

LE PAPIER ET L'IMPRIMÉ À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

ÉLÉMENTS-CLÉS DE L'ÉTUDE

L'étude ci-après a été conduite en juin 2017 par Toluna, société de sondages indépendante, auprès de 1092 personnes en France, en respectant les critères de représentativité en termes d'âge et de sexe.

Répartition par sexe des personnes interrogées



Répartition des tranches d'âge interrogées



La lecture sur papier est préférée

Les résultats français indiquent une préférence pour le livre en version papier (85%), comme pour les magazines (80%) les catalogues produits (62%) et les journaux (59%) par rapport à leurs équivalents numériques. De nombreux répondants indiquent également que la lecture sur papier est plus agréable que la lecture électronique. 43% des sondés français préfèrent également consulter leurs factures bancaires sur papier, contre 21% sur ordinateur.

Les consommateurs font confiance à l'imprimé et acquièrent une compréhension plus profonde en lisant sur papier

Les résultats de l'étude révèlent que les Français estiment avoir accès à une compréhension profonde sur support papier (72%), score supérieur aux sources d'information en ligne. Les personnes interrogées font également davantage confiance aux actualités des journaux papier (62%) plutôt qu'à celles lues sur les réseaux sociaux (25%). 73% des sondés indiquent en outre s'inquiéter de la tendance aux « Fake News ».

On s'inquiète des impacts du numérique sur la santé

48% des Français interrogés conviennent qu'ils passent trop de temps sur les appareils électroniques et 61% sont préoccupés par le fait que la surutilisation des appareils électroniques pourrait nuire à leur santé (fatigue oculaire, insomnie, maux de tête). Un quart (25%) des Français s'accorde même à estimer souffrir d'une sorte de « burnout numérique ».

Les consommateurs sont réceptifs au marketing imprimé et à la messagerie publicitaire

En matière de communication publicitaire et de marketing, 59% des Français prêtent davantage attention à des messages publicitaires sur documents et courriers imprimés qu'à des emails publicitaires.

Le marketing et la publicité en ligne sont relativement impopulaires

L'étude révèle que la publicité en ligne est considérée négativement par la majorité des répondants français : 72% d'entre eux ne prêtent pas attention à la plupart des publicités en ligne. 35% ne lisent d'ailleurs jamais leurs emails publicitaires.

68% trouvent les publicités en ligne gênantes et souvent non-à propos. Et 61% ne se souviennent d'ailleurs pas de la dernière fois qu'ils ont volontairement cliqué sur une publicité en ligne.

Les consommateurs estiment qu'ils devraient avoir le droit de choisir comment ils communiquent avec les entreprises et pouvoirs publics

88% des sondés français estiment qu'ils devraient avoir le droit de choisir la manière dont ils reçoivent les communications (imprimées ou électroniques) de la part de leur banque et des différents fournisseurs de services. 84% estiment qu'ils ne devraient pas payer un surcoût pour recevoir une facture ou une déclaration papier.

Le papier offre plus de confidentialité et de sécurité

76% des Français interrogés sont de plus en plus préoccupés par le fait que leurs informations personnelles détenues par voie électronique risquent d'être piratées, volées, perdues ou endommagées. 75% gardent chez eux des copies papier des documents importants, car ils jugent que c'est la façon la plus sûre et permanente de stocker leurs informations.

Burnout numérique?

79%

estiment qu'il est important de savoir « déconnecter » pour profiter de la lecture de livres et de magazines.

74%

trouvent plus facile de lire, de comprendre et de retenir l'information lorsque celle-ci est imprimée sur papier.

25%

des Français pensent même être en train subir une sorte de « burnout numérique »

61%

sont préoccupés par le fait que la surutilisation des appareils électroniques pourrait nuire à leur santé.

Préférences de lecture

62%

préfèrent lire les catalogues produits sur papier.

80%

préfèrent lire un magazine sur papier.

Confiance dans les médias

74%

seraient très inquiets si la presse papier venait à complètement disparaître.

72%

estiment que lire les actualités sur support imprimé favorise une compréhension et imprégnation profondes.

Efficacité de la publicité

72%

ne prêtent pas attention à la plupart des publicités en ligne.

59%

prêtent davantage attention à des messages publicitaires sur documents et courriers imprimés qu'à des emails publicitaires.

Droit de choisir

88%

estiment qu'ils devraient avoir le droit de choisir la manière dont ils reçoivent les communications de la part de leur banque et des différents fournisseurs de services.

83%

des Français estiment qu'ils ne devraient pas payer un surcoût pour recevoir une facture ou déclaration papier.