

FM N° 19011
Contact Ifop : Frédéric Micheau
Tél : 01 45 84 14 44
frederic.micheau@ifop.com



pour



Les Français et la géolocalisation
Principaux enseignements
Novembre 2010

Sommaire

Pages

- 1 - La méthodologie.....	1
- 2 - Les principaux enseignements.....	3
A- Conscients de l'utilité des systèmes électroniques de positionnement, les Français ont majoritairement adopté les différents outils de géolocalisation.	4
B- Les niveaux de notoriété et d'utilisation des différents sites dédiés à la géolocalisation sont faibles, et l'on constate une certaine inquiétude quant à l'utilisation qui peut en être faite.	5
Conclusion :	7

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	Atelier BNP PARIBAS
Echantillon	Echantillon de 995 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain	Du 3 au 5 novembre 2010

- 2 -

Les principaux enseignements

A- Convaincus de l'utilité des systèmes électroniques de positionnement, les Français ont majoritairement adopté les différents outils de géolocalisation

- **Près de deux personnes interrogées sur trois déclarent posséder un système électronique de positionnement (65%), le GPS de voiture portable s'avérant l'outil le plus répandu au sein de la population (48%).** Viennent ensuite le téléphone portable intégrant un GPS (19%) et le GPS intégré à la voiture (10%). Enfin, seul 1% des Français dispose d'un autre système de positionnement.

Dans le détail, on constate que les hommes sont plus enclins à posséder les outils de géolocalisation (73%), les femmes, bien qu'elles aussi majoritairement équipées, apparaissant en retrait (58%). L'âge est un autre facteur déterminant et le type de système possédé évolue en fonction des générations : les jeunes, et en particulier les interviewés âgés de moins de 24 ans, sont plus nombreux à posséder un téléphone portable intégrant un GPS (31%), quand les autres catégories d'âge possèdent plutôt un GPS traditionnel. Par ailleurs, c'est en région parisienne qu'on a le plus recours au téléphone portable muni d'un GPS (24%).

- **Le téléphone portable est peu utilisé à des fins de géolocalisation par les Français (19%) et les différentes possibilités offertes par cet outil se révèlent également peu usitées.** Parmi ceux qui ont recours au téléphone, 23% déclarent l'employer pour connaître un itinéraire, 18% pour se localiser en voiture, 15% pour se repérer à pieds et 14% pour savoir le temps qu'il reste à parcourir avant d'arriver à destination.

Les hommes et les femmes persiste : 28% des hommes (contre 19% des femmes) se servent de leur téléphone pour connaître un itinéraire, soit un écart de 9 points. L'écart est de 7 points (22% contre 15%) s'agissant de l'utilisation du téléphone pour se localiser en voiture.

Les Français âgés de moins de 35 ans, et en particulier les jeunes âgés de 18-24 ans, font davantage usage de leur téléphone portable que les Français les plus âgés (33% pour connaître un itinéraire, 22% pour se localiser à pieds, 22% pour connaître le temps qui les sépare de leur destination). Ainsi, 7% des retraités utilisent leur téléphone portable pour connaître le temps qui les sépare de leur destination et 8% pour se localiser à pieds. Les professions libérales et cadres supérieurs représentent 28% des utilisateurs. Par ailleurs, le clivage régional opère toujours, et c'est en région parisienne qu'on a le plus recours à son téléphone portable à des fins de géolocalisation (33% pour connaître un itinéraire, 26% pour se localiser à pieds).

- **Les systèmes de géolocalisation sont jugés utiles par 82% des Français (34% très utiles et 48% assez utiles), un plébiscite qui atteint 92% chez les possesseurs d'un outil de positionnement.**

Dans le détail, les hommes, plus enclins à utiliser ces outils, se montrent à nouveau plus enthousiastes que les femmes (83% contre 79%). Les interviewés de 65 ans et plus constituent le segment le plus convaincu de leur utilité (85%). Cependant, on observe une plus grande inclination des 18-34 ans à les estimer « très utiles » (36%). Les professions libérales et cadres supérieurs jugent davantage utiles (86%), voire très utiles (48%), les systèmes de géolocalisation que les autres segments de la population. Enfin, outre une persistance de la fracture régionale, la possession d'un système de positionnement suscite logiquement un jugement favorable : seuls 61% de ceux qui ne détiennent pas d'outils de géolocalisation les jugent utiles.

B- Les niveaux de notoriété et d'utilisation des différents sites dédiés à la géolocalisation sont faibles, et l'on constate une certaine inquiétude quant à l'utilisation qui peut en être faite

- **Un tiers des possesseurs de système de géolocalisation l'emploie pour trouver des boutiques ou des points de vente (32%).** Cette application se révèle principalement utilisée par les personnes âgées de moins de 35 ans (39% des 18-24 ans et 38% des 25-34 ans). En outre, les professions libérales et cadres supérieurs recourent plus régulièrement à la géolocalisation pour trouver des boutiques (46%) que les ouvriers (30%) et les retraités (22%). Enfin, la possession d'un téléphone portable intégrant un GPS favorise logiquement cette pratique (46%).
- **L'analyse de la notoriété des différentes applications de géolocalisation livre deux enseignements majeurs : d'une part, une large majorité de la population ne connaît aucune application informatique utilisant la géolocalisation pour proposer des services personnalisés (73%) et d'autre part, seul Facebook Lieux / Places se distingue un peu des autres sites.** L'application la plus connue, sans surprise, est donc Facebook Lieux / Places, citée par 21% des personnes interrogées. La notoriété des autres applications est moindre, aucune n'ayant un niveau de notoriété supérieur à 4%.

Dans le détail, et concernant ces applications, on note une propension d'identification accrue chez les jeunes : 30% des jeunes de moins de 35 ans connaissent Facebook Lieux (contre 17% des interviewés de plus de 35 ans). De plus, la connaissance des autres applications (Dismoioi, Foursquare, etc.) est essentiellement partagée par les personnes âgées de 18 à 24 ans, confirmant l'existence d'une fracture générationnelle. Par ailleurs, la possession d'un système de positionnement favorise la connaissance de ces applications : 32% d'entre eux en connaissent au moins une, contre 19% chez ceux qui n'en possèdent pas. On observe enfin que ces niveaux de notoriété sont supérieurs chez les salariés du privé (35%) que chez les salariés du secteur public (20% « seulement »).

- **Les applications informatiques de géolocalisation, dont les niveaux de notoriété se révèlent faibles, rencontrent logiquement un succès limité. Néanmoins, exception faite de Facebook, tous ces sites sont utilisés par une majorité de personnes les connaissant.** Facebook Lieux / Places, est l'application la mieux identifiée, mais seulement 33% des personnes la connaissant l'utilisent.

La classe d'âge des 25-34 ans est la première à connaître cette application, et l'utilisateur type est ouvrier ou cadre supérieur (40% et 38%), originaire du sud ouest (57%) ou de la région parisienne (40%). Néanmoins, une fois n'est pas coutume, le fossé qui sépare les catégories d'âge les plus élevées n'est pas grand, même si seulement 19% des 50-64 ans utilisent Facebook Lieux.

- **Les utilisateurs d'au moins une application connue invoquent principalement le souhait de partager des points d'intérêt (35%) ou de visiter un lieu de façon inédite pour justifier ces pratiques (34%).** Légèrement en retrait, 32% des interviewés citent l'envie de donner leur position à des proches. Selon les utilisateurs, ces applications permettent également de se distraire (25%) et d'obtenir des informations ou des services (27% pour connaître l'avis

d'autres utilisateurs, 23% pour noter les lieux fréquentés, 15% pour recevoir des bons de réduction).

- **Les Français acceptent d'autant plus facilement de bénéficier des options liées à la géolocalisation qu'ils peuvent en tirer un avantage concret et direct.** Ainsi, 56% acceptent de recevoir des informations sur des événements culturels géographiquement proches et 54% des bons de réductions de boutiques à proximité. En revanche, les Français sont moins intéressés par des options purement publicitaires: 37% acceptent de recevoir des indications de direction pour trouver les marques géographiquement proches de là où ils se trouvent, 26% de participer à des opérations ludiques ou marketing, 20% de recevoir des publicités généralistes et 13% de discuter avec le représentant d'une marque.

Les personnes âgées de moins de 35 ans constituent la population la plus prédisposée à souhaiter ces options : 60% aimeraient pouvoir recevoir des informations sur les événements proches et des bons de réductions, et 44% des indications pour trouver des marques appréciées à proximité de là où ils se trouvent. Soulignons également que le souhait d'avoir ces options est plus élevé chez les possesseurs d'appareils de positionnement que chez les autres (les écarts varient de +5 points à +17 points). Les options pré-citées inversent des tendances jusque là observées (à savoir un plus grand intérêt des professions libérales et cadres supérieurs et des originaires des grandes agglomérations) : elles rencontrent davantage de succès auprès des catégories de profession modestes (ouvrier et employé), et dans les communes rurales (35% en moyenne).

- **En dépit de l'intérêt observé pour les systèmes de géolocalisation, les Français se montrent très majoritairement inquiets quant à la diffusion sur Internet de la localisation en temps réel.** Ainsi, près des trois quarts des personnes interrogées (72%) considèrent qu'une telle diffusion est risquée, auxquels on peut ajouter les 25% d'interviewés qualifiant cette pratique de « peu risquée ». A ce sujet, la crainte des femmes (75%) est plus élevée que celle des hommes (68%).

Dans le détail, bien que l'utilisation de ces systèmes et que le souhait de voir l'offre d'options s'étendre soient plus importants chez les plus jeunes, ces derniers éprouvent un plus fort sentiment de risque : 29% des 18-24 ans jugent très risqué la diffusion de ces informations, 55% « assez risqué » et 16% « peu risqué ». Le même phénomène se produit chez les populations de cadres et professions libérales, d'ordinaire plutôt intéressées par les systèmes de géolocalisation. En revanche, les Français de plus de 50 ans ressentent moins ce risque (69%).

Conclusion :

Cette étude menée par l’Ifop pour l’Atelier BNP Paribas livre plusieurs enseignements majeurs :

- Il s’est amorcé **un processus de démocratisation des systèmes électroniques de positionnement**, comme le révèle le fait que deux tiers des français possèdent un outil de géolocalisation. Par ailleurs, les Français sont convaincus de leur utilité et se montrent ouverts aux nouvelles fonctionnalités qui pourraient être rendues possibles par la géolocalisation.
- Pour autant, **la géolocalisation en est encore à ses prémices**. Les Français ne connaissent pas suffisamment l’univers des possibilités qu’elle leur offre. L’utilisation se restreint effectivement à l’emploi traditionnel des données géographiques c’est-à-dire afin de connaître à l’avance le parcours à emprunter pour se rendre à destination.
- Dans ce contexte, **les applications ou les sites Internet qui proposent la géolocalisation pour fournir des services personnalisés aux consommateurs, sont pour l’essentiel encore méconnus** et donc relativement inusités. Ce manque de notoriété est un phénomène classique étant donné la jeunesse de ces systèmes.
- **Enfin, l’inquiétude des Français à l’égard de la géolocalisation est forte** : 72% des personnes interrogées estiment que la diffusion sur Internet de la localisation en temps réel comporte un risque, perception qui agit sans doute encore comme un frein au développement des applications de géolocalisation.