

Communiqué de presse

Plus de 40% des internautes estiment important d'être « toujours joignable », avec en tête les Russes, les Chinois et les Turcs

Paris, le 28 juin 2016 - À l'échelle internationale, 42 % des internautes sont fortement d'accord avec l'affirmation « Pour moi, il est important d'être toujours joignable où que je sois », tandis que seulement 11 % sont fortement en désaccord avec. Cependant, quatre pays - l'Allemagne, la Suède, le Canada et les Pays-Bas - vont à contre-courant de cette tendance, avec un nombre plus élevé de consommateurs connectés n'étant pas du tout d'accord plutôt que d'accord avec cette idée. La France se situe à la frontière entre ces deux courants.

D'après une enquête menée par GfK dans 22 pays, la Russie et la Chine présentent les niveaux les plus élevés d'Internautes entièrement d'accord avec le fait qu'il est important d'être toujours joignable, à tout endroit, avec un pourcentage de 56 % pour chacun de ces deux pays. Vient ensuite la Turquie avec 53 %. Ces trois pays sont les seuls parmi ceux étudiés dont plus de la moitié des consommateurs connectés sont entièrement d'accord avec ce concept. Le Mexique est proche, avec 50 %, mais on observe ensuite un écart important jusqu'au pays suivant, la Pologne, avec 41 %.

La France marque la frontière avec les pays qui sont fortement d'accord et ceux qui le sont moins. A 30% d'avis très favorables, les Français se situent après les Italiens (37%), mais juste devant leurs voisins anglais et espagnols (respectivement 28% et 27%).

L'Allemagne, la Suède, le Canada et les Pays-Bas enregistrent quant à eux une tendance inverse. Ces pays sont, en effet, les seuls de l'enquête pour lesquels un nombre plus élevé de personnes ne sont pas du tout d'accord avec l'idée qu'il est important d'être toujours joignable.

En Allemagne, un peu plus d'un tiers (34 %) des internautes ne sont pas du tout d'accord avec cette idée, contre 16 % entièrement d'accord. Viennent ensuite la Suède avec 28 % contre 22 %, le Canada avec 24 % contre 23 %, et les Pays-Bas avec 23 % contre 22 %.

IT IS IMPORTANT TO ALWAYS BE REACHABLE



Country results



Source: GfK survey among 27,000+ Internet users (ages 15+) in 22 countries – top 2 boxes (agreement) / bottom 2 boxes (disagreement) out of 7-point scale – rounded
Question: "To me, it is important to always be reachable wherever I am."

© GfK 2016

Cliquez sur l'image pour afficher l'infographie en taille réelle

Près de la moitié des 30-39 ans affirment qu'il est important d'être « toujours joignable »

Parmi les différentes tranches d'âge, les trentenaires tendent le plus à vouloir être toujours joignables - près de la moitié (47 %) étant entièrement d'accord avec le fait que c'est important. Viennent ensuite les personnes dans la vingtaine, avec 45 %, suivies par les adolescents (15 à 19 ans) avec 43 %. Les quadragénaires suivent de près à la quatrième place avec 42 %. Cependant, pour les 50 ans et plus, la nécessité perçue d'être toujours joignable chute considérablement - avec un tiers (33 %) des internautes cinquantenaires et seulement 29 % des personnes âgées de 60 ans et plus.

A noter qu'en France, les 20-29 ans sont ceux qui souhaitent le plus être joignables (37%), suivis par les adolescents (33%) puis les trentenaires (32%).

La nécessité d'être « toujours joignable » n'est que légèrement plus élevée chez les femmes

En étudiant les résultats selon le sexe, il apparaît que les femmes ne considèrent que légèrement plus important le fait d'être toujours joignables où qu'elles se trouvent (43 % des femmes contre 40 % des hommes). Si l'on se penche sur les personnes qui ne sont pas du tout d'accord avec le fait que c'est important, la différence est encore plus petite, avec 10 % de femmes contre 11 % d'hommes.

En France, l'écart est plus important entre les sexes, avec 33% des femmes fortement d'accord avec la nécessité d'être toujours joignables, versus 26% chez les hommes et 13% fortement en désaccord versus 17% des hommes.

Pour télécharger les résultats complets pour chacun des 22 pays, rendez-vous à l'adresse <http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/>

Notes

¹ Les 2 notes les plus basses et les 2 notes les plus hautes sur une échelle allant de 1 à 7, où 1 signifie « pas du tout d'accord » et 7 « entièrement d'accord ».

Au sujet de l'étude

La question posée était : “Voici quelques affirmations générales au sujet d'attitudes concernant les besoins en technologies et informations. Veuillez indiquer votre niveau d'accord pour chaque affirmation en attribuant une note sur une échelle allant de 1 à 7, où “1” signifie que vous n'êtes pas d'accord du tout et “7” signifie que vous êtes entièrement d'accord: ‘Pour moi, il est important d'être toujours joignable, où que je sois’.”

Pour cette étude, GfK a interviewé plus de 27 000 personnes âgées de 15 ans et plus dans 22 pays. Le terrain a été réalisé en Juin 2015 et les données, collectées en ligne, ont été redressées pour les rendre représentatives de la composition démographique de la population online âgée de 15 ans et plus sur chaque marché. Les pays inclus dans ce communiqué de presse sont l'Allemagne, l'Argentine, l'Australie, la Belgique, le Brésil, le Canada, la Chine, la Corée du Sud, l'Espagne, les États-Unis, la France, Hong Kong, l'Italie, le Japon, le Mexique, les Pays-Bas, la Pologne, le Royaume-Uni, la République Tchèque, la Russie, la Suède et la Turquie.

A propos de GfK

GfK fournit une information de référence sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK

Contacts Presse :

GfK Consumer Experiences

Frédérique Bonhomme, Tel : +33 (0) 1 74 18 67 36 /

Frederique.Bonhomme@gfk.com

Patricia Schmied, Tél : +33 (0)1 74 18 66 99 / Patricia.Schmied@gfk.com