



# L'Observatoire **AXA** *Vostra* **SERVICE**

Edition 2014

**CSA**  
COMPRENDRE  
POUR MIEUX DÉCIDER

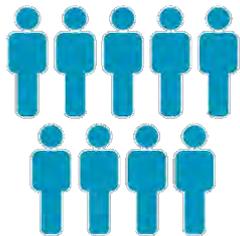
# La méthodologie de l'étude



→ Questionnaire auto-administré **Online** sur panel



→ Terrain réalisé du **12 au 25 février 2014**



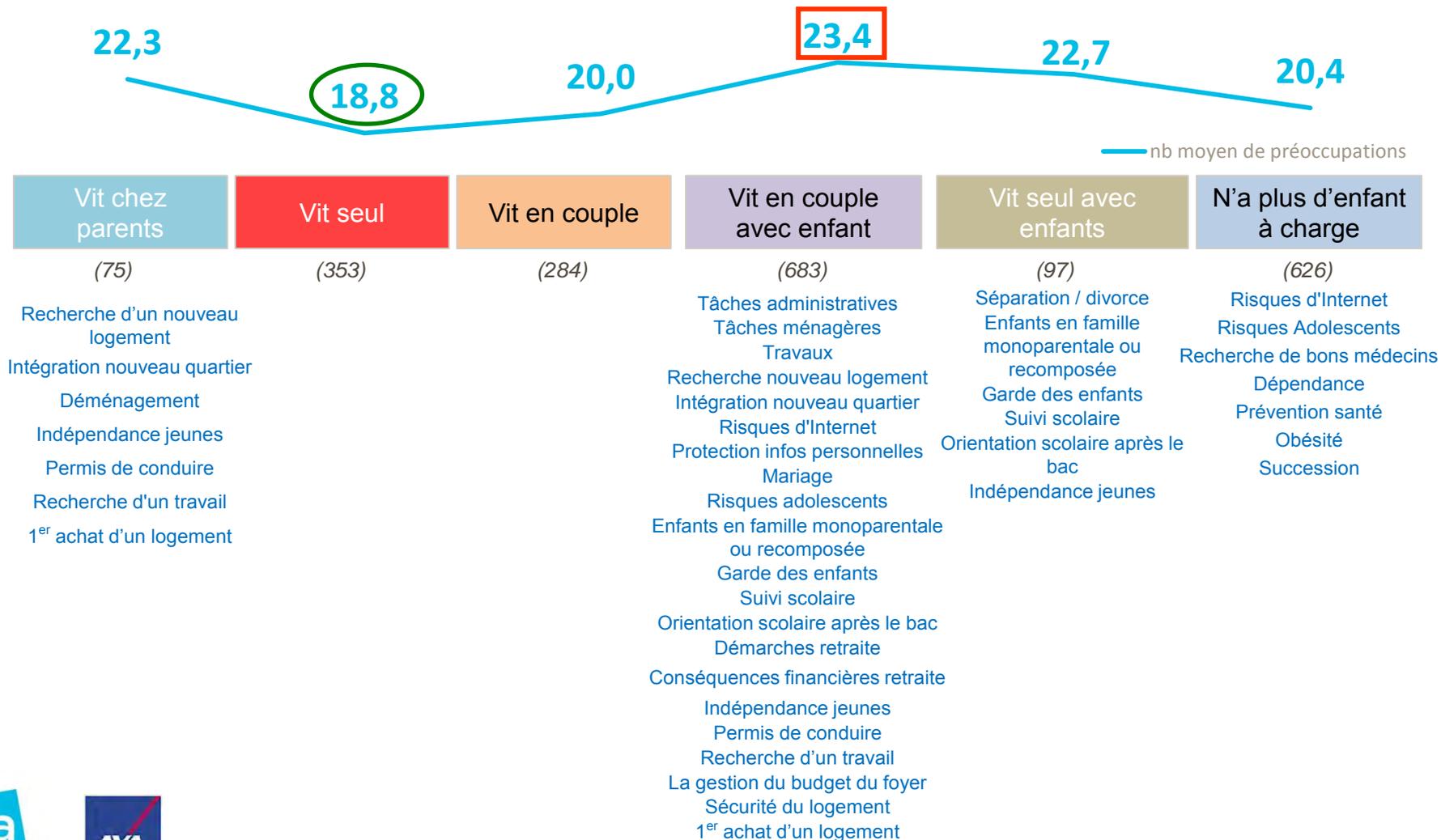
→ Après d'un échantillon de **2 405** individus **représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus**

# 1. Les préoccupations des Français en 2014

# Dans un contexte de fortes préoccupations générales, les familles sont les plus sensibles

## Le nombre moyen de préoccupations

21,7 en moyenne pour l'ensemble des Français (parmi 34 sujets étudiés)

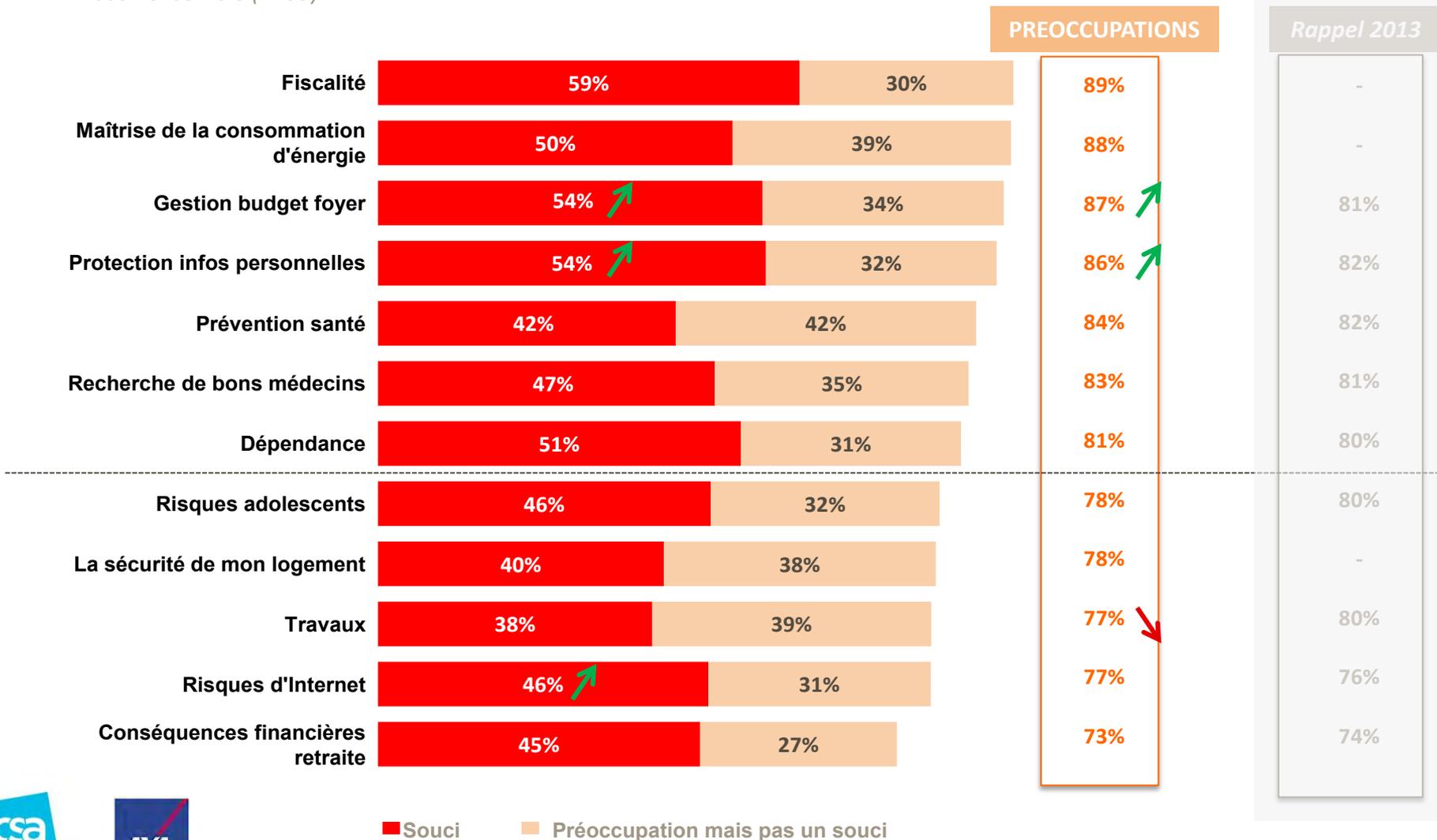


Les préoccupations significativement plus importantes par tranche de vie

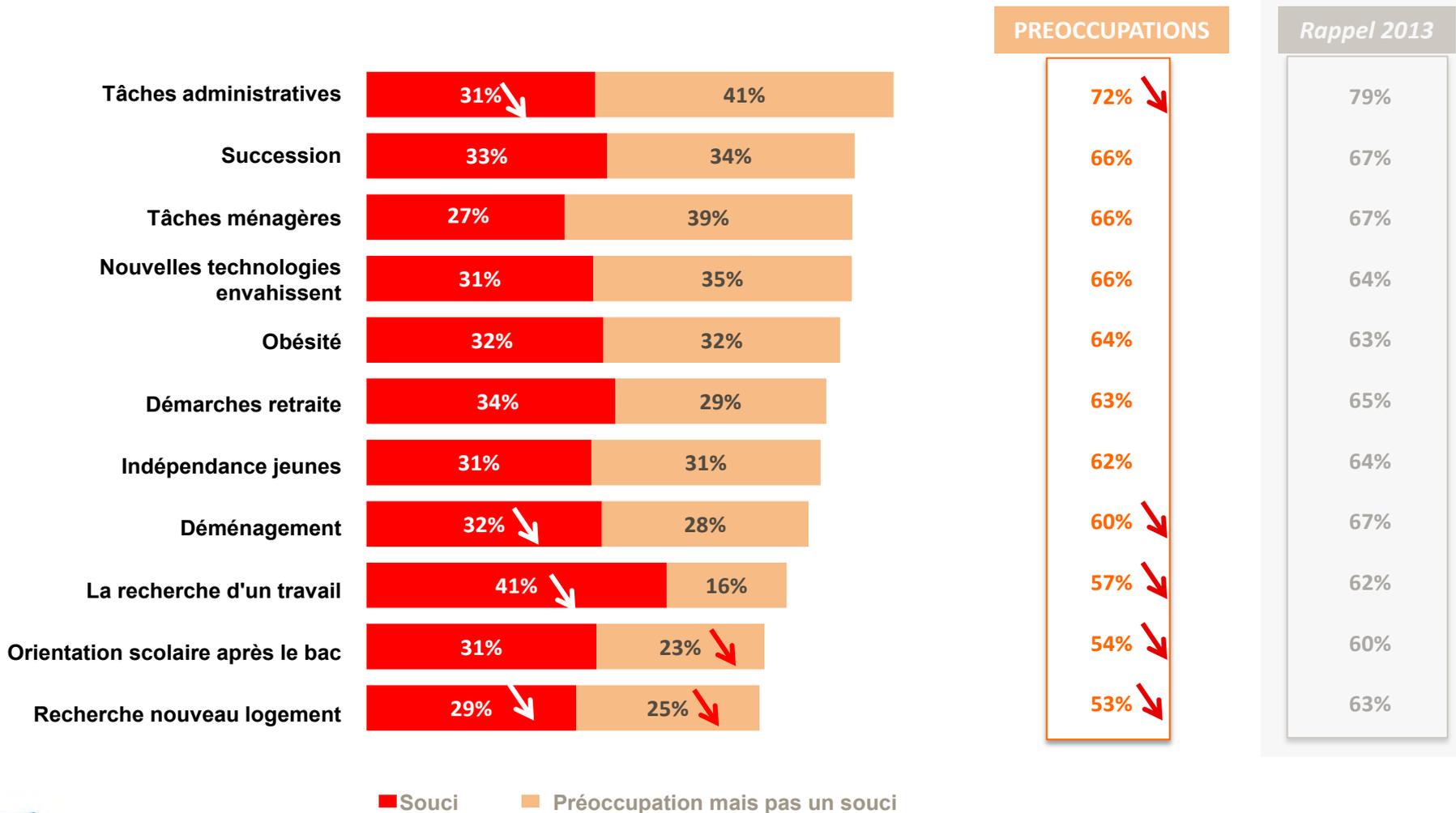


# Des préoccupations qui se cristallisent sur des sujets économiques mais aussi sur la protection des informations personnelles sur Internet et la santé

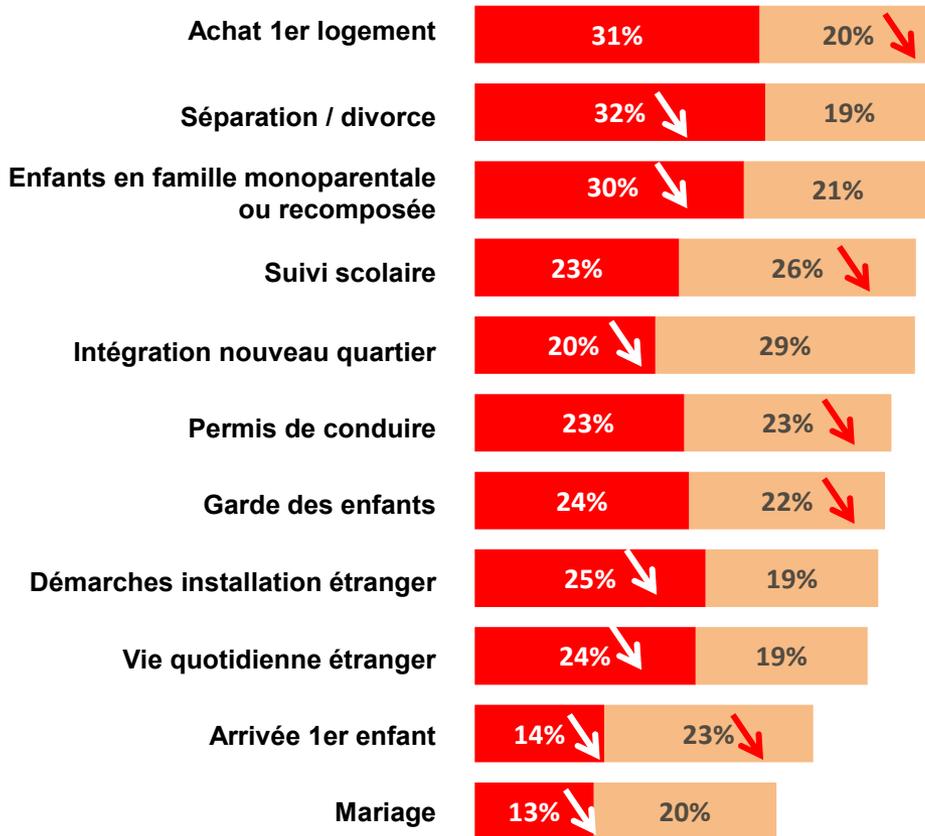
Base : ensemble (2405)



# Les autres préoccupations

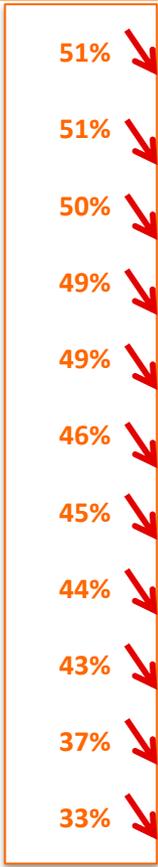


# Les autres préoccupations

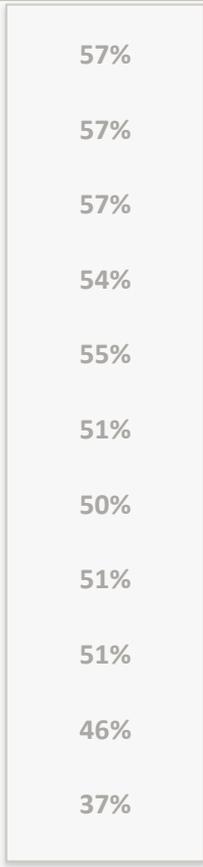


■ Souci    ■ Préoccupation mais pas un souci

## PREOCCUPATIONS



## Rappel 2013



## 2. Le digital : réseaux sociaux, équipements...

# Près de ¾ des internautes détiennent et utilisent personnellement un Smartphone et/ou une tablette

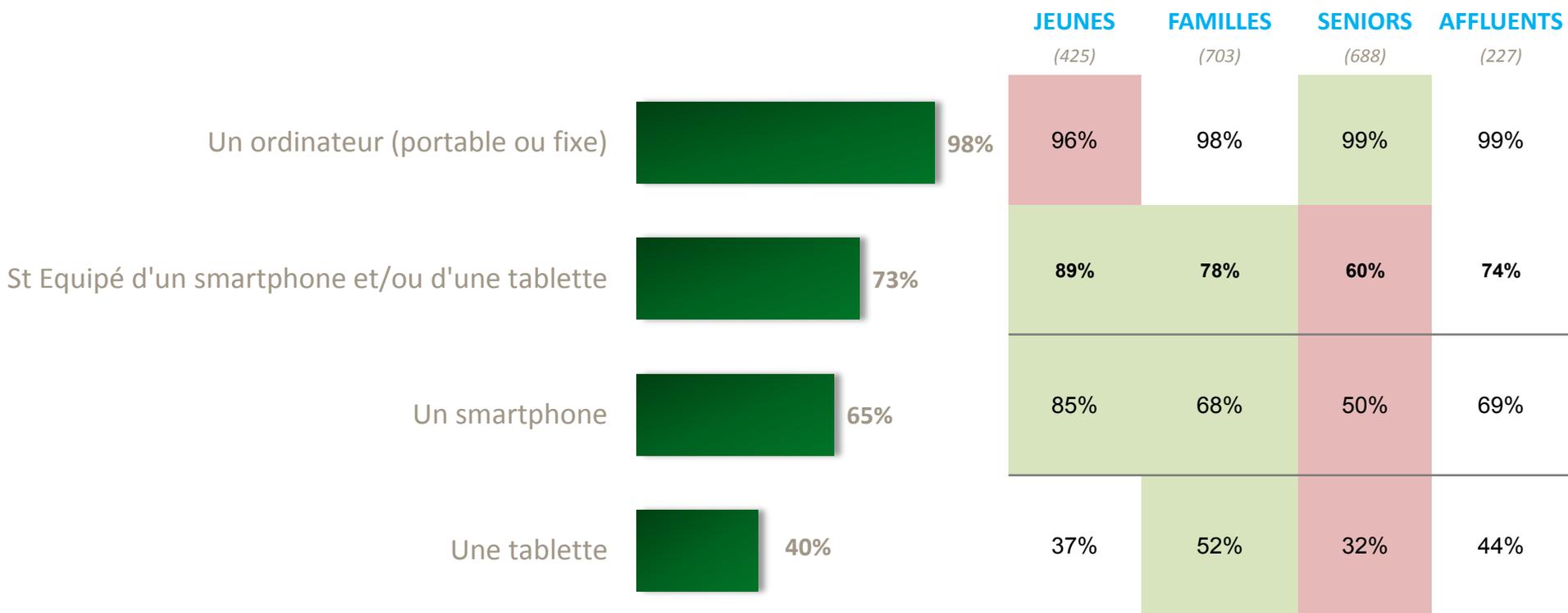


Base : ensemble (2405)

Nouvelle question 2014

➤ Quant aux seniors, la moitié est détentrice d'un Smartphone et 1/3 possède une tablette.

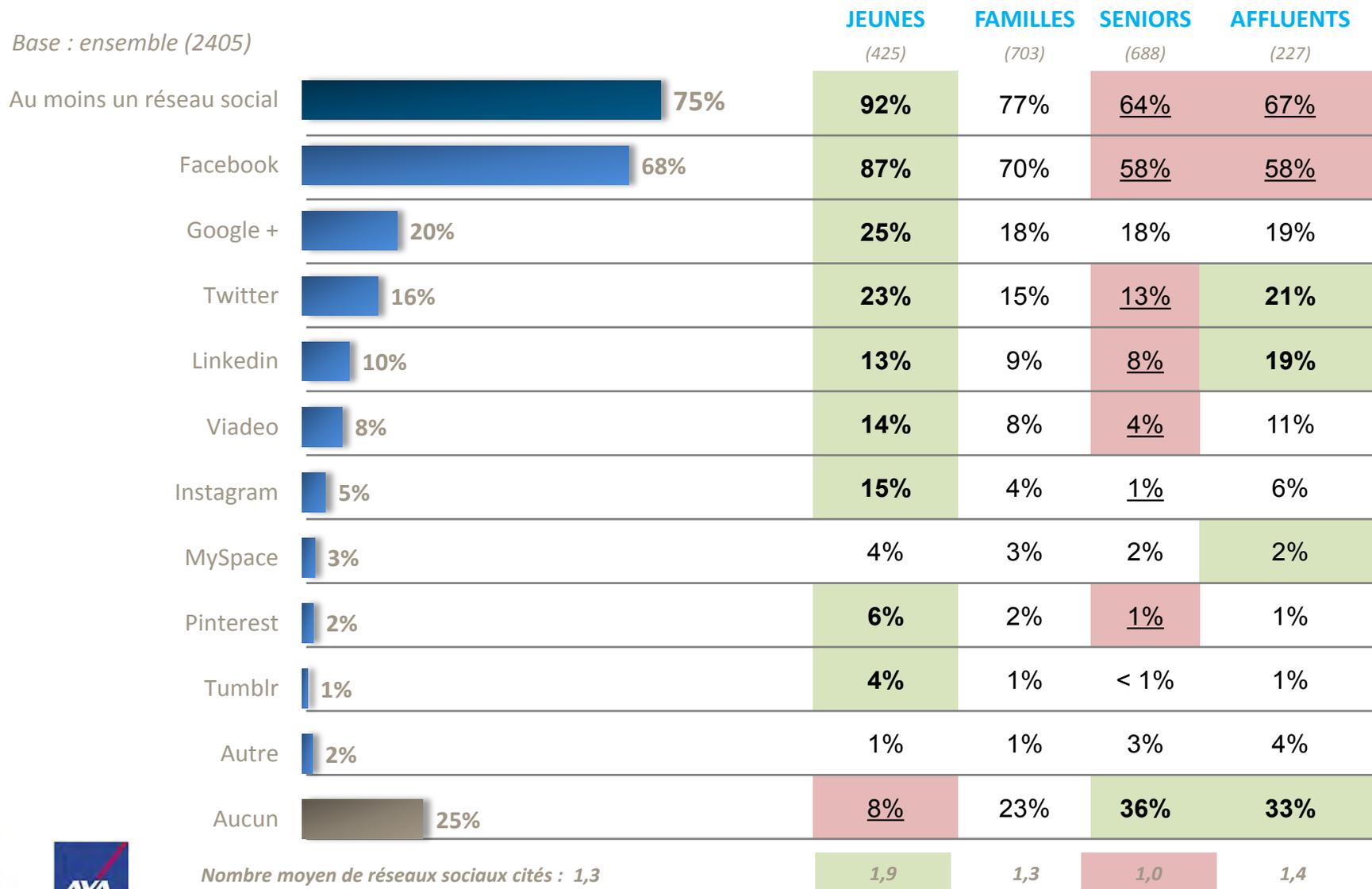
99% des internautes détiennent au moins l'un de ces trois équipements



# ¾ des internautes sont inscrits sur au moins un réseau social, surtout les jeunes. Facebook est de loin le réseau social qui enregistre le plus d'inscription

Nouvelle question 2014

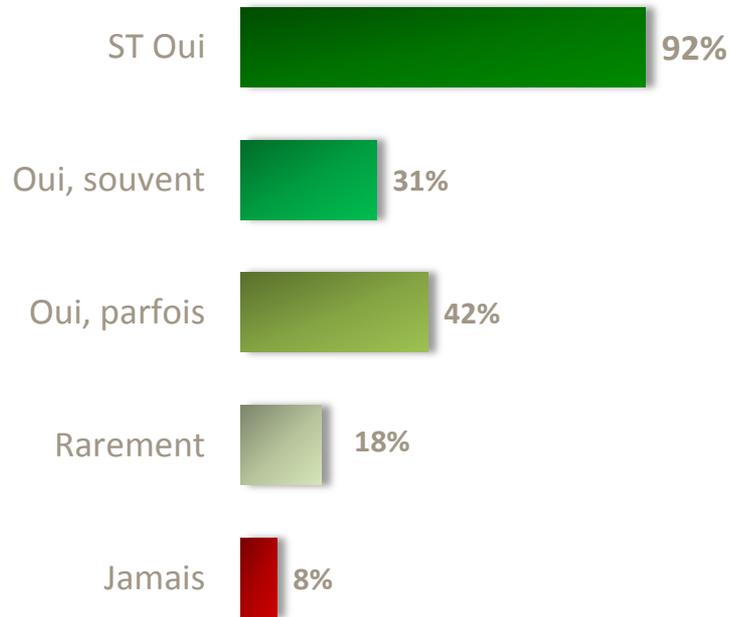
Base : ensemble (2405)



# 9 internautes sur 10 consultent les commentaires publiés par les consommateurs sur Internet lors de l'achat d'un produit ou d'un service. Ils sont 3 sur 10 à le faire très souvent, davantage les jeunes

Nouvelle question 2014

Base : ensemble (2405)



	JEUNES (426)	FAMILLES (703)	SENIORS (688)	AFFLUENTS (227)
ST Oui	94%	93%	<u>89%</u>	<b>95%</b>
Oui, souvent	<b>38%</b>	31%	<u>24%</u>	32%
Oui, parfois	46%	<b>46%</b>	40%	47%
Rarement	<u>10%</u>	<u>16%</u>	<b>25%</b>	17%
Jamais	6%	7%	<b>11%</b>	<u>5%</u>



# 3. Les objets connectés dans 4 univers

Habitat



Auto Moto



Dépendance



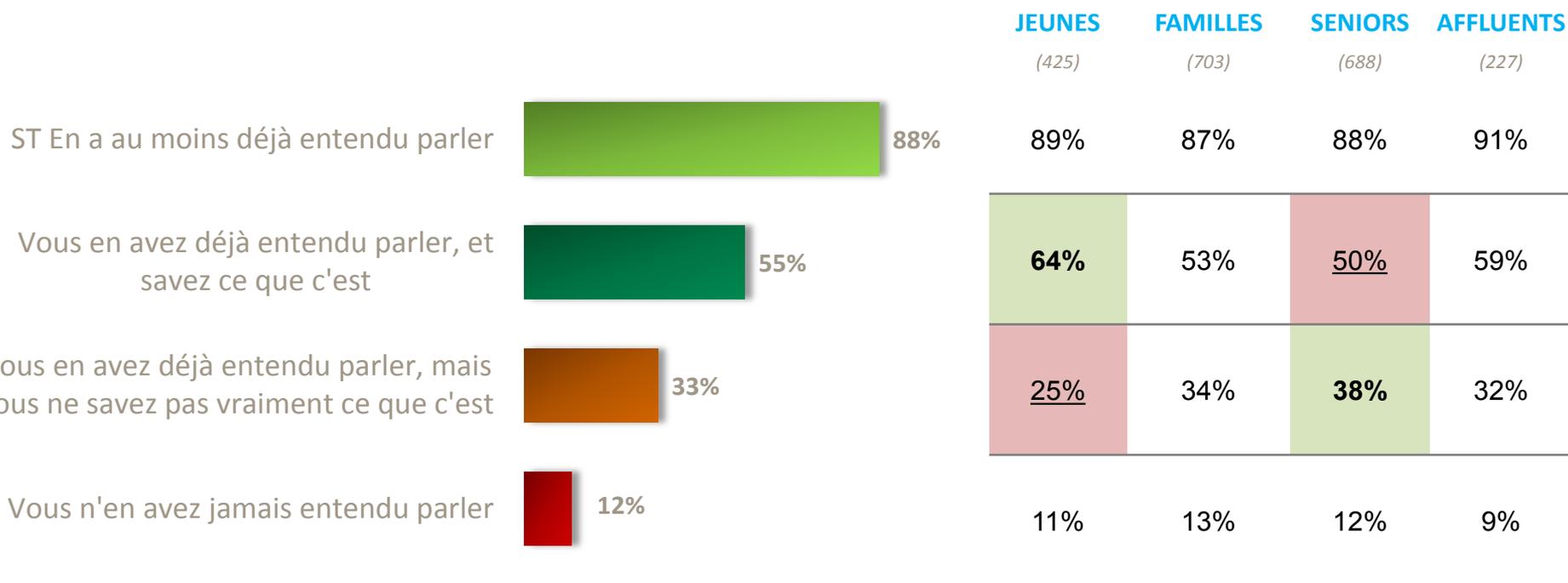
Santé



# 9 Français sur 10 déclarent avoir déjà entendu parler des objets connectés. La moitié déclare savoir ce que c'est, surtout les jeunes

Base : ensemble (2405)

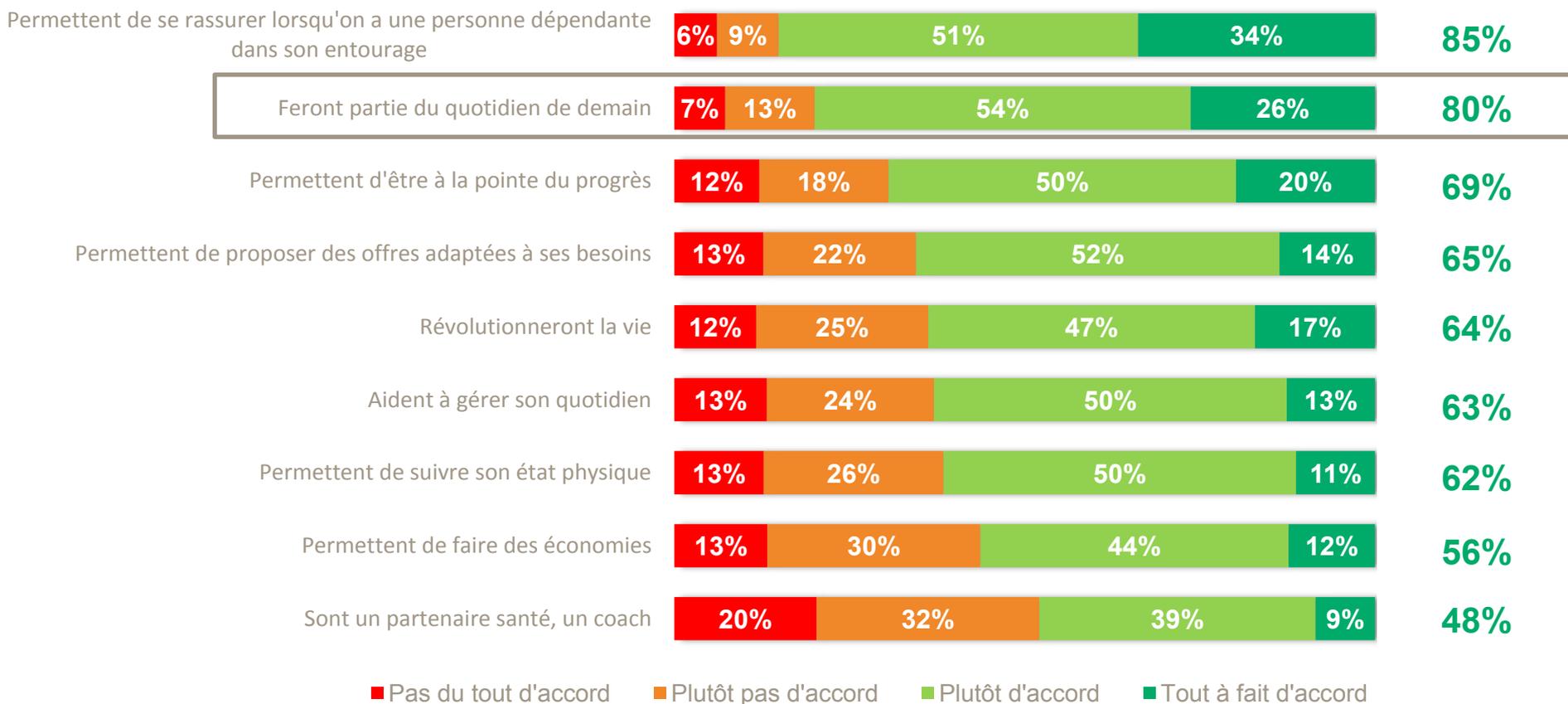
Nouvelle question 2014



# Les Français sont conscients que les objets connectés feront partie du quotidien de demain...

Base : ensemble (2405)

**D'ACCORD**



**88% des Français sont séduits par au moins un domaine d'application des objets connectés.**

# Des objets connectés qui séduisent les Français dans le domaine de la protection, la sécurité (habitat/individu) mais aussi l'économie de budget (la maîtrise de la consommation d'énergie)

Nouvelle question 2014

Base : ensemble (2405)

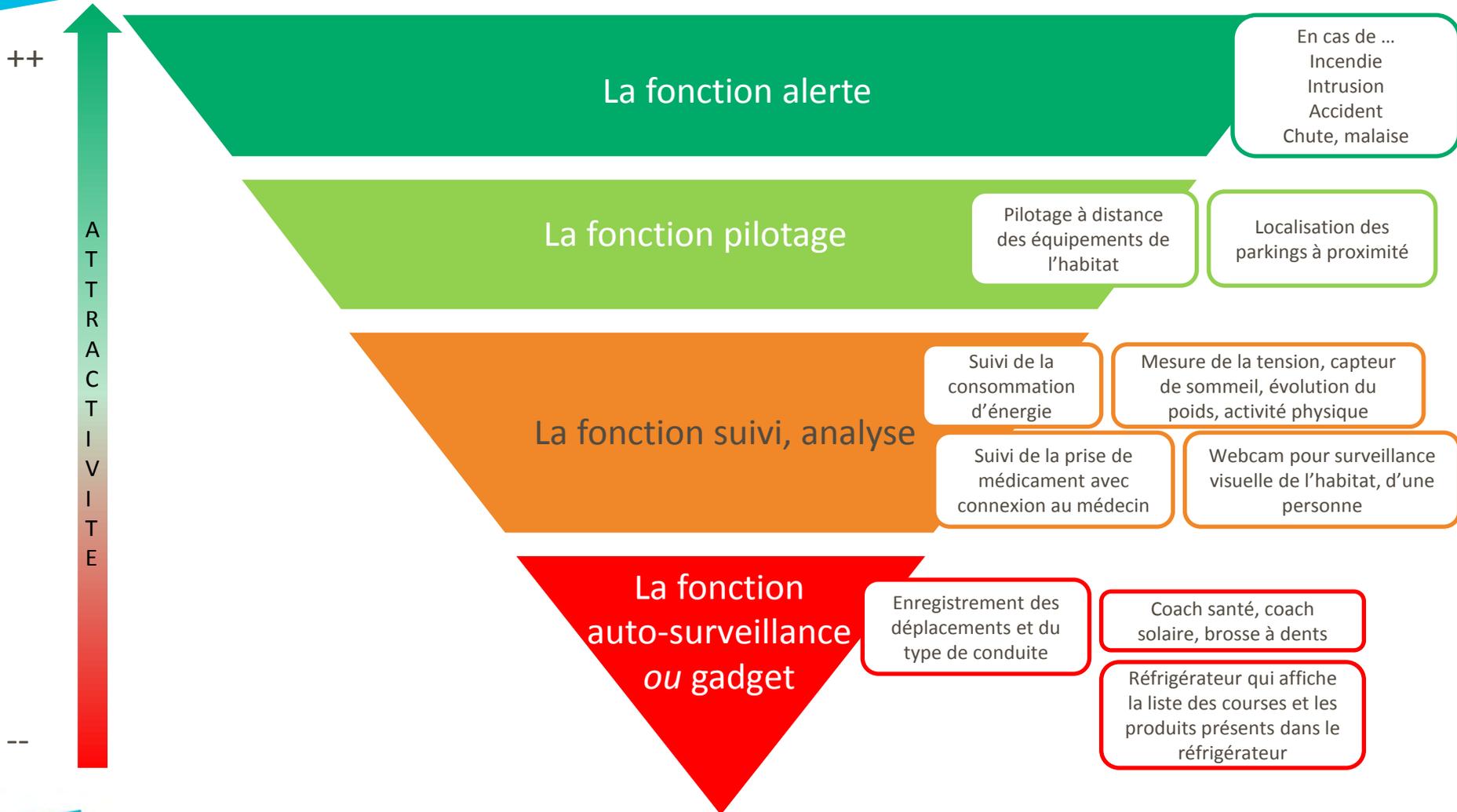
## ➤ Des Français qui semblent moins séduits par les objets connectés relatifs au suivi et à l'analyse de performances sportives

		JEUNES (425)	FAMILLES (703)	SENIORS (688)	AFFLUENTS (227)
Au moins un domaine	88%	90%	87%	87%	90%
Protéger son domicile	53%	58%	52%	53%	63%
Alerter en cas d'accident	51%	47%	50%	56%	56%
Maîtriser sa consommation d'énergie	49%	47%	52%	46%	46%
Maintenir à domicile des personnes âgées ou à mobilité réduite	47%	38%	44%	54%	50%
Prévenir les accidents (domestiques, accidents de la route, etc.)	41%	44%	41%	37%	41%
Surveiller sa santé	38%	42%	34%	41%	38%
Localiser son véhicule	32%	32%	32%	31%	37%
Piloter son habitation à distance	27%	36%	31%	18%	39%
Mieux gérer son quotidien	23%	36%	25%	13%	17%
-----					
Suivre et analyser ses performances sportives	11%	21%	11%	5%	9%
Aucun	12%	10%	13%	13%	10%

Nombre moyen de domaines cités : 3,7



# L'attractivité des objets connectés varie selon leur fonction



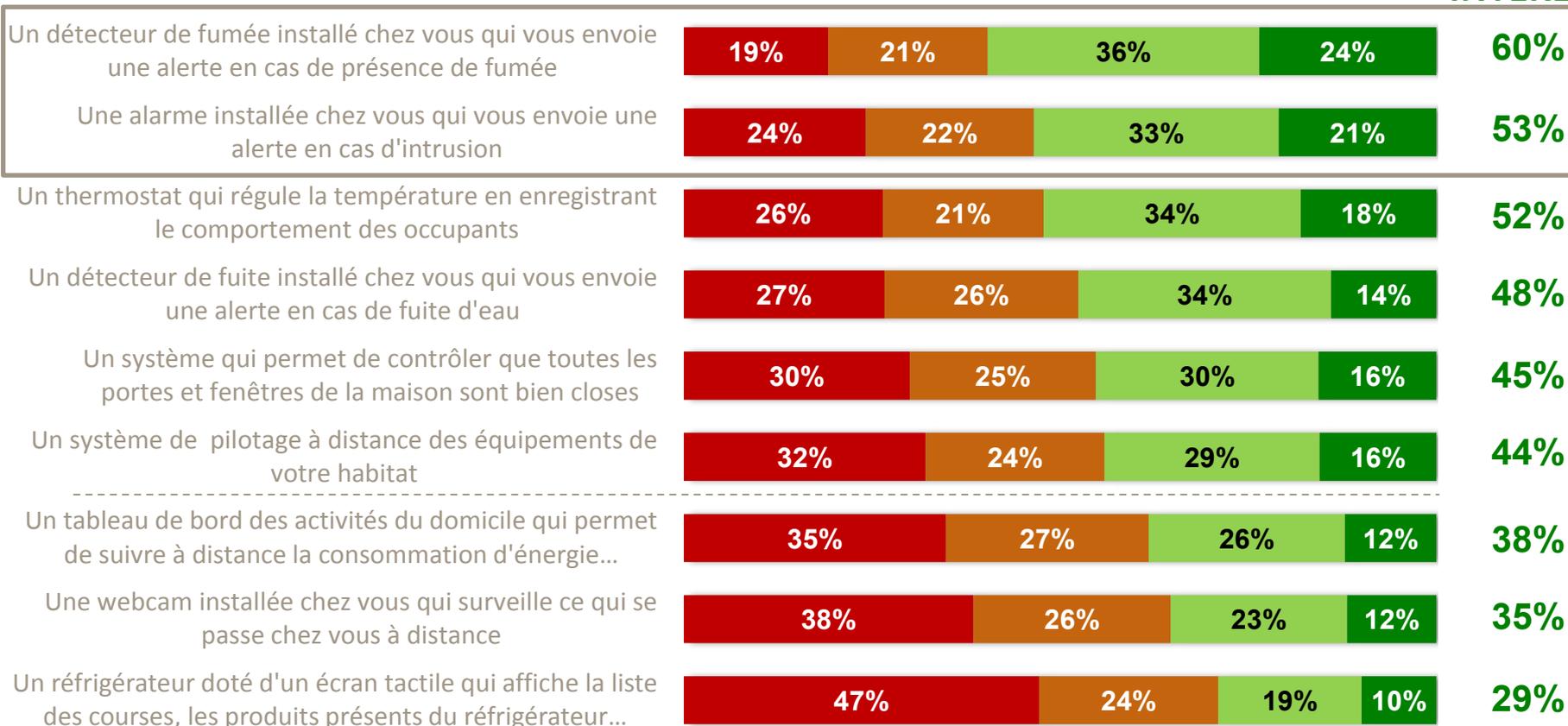
# HABITAT

## A l'intérieur du domicile, les services d'alerte sont les plus attendus



Base : ensemble (2405)

**INTÉRÊT**



■ Pas du tout intéressé

■ Assez peu intéressé

■ Assez intéressé

■ Très intéressé

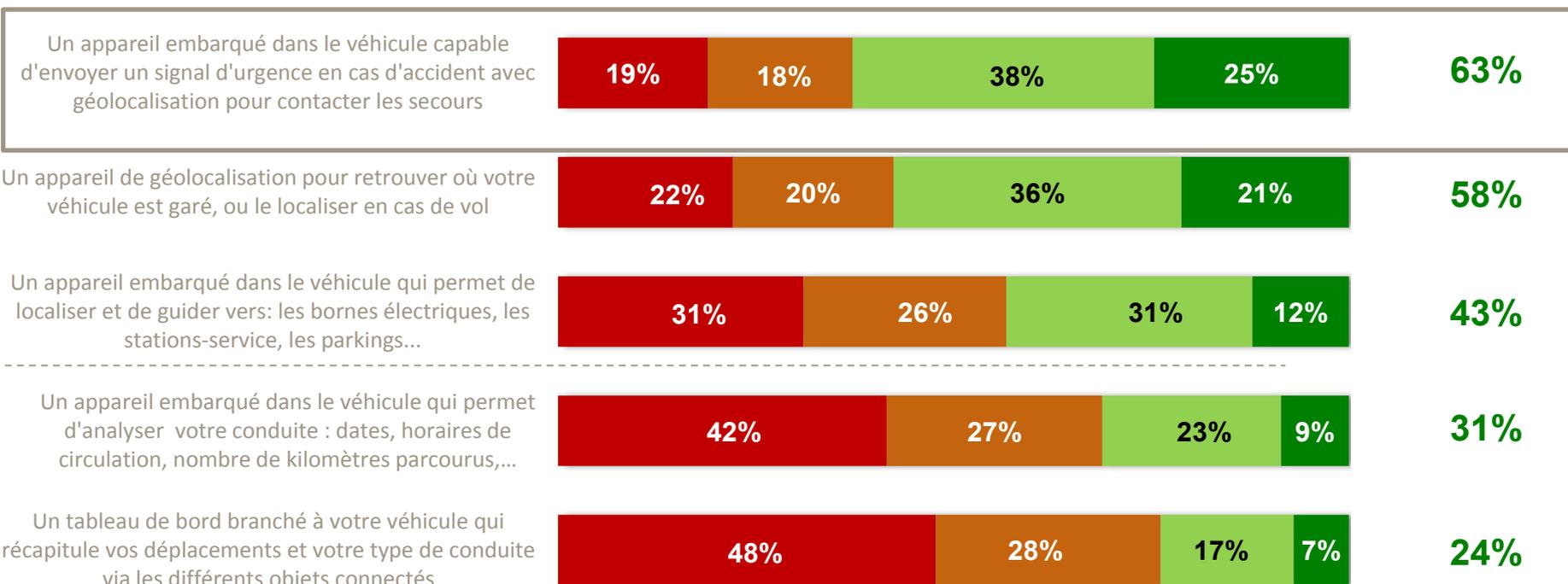
# AUTO/MOTO

## En ce qui concerne l'automobile, ce sont également les services d'alerte qui ressortent



Base : ensemble (2405)

### INTÉRÊT



■ Pas du tout intéressé

■ Assez peu intéressé

■ Assez intéressé

■ Très intéressé



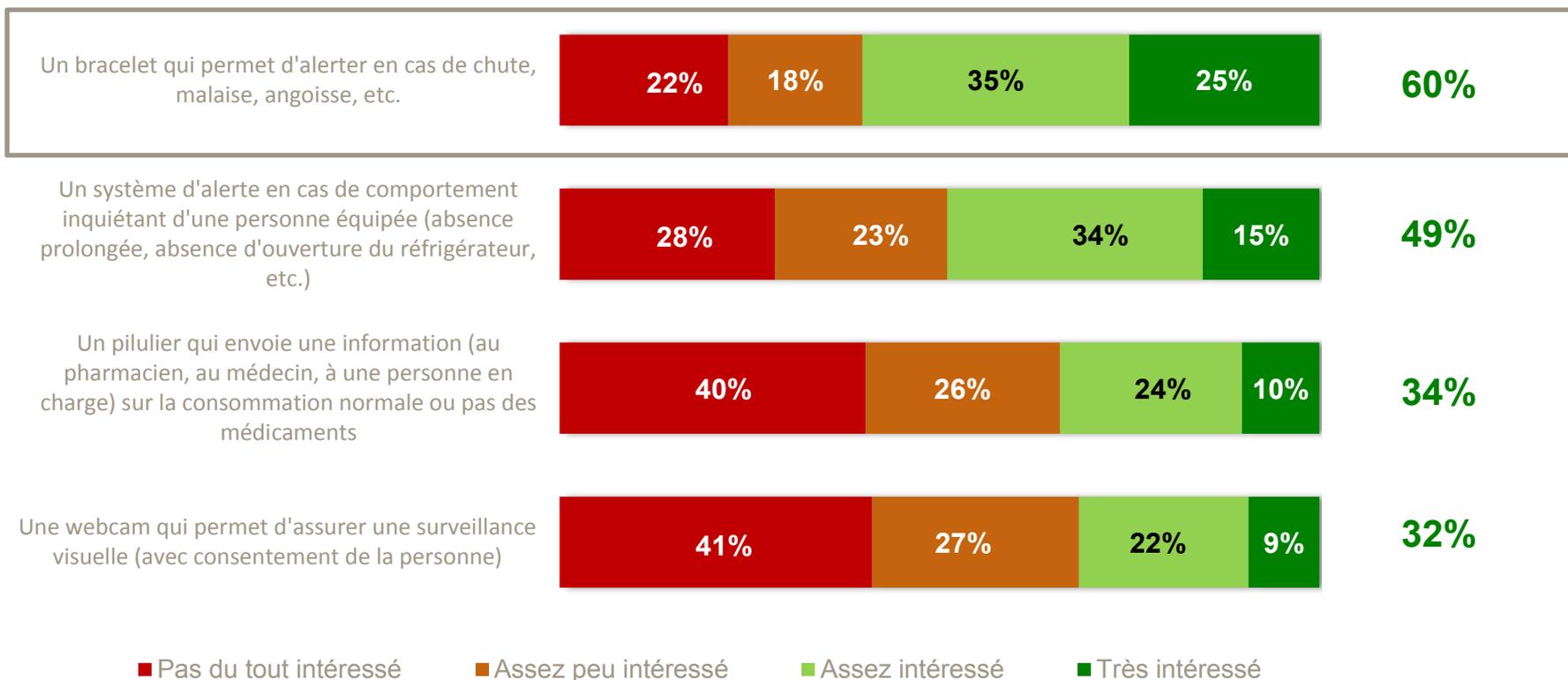
# DEPENDANCE

## De même pour le thème de la dépendance



Base : ensemble (2405)

### INTÉRÊT



■ Pas du tout intéressé

■ Assez peu intéressé

■ Assez intéressé

■ Très intéressé



# SANTÉ/BIEN-ÊTRE

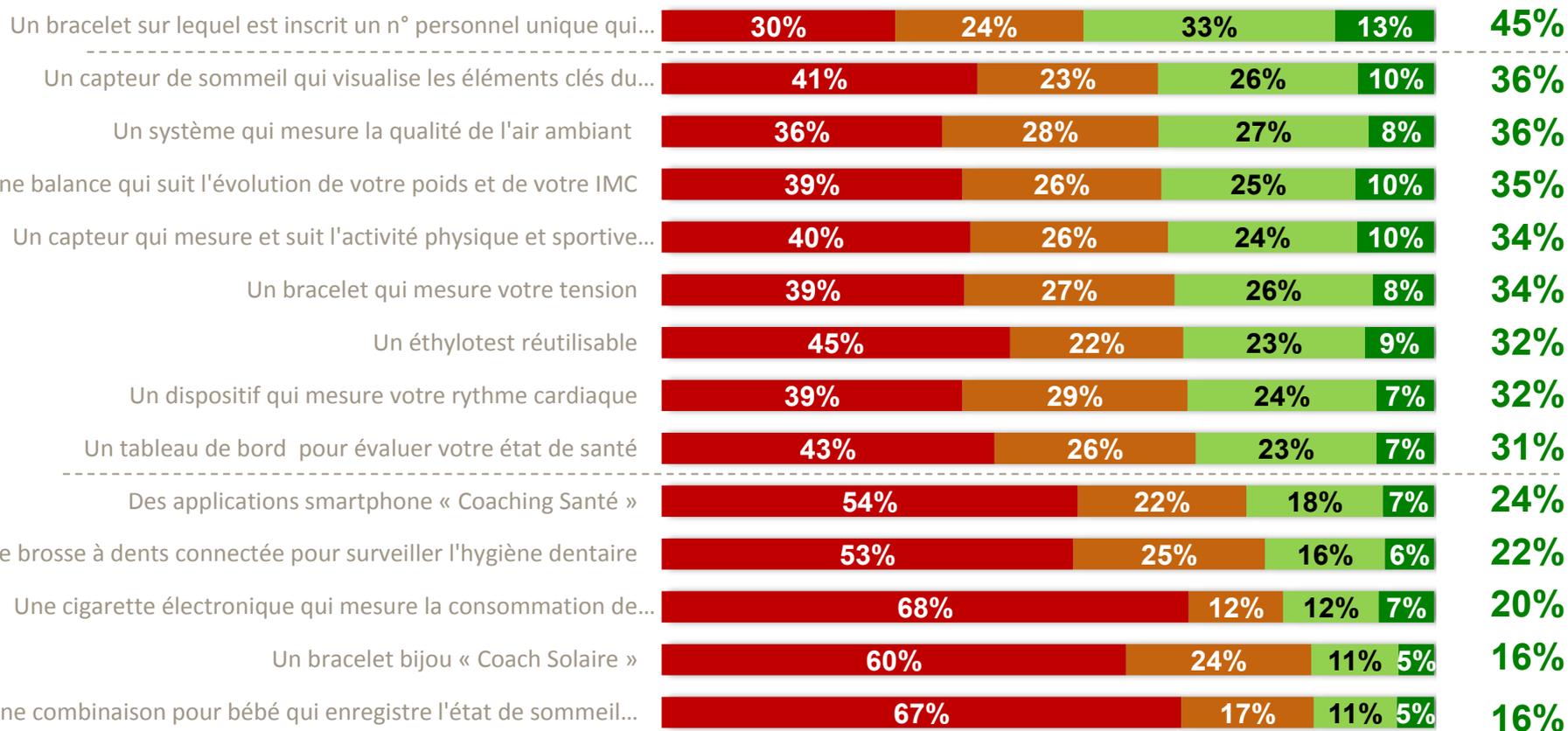
Les objets connectés relatifs à la santé/au bien-être sont dans l'ensemble ceux qui rassemblent le moins d'avis positifs. Le bracelet au n° personnel unique permettant l'accès à un dossier médical en ligne est jugé le plus intéressant



Base : ensemble (2405)

Nouvelle question 2014

**INTÉRÊT**



■ Pas du tout intéressé ■ Assez peu intéressé ■ Assez intéressé ■ Très intéressé



# Annexes

# Méthodologie Segmentations des objets connectés

➤ Les 4 segmentations Objets connectés (L'habitat / La santé / La dépendance / La voiture/les deux-roues) sont construites de la manière suivante :

- Un score global est calculé par individu par sommation sur les objets connectés de la catégorie (Très intéressé = 3 / Assez intéressé = 2 / Assez peu intéressé = 1 / Pas du tout intéressé = 0), sommé puis remis sur une base 100

-Ensuite nous obtenons les catégories suivantes :

- **Intérêt +++** : Très intéressé par l'ensemble des produits proposés ( $\geq 75\%$ )
- **Intérêt ++** : Intéressé par la majorité des produits proposés ( $\geq 50\%$  et  $< 75\%$ )
- **Intérêt +** : Susceptible d'être intéressé par quelques produits de la gamme ( $\geq 25\%$  et  $< 50\%$ )
- **Peu ou pas du tout intéressés** ( $< 25\%$ )