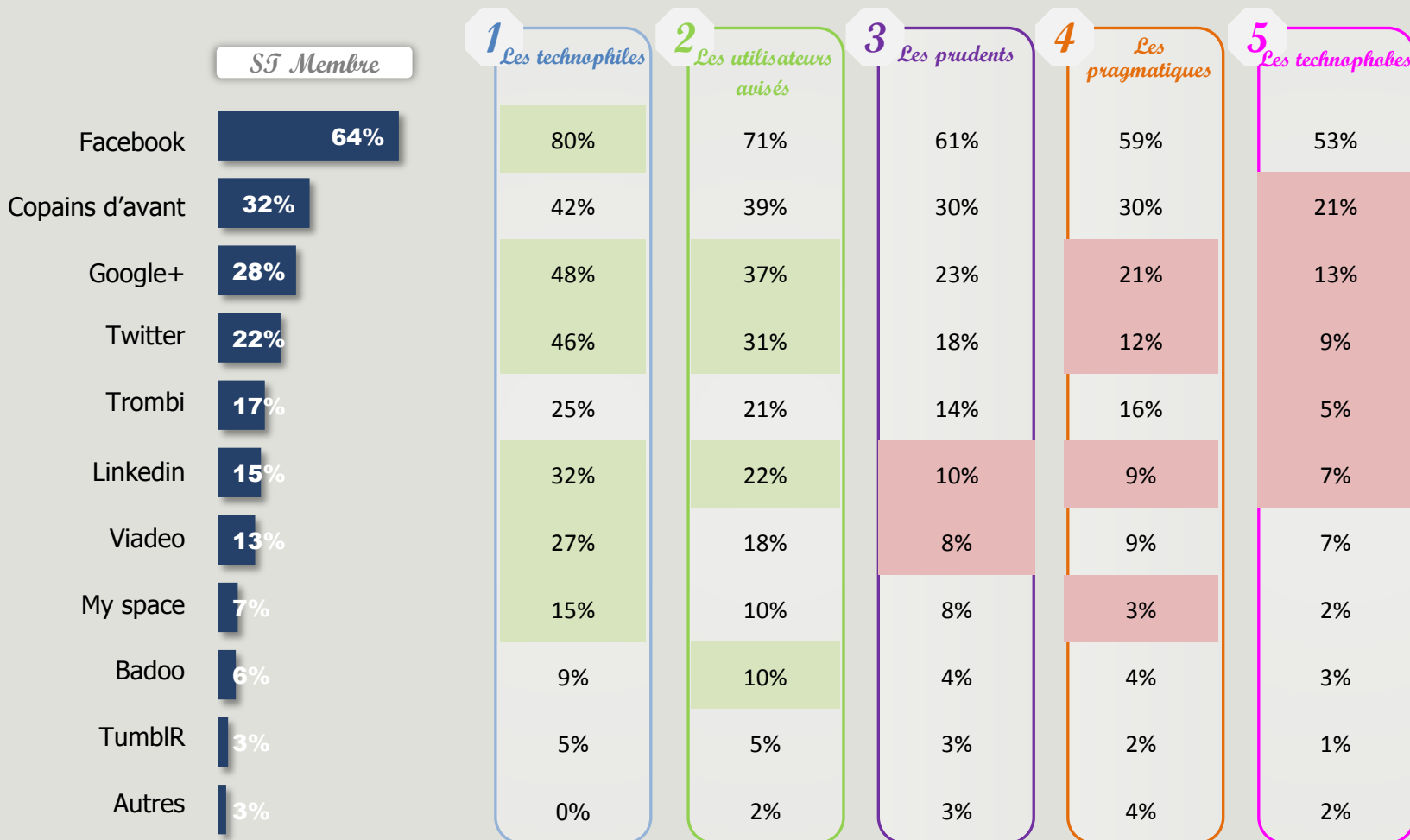
6 internautes Français sur 10 ont un compte Facebook

Base se connecte sur des réseaux sociaux



Q6b : Etes-vous actuellement membre des réseaux sociaux suivants ?

Base : 692



4

Comportements en matière de nouvelles technologies



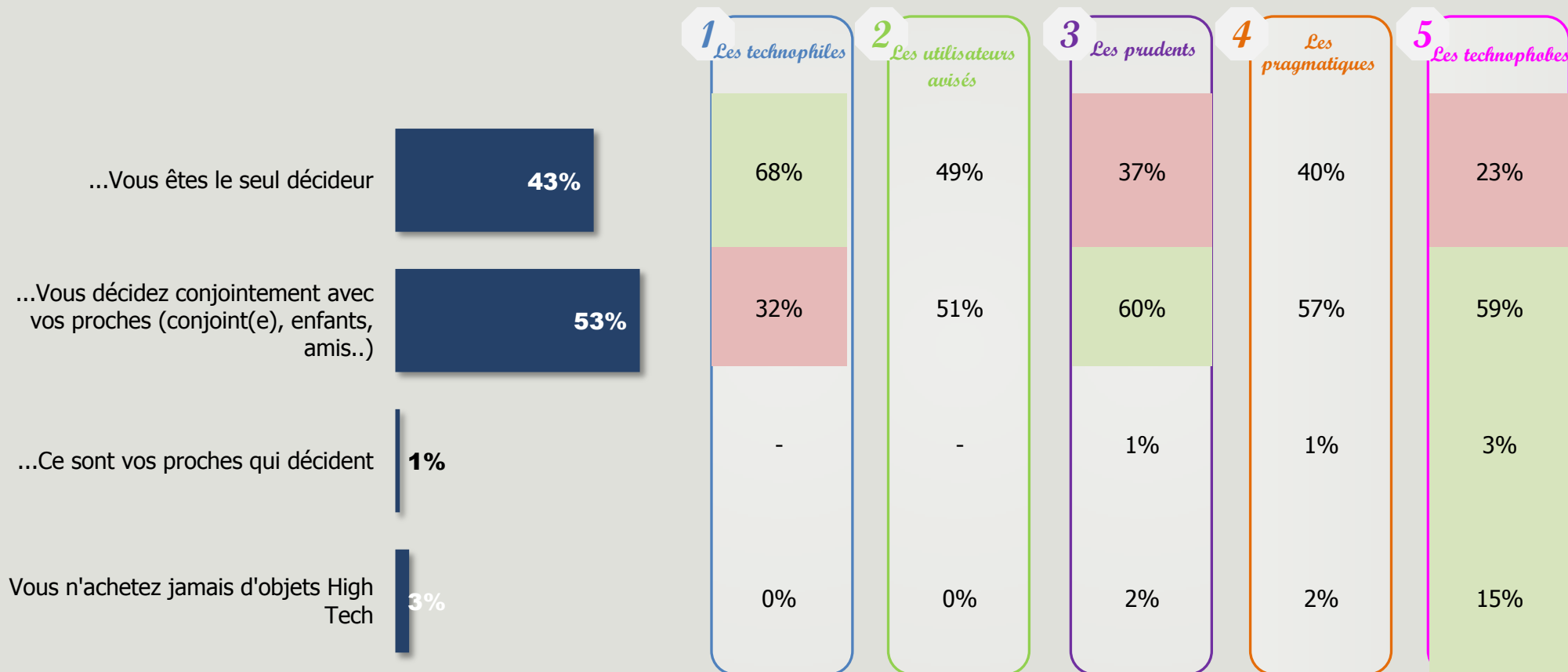
Des internautes qui s'impliquent dans la décision d'achat

Base globale



Q8 : Lors d'un achat d'équipement High Tech... ?

Base : 1002

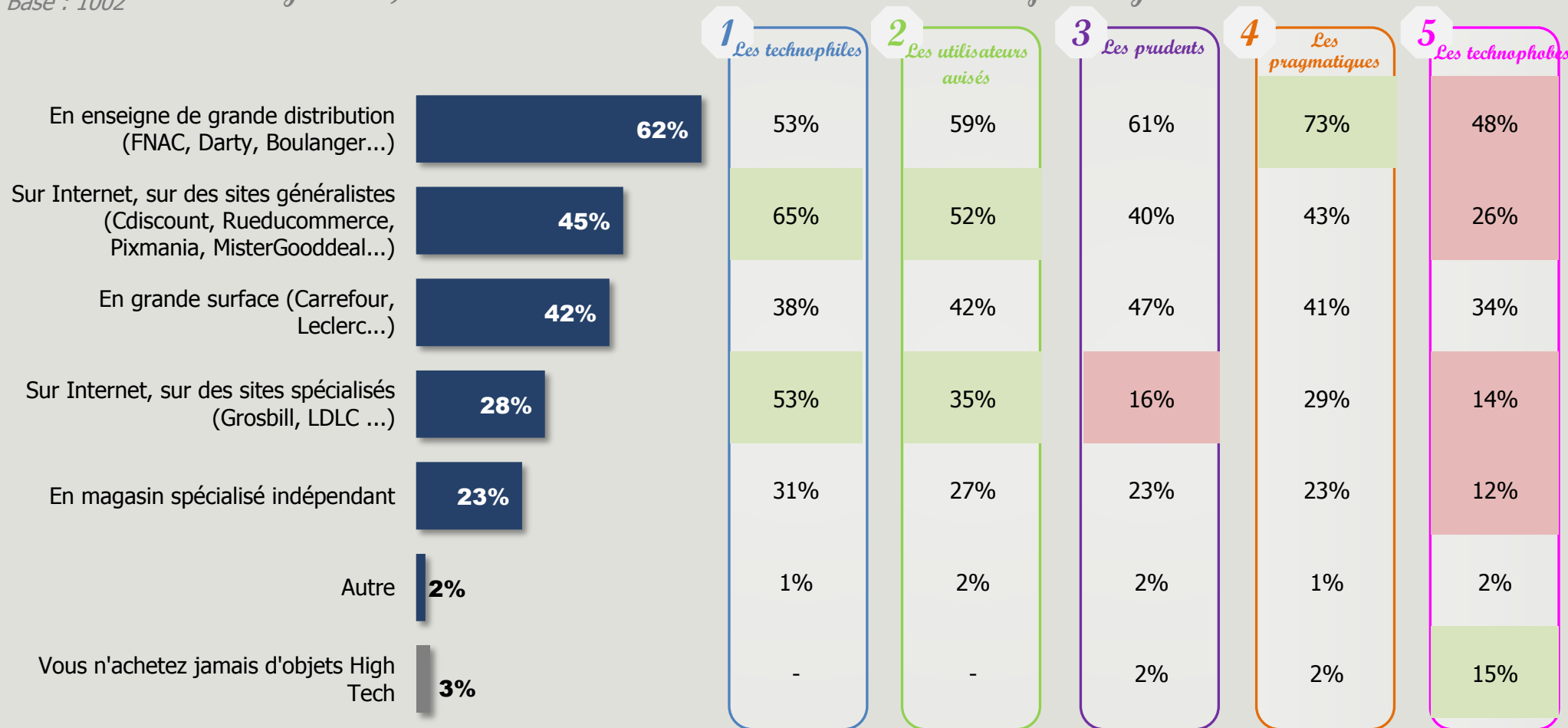


Un achat qui se fait majoritairement en « physique » dans des enseignes de grande distribution de HT ou en Grande surface. Concernant l'achat sur le Net, il se fait principalement sur des sites HT généralistes.

Base globale

Q7 : En général, où réalisez-vous vos achats en matière d'objets High Tech ?

Base : 1002



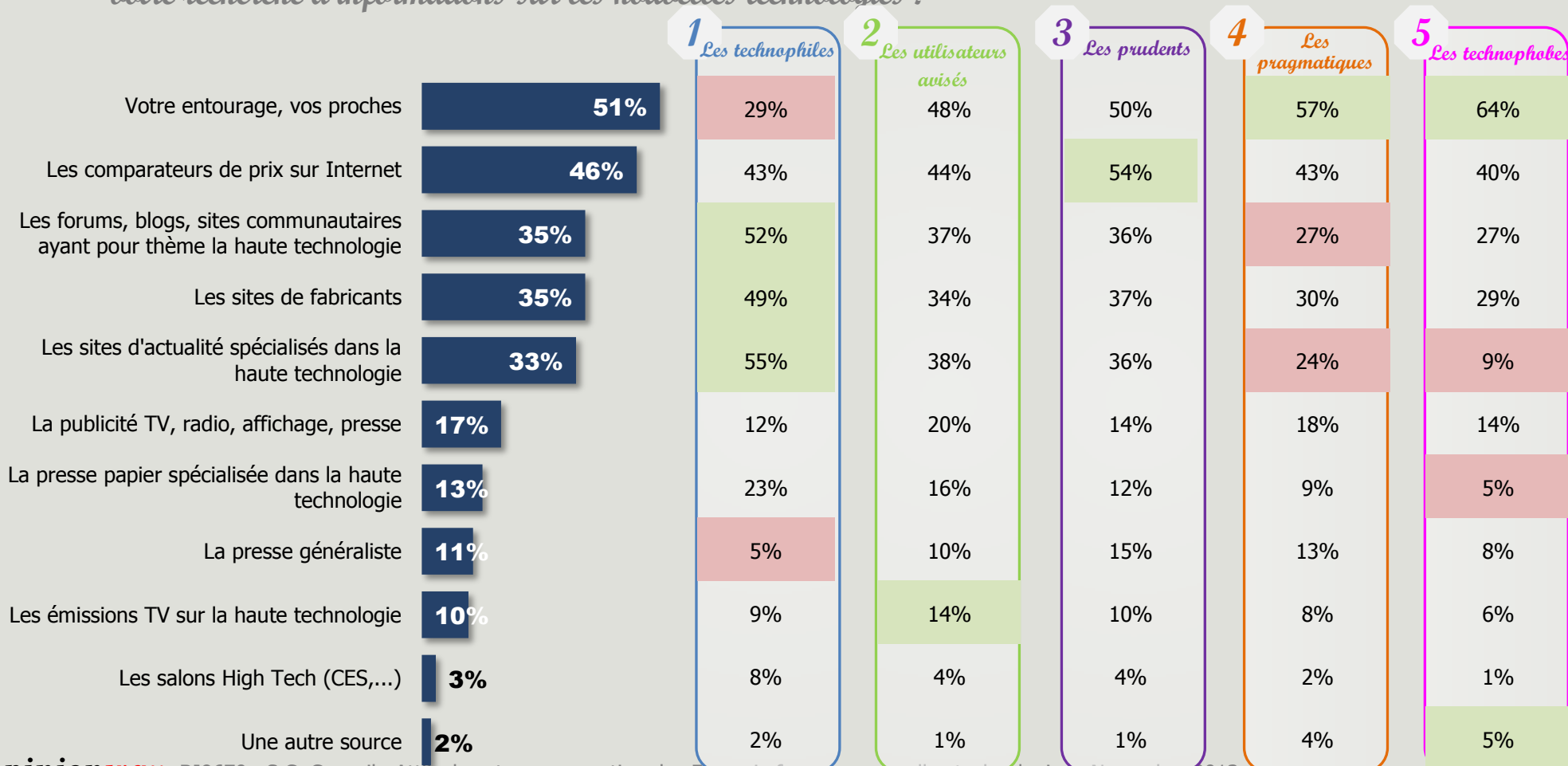
Les acheteurs d'équipement High Tech font avant tout confiance à leur entourage, devant les comparateurs de prix, les échanges sur le net et les sites de fabricants



Base acheteurs d'équipement High Tech

Base : 975

Q13 : Parmi les sources d'informations suivantes, quelles sont celles que vous utilisez dans le cadre de votre recherche d'informations sur les nouvelles technologies ?



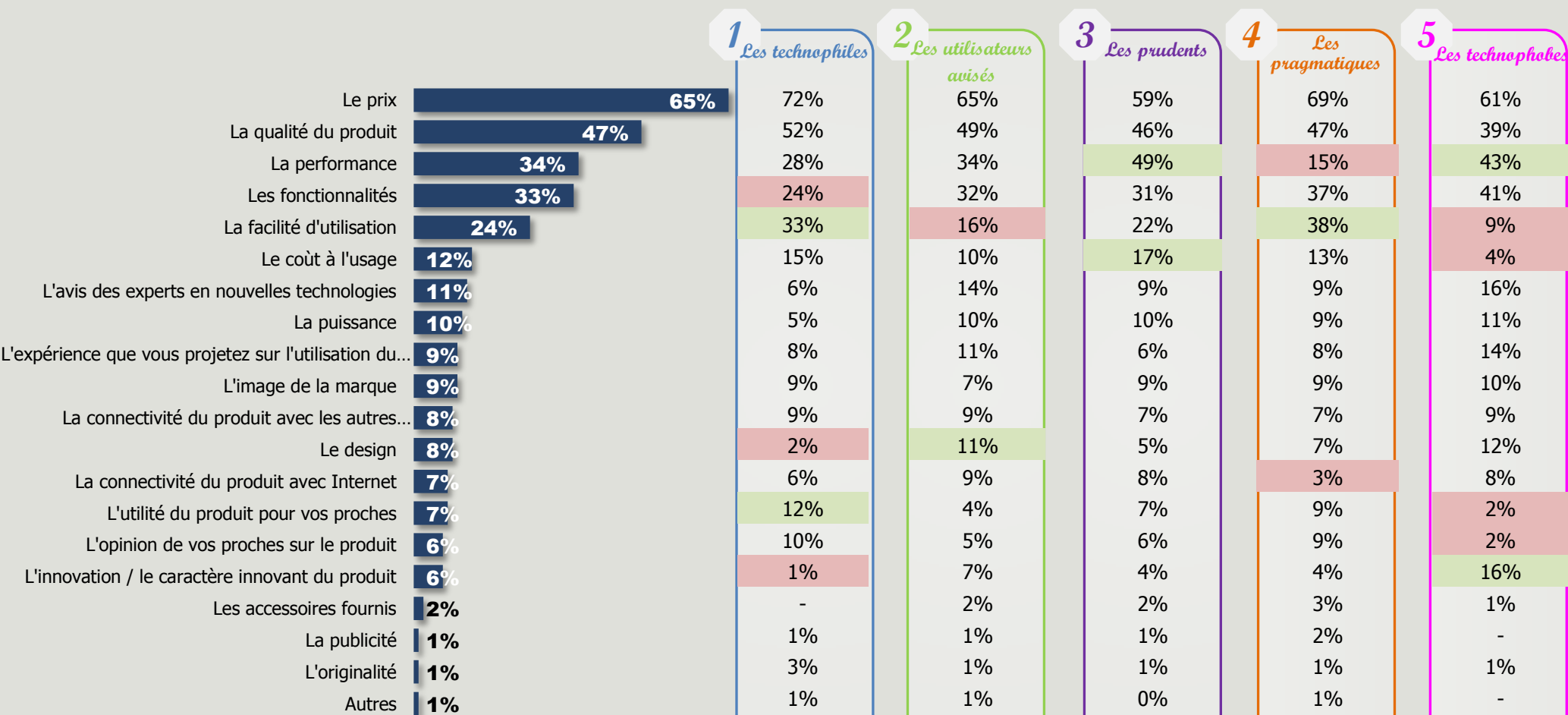
Le prix est le critère le plus important, devant la qualité et les caractéristiques du produit.

Base acheteurs d'équipement High Tech



Base : 975

Q9 : Parmi les critères suivants, quels sont les 3 principaux que vous prenez généralement en compte dans le choix d'un objet High Tech? Merci de les classer par ordre de priorité : En 1^{er}, en 2^e puis en 3^e



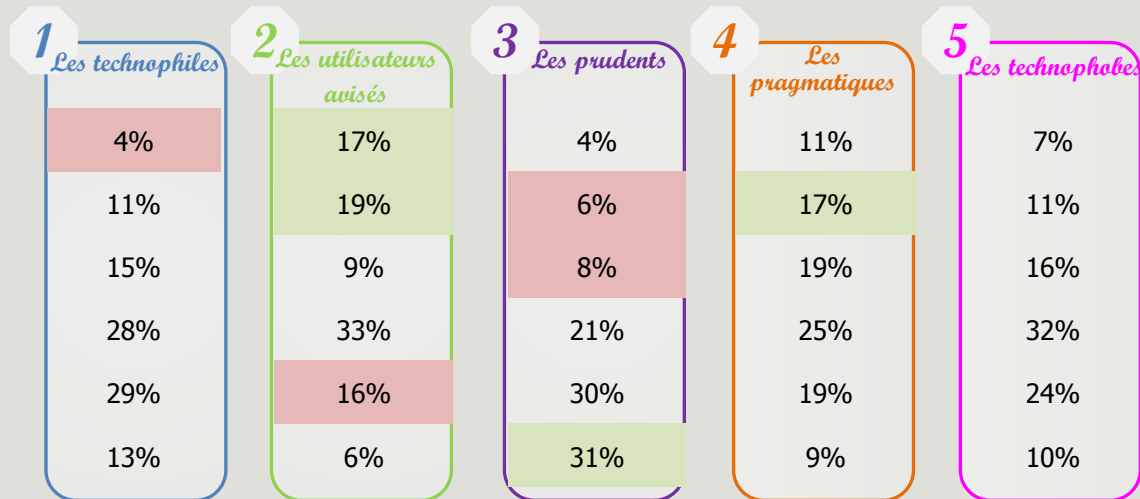
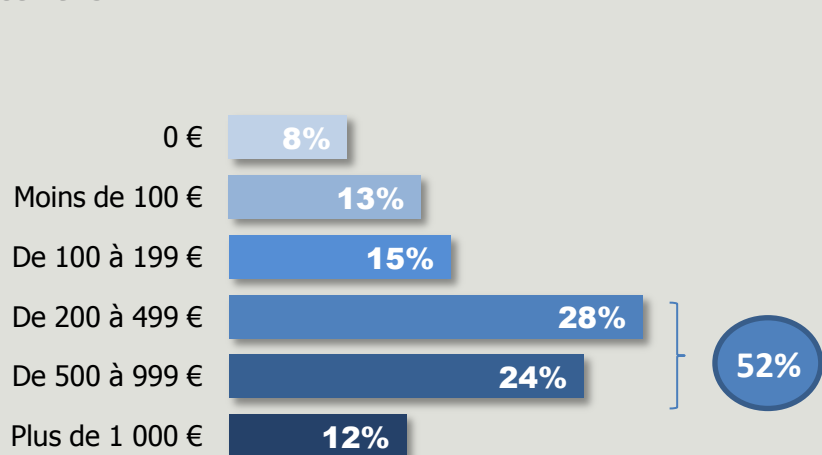
La moitié des internautes Français ont consacré entre 200 et 1 000 € à leurs dépenses en matière d'objets High Tech.

Base acheteurs d'équipement High Tech



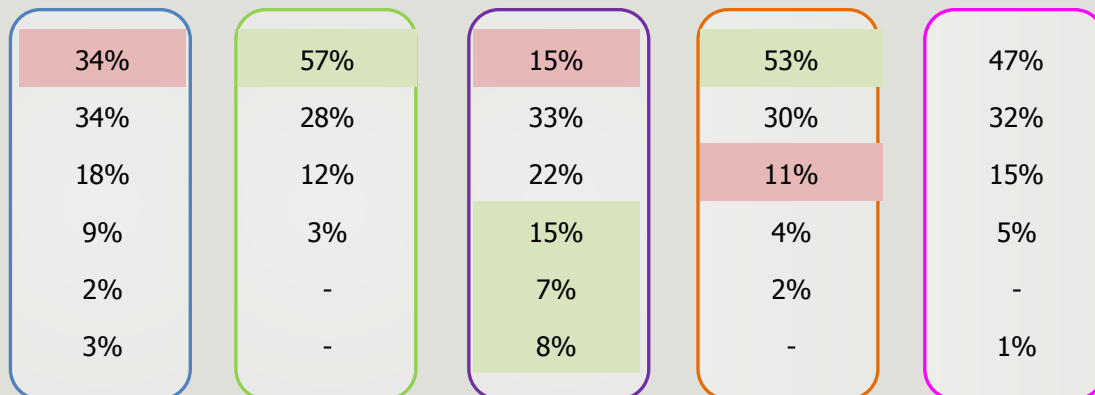
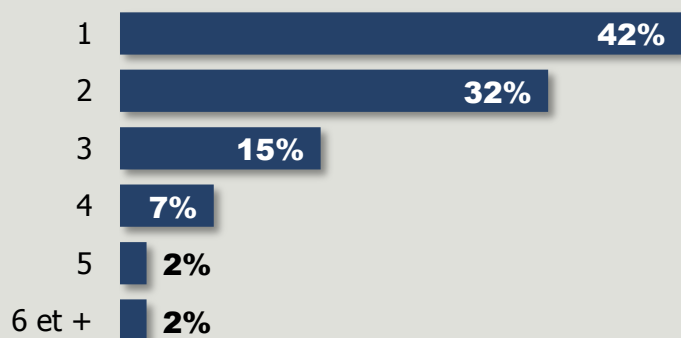
Q10 : Approximativement, quel montant avez-vous consacré à vos dépenses en matière d'objets High Tech au cours des 12 derniers mois?

Base : 975



Base : 975

Q11 : Combien d'achats d'équipement High Tech avez-vous réalisé au-cours des 12 derniers mois ?



5

Attitudes vis-à-vis des nouvelles technologies



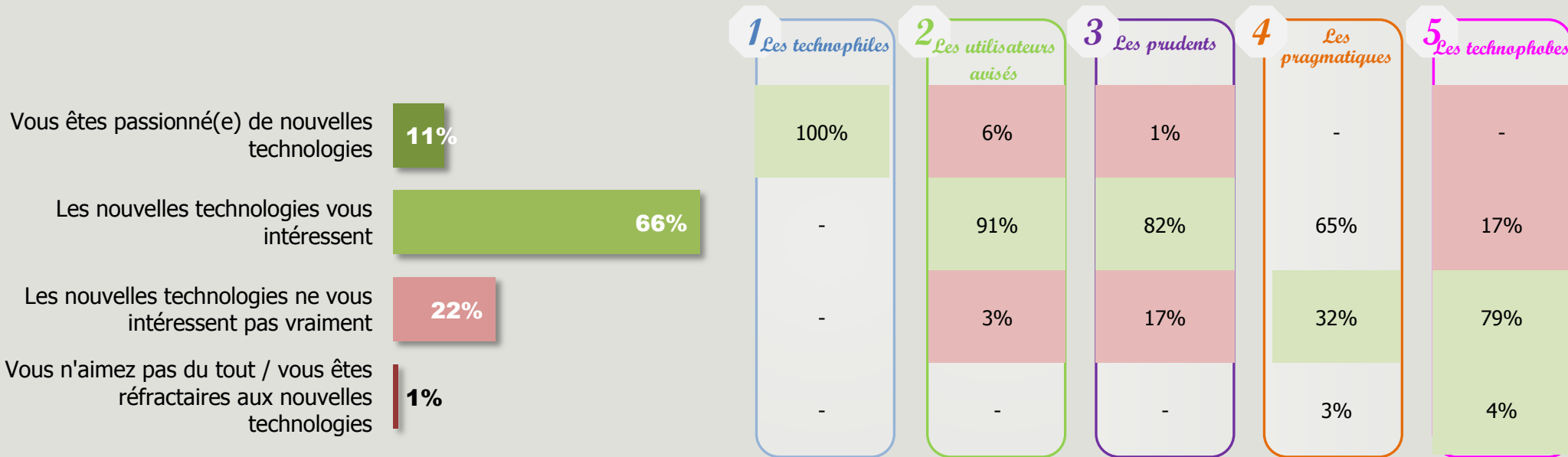
Les internautes Français se déclarent intéressés par les nouvelles technologies...

Base globale



Q14 : En ce qui concerne les nouvelles technologies en général, diriez-vous que ...

Base : 1002



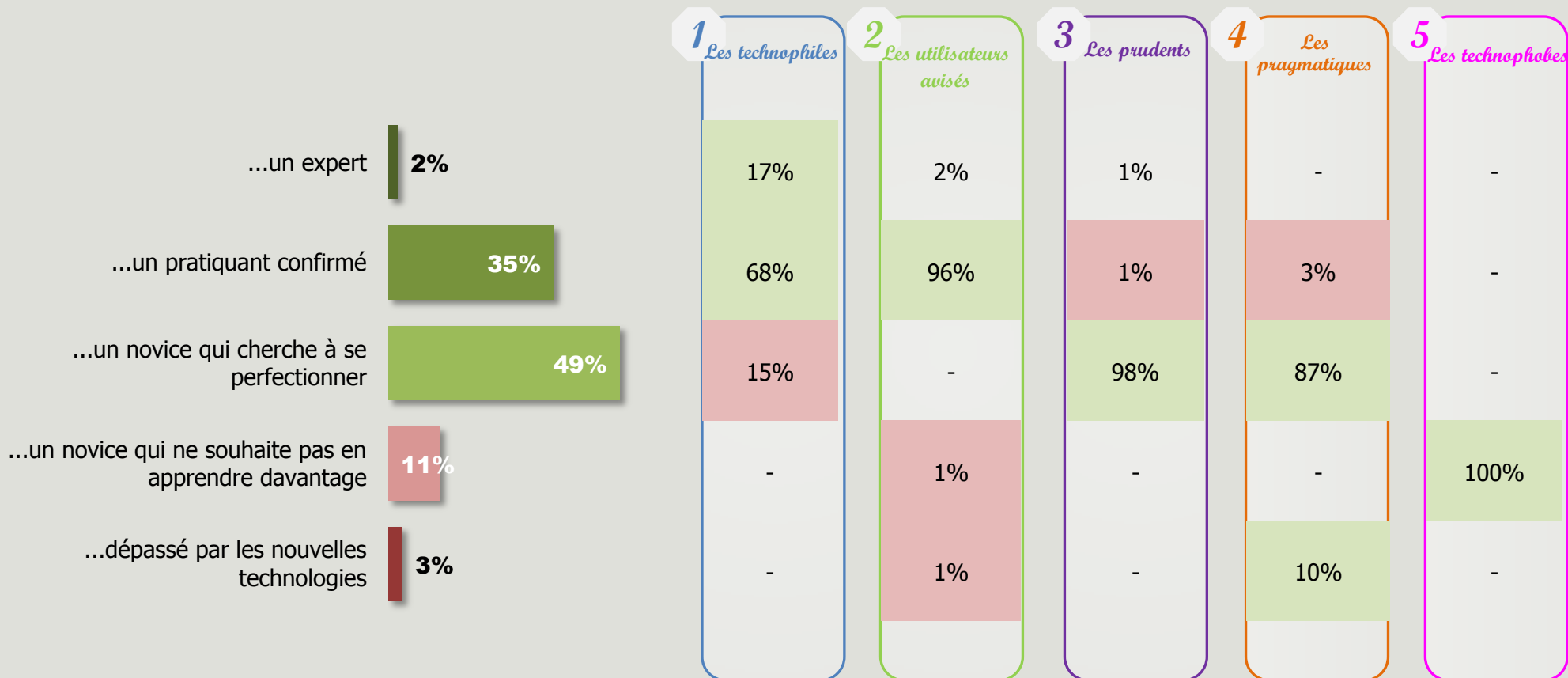
...ce que traduit leur niveau de maîtrise, ainsi que leur volonté d'apprendre et de se perfectionner.

Base globale



Base : 1002

Q16 : Si vous deviez qualifier votre niveau de connaissance et de maîtrise des nouvelles technologies, diriez-vous que vous êtes...



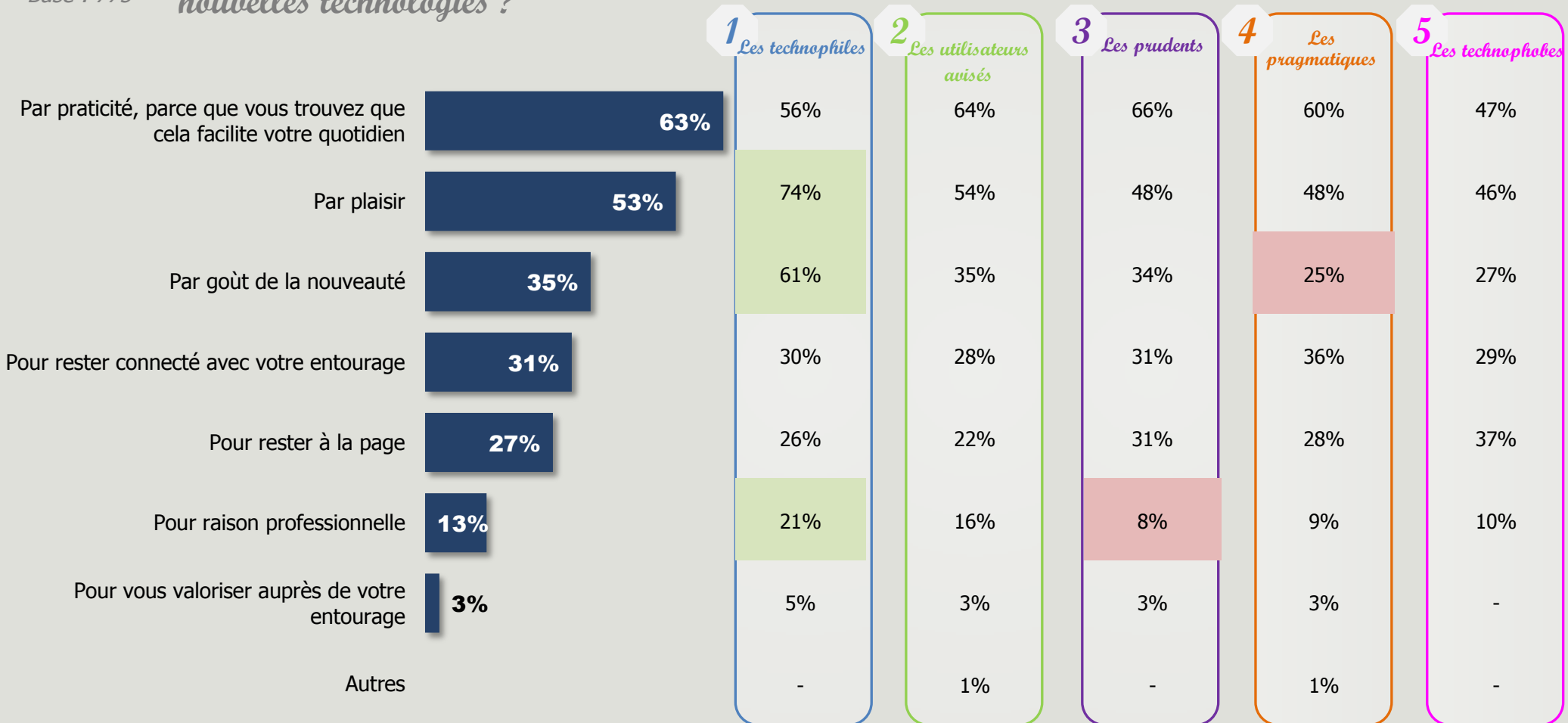
Ils sont avant tout motivés par des raisons de praticité mais également de plaisir...

Base intéressés par les nouvelles technologies



Base : 775

Q15 : Quelles sont les principales raisons qui vous poussent à vous intéresser aux nouvelles technologies ?



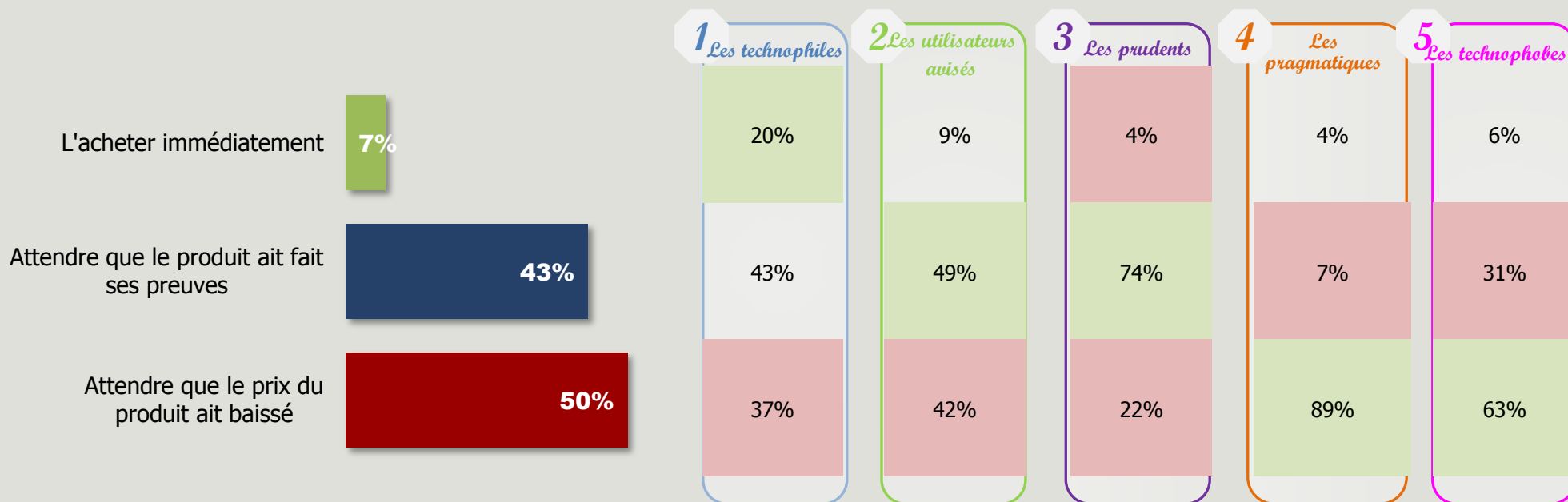
...et demeurent à la fois prudents et pragmatiques face à l'achat.

Base acheteurs d'équipement High Tech



Base : 975

Q12 : Lorsqu'un nouveau produit ou service High Tech vous est proposé, vous avez tendance à ... ?



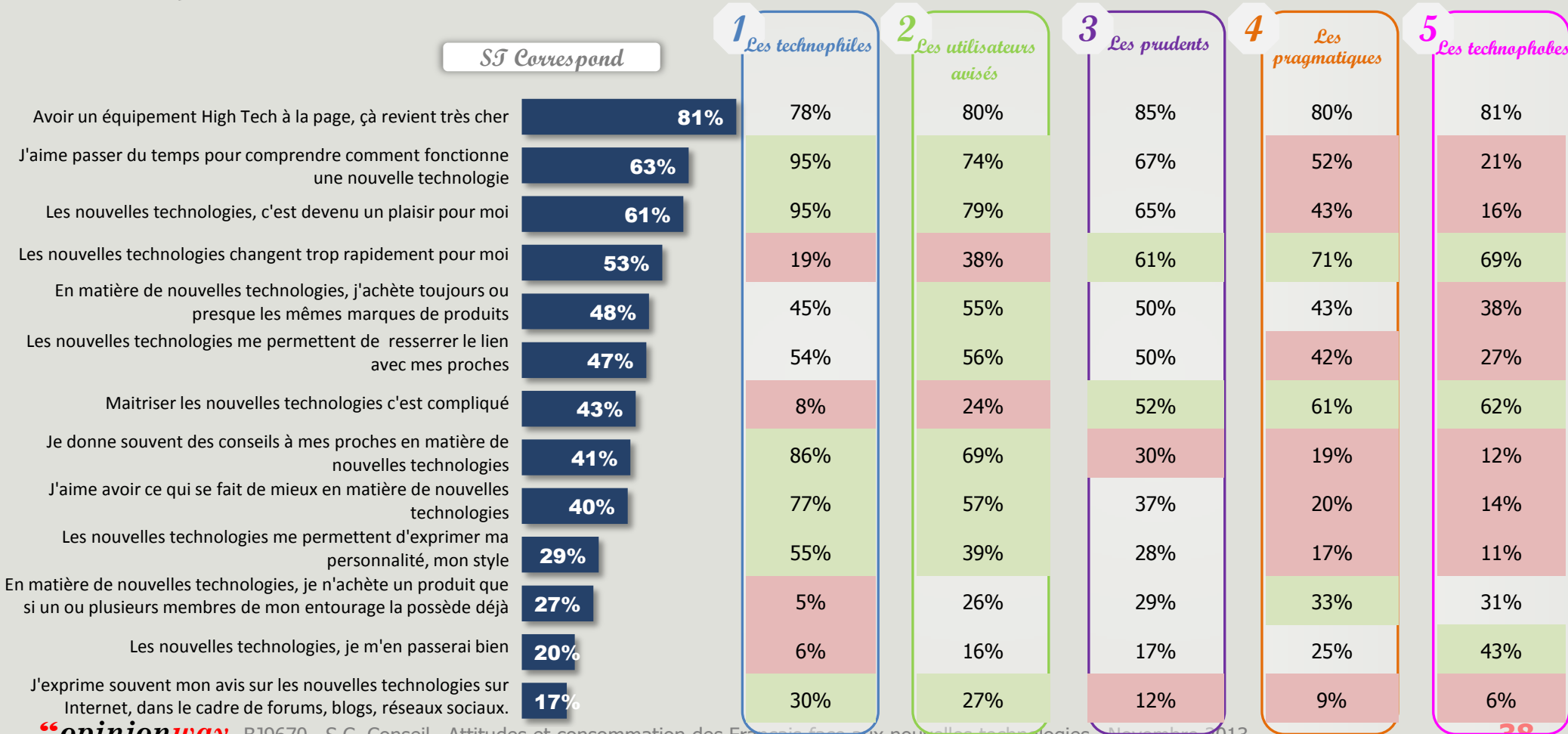
Si pour 8 internautes sur 10 le High Tech revient cher, 6 sur 10 déclarent y prendre du plaisir et aimer passer du temps à comprendre

Base globale



Base : 1002

Q17 : Voici plusieurs affirmations qui peuvent s'appliquer à votre rapport aux nouvelles technologies. Pour chacune des affirmations suivantes, vous nous direz si elle vous correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout.



5

Synthèse



Les Nouvelles technologies : Un centre d'intérêt pour la majorité des Français

*Plus de ¾ des internautes Français se disent intéressés, voire passionnés pour certains, par le High Tech. Novices cherchant à se perfectionner, pratiquants confirmés ou experts, la majorité **affichent une curiosité à l'égard des nouvelles technologies qui se traduit par une volonté d'apprendre**. Moins de 15% déclarent ne pas souhaiter en apprendre davantage.*

*Cet intérêt est mû par **deux principales motivations** : les nouvelles technologies sont à leurs yeux synonymes de **progrès facilitant le quotidien** et de **plaisir**.*

L'achat sur Internet, la communication via les réseaux sociaux, le visionnage de vidéos ou l'accès aux bibliothèques de musique sur le net sont tout autant d'activités fortement pratiquées qui traduisent ces 2 motivations.

Des nouvelles technologies omniprésentes dans les foyers Français...

*Corrélativement à l'intérêt affiché par les internautes pour les nouvelles technologies, **les équipements High Tech ont envahi les foyers Français**, comme le traduit le nombre moyen d'équipements High Tech présents dans les foyers (7,2). **Le multi-équipement est également une réalité** pour près de 2/3 des foyers. Les appareils photo numériques, les TV écran plat, les équipements informatiques standards et les Smartphones arrivent en tête des équipements les plus possédés **L'usage tend à s'accroître pour devenir quotidien**.*

...en dépit d'un contexte économique difficile qui impacte les comportements d'achat

***Le prix s'avère être d'ores et déjà le critère de choix le plus important**, devant la qualité et les caractéristiques du produit (performance, fonctionnalités...).*

***Face aux nouvelles technologies, prudence et pragmatisme apparaissent comme les 2 principes majoritairement suivis**. Les comparateurs de prix, permettant d'avoir un panorama complet des offres, et l'entourage, synonyme de confiance, sont les 2 sources d'information privilégiées .*

Récapitulatif des groupes

100%

Echelle de la Geekitude

0%



Les Technophiles : Passionnés, suréquipés et très actifs, les nouvelles technologies sont un plaisir pour eux. Attirés par la nouveauté, ils aiment avoir ce qui se fait de mieux et prennent plaisir à en parler : La Geekattitude assumée.

9%



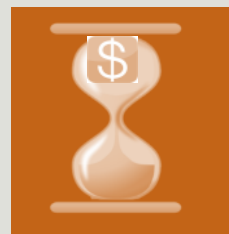
Les Utilisateurs Avisés : Très intéressés et en situation de maîtrise, les utilisateurs avisés abordent les nouvelles technologies avant tout sous un angle mêlant praticité et plaisir. Le High Tech tend à devenir un plaisir pour eux, plaisir qui découle des gains de temps et d'efficacité permis par les nouvelles technologies.

29%



Les Prudents : Débutants cherchant à se perfectionner, les prudents restent méfiants à l'égard d'un secteur qu'ils ont encore du mal à appréhender. La prise de risque est exclue, le cap de l'achat n'est franchi qu'à condition que le produit ait fait ses preuves.

26%



Les Pragmatiques : Débutants face à un domaine qu'il jugent compliqué et très changeant, les pragmatiques se décident avant tout en fonction du prix. Bien que désireux d'apprendre et de se perfectionner, toute folie budgétaire est proscrite.

25%



Les Technophobes : Novices et désintéressés, leur rapport aux nouvelles technologies est distant. Possédant l'équipement de base, ils sont plus nombreux à déclarer pouvoir se passer des nouvelles technologies.

11%