

LES FOCUS DE MEDIAPRISM

➔ À SUIVRE POUR DÉCRYPTER LA SOCIÉTÉ

OCTOBRE 2016



Le papier, l'idéal pour archiver en toute sérénité.

OBSERVATOIRE CULTURE PAPIER – 3^e ÉDITION

Aujourd'hui, le nombre de Français qui a internet fixe à leur domicile dépasse celui de ceux possédant un ordinateur (83 % VS 80 %)¹. La cause ? L'équipement numérique de plus en plus important et diversifié des Français. Les tablettes et smartphones envahissent nos poches et s'engouffrent jusque dans nos lits. À l'heure de « l'hyperconnection », à l'heure où numérique et papier sont si souvent opposés, le temps des nouvelles problématiques a lui aussi sonné. Protection ou archivage des données, quelles solutions privilégient les Français ? L'Observatoire Culture Papier leur a permis de s'exprimer afin de mieux comprendre leur position à l'égard du papier et du numérique. Ainsi, une enquête réalisée en ligne auprès de personnes de 18 ans et plus, représentatifs de la population Française, permet non seulement de confirmer la vision complémentaire que les Français ont de ces deux supports et d'affirmer avec force et fermeté leur attachement à celui qui les a tant bercé : le papier.

LES FRANÇAIS AIMENT LE PAPIER

Le premier élément capital qui ressort de cette étude est l'attachement des Français pour le papier. En effet la génération Y, en première ligne dans l'appréhension du digital, le prouve avec 85 % des 25-34 ans interrogés qui déclarent être attachés au papier, le tout chapeauté par un total de 83 % de la population Française qui a répondu être également attachée à ce support. Un tiers des Français se déclare même « très attaché » au papier, alors oui, le papier continue d'être au cœur du quotidien des Français. Un attachement qui se matérialise via son utilisation à de multiples occasions. Au cours des 6 derniers mois, les Français affirment avoir consulté des imprimées publicitaires papier, avoir envoyé des courriers papier, lu des livres papier ou encore acheté des journaux et des magazines papier. On note cependant la raréfaction de certains usages comme l'envoi de cartes postales et le développement des photos, mais hormis cela le constat est là : le papier est le fidèle allié des Français au quotidien.

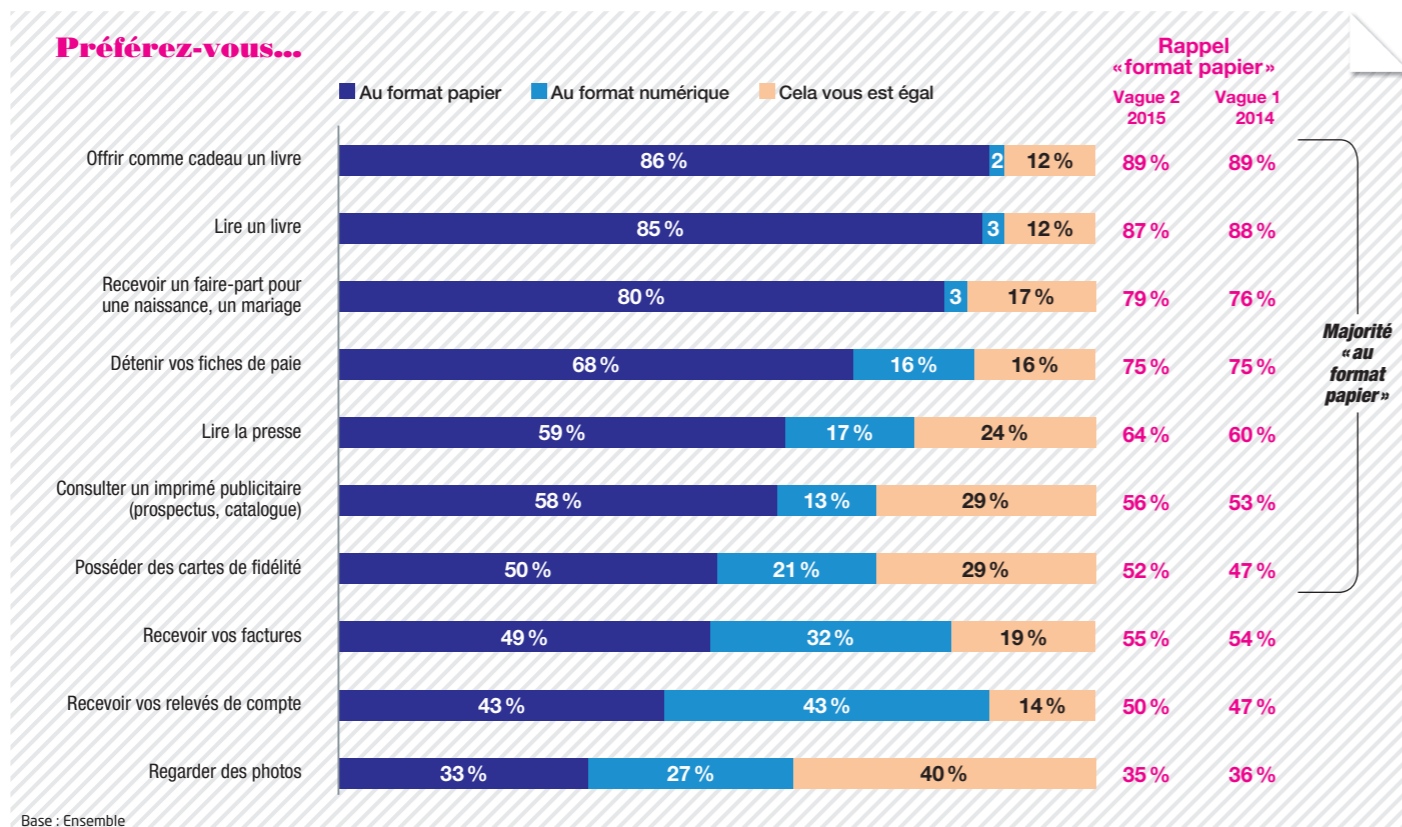


58%

des Français préfèrent consulter un imprimé publicitaire au format papier.

LES FRANÇAIS ET LE PAPIER : UNE HISTOIRE DE COMPLICITÉ

Un attachement qui se confirme lorsque nous demandons aux Français de choisir, parmi une liste d'éléments, le format qu'ils privilégient. Résultat : les Français préfèrent le format papier notamment pour les livres. En effet, ils sont 85 % à adopter la lecture au format papier et 86 % à choisir d'offrir un livre sous ce même format. Plus intéressant encore, 58 % des répondants préfèrent consulter un imprimé publicitaire au format papier, seuls 13 % choisissent le format numérique. En revanche, pour les documents plus administratifs comme les factures, les relevés de compte ou simplement pour les photos, le numérique gagne du terrain chaque année un peu plus. Ainsi, les Français sont aujourd'hui 43 % à préférer recevoir leurs relevés de compte au format numérique, soit une égalité parfaite avec ceux qui préfèrent les recevoir en version papier. Une tendance qui progresse au même rythme que le développement du format numérique.



LE PAPIER, PLUS PRATIQUE POUR ARCHIVER ?

Afin d'y voir plus clair, nous avons cherché à comprendre pourquoi les Français préféreraient le papier au numérique pour lire un imprimé publicitaire, et vice versa. Quand nous demandons aux 58 % des Français qui préfèrent le format papier la raison de ce choix, la majorité d'entre eux le justifient par une approche plus confortable et une conservation plus facile, en résumé ils trouvent cela plus pratique.

En ce qui concerne les 13 % de Français qui préfèrent consulter un imprimé publicitaire au format numérique, surprise : 62 % d'entre eux l'expliquent également par le côté pratique qu'il leur procure.

LES FRANÇAIS ARCHIVENT LE PAPIER LES YEUX FERMÉS

Face à un tel besoin de fonctionnalité pour archiver et conserver avec simplicité, le papier semble être l'allié idéal, mais il semble aussi mettre en évidence un rapport de confiance.

Et oui ! Car pour la majorité des Français le papier reste le moyen le plus rassurant pour conserver et protéger leurs données personnelles. Ainsi, pour ce qui est de l'archivage électronique, seulement 15 % des répondants déclarent avoir « tout à fait confiance » en celui-ci et 41 % « plutôt confiance » pour un total de 56 % de confiance au global. Soulignons que 62 % des 25-34 ans placent leur confiance dans ce support numérique, une tendance parfaitement logique puisque c'est une des générations qui a grandi avec. Malgré cela, c'est plutôt au papier que les Français vouent une confiance sans faille puisque 95 % des répondants déclarent « avoir confiance » en ce type de stockage, et 59 % des répondants affirment même avoir « tout à fait confiance » en l'archivage papier.

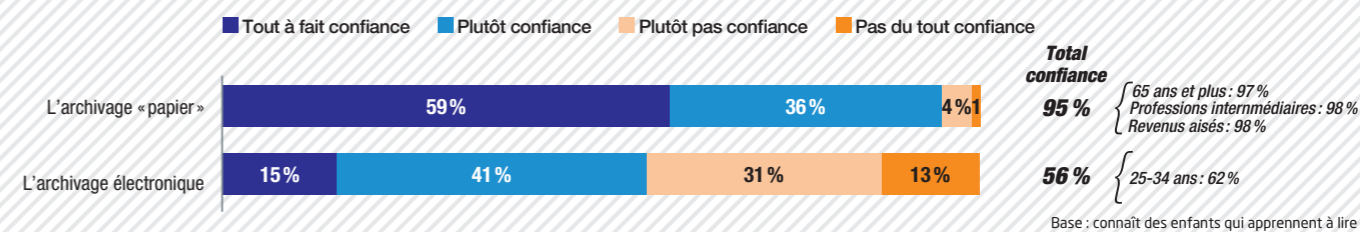
95%

des Français disent avoir confiance dans l'archivage papier

LE PAPIER ET LES FRANÇAIS, EN LIGNE AVEC L'ARCHIVAGE

La confiance dépend aussi du degré de connaissance. Si les Français ont, certes, confiance dans le support papier, connaissent-ils vraiment tous les services de stockages qui existent ? Et si oui, les utilisent-ils ? Pour le savoir, nous avons demandé aux Français de nous indiquer, parmi une liste de différents types d'archivage, ceux qu'ils connaissent et utilisent. Résultat : d'une part et cela va de soi, ils sont 95 % à pratiquer l'archivage papier à travers classeurs, dossiers et autres pochettes. D'autre part, ils sont aussi une majorité à connaître et stocker leurs documents sur un disque dur (interne ou externe). 74 % des répondants connaissent ainsi le stockage sur disque dur et 61 % l'utilisent. Malgré une connaissance des nouvelles méthodes d'archivage, les Français connaissent encore très peu les méthodes de stockage en ligne. En effet, 48 % d'entre eux connaissent le stockage en ligne mais seulement 18 % l'utilisent. Des chiffres qui entrent en totale cohérence avec la manière dont les Français placent leur confiance, aujourd'hui largement assouvie par le format papier.

Avez-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans...



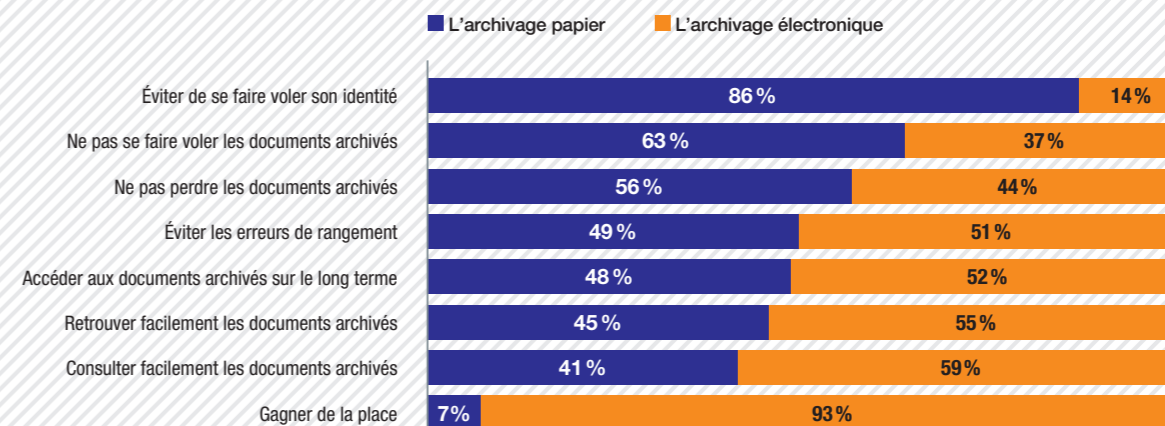
UNE FORTERESSE, UN COFFRE FORT OU DU PAPIER ?

Nous avons cherché à savoir, parmi une liste de situations allant du vol de documents, au vol d'identité, en passant par les erreurs de rangements ou encore le gain de place, quelle solution d'archivage leur semblait la plus adaptée entre papier et numérique. Ainsi, pour 86 % des répondants l'archivage papier apparaît comme le plus adapté pour éviter de se faire voler son identité. Pour 63 % des Français il permet d'éviter de se faire voler des documents archivés et enfin pour 56 %, il évite la perte de documents archivés. Pour ce qui est du stockage à long terme et la facilité à retrouver ou consulter ses documents, les Français ne voient pas de grande différence entre papier et numérique, les résultats étant proche du 50/50. Seul le gain de place est un atout uniquement associé à l'archivage électronique (pour 93 % des Français).

86%

préfèrent l'archivage papier pour éviter de se faire voler leur identité

D'après vous quelle solution d'archivage est la mieux adaptée pour...



L'AVENIR DU PAPIER ET DU NUMÉRIQUE VU PAR LES FRANÇAIS

Dans un contexte digitalisé où la protection des données est une problématique qui s'est démocratisée au gré des piratages informatiques et autres vols d'identité, le rôle du papier prend tout son sens. Il ne s'agit donc pas de choisir entre papier et numérique car chacun des deux répond à des besoins et des envies différentes, qui plus est quand on parle à des générations qui ont grandi avec et d'autres non. Le papier offre alors pour certains une forme de praticité, de confort et d'assurance quand pour d'autre le numérique est lui aussi synonyme de praticité mais surtout, et c'est indéniable, de gain de place. Les Français semblent aujourd'hui avoir bien compris la complémentarité de ces deux outils puisqu'ils sont 75% à penser que leur avenir sera rythmé par une véritable complémentarité entre ces deux supports. Plus parlant encore, 83% des 25-34 ans ont répondu la même chose.

Comme quoi, choisir c'est se tromper !



¹ Source : Baromètre du numérique 2015 du Conseil général de l'économie (CGE) et de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep).
<http://www.economie.gouv.fr/vous-orienter/particulier/numerique-et-particulier/internet-smartphones-tablettes-quelles-tendances>

MÉTHODOLOGIE

Les résultats présentés dans ce document sont issus d'une étude menée en ligne du 17 juin au 30 juin 2016 sur un échantillon de 1 009 individus, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus sur les critères de sexe, âge, CSP, taille d'agglomération et région. Les répondants ayant retourné un questionnaire incomplet ont été exclus de l'analyse.

À PROPOS DE L'OBSERVATOIRE CULTURE PAPIER

Dans le cadre de sa mission de sensibilisation de l'opinion pour le développement durable du papier et de l'imprimé, l'association Culture Papier a lancé en 2014 son Observatoire pour comprendre l'opinion. À travers son propre « laboratoire », l'association est un acteur dynamique de veille des tendances et d'analyse sur les perceptions du papier.

Mis en place par le département Enquêtes & Opinion de Mediaprism / Le Groupe La Poste, l'Observatoire Culture Papier comprendra chaque année un volet barométrique et un volet thématique.

À PROPOS DE CULTURE PAPIER

L'association Culture Papier a été créée en janvier 2010 par des représentants de l'ensemble de la filière du papier et de l'imprimé (des fabricants de papier aux annonceurs, en passant par les imprimeurs, les agences de communication, la presse, la distribution...) et des parlementaires. En cinq ans, l'association s'est imposée comme un interlocuteur reconnu et incontournable pour l'ensemble des enjeux liés au papier et à l'imprimé.

La vocation de Culture Papier est de sensibiliser les pouvoirs publics, les décideurs économiques et l'opinion sur le rôle économique, social, culturel et environnemental du papier. Avec ses 13 délégations régionales, les missions et actions de Culture Papier sont relayées dans la France entière. Culture Papier marque l'engagement de toute une filière industrielle et commerciale en faveur d'un développement responsable.

www.culture-papier.com

À PROPOS DE MEDIAPRISM L'AGENCE

Mediaprism l'Agence, filiale de MEDIAPOST Communication / Le Groupe La Poste, est une agence de communication au service des associations, des institutions, des entreprises et des marques. La force de Mediaprism s'articule autour de deux savoir-faire : la maîtrise de la connaissance des publics et le conseil stratégique et créatif. Elle permet de répondre avec justesse aux problématiques des annonceurs : sensibiliser les opinions, développer les réputations, changer les comportements, collecter des fonds, promouvoir des services et des produits, etc.

www.mediaprism.com

CONTACTS

Culture Papier : Olivier Le Guay, Délégué général
68 bd Saint-Marcel - 75005 Paris / 01 43 37 24 77 / delegate@culture-papier.org

Mediaprism : Chloé Cambie, Chargée d'études / chloe.cambie@mediaprism.fr
Tour Cristal / 7 quai André Citroën - 75015 Paris / 01 53 29 10 00 / www.mediaprism.com



MEDIAPRISM garantit la neutralité carbonée de l'intégralité de ses prestations.



Avec Ecofolio
tous les papiers
se recyclent.